

Ruta abierta

Número 35 Julio de 2011



IX Convención Anual Tips@

Afrontando el futuro con optimismo



Tips@ Alcobendas
Afán de superación

Tips@ Cehegín
Iniciativa solidaria

Convención anual Tips@, un gran día

Hoy puede ser un gran día, cantaba Serrat en uno de sus aclamados éxitos, y la frase nos sirve para poner un titular acorde a lo que sucedió el pasado sábado 18 de junio durante la celebración de la IX Edición de la Convención de Tips@.

Todos los días de convención son días grandes y señalados en el calendario de cualquier empresa y Tips@ no podía ser menos. Varias son las personas que se involucran en la organización de un evento que se cuida con mimo y al que se dedica mucho tiempo. Se barajan ideas y lugares, se habla con unos y con otros, reuniones y más reuniones hasta que la idea primigenia va tomando forma, y llega el gran día.

Y ese día llegó, con los sobresaltos y nervios propios de última hora se fue cumpliendo el guión previamente establecido y se fueron dando todos y cada uno de los pasos previstos hasta llegar al fin de fiesta. Una jornada maratónica que, por los comentarios recibidos de muchos de vosotros, mereció la pena.

Ahora solo nos queda pensar en los aciertos y errores cometidos para incidir en los primeros y corregir los segundos de cara a la próxima edición. Aún falta un año pero nosotros ya tenemos que estar pensando en esa fecha, señalarla en rojo en nuestro calendario de 2012 y ponernos las pilas para intentar superar las expectativas, que por lo que nos habéis transmitido en estos últimos días, son muy altas.

Desde aquí, y en nombre de la compañía, quiero agradecer a todas las personas involucradas en la organización de la convención su compromiso por hacer las cosas bien y sus ganas de transmitir ilusión a todos los integrantes de la red Tips@.

Miguel Sampedro

Director Marketing y Comunicación

www.tip-sa.com

Sumario

Ruta abierta - Julio 2011

Tema de portada

3 Convención Anual 2011

Agencias

6 Tips@ Alcobendas

7 Tips@ Cehegín

8 Nuevas aperturas: Moratalaz / El Álamo

e-commerce

9 e-commerce y redes sociales lo que más crece en la red

Noticias Tips@

10 Certificación OHSAS 18001

Noticias sector

11 Crecen los costes del transporte

Escapadas

12 Marrakech

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

IX Edición Convención Tips@ 2011

La IX edición de la Convención anual Tips@ se celebró el pasado 18 de junio en Madrid con la asistencia de más de 250 personas.

Una cita en la que los miembros de la familia Tips@ pudieron intercambiar pareceres y relajarse en buena compañía.



Un año más, y van nueve, se celebró la Convención anual de Tips@ a la que acudió un nutrido grupo de representantes de las más de 260 agencias repartidas por España, Andorra y Portugal.

La jornada comenzó, en la llamativa Quinta del Jarama, con el acto de apertura y presentación a cargo de nuestra consejera delegada Marisa Camacho, que durante su intervención mostró a los asistentes distintos datos referidos al crecimiento que la compañía sigue experimentando año tras año. *“El número de oficinas superará las 270 al final del año cuando esperamos haber movido un 3,5% más de envíos que el año pasado. Estas cifras muestran claramente un moderado crecimiento. Y algo más importante que eso es que ese crecimiento es mantenido en el tiempo, a pesar de las actuales vicisitudes”*, afirmó Marisa Camacho que no quiso dejar pasar la oportunidad de alabar el esfuerzo de todos los miembros de la red Tips@, que a pesar de la si-

tuación de incertidumbre económica en la que estamos inmersos, siguen trabajando con dedicación e ilusión ayudando al crecimiento de la compañía.

“Al final de año esperamos haber movido un 3,5% más de envíos que el año pasado”

A lo largo de su intervención, también hizo referencia a las distintas novedades que se han ido presentando a la red durante los últimos meses, entre las que destacó el nuevo sistema informático de gestión; moderno, ágil y eficaz, las distintas utilidades desarrolladas para adaptarnos a las necesidades del comercio

electrónico y los nuevos servicios adecuados a las actuales necesidades del mercado. No se olvidó de anunciar algunos de los proyectos en los que se está trabajando, como la presencia de la compañía en las redes sociales y las mejoras tecnológicas asociadas a soluciones de movilidad.

Marisa Camacho finalizó su intervención señalando que *“con esfuerzo, con trabajo, con tesón e ilusión, día a día hacemos nuestro trabajo con la máxima calidad, y eso es algo que reconoce el mercado y por eso mantenemos a la mayoría de nuestros clientes pese a la actual situación del mercado”*.

Tras la intervención de la consejera delegada, se dio paso a la interesante conferencia ofrecida por Emilio Durá, la nueva estrella del management español que en los últimos tiempos se ha convertido en presencia ineludible en medios de comunicación y en los

principales eventos de las compañías más representativas en el ámbito nacional e internacional, un personaje de una desbordante vitalidad. Su lista de clientes no tiene fin y Tips@ pudo contar con su presencia para que, en una ponencia de profundo atractivo, pusiera sobre la mesa toda una serie de verdades que no son fáciles de asumir, pero que sirven como base para afrontar nuestro día a día desde un punto de vista más amable, más feliz y más cargado de optimismo, eje sobre el que se asienta el triunfo personal y profesional de cualquier persona, según palabras del propio Emilio Duró.

Tras la comida, celebrada en uno de los vistosos salones de La Quinta del Jarama, distintas actividades de Team Building esperaban a los asistentes a la convención que, a pesar del calor reinante, pasaron un rato divertido mostrando sus habilidades en el tiro con arco, el baile, el golf o el tenis con raquetas gigantes, entre otras atracciones.

Y por la noche... fiesta

Para la segunda parte de la convención se citó a los asistentes en el cosmopolita hotel Silken Puerta de América, que no dejó indiferente a nadie. Se trata de un proyecto único en el que participaron 19 de los mejores estudios de arquitectura y diseñadores del mundo. Los afortunados que pasaron allí la noche pueden dar fe de la originalidad y el espíritu rompedor de las habitaciones y plantas del hotel.

Ya estamos pensando en la próxima edición con el objetivo de superar las expectativas

En este particular marco se desarrolló la cena que finalizó con el ya clásico sorteo de regalos entre los asistentes. Se repartieron hasta 30 obsequios de lo más variado; noches de hotel, relojes, vídeo consolas, cadenas de música, una mountain bike y el premio gordo que cerró el sorteo, una espectacular pantalla de televisión de 40 pulgadas que acabó en la agencia Tips@ de Sant Adriá.

Y para finalizar, todos los invitados subieron a la agradable planta ático del hotel para continuar hablando de lo divino y de lo humano en un entorno relajado y divertido, en definitiva el mismo ambiente que presidió toda la jornada.

Tras las muchas muestras de agrado expresadas por los asistentes, ya estamos pensando en la próxima convención que se celebrará en 2012 con la intención de superar las expectativas, algo que, aunque no será fácil, será un bonito objetivo para todos nosotros. 



En el sentido de las agujas del reloj. Foto de familia. Actividades Team Building. Fin de fiesta en la planta ático del Hotel Silken Puerta de América. Vista general de asistentes durante la comida en La Quinta del Jarama.



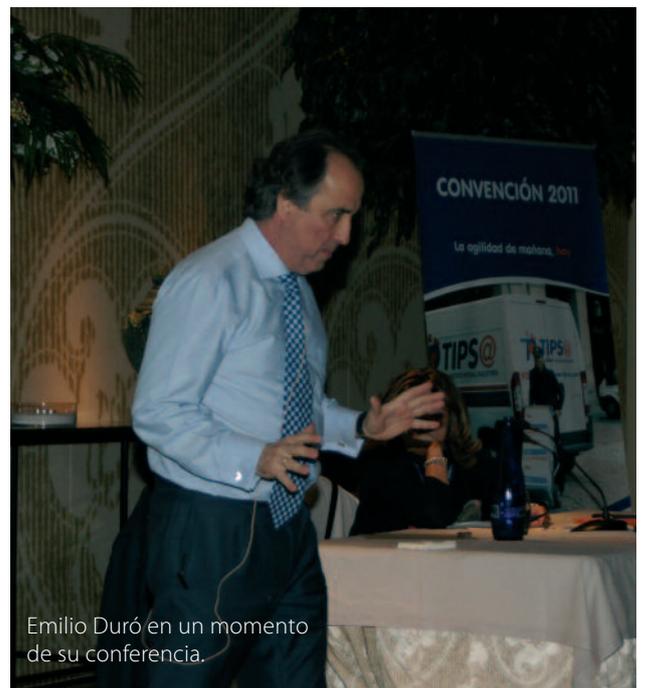


Emilio Duró y el optimismo

Emilio Duró Pamies es licenciado en Ciencias Económicas y máster en Administración de Empresas por la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas (ESADE) y licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad Autónoma de Barcelona. Ha sido profesor colaborador de distintas universidades, entre ellas, La Fundación Universidad-Empresa de la Universidad de Navarra, Pompeu Fabra, Escuela de Negocios Caixanova e INEDE.

Emilio trabajaba en Yoplait cuando a los 32 años sufrió un problema médico que le hizo replantearse su vida: *“cómo puede morirse alguien porque bajan las ventas en la división de desnatados”*, desde entonces dedica sus esfuerzos a transmitir optimismo e ilusión a raudales y a repartir recetas para convertirnos en personas optimistas e ilusionadas con la vida y ser felices.

En la actualidad y desde hace más de 20 años trabaja como consultor y formador en empresas nacionales y multinacionales de diversos sectores, entre ellas: Microsoft, Telefónica, ONO, Inditex, Alcatel, Barclays, Sanitas, Ikea o Renfe.



Emilio Duró en un momento de su conferencia.

Alcobendas Afán de superación



Equipo humano de la agencia TIPS@ Alcobendas. Arriba, Juan Carlos Sevilla, gerente.

La delegación de TIPS@ Alcobendas está capitaneada por Juan Carlos Sevilla, que aparte de la gerencia es el responsable de la gestión y administración de la delegación. Junto a él hay un equipo humano compuesto por Salvador Forero en la parte operativa, Charo Forero en la comercial y Mercedes Jiménez en facturación. Ellos son los cuatro socios fundadores.

¿Cómo os afecta la actual situación económica del país? ¿Cómo creéis que está afectando a nuestro sector? ¿Sois optimistas?

En la ya larga travesía de crisis que arrastramos desde el año 2007, han sido varios los efectos que hemos notado, primero falta de actividad, posteriormente falta de financiación y últimamente la escasez de nuevos proyectos y la tardanza en la apertura de nuevas líneas de negocio. Nuestro sector está siendo especialmente afectado ya que sufrimos a diario el encarecimiento de nuestros costes por las constantes subidas de los carburantes y por la toma de decisiones de las diferentes administraciones, que ven en nuestra actividad y en nuestros vehículos una fuente inagotable para sanear sus mermadas arcas. Somos optimistas, si hemos llegado hasta aquí espere-

mos que lo más difícil esté ya superado.

¿Cuál es vuestro secreto para ocupar siempre lugares destacados en el ranking de calidad de agencias TIPS@?

Tanto la calidad como los demás parámetros de nuestro trabajo están basados en tres principios: trabajo con afán de superación diario, profesionalidad en cada una de nuestras actuaciones y espíritu crítico en el desarrollo diario de nuestras funciones.

¿Quién es vuestro cliente más difícil, el que os pone más a prueba?

Con diferencia, aquellos cuyas entregas son mayoritariamente a particulares y se agravan cuando estas llevan reembolso, por las propias características del servicio, la operativa que conlleva y la exigencia de cumplir con el mayor porcentaje de entregas, puesto que ello va directamente relacionado con la cuenta de resultados del cliente.

TIPS@ quiere apostar por la captación de clientes de venta online, ¿cómo veis ese nicho de mercado, estáis trabajando en la captación de este tipo de cliente?

El departamento comercial lleva tiempo trabajando en la captación de clientes de venta online, y de hecho tenemos varios dentro de

nuestra cartera, aunque poco significativos. Hasta ahora los contactos que hemos mantenido con empresas de este sector, están viendo el transporte como un mal necesario del que solo les interesa que el incremento del coste sobre su producto sea el menor posible. No están viendo en nosotros un complemento que les pueda ayudar a vender y a desarrollarse como empresa.

¿Cuáles son las tres características principales que definen a TIPS@ como compañía?

Desde nuestra propia experiencia hay una que destaca por encima de todas; siempre que hemos tenido la necesidad de hablar con cualquier responsable, hemos tenido las puertas abiertas y sentido el calor humano de una empresa que te hace sentir como parte de una gran familia. Por otro lado el continuo desarrollo tecnológico, con lo que lleva de inversión y la acertada política seguida por la dirección de la compañía que la ha posicionado en referente del sector.

De cara al futuro, ¿podéis contarnos algún proyecto en el que estéis trabajando?

Actualmente estamos trabajando con el departamento de informática en el desarrollo de un proyecto completo de e-commerce. 

Cehegín Iniciativa solidaria

El pasado mes de mayo un fuerte terremoto sacudió la región de Murcia cebándose con la localidad de Lorca. En TIPS@ Cehegín han encontrado la manera de ayudar a una población muy castigada.



De izquierda a derecha: Juan Luis Berbell, gerente; Raquel Espín, administrativa; y José Fernández, repartidor.



Empezamos a trabajar hace ya dos años como transportistas autónomos para una delegación que gestionaba TIPS@ Cehegín, y dimos el paso con ayuda de nuestro director regional y viendo la buena gestión de TIPS@, que nos encantó. Nosotros veníamos de trabajar para otras empresas del sector en las que la gestión era nefasta, quien así habla es Juan Luis Berbell gerente de la oficina de TIPS@ Cehegín.
¿Cómo vivisteis lo sucedido en Lorca, las sensaciones de los primeros momentos tras la tragedia?

Los primeros momentos fueron horribles, recuerdo aquel día cuando me dirigía a Murcia para enlazar nuestra mercancía, los cientos de ambulancias que se conducían en dirección a Lorca, enseguida llamé a nuestro compañero Antonio, de TIPS@ Lorca, que nos confirmó que aquello era un desastre. La recuperación va para largo, sabemos que ya están en marcha obras para la reconstrucción y se continúa con la ayuda a familias que lo han perdido todo.

Explicanos vuestro programa de ayuda a los afectados, ¿en qué consiste, cómo se canaliza la ayuda?

Nos planteamos una manera de aportar nuestro granito de arena a los vecinos de Lorca. Im-

pulsamos una iniciativa para destinar 0,20 céntimos de euro por cada envío que nuestros clientes realizaran, pasamos una circular a todos ellos y les encantó la idea de colaborar de manera indirecta en el proyecto. Desde aquí queremos hacer una llamada a todas las delegaciones para que se sumen a esta iniciativa ya que con la ayuda de todos podemos contribuir mucho. Nuestra aportación va dirigida a una cuenta de la Cruz Roja en la que los fondos se destinan a alimentos y productos de primera necesidad.

¿De qué manera ha afectado la catástrofe a vuestro negocio?

Nuestro volumen de salida para la zona de Lorca se ha minimizado notablemente, ya que la recuperación está siendo lenta. Negocios, colegios y sobre todo personas han salido de su rutina habitual debido a las circunstancias.

En cuanto a vuestro sector. ¿Cómo ves la situación actual y hacia dónde crees que va?

Nosotros siempre sabemos ver las cosas buenas de cada momento, por eso no hablamos de crisis, nos basamos en el día a día, en la perseverancia y en el buen hacer, sobre todo no descuidamos a los clientes fidelizados e intentamos dar las mejores soluciones a los que nos quedan por hacer.

¿Cómo os está afectando la actual situación del mercado?

Nos está afectando igual que a todos. Perdiendo algún cliente que se va a una competencia que a veces está tirando los precios.

¿Cómo es el cliente tipo de TIPS@ Cehegín? Cuéntanos algún caso de cliente especial.

Nuestra filosofía se basa en tener muchos clientes con una mediana o baja facturación, lo que nos da juego a poder soportar la guerra de ofertas que existe en este negocio, ya que si se nos cae algún cliente apenas notamos variación.

En la zona tenemos un importante mercado de flores naturales, imaginaos la dificultad y la responsabilidad que tenemos que asumir al transportar este tipo de producto.

¿Cuál es para ti la mayor satisfacción de este negocio? ¿Y el mayor inconveniente?

La mayor satisfacción para mi es que nos sentimos una llave maestra para nuestros clientes, ya que hacemos llegar a cualquier punto su mercancía en los plazos y condiciones acordados. En cuanto a los inconvenientes ya he dicho antes que nosotros siempre sabemos sacar las cosas buenas de cada circunstancia, todo unido a que nos encanta lo que hacemos. 

Moratalaz

Trabajo en equipo

Tips@ Moratalaz nace con una vocación de servicio muy cercana al cliente, haciendo foco en los comercios y pequeñas empresas situadas en su zona de influencia.

Juan Carlos Barroso es el gerente y responsable operativo de la agencia Tips@ ubicada en el popular barrio madrileño de Moratalaz. Con una experiencia de casi 20 años en el sector, Juan Carlos y todo su equipo trabajan para ofrecer un trato personal, eficiente y directo a todos sus clientes.

¿Qué os llevó a uniros a la red Tips@?

Llegó un momento en el que detecté un giro en las necesidades reales de nuestros clientes, ya no requerían la inmediatez del servicio local, buscaban un buen nivel organizativo, infraestructuras adaptadas a sus necesidades e imagen en su proveedor de transportes. Por todo esto, y solo después de valorar varias opciones, decidí entrar en la red Tips@.

¿Hacia dónde creéis que se dirige el sector en el medio plazo?

En los actuales tiempos de crisis, uno de los pocos sectores que tiene tasas de crecimiento positivo es el referente a comercio electrónico, por eso creo que nuestro sector tiene que ir de la mano de las nuevas tecnologías y aquel que sepa dar soluciones reales al vendedor online tendrá éxito. Creo que la nueva campaña de promoción de Tips@



En la imagen, Juan Carlos Barroso flanqueado por dos de los repartidores de Tips@ Moratalaz; Enrique Palazón y Juan Carlos Gadea.

e-commerce nos va a ayudar en ese objetivo de llegar al cliente de venta online.

¿Qué acciones realizáis a la hora de captar clientes?

En nuestras visitas comerciales nos encontramos con muchos casos de clientes que no envían más mercancía pensando que el coste es elevado y prefieren hacerlo a través de una oficina de correos. Por eso tratamos de hacer ver al cliente que nuestro servicio es fácil y económico. Además creemos que una labor comercial acertada comienza con el mensajero que cada día reparte allí donde luego nosotros pasamos a vender Tips@. Él es la imagen de la empresa, quien detecta posibles clientes y quien más ayuda presta al departamento comercial.



Fernando Rosado, gerente, a la izquierda. A su lado Julio Gutiérrez.

El equipo humano capitaneado por Fernando Rosado viene del sector logístico especializado en moda, pero ya están abriendo líneas de negocio en sectores como la electrónica, el menaje o el calzado.

Fernando, ¿por qué decides trabajar con Tips@? ¿Cuál es la diferencia con otras empresas del sector?

La marca Tips@ tiene buena reputación en el mercado, me informé y pedí consejo a varios conocidos ligados al sector y me recomendaron la marca. A partir de ahí la química con el equipo directivo de Tips@ fue muy buena y cerramos el acuerdo de manera muy rápida.

Percibo mucha profesionalidad en todos los procesos en los que he necesitado apoyo de la central.

¿Cuál es el cliente tipo al que se dirige Tips@ El Álamo?

En nuestro caso particular nuestro principal cliente será la empresa matriz de logística que cada día se dirige más al B2C. En cuanto a clientes po-

El Álamo

Logística para el B2C

Con una dilatada experiencia en el sector logístico, Fernando Rosado es el gerente de Tips@ El Álamo, la agencia de más reciente incorporación a la red.

tenciales de zona no discriminamos en exceso.

¿Cómo ves la situación del mercado de la paquetería en el medio y corto plazo?

A corto plazo parece claro que debería haber una cierta concentración de marcas, entiendo que en no mucho tiempo habrá alguna compra sonada, sin prácticamente crecimiento inorgánico pienso que el que pueda buscará crecimiento orgánico. Hay demasiada guerra de precios, creo que no refleja el servicio que se presta pero entiendo que se llegará a un cierto equilibrio en el medio plazo. Creo que también será imprescindible aportar algún valor añadido al servicio: entrega en puntos de conveniencia, nuevas tecnologías de reparto, etc.

¿Tenéis clientes del sector e-commerce en vuestra cartera?

Como empresa de logística nuestra deriva natural va hacia el B2C, actualmente tenemos cuatro clientes operativos B2C y otros cuatro cerrados para septiembre. La principal dificultad es el precio, a este tipo de cliente la competencia le regala el servicio, literalmente. En nuestro caso nos diferenciamos dando mucho valor añadido con la logística y al ir acompañados de una buena marca como lo es Tips@.



Nuevos soportes de información Tips@

Recientemente se ha dado un nuevo impulso en la estrategia de crecimiento de Tips@ en el sector e-commerce con el diseño de un nuevo folleto para que las agencias puedan presentar los servicios Tips@ e-commerce al cliente final.

Se trata de un tríptico en el que de manera clara y sencilla se muestran las ventajas de trabajar con Tips@, además de definir el concepto Tips@ e-commerce para que el cliente sepa desde el primer momento la capacidad que tienen las agencias de la compañía de adaptarse a sus necesidades.

Además se ha diseñado un documento de uso interno que a modo de manual comercial trata de explicar todas las dudas que durante los últimos meses han ido surgiendo entre los integrantes de la red, con este manual las agencias tendrán mayores facilidades para acceder a clientes que realizan venta online.

Y para cerrar el ciclo en este diseño de nuevos soportes e-commerce, en breve podremos presentar a la red la nueva sección de comercio electrónico dentro del sitio www.tip-sa.com.



e-commerce y redes sociales en alza

Las redes sociales siguen su crecimiento imparable liderado por Facebook con más de 15 millones de usuarios y una media de 4 horas diarias de uso, según un informe publicado por Nielsen Online.

La red social de Mark Zuckerberg se ha convertido en la segunda fuente de tráfico después de Google, y el principal canal de comunicación para el sector más joven. La mayor subida la ha protagonizado la red Twitter, en su quinto aniversario ha firmado un aumento del 82% llegando hasta más de 3,1 millones de usuarios.

Nielsen hace referencia al exitoso crecimiento del comercio electrónico, siendo la categoría de la red que más crece (13%) solo por detrás de las redes sociales (18%). Según este análisis la cifra sobrepasa los 14 millones de internautas mensuales efectuando compras electrónicas.

Por último el informe destaca el despegue definitivo de Internet desde el móvil con más de 9 millones de españoles conectados a la red desde sus dispositivos.

Fuente: Eventos e-commerce



Media Markt, nuevo servicio de compra online



Media Markt, uno de los líderes europeos en distribución de electrónica, continúa con su estrategia de comercio electrónico con el lanzamiento del servicio Media Shop, a través del cual los consumidores pueden comprar en la web una selección limitada de productos y recogerlos en cualquiera de sus 56 establecimientos en España el mismo día de la compra.

El servicio Media Shop, desarrollado con el software LogiCommerce de la empresa Trilogi, tiene la ventaja competitiva de que el consumidor puede recoger el producto a partir de las dos horas en uno de sus establecimientos sin gastos extra.

Fuente: Eventos e-commerce

Tips@ se certifica en la norma OHSAS 18001

Tips@ ha pasado con éxito el proceso de renovación del certificado correspondiente al sistema integrado de calidad y medio ambiente según las normas ISO 9001 y 14001. La empresa auditora Applus ha revisado los distintos procesos

dando su visto bueno con una calificación de cero no conformidades en las distintas áreas auditadas.

Aprovechando la visita de los auditores, la compañía ha querido certificarse con la norma OHSAS 18001, un sistema de gestión para la correcta integración en la empresa de la prevención de riesgos laborales. Aunque todas las empresas españolas están obligadas al cumplimiento de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, son pocas las que deciden dar un paso más y someterse a una certificación como esta, que sirve para gestionar de forma eficaz y además aporta toda la metodología de gestión necesaria para la mejora continua. De esta manera se avala el grado de compromiso de la empresa hacia una gestión que va más allá del mero cumplimiento legal.



120 zapatillas para "Run4Help"

Hace un año que las tiendas evaSion running forman parte de un proyecto solidario que tiene su sede en Barcelona. La ONG Figueralia lleva muchas temporadas al frente de "Run4Help", una forma altruista de ayudar con la práctica del running, recogiendo por toda España zapatillas usadas que se destinan a fomentar la práctica del deporte entre los más necesitados.

Se han recogido 120 pares de zapatillas entre todas las tiendas cuyo destino serán centros de acogida.

La primera entrega ha contado con la colaboración de Tips@, a través de su agencia en Paterna, con la que las tiendas evaSion running trabajan día a día en la gestión de su logística. Tips@ Paterna se ha implicado desde el primer momento en esta propuesta gestionando el envío gratuito de las zapatillas.

Tips@ en el campeonato de España de vela J80

Una embarcación co-patrocinada por Tips@ estuvo presente en el campeonato de España de vela clase J80 celebrado el pasado mes de junio en aguas de Santander.

Aunque la embarcación luchó hasta el final por meterse en los puestos altos de la clasificación, un error en la regata del último día dio al traste con las aspiraciones del equipo.



Ranking de Agencias Tips@

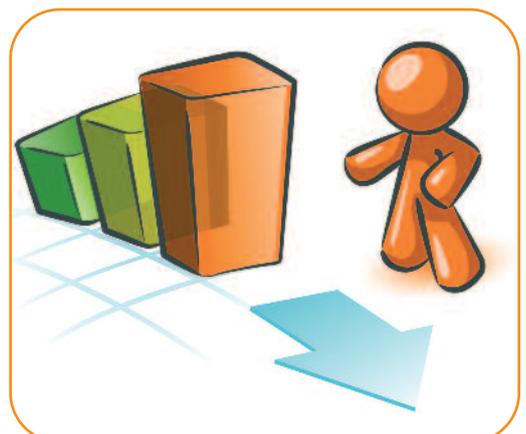
Estas son las agencias Tips@ que encabezan el ranking con los mejores ratios globales en marzo y abril.

marzo

- 1º Tips@ Garrotxa (Girona)
- 2º Tips@ Vitoria (Vitoria)
- 3º Tips@ Alcobendas (Madrid)

abril

- 1º Tips@ Pamplona (Navarra)
- 2º Tips@ BCN Plataforma (Barcelona)
- 3º Tips@ Alcobendas (Madrid)



Premios a la innovación en el Salón Internacional de Seguridad Vial



El Salón Internacional de la Seguridad Vial y el Equipamiento para Carreteras TRAFIC, ha fallado los galardones de la primera convocatoria de su Galería de Innovación, premiando a los productos más vanguardistas de la industria; como un sistema antikamikaze o un paso de cebra inteligente.

La feria organizada por IFEMA y promovida por la Dirección General de Tráfico (DGT) y la Dirección General de Carreteras (DGC), ha invitado a sus expositores a presentar los avances experimentados en esta industria y a mostrar los productos y servicios que

resultan innovadores en alguna de las categorías de la competición: infraestructuras viarias, sistemas inteligentes de transporte, sostenibilidad en la carretera, seguridad vial o aparcamientos.

El jurado ha valorado criterios como la funcionalidad, la calidad, la contribución de la propuesta al medio ambiente o el diseño para determinar los productos y servicios seleccionados. Asimismo, también se ha tenido en cuenta el grado de innovación que aportan estos desarrollos, o la mejora en la seguridad.

Según estas variables, se ha premiado en la categoría dedicada a Seguridad Vial el sistema antikamikaze presentado por Proyectos Integrales de Balizamientos, que tiene la capacidad de detectar a 200 metros un automóvil que circula en dirección contraria, poner en marcha un sistema luminoso de aviso y alertar a las autoridades vía SMS.

En la misma categoría se ha premiado la propuesta de Sice, un paso de peatones inteligente denominado Safecross y que beneficia especialmente a las personas con movilidad reducida. El mecanismo está compuesto de una cámara que detecta la trayectoria del peatón y adapta el tiempo de cruce a las necesidades de la persona.

Fuente: Europa Press

Bandas reflectantes obligatorias

Desde el pasado día 10 de julio son obligatorias las bandas reflectantes en los vehículos de transporte de mercancías. La denominada señal V-23 pretende hacer más visibles a los vehículos.

A partir del día señalado los nuevos vehículos que se matriculen, siempre que tengan más de 6 metros de longitud, 2,1 metros de ancho y una MMA superior a 7,5 toneladas, tendrán que llevar obligatoriamente estas bandas reflectantes que están en el mercado a un precio que ronda aproximadamente los 150 €.

Las bandas se instalarán para señalar todo el contorno del vehículo, por lo que irán tanto en la parte trasera como en los laterales. Al tratarse de bandas adhesiva su instalación es sencilla y podrá realizarla el propio transportista. En la parte trasera las bandas podrán ser amarillas o rojas, mientras que en los laterales serán amarillas o blancas. Y tendrán una anchura de 5 centímetros.



Crecen los costes del transporte



Los costes del transporte crecieron entre abril de 2010 y abril de 2011 un 8,7% para un vehículo articulado de carga general. En el caso de vehículos frigoríficos el incremento fue del 9,3% y en los portavehículos del 9%. En el estudio que recoge estos datos destaca la variación al alza en el coste del combustible registrada entre enero y abril de este año, con una subida del 8,1%, un porcentaje que en el caso de los últimos 12 meses asciende hasta el 18,8%.

Por lo que se refiere a la evolución de los precios, el valor medio por kilómetro en carga, en el primer trimestre de 2011, fue un 0,7% superior al del mismo periodo del año anterior en todo tipo de distancias, mientras que en trayectos de más de 300 kilómetros el incremento fue del 2,6%.

Fuente: Logística Profesional Digital

Marrakech

Colores, sabores y sonidos



Marrakech es adictiva. Principalmente por su laberíntica Medina y por los olores, colores y sonidos de la inmensa plaza Djem'á El Fna, de la que el escritor Paul Bowles dijo: *"sin la plaza Marrakech no sería más que una ciudad como otra cualquiera"*. Pero además es acogedora, divertida y recurrentemente estética, como los jardines que abundan dentro y fuera de sus palacios.

Construida en una vasta llanura, a los pies del Alto Atlas, yace la ciudad imperial de Marrakech. Su Medina, la más grande del Magreb y considerada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, encierra entre sus muros escenas cotidianas de otro mundo con suntuosos locales para comer, dormir o pasar un buen rato. A menudo estos locales están tan escondidos, que buscarlos parecería parte de un juego; en ocasiones algún mozo tiene por trabajo pararse en un cruce transitado para atraer a los paseantes a un restaurante; en otras, los camareros lo buscan a uno hasta cualquiera de las entradas del indiscifrable laberinto. En la ciudad nueva todo es más ordenado y fácil de encontrar, gracias a la disposición occidental de las calles. Y las dos ciudades se complementan a la perfección. La palabra "Marrakech" evoca imágenes de una ciudad exótica y distante, de vientos calientes soplando desde el Sahara, de alfombras mági-

cas y encantadores de serpientes, y de especias y perfumes transportados en caravanas de camellos. Dentro de los muros rosados de la Medina yace un mundo que no se aleja mucho de estas imágenes; un laberinto de callejuelas que desembocan en exuberantes jardines y oscuros pasajes que conducen a bulliciosos zocos.

La Plaza

El corazón de la ciudad es la plaza Djem'á El Fna, un extraordinario lugar de reunión y centro social por excelencia que ofrece cada atardecer escenas que han cambiado poco desde los tiempos medievales.

Cuando cae la noche, las luces anaranjadas y el aroma de sus restaurantes atraen a cientos de locales y forasteros, y es a esa hora cuando la plaza se convierte en un hervidero, en el salón de la ciudad donde se reúnen centenares de personas para comer y beber, para hablar y es-

cuchar, pero sobre todo para observar los mil matices del paisaje humano de la ciudad. La plaza se inunda de bailarines, acróbatas, encantadores de serpientes y adivinos. Todas las no-

El corazón de la ciudad es la plaza Djem'á El Fna, declarada Patrimonio de la Humanidad

ches se montan mesas en las que se sirven kebabs, caracoles cocidos y todo tipo de platos apetitosos. Alrededor de la plaza se extienden oscuros callejones que conforman el zoco, un enorme mercado en el que se venden hierbas, pócimas, alfombras, velas, joyería, especias, artículos de metal... Es entonces cuando se en-

tiende por qué este espacio fue declarado Patrimonio Oral e Intangible de la Humanidad.

En Marrakech todos los paseos acaban desembocando en esta caja de Pandora que es Djem'á El Fna. Frente a ella, de entre unas palmeras, emerge el minarete de Koutoubia, una torre de 77 metros de altura, hermana gemela de la Giralda de Sevilla, construida por los almohades alrededor del año 1.150 tras conquistar la ciudad.

Al norte de la plaza se concentran los zocos gremiales. Caminando por sus estrechas calles se descubre la verdadera esencia de la ciudad, una ventana al pasado donde los artesanos son los protagonistas. La mayoría de estos zocos son un derroche de color en los que se desarrollan ancestrales oficios artesanales.

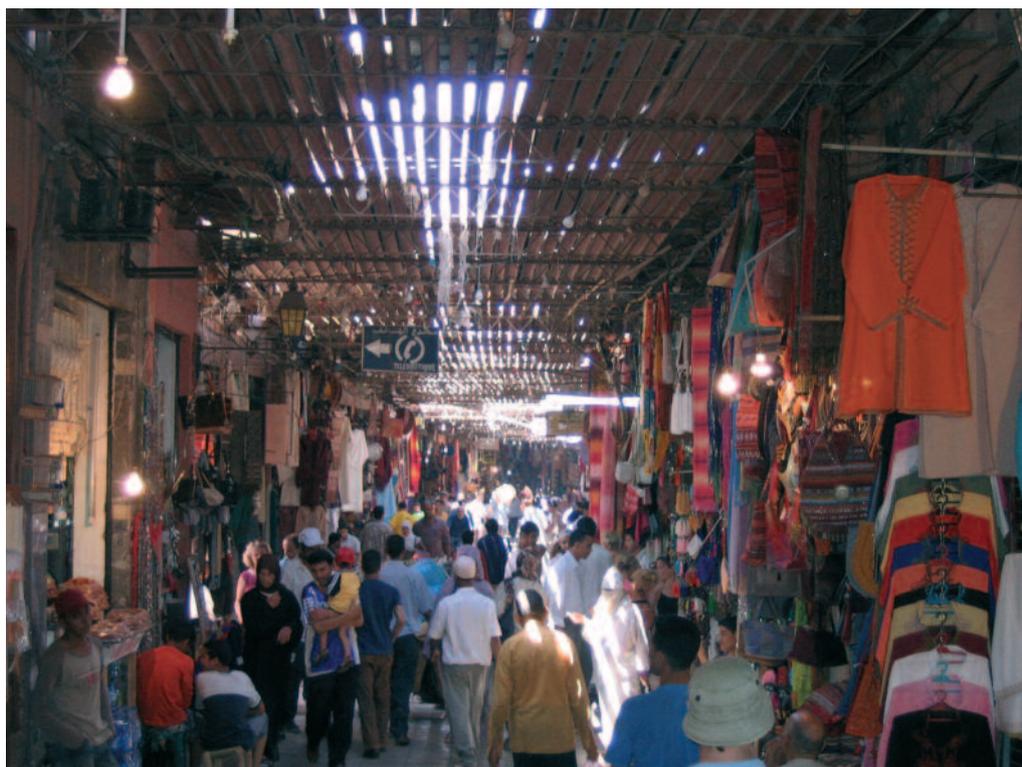
La ciudad nueva

Anchas avenidas, comercios y tiendas de diseño, galerías de arte y discotecas a la última son algunos de los atractivos de la ciudad nueva. Ésta, sin dejar de ser norteafricana, tiene un aspecto más occidental y una vocación cosmopolita quizá heredada de la todavía influyente cultura francesa.

La Avenue Mohammed V es el eje de la nueva Marrakech, fuera de la tradicional Medina. Hay que recorrerla a pie hasta llegar a Gueliz, la zona comercial por excelencia, donde se ubican la mayoría de hoteles de nueva construcción.

Visita obligada en esta zona de la ciudad es el jardín de Majorelle, proyecto artístico del pintor francés Jacques Majorelle que construyó un pictórico parque botánico con especies de los cinco continentes que se abrió al público en 1947.

Marrakech se convirtió en la segunda mitad del siglo XX en refugio de artistas, desde Paul Bowles a los Rolling Stone pasando por Yves Saint Laurent, desde luego un lugar inspirador que merece una serena visita. 🇵🇸



Arriba, imagen típica de un zoco de Marrakech.

A la derecha vista del minarete de la mezquita Koutoubia, hermana gemela de la Giralda de Sevilla.

Abajo, puesto de especias en uno de los innumerables mercados de la ciudad vieja.



Ficha destino

Qué ver

- Zoco de los tintoreros, compendio de color, ruido y movimiento.
- Mezquita de La Koutoubia, su minarete de 77 metros de altura es un punto de referencia.
- Plaza Djem'á El Fna, un espectáculo digno de vivirse de día y de noche.

Dónde dormir

- Maison Arabe, 1, Derb Asshebbé. Bab Doukkala. 190 €/noche.
- Caravan Sérail, 264, Ouled Ben Rahmoun. Palmeral. 170 €/noche.

Dónde comer

- Le Tobsil, 22 Derb Abdellah Ben Hessaien. R'Mila Bab Ksour. Cocina autóctona y gourmet. Precio medio 60 €.
- Dar Moha, 81, rue Dar El Bacha. Medina. Cocina marroquí. Si el clima lo permite pida una mesa en el jardín. Precio medio 50 €.



Energía

El gobierno alemán anunció recientemente un cambio en su política energética que hará que todas las plantas nucleares del país sean cerradas en el año 2022.

De esta manera, Alemania se convierte en la primera gran potencia industrial en anunciar planes para abandonar la energía nuclear. La decisión, de la que en Alemania se llevaba hablando tiempo, se precipitó tras el desastre sufrido en Fukushima como consecuencia del terremoto y posterior tsunami del mes de marzo.

Los siete reactores más antiguos del país se cerraron para una revisión de seguridad tras la crisis japonesa y ya no se volverán a utilizar.



Tecnología

Tras varios meses oyendo hablar de Chrome OS, el sistema operativo de Google, la compañía americana por fin mueve ficha e irrumpe en el mercado de los portátiles con una apuesta vanguardista y arriesgada. Chromebook inaugura un nuevo concepto de equipo que emplea la conexión a Internet como base de su funcionamiento.

La primera hornada de portátiles equipados con Chrome OS está formada por el Samsung Chromebook serie 5 y el Acer Chromebook ZGB. Salvo por el tamaño de la pantalla, ambos dispositivos comparten casi todas sus especificaciones y son un buen punto de partida para empezar a familiarizarnos con la propuesta de Google.

El espacio de almacenamiento de los Chromebook es mínimo, tan sólo 16Gb de memoria SSD, todos los documentos se guardan en la nube a través de servicios de Google.



Curiosidad

El próximo día 30 de diciembre no existirá en la Isla de Samoa. A las doce de la noche del jueves 29 los habitantes de este Estado al sur del Pacífico arrancarán una página más en el calendario y se colocarán directamente en el día 31.

La razón de este viaje al futuro está en los negocios. Samoa comercializa con Australia y Nueva Zelanda, países cercanos a la isla pero al otro lado del meridiano que marca el cambio de fecha.

"Cuando nosotros estamos en la iglesia el domingo, ellos ya están haciendo negocios en Sidney y Brisbane", señala el primer ministro samoano Tuilaepa Sailele.



Motor

A lo largo de los cuatro primeros meses de 2011, la demanda de vehículos comerciales ligeros y furgonetas de segunda mano aumentó un 6,5%, según un estudio elaborado por la plataforma AutoScout24, con motivo del Salón del Vehículo de Ocasión. Este aumento puede ser interpretado como un primer síntoma de recuperación tras el duro golpe que la crisis a supuesto para el colectivo de autónomos.

El informe atribuye esta tendencia a las casi 13.000 nuevas altas de empleados por cuenta propia en el mes de abril y sobre todo en el sector comercial, donde se registraron 3.600 altas en los cuatro primeros meses del año, según datos de la Federación Nacional de Trabajadores Autónomos.

Los nuevos profesionales que se incorporan a la actividad así como los que optan por expandir su negocio, encuentran en el mercado de vehículos usados una excelente alternativa.

Fuente: Logística Profesional Digital

Medio Ambiente

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino promueve el proyecto piloto "Acciones de desarrollo rural en la Cordillera Cantábrica y Pirineos con el oso como marca y símbolo de calidad", puesto en marcha por la fundación Oso Pardo, cuyo objetivo es favorecer la conservación del oso pardo y su hábitat llevando a cabo varias medidas que contribuyen al desarrollo económico de las zonas oseras.

El proyecto, financiado con 871.990 € se está desarrollando en las comunidades de Galicia, Cataluña, Asturias, Castilla y León, Cantabria, Navarra y Aragón, con la idea de integrar a la población en el medio rural y poner en marcha una verdadera política de desarrollo rural sostenible en las zonas de montaña afectadas.

Fuente: Europa Press



Internet

Los precios de la banda ancha en España son los más altos de los países de la OCDE si se incluye el coste de línea, según consta en el último estudio de "Perspectivas de la Comunicación" de la OCDE.

La oferta más barata de banda ancha en España asciende a 19,91 €, sin la cuota de línea, y a 31,3 € incluyendo este coste.

De esta forma España encabeza, junto a Chile, Corea y Nueva Zelanda, el ranking de países más caros en lo que a banda ancha se refiere, con precios que rebasan hasta en 21,79 € el precio más bajo, 9,51 € que se cobra por estos servicios en Estonia.

Además de Estonia; Turquía, Eslovenia y Japón son los países con los precios más asequibles de la banda ancha en la OCDE.

Fuente: elmundo.es



Libros



Carta blanca
Jeffrey Deaver
Umbriel

James Bond, el agente más famoso del mundo, regresa de la mano de Jeffrey Deaver, un experimentado autor de thrillers. Después de una cuidadosa selección los herederos de Ian Fleming, el creador original de James Bond, escogieron a Deaver por su capacidad para crear intrigas fuertes y sólidamente construidas. En el libro nos encontraremos con un Bond del siglo XXI, rodeado de hermosas mujeres e inolvidables villanos.



El aviso
Paul Pen
RBA

Intriga en estado puro. Arenas de la Despernada es una tranquila localidad residencial de la sierra madrileña. Pero tras su plácida apariencia se esconde un misterioso enigma. Un día se produce un robo en una tienda y uno de los clientes es tiroteado al tratar de salvar a un niño. Su mejor amigo, corroído por la culpa, investiga el asalto intrigado por el hecho de que treinta años atrás ocurrió algo muy similar en la misma tienda.

Cine



Blackthorn
Mateo Gil
Sam Shepard, Stephen Rea,
Eduardo Noriega
Estreno: 01/07/2011

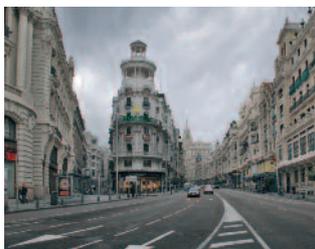
Historia de los últimos días del legendario ladrón de bancos Butch Cassidy. Estamos ante un western crepuscular que nos presenta a Cassidy conviviendo con una indígena en los valles tropicales de Bolivia bajo el pseudónimo de James Blackthorn. Un día conoce a Eduardo Apodaca (Eduardo Noriega) un ingeniero de minas español que se ha convertido en ladrón. Ambos se asocian y acabarán cometiendo algunos atracos.



Beginners (Principiantes)
Mike Mills
Ewan McGregor, Christopher
Plummer, Mélanie Laurent
Estreno: 08/07/2011

Oliver (Ewan McGregor) es un hombre relativamente joven que empieza a replantearse su vida y sus relaciones amorosas a partir del momento en que su padre, de 71 años, y que ha estado 38 años casado con su madre, le revela dos noticias tan impactantes como inesperadas. Una película con una especial mezcla de tristeza, comedia y esperanza que permanecerá en la memoria del espectador.

Artes plásticas



Retrospectiva Antonio López
Museo Thyssen-Bornemisza
Madrid
Hasta el 25 de septiembre

El museo Thyssen-Bornemisza acoge una completa retrospectiva de la obra del pintor Antonio López (Tomelloso, Ciudad Real, 1936), con piezas de los últimos 20 años y con otras que llegan directamente de su estudio.

Se exponen 130 obras que podrán verse hasta el 25 de septiembre. La muestra está comisariada por su hija, María López, y el conservador jefe del museo, Guillermo Solana, que fue el verdadero impulsor de la puesta en marcha de esta exposición.

La retrospectiva no responde a un orden cronológico, el recorrido va hacia adelante y hacia atrás en la obra de Antonio López quien, como queda patente, está activo y trabajando, lo que se refleja en unas salas donde conviven de manera equilibrada, la pintura, el dibujo y la escultura, los tres géneros que ha cultivado a lo largo de su carrera. Tras su presentación en Madrid, la exposición podrá verse, en una versión algo más reducida, en el Museo de Bellas Artes de Bilbao, del 10 de octubre de 2011 al 22 de enero de 2012.

Hazte Fan de

Tips@

en facebook

Noticias, concursos, servicios, soluciones...

