

Ruta abierta

Número 44 Enero de 2013



● TIPSA Dos Hermanas
Apostando por el negocio
online

● TIPSA Galdakano
Creciendo paso a paso

TIPSA presenta sus cifras de 2012

Balance positivo y objetivo cumplido

Momento de balance y de buenos propósitos

Como cada año, el mes de enero sirve para pensar en nuevos propósitos y para presentar balance del año que finalizó. En nuestro caso, los propósitos son ideas y proyectos que se cocinan poco a poco y que con el esfuerzo de todos terminan saliendo en forma de nuevos servicios o soluciones que ayuden a las delegaciones y que se adapten a las necesidades de los clientes. En cuanto al balance, se traduce en cifras que sirven para valorar el encomiable trabajo realizado por toda la red en un momento de gran dificultad.

Así, en un 2012 con unas innegables dificultades en el entorno económico - empresarial, TIPSA ha conseguido un moderado crecimiento, del 1,5 por ciento, en su cifra de negocio. Este ligero crecimiento debe valorarse como un dato muy positivo que se ha alcanzado con un muy alto nivel de compromiso de todos los delegados de TIPSA y de sus respectivos equipos de trabajo. Un año más la red TIPSA demuestra que con ilusión y esfuerzo se puede salir adelante incluso en las situaciones más delicadas. Además, el número de envíos anuales que ha movido la red alcanzan los 9,9 millones, lo que supone un incremento en torno al 4 por ciento respecto al ejercicio anterior.

Y con estos números, razonablemente positivos, arrancamos 2013 con la agradable noticia de la inauguración de dos nuevas sedes regionales dentro de la red. Se renevan las instalaciones de TIPSA Zaragoza y de TIPSA Valencia, dos de las delegaciones y plataformas con más pedigrí cambian su ubicación para poder seguir ofreciendo la mejor calidad a los clientes de la red y para aumentar su capacidad operativa con mejoras tecnológicas. Evidentemente este cambio de ubicación de las dos sedes debe interpretarse como una noticia que habla de la buena salud de la compañía, que a pesar de los malos tiempos, mantiene su rumbo sin desviarse y siempre mirando al frente.

Miguel Sampedro

Director Marketing y Comunicación

www.tip-sa.com

Sumario

Ruta abierta - Enero 2013

Tema de portada

- 3 TIPSA cumple su objetivo de crecimiento moderado

Agencias

- 5 TIPSA Dos Hermanas
- 6 Nuevas agencias: Galdakano

Noticias TIPSA

- 7 Nuevas instalaciones TIPSA en Valencia y Zaragoza

Noticias Sector

- 9 Nuevo impuesto al biocombustible

eCommerce

- 10 El eCommerce en España crece un 20 por ciento

Soluciones TIPSA

- 11 Integración informática de plataformas eCommerce

Escapadas

- 12 Zúrich

Espacio

- 14 Miscelánea
- 15 Cultura

Editor

Tips@ Central
Departamento de Comunicación
comunicaciones@tip-sa.com

Imprime

Gamacolor
Calle Romería, 13, 15, 17
28864 Ajalvir, Madrid
gamacolor@gamacolor.es

Deposito legal
M-40803-2005

TIPSA cumple su objetivo de crecimiento moderado

Aprovechamos este primer número del año para hacer balance de 2012 y recordar aquellos momentos más destacados para la compañía. Un año en el que a pesar de la coyuntura económica, los números han cuadrado y se han cumplido los objetivos diseñados. Seguimos confiando en el compromiso de todos los miembros de la red para que TIPSA siga creciendo y caminando con paso seguro.

Cuando hace un año se fijaron unos objetivos de crecimiento para la compañía de entre el 1,5 y el 2 por ciento, puede que hubiera alguien que pensará que la cifra era muy optimista dentro del marco económico en el que se encuentra el país en los últimos tiempos, un año después se demuestra que esa cifra de moderado crecimiento se basaba en previsiones realistas y acordes con el potencial de la red TIPSA, compuesta por un equipo de profesionales con un elevado nivel de compromiso y preparados para afrontar situaciones de mercado complicadas, como las que nos están tocando vivir.

Recientemente se han publicado las cifras de la compañía correspondientes a 2012, y el crecimiento en la facturación se ha situado en un 1,5 por ciento alcanzando de esta manera los 202 millones de euros.

A este ascenso en la facturación añadimos un crecimiento por encima del 4 por ciento en el número total de envíos, donde se ha llegado a la cifra de 9,9 millones y en los kilos transportados por la red, llegando a los 111 millones, lo que significa que se han movido un 3,7 por ciento más de kilos que en el ejercicio 2011.

Un año cargado de novedades

2012 ha sido un año en el que hemos visto muchas novedades en forma de soluciones y nuevos servicios para ayudar a la red en su día a día. Quizá todo lo relacionado con eCommerce, motor de futuro y de presente para el sector paquetería, ha sido lo que más valor ha aportado y en lo que más hincapié se ha hecho.

Aprovechando la convención celebrada en el mes de junio, se presentó a los delegados la solución eTIPSA, diseñada como herramienta para acceder a clientes que venden a través de Internet con tiendas



La red TIPSA ha incrementado su número de clientes, durante 2012, alcanzando los 14.500.

virtuales. Esta solución aporta un valor tangible para que las agencias de la red puedan abordar el complejo mercado del comercio electrónico con una herramienta comercial de primer nivel, que facilita la labor del cliente y ofrece uno de los servicios logísticos más completos del mercado. Los datos registrados hasta la fecha, unidos al alto grado de satisfacción mostrado por las delegaciones, hacen ver que estamos ante una solución de confianza y adaptada a esta nueva tipología de cliente. Además, se reforzó la apuesta con una ronda formativa por toda la red para dar a conocer la solución a todos los delegados y despejar las dudas que podrían haber surgido.

El crecimiento en la facturación se ha situado en el 1,5 por ciento y en el número de envíos por encima del 4 por ciento

Importante fue también el acuerdo firmado con yupick! para poner a disposición de los clientes de la red TIPSA más de 1000 puntos de entrega a destinatario. Una estrategia de éxito en norte y centro Europa que confiamos lo sea también en España, aunque en este punto somos conscientes de que hay que ir paso a paso.

Otro acuerdo de relevancia, que está dando sus primeros pasos dentro de la red, es el recientemente alcanzado con un operador internacional para ayudar a posicionar a TIPSA como partner de clientes con envíos fuera de nuestras fronteras.

Estos tres ejemplos sirven para ilustrar las distintas herramientas de las que se está dotando a la red para crear valor y llegar a los clientes con un porfolio de soluciones capaz de adaptarse a cualquier necesidad y demanda.

Imagen, expansión y crecimiento de la red

Durante 2012 se ha continuado con la apuesta fuerte por reforzar la imagen de la compañía. La presencia en ferias sectoriales es ya habitual cada año y este no podía ser menos. Así, TIPSA estuvo presente con stand y con participación directa en distintos foros, en ferias celebradas en Madrid, Barcelona y Huesca.

Por otro lado, la página web corporativa, uno de los mayores escaparates para clien-



Feria eShow Madrid 2012.




TIPSA Móstoles, una de las delegaciones incorporadas a la red durante 2012.

tes, se renovó completamente. Una compleja reestructuración del sitio, tanto en diseño como en nuevas funcionalidades, con contenidos orientados a distintos perfiles de usuario. El momento también se aprovechó para crear un site específico para la división eCommerce de TIPSA, y así se creó una web exclusiva para dotar de información a clientes procedentes del comercio electrónico.

También durante el ejercicio 2012 es de alabar el trabajo llevado a cabo por el departamento de expansión de la compañía. La labor de captación de nuevos delegados ha dado sus frutos, el número de delegaciones ha crecido ligeramente, con lo que la cifra total se sitúa en 270 y la amplia capilaridad de la red asegura un servicio de máxima calidad en la "última milla".

No queremos olvidar, en este breve repaso

a lo que fue 2012 para TIPSA, la implicación de la compañía en proyectos de marcado carácter social. A las colaboraciones habituales con el Banco de Alimentos y con la Fundación Dalma, se ha sumado el acuerdo alcanzado con la Fundación Síndrome de West, mediante el cual, las delegaciones de la red están haciendo de puntos de recogida para los tapones de plástico donados por instituciones y particulares con el fin de financiar un programa de diagnóstico e investigación que se lleva a cabo en el Hospital der La Paz en Madrid. Este es un resumen breve de algunos de los proyectos puestos en marcha por TIPSA, a los que habría que unir aquellos en los que están trabajando a diario todas y cada una de las delegaciones de la red, verdadero motor y razón de ser de la compañía. 

Dos Hermanas Apostando por el negocio online

Enrique Márquez es el máximo responsable de TIPSA Dos hermanas, delegación sevillana de la compañía, muy asentada en la red. Tanto él como su mujer, con la que gestiona la agencia, llevan más de diez años en el sector transporte trabajando para diversas empresas de mensajería.

En su momento, ¿cuál fue el motivo de elegir TIPSA?

Decidimos dar un paso más en nuestra carrera profesional y elegimos TIPSA porque conocíamos su forma de trabajar y teníamos muy buenas referencias. Además, desde la gerencia de la compañía, nos dieron muchas facilidades para poder iniciar la andadura.

¿Qué crees que hace diferente a TIPSA respecto al resto de firmas del sector?

Creo que básicamente la apuesta por hacer equipo. Personalmente creo que es primordial para que una red como la nuestra funcione. No he conocido una convención anual como la que se hace aquí en ninguna otra empresa del sector de las que he estado.

¿Qué opinión te merece la guerra de precios desatada en el sector?

Francamente lamentable. Es evidente que todos los sectores de actividad se han tenido que acomodar a las circunstancias, pero en el transporte parece que nos regimos bajo la consigna del "sálvese quien pueda", ya que en muchos casos se está vendiendo por debajo de coste.

¿Con qué tipo de clientes trabajáis en la delegación?

La tipología de clientes ha cambiado durante los últimos años. Hoy en día, en torno a un 70 por ciento de los clientes con los que trabajamos proceden del negocio eCommerce.

Cuando visitáis a un posible cliente, ¿creéis que se fija más en el precio o en la calidad de servicio?

El cliente se fija más en el precio aunque quieren también el mejor servicio, ya que como decía, la mayoría de nuestros clientes son eCommerce, y ellos también tienen una dura competencia en la red.



Personal del equipo de la delegación. En la imagen superior, Enrique Márquez.

Si un cliente te pide que definas a la red TIPSA, ¿qué tres palabras usarías?

Es una red organizada, dinámica y entusiasta.

¿Qué crees que nos depara el futuro en el sector paquetería?

Veo el futuro con ilusión desde mañana mismo. Abrimos la delegación en 2008, mi madre me dijo: "abres un negocio y comienza una crisis mundial", y después de los escollos superados hasta llegar aquí no puedo por menos que ser optimista.

¿Se han cumplido vuestras expectativas empresariales en 2012?

Estamos en una época difícil que no nos permite llegar hasta donde queremos, pero ahora tenemos todo 2013 por delante para cumplir nuestros objetivos.

Y de cara a 2013, ¿qué objetivos os planteáis?

Tenemos claro que lo primero es fidelizar a los clientes que ya tenemos, ya que a día de hoy y con la guerra de precios que antes mencionábamos está difícil. Para lograrlo damos una atención personalizada y la máxima calidad en el servicio. Y por otro lado, el objetivo básico es seguir creciendo como empresa.

Ya nos comentas que captáis a muchos

clientes eCommerce, ¿cuáles son los principales retos que plantea este tipo de cliente?

La inmensa mayoría de empresas que visitamos son de venta online, y como ya decía la mayor parte de nuestros clientes son de este tipo y es un mercado que sigue creciendo.

Pienso que requieren un mimo especial, nosotros procuramos darles servicios como el aviso vía email o SMS para que sus propios clientes estén informados de los envíos que van a recibir y todo salga bien. Estos clientes no quieren problemas, así que no se los vamos a dar nosotros.

Recientemente TIPSA ha firmado un acuerdo con yupick! por el que se ponen a disposición del destinatario más de 1.000 puntos de recogida, ¿cómo lo valoras?

Pienso que es el complemento ideal para los clientes eCommerce y hemos notado que tiene gran aceptación. Creo que el acuerdo también distingue a nuestra red sobre otras. En este mercado hay que estar en continua evolución.

Antes de acabar quiero aprovechar la oportunidad para saludar a los compañeros de todas las delegaciones TIPSA.

Galdácano

Creciendo paso a paso

Hablamos con Mario San Vicente, gerente y responsable operativo de TIPSA Galdácano, una de las delegaciones que ha abierto sus puertas a lo largo del recientemente finalizado año 2012.

Mario comenzó en el mundo del transporte, desde la base, repartiendo en moto allá por principios de los noventa, para más tarde ocupar durante diez años el puesto de jefe de tráfico dentro de una red de paquetería.

¿Cuándo decides incorporarte a TIPSA?

Yo trabajo con dos socios, y en el momento en el que estábamos pensando en montar una mensajería propia y organizándonos para ello, recibimos la visita de un miembro del equipo de expansión de TIPSA que buscaba candidatos por la zona para hacerse cargo de una delegación. Y como ya conocíamos la red y teníamos buenas referencias, la elegimos porque se ajustaba muy bien al proyecto que teníamos pensado.

¿Qué crees que ofrece TIPSA que no tenga la competencia?

Yo creo que es una red que está muy consolidada y que es muy seria en todos los sentidos, especialmente en algo tan importante como el cumplimiento del manual operativo.

Haznos una valoración de la situación económica actual y de cómo está afectando a la zona de Galdácano

La situación económica actual es bastante crítica, y afecta mucho en todos los sectores de actividad. Cualquier empresa mira hasta el último euro que puede ahorrarse cuando tiene que poner en marcha un proyecto. El aspecto más positivo que yo le estoy encontrando, desde el punto de vista comercial, es que las puertas de las empresas se abren más fácilmente para escuchar las ofertas que puedas plantear, y evidentemente eso siempre es positivo.

¿Se están cumpliendo los objetivos que os marcasteis al entrar en la red?

Vamos poco a poco, somos conscientes de que la situación actual es difícil y debemos ser pacientes. Los clientes van llegando. Nuestro objetivo inicial era establecer rutas de reparto y hacer crecer la cartera de clientes, y en ello estamos.

Ahora que estáis dentro de TIPSA, ¿a qué es a lo que dais más valor?

Seguramente a que formamos parte de una red que está muy bien consolidada, con una buena imagen y con un grandísimo equipo de delegaciones respaldándonos.


¿Cómo es vuestro cliente?

Por el momento los clientes que estamos captando son pequeñas empresas de la zona con varios envíos diarios que mueven pequeña paquetería, hasta los 20 kilos más o menos. Estamos creciendo en ese segmento sin cerrarnos a otras posibilidades.

¿Cómo es Galdácano y su zona de influencia desde el punto de vista empresarial?

Galdácano y sus alrededores es una zona con muchas posibilidades de desarrollo, dispone de un tejido industrial muy grande y de varios polígonos industriales, por lo que las posibilidades están ahí. Además debemos tener en cuenta que está a tan sólo 8 kilómetros del centro de Bilbao.

¿Nos puedes contar algo de vuestros planes de futuro en el corto y medio plazo?

Estamos trabajando duro por hacernos un hueco en el sector y la idea es seguir por ese camino, consolidando la clientela actual y tratando de captar nuevas empresas que confíen en nosotros como sus socios para mensajería y paquetería. 



Fachada exterior de las oficinas de TIPSA Galdácano.

TIPSA colabora con el Banco de Alimentos de Madrid

TIPSA ha prestado su colaboración al Banco de Alimentos de Madrid durante las pasadas navidades.

Por un lado, la compañía ayudó al transporte de los alimentos donados en Supermercados y Centros Comerciales situados en la localidad madrileña de Alcorcón, desde donde las furgonetas de TIPSA trasladaron la mercancía, donada por los clientes de estos establecimientos, a la sede del Banco de Alimentos madrileño situada en la población de Tres Cantos. También TIPSA se encargó de recoger y trasladar las cuatro toneladas de alimentos donados por los empleados de Banco Santander.

Y por otro lado, TIPSA ha colaborado con la ya habitual Operación Kilo, en la que los empleados de la sede central han aportado su granito de arena, depositando en contenedores habilitados para ello, diversos alimentos no perecederos que ayudarán a los más necesitados de la región.

En esta Operación Kilo también han participado diversas agencias madrileñas de la marca recogiendo alimentos, tanto de sus empleados, como de algunos de sus clientes, que han querido sumarse a esta solidaria iniciativa.

Visita sorpresa de Papá Noel

Una fría mañana de diciembre, cuando quedaba poco para alcanzar el día 25, Papá Noel apareció por sorpresa en la sede central de TIPSA.

La visita transmitió ilusión y alegría a todos los presentes, que aprovecharon para pedir sus regalos y deseos en una fecha tan señalada. El protagonista del momento no paró ni un instante de hacerse fotos con los ilusionados empleados de la empresa.

Nuestro más sincero agradecimiento a los responsables de TIPSA Móstoles por este entrañable detalle.



Nuevas instalaciones de TIPSA en Zaragoza

TIPSA ha inaugurado sus nuevas instalaciones del Centro Regional de Aragón situadas en el Polígono Ciudad del Transporte de Zaragoza. La nueva sede cuenta con una superficie de 2.500 m² y dispone de 10 muelles de carga para vehículos pesados y 8 para ligeros. La inversión realizada en la renovación de la instalación supera los 120.000 €.

La nueva plataforma de la compañía cuenta con herramientas tecnológicas de última generación para mejorar la eficiencia de las operaciones, entre ellas la cinta transportadora que incorpora sistema informatizado de cubicaje y lectura de mercancía.

En el esfuerzo por innovar en medios logísticos e implantar ser-

vicios para adaptarse a cualquier necesidad de sus clientes, TIPSA Zaragoza ofrece, en sus nuevas instalaciones, servicio de microalmacenaje y soluciones específicas para clientes eCommerce, además de tecnología avanzada que permite trazabilidad y seguimiento online de toda la mercancía.

TIPSA Zaragoza como centro regional de Aragón busca, con esta renovación, seguir ofreciendo a sus clientes la máxima eficacia y calidad de servicio prestada por un equipo profesional con más de 20 años de experiencia en el sector.

Con la puesta en marcha de estas nuevas instalaciones, TIPSA sigue avanzando en su posicionamiento como partner logístico de referencia.



TIPSA patrocina ecomMondays

TIPSA alcanzó un acuerdo de patrocinio con ecomMondays, evento mensual en el que se dan cita los actores más destacados del comercio electrónico español e internacional para charlar de los temas más destacados del sector, presentar novedades, y sacar conclusiones. En definitiva, un punto de encuentro entre profesionales eCommerce para hacer networking y compartir experiencias.

La idea nace con la intención de hacer una reunión los primeros lunes de cada mes en la que perfeccionar y expandir el eCommerce en España.

La última edición de los ecomMondays se celebró el pasado lunes 21 de enero, bajo el título "Cómo posicionar un eCommerce" y con la presencia de empresas tan representativas como Google o Microsoft.



Un año más TIPSA ayuda a la Fundación Dalma

Un año más TIPSA ha puesto su granito de arena en la ayuda a los más necesitados con una donación a la Fundación Dalma. La compañía dona una parte de la venta de las felicitaciones navideñas corporativas para su uso en los distintos proyectos sociales auspiciados por la Fundación. La Fundación Dalma persigue la integración social de personas con riesgo de exclusión, mediante la creación de proyectos sostenibles, principalmente en España. La Fundación busca actuar con claridad, no despertando caridad, y para ellos cuenta con un amplio grupo de voluntarios que comparte los valores de la entidad y se encamina en la misma dirección, aquella que lleva a una sociedad más justa y personas más realizadas.

TIPSA Valencia cambia y mejora su sede

También la sede central de TIPSA en Valencia ha cambiado de ubicación el pasado mes de diciembre.

Debido a la expansión y el crecimiento del volumen de paquetes gestionados en la plataforma, se han trasladado las oficinas del Centro Regional de Levante de la compañía.



La nueva sede evoluciona a una estructura arquitectónica más vanguardista y dotada de más facilidades para el trabajo diario del equipo de profesionales allí ubicados. Se incluyen más de 20 muelles para carga y descarga de mercancía.

Las nuevas instalaciones están situadas en el mismo polígono empresarial de las antiguas y aumentan considerablemente el número de metros cuadrados de ocupación, llegando hasta los 9.000 y reservando un espacio para almacenaje y procesos logísticos de clientes. Además se ha habilitado una zona para almacenaje en frío.

Sin duda un paso más en la estrategia de crecimiento de TIPSA y en su política de excelencia empresarial.



Nuevo impuesto al biocombustible

La Federación Nacional de Asociaciones de Transportistas de España (Fenadísmer) y la Federación Española Empresarial de Transporte de Viajeros (Asintra) han criticado la nueva fiscalidad de los biocombustibles, que dejaron de estar exentos de impuestos el pasado 1 de enero.

Las asociaciones han lamentado la medida, que equipara los impuestos que pagan los biocombustibles a los gasóleos y gasolinas, porque supondrá un encarecimiento de los carburantes, uno de los principales costes del sector.

Este cambio fiscal afecta a todos los usuarios de vehículos, ya que las gasolinas y gasóleos que se distribuyen en las estaciones de servicio llevan incorporado un determinado porcentaje de biocombustibles, que hasta el cierre de 2012 no pagaba impuestos.

Fuentes de Fenadísmer aseguran que esta medida supondrá un incremento automático del precio de los carburantes.

Fuente: expansion.com



El futuro de la cadena de suministro

Las compañías líderes apuestan por cadenas de suministro que sean eficientes, rápidas y adaptadas a un modelo que permite a las empresas atender las necesidades de los clientes de forma efectiva y fiable.

Las empresas están adaptando su oferta a las necesidades del cliente, asimismo se centran en la inversión para mejorar sus capacidades, intentando siempre que las cadenas de suministro sean a la vez rápidas y eficientes. Así se desprende de los resultados de la novena encuesta global de la cadena de suministro 2013 de la consultora PwC, en la que han participado 500 expertos europeos, norteamericanos y asiáticos.

Las empresas líderes dentro del grupo encuestado apuestan a futuro, adaptando sus cadenas de suministro a modelos que permitan atender las demandas de los clientes de la manera más efectiva y fiable. Estas compañías centran su objetivo en mejorar los costes y a la vez la flexibilidad de la entrega. Además externalizan producción y entrega manteniendo el control estratégico.

Fuente: cadenasuministro.es

La UE subvencionará combustible alternativo

La Unión Europea cofinanciará con casi dos millones de euros del programa TEN-T, un estudio, liderado por Gas Natural Fenosa, que determinará qué medidas son necesarias para integrar la tecnología y la infraestructura de reabastecimiento del gas natural licuado en la red de carreteras españolas y demostrará las ventajas de este gas como combustible para los vehículos pesados de mercancías por ser más ecológico y rentable.

El proyecto pretende impulsar el establecimiento de estaciones a gran escala en España y en el resto de la Unión Europea a través de una serie de estudios y proyectos piloto. Se instalarán siete estaciones de reabastecimiento de gas natural licuado como parte del proyecto para ensayar distintos diseños para este tipo de infraestructura.

Fuente: Diario de Puerto

El proyecto de ley de la nueva LOTT llega a las Cortes

El Consejo de Ministros aprobó el pasado mes de diciembre la remisión a las Cortes Generales del proyecto de ley por el que se modifica la Ley 16/1987 de Ordenación de los Transportes Terrestres (LOTT), cuyo objetivo es mejorar la competitividad y eficiencia empresarial en el sector.

El proyecto de ley incorpora aquellas reformas que han ido introduciendo, durante los últimos años, los reglamentos comunitarios dictados en materia de transporte, para lograr así una mayor transparencia y seguridad jurídica.

El nuevo texto normativo busca, en primer lugar, incrementar la flexibilidad a las empresas para poder operar. Con la modificación prevista será posible realizar todo tipo de actividades relacionadas con el transporte con una única autorización.

La reforma hará que se aumente el número de datos que las empresas deberán inscribir obligatoriamente y se establece que determinada información será pública para los interesados que deseen consultarla.

Fuente: Cuadernos de Logística





Crece la práctica del showrooming

Según un estudio de la agencia británica Foolproof, cerca de la mitad de las ventas perdidas por no finalización de compras en las tiendas fueron provocadas por usuarios que practicaron showrooming, tendencia por la que los consumidores cuando visitan una tienda física, comprueban online el producto que quieren adquirir para ver si pueden conseguirlo en otro lugar a mejor precio.

La investigación realizada a compradores británicos, muestra como una cuarta parte de los compradores en Reino Unido utilizó su teléfono móvil para comparar precios en las tiendas durante las pasadas navidades. A diferencia de otros estudios recientes sobre esta nueva tendencia, Foolproof recopiló datos sobre la actuación de los consumidores, una vez comprobaron los precios, en donde un 40 por ciento afirmó haber comprado el producto que querían en otra tienda, como resultado directo del showrooming.

Fuente: [ecommercenews](#)



Google+ supera los 100 millones

La red social ha crecido un 60,9 por ciento con respecto a 2011. El gigante de los buscadores ha visto como Google + ha alcanzado la significativa cifra de 100 millones de usuarios únicos al mes, según publicó el portal estadounidense comScore.

A pesar de todo, los datos chocan con los ofrecidos por Google que afirmaba contar con más de 500 millones de miembros en su red social y al menos 135 millones de visitas de usuarios únicos al mes. La diferencia entre los datos oficiales y los aportados por el portal de marketing podrían radicar en lo que cada empresa entiende por el concepto de usuario único. Pese a la expansión del uso de la red social en la web, la plataforma tiene aún una asignatura pendiente en lo que a implantación móvil se refiere, donde está en clara desventaja con otras redes sociales.

Fuente: [The e-magazine](#)



El eCommerce en España crece un 20 por ciento

El comercio electrónico es uno de los pocos sectores de la economía española en fase de crecimiento. Al menos eso es lo que se puede pensar si atendemos a los datos del último estudio llevado a cabo por LivePartners en el que se asegura que el comercio electrónico creció, durante 2012, un 20 por ciento en España y alcanzó una facturación de 12.000 millones de euros.

Por sectores, es el turismo el que tira del eCommerce en España al llevarse el 32 por ciento del total de la facturación online. Por detrás, y según este estudio, se sitúa el sector de contenidos para adultos y el dating online, con un 30 por ciento y el de juegos online con un 19 por ciento.

El estudio afirma que, de cara a 2013, la actividad comercial a través de Internet en España experimentará un avance del 25 por ciento. Sin duda, muy buenas noticias.

Fuente: [networkworld.es](#)



Integración informática de plataformas eCommerce

La solución más atractiva para tiendas online

Los negocios online captados por TIPS@ disponen de una solución para integrar su módulo de comercio electrónico con el de transporte, que se ofrece en las plataformas Magento, Prestashop y osCommerce. De una manera sencilla y eficaz y en muy poco tiempo, cualquier tienda virtual que opere bajo una de estas tres plataformas, tendrá instalado un módulo para gestionar sus envíos. Y para aquellos cuya plataforma no sea una de las tres mencionadas, se realizarán desarrollos adaptados.

La mayoría de eCommerce de tamaño pequeño y medio, están desarrollados sobre plataformas Magento, Prestashop u osCommerce. Los módulos gratuitos de eTIPSA permiten que la tienda online se comunique con TIPS@ y transmita la información necesaria para gestionar el envío, simplificando el trabajo y reduciendo la posibilidad de errores. La oferta sin coste de estos módulos para clientes online supone una importante ventaja competitiva frente a otras compañías del sector.

Además, debe tenerse en cuenta que si nos encontramos con un cliente, que por tener una dimensión muy pequeña, no tiene su tienda virtual desarrollada sobre una de estas plataformas, puede trabajar manualmente y de manera sencilla desde www.tip-sa.net.

En el caso contrario, grandes tiendas online con una programación específica o que trabajen con otra plataforma, nuestro departamento de sistemas puede crear una solución *ad hoc* válida para su integración.

Los asesores comerciales de la red TIPS@ disponen, como herramienta de venta, de tiendas de prueba sobre cada una de las plataformas, para que el cliente que posea un comercio online, desarrollado sobre alguna de ellas, pueda comprobar cómo funcionaría la integración de las mismas implementando los módulos proporcionados por TIPS@.

En un site exclusivo creado para las pruebas, se han diseñado tres páginas en las que se puede ver cómo funciona cada una de ellas en función de la plataforma bajo la que esté construido el comercio electrónico del cliente. En este mismo site están cargados tres vídeos demostrativos para que el usuario conozca el funcionamiento del backoffice de la tienda virtual, como gestionar y administrar el módulo de transportes instalado en función de la plataforma elegida, gestión de pedidos, estadísticas, productos, categorías, fórmulas de pago, envíos y seguimiento de los mismos...



Ejemplo panel de control bajo plataforma Magento



Zúrich

Cultura, naturaleza y ocio

Motor financiero y centro cultural de Suiza, la ciudad, próxima a los Alpes, es destino obligado del turista de nieve, pero es mucho más que eso... Elegida en dos ocasiones como la ciudad con mayor calidad de vida del mundo, el visitante podrá disfrutar de la naturaleza y de una agradable mezcla de historia y vanguardia.



Vista de la ciudad.

Zúrich es el centro cultural de Suiza, la ciudad está salpicada de tesoros monumentales que dibujan la silueta de la urbe: la iglesia Grossmünster y su torre, la iglesia Fraumünster y sus vidrieras de fama mundial obra del artista francés de origen bielorruso Marc Chagall. Otra atracción turística de primer orden es el Schipfe, uno de los barrios más antiguos de la ciudad, así como la iglesia St. Peter, mezcla de estilos románico y gótico y con uno de los relojes murales más grandes del mundo. Zúrich es una metrópoli en constante evolución, los barrios antiguos se han llenado de vida y conjugan cultura, gastronomía, shopping y vanguardistas alojamientos de estética industrial. En Zúrich - West, las antiguas naves del as-

tillero, el llamado Schiffbau, se han convertido en centro cultural, restaurantes, bares y clubes de jazz. Esta zona de la ciudad es de gran atractivo, por la espectacularidad de su arquitectura y por su rica oferta cultural. Gran interés despierta también en el visitante el Museo Nacional Suizo, en las inmediaciones de la Estación Central, uno de los más de 50 museos de la ciudad. Las torres del edificio, de más de cien años, recuerdan a las de los castillos de los cuentos de hadas. En su patio interior se celebran numerosos eventos culturales y conciertos. Para los más aficionados al arte, destaca el Kunsthaus Zúrich, con lienzos desde el siglo 15 hasta el contemporáneo y el Museo Rietberg con un espectacular pabellón de cristal y una importante colección de arte extraeu-

ropeo. Además la ciudad está llena de galerías y prestigiosas casas de subastas.

La noche en Zúrich

La ciudad tiene la vida nocturna más activa de Suiza, con el mayor número de clubes, desde el legendario Kaufleuten, pasando por el mejor sonido de los 80 en el Mascotte, la discoteca más antigua de Zúrich, hasta la escena alternativa alrededor de la Rote Fabrik.

Y para después de una noche de celebración, dependiendo de la época en la que se visite la población, que mejor que pasar por alguna de las zonas de baño que abundan en la localidad, tanto en el río como en el lago. Al caer la noche tornan en bonitos lounges con programas culturales, excelente lugar de encuentro.

En abril se inaugura la estación cálida del año con el Sechseläuten, fiesta tradicional con jinetes ataviados con trajes históricos, el simbólico muñeco de nieve que ahuyenta el invierno, "Der Böögg", y muchas flores para ambientar esta entrañable fiesta de primavera.

Y para los que estén en verano por la zona, los eventos más destacados en la ciudad son la Street Parade, colorida fiesta temática de música tecno y house, y el Festival de Teatro, una combinación única de ópera, danza y teatro.

Una ciudad para ir de compras

Desde el lujo de marcas internacionales y comercios con tradición, hasta marcas urbanas. Ir de compras por Zúrich inspira tanto a amantes de lo exclusivo como a seguidores de las últimas tendencias.

Hace 150 años se construyó en el foso defensivo de la ciudad, la calle Bahnhofstrasse, que conecta la estación con el lago de Zúrich, y en la que se sitúan exclusivos centros comerciales, boutiques de marcas de moda y joyerías exclusivas.

En el casco antiguo, a orillas del río Limmat se conjuga tendencia con tradición, por un lado artesanos, anticuarios, librerías, y por otro, tiendas de última tendencia y peluquerías de moda.

La ciudad tiene la vida nocturna más activa de Suiza, con un gran número de locales para todos los gustos

En los antiguos barrios industriales de Zúrich - West y Aussersihl, las creaciones de jóvenes diseñadores causan furor con sus marcas de estilo urbano. En los arcos del antiguo viaducto, tiendas, restaurantes y talleres que invitan a pasar un buen rato.

Y para los amantes del buen comer, en Zúrich se pueden vivir exquisitas experiencias culinarias, con una variada oferta: restaurantes para gourmets, cocina tradicional de la zona, locales de moda, gastronomía en la naturaleza, etc.

Algunos locales de los gremios de artesanos que entre los siglos XIV y XVIII poblaban Zúrich, son hoy restaurantes famosos por sus especialidades típicas: fondue de queso, raclette o rösti. Hacer un *brunch* en fin de semana en Zúrich es toda una tradición. Los sábados y domingos numerosos cafés y bares con encanto ofrecen cartas variadas de *brunch*.

Urbe verde

En Zúrich la naturaleza se puede disfrutar en plena ciudad y en diversas zonas de los alrededores. Desde numerosos parques y jardines, pasando por oasis idílicos como el mirador Lindenhof y el barrio de los artesanos Schipfe, hasta paseos en los barcos del río Limmat y del lago.



Estación Central de Zúrich.

A escasos 10 minutos de la ciudad se puede llegar a zonas de bosque, con río y lago tan cerca, es habitual ver a los zuriqueses practicar deporte al aire libre. El camino alrededor del lago ofrece 124 kilómetros de bosques, colinas y valles con varios puntos de interés turístico. En un paseo por la zona no es extraño avistar ciervos, ardillas y zorros, sobre todo en la zona del bosque natural Langenberg. El monte Uetliberg es un mirador natural con vista panorámica sobre la ciudad y la región hasta las nevadas cumbres de los Alpes. También merece la pena una excursión hasta las cascadas del Rin, las más grandes de Europa.

Cuando nieva, el camino hacia el Uetliberg se convierte en pista para trineos, mientras que en el interior de la ciudad abundan las pistas de patinaje.

Los alrededores


Y más allá de la ciudad, la región de Zúrich ofrece zonas de indudable valor para ser visitadas, entre ellas:

Baden, los romanos ya estuvieron allí, después llegaron Goethe, Nietzsche y Dürrenmatt. Ciudad popular por sus baños termales, gracias a las 18 fuentes de las que emana agua a 47 gra-

dos. La ciudad ofrece, además de sus relajantes centros wellness, festivales culturales, teatros y su famoso Gran Casino.

Winterthur tiene 16 museos ubicados en parques de ensueño. De renombre internacional son las colecciones de Oskar Reinhart, la Villa Flora y el Kunstmuseum. Gracias al Museo de Fotografía y a la Fundación de Fotografía Suiza, la ciudad es considerada como centro europeo de fotografía. En la pintoresca zona peatonal del casco histórico es donde late el corazón de la ciudad: tiendas, restaurantes, mercados y festivales junto a sus históricos muros.

Zug es una pequeña ciudad de acogedor carácter. En su centro histórico castillos, magníficas casas burguesas y el símbolo de la ciudad, la torre Zytturm. Las grutas Höllgrotten son las cuevas de estalactitas más impresionantes de Suiza y lugar de peregrinaje para excursionistas.

Y para finalizar hacemos mención a los alrededores del **Lago Zúrich**, paraíso natural para amantes del deporte al aire libre. Visita recomendada a la ciudad medieval de Rapperswil, con su castillo y el puente de madera más largo de Suiza. 



Motor

El primer híbrido popular de Volkswagen será el Jetta Hybrid, que se postula como alternativa sofisticada al Toyota Prius, el híbrido más conocido del mercado.

El nuevo modelo del fabricante alemán saldrá a la venta el próximo mes de abril y aunque aún no se ha comunicado el precio, se estima que rondará los 31.000 euros.

Combina el motor 1.4 TSi turbo de gasolina de 150 CV con otro eléctrico de 27 CV. Y ofrece una potencia conjunta de 170 CV frente a los 136 del Prius. Además incluye cambio automático DSG de siete velocidades, que debería aportar un funcionamiento más agradable en carretera que la caja automática del Prius. A cambio el modelo japonés gasta menos: 3,9 litros de media.

Fuente: elpais.com

Salud

Los estadounidenses tienen peor salud que los habitantes del resto de "países ricos", fallecen más pronto y padecen mayor número de enfermedades, pese a que su gasto en salud per cápita es mayor, según un estudio recientemente publicado por el National Research Council and Institute of Medicine.

Esta desventaja en materia de salud se constata en todas las franjas de edad, desde el nacimiento hasta los 75 años. Incluso los estadounidenses con un modo de vida más saludable y que disponen de seguro médico, parecen caer más veces enfermos que sus pares en otras naciones ricas.

"Los resultados de la investigación nos han sorprendido", manifestó el doctor Steven Woolf, responsable del informe.

Fuente: teinteresa.es

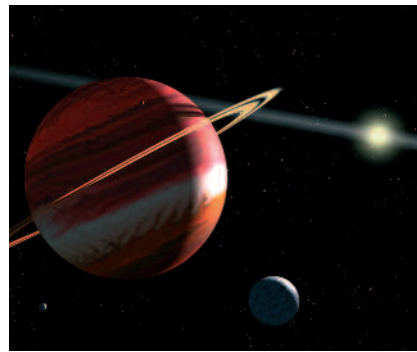


Astronomía

Si 2012 fue un año importante en la búsqueda de planetas fuera del sistema solar, el que se presenta puede ser aún mejor. Los responsables de la sonda Kepler de la NASA han anunciado el hallazgo de 461 nuevos candidatos. Cuatro de ellos son inferiores al doble del tamaño de la tierra y orbitan una estrella en "zona habitable", la distancia adecuada para albergar agua líquida sobre su superficie.

Basados en las observaciones realizadas desde mayo de 2009 a marzo de 2011, los resultados muestran un aumento constante en el número de los candidatos a planetas de menor tamaño y en el número de estrellas.

Fuente: analitica.com



Tecnología

Apple proyecta vender una versión más pequeña y más barata del iPhone a lo largo de este año, dentro de los planes de expandir su mercado en los países en vías de desarrollo.

Apple está sopesando precios de venta al por menor de entre 99 y 149 dólares para este terminal que saldría al mercado a finales de 2013. La compañía ha mantenido ya conversaciones con los principales operadores móviles de EE.UU. Al parecer el nuevo iPhone estaría fabricado con componentes menos costosos, como una cubierta de policarbonato plástico.

Detrás de esta iniciativa también está la necesidad de hacer frente a la creciente competencia de otros fabricantes, como Samsung.

Fuente: elpais.es



Negocios

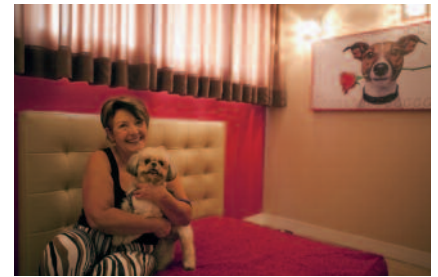
El Animalle Mundo Pet Motel es un peculiar motel que se encuentra ubicado en la ciudad de Belo Horizonte, Brasil. Como de su propio nombre se puede deducir se trata de un motel para perros.

La inversión para montar este establecimiento hotelero, que cuenta con 60 empleados, fue superior a un millón de dólares y está regentado por dos hermanos brasileños.

El motel se ubica en un edificio de ocho plantas de altura y el objetivo es que los animales puedan disfrutar de diferentes actividades durante su estancia.

Habíamos oído hablar de residencias caninas e incluso de peluquerías para perros, pero este motel es un paso más en los servicios ofrecidos al mejor amigo del hombre.

Fuente: analitica.com



Tecnología

En la feria CES que se ha celebrado recientemente en Las Vegas es normal encontrar gadget de lo más curioso y este año no ha podido ser menos.

El HAPIfork es un tenedor electrónico que permite monitorear los hábitos alimenticios. A su vez, el dispositivo posee un indicador LED que advierte si el usuario come demasiado deprisa, y sincroniza vía USB o Bluetooth toda la información sobre la cantidad de porciones ingeridas y el tiempo que duró la comida, entre otros datos.

Fuente: lanacion.com

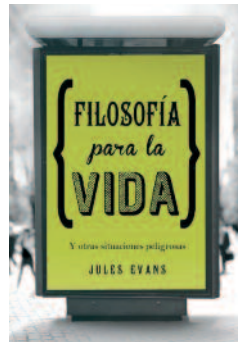


Libros



El testigo invisible
Carmen Posadas
Planeta

Leonid Sednev, deshollinador imperial y más tarde pinche de cocina, tenía quince años la noche del 17 de julio de 1918, cuando un grupo de militares de la revolución bolchevique asesinó brutalmente a la familia Imperial rusa. Leonid fue el único superviviente y testigo invisible de la tragedia. Mucho tiempo después un Leonid ya anciano decide recomponer sus recuerdos y comienza este relato desde los ojos del sirviente de la familia imperial.



Filosofía para la vida
Jules Evans
Grijalbo

Filosofía para la vida nos invita a asistir a una escuela ideal con un revolucionario profesorado formado por doce grandes filósofos de todos los tiempos. Cada lección nos muestra una técnica que, además de ser muy práctica, viene acompañada de extraordinarias historias de gente corriente que las aplican en su día a día... Cuando la filosofía le ayudó a superar varias depresiones, Jules Evans quedó fascinado al comprobar que algunas ideas de hace hasta 2.000 años todavía nos pueden ser útiles.

Cine



La trama
Allen Hughes
Mark Wahlberg, Russell Crowe, Catherine Z. Jones
Estreno: 15/02/2013

Después de abandonar la Policía, Billy Taggart (Mark Wahlberg) trabaja como detective privado. Un día un candidato a alcalde (Russell Crowe) le encarga que investigue a su mujer porque sospecha que le es infiel. Inmediatamente después de confirmar estas sospechas, el amante de la esposa del político es hallado muerto. Taggart entonces decide proseguir la investigación... Thriller protagonizado por un elenco de actores de primera fila mediática.



Si fuera fácil
Judd Apatow
Paul Rudd, Leslie Mann
Estreno: 22/02/2013

Después de años de matrimonio, Pete vive con tres mujeres, su esposa Debbie y sus dos hijas, Charlotte (Iris Apatow), de ocho años, y Sadie (Maude Apatow), de 13. Pete lucha para mantener su discográfica a flote, pero él y Debbie también deben aprender a perdonar, olvidar y disfrutar del resto de su vida... antes de que acaben matándose. Spin-off de "Lío embarazoso" comedia del año 2007. La película es un paso más en la ya conocida "factoría Apatow".

Artes escénicas



Yerma
Miguel Narros
Teatro María Guerrero
Madrid

El prestigioso dramaturgo Miguel Narros toma las riendas de esta nueva puesta en escena de la obra de Federico García Lorca con la música de Enrique Morente, y Silvia Marsó como protagonista. Yerma es una joven casada que vive en la Andalucía de los años treinta. Su único deseo es tener hijos, pero su marido, un campesino andaluz, ni puede ni quiere dárselos. Yerma es estéril pero su empeñamiento hace que todas las culpas recaigan en el pobre Juan, víctima preterminada y predestinada.



Adreça desconeguda
Lluís Homar
Villarroel Teatre
Barcelona

Visionaria, incisiva y con un final imprevisible, Adreça desconeguda se publicó por primera vez en 1938 y en poco tiempo se consideró una obra maestra. Pero, además, es un texto dramático de plena actualidad, un aviso para navegantes que vuelve a subirse a las tablas bajo la dirección de Lluís Homar. Estamos a principios de la década de los 30: el alemán Martin Schulse y el judío norteamericano Max Eisenstein separan sus destinos, pero prometen mantener su amistad por carta. El paulatino ascenso de Hitler y el Tercer Reich harán mella en su relación.

Hazte Fan de

Tips@

en facebook

www.facebook.com/redtipsa

Noticias, concursos, servicios, soluciones...

