



Tipsa hace frente a la crisis con un crecimiento positivo

Entrevista con Marisa Camacho

página 6



Objetivo cumplido, Tipsa cierra 2009 con más de 230 agencias en toda España

página 5



**Nuestras agencias opinan,
Tipsa Valencia y Barakaldo**

IMAGINACIÓN EN TIEMPOS DE CRISIS

Cuando las cosas marchan bien y los mercados están arriba, nos olvidamos de que alguna vez nos costó vender nuestros productos o servicios, pensamos que el cliente viene a nuestra empresa por necesidad imperativa y creemos que seremos invencibles.

En épocas de crisis económica, como la que globalmente están atravesando las empresas en el mundo entero, conseguir mantener la cifra de negocio es toda una proeza que obliga a los directivos a desempolvar sus manuales de técnicas de ventas adquiridos en alguna prestigiosa escuela de negocios.

Muchas empresas exponen su plan estratégico para superar los malos resultados; Reducir los costes fijos, bajar los precios, fidelizar al cliente. Estas medidas no son malas (por no decir necesarias en el 90% de los casos) pues ayudan a quitar la grasa que sobra en las empresas y mejoran la gestión.

Pero, ¿dónde está la creatividad y la innovación a la hora de hacer negocios?. Es ahora, en los malos momentos, cuando hay que reinventarse a uno mismo.

Volvamos a pensar en qué estamos vendiendo, a quién se lo vendemos, cómo y dónde lo hacemos, qué nuevas oportunidades se abren, etc. Quizás la respuesta la tenga algún buen talento de la propia empresa.

Andrés Catalán
Responsable de Comunicación

Envía tus sugerencias a:
comunicacion@tip-sa.com



NUESTRAS AGENCIAS OPINAN

TIPSA VALENCIA
"EL TRABAJO BIEN HECHO SIEMPRE TIENE SU RECOMPENSA"

TIPSA BARAKALDO
"AL MAL TIEMPO... BUENA CARA"
PÁGINAS 3 Y 4



NOTICIAS TIPSA

"OBJETIVO CUMPLIDO, MÁS DE 230 AGENCIAS TIPSA EN ESPAÑA"
"TIPSA INCREMENTA SU ACTIVIDAD CON LOS ENVÍOS NAVIDEÑOS"
PÁGINA 5

"TIPSA HACE FRENTE A LA CRISIS CON UN CRECIMIENTO POSITIVO"
PÁGINA 6

"I CONCURSO DE POSTALES DE NAVIDAD DE LAS AGENCIAS TIPSA"
PÁGINA 10

"UN DÍA DE REPARTO, UNA CARRERA DE OBSTÁCULOS"
PÁGINA 11



ENTREVISTAS TIPSA

"JERÓNIMO ALONSO, GERENTE DE LA PLATAFORMA DE TIPSA BARCELONA"
PÁGINA 9

Edición
Dpto. de Comunicación e Imagen
comunicacion@tip-sa.com
Tipsa Central
Depósito legal
M-40803-2005

Imprime
IMPRIMATICA S.L.
c/ Albasanz, nº 14 bis
28037 Madrid.
Tel.: 91 754 38 37
carlosyusta@imprimatica.es

Tipsa Central: Avda. del Sol, 17 28850 Torrejón de Ardoz (MADRID)
Tel.: 91 669 91 91 - Fax: 91 485 00 67
Internet: <http://www.tip-sa.com>



PORTADA REVISTA
NÚMERO 26 - ENERO '10

UN MENSAJE A LAS AGENCIAS TIPSA

"NUESTRO PASADO ES NUESTRA FUERZA DEL FUTURO "

XX ANIVERSARIO DE "MENSAJEROS COSTABLANCA"

JUAN JOSÉ CASAÑ

Consejero Delegado Tipsa Zona Levante y Socio Fundador



Apreciados Compañeros y Amigos;

Quiero aprovechar la oportunidad que me brinda nuestra revista, para saludaros y felicitaros a todas el nuevo año.

Un año que comienza, y que me gustaría que estuviera repleto de prosperidad y de sueños a cumplir.

Para todas son momentos difíciles y también preocupantes, pero en estas situaciones, es donde nuestra fuerza y nuestra unión, hacen posible que esas sueños se cumplan.

Como muchos ya sabéis, nuestra empresa en Valencia, cumple el Diciembre pasado veinte años. La verdad es que es mucho tiempo, si miras atrás y recuerdas.... dan ganas de escribir un libro, pero quizás por mi forma de ser y de pensar, prefiero mirar hacia los próximos que vendrán.

Creo que siempre debemos mirar el horizonte y no lamentarnos del pasado y de las desgracias..... todo lo contrario, serán la base de nuevas retas y de nuevas ilusiones.

En todas estas años han habido muchos vivencias y también anécdotas, pero prefiero hablar del futuro y de ese modo transmitir la fuerza y la ilusión, que tras veinte años aun conservo.

Formamos parte de una gran compañía que es tipsa, fijada en esa base de sufrimiento y de ilusión que dan los años, y todos los que estamos en ella, somos los que la hacemos cada día mas grande

Todos juntos abordaremos nuevas proyectos, mejoraremos los existentes, y seguramente de ese modo y con toda nuestra ilusión, celebraremos muchos aniversarios.

Deseo finalmente a todos los que formais la gran familia que es Tipsa, que el 2010, os de muchas alegrías.

Un Saludo. — Inaigo Casañ.

LAS AGENCIAS OPINAN TIPS@ BARAKALDO

“AL MAL TIEMPO ... BUENA CARA”

MARÍA JOSÉ FERNÁNDEZ

Gerente agencia Tipsa Barakaldo



Desde que Tipsa Barakaldo iniciara su andadura, en marzo de 2006, en una zona estratégica dentro del nudo de comunicaciones de Vizcaya, como es el Polígono de Lezama Leguizamón, muchos son los cambios que ha experimentado esta delegación hasta convertirse, en el día de hoy, en una de las plataformas logísticas más importantes de la red.

Sus más de 550 m² le han permitido diversificar su actividad, ofreciendo así un servicio personalizado a todos sus clientes. Logística, almacenaje, entrega y recogida de mercancía, manipulado y campañas de marketing son algunos de los principales servicios que ofrece esta delegación del norte de España.

Tipsa Barakaldo se ha situado, en un corto periodo de tiempo, entre las empresas de que más ha crecido en el País Vasco, dentro de su sector. Muestra de ello es el importante incremento que ha experimentado su plantilla durante estos últimos años, pasando de las cuatro personas en sus orígenes a contar hoy día con más de veinte profesionales, entre administrativos, mozos y repartidores. Un personal altamente cualificado y especializado en tareas de logística y

transporte y con más de una década de experiencia en el sector.

La agencia dispone de una flota de ocho furgonetas de reparto así como tres camiones dedicados al transporte de un volumen elevado de mercancía. Estos vehículos realizan tres rutas en la margen izquierda, así como la ruta de Encartaciones.

Según María José Fernández, delegada de Tipsa Barakaldo, “la confianza depositada en Tipsa está muy ligada a la percepción que tenemos de las necesidades del mercado, que nos permite prestar un servicio con una calidad inmejorable, ajustándonos a las especificidades de cada una de las empresas, respetando su total autonomía”.

“Todos estos ingredientes nos llevan a incorporarnos a un mercado competitivo que nos permite ganar escala y, sobre todo, encarar el mercado de con firmeza, con unos servicios especiales y mas fiables que nunca”.

Para paliar la crisis, Tipsa Barakaldo propone ofrecer al cliente un servicio unificado de toda su logística y transporte permitiéndole así un importante ahorro y, por supuesto, a través de un personal especializado y debidamente formado.

“Te invitamos a pasar un fin de semana por la capital de Vizcaya, con nuestras nuevas tendencias arquitectónicas, además de nuestra incomparable gastronomía”.



NUEVAS APERTURAS

OBJETIVO CUMPLIDO, MÁS DE 230 AGENCIAS EN ESPAÑA

Tipsa cierra el ejercicio 2009 con 35 nuevas agencias, superando sus expectativas iniciales.

Tipsa ha superado sus expectativas de crecimiento en el 2009. La compañía ha cerrado el pasado ejercicio con más de 230 agencias en el territorio nacional, lo que supone la

apertura de más de 35 delegaciones.

Durante el último trimestre Tipsa ha reforzado su presencia en las zonas de Cataluña,

Andalucía y Cantabria. Las agencias de Berga, Tárrega, Cornellá, Cantabria Este, Los Remedios y Lucena han sido las últimas incorporaciones a la red de agencias Tipsa.



Tipsa Berga



Tipsa Cantabria Este



Tipsa Tárrega



Tipsa Cornellá



Tipsa Los Remedios



Tipsa Lucena



CAMPAÑA DE NAVIDAD 2009

TIPSA INCREMENTA SU ACTIVIDAD CON LOS ENVÍOS NAVIDEÑOS

La compañía mantiene el volumen de envíos de campañas anteriores con los tradicionales regalos de empresa.

La actividad de Tipsa se vió incrementada durante todo el mes de diciembre gracias a la distribución del clásico obsequio navideño de las empresas.

De este manera, la compañía incrementó el número de envíos un 35%, un porcentaje similar al de anteriores campañas navi-

deñas, y realizando alrededor de 70.000 envíos diarios durante el mes de diciembre, entre los que se incluyen cestas, regalos y felicitaciones, especialmente en el ámbito de la empresa.

Este aumento de la producción se puede cifrar en más del 40%

respecto a la producción semanal habitual. Todo esto provoca un problema logístico añadido ya que la realización de estos envíos suele coincidir y concentrarse en días muy determinados, formándose así unos picos de actividad muy importantes.



TIPSA HACE FRENTE A LA CRISIS CON UN CRECIMIENTO POSITIVO

Al igual que el resto del sector, Tinsa no ha sido ajena a los efectos de la coyuntura económica actual. Sin embargo, y gracias a una política de control de gastos y de desarrollo comercial, con la implantación de nuevos servicios, Tinsa ha podido crecer en torno a un 4% en el 2009, muy por encima de la media del sector.

Al cierre del ejercicio Tinsa ha visto superadas sus previsiones iniciales de crecimiento. El evidente descenso en el volumen de envíos de algunos sectores y clientes se ha visto compensado por un incremento en el número de éstos últimos.

De esta manera, Tinsa alcanza una facturación anual cercana

a los 189 millones de euros, superando los 182 millones del año 2008.

Entre los principales datos que avalan el crecimiento experimentado por la compañía destaca el considerable aumento del ritmo de aperturas de nuevas delegaciones, 39 agencias nuevas el pasado año, contando en la actualidad con más de 230 en todo el territorio peninsular, Islas, Portugal, Andorra, Ceuta y Melilla. Esta expansión se ha centrado en las zonas de Cataluña y Andalucía.

Además, la red ha visto incrementada su flota de vehículos, cerca de 1.500, y más de 2.500 empleados. Reflejo de esta progresión, Tinsa ha conseguido fidelizar más de 13.000 clientes.

Con estos datos, Tinsa refuerza la calidad de su cobertura nacional a través de más de 120 rutas diarias de tránsito nacional y más de 1.500 rutas de reparto capilar.

Datos Logísticos

Al cierre del ejercicio 2009 se habían transportado más de 100 millones de kilos. Se han superado los 9 millones de envíos y se han movido cerca de 12 millones de bultos.

Inversiones y Aperturas

Continuando con su política de expansión, a medio plazo Tinsa tiene previsto abrir cuatro nuevas delegaciones en Portugal. Las principales zonas de expansión para el 2010 serán Andalucía, Galicia y Cataluña.

María Luisa Camacho es la presidenta de Tipsa, uno de los referentes del sector courier en nuestro país. A pesar de la difícil situación del momento, tiene la misma ilusión que cuando empezó hace 21 años, creando el germen de lo que hoy es Tipsa. Es optimista con el futuro y sigue apostando por el desarrollo de la compañía. En esta entrevista, aboga por una necesaria reestructuración del transporte de paquetería y por una lucha firme de todas las compañías del sector para acabar con la competencia desleal.

notado un descenso de ventas que intentamos mitigar con la incorporación de clientes nuevos. Lo que preocupa mucho en este momento a todo nuestro sector es el cobro a clientes, muchas empresas ahora presentan un riesgo alto en cobros. Así, hemos intentado asumir este riesgo auto-asegurándolo nosotros mismos, porque sino Tipsa no crecería.

¿Cree que lo peor de la crisis ya ha pasado?

No tengo esa visión. El mes de agosto ha sido muy malo, ha

ner unos niveles similares a los meses de junio. Esto me da esperanzas y me alegra.

Con este panorama, ¿cuál ha sido el crecimiento de Tipsa en el 2009?

El pasado año Tipsa creció un 4%, y es un dato completamente cierto. Hemos incorporado más agencias en el ámbito nacional compensando la bajada de envíos de algunos clientes y sectores. Este crecimiento es muy positivo y demuestra que estamos haciendo las cosas bien. En cuanto a cargas, finalizaremos el año con un movimiento cercano a 100 millones de kilos y más de 8,5 millones de expediciones.

Superamos las 230 agencias, pero somos muy exigentes con la gente que introducimos a nuestra red porque pedimos avales, y hoy por hoy los bancos ayudan muy poco a los empresarios. Tenemos muchas solicitudes a través de nuestra página web, pero de todos los candidatos, muchos no reúnen los requisitos que pedimos. Mucha culpa de ello la tienen los bancos, no me importa decirlo, porque sinceramente no están ayudando a las compañías como debieran.



En su opinión, ¿el segmento courier está menos afectado por la crisis que otros sectores del transporte de mercancías?

Creo que la crisis la notamos como todo los sectores, pero es verdad que el sector courier está menos tocado porque nos enfocamos menos al consumo, pero nuestros clientes tienden a enviar paquetes más pequeños que siguen generando actividad. Evidentemente hemos

habido empresas que han cerrado todo el mes cuando otros años no era así.

Curiosamente, lo que hemos notado es que en el mes de septiembre se ha iniciado muy fuerte la actividad, mientras que en años pasados, hasta mediados, no se empezaba a repuntar y ha obte-

Ahora se anuncia una subida de impuestos y de combustibles...

Me preocupa mucho la subida de impuestos anunciada por el Gobierno. Es verdad que tenemos las tasas

más bajas de IVA en comparación a Europa, pero evidente-

“Somos exigentes al incorporar nuevas agencias a la red Tipsa”

mente su alza puede frenar el consumo, cuando de por sí ya está bastante parado. Pero lo que realmente me preocupa es el incremento del carburante. Se habla de 15 céntimos por litro que para nosotros supone un incremento en costes de entre el 10% y el 15%, y esto es imposible, en este momento, de repercutirlo en las tarifas a nuestros clientes. Sinceramente, creo que son políticas equivocadas y que no fomentan ni el empleo ni la iniciativa empresarial. Los empresarios somos los más castigados, sobre todo los medianos.

Entonces que queda, ¿más optimización de los costes?

La política de reducción de costes la iniciamos hace mucho tiempo, como el conjunto empresarial, no se ha puesto en marcha ahora porque estamos en crisis. No la hemos cambiado y seguimos con una política austera en gasto.

En el segmento courier ¿también se da mucha competencia desleal?

Por supuesto que existe. Sin ir más lejos, Correos ha creado una compañía que lleva perdiendo dinero, que encima a p o r t a m o s todos, durante mucho tiempo. Yo me levanto todos los días a gestionar una compañía que tiene la obligación de ganar dinero porque sino desaparece, por lo tanto luchar contra una competencia totalmente desleal, y que encima pagamos nosotros, es muy duro. La com-

petencia desleal de una compañía privada que se juega su dinero puedo incluso admitirlo, pero la deslealtad de una empresa que se financia con dinero público es inadmisibile, yo a esto sencillamente lo denominó delito. Algún día, si estudiáramos todas las compañías más unidas, tendríamos que denunciar esta situación e ir a la Comisión de Defensa de la Competencia, y yo no descarto tomar esta medida.

"La expansión en México ha salido muy bien y en 2010 tendremos actividad en Portugal"

"Nosotros no nos cerramos a adquirir alguna compañía que encaje dentro de nuestros parámetros y que nos permita crecer dentro de un nicho de mercado concreto", asegura Marisa Camacho respecto al crecimiento futuro de Tinsa. En cuanto a un competidor directo, "por ahora no nos lo planteamos, pero tampoco lo descartamos si la operación puede encajar económicamente en Tinsa, no tendríamos ningún problema". Respecto a la expansión internacional de la

"No descartamos ampliar la experiencia de México a otros países"

compañía, asegura que "en México nos ha salido muy bien la experiencia. Allí trabajamos con unas empresas que están haciendo un buen trabajo, hasta tal punto que observo que están saliendo antes de la crisis que nosotros. Fueron las propias empresas mexicanas las que, asesoradas por una consultora, eligieron a Tinsa para desarrollar nuestro



modelo de negocio allí. La operación ha salido tan bien que ahora nos estamos planteando ampliar la operación a otros países Iberoamericanos. En Portugal mantenemos conversaciones que espero se materialicen a comienzos de año para que en 2010 estemos operando en el país. Evidentemente, es un mercado natural para nosotros por la proximidad y, además, sorprende por la profesionalidad y seriedad de su gente".

Otro aspecto al que la presidente de Tinsa da mucha importancia es a la formación, "en Tinsa se obliga a todos sus trabajadores a realizar cursos de formación porque es algo importantísimo, pero no ahora por la crisis sino de siempre. Desde que monté la empresa inicial de Tinsa, hace 21 años, siempre he apostado por un plan continuo de formación para el personal. No quiero que mis trabajadores se queden atrás, debemos ayudar a que se formen, es una inversión de y para la compañía".



Entrevista con Jerónimo Alonso

Gerente Plataforma
Tipsa Barcelona

Jerónimo, ¿qué objetivos te marcaste cuando aceptaste el reto de dirigir la Plataforma de Tipsa en Barcelona?

Una contestación fácil y corta sería reducir costes y aumentar el rendimiento de cada euro gastado. Una un poco más detallada sería la siguiente. Primero hubo que observar tipos de procesos en vigor, tiempos de ocupación, áreas de trabajo, disposición del parque de envíos, métodos de comunicación, percepción de las agencias respecto al valor añadido que percibían sobre la Plataforma, etc. En resumen valorar los puntos fuertes y debilidades y buscar las soluciones adecuadas en organización y coste.

Por otro lado, y dentro de los procesos de cambio, no podíamos olvidar que la calidad tiene dos bases importantes, una la medible por ser objetiva (horarios de rutas, tiempos de entrega, incidencias en el reparto, incidencias en el tránsito, POD's, etc) y después está la subjetiva, que es la percepción de calidad recibida que tiene el receptor del servicio. En la Plataforma de Barcelona hemos hecho hincapié en la segunda sin olvidar la primera.

¿cuáles son los principales desafíos que os planteáis afrontar en un futuro?

Estamos buscando empresas que, aparte de resolverles el servicio de transporte de paquetería, pensamos ofrecerles servicios de almacenamiento, 'picking', 'packing', consolidación de envíos, etc. En fin, aquellos servicios que puedan tipificar como gasto y que les facilite flexibilidad en su cuenta de resultados.

Después de haber vivido distintas épocas de "crisis" en el sector, ¿cómo valoras la situación actual de incertidumbre económica, y cómo está afectando a nuestro sector?

Según decía Darwin existe la selección natural que determina la supervivencia de una especie y el aniquilamiento de otras. En el mundo empresarial pasa lo mismo.

Esta crisis está durando mucho, -supera ya los cuatro años-, la confianza del inversor no se recupera como se esperaba, el consumo doméstico ante la situación de desconfianza retrae su demanda, sin olvidar a la familia que ya no dispone de ingresos estables y su consumo

Desde su traslado a El Zal de Barcelona, hace ahora dos años, la Plataforma ha experimentado una serie de mejoras operativas, creando la infraestructura necesaria para dar un servicio de total calidad a todos sus clientes.

Con más de 30 años en el mundo de la logística y el transporte, Jerónimo Alonso ha sabido aplicar su amplia experiencia y los resultados no se han hecho esperar.

se reduce al mínimo; como consecuencia se ha reducido significativamente la cantidad de mercancías a transportar.

Las empresas que sobrevivan serán aquellas que tengan una adecuada estructura de ingresos vs. coste /gastos, sin menoscabo en la percepción de calidad del servicio recibido.

Finalmente, ¿hacia dónde debería dirigirse el mercado del transporte urgente?

Hoy día, aparte del aprovisionamiento habitual de una empresa, hay una masa importante de compras, tanto en el mercado doméstico como empresarial, realizadas por Internet. Al comprador le cuesta decidirse pero una vez ha realizado la compra, y pagado, exige el principio de inmediatez que se traduce en la necesidad de disponer por parte de la empresa proveedora de la mercancía de un transporte ágil, rápido, eficaz y fiable como complemento del servicio. Si el transporte no es el adecuado el cliente electrónico busca en otros lugares en que el conjunto le satisfaga.

I CONCURSO DE POSTALES DE NAVIDAD DE LAS AGENCIAS TIPSA

Los más pequeños de la familia han participado en el primer concurso de postales navideñas organizado por Tipsa.



revista, "Ruta Abierta", las mejores creaciones, las cinco tarjetas más originales han recibido un premio especial.

En esta edición, el tema de la postal ha sido "la Navidad en Tipsa". El dibujo debía de incluir el logotipo de la compañía, así como algún elemento representativo del transporte, paquetes, furgonetas, etc...

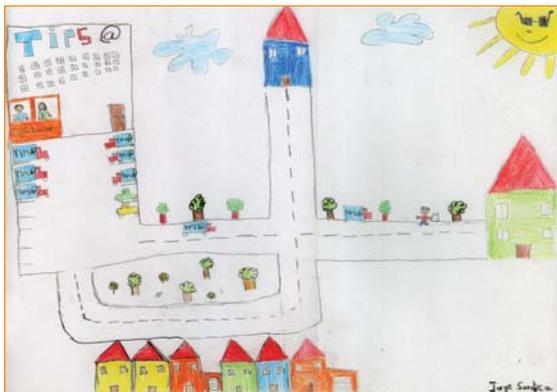
El nivel de participación ha sido muy elevado, no sólo en cantidad sino sobre todo en calidad.

Después de una difícil deliberación, Marta Casañ, de siete añitos, y representado a Tipsa Valencia, ha sido la ganadora del concurso de este año.



1º Premio
Marta Casañ
Estelles
Siete años
Tipsa Valencia

Tipsa ha invitado a los más "peques" de la familia a participar en el "I Concurso de Tarjetas Infantiles de Navidad Tipsa". Además de publicar en nuestra



2º Premio
Jorge
Sardiña Liste
Siete años
Tipsa Ferrol



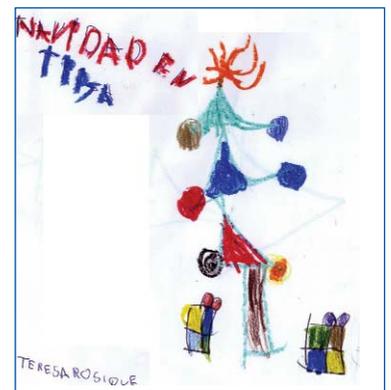
3º Premio
Eva Noguera
Estelles
Siete años
Tipsa Valencia



4º Premio
Armando
Lorén Crespo
Seis años
Tipsa Zaragoza



5º Premio
Teresa
Rosique Abril
Cuatro años
Tipsa Valencia



UN DÍA DE REPARTO, UNA CARRERA DE OBSTÁCULOS



ED →

UNA CARRERA DE OBSTÁCULOS 1

Y es que entregar todos los paquetes a tiempo no es tarea fácil, y menos en una ciudad como Madrid, donde no puedes avanzar 100 metros sin encontrarte con una retención o un tramo cortado por las obras.



Esto es lo que ha tratado de reflejar el programa de Televisión Española, "España Directo", a través de un amplio y emotivo reportaje. El pasado mes de octubre, un equipo de reporteros de la citada cadena se subió a una furgoneta de Tinsa, con uno de nuestros repartidores, con el objetivo de narrar en primera persona todos los avatares que conlleva la tarea de realizar el reparto urbano diario.

La aventura comenzó a primera hora de la mañana con la

carga de la mercancía en la furgoneta de Pedro. Al poco rato de iniciar la marcha nuestros amigos ya se encontraban parados en medio de un atasco kilométrico, y todo esto aún a 10 kilómetros de Madrid. Transcurrió más de una hora y media antes de poder llegar al primer punto de entrega, las cámaras de TVE fueron testigo de los incontables obstáculos con los que se encuentra diariamente un vehículo de reparto para poder realizar correctamente su trabajo.



ED →

LA DURA VIDA DE UN TRANSPORTISTA 1

la mercancía sin miedo a que, en cualquier momento, te coloquen una multa por mal estacionamiento.

A los kilómetros que cada jornada recorren nuestras furgonetas han de sumarse los que realizan a pie, casi siempre corriendo, los repartidores de Tinsa. No resulta extraño el hecho de aparcar en un sitio, casi siempre prohibido, para luego ir corriendo 40 portales calle arriba, y además cargado de paquetes.

En definitiva, un reportaje entretenido y muy ilustrativo que refleja fielmente la vida de un repartidor en cualquier núcleo urbano de España.



ED →

LA DURA VIDA DE UN TRANSPORTISTA 1

Calles cortadas por obras, desvíos provisionales, largas caravanas y encima ningún lugar donde poder dejar aparcada la furgoneta y así descargar

P
a
q
u
e
r
e
r
í
a

M
e
n
s
a
j
e
r
í
a



TOTAL COBERTURA NACIONAL

SERVICIO URGENTE 10 Y 14 HORAS



CAMPAÑAS MASIVAS



MAS DE 220 AGENCIAS EN ESPAÑA

Paquetería Urgente

902 10 10 47



ADREITADO POR ENAC