

# Ruta Abierta

67 — Febrero 2017 - Ruta Abierta, la revista de la Red Tipsa



Hoy, como siempre, queremos decir muy alto  
NOS GUSTAN TUS ENVÍOS.



## *"Seguimos enamorados de sus envíos"*

Nos gusta pensar que 2016 ha marcado el inicio de un nuevo ciclo para la marca y lo que esta representa para la Familia TIPSA. La modernización de nuestra logomarca marcó el principio de un ambicioso plan a cinco años para la actividad comercial y de marketing de TIPSA, un plan cuyo objetivo principal es conquistar a los clientes de empresas y particulares alcanzando niveles de reconocimiento de marca acordes con la dimensión que ha alcanzado TIPSA. Somos uno de los grandes jugadores de nuestro sector pero hemos sabido mantener nuestras ganas de escuchar y adaptarnos ofreciendo un servicio de calidad a precios competitivos. No hemos perdido la pasión por lo que hacemos y queremos contárselo a todos.

En TIPSA tenemos una forma diferente, mejor, de hacer nuestro trabajo, la Fórmula TIPSA de la que tanto venimos hablando y cuyo ingrediente secreto es algo que solo nosotros podemos ofrecer y que nos hace diferentes, la ILUSIÓN, el amor por lo que hacemos. Cada día, cada uno desde vuestra delegación, contribuís a hacer que nuestra red sea la referencia del mercado en calidad y capilaridad. Esto nos hace diferentes y nos permite competir desde el valor añadido y el servicio alejándonos de las guerras de precio. Nos gustan los Envíos de nuestros clientes y necesitamos que todo el mundo se entere.

Este año ponemos en marcha un ambicioso plan de marketing, comunicación y publicidad a la altura de la Red TIPSA. Vamos a "crecer" desde el punto de vista de marketing y comunicación y queremos que todos participéis. La idea es facilitar la actividad comercial para una marca querida, preferida y que es garantía de calidad.

Una marca que dice mucho de nosotros y de nuestros servicios. Necesitamos seguir demostrando, cada día, a los clientes actuales y a los nuevos, a los clientes pequeños y los grandes, al mercado on-line y los negocios tradicionales, a nuestros vecinos y a nuestros equipos... que SEGUIMOS ENAMORADOS DE SUS ENVÍOS.

Marketing TIPSA

# TIPSA EN NÚMEROS

FUENTE\_ TIPSA



# TIPSA FOCUS

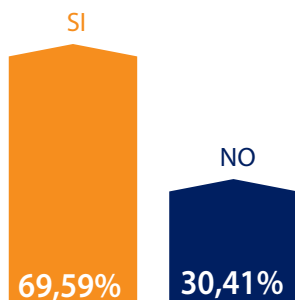
## DATOS QUE TODO eCOMERCIANTE DEBE SABER SOBRE LOS HÁBITOS DE COMPRA ON-LINE

FUENTE\_ Il estudio deConfianza Online & Showpive, realizado a una muestra representativa de 770 españoles en el mes de septiembre de 2016 mediante el método CAWI.

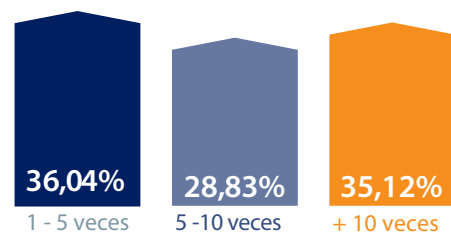
Si pintamos una circunferencia imaginaria alrededor de nuestra delegación nos sorprenderemos de la cantidad de pequeños y medianos comerciantes cuyas ventas on-line están en fuerte expansión. Porque ser la Red de referencia en cuanto a calidad y adaptabilidad se refiere no es suficiente, TIPSA FOCUS te presenta los datos que todo comerciante debe conocer para complementar tu argumentación comercial.

Hemos extractado los datos más relevantes de los principales informes y estudios sobre el comercio on-line.

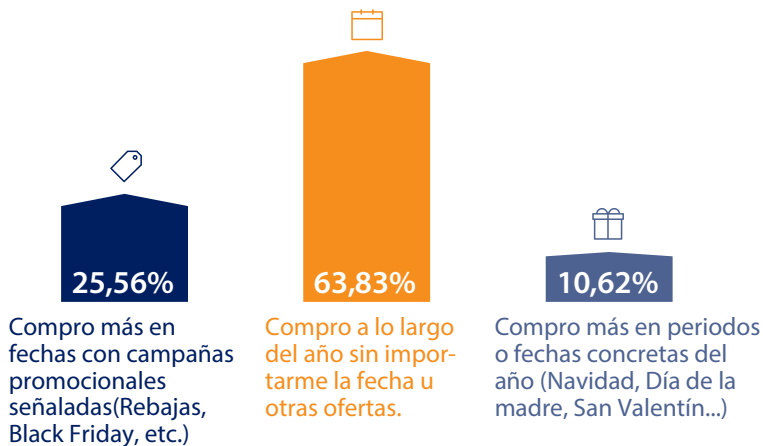
¿Has comprado más online que el año anterior?



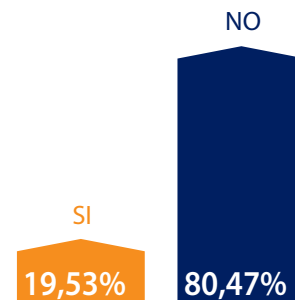
¿Con qué frecuencia has comprado online en el último año?



¿En qué momento del año sueles comprar más online?



¿Has tenido alguna incidencia comprando online en el último año?

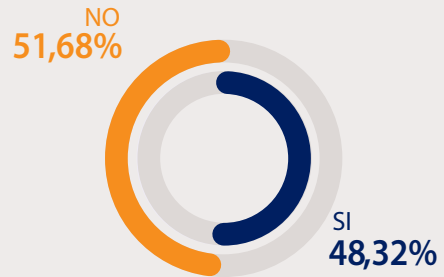


Nuestra intervención en la cadena de valor del nuevo comercio es estratégica

¿Cuál ha sido el principal motivo de esta incidencia?



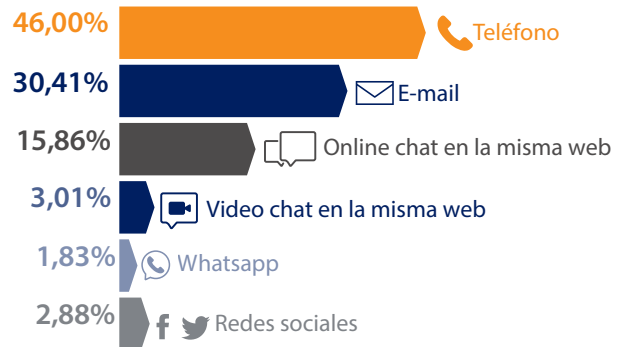
En la web donde has tenido la incidencia ¿has repetido compra posteriormente?



¿Qué servicios has utilizado para intentar resolver la incidencia?



¿Qué canal de atención al cliente te genera más confianza?



¿Qué medio de pago te ofrece mayor confianza?



¿Qué aspecto tienes en cuenta a la hora de comprar online?



# ECOMMERCE Y CRECIMIENTO SOSTENIBLE

OPINA\_ PEDRO ARRIETA, Director Regional TIPSA NORTE



En todos los ámbitos de nuestra vida el concepto crecimiento sostenible es uno de los objetivos que deben dirigir nuestros proyectos. Alcanzar nuestras metas y superar todos los obstáculos que a lo largo de nuestra vida se nos presenten, debemos afrontarlo de forma proporcional y coherente. Utilizar nuestros recursos y emplear nuestro esfuerzo en estas metas tiene que estar presidido por la lógica en su cuantía, aportando con suficiencia, lo necesario para estos logros.

Nuestro sector de la mensajería debe estar también dirigido por esta máxima, crecimiento sostenible, empleando el ingenio y el talento para aportar soluciones a la gran demanda actual de nuestra sociedad. Y es aquí donde aparece una de las grandes metas que nuestro sector está obligado a superar, la venta on-line.

No fue difícil augurar la importancia de este mercado y lo que podría suponer para las compañías de mensajería. Los volúmenes que se barajaban atendiendo a la demanda que en otros países más adelantados que el nuestro en la venta on-line estaban experimentando, como era el caso de Estados Unidos, suponía presagiar una tarta de innumerables porciones que el mercado de la mensajería iba a disfrutar si se adaptaba rápida y pertinentemente.

Dos son las preguntas que no se han tenido en cuenta por algunas compañías de nuestro sector, **¿a costa de qué? y ¿a costa de quién?**

Las grandes Compañías de e-commerce han supuesto un revulsivo para nuestro sector en tiempos de crisis, sus volúmenes tan importantes supusieron el poder mantener los movimientos logísticos del sector. Pero, ¿a cambio de qué?. A cambio de un precio y unas exigencias de calidad inconexas entre sí. Pero lo más grave es la consideración de la segunda pregunta, ¿a cambio de quién?, a cambio del recurso más importante que tienen las compañías de nuestro sector, sus delegados.

Pequeñas empresas, compuestas de hombres y mujeres, hacen que día a día la rueda de la logística no pare y se hagan realiza-

bles todos los compromisos que se adquieren con los clientes. Estas empresas requieren de recursos para hacer lo más difícil, conseguir llegar al último rincón de nuestro país y cumplir con las exigencias de los productos de transporte que vendemos. Estas empresas están en continua adaptación por la presión del mercado a las exigencias del mismo. Las personas que trabajan en ellas son expertos en la logística de sus zonas, competentes comerciales que consiguen sus objetivos en un mercado maduro y de altísima presión comercial, avezados informáticos que han adquirido conocimientos en la gestión logística con programas concretos, en definitiva, verdaderos héroes del día a día.

Nuestra Compañía, Tipsa, tiene muy presente la importancia del crecimiento sostenible, pero un crecimiento lógico, más aún, un crecimiento logístico, donde se aúnen los objetivos de este crecimiento con la aportación de los recursos suficientes que lo hagan realizable. Es por esto que una de las frases que más han impactado en mi carrera profesional ha sido la respuesta a una gran compañía de e-commerce **“no se puede hacer a ese precio, no puedo vivir de mis delegados”**. Esta política seguro que es la acertada y debe de conocerse por todos los que conformamos Tipsa. Estas políticas nos aseguran que las cosas hay que hacerlas bien, pero a base de esfuerzo, sin dejarnos llevar por cantos de sirena que en un futuro próximo hagan peligrar el trabajo realizado durante muchos años por un gran grupo de profesionales de este sector.

Como colofón a este artículo, donde hay que tener presente que debemos velar por un crecimiento sostenible, podemos extraer una idea mucho más importante que el propio crecimiento. La adaptación a las nuevas realidades es obligatoria si no queremos quedarnos fuera, pero también hay otras posibilidades muy rentables, aunque su adaptación a corto plazo requiera inversión como es el sector **Farma**.

Y aunque a veces no lo parezca, estas decisiones son tomadas pensando en toda la red, en todos los delegados. En esta Compañía desde luego que Nos gustan tus envíos, pero aún más **Nos gustan nuestros delegados**.



## DÍA A DÍA — FACE TO FACE

OPINA \_ PEDRO PUIG, Director Regional TIPSA ARAGÓN

## DÍA A DÍA

de 08:00 a 14:00

## RECEPCIÓN DE MERCANCIA

- Dar lectura a todos los bultos recibidos con especial atención a los envíos 10 H, Farma 11 y Valijas.
- Asignar envíos y recogidas.
- Imprimir la documentación del conductor:
  - Hojas de ruta (comprobar 10 H, Farma 11, Valijas, Reem bolsos, diferencia de bultos, etc).
  - Recogidas.
  - Albaranes de repercusión económica.
  - Albaranes de clientes especiales.
- Entregar el Datalogger al conductor.
- Introducción en el sistema informático antes de las 10:00h de las faltas de expedición, faltan bultos, mal canalizados y envíos deteriorados.\*
- Teclear en destino los envíos no manifestados.

\*Todo aquel envío que este en tránsito después de las 10:00 será sancionado según IMO

## ENVÍOS 10H

- Entrega antes de las 10:00 h.
- Confirmación de entregas y comunicación de incidencias antes de las 11:00 h. (según lo establecido en el Manual Operativo).\*
- Los conductores con dispositivo móvil tienen que confirmar y comunicar antes de las 10:00 h.\*

## ENVÍOS FARMA 11

- Entrega en hospitales, farmacias... antes de las 11:00 h.
- Confirmación de entregas y comunicación de incidencias antes de las 12:00 h. (según lo establecido en el Manual Operativo).\*
- Los conductores con dispositivo móvil tienen que confirmar y comunicar antes de las 11:00 h.\*

## ADMINISTRACIÓN

- Gestión reembolsos, portes debidos, cobros por cuenta cliente, etc. Declararlo en el sistema informático e ingresar el dinero en el banco.\*
- Control envíos clientes propios.
- Control cargos extraordinarios y adicionales.
- Control de la limpieza de la delegación.

## FACTURACIÓN

- Importación de pesos (Volpes).
- Importación cargos clientes.
- Valoración de envíos.

## ENVÍOS 14H

- Entrega antes de las 14 h. en punto cero.
- Comunicar incidencias en el punto cero antes de las 15:00h.\*
- Los conductores con dispositivo móvil tienen que confirmar y comunicar antes de las 14:00 h.\*
- Incidencias en el resto de poblaciones antes de las 18:00 h.\*

## "S.E.R.I. 30"

CONTROLES VARIOS  
Lectura cada 30 minutos:

- Servicios Especiales
- Solicitud de Recogidas
- Incidencias Pendientes

PORTES DEBIDOS/  
INGRESOS/ REEMBOLSO/  
O COBRO POR CUENTA CLIENTESDiarjamente se ingresan los importes  
recaudados el día anterior.

de 16:00 a 20:00

## INFORMACIÓN DE RECOGIDAS

- Las recogidas deben llevar el envío asociado o estado de incidencia.
- Todas las recogidas NTM o realizadas deben tener grabado el POD (Sello o Firma y DNI).\*
- Digitalizar el 100% de los albaranes de las recogidas.\*

## CONTROL DE CONDUCTORES

- Verificación de todas las recogidas asignadas, deben estar realizadas o en incidencia, el albarán debe llevar nº de bultos, sello o firma y DNI.
- Verificar que todos los albaranes tienen su POD de forma correcta.
- Verificar que tenemos todos los bultos de las incidencias.
- Verificar que los retornos y acuses de recibo tienen su correspondiente pegatina de código de barras o nº de envío y generar los envíos de vuelta.
- Controlar los cobros realizados: reembolsos, portes debidos y cobro por cuenta cliente, etc.
- Recepción para su posterior descarga de los Dataloggers de vehículos.
- Controlar la documentación, uniformidad, limpieza y estado de los vehículos.

## CIERRE DEL DÍA

- Todos los envíos deben estar entregados o en incidencia.
- Solo los envíos Economy o MV que no hayan sobrepasado los días de entrega pueden quedar en reparto.
  - Cambiar la fecha de reparto de los de POD en el sistema informático.\*
- Controlar la correcta grabación de los de POD en el sistema informático.\*
- Digitalizar el 100% de las entregas.\*
- Escanear el 100% de los acuses de recibo.\*
- Descargar los Dataloggers de vehículos y delegación.\*
- Recanalizar los envíos mal canalizados.\*

## TRAZABILIDAD DE SALIDA

- 100% lectura de salida de todos los envíos emitidos en el día, tanto propios como a cargo de otras agencias.\*
- Manifestar los envíos del TipsaFac en el DinaPaq.

\*Su incumplimiento se sancionará según IMO



Nos gustan tus envíos

902 10 10 47 [www.tip-sa.com](http://www.tip-sa.com)

Como humanos, somos animales de costumbre, si pero, en nuestro trabajo, el Día a Día, se convierte en igual, siendo diferente.

Esto quiere decir, que tenemos una parte – muy importante – de teoría, de sistemática, a cumplir “Día a Día” y otra de “Cara a Cara” a satisfacer.

Todos sabemos que somos una gran Empresa de Servicios y vivimos para el Cliente, pero no debemos olvidarnos que también hay veces en nuestra vida que estamos en el otro lado y observamos carencias, aptitudes y actitudes que enjuiciamos y que nos llevan a pensar “... no me puedo relajar, tengo que revisar en profundidad cuál es la actuación de mi gente por si he de cambiar, rectificar, potenciar, etc...”.

Bien, pues no sólo somos cada uno de nosotros quienes tengamos pensamientos de mejorar, para avanzar, sino que hay un equipo detrás de nosotros de personas especializadas en prever establecer procesos y mejoras, que han elaborado y ponen a nuestra disposición, mediante una magnífica presentación, la Teoría del desarrollo del –Día a Día.

Que lo conocemos, que lo sabemos, que somos profesionales....nadie lo duda. ¿Porqué se ha hecho? Porque nuestro trabajo, requiere una concentración máxima y no cabe error alguno, cuando estamos llevando en nuestras manos, soluciones e ilusiones - para cada cliente, su mercancía es la más necesaria e imprescindible. Por eso, para nosotros, cumplir la teoría ajustándonos al cien por cien de lo establecido, es la máxima calidad, el camino más fácil y a lo que nos dedicamos.

INVITO a todos mis compañeros de la Red TIPSA, a publicar y difundir entre todas las personas de su agencia esta teoría cronológica que nos han presentado, teniendo la total seguridad que nos ayudará a mejorar, a la par que nos ayudará a potenciar y gestionar en tiempo real nuestras tareas.

No me olvido del Cara a Cara, esto lo hacen cada día mejor nuestro personal en el trato directo con el cliente. Sea en el reparto, sea presencial o sea a través de una línea telefónica.

Me ilusiona mi trabajo, tanto como a vosotros, por eso, estoy seguro que estas líneas, estarán igual en vuestro pensamiento y una vez más remamos en equipo para ganar siempre.

Seguimos enamorados de tus envíos — 7

# ENGAGEMENT, O CÓMO ESTABLECER VÍNCULOS INQUEBRANTABLES CON EL CLIENTE

FUENTE \_ TIPSA



Traducciones de engagement = compromiso

sustantivo

el Compromiso  
 la Cita  
 el Contrato  
 la Contratación  
 la Acción  
 el Noviazgo  
 la Obligación  
 los Deberes

## ¿QUÉ ES ENGAGEMENT?

El *engagement* es el grado en el que un cliente interactúa con la marca. El compromiso entre la marca y el cliente.

## ¿TE CONFORMAS CON ESTA DEFINICIÓN?

No lo hagas, porque el *engagement* es mucho más que esto. Es un conjunto de cosas, un espacio en el que se mezclan implicación, interacción, vínculo emocional, entusiasmo, conexión, fidelidad y, también, compromiso. Es necesario medir y aumentar el amor del cliente hacia lo que haces en su favor.

“En definitiva, el *engagement* es eso a lo que todos aspiramos; que el cliente desee nuestro servicio y se mantenga fiel a nosotros. Es la forma TIPSA de entender la relación con el cliente...”

## ¿CÓMO SE CONSIGUE?

Estableciendo una relación estable, duradera y profunda con el cliente ya sea aportando un valor diferencial, interactuando con el mismo, dándole un trato especial...

Tenemos que escucharlo, observarlo, establecer una conversación con él, situando en nuestro punto de mira al cliente. Debemos hacer que busque la interacción y quiera repetirla generando esa vinculación emocional hacia nuestro servicio gracias a nuestras buenas prácticas.



# Te explicamos cual es el ingrediente secreto para conseguir ese *engagement*.

## CONOCE A TU CLIENTE



En primer lugar es importante que conozcas quiénes son tus clientes actuales y también potenciales. Saber qué buscan y qué necesitan, te permitirá crear un servicio dirigido a satisfacer esas necesidades.

## CREA UNA BASE DE DATOS



Con el correo, teléfonos, fechas importantes y todos los detalles que te permitan estar un paso adelante en la satisfacción de esas necesidades.

## SÉ EFICIENTE



Ofrece soluciones claras, rápidas y efectivas para cualquier inquietud o problema que presente tu cliente.

## CADA CLIENTE ES ÚNICO



Es importante que atendamos a nuestros clientes de acuerdo a sus particularidades. El plan de acción deberá estar diseñado atendiendo a esta individualidad, haciéndole saber que es importante para nosotros su lealtad y que nuestros servicios se adaptan a sus necesidades.

## INTERACTÚA



Es importante establecer una relación con los clientes y este debe hacerse a través de un contacto constante. Mantenlo informado de los nuevos servicios, ofrece innovaciones y también pregunta si se encuentra satisfecho, si necesita algo más. Es importante que el cliente se sienta escuchado y atendido.

## INNOVA



Ofrece siempre nuevas herramientas, nuevas soluciones. Hazle saber a tus clientes que tienes una empresa dinámica que se adapta a los cambios.

## SATISFACE SUS EMOCIONES



Es importante crear una relación emocional con nuestros clientes. No sólo vale atender a sus necesidades, lo que le dará un plus a nuestra empresa es descubrir cómo ofrecer un beneficio emocional a nuestros clientes.

## AGRADECE



Muéstrale a tu cliente que te sientes agradecido por su lealtad y su preferencia frente a la competencia, esto afianzará su confianza.

## SÉ EXCELENTE



La última de las recomendaciones para enamorar a nuestros clientes, es una de las más importantes y está en la base de toda empresa que se quiera establecer en un mercado y no es otra cosa que la calidad del servicio que se ofrece. Tu cliente debe saber que ninguna otra empresa podrá prestarle un servicio que se ajuste a sus necesidades y expectativas, la calidad demuestra lo mucho que conocemos sus necesidades, demuestra que lo escuchamos y nos adaptamos a lo que él espera de nosotros.



twitter— #Seguimosenamoradosdetusenvios

### TE INVITAMOS AL CINE!!!

Sólo tienes que opinar en redes sociales acerca de uno de los temas de Ruta abierta con el hashtag que proponemos y ser el favorito de la red.

@TIPSA\_red

“CONCLUSIÓN. Conseguir mejorar el *engagement* no es misión imposible. Pasa ineludiblemente por pensar en el cliente de verdad y sin condiciones, aportar valor a la relación con un servicio de calidad a un precio competitivo. En definitiva, que tu cliente se dé perfecta cuenta de que TE GUSTAN SUS ENVÍOS.”



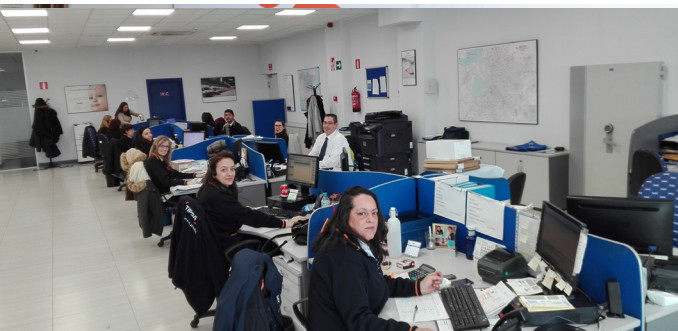
## RANKING DE CALIDAD TIPSA

### LOS QUE LO HACEN GENIAL

### LOS QUE CADA DÍA LO HACEN MEJOR

PLATAFORMA MADRID 001

TIPSA MARESME SUR 001



002 TIPSA TERRASSA

002 TIPSA AZUQUECA



TIPSA A CORUÑA 003

TIPSA SAN JUAN 003





## SOBRES SOLIDARIOS TIPSA Y MENSAJEROS DE LA PAZ



“CON EL ESFUERZO DE TODOS, LOS “SOBRES SOLIDARIOS TIPSA” HAN CONSEGUIDO RECAUDAR 20.240€ DURANTE LA CAMPAÑA DE NAVIDAD, PARA LOS PROYECTOS SOCIALES DE MENSAJEROS DE LA PAZ.....”

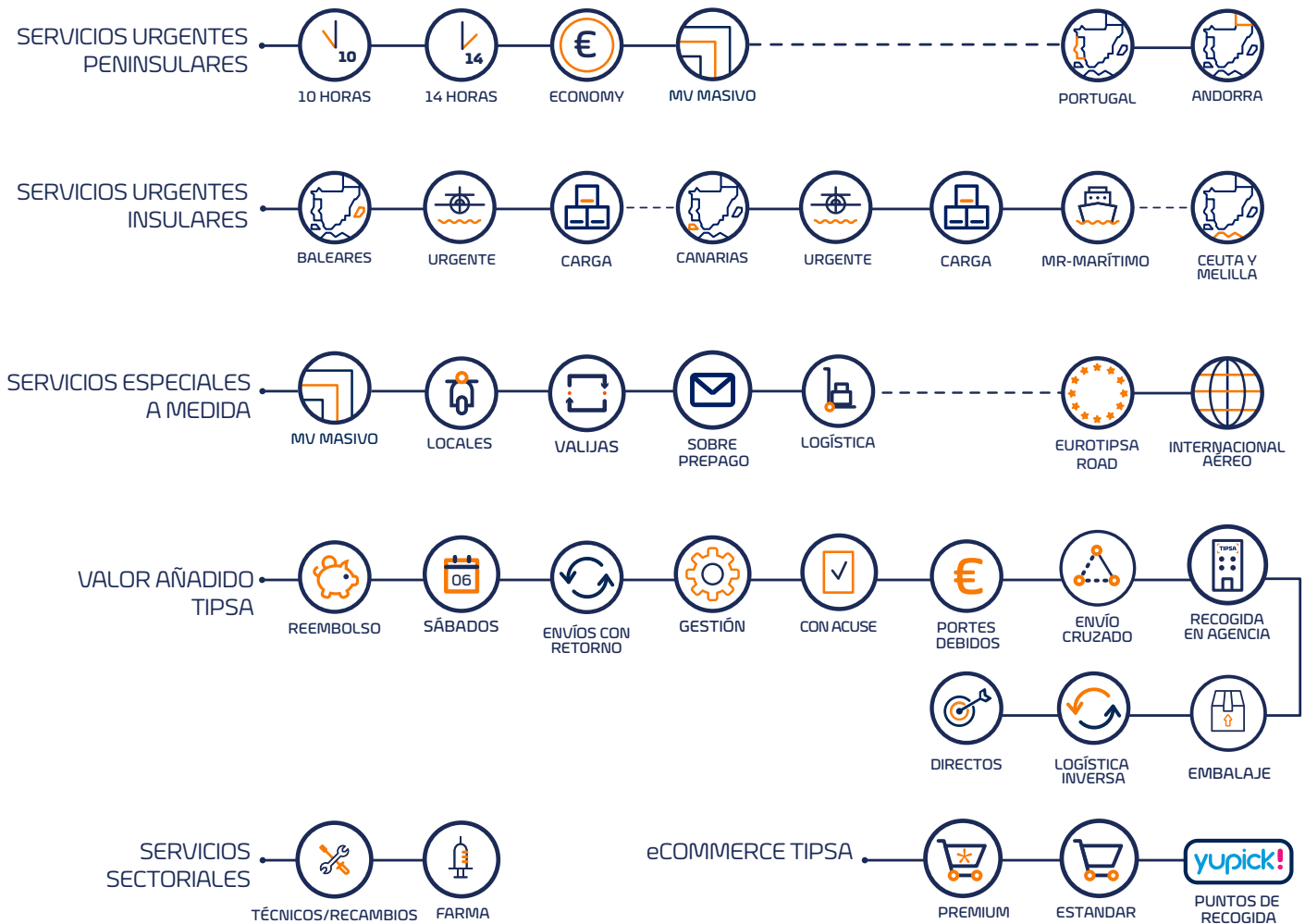
Durante las Navidades del 2016, cada vez que nuestros clientes decidían enviar con uno de nuestros sobres solidarios, se ha realizado una donación directa a Mensajeros de la Paz para apoyar al Padre Ángel en sus comedores y aulas infantiles.

Acabadas las navidades, Tipsa ha concluido con éxito su campaña de sobres solidarios, entre todos hemos consiguiendo recaudar 20.240 euros para los proyectos sociales en España (recursos anti-crisis) de la Fundación Mensajeros de la Paz, presidida por el Padre Ángel. A través de la venta de 506.000 sobres (cuyos diseños portaban dibujos de niños atendidos por Mensajeros de la Paz en su centro social familiar de Villaverde Alto).

El pasado viernes 20 de enero, la Consejera Delegada de Tipsa, Marisa Camacho, y el Presidente de Mensajeros, el Padre Ángel, se reunieron en un acto de cierre de campaña y entrega del cheque.

No es la primera vez que Tipsa trabaja en favor de la ONG del Padre Ángel, ya que en abril de 2016 donó a la Fundación una furgoneta, (además llena de alimentos), para el reparto de productos de primera necesidad que Mensajeros de la Paz realiza en su red de recursos anti-crisis (banco solidario, ropero, comedores sociales, aulas educativas y reparto de material escolar...). Desde entonces, la Fundación y Tipsa colaboran con frecuencia para “construir juntos, a través de la solidaridad y la comunicación, un tejido social más digno”, ha declarado el Padre Ángel.

## SERVICIOS TIPSA — DE UN VISTAZO



## SERVICIOS TIPSA — CON NUESTRO VALOR AÑADIDO

### TIPSA MASIVO

Servicio "llave en mano" para campañas de comerciales y de marketing, o envíos masivos. Ofrecemos un servicio experto y de máxima calidad entendiendo que con este servicio "representamos" las marcas de nuestros clientes.

Asesoramiento Logístico integral, con un equipo especializado y con gran experiencia en logística comercial (*marketing, tele-tienda y envíos promocionales...*)

### CARACTERÍSTICAS DE ESTE SERVICIO

— Distribución urgente a precios competitivos

— Recepción y preparación de envíos (*picking y packing*) - gestión on-line y off-line

— Almacenaje y gestión de stocks  
 — Gestión estadística y análisis campañas  
 — Gestión incidencias  
 — Call-Center Atención al cliente (*emisión y recepción de llamadas*)

### SOLUCIONES SECTORIALES

#### TIPSA FARMA

— Cool Chain (*frio pasivo*)  
 — Con trazabilidad integral de la temperatura  
 — Entrega urgente (*Temperatura ambiente*)  
 — Cumplen con GDP's.

### TIPSA TÉCNICOS Y RECAMBIOS

PUDO's: puntos de recogida y microalmacenaje en delegaciones.  
 — Servicios directos y operativas especiales.  
 — Servicios disponibilidad total 24/ 7/ 365.  
 — Gestión piezas y devoluciones.

### TIPSA eCOMMERCE

— Módulos de integración.  
 — Seguimiento de envíos.  
 — Logística inversa.  
 — Entrega en puntos de conveniencia.  
 — DropShipping.



## SERVICIOS TIPSA — ENTREGA URGENTE PREFERENTE

## TIPSA 10 PENINSULAR

Entrega antes de las 10 horas en capitales y principales poblaciones de la Península (con delegaciones Tipsa). Resto de poblaciones tienen un margen adicional de 1 minuto por cada kilómetro de distancia desde la agencia de reparto.



## TIPSA 10

## TIPSA 10 BALEARES

Entrega día siguiente en cabeceras de islas, antes de las 10:00.

## TIPSA 10 CANARIAS \*

Servicio válido solo para documentación. Entrega día siguiente en cabeceras de islas mayores, laborable, antes de las 10:00.

\* Sujeto a trámites aduaneros

## TIPSA 14 PENINSULAR

Entrega antes de las 14 horas en capitales y principales poblaciones de la Península (con delegaciones Tipsa). Resto de poblaciones entrega en horario de mañana o tarde, en función de ruta, con límite hasta las 20 horas.



## TIPSA 14

## TIPSA 14 CANARIAS\*

Entrega día siguiente en capitales de islas mayores, antes de las 14:00. Resto de poblaciones entrega en horario de mañana o tarde, en función de ruta, con límite hasta las 20 horas. Islas menores demora un día más.

## TIPSA 14 CEUTA Y MELILLA\*

Servicio exprés con entrega entre 24-48h.

## TIPSA 14 ANDORRA\*

Entrega urgente en 24 horas.

## TIPSA 14 PORTUGAL

Conexión diaria con Lisboa, Oporto, Faro y Coimbra. Servicio exprés con entrega entre 24h en las principales ciudades y 48h en el resto del país.

\* Sujeto a trámites aduaneros

## TIPSA 14 BALEARES

Entrega día siguiente en capitales de islas, antes de las 14:00. Resto de poblaciones entrega en horario de mañana o tarde, en función de ruta, con límite hasta las 20 horas.



## ECONOMY

## ECONOMY PENINSULAR

Servicio económico de entrega en 24 horas (máximo 48 horas) en cualquier punto del territorio nacional peninsular.

## CARGA BALEARES

Servicio exprés con entrega en 48h. El servicio para islas menores demora un día más.

## CARGA CANARIAS \*

Servicio exprés por carga aérea con entrega en 48-72h. El servicio para islas menores demora un día más.

## MARÍTIMO CANARIAS\*

Servicio exprés por carga aérea con entrega marítima con salida semanal.

\* Sujeto a trámites aduaneros

## SERVICIOS TIPSA — A TU MEDIDA

## VALIJA DIARIA

Servicio de conexión diaria entre dos destinos fijos con horarios concertados. Para clientes con varias oficinas-delegaciones y/o con intercambio diario con clientes (ej: laboratorio, prótesis dental, gestorías...).

## MULTISOBRE TIPSA

Partimos de sobres TIPSA de diversos tamaños, pero que podemos personalizar para el cliente, adaptando las entregas a sus necesidades.

## SERVICIOS DE VALOR AÑADIDO

- + Entregas los Sábados.
- + Envíos que requieran gestión.
- + Envíos con retorno.
- + Envíos con Acuse de Recibo del remitente.

## REEMBOLSOS

Servicio de entrega y gestión de cobro en todo el territorio nacional y Portugal.

## PORTES DEBIDOS

El destinatario paga los portes del envío al recibirlo.

## SOBRE PREPAGO\*

Servicio disponible solo en España Peninsular. El cliente TIPSA entrega a sus clientes o colaboradores, sobres de cartón para envíos de documentación y pequeñas muestras.

\*No admite servicios de valor añadido.



**BOLSAS**  
Medidas:  
Grande - Mediana - Pequeña  
Pack de 100 unidades

**SOBRE GRANDE**  
60 x 44,5 cm.  
Referencia: 76  
Pack de 100 unidades

**SOBRE MEDIANO**  
Medidas: 45 x 35 cm.  
Referencia: 7  
Pack de 100 unidades

**SOBRE PEQUEÑO**  
Medidas: 30,5 x 21,5 cm.  
Referencia: 77  
Pack de 100 unidades

1

3

2



TIPSA A MEDIDA

**CAJA GRANDE**  
Medidas:  
40 x 30 x 30 cm.  
Referencia: 32  
Pack de 10 unidades

**CAJA MEDIANA**  
Medidas:  
40 x 30 x 15 cm.  
Referencia: 34  
Pack de 10 unidades

**CAJA PEQUEÑA**  
Medidas: 30 x 20 x 13 cm.  
Referencia: 31  
Peso máximo: 2 Kg.  
Pack de 25 unidades

**CAJA MINI**  
Medidas: 25 x 15 x 10 cm.  
Referencia: 30  
Peso máximo: 1 Kg.  
Pack de 25 unidades