

Ruta Abierta

69 — Julio 2017 - Ruta Abierta, la revista de la Red Tipsa

Llega el verano
cargado de
novedades

CONVENCIÓN 2017



Nos gustan tus envíos





SEGUIMOS APOSTANDO POR LA FÓRMULA TIPSA

Diecisiete años y en la **Familia TIPSA** mantenemos intacta nuestra forma de ver el negocio. Evolucionada y adaptada a los nuevos tiempos, pero intacta. Desde el primer día supimos ver que ofrecer **VALOR** a nuestros clientes, en cualquiera de los ámbitos de servicio, era la mejor forma de crecer y mantenernos fuertes.

Hemos sabido entender el valor como la combinación óptima de una calidad obsesiva, de la capacidad de adaptación a las necesidades de nuestros clientes y del liderazgo tecnológico. Esto nos permite hoy ofrecer servicios de valor añadido, que nos ayudan a evitar la guerra de precios a la vez que nos permite ser los que más crecen en este tipo de servicios.

Un ejemplo perfecto de nuestra apuesta por el valor es el impulso que nuestra **RED** está brindando al servicio **TIPSA Farma**. Como analizamos en nuestra Convención del pasado 17 de junio tenemos, seguramente, la RED mejor adaptada a este sector. Y si combinamos esto con la excelente capilaridad de nuestra Red, tenemos un servicio ganador que podemos ofrecer a un sector como el Farma, que no para de crecer y lo seguirá haciendo a dos dígitos en los próximos años.

Otro ejemplo de nuestra obsesión por hacer las cosas de una forma diferente, mejor, es el enfoque que hemos dado a nuestros servicios adaptados para el **eCommerce**. Parece fácil, pero posicionarnos como uno de los líderes tecnológicos del sector, ofreciendo total integración a la vez que desarrollamos soluciones de entrega y logística inversa adaptadas, gestión integral de pedidos, etc., y ser capaces de ofrecer este servicio, con nuestro estándar de calidad, a nivel global no ha sido tarea fácil. Hoy podemos decir que somos un operador global para servicios eCommerce. Nuestro acuerdo estratégico con **SkyNet**, y la integración que sus sistemas tienen con los nuestros hace hoy más fácil que nunca gestionar envíos y entregas en cualquier punto del planeta.

Estas son dos de las importantes novedades que hemos presentado en la decimoséptima reunión de la Familia TIPSA. Un día en el que hemos estrechado lazos y en el que personalidades de los medios y de la sociedad nos han felicitado por ser especiales, por hacer las cosas según la **Fórmula TIPSA**.

Marketing TIPSA

Ruta Abierta 69 Índice

¡No te pierdas el desplegable en las páginas centrales!

01 Portada	04 Protagonistas	08 Convención 2017	20 Nuevos Materiales Comerciales
02 Editorial	06 Ponle Freno	17 Campeón Farma	21 Ranking de Calidad
03 Nuevas Aperturas	07 Tendencias	18 TIPSA Internacional	22 Servicios TIPSA

NUEVAS APERTURAS

Cinco nuevas delegaciones incluida Getafe.



Ver entrevista a Getafe "El último en llegar" a la Familia TIPSA en página 4.



LA EXPERIENCIA Y LA ILUSIÓN. DOS VISIONES DE LO

QUE SIGNIFICA FORMAR PARTE DE LA FAMILIA TIPSA



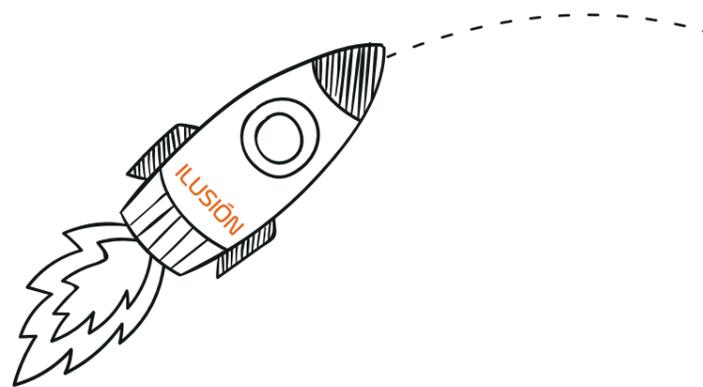
EL ÚLTIMO EN LLEGAR

Miguel Ángel Ruiz, de la nueva agencia TIPSA Getafe (Madrid).

Factores diferenciales del servicio TIPSA... "Me gustaría destacar dos que para mí son fundamentales: el compromiso y la responsabilidad frente al cliente final."

¿Qué beneficios crees que tiene contar con el paraguas de una empresa como TIPSA y de una red con esta capilaridad?

La solidez de una marca líder en su sector. TIPSA ya se ha asentado como una de las grandes empresas logísticas del país y eso, de cara al cliente final, supone una importante garantía. Además, nos sumamos a un proyecto que funciona, con todos los procesos estructurados para el correcto funcionamiento de cada engranaje necesario desde que recogemos un envío hasta que se lo entregamos al destinatario. Estamos orgullosos de formar parte de TIPSA.



@TIPSA_red

OPINA— #conlailusiondelprimerdia

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.

Para que la Familia TIPSA crezca, también son necesarias las nuevas incorporaciones, por ese motivo hemos querido hablar con Miguel Ángel, gerente de la nueva agencia TIPSA Getafe, para conocer junto a él sus impresiones sobre TIPSA antes y después de su incorporación a nuestra Red.

¿Cuándo abristeis la agencia TIPSA Getafe?

Hace muy poquito, llevamos poco más de dos meses de rodaje. Inauguramos el 3 de abril, con muchos nervios y llenos de ilusión. No obstante, estamos convencidos de que es el principio de un larguísimo recorrido juntos.

¿Qué conocías de TIPSA? ¿Qué fue lo que te animó a crear tu agencia en nuestra compañía?

Nosotros ya trabajábamos con TIPSA antes de animarnos a crear nuestra propia delegación ya que éramos, y todavía somos, clientes y proveedores de la compañía. Para nosotros convertirnos en delegación era el paso natural que teníamos que dar para involucrarnos más con la entidad. Nos gusta la forma de trabajar de TIPSA y cuando surgió la oportunidad de gestionar TIPSA Getafe no tuvimos ninguna duda.

¿Cuáles son los factores diferenciales del servicio TIPSA y su organización frente a otras empresas que hayas conocido?

Son muchos, pero sobre todo me gustaría destacar dos que para mí son fundamentales: el compromiso y la responsabilidad frente al cliente final. Creo que esos dos valores son los que hacen de TIPSA la gran empresa que es en la actualidad. Además son compromisos que nosotros siempre hemos aplicado en nuestro trabajo, por eso encajamos a la perfección y por eso era inevitable que acabásemos juntando, aún más, nuestros caminos.

EL VETERANO

Álex Balaguer, delegado de TIPSA Sants (Barcelona) desde 2002

Frente a la crisis... "La calidad tiene un precio... En TIPSA hemos procurado ajustarnos sin caer en la tentación de reducir estructuras ni personal y el tiempo nos está dando la razón."

Queremos compartir con vosotros la experiencia de uno de los "hermanos mayores" de la Familia TIPSA, para ello hemos pedido a Álex Balaguer, delegado de la agencia TIPSA Sants, que comparta con nosotros su experiencia.

¿Cuánto tiempo lleváis formando parte de la Familia TIPSA?

Empezamos nuestra andadura el 15 de Noviembre de 2002 como colaboradores y el 1 de Enero de 2003 decidimos abrir la delegación con 3 códigos postales, formalizar nuestra relación y pasar a formar parte de este gran proyecto que, 15 años después, nos ha dado la razón.

Cuando decidisteis uniros a la compañía, ¿pensabais que el trato sería tan familiar y cercano?

Era justamente lo que buscábamos: el trato familiar. Veníamos del sector y éramos una empresa pequeña, queríamos integrarnos en una red nacional con un trato y un funcionamiento similar al que estábamos acostumbrados. Elegimos TIPSA porque era una red joven y pensamos que sería bueno para ambas partes el poder crecer juntos y consolidarnos en el mercado con una gran marca.

Habéis vivido recientemente el cambio de imagen de la compañía...

Creo que ha sido un acierto, aunque he de reconocer que al principio costó acostumbrarse a la nueva imagen, ya que nos habíamos identificado con la arropa y el muñeco, pero tocaba una renovación,



mucho más moderna y directa, y 1 año después nos sentimos totalmente identificados con ella.

¿Qué opinas de los servicios de valor añadido para eCommerce y Farma?

El eCommerce ha crecido en España estos últimos años a un gran ritmo y nos hemos sabido adaptar y ofrecer un buen servicio en este sector con unos resultados de calidad muy altos. En cuanto al sector Farma, somos de las pocas redes que están apostando fuerte por el mismo, cumpliendo la normativa del transporte de medicamentos e implantando vehículos de temperatura controlada 15-25 en todas las delegaciones.

¿Crees que la filosofía de TIPSA, basada en la calidad frente al precio, ha permitido hacer frente a la crisis y salir de la misma?

Creo sinceramente que la calidad tiene un precio y, en esta crisis, muchas compañías han abaratado precios a costa de un mal servicio. En TIPSA hemos procurado ajustarnos sin caer en la tentación de reducir estructuras ni personal y el tiempo nos está dando la razón.

Durante este tiempo habréis vivido más de una anécdota...

Hay una que recuerdo con especial ilusión y nos sucedió hace solo unos meses en una entrega en una farmacia: al llegar el repartidor, se encontró con la familia del enfermo que necesitaba el medicamento que estábamos entregando. Le contaron la historia y lo importante que era la llegada de ese paquete en concreto ¡y hasta le dieron un abrazo de la emoción! Historias como esta hacen que me de cuenta de hasta qué punto nuestro trabajo importa.

PONTEVEDRA ACOGE LA SEGUNDA CARRERA PONLE FRENO CON LA PARTICIPACIÓN DE 1200 CORREDORES



El circuito de carreras de Ponle Freno de 2017, la gran acción solidaria por la seguridad vial impulsada por Atresmedia y de la que TIPSA es patrocinador oficial, ha tenido lugar el sábado 1 de julio en la ciudad gallega de Pontevedra. En esta ocasión la carrera tuvo una característica especial, ya que fue la primera edición nocturna de la historia de las carreras de Ponle Freno.

La recaudación íntegra de la carrera se ha destinado al proyecto "Ao INSTIenBICI" de la Asociación Pedaladas que tiene como objetivo que los menores adquieran conocimientos de cómo circular de forma correcta en bicicleta por la calzada, valores de respeto mutuo y promoción del uso de la bicicleta como elemento de movilidad.

Una vez más, TIPSA estuvo presente durante toda la jornada, con un stand informativo en la feria del corredor, al que se acercaron muchos de los participantes, pero también viandantes interesados en conocer nuestra compañía. Además, Manuel Lesta (TIPSA Vigo) y Shaila Izquierdo (TIPSA Pontevedra) formaron parte del grupo de autoridades presentes tanto al arranque de la carrera como en la entrega de premios a los ganadores.



OPINA— #TipsaPonleFreno

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

LAS 8 TENDENCIAS CULTURALES QUE ESTÁN LLEGANDO AL eCOMMERCE A NIVEL MUNDIAL

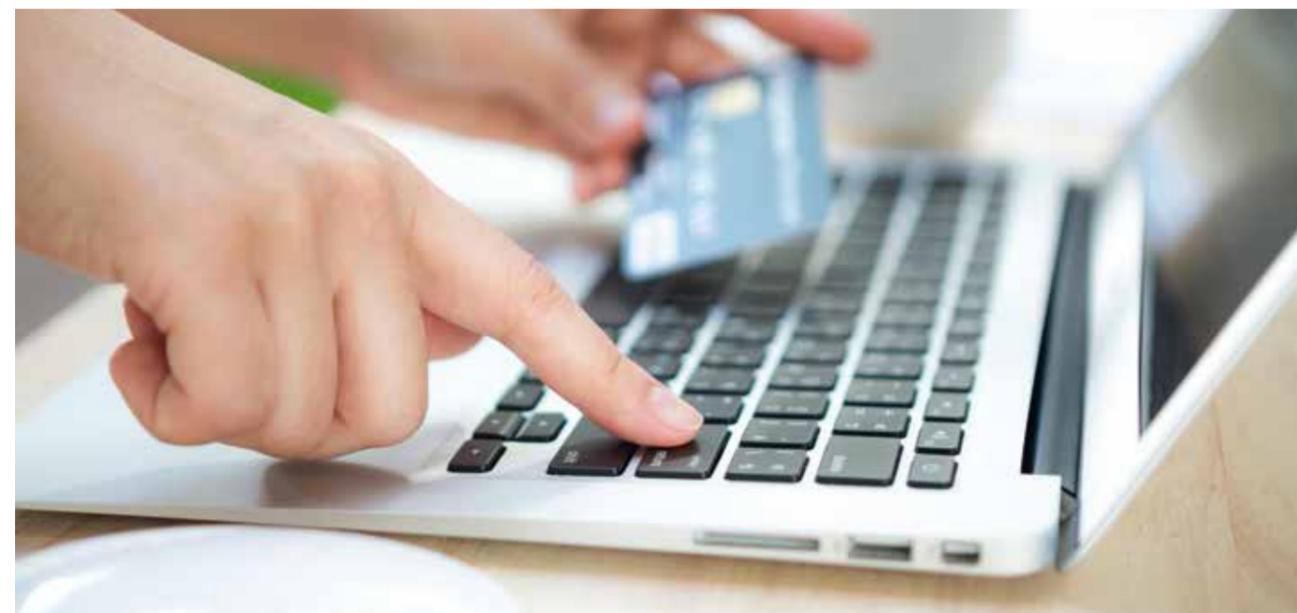


Foto: Jannoon028 - Freepik.com

La globalización está consiguiendo que los comportamientos y hábitos de compra tanto en comercio tradicional como on-line se vean afectados cada vez más por tendencias que se propagan, gracias a las tecnologías, a gran velocidad.

1. Personalización desde el inicio de la compra.

Comercios y marcas deben priorizar la satisfacción del cliente para diferenciarse y nada como una compra personalizada para mejorar la experiencia. Promover que el cliente personalice su experiencia es mejor que individualizar los productos y servicios. Así amplificamos la lealtad y repetición.

2. Búsqueda de experiencias.

Las tiendas físicas están transformándose y han pasado de ser un lugar donde se despacha el producto a un espacio experimental, más sensorial, donde el cliente siempre pide nuevos contenidos. Las tiendas on-line tienen una oportunidad ya que aprovechan la intimidad del consumidor para generar una experiencia a la medida.

3. Compras estimulantes.

Con prácticas como premios o concursos que pueden realizarse desde la tienda física o las tiendas on-line. El juego no tiene por qué estar relacionado con el premio a conseguir, sino que existen marcas cuyo único propósito es divertir a sus clientes.

4. Diseño e imagen atractivos.

Los aspectos estéticos son importantes para una compra por impulso. Tenemos ejemplos claros como el de Pinterest o el uso de la realidad aumentada, que ya está llegando a los dispositivos móviles.

5. Elección de confianza.

La transparencia es clave, los tiempos de ocultar costes adicionales o debilidades del producto son cosa del pasado. Los consumidores han aprendido y tardan cerocoma en rechazar y/o devolver la compra... y ¿quién paga la logística inversa...?

6. Mercado inteligente.

La utilización del smartphone y la necesidad de simplificar los procesos son retos a los que las marcas se enfrentan actualmente. Existen tecnologías que facilitan la compra, como son las aplicaciones, monedas virtuales, entregas a la carta, etc. El nuevo consumidor exige poder elegir.

7. Compra social.

Las redes sociales son culpables en gran parte de la transformación del proceso de compra, donde la globalización, Internet y la tecnología han permitido el contacto entre la gente y la construcción de comunidades según los intereses. Las reseñas, opiniones de productos, recomendaciones o adquisiciones colectivas han conseguido que el consumidor logre mejorar sus compras.

8. La globalización de la compra local.

Con orgullo, como símbolo de identidad, los consumidores eligen productos locales.

Las grandes marcas y plataformas de comercio on-line han comenzado a incorporar variedades regionales y artesanales, junto con la habitual oferta global. Las celebraciones y festividades se han convertido en momentos idóneos para crear grandes eventos de compra.



OBJETIVO CONVENCION: ESTRECHAR LOS LAZOS ENTRE LAS DELEGACIONES Y CONSEGUIR QUE TODOS NOS PONGAMOS CARA

Diecisiete de junio de 2017 y hemos celebrado nuestra reunión anual número 17. Este año teníamos algo muy especial preparado. Presentar importantes novedades de servicio era uno de los retos pero, además, teníamos otro objetivo... estrechar los lazos entre las delegaciones y conseguir que todos nos pusiésemos cara.

Nuestra Consejera Delegada, MARISA CAMACHO, abrió la presentación y recordó a todos uno de los mensajes más relevantes de la pasada Convención, "...somos una familia unida y orgullosa que trabaja con un objetivo común, ser los mejores en servicio y los más estables y sólidos a nivel empresarial...". Con estas palabras pasó a repasar con datos la excelente evolución del negocio en el último ciclo que, en todos los parámetros importantes, demuestran que seguimos creciendo en dos dígitos. Felicidades Familia TIPSA.

Como todos los años JOSÉ NEMESIO FERNÁNDEZ, Director de Desarrollo Comercial de TIPSA, fue el encargado de introducir cada uno de los temas y a sus protagonistas. MÍRIAM REAL, Responsable del departamento de Gestión Comercial de TIPSA, presentó los detalles de la nueva etiqueta. Con la que repartidores y destinatarios accederán a más niveles de información de un solo vistazo.

EDUARDO VÁZQUEZ, Director Nacional de Operaciones, dedicó unos minutos a resaltar los avances del programa TIPSA Farma. En su presentación, destacó el alto potencial que tiene este segmento reclama alto valor añadido. Y en esto somos los mejores.

En la parte final de la presentación pusimos en común dos temas de alto valor estratégico. FRANCISCO MARTÍN, de DINAPRISE, presentó los detalles y ventajas de una herramienta desarrollada en exclusiva para TIPSA y que pronto formará parte de nuestro día a día comercial.

Las mejoras en el servicio TIPSA eCommerce Internacional fueron el último gran tema de una presentación. Gracias a la alianza estratégica con SkyNet, nuestro servicio Internacional se adapta a las últimas

exigencias del nuevo comercio on-line, en el que nuestros clientes se han vuelto globales. ESTEBAN HERNÁNDEZ, Director General de SkyNet en España, desarrolló los detalles de este mejorado servicio.

Y llegó la hora de la despedida y, con ella, la de la gran sorpresa del día. Cuando MARISA CAMACHO cerraba el acto y hacía referencia a la Fórmula TIPSA, a la RECETA de nuestro éxito, desde el fondo de la sala apareció uno de los que más saben de recetas de nuestro país. PEPE RODRIGUEZ de MASTERCHEF, que junto con su equipo de cocineros y "pinches", se puso a los mandos de la versión TIPSA del concurso que arrasa en televisión. Un TIPSA CHEF de paellas en el que 50 grupos aleatorios estrechaban lazos mientras competían por cocinar la mejor paella.

Cuarenta y cinco minutos fueron suficientes para que el jurado de TIPSA CHEF decidiera los cinco finalistas, que estuvieron a un nivel sorprendente, pero solo uno de ellos se alzó con el primer premio, presentando un plato que, en palabras de Pepe Rodríguez, "...está mejor que algunos de los que he probado en restaurantes especializados en arroz...".

Por la noche la Familia TIPSA se reunió para cenar en el hotel escogido este año, el MELIÁ CASTILLA. El Salón de Tapices fue el lugar elegido para disfrutar de una deliciosa cena y, al final de esta, SINACIO un famoso cómico monologuista, ofreció un show que, vistas las risas y aplausos de los asistentes, no olvidaremos. A continuación, varias horas de baile, amenizadas por un excelente DJ, pusieron el broche perfecto a la jornada.



UNA FELICITACIÓN MUY ESPECIAL PARA LA CONVENCION Nº 17, EL 17 DE JUNIO

Manu Sánchez, el presentador de los deportes de ANTENA 3 NOTICIAS no quiso perderse la oportunidad de felicitar a la Familia TIPSA en un día tan especial.

"Quiero felicitaros por haber sabido crecer con la ilusión intacta [...] con una fórmula de hacer negocios diferente, mejor... habéis sabido crecer a la vez que os comprometéis con la sociedad..."

TIPSA patrocina una iniciativa del Grupo Atresmedia, las Carreras PONLE FRENO, una gira por cinco capitales de nuestra geografía en las que se celebran carreras urbanas solidarias con el objetivo de recaudar fondos para las víctimas de accidentes de circulación. Unos eventos con la máxima relevancia a nivel local que tienen su plato fuerte en la carrera de Madrid que reúne anualmente a más de treinta mil corredores y que tiene un espectacular apoyo mediático y publicitario del Grupo Atresmedia.

Y es que en TIPSA somos conscientes de la importancia que tiene la seguridad vial. Cada día miles de miembros de la Familia TIPSA recorren nuestras ciudades y carreteras para recoger y entregar decenas de miles de envíos con esa ilusión y cariño que nos hace únicos. Con nuestro ejemplo e impulsando programas como las Carreras PONLE FRENO, demostramos que en TIPSA tenemos una forma diferente de hacer nuestro trabajo, y siempre se agradece que profesionales de la talla de Manu Sánchez nos digan alto y claro...

"...FELICIDADES FAMILIA TIPSA."

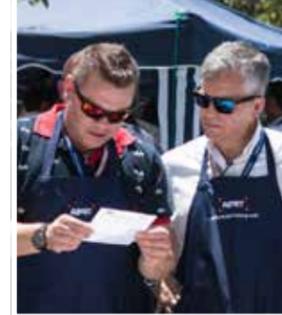


Un GRAN día en FAMILIA

CONVENCION 2017







EL CAMPEÓN FARMA

Conoce cómo TIPSA Farma ayuda a impulsar el negocio de la delegación de Alcoy

Entrevista a Jorge Tortosa



El sector Farma-Laboratorios es un ejemplo de la adaptación de TIPSA, su capilaridad y sus servicios de valor añadido. Hemos sido (y seguimos siendo) pioneros en la adaptación a las necesidades de un servicio tan exigente y con características tan especiales como este.

En pocos meses, TIPSA se ha posicionado como referencia en este mercado, gracias a nuestro sistema de calidad, de trazabilidad y control continuo de la temperatura y de seguridad y entrega de la mercancía. Este crecimiento ha sido posible gracias a la capilaridad de nuestra Red y a la adaptación de nuestras infraestructuras y vehículos.

Hemos querido hablar con Jorge Tortosa, delegado de TIPSA Alcoy, una de las primeras agencias en adaptarse a las necesidades del servicio Farma, para conocer de primera mano cómo ha influido en su día a día esta vía de negocio.

Muchas gracias por atendernos para Ruta Abierta. Cuéntanos un poco, ¿cómo y cuándo decidisteis incorporaros a la Red TIPSA?

En abril de 2015, hubo un primer contacto con el responsable de expansión, que continuó con Enrique Milla, el Director Regional de nuestra zona.

Las conversaciones fueron fructíferas y terminaron con nuestra integración en la Red TIPSA en julio de 2015, y unos meses después, con la apertura de otra delegación.

Son pocos años y, sin embargo, os habéis adaptado totalmente a todos nuestros servicios, incluyendo los de valor añadido como eCommerce y Farma...

Sí, en realidad son pocos años los que llevamos integrados en la Red TIPSA, pero han sido muy intensos. Si uno toma una decisión de incorporarse en una estructura como esta, tiene que ser con todas las consecuencias, por esos fuimos de los primeros en ser punto Farma, con lo que eso suponía... vehículo adaptado, más controles, etc.

¿Consideras importante la adaptación a Farma?

Fundamental, pienso que es una grandísima idea y siempre es importante ir por delante de la competencia. Desde el principio supimos que era la línea que debíamos seguir para que nuestra delegación creciese... y el tiempo nos ha dado la razón.

¿Crees que los servicios específicos de TIPSA para el sector Farma te han ayudado en tu negocio creando nuevos clientes?

Es un producto que en la actualidad me permite estar negociando la incorporación de nuevos clientes, a los que me habría sido imposible acceder de no tener este servicio. Por tanto, más que creer, te puedo afirmar que TIPSA Farma me ha abierto muchas puertas para la llegada de nuevos clientes.

Además, TIPSA es la primera compañía en obtener certificaciones de Buenas Prácticas en la Distribución Farmacéutica... ¿Qué valoración te transmiten los usuarios del servicio Farma?

Que el servicio es un acierto. Además, disponer de estas certificaciones de calidad les transmite confianza, ya que son conscientes de la dificultad de obtener certificaciones de este tipo, ya que supone pasar controles de calidad de máxima exigencia que ponen a prueba cada requisito necesario.

Creo que haber sido los primeros en conseguir la certificación de GDP's refleja el gran esfuerzo realizado, tanto desde central como por toda la Red, para ofrecer un servicio de máxima calidad a nuestros clientes.



@TIPSA_red

OPINA— #conlailusiondelprimerdia

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 INTERNACIONAL

Uno de los principales inconvenientes que tradicionalmente han encontrado los eCommerce para su expansión internacional ha sido, hasta el momento, el alto coste de los envíos, lo que les impedía ser competitivos fuera de nuestras fronteras. En este sentido, era necesario encontrar alternativas viables que permitiesen a los comerciantes poder acceder al mercado europeo, multiplicando de forma importante el número de clientes potenciales de su negocio.

En este contexto incluso la Comisión Europea reflejó su preocupación, hace apenas unos meses, por el importante obstáculo que el alto coste de los envíos entre Estados Miembros de la Unión Europea suponían para el comercio electrónico. Este estudio reflejaba que solo el 12% de los comercios minoristas vendían a otros países, cifra muy lejana al 37% que sí realiza ventas online en su propio país.

Otra de las principales preocupaciones que transmiten los consumidores es la dificultad de conocer el estado de su pedido o la fecha aproximada en la que lo recibirá en su domicilio, con tiempos que en ocasiones superan el mes de espera.

Por ello, era necesario buscar soluciones y alternativas de valor para facilitar a los eCommerce su expansión transfronteriza de manera eficaz y con costes asequibles tanto para ellos como para los consumidores finales.

En TIPSA trabajamos día a día en ofrecer a nuestros clientes los mejores servicios adaptados a sus necesidades. Por eso, en un mundo cada vez más globalizado, era importante realizar un esfuerzo que permitiese a nuestra Red incluir entre nuestros servicios envíos con valor añadido fuera de nuestras fronteras.

Para lograr este objetivo, hemos creado una nueva alianza que nos permitirá ofrecer un servicio internacional, especialmente enfocado a facilitar a los eCommerce vender y enviar sus productos a toda la Unión Europea.

Durante los últimos años, hemos realizado esfuerzos muy importantes para adaptarnos a las necesidades de los eCommerce, con servicios específicos creados a medida, cubriendo su demanda logística de forma total; con integración en su web, soluciones de almacenaje, control de stock, gestión de envíos, packaging a medida, logística inversa, DropShipping... Desde ahora, además, podremos ofrecerles servicios internacionales adaptados a las características específicas de su sector.



Ofrecemos servicios de entregas exprés y logística internacional con opciones adaptadas por precio y por tiempos, abarataremos con camiones exprés con salidas diarias a las principales poblaciones de la Unión europea y somos los primeros en llegar gracias a nuestro servicio aéreo internacional.

Para esta nueva aventura internacional necesitábamos un aliado estratégico que entendiese la calidad de los envíos como lo hace TIPSA y no podíamos encontrar mejor partner que Skynet para ello.

NUESTROS SERVICIOS, MÁS GLOBALES QUE NUNCA

Son muchos los motivos que nos hacen estar seguros de la importancia de realizar envíos internacionales:

- La Unión Europea es un mercado único.
- Los propios clientes nos empujan a ello.
- Es un producto más rentable.
- Se evita que entren competidores.
- Optimización de recursos y medios.

Otra ventaja fundamental de la apertura internacional de TIPSA y su nuevo servicio TIPSA EUROPAQ es que es un proyecto que suma, sin entorpecer el correcto funcionamiento de los servicios que ya veníamos ofreciendo en la actualidad. Además, nuestros clientes podrán conocer en todo momento el estado de su envío, gracias a la integración informática, que permitirá una trazabilidad continua y en tiempo real de los envíos.

Los principales beneficios de este nuevo servicio TIPSA EUROPAQ serán la trazabilidad de los envíos, la rapidez y el ahorro económico, gracias a las salidas diarias por carretera, que permitirán abaratar los elevados costes del servicio Courier tradicional.

TRAZABILIDAD: tanto nuestros clientes (eCommerce) como los clientes de nuestros clientes (destinatarios finales) podrán conocer en todo momento el estado de su envío, gracias a la integración de nuestro sistema informático y al continuo seguimiento de los envíos.

RAPIDEZ: a través del servicio aéreo internacional, los envíos podrán llegar a su destino en un tiempo record.

AHORRO ECONÓMICO: abarataremos costes con salidas diarias por carretera a las principales ciudades de Europa. De este modo el destinatario podrá recibir en apenas unos días un envío sin asumir los altos costes habituales.

Para esta nueva aventura internacional necesitábamos un aliado estratégico que entendiese la calidad de los envíos como lo hace TIPSA y no podíamos encontrar mejor partner que Skynet para ello. Fundado en 1972, con más de 50 millones de envíos anuales y 30 mil trabajadores en todo el mundo, Skynet es la 4ª mayor Red Courier a nivel mundial y el compañero perfecto en nuestra andadura internacional.

UN MATERIAL COMERCIAL ACTUALIZADO



* Formato apaisado en versión encuadrada (disponible dpto. de compras) y en archivo pdf. descargándola desde la Intranet.

El año pasado y como parte del plan de refuerzo de nuestra imagen, rediseñamos todos los soportes comerciales aportando una imagen limpia, moderna y potente que nos ha ayudado a comunicar a nuestros clientes nuestras ventajas competitivas, los valores de la compañía y, sobre todo, nuestra manera especial de hacer nuestro trabajo – la FÓRMULA TIPSA.

Presentamos la actualización de los materiales comerciales. Hemos mantenido el diseño pero hemos puesto al día y revisado los contenidos, y hemos añadido dos presentaciones específicas en formato apaisado para los servicios TIPSA FARMA y TIPSA eCOMMERCE.

PRESENTACIONES*

- PRESENTACION DOSSIER COMERCIAL, “Con la ilusión del primer día”.
- PRESENTACION “TIPSA FARMA”.
- PRESENTACION “TIPSA eCOMMERCE”.

FOLLETOS TRÍPTICOS y CUADRÍPTICOS

- GÉNÉRICO TIPSA. Una adaptación de la presentación ejecutiva. El de tirada...
- FOLLETO TIPSA FARMA.
- FOLLETO TIPSA Ecommerce

RESTO DE MATERIALES

- CARPETAS COMERCIALES. Carpeta Simple de Presupuesto y Carpeta De Luxe
- FORMATOS DE PRESUPUESTO
- HOJA DE REGISTRO
- REVISTA TIPSA RUTA ABIERTA



LOS QUE LO HACEN GENIAL

TIPSA TERRASSA: Compromiso 001



Cada envío es un compromiso adquirido por la agencia con remitente y destinatario.

002 TIPSA A CORUÑA: Cariño



Nuestros envíos llevan un poco de cada uno de los que formamos parte del equipo.

MADRID PLATAFORMA: Decisión 003



Un equipo de profesionales decididos a dar lo mejor de cada uno con un fin común.

LOS QUE CADA DÍA LO HACEN MEJOR

MADRID VILLALBA 001



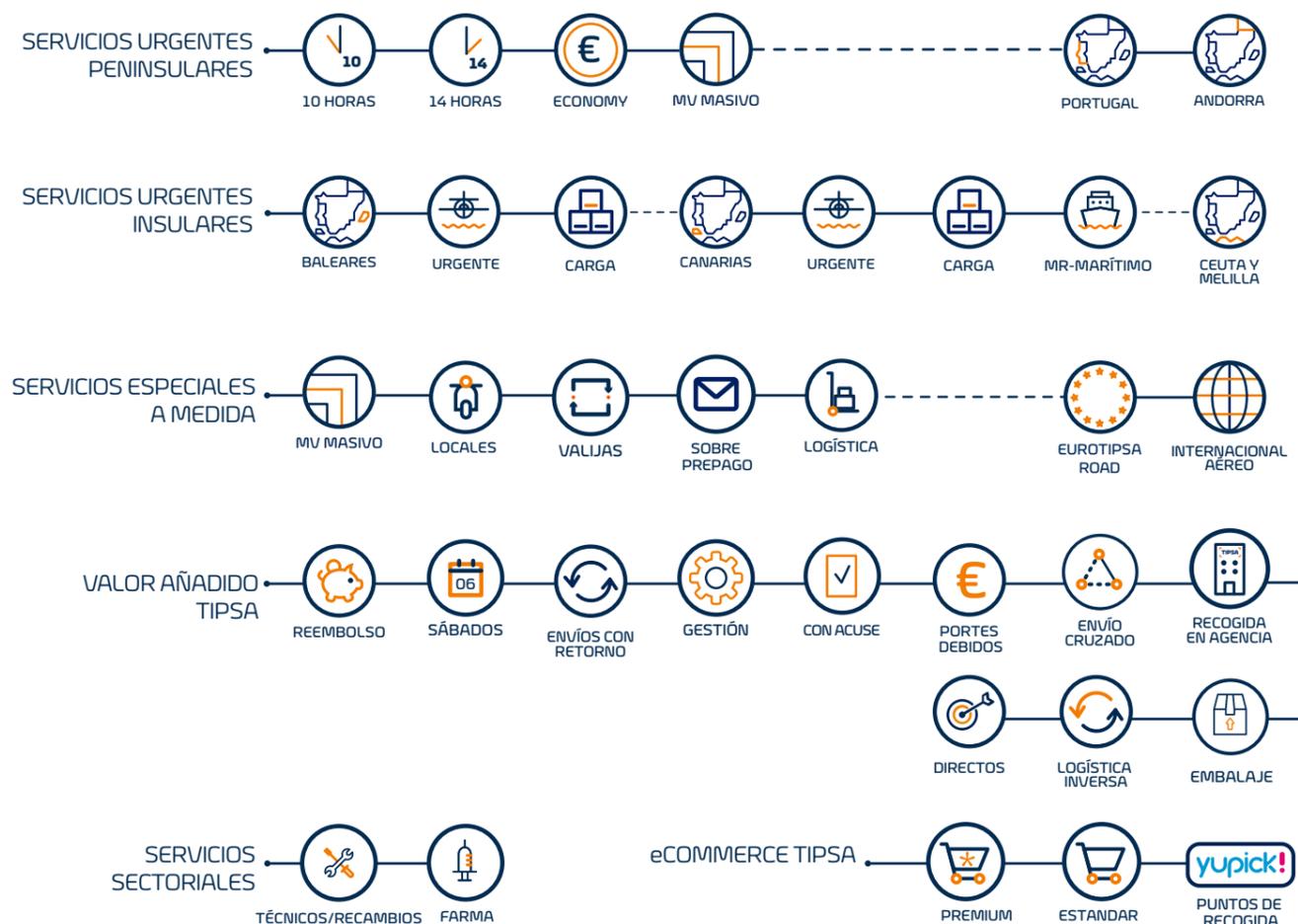
002 CIUDAD REAL



LAS PALMAS 003



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 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 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 PENINSULAR

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

**TIPSA 10****TIPSA 10 BALEARES**

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

**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.

**ECONOMY****CARGA BALEARES**

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

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 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

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
Medidas: 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

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

INTEGRACIÓN

1
2
3



EMPRESAS
Cualquier tamaño y sector

DESTINATARIOS
El estado de sus envíos en tiempo real.

TIPSANET
Solución de gestión para la grabación directa y seguimiento de envíos (No requiere instalación).

WEB TIPSA
Localizador de envíos 24h. / 365 días.

WEBSERVICE
Acceso directo a la información Tipsa con fácil integración con el programa de gestión de cada cliente.

APP
- Alertas envíos en tránsito.
- Alerta de incidencias.
- Alerta de entrega.



INTEGRACIÓN

SMS/eMAIL
- Seguimiento en tiempo real.
- Notificación de cambios de estado del envío.
- Interacción para entrega en caso de ausencia.

GRANDES CLIENTES

DINAPAQ CLIENTES
Acceso a todas las funcionalidades de sistema para su gestión on-line (requiere instalación y permite sincronización ERP).

TIPSA NOTIFY
Permite avisar al destinatario, a primera hora, de la hora aproximada de entrega y pudiendo, también, acordar día y hora de entrega.

eCommerce eTIPSA
TIPSA 360° eCommerce – La solución que se integra con PRESTASHOP - MAGENTO - OSCOMMERCE - TIPSA WEB SERVICES - METAPACK



Puedes descargar ya la App de TIPSA