



NOTICIAS TIPS@- página 5

"Las agencias Tipsa podrán enviar dinero a través de Western Union"



CONVENCIÓN TIPS@.- página 6

"Tipsa recoge los frutos de una buena inversión y planificación empresarial"



NOTICIAS SECTOR.- página 11

"Principales conclusiones de la crisis del carburante en el transporte"

LAS AGENCIAS TIENEN LA PALABRA

TIPS@ GRAN CANARIA

TIPS@ SALAMANCA



VI Convención Tips@ 2008



LA PUBLICIDAD EN TIEMPOS DE CRISIS

Los periodos de incertidumbre económica nos afectan a todos los que formamos parte de la red de ventas de una empresa. Algunos servicios se benefician de estos tiempos por la oportunidad de ahorro que estos le pueden reportar al consumidor. No obstante son más los productos que tienden a verse afectados por una economía inestable. Y ante dicha circunstancia algunas empresas optan por hacer reducciones drásticas en su gasto publicitario.

Estudios han demostrado que los anunciantes que mantienen el apoyo a sus marcas, en una economía inestable, una vez pasada la crisis, salen a flote con mayor rapidez.

En tiempos difíciles las empresas toman medidas para que sus productos se mantengan competitivos. Cuando el precio se convierte en la razón principal de selección, el consumidor tiende a perder pronto el respeto por los valores de superioridad de una marca, convirtiéndose ello en un obstáculo para recuperar la rentabilidad deseada cuando el precio ya no sea determinante en una economía estabilizada.

Quienes ponderan recortar radicalmente los presupuestos publicitarios para cumplir con las obligaciones financieras deben pensar que lo importante en tiempos de crisis debe ser ganar la guerra, no la batalla. La meta final debe ser que los servicios sigan siendo los preferidos de los consumidores una vez la situación económica se estabilice. ●

Andrés Catalán

Responsable de Comunicación

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

3-4



LAS AGENCIAS OPINAN

"TIPS@ GRAN CANARIA"
Y "TIPS@ SALAMANCA"

5



NOTICIAS TIPS@

"LAS AGENCIAS TIPS@ PODRÁN OFERTAR EL SERVICIO DE ENVÍO DE DINERO A TRAVÉS DE WESTERN UNION"

"XXV CONVENCIÓN ANUAL DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE MENSAJERÍA"

VI CONVENCIÓN TIPS@ 2008

"TIPS@ CELEBRA SU VI CONVENCIÓN RECOGIENDO LOS FRUTOS DE UNA BUENA INVERSIÓN Y PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL"

6-7-8-9



10



OPINIONES DEL SECTOR

"APRENDER A GESTIONAR EL RIESGO, CLAVE PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL"

11



NOTICIAS DEL SECTOR

"ESPAÑA SE ADELANTA A EUROPA EN ZANJAR LA CRISIS DEL CARBURANTE EN EL TRANSPORTE"

Edición

Dpto. de Comunicación e Imagen
comunicacion@tip-sa.com
Tips@ 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

Tips@ Central: Avenida 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 17 - JULIO'08

LAS AGENCIAS OPINAN TIPS@ GRAN CANARIA

“CANARIAS, MÁS CERCA QUE NUNCA CON TIPS@”

JOSÉ PÉREZ SANTANA



Tipsa Gran Canaria



Parte del personal de Tipsa Gran Canaria y oficina

Cuando se tratan servicios con clientes, surge un miedo, siempre fundado en malas experiencias anteriores, con los servicios a Canarias, por lo que se tratan de evitar con el convencimiento de que así no se perderá al cliente. En Tipsa, se lleva trabajando mucho tiempo para cambiar esa idea, y año tras año, son más los que se sorprenden de lo fácil que resulta fidelizar a un cliente con sólo conocer el funcionamiento de los tránsitos a Canarias.

Nuestros profesionales trabajan día a día, para que todo funcione dentro de los tiempos marcados, superando condiciones diarias de Aduanas, Cabildo y Compañías Aéreas, con el mejor servicio y al mejor coste.

En Tipsa, se ha desarrollado un departamento específico para cubrir el servicio a las Islas, enlazado con otro departamento de Aduanas, situado en el propio aeropuerto de Barajas, para tramitar, controlar, solucionar y gestionar los documentos aduaneros. Solamente con adelantar, vía fax o e-mail, las facturas de las mercancías, al día siguiente están en su destino.

A su vez, se ha conseguido que el cruce nocturno, de documentación y paquetería, sea el más fiable con diferencia, en relación a la competencia, con una rampa de salida (en cinta), única para Islas y personal especializado exclusivo para ello.

Podemos ofrecer a nuestros clientes tres modalidades distintas de hacer llegar sus envíos a Canarias, mediante el Servicio Urgente (24 Horas), bien, a través de Carga Aérea (72 Horas) o por vía Marítima, con unos servicios y precios muy competitivos.

En Gran Canaria, el departamento de Cabildo y Aduanas, está coordinado con una oficina ubicada en el propio aeropuerto y que, a su vez, lo está con la de Madrid. De este manera, toda la documentación aduanera y de Cabildo empieza a prepararse de madrugada para ser presentada y sellada según abren los organismos. Actualmente Tipsa es una de las primeras empresas Courier en salir con la mercancía del aeropuerto.

Se han ampliado nuestras instalaciones, así como nuestra

estructura, creando también una nueva oficina en la zona Sur de la Isla, consiguiendo con ello acelerar el tránsito de recogidas hacia la Península en 24 horas, además de poder gestionar servicios de distribución con mejores horarios para las mercancías con gestiones Aduaneras y de Cabildo.

El equipo humano de Tipsa Gran Canaria, tanto en la oficina de Las Palmas como en la de Vecindario, es joven y dinámico, capaz de afrontar, no sólo los servicios locales, sino también cualquier punta de distribución.

Los profesionales que trabajan, día a día en nuestras agencias, hacen posible que cada vez sean más los clientes que confían plenamente en Tipsa, reflejándose en los volúmenes que, diariamente, transitan desde y hacia Canarias.

A todas las oficinas Tipsa, les invitamos a que tomen, como broche de oro, el potenciar con cada uno de los clientes la venta del SERVICIO INSULAR, contando siempre con el asesoramiento y apoyo de la Central de Madrid y el nuestro. ●

José Pérez Santana
Gerente Tipsa Gran Canaria



Personal de la agencia Tipsa en Vecindario

LAS AGENCIAS OPINAN TIPS@ SALAMANCA

"ANCHA ES CASTILLA"

FELICIA PÉREZ DEL VAL



Felicia Pérez del Val
Gerente Tips@ Salamanca



equipo administrativo

Comenzamos nuestra andadura como empresa de servicios en Salamanca en el año 1990. Durante la primera etapa nuestro reparto no estuvo enfocado hacia la mensajería. Fue en el año 2000, coincidiendo con el nacimiento de Tipsa, cuando comenzamos en nuestra delegación de Segovia a conocer esta vertiente del negocio. Tan sólo un año más tarde empeza-



almacén de Salamanca

mos a incorporar la distribución de Tipsa a nuestras delegaciones de Valladolid, Palencia, y en el 2002 en Salamanca.

Hemos visto crecer esta marca con gran satisfacción y cariño. Durante estos años hemos recorrido las provincias castellano-leonesas (anchas, largas y profundas) con no pocos sacrificios, en ocasiones económicos y en ocasiones personales, pero siempre con la implicación y la alegría de estar contribuyendo a un estupendo proyecto con el que siempre nos hemos sentido identificados.

Personalmente nunca he considerado que entre mis capacidades existiera la del sentido comercial, mi tarea en la empresa ha sido más de despacho y de interiores. En esta última etapa me sorprende a mí misma sintiendo ganas de vender paquetería urgente y en este cambio juega una baza muy importante la capacidad de la red Tipsa, su efectividad, su ambición por crecer de una forma reglada, medida, sin saltos al vacío y de su imagen con la que me identifico plenamente. Y mira por donde, estoy en la calle con mi carpeta de Tipsa, vendiendo y disfrutando en el empeño.

En esta lucha por hacernos un hueco en el mercado de esta tierra, extensa y despoblada, con las dificultades que esto conlleva, estamos "enrutados" (lo de embarcados lo dejamos para otras zonas costeras más

privilegiadas), un equipo humano de 64 personas entre propios y autónomos. Cuatro de estas personas están implicadas en tareas de dirección, ventas, operaciones y organización. El resto del equipo realiza labores a nivel administrativo, comercial, manipulado, distribución y reparto.

El día 15 de junio hemos comenzado como distribuidores Tipsa en las plazas de Zamora y de nuevo en Palencia, donde habíamos interrumpido la distribución temporalmente. Estamos en periodo de rodaje pero esperamos hacer un buen trabajo en nuestra nueva zona.

Desde las delegaciones de Tipsa Salamanca, Valladolid, Palencia y Zamora queremos enviar a toda la red nuestro agradecimiento por la colaboración que recibimos, así como manifestar nuestro deseo por seguir creciendo juntos y el objetivo de conseguir ser los mejores en el sector al que pertenecemos. ●



fachada exterior nave



LAS AGENCIAS TIPSA PODRÁN OFERTAR EL SERVICIO DE ENVÍO DE DINERO A TRAVÉS DE WESTERN UNION

Desde el pasado día 1 de junio, todas las agencias de la red Tipsa que lo deseen podrán ofertar a sus clientes el servicio de envío de dinero a nivel mundial.

A través de un acuerdo preferente con la compañía Western Union, las agencias Tipsa suscritas al mismo, cuentan ya con la posibilidad de enviar dinero de forma rápida y segura a cualquier país del mundo.

WESTERN UNION es la marca líder en este servicio a nivel mundial, contando con un total de 335.000 oficinas en todo el mundo, y con agentes distribuidos por toda España.

Tipsa ha alcanzado este acuerdo gracias a la colaboración de la empresa Cambitur, sociedad

representante de la marca WESTERN UNION en España, a través del cual, las agencias que lo deseen, pueden ofrecer a sus clientes el servicio de transferencias de dinero a destinos nacionales e internacionales.

El aumento de la inmigración en nuestro país, ha posibilitado que este servicio se haya desarrollado fuertemente en los últimos tiempos. A través de Cambitur, las agencias que lo deseen pueden estudiar una **vía alternativa para aumentar los ingresos con este servicio complementario.** ●



Representantes de Cambitur y Tipsa



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE MENSAJERÍA XXV CONVENCION ANUAL A.E.M.

El pasado mes de junio tuvo lugar en Málaga, la XXV Convención Anual de A.E.M. (Asociación Española de Empresas de Mensajería). Esta edición ha venido marcada por la celebración del 25 aniversario de la Asociación.



Dado el carácter especial de esta Convención, la Asociación organizó varios actos conmemorativos, desde la tarta de cumpleaños que se sirvió en la cena de gala de asociados a la entrega de placas de reconocimiento a quienes se han distinguido por su labor en pro de A.E.M. a lo largo de este tiempo.

A este respecto hemos de destacar la mención especial que se otorgó al Director Adjunto de Tipsa, Antonio Fueyo Rodríguez, en reconocimiento a su labor como fundador y primer presidente de la Asociación, hace ahora 25 años.

En la Asamblea General se trataron temas de especial importancia como el Contrato de Transporte y, por supuesto, el **paro llevado a cabo por algunos transportistas en el mes de junio.** A este respecto se dieron a conocer los acuerdos alcanzados entre el CNTC, el Ministerio de Fomento y las asociaciones de cargadores, que fueron plenamente ratificados por la Asamblea. Al mismo tiempo se **evaluaron los perjuicios ocasionados a las empresas que, al igual que todos sus trabajadores, decidieron no secundar este paro, optando por intentar llevar a cabo su labor diaria.** ●



Antonio Fueyo, fundador de A.E.M.

TIPSA CELEBRA SU VI CONVENCIÓN RECOGIENDO LOS FRUTOS DE UNA BUENA INVERSIÓN Y PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL



La Compañía de transporte urgente de paquetería, Tinsa, celebró su VI Convención Anual el pasado día 21 de junio en Madrid, contando con la asistencia de más de 250 profesionales responsables de toda la red de agencias.

En su octavo año de vida, Tinsa se ha vuelto a confirmar, un año más, como una sólida realidad. La compañía está demostrando que se ha adaptado perfectamente a la actual coyuntura de incertidumbre económica desarrollando, a lo largo del 2008, una serie de proyectos de cara a afianzar su crecimiento.

Marisa Luisa Camacho, presidenta de la compañía, hizo análisis y balance del ejercicio 2007, destacando el éxito de varios de los proyectos que se han abordado este año como es la automatización de la plataforma de Bailén con una cinta de removido capaz de generar pesos, volúmenes y trazabilidad de todos los envíos y que ha supuesto una inversión superior a los 250.000 euros. Del mismo modo, muy recientemente se han abierto dos nuevas plataformas de intercambio en Málaga y en Sevilla.

De cara a un futuro inmediato, Marisa Camacho anunció la próxima automatización de las plataformas de Valencia y Barcelona.

LAS CUENTAS CLARAS

Después de situar su nivel de crecimiento el pasado año en un 12%, Tinsa prevé continuar por encima del 10%, por tercer año consecutivo, superando la media de crecimiento del resto de las empresas del sector. De esta manera, Tinsa estima alcanzar una facturación, al cie-

rrer del presente ejercicio, cercana a los 184 millones de euros, superando los 168 millones del año 2007.

Varios son los datos que avalan este crecimiento. En este sentido, el grupo sigue aumentando el ritmo de aperturas de nuevas delegaciones, contando en la actualidad con 195, esperando



Marisa Camacho anuncia las novedades de Tinsa



Más de 250 personas acudieron a la VI Convención

superar ampliamente las 210 agencias a final del presente ejercicio. Con estos datos, Tinsa ofrece la garantía de disponer de una total cobertura nacional a través de más de 110 rutas diarias de tránsito nacional y más de 1.350 rutas de reparto capilar.

En el año 2007 el tráfico de toneladas transportadas superó las 65.000, los envíos realizados ese mismo año ascienden 7,5 millones y el número total de bultos movidos fue de 10,7 millones. Atendiendo a la evolución actual, en el año 2008 se espera alcanzar la cifra de 68.000 toneladas transportadas, superar los 8,5 millones de envíos y mover más de 11,3 millones de bultos.

TIPSA REESTRUCTURA SU IMPLANTACIÓN EN CATALUÑA

La VI Convención Anual de Tinsa también sirvió para aclarar los malentendidos en torno a la posición financiera de la compañía, despejar toda duda sobre la fortaleza de la misma y

exponer las medidas adoptadas para contar con una nueva estructura en Cataluña.

Tal y como anunció Marisa Camacho, presidenta de Tinsa, la denominada "Plataforma 8010", a través de la cual Tinsa trabajaba en Cataluña, ha cerrado. En concreto, la firma Missatgeria Dit y Fet, que era el socio con el que trabajaba Tinsa en esta agencia, presentó recientemente suspensión de pagos.

De esta forma, Tinsa ha tenido que reaccionar "en un tiempo récord", tal y como afirmó Marisa Camacho, para crear "una nueva plataforma en Cataluña", la oficina 8000, "un esfuerzo enorme", asumido desde Tinsa Central.

En concreto, Tinsa ha establecido en el Parc Logistic de Barcelona una nueva instalación de 2.000 metros cuadrados, que asumirá toda la ges-



Los datos económicos avalan la gestión de Tinsa

ción de envíos, apoyado por otros dos centros complementarios que se encargarán de la distribución en áreas concretas de Cataluña. Con ésta apertura ya son 23 las agencias Tipsa que operan en el área de Barcelona, sumando un total de 31 delegaciones en toda Cataluña.

José Nemesio Fernández, director de Desarrollo Comercial de Tipsa, quiso dejar claro en la VI Convención que "no hemos quebrado en modo alguno", tras los rumores surgidos en la última semana por la vinculación por parte de algunos competidores de la suspensión de pagos de Missatgeria Dit y Fet con una supuesta quiebra de Tipsa. Fernández denunció la "falta de ética empresarial" por parte de estos competidores a la hora de extender esta información y sentenció que "nada ni nadie va a dañar la enorme fiabilidad labrada con mucho esfuerzo por esta compañía". A este respecto la compañía ha iniciado una serie de medidas legales con el objetivo de poner fin a estos rumores.

APUESTA POR EL MÁRKETING ON-LINE

Tipsa apuesta de lleno por la promoción de la marca en



Presentación Acuerdo Cambitur-Western Union

Internet. Así, la compañía ha iniciado este año una serie de campañas en los principales buscadores de la red con el fin de posicionarse entre las primeras empresas de Transporte Urgente que aparecen tras realizar una búsqueda en Internet. Tipsa, consciente de la creciente importancia del márketing on-line, está llevando a cabo una importante inversión con el fin de posicionar la marca entre los primeros puestos dentro de los resultados de búsqueda en los principales buscadores. Del mismo modo, cualquier persona que realice una búsqueda en Páginas Amarillas.es, relacionada con la mensajería o trans-

porte urgente, encontrará a Tipsa en los primeros lugares de su lista de resultados.

En esta misma línea, la compañía ha desarrollado dos herramientas on-line destinadas al cliente final y que mejorarán la calidad del servicio. En primer lugar, se ha creado una aplicación diseñada para los pequeños clientes de las agencias Tipsa a través de la cual éstos pueden grabar sus envíos desde su propia empresa. Esta medida supone un ahorro de tiempo, la eliminación de errores y una mayor automatización en el control de los envíos.

La segunda herramienta supone un servicio añadido para aquellas empresas que desarrollan su negocio a través del comercio electrónico. Para ello, se ha creado una aplicación para facilitar el seguimiento de los productos que estas empresas envían a sus clientes, a través de Tipsa. Así, una empresa que vende sus productos a través de la web, puede ofrecer a todos sus clientes la posibilidad de consultar la situación real de cada uno de sus pedidos con la simple introducción de un código de referencia.

La puesta en marcha de estos tres proyectos ha supuesto una



El complejo "Aldea Santillana" alberga varios actos



La presentación de "Tipsa México" fue el gran acontecimiento de la jornada

inversión total superior a los 100.000 euros.

NUEVO ACUERDO CORPORATIVO

Otras de las novedades expuestas la Convención fue la presentación de un **Acuerdo Corporativo con la empresa Cambitur, representante en España de Western Union.**

A través de este acuerdo, **todos las agencias Tipsa que lo deseen podrán ofrecer a sus clientes este servicio de envío de dinero con unas condiciones muy ventajosas.**

TIPSA MÉXICO

Una de las grandes sorpresas de la Convención fue la presentación oficial de **la reciente constitución de la empresa "Tipsa México"**. El éxito y los buenos resultados del modelo de negocio que Tipsa ha desarrollado en España no ha pasado inadvertido para un grupo de empresas de transporte mexicanas, que han decidido importar a su país la misma estructura organizativa y de gestión que Tipsa viene aplicando en España desde hace ocho años.

Siguiendo así los mismos pasos que Tipsa dio en sus orígenes,

cinco de las más importantes compañías mexicanas del sector del transporte, se han unido para crear "Tipsa México", un grupo que ha asumido, no sólo el nombre de la marca, sino también todos los procedimientos, protocolos e imagen corporativa de Tipsa España.

El presidente del Consejo de Administración de Tipsa México, **Alejandro González**, fue el encargado de explicar a las agencias la evolución y los pasos que se están dando para convertirse, a medio plazo, en la mayor compañía mexicana de transporte urgente. ●



Diversos eventos durante la noche completaron una gran velada

“APRENDER A GESTIONAR EL RIESGO, CLAVE PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL”

Nuria Pérez, Coordinadora de Comunicación de Informa D&B, compañía especializada en gestión de riesgo comercial, nos ofrece su valoración sobre la importancia de disponer de información empresarial de primera mano con el fin de minimizar riesgos en las operaciones comerciales.

Si echamos un vistazo a nuestro alrededor podremos ver innumerables noticias advirtiendo de la desaceleración económica, el incremento de impagados, la escalada de la inflación... fluctuaciones económicas que han supuesto una llamada de atención a empresarios de todo el mundo.

Pero no hay que sembrar el pánico. Es cierto que toda transacción comercial conlleva riesgo, pero **existen distintos mecanismos que permiten a las empresas estar preparadas y hacer frente a este nuevo ciclo.**

Aprender a gestionar de manera adecuada nuestras transacciones comerciales, basando



la información empresarial minimiza el riesgo

nuestras decisiones en datos fiables y objetivos, nos ayudará a evitar el riesgo.

Contando con información comercial, financiera y de marketing de calidad, tanto de empresas como de empresarios, **aumentamos el conocimiento de nuestros clientes y proveedores y minimizamos el riesgo.**

Todas las empresas pueden contar con herramientas necesarias para la gestión integral de su cartera, para realizar un seguimiento de las acciones comerciales y predecir el comportamiento de futuros clientes.

El principal problema es que todavía las empresas ponen mucha más atención a la cifra de venta y descuidan el proceso de cobro. Una venta no cobrada, no es una venta, es una pérdida. **Por ello, contar con la información necesaria, anticiparse y conseguir una gestión rápida de cobros marcará la diferencia entre una empresa y otra.** Además, evitaremos el efecto dominó que causan los impagos y que puede ser muy peligroso en situaciones de incertidumbre económica.

Otro tema a tener en cuenta es que la gestión de esta información ya no es algo exclusivo de los departamentos financieros, sino que tiene que ser compartida por toda la organización.



análisis comercial

Cada vez es más normal que a la hora de pedir una base de datos de marketing para buscar nuevos clientes, se introduzca como criterio de segmentación la **calificación de solvencia de una empresa, para así poder discriminar desde el principio a los clientes potenciales** con mayor riesgo y centrar los esfuerzos sobre los más interesantes.

También es una práctica muy extendida en muchos sectores del B2B que el comercial, antes de presentar una propuesta, deba obtener el informe comercial del potencial cliente.

En este sentido, cada vez es más importante que **marketing, comercial, atención al cliente y financiero trabajen coordinadamente,** no sólo para evitar riesgo, sino también para maximizar las posibilidades de cerrar buenas operaciones comerciales. ●

ESPAÑA SE ADELANTA A EUROPA EN SALVAR LA CRISIS DEL CARBURANTE EN EL TRANSPORTE



Patronales y Fomento pactan la crisis con un paquete de 54 medidas que el sector cree que, sin ser de impacto, ayudarán al sector. Francia, Portugal, Holanda y Reino Unido imitaron a España con huelgas y protestas por la elevada fiscalidad y los costes sociales.

El sector del transporte pasó página el pasado mes de junio a una de sus peores crisis de los últimos años. Después de meses de negociaciones y propuestas para lograr paliar la difícil situación que atraviesa el sector del transporte de mercancías por carretera, muchas horas de tensión hicieron falta para alcanzar un acuerdo sobre un paquete de 54 medidas.

El acuerdo, que rubricaron el 88% de los miembros de la Confederación Nacional de Transporte por Carretera (CNTC), con la excepción de los autónomos, representa un abanico de soluciones puntuales al incremento acelerado de los precios del combustible y los elevados costes sociales y fiscales del sector.

El acuerdo, que ha contado con la participación de la titular de Fomento, Magdalena Álvarez, representó un pequeño referente para el resto de Europa, que a finales de junio secundó la huelga iniciada por España. Entre los países cuyos camio-

nes también pararon, se encuentran Francia, Holanda, Portugal, Polonia y Reino Unido.

A falta de una valoración oficial del Ejecutivo sobre las pérdidas económicas que ha representado la huelga, el sector del transporte lo ha cifrado en 430 millones de euros. El paro del transporte se cobró, además, la vida de dos personas, numerosos heridos y más de un centenar de detenidos. Tras estos trágicos incidentes el Gobierno tomó las riendas de la situación con mano dura y "tolerancia cero" con todos aquellos que impidieron la libre circulación de camiones.

Garantizar el suministro básico.

El miedo al desabastecimiento de combustible y bienes básicos obligó al Ejecutivo a imponer medidas de seguridad para los más de 7.000 camiones que garantizaron el suministro.

Unos 900 piquetes, abordados.

La jornada de huelga, en la que fueron abordados por las Fuerzas de Seguridad más de 900 piquetes, terminó con más de un centenar de detenidos.

El 11 de junio de 2008 pasará a la historia del sector por la intensidad de las negociaciones, el paquete de medidas acordadas para paliar puntualmente la crisis del sector y la participación de siete ministerios.

Como reconoció el propio presidente de la CNTC, Ovidio de la Roza, tras el acuerdo, "no son



Muchos surtidores de gasolina desabastecidos

de impacto, pero servirán para salir de la crisis". En este paquete se encuentran soluciones a la actualización del precio de los contratos y el establecimiento de intereses de demora, ayudas al abandono de la actividad, la reducción de la presión fiscal sobre el sector, y la defensa de un nuevo gasóleo profesional ante la Unión Europea, entre otras. No prosperó la principal medida reclamada por los autónomos, el establecimiento de una tarifa mínima, que descartaron primero el sector, después la ministra de Fomento y, finalmente, el propio Zapatero. ●



El Acuerdo supone la creación de 54 medidas



Tolerancia cero



la agilidad de mañana hoy

servicio nacional
urgente

servicio urgente nacional

Tips@ nacional 14

Servicio de distribución eficaz con entrega urgente antes de las 14.00 horas del día siguiente en toda España. Especial para clientes con soluciones rápidas.

Tips@ nacional 10

Servicio preferente y de máxima exigencia de entrega antes de las 10:00 horas del día siguiente en toda España. Especial para clientes con soluciones de máxima urgencia.

902 10 10 47

www.tip-sa.com

 **TIPS@**
TRANSPORTE INTEGRAL PAQUETERÍA

