

Ruta abierta

REVISTA CORPORATIVA

Número 39 Marzo de 2012

● Tips@ Ibi
Seguridad y constancia

● Tips@ Burgos
Confianza en la red

El e-commerce como presente y futuro del sector paquetería

Haciendo foco en las empresas de venta online

No es casualidad que volvamos a incidir en el presente número de Ruta Abierta en un asunto que ya fue portada en el mes de noviembre. Las empresas de transporte urgente basarán, en el corto y medio plazo, gran parte de su negocio en clientes que venden sus productos a través de Internet. Un asunto con la suficiente enjundia como para detenernos nuevamente en él.

Tips@ es una compañía que, desde su creación en el año 2000, ha sabido evolucionar con su tiempo y paso a paso ha conseguido superar retos que parecían inalcanzables. La empresa ha mantenido un crecimiento constante basado en el buen hacer de todos sus profesionales y en el compromiso adquirido por las delegaciones llevando a la práctica los protocolos de actuación marcados por la organización.

La oportunidad que para el sector de la paquetería urgente supone el crecimiento experimentado por los negocios que venden a través de Internet es evidente, y entre todos tenemos que saber aprovecharla. Por ello Tips@ reforzará su apuesta por el e-commerce con la creación de nuevas herramientas y soluciones que ayuden a las agencias y que faciliten el día a día de sus clientes.

Estamos convencidos de que la apuesta no será en balde y de que con el esfuerzo de todos los miembros de la red posicionaremos a Tips@ en un lugar privilegiado dentro del sector e-commerce. Este es nuestro objetivo.

Miguel Sampedro

Director Marketing y Comunicación

www.tip-sa.com

Sumario

Ruta abierta - Marzo 2012

Tema de portada

- 3 Tips@ continúa apostando por el e-commerce

Agencias

- 5 Tips@ Ibi
- 6 Tips@ Burgos
- 7 Nuevas aperturas: Orihuela / Martorell

Noticias Tips@

- 8 Tips@ equipa la red con terminales de mano Intermec

e-commerce

- 9 Más gasto en tiendas online nacionales

Noticias sector

- 10 III Barómetro Círculo Logístico

Clientes Tips@

- 11 Adhesisosdevinilo.com. Decorar de manera sencilla

Escapadas

- 12 Praga

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

Tips@ continúa con su firme apuesta por el e-commerce

Tips@ sigue haciendo foco sobre la importancia creciente del sector e-commerce en España. Los números de 2011 avalan el crecimiento experimentado, tanto en el número de empresas que venden sus productos a través de Internet, como en el número de clientes que realizan compras online. Recientemente se han celebrado dos citas obligatorias para los actores del sector e-commerce y Tips@, como no podía ser menos, estuvo allí.



Stand Tips@ en Expo Ecommerce España.

De éxito cabe catalogar las dos recientes ferias sobre el sector e-commerce celebradas en Barcelona y Madrid. La masiva afluencia de público interesado por todo lo que se presentaba en ambos certámenes, así como la calidad de las empresas presentes, con una variada representación de compañías de logística y transporte, deja claro que el e-commerce ya no sólo es el futuro si no que claramente es el presente y ningún actor del mercado quiere quedarse fuera de plano, y estos dos eventos sirven para que las empresas busquen protagonismo en el sector.

Un mercado en expansión

Internet se está convirtiendo a pasos agigantados en un entorno cada vez más social, lo que podría ser perjudicial para muchas empresas si no pueden adaptarse a él, por limitaciones de sus modelos de negocio e incluso por el cambio de mentalidad que ello significa. La red ofrece a los comerciantes nuevas formas de

vender a un público internacional y de llegar a lugares antes inalcanzables. Por tanto, no debe sorprendernos que las tiendas online vendan más productos en un mayor número de países cada año y que, como resultado, se estén beneficiando de mayores tasas de crecimiento y rentabilidad.

El comercio online continúa creciendo mientras el comercio tradicional se estanca

De hecho, el comercio online continúa creciendo en Europa incluso en un momento en el que las ventas del comercio tradicional se han estancado.

El e-commerce se beneficia de varias tendencias positivas, incluyendo la constante oferta de

banda ancha, el aumento de la comodidad para los usuarios, y las evidentes mejoras en las tiendas virtuales que operan en el mercado. Al mismo tiempo el entorno económico acabará mejorando, lo que repercutirá positivamente en el crecimiento del sector e-commerce.

Durante el último año el comercio electrónico en España ha seguido creciendo. En la actualidad, un 18,9 por ciento de personas compra por Internet, frente al 17,4 por ciento de 2010. El volumen de negocio B2C total asciende a 2.055 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 23,1 por ciento respecto a los datos del año anterior.

Durante 2011 se han producido importantes novedades en el campo del comercio electrónico en España. Por un lado, la llegada de Amazon, la popular tienda online, que sin duda será un impulso para el sector y que previsiblemente revelará qué parte de los obstáculos al desarrollo del comercio electrónico en España tienen que ver con la oferta adecuada. Por otro,

la popularización de las empresas que promocionan la compra colectiva cuyo representante más nombrado ha sido Groupon y en tercer lugar, la potenciación de la componente social en el proceso de compra, lo que también viene a estimular la demanda, al aproximar cada vez más la experiencia online a la experiencia física de la actividad e incluso a aportar un valor diferencial en este sentido sólo posible por el uso de las tecnologías.

La presencia de Tips@ en las dos recientes ferias del sector incide en el compromiso de la marca con el mercado e-commerce

Las empresas de compra colectiva hacen posible adquirir productos y servicios de manera online con importantes descuentos. Estas empresas están siendo grandes alicientes para el sector y están introduciendo en el hábito de compra online a personas que hasta ahora no estaban habituadas al medio, al tiempo que han colocado en el circuito del comercio online a un gran número de pequeños negocios que de otro modo hubieran tenido más difícil darse a conocer en el entorno online.

En este ámbito también merece la pena hablar de los clubes privados de compra que organizan campañas de venta con importantes descuentos a sus clientes registrados y están siendo un modelo de éxito con importantes cifras de crecimiento.

Finalmente los servicios de venta online están incorporando cada vez más nuevas funcionalidades sociales. Como ejemplo nos vale el caso de e-Bay, que recientemente ha incorporado una funcionalidad para poder compartir la lista de artículos deseados con familia y amigos permitiéndoles así saber exactamente qué regalos se desean.

Un sector en fase de maduración

De un estudio publicado por la agencia consultora de social media marketing Territorio Creativo, se extraen algunos de los retos fundamentales que el sector poco a poco va superando para la correcta evolución del mercado del comercio electrónico, entre estos retos seleccionamos los tres que más preocupan al emprendedor online:

1. Infraestructuras y logística de transporte. En este punto, y al menos en los países más avanzados, las mejoras son evidentes y cualquier operador de los conocidos está capacitado para ofrecer un servicio fiable. Las compañías de transporte irán adaptando su operativa a las necesidades que demande el cliente, pero todo a su debido tiempo. Lo que sí parece claro es que debemos ofrecer un servicio integrador de valor que vaya más allá de la mera entrega de mercancía, y en eso estamos trabajando para

incrementar y mejorar lo ya existente.

2. Mejora de los sistemas de pago. Según la región los desafíos son distintos, puesto que debemos pensar en las peculiaridades de cada zona, de cada sistema bancario, y no olvidarnos de la cultura mercantil de cada país. Es evidente que cuanto más sencillez ofrezcan las plataformas de pago más crecerá el comercio electrónico, cuanto más se facilite la tarea al comprador mayores probabilidades de compra.

3. Mejor protección contra el fraude. El comercio electrónico siempre se ha visto como una oportunidad de acceder a precios más bajos y a una amplia selección de productos y el compromiso de luchar contra posibles fraudes es evidente por parte de todos los que forman parte del mercado online, pero la amenaza está ahí y resulta disuasoria para un buen número de compradores. Las estructuras y modelos actuales permiten asegurar que los compradores van a estar respaldados contra el posible fraude, cuando esta protección sea universal redundará en la maduración completa de todos los ámbitos del e-commerce.

Ante las halagüeñas expectativas que ha despertado el sector e-commerce, Tips@ refuerza su apuesta decidida para buscar fórmulas que ayuden a la captación de este tipo de clientes buscando focalizar una buena parte de la inversión de marketing en promocionar las excelentes herramientas y soluciones que la compañía aporta a los clientes con portal de venta en la red. En este sentido la presencia de la firma en



Stand Tips@ en eShow de Barcelona.

las dos ferias más importantes del sector celebradas en el mes de marzo es un indicativo de cuáles son las intenciones.

No debemos olvidar que un sitio de comercio electrónico requiere de una gran empresa que lleve a cabo todas sus operaciones logísticas, y cualquier agencia de la red Tips@ está preparada para ser esa empresa. 



El alto número de asistentes a los dos certámenes indica la buena salud del sector e-commerce.

Ibi

Seguridad y constancia

Hace ya 10 años que la agencia de Ibi trabaja dentro de la red TIPS@, en aquel momento, en pleno periodo de expansión, se buscaban aperturas en la zona y surgió la oportunidad. "Nos entendimos -señala Luis Cortés, delegado de la agencia- gracias al trato de tú a tú, a la sencillez de los procesos y a la visión a largo plazo que tenía y tiene TIPS@".



En la imagen de izquierda a derecha Dani, Laura, Patricia y Luis Cortés.

Luis Miguel Cortés comenzó en el sector transporte desde abajo, como mensajero, y cuando surgió la oportunidad de abrir su propia agencia TIPS@ no la dejó escapar. "Con el apoyo de familia y amigos -afirma Luis Miguel- y viendo el largo recorrido que tenía el proyecto, dimos el salto".

¿Cómo ves el sector actualmente? ¿Cómo está influyendo en vuestro negocio la actual situación económica?

Yo no veo la situación económica actual como un problema, más bien como una oportunidad. Nunca he visto el trabajo en el sector del transporte como un mero servicio de transporte de mercancías desde un punto a otro, comprende muchas cosas más. Actualmente, nuestros servicios se complementan con facilidades de pago, ponemos en contacto a proveedores con clientes con el fin de conseguirles reducción de costes y aumento de ventas.

Desde que empezaste con TIPS@ hasta hoy, ¿cómo crees que ha evolucionado la compañía? ¿En qué crees que se ha mejorado más?

La evolución de TIPS@ ha sido lógica y siempre usando el sentido común. El primer día que tuve contacto con TIPS@ dijeron que me iban

a poner las cosas muy fáciles y así ha sido. Echando la vista atrás, se han simplificado los procedimientos, se han seguido abriendo agencias, nuevas rutas, una buena adaptación a las nuevas tecnologías, y todo desde la fortaleza de un admirable equipo humano.

¿Cómo es el cliente habitual de TIPS@ Ibi?

Nosotros tenemos clientes tradicionales que nos usan para enviar documentación, muestras a sus representantes, etc, y cada vez más, empresas volcadas en la venta online. También están apareciendo últimamente particulares que han vendido puntualmente algún producto por Internet.

Estáis habitualmente en puestos altos en el ranking de calidad ¿Cuáles son las claves?

En TIPS@ Ibi siempre hemos pensado que formamos parte de nuestros clientes, somos el último eslabón de una cadena que empieza con una idea y con una ilusión, y continua con esfuerzo y trabajo. Nosotros somos los responsables de transportar esa ilusión y ese esfuerzo de nuestros clientes. Esa responsabilidad asumida con nuestros clientes y con cualquier cliente de la red hace que nos volquemos en el servicio de una forma natural.

Ante las perspectivas económicas que nos

anuncian ¿Qué esperas de 2012?

Nuestro objetivo para este año y para el que viene es seguir creciendo como lo hemos estado haciendo desde el principio, un crecimiento seguro y constante. En el lado negativo, la situación económica provocará reducciones en el tamaño de las empresas e incluso más cierres, sin olvidar el lastre que supondrá el aumento de costes en el transporte. En el lado positivo, dada la relativamente escasa inversión, el e-commerce seguirá aumentando. También, la propia situación económica provocará una reestructuración hacia la concentración en el sector del transporte.

Si tuvieras que destacar dos o tres claves que diferencia a TIPS@ de la competencia ¿Cuáles serían?

La primera y más importante es la cercanía a las agencias, en cualquier momento hay alguien de TIPS@ que solucionará cualquier problema y cuestión. La red es muy dinámica, aparecen nuevas e innovadoras ideas, se modifica lo que no funciona y se potencia lo que funciona, y todo desde el respeto a las agencias. También destaca los requisitos para formar parte de la red, que conlleva una alta calidad y profesionalidad de las personas que trabajan en la red. 

Parte del equipo de TIPS@ Burgos en el almacén de la agencia.



Miguel de Lomas,
gerente de TIPS@ Burgos.



Hace ya ocho años que Miguel de Lomas, gerente de TIPS@ Burgos, entró en contacto con la compañía. *“Nos hablaron -afirma Miguel- de una red de transporte joven, dinámica y con ganas de crecer económica y humanamente. Tras este tiempo de conocimiento mutuo hemos de decir que no nos equivocamos. En TIPS@ Burgos estamos orgullosos de pertenecer a una red que tiene como primer objetivo la satisfacción del cliente por encima de todo y que intenta mantener un equipo con una gran calidad humana consiguiendo consolidarse cada vez más en el sector”.*

¿Cuáles crees que son las diferencias esenciales y las ventajas competitivas de TIPS@ respecto a las empresas de la competencia?

Lo más importante que tenemos en nuestra gran compañía somos todos nosotros, las gentes que lo componen y que cada día nos presentamos en nuestros centros de trabajo con la mejor cara y deseosos de dar un buen servicio a nuestros clientes, y hoy por hoy es un auténtico privilegio saber que puedes desempeñar esta función.

Desde que formas parte de la red, ¿cuáles crees que han sido los cambios más desta-

cados en el sector y en la propia red TIPS@?

Desde que comenzamos hasta ahora ha habido muchos cambios en la red que han venido a reforzar nuestra posición en el mercado nacional. Los protocolos de trabajo se han ido profesionalizando cada vez más y gracias al esfuerzo común TIPS@ es conocida por los que son clientes y por los que no lo son y este es para mí el cambio fundamental.

¿Cómo ves la situación actual del mercado y cómo crees que evolucionará a lo largo de 2012?

En un mercado tan complicado como el actual es importante consolidar a los clientes, esto es una tarea difícil para la competencia pero no puede serlo para nosotros. Estamos en la obligación de que no nos vean como a un proveedor más de la empresa sino como a una parte importante de la misma. Que los clientes noten que cada día estamos pendientes de ellos, que trabajamos para ellos, que les solucionamos los problemas y que no nos convertimos en uno... Que lo más importante para nuestros clientes seamos nosotros y no el precio de nuestros

portes. Tenemos que conseguir que los clientes se den cuenta de que colaborar con nosotros es señal de garantía, de tranquilidad, de eficacia y de seguridad. Nuestra ventaja fundamental con la competencia es que ellos no cuentan con nosotros y eso lo debemos explotar.

Da la sensación de que está cambiando todo de forma rápida y que los clientes demandan servicios nuevos acordes con los tiempos que vivimos. Debemos estar atentos a esto y no acomodarnos. Es importantísimo estar en permanente comunicación con el resto de plazas y muchas veces las oportunidades surgen de este modo. Presentar a la compañía a través de otra plaza o delegación debe verse como una oportunidad única y si fidelizas a un proveedor de tu cliente, fidelizas a tu cliente.

Para finalizar me gustaría dar ánimos a todos a realizar un trabajo conjunto ya que de ese modo crecemos todos. Ir de la mano es imprescindible. TIPS@ somos todos y no sobra nadie. 

Orihuela

Cientes satisfechos

Manuel Aucejo es el gerente de Tips@ Orihuela, agencia de reciente creación que busca por encima de cualquier otra cosa la satisfacción del cliente.

Aunque Manuel Aucejo lleva poco tiempo en el sector tiene claro que lo más importante es tener constancia en el trabajo diario, muchas ganas de hacer las cosas bien, y ayudar al resto de agencias que componen la red, para entre todos lograr un mejor funcionamiento de la compañía.

¿Qué fue lo que os llevó a decidiros por entrar en Tips@?

Cuando en 2008 se abrió una delegación Tips@ cerca de nuestra zona, empresas de nuestro grupo empezaron a trabajar como clientes para esa agencia. Nos llamó la atención la eficacia en el servicio y contactamos para solicitar información de cara a abrir una delegación.

¿Qué ventajas crees que ofrece Tips@ respecto a la competencia?

En lo referido a paquetería nacional, la relación calidad - precio.

¿Cómo crees que evolucionará el sector a lo largo de este año?

Cada vez hay más diversidad de clientes, tanto de empresas como de particulares, lo que representa más diversidad de mercado y a la vez mayor esfuerzo en la captación de clientes.

Otro asunto importante es el altísimo precio que estamos pagando por el carburante lo que hará que se replanteen muchas cosas en el sector



Parte del equipo de Tips@ Orihuela con Manuel Aucejo a la derecha.

del transporte.

Creo que con empeño y sacrificio tenemos que velar por la satisfacción del cliente, que es el que decide.

¿Qué herramientas utilizáis en Tips@ Orihuela para fidelizar clientes ante la dura guerra de precios actual?

Sabemos hasta donde llegar en lo referente a la competencia de precios, tengo claro que no voy a movilizar vehículos para perder dinero. El índice de satisfacción de nuestros clientes es alto y lo basamos en un precio justo, una buena atención y saber escuchar. Insisto mucho a los repartidores que respeten al máximo a todos los clientes de la red, lo que servirá para que Tips@ tenga mayor reconocimiento respecto a otras empresas del sector.

Aunque llevas poco tiempo en la red, ¿cuáles crees que son las características básicas con las que definirías a Tips@?

Rapidez, profesionalidad y competitividad.



Susana y Verónica Vasconcelos en las instalaciones de la agencia.

Las hermanas Vasconcelos, Susana y Verónica, llevan la logística en los genes desde que su padre creó una empresa del sector hace más de 30 años.

Recientemente han pasado a formar parte de la red Tips@ y señalan que "nos convenció la seriedad, la preocupación, la garantía de trabajar con un equipo motivado y consciente de la importancia de la calidad de servicio".

¿Cómo encaráis 2012, hacia dónde creéis que irá el sector?

El sector que más está creciendo en la actualidad es el de la venta por internet, y este crecimiento es inseparable del crecimiento del transporte a domicilio. La rapidez y seriedad en las entregas, la flexibilidad y, por supuesto, el precio, son determinantes a la hora de escoger operador de mensajería.

¿Qué creéis que es lo que más valoran vuestros clientes?

Sin duda la calidad de servicio y la flexibilidad con la que trabajamos.

Martorell

Con genes logísticos

Con amplia experiencia en el sector logístico de automoción, después extendida a otros sectores de actuación, nace Tips@ Martorell con el objetivo de dar la máxima calidad de servicio.

También la facilidad para obtener la trazabilidad de sus envíos, punto importantísimo para varios de nuestros clientes.

¿Quién os acompaña en el equipo humano de Tips@ Martorell?

Tenemos a 2 personas, Lluisa y Toñi, que se ocupan de gestionar las entregas y recogidas con gran profesionalidad, además de ayudar en tareas administrativas. Además el equipo se completa con gente del equipo de nuestra empresa matriz Vaspac, Sandra, Trini, José, Rocio, Rosa...

¿Qué aspectos del negocio os resultan más y menos atractivos?

La posibilidad de integrar el transporte urgente dentro de nuestra estructura de logística de almacenes es como poner una guinda a un trabajo diario ofreciendo a los clientes la contratación de una gestión integral.

Lo menos atractivo es la feroz competencia que sufrimos en la zona con empresas que venden por debajo de coste.

¿Un deseo profesional que os gustaría ver cumplido este año?

Nos encantaría ver que el sector de la externalización logística y el transporte vuelven a ser lo que eran hace años, ya que son un magnífico indicador de la salud económica del país.

Tips@ equipa a la red con terminales de mano Intermec



Tips@ ha elegido los ordenadores de mano CN50 de Intermec para llevar a cabo la informatización de la red de recogida y reparto. Los nuevos equipos sustituyen a las PDA's convencionales, dentro de un ambicioso plan de inversiones que incluye nuevas aplicaciones de software.

En noviembre del pasado 2011 comenzó la implantación de los nuevos equipos, que se extenderá a lo largo del presente año hasta informatizar todas las agencias de la red Tips@.

La elección de los equipos de Intermec responde a sus capacidades para capturar y gestionar los albaranes de entrega. La documentación asociada al paquete es digitalizada en el momento y remitida en tiempo real a los sistemas centrales usando una red WWAN, por lo que los clientes pueden conocer vía web el estado y situación de sus envíos.

Además de las operaciones de la red de recogida y reparto, Tips@ está utilizando los terminales de Intermec dentro de las oficinas y agencias para asignar las rutas y las tareas de distribución. Desde el departamento de informática de Tips@ señalan que *"en estos momentos tenemos un porcentaje significativo de envíos en los que el destinatario no firma, sino que estampa en la prueba de entrega el sello de la compañía. Con el terminal CN50 podemos capturar de un sólo disparo y en una misma imagen ese sello y el código de trazabilidad del envío, que el repartidor digitaliza en el acto. De esta forma, desde el punto de entrega contamos ya con el justificante digitalizado, lo que nos ahorra todo el proceso de escaneado en nuestras delegaciones"*.

A diferencia de los antiguos equipos, los nuevos terminales de Intermec cuentan con una autonomía de una jornada completa de trabajo. Los repartidores pueden utilizar el nuevo equipo como teléfono móvil y dispositivo GPS. La aplicación desarrollada para Tips@ está preparada para trabajar con voz y datos.

Ranking de Agencias Tips@

Estas son las agencias Tips@ que encabezan el ranking con los mejores ratios globales en noviembre y diciembre de 2011.

noviembre

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

diciembre

- 1º Tips@ Castellana (Madrid)
- 2º Tips@ Alcobendas (Madrid)
- 3º Tips@ Pamplona (Navarra)

Ponencia de Antonio Fueyo en la feria Expo e-commerce España

El pasado miércoles 21 de marzo y dentro del Salón y Congreso del Comercio Electrónico Expo E-commerce España, Antonio Fueyo, director general de Tips@, desarrolló una interesante ponencia bajo el significativo título "10 factores críticos de éxito (CSF) en la elección del partner logístico para e-commerce".

La exposición giró en torno a las claves que cualquier emprendedor que inicia un negocio online debe tener en cuenta a la hora de elegir partner logístico. En muchos casos esta elección queda relegada al último puesto en la lista de decisiones empresariales y se convierte en un problema de última hora por no haberle dado la importancia crítica que tiene.





Más gasto en tiendas online nacionales

A pesar de la caída del consumo nacional y la situación económica, el comercio electrónico continúa su expansión en nuestro país. Y las empresas nacionales cada vez están más atentas a la venta online, hasta el punto de que, por primera vez, durante el tercer trimestre de 2011 los españoles gastaron más en tiendas nacionales online que en extranjeras.



Las compras por Internet de españoles a tiendas nacionales supusieron durante este período 1.053 millones de euros, el 43,5 por ciento del importe total, con 12,9 millones de operaciones. No obstante, y a pesar de que la facturación fue mayor en las tiendas españolas, más de la mitad de las transacciones, el 50,8 por ciento, se hicieron desde España a establecimientos extranjeros.

Por sectores, las agencias de viaje y operadores turísticos son la principal rama generadora de volumen de negocio en el sector, con un 16,8 por ciento del total en nuestro país. Le siguen el transporte aéreo (13,4 por ciento) y el marketing directo (6,5 por ciento).

Fuente: abc.es

Google ya vende billetes de avión

Google trabaja para desarrollar nuevos servicios para los clientes que aumenten su interés y el uso de Google como herramienta para sus viajes, de forma que los anunciantes sigan viendo las bondades de invertir en Google. En este sentido, la compañía se ha marcado como claro objetivo el ofrecer servicios de contratación de vuelos desde Google.

Desde la adquisición de ITA Software, compañía que desarrolla sistemas de gestión de venta de billetes de avión, Google ha puesto en marcha otras iniciativas como por ejemplo la de ofrecer informaciones de vuelos directamente desde su buscador.

El último movimiento ha sido el acuerdo con Cape Air, una compañía aérea dedicada a vuelos locales en Estados Unidos, para que la aerolínea utilice el sistema de reserva de billetes de ITA Software. Así, Google se encargará de gestionar los vuelos de la compañía, permitiendo a los usuarios adquirir, modificar y controlar sus vuelos.

Fuente: expansion.com



Chamberí Valley, startups castizas

Emulando al archiconocido Silicon Valley, ha nacido en una de las zonas más castizas de Madrid Chamberí Valley, proyecto al que se han unido un grupo de emprendedores con empresas tecnológicas situadas en este vecindario de la capital. Se trata de una red de colaboración entre emprendedores que han alcanzado un cierto nivel de consolidación en sus proyectos, que comparten experiencias entre iguales, y aprenden y fomentan sinergias entre sus compañías.

Hoy esta red de emprendedores del área de Chamberí y Castellana incluye a casi 40 firmas que facturan globalmente 50 millones de euros y dan trabajo a unos 500 empleados.

Todas estas empresas que se integran en Chamberí Valley se han encontrado con dilemas que comparten con el resto de contactos sobre la base de ejemplos y experiencias que ayudan a resolver esos problemas.



Baja el volumen de mercancías transportadas por carretera

El volumen de transporte de mercancías por carretera movidas durante 2011 descendió en un 6,40 por ciento respecto a 2010, con 1.466.502.000 toneladas transportadas, descendiendo por cuarto año consecutivo, según los datos publicados por el Ministerio de Fomento en el anuario estadístico del pasado año. En lo referente a desplazamientos por España el total de toneladas transportadas bajó un 6,72 por ciento. Dentro de este transporte por carretera interno, el que se desarrolla entre municipios fue el que más disminuyó en cuanto a volumen movido.

El tráfico internacional de mercancías subió un 1,16 por ciento con un total de 65.073.000 toneladas desplazadas.

Fuente: logisticaytransporte.es

Uso de tecnologías de movilidad

El uso de tecnologías de movilidad por parte de las pymes españolas creció el pasado año un 12,4 por ciento. El sector logístico es el más avanzado, un 95 por ciento de sus empleados dispone de herramientas de movilidad.

Así se desprende del estudio "Especial tecnologías de movilidad" elaborado por Fundetec y la Dirección General de Industria y de la Pyme (Dgipyme), que se presentó el pasado miércoles 21 de marzo en Madrid.

El sector más avanzado es el logístico, con un 95 por ciento de empleados que disponen de herramientas de movilidad, seguido por el sector agroalimentario (77 por ciento), los instaladores de telecomunicaciones (75 por ciento) y la ingeniería de consulta (74 por ciento).

El estudio identifica la disponibilidad con el uso de diferentes dispositivos móviles, como teléfonos móviles, smartphones, notebooks o tabletas.

Además el informe asegura que no todos los empleados que disponen de herramientas de movilidad las tienen integradas con los sistemas de la empresa para poder trabajar a distancia. El sector logístico tiene una integración de sistemas corporativos del 79 por ciento.

Fuente: tecnipublicaciones.com



III Barómetro Círculo Logístico SIL

Un total de 711 directivos y responsables de logística de las principales empresas españolas han participado en esta nueva edición, la tercera, del Barómetro Círculo Logístico. La calidad y el ahorro, como ya sucedía en 2011, siguen siendo los aspectos más valorados por los directores de logística a la hora de subcontratar un servicio logístico.

El transporte continúa siendo la actividad logística más subcontratada con un 88,1 por ciento.

Otra de las conclusiones que se puede extraer del III Barómetro Círculo Logístico SIL 2012 es que los directores de logística de las empresas españolas valoran a la hora de contratar una actividad logística que la empresa que ofrece estas actividades disponga de un certificado de calidad o código de buenas prácticas.

En cuanto a la principal preocupación logística de los profesionales consultados, el primer lugar lo ocupa el servicio y la calidad, por detrás se sitúan la eficiencia y la optimización de costes y stocks, que llegó a ser la mayor preocupación en 2010.

Fuente: cadenadesuministro.es



Convocado el XIV Congreso Nacional de Empresarios de Transporte de Mercancías

Tal y como viene realizándose cada dos años desde 1986, la Confederación Española de Transporte de Mercancías, CETM, convoca el XIV Congreso Nacional de Empresarios de Transporte de Mercancías, que este año se celebrará en la ciudad de Logroño, entre los días 3 y 6 de octubre.

El lugar elegido tanto para desarrollar las jornadas técnicas como para la exposición de equipos, vehículos, servicios y componentes de transporte, es el Palacio de Congresos y Auditorio de La Rioja.

Las jornadas técnicas se extenderán a lo largo de cuatro sesiones de trabajo, y en ellas se analizarán temas de máxima actualidad e interés para las empresas de sector.

Fuente: cadenadesuministro.es

Adhesivosdevinilo.com

Decorar de manera sencilla

La idea para la creación de este negocio surgió cuando Gemma Gracia, propietaria de la compañía, buscaba la manera de aplicar sus conocimientos en programas de modernización y diseño a un campo que aún está en crecimiento, la venta de vinilos decorativos a través de Internet.



Gemma Gracia, propietaria de www.adhesivosdevinilo.com.

La base de esta novedosa idea de negocio reside en el diseño, producción, elaboración y venta de vinilos decorativos y fotomurales. Con casi tres años de andadura los resultados están siendo positivos y el crecimiento en la cifra de negocio evidente. Aunque la compañía nació con una única trabajadora, Gemma Gracia, creadora del proyecto, actualmente cuenta con cinco trabajadores, dato significativo del crecimiento experimentado.

Gemma nos cuenta quien es el público objetivo de su negocio. "Nuestro target group es un cliente mayoritariamente femenino, ya que suelen ser quienes se dedican a la decoración de los hogares, pero claro está, no descuidamos a sectores como la hostelería o negocios en general, que cada día se van sumando a la idea de cambiar la imagen de sus locales y lugares donde se desarrolla la vida laboral (peluquerías, guarderías, colegios, restaurantes, discotecas, talleres, etc)".

Uniendo estas dos tipologías de clientes, el negocio que se explota a través de www.adhesivosdevinilo.com, va incrementando su curva positiva de producción y resultados.

Gemma también nos cuenta cómo funciona la venta a través del portal de Internet. "Nuestro método de trabajo es la venta online. El cliente entra en www.adhesivosdevinilo.com y selecciona, entre más de 3.200 propuestas, su vinilo, a la vez tiene la opción de elegir entre diversos tamaños y colores viendo en la pantalla de su equipo el resultado y la combinación de colores elegida. Se trata de un método muy intuitivo y en el que resulta muy

sencillo hacerse una idea real de cuál será el resultado final". La responsable del proyecto continúa explicándonos su funcionamiento, "a continuación se confirma el pedido y en un plazo de 24-72 horas lo tendrá en su destino peninsular y en un máximo de 7 días en destinos insulares".

Al hilo de todo esto la compañía está manteniendo contactos con diversos países para la exportación del producto y las negociaciones están avanzadas en lugares como Francia, Italia, Argentina, Panamá, Colombia o Estados Unidos. Ante la importancia estratégica que para un negocio como este tiene la alianza con un operador de transporte urgente de primera fila,

Gemma Gracia afirma que "el negocio no habría tenido el mismo éxito si no contáramos con la profesionalidad y el excelente servicio de TIPS@. Está claro que los repartos con rapidez, seguridad, eficacia y confianza son una parte importante del negocio. Se podría decir que TIPS@ es la cara de la empresa para el cliente".

El proyecto emprendedor de Gemma Gracia, que tiene su lado visible en Internet en el portal www.adhesivosdevinilo.com, aunque joven y en pleno crecimiento es una apuesta segura en el mercado que en poco tiempo, y con los datos de crecimiento actuales, será referente dentro del sector de la decoración.

Propuesta de fotomural comercializado por la empresa.





Praga

En el corazón del Viejo Continente

Esta vez nos detenemos en la capital de la República Checa, uno de los destinos más visitados del continente. La ciudad de la región de Bohemia tiene una ubicación privilegiada y excelentes comunicaciones con los países vecinos. También es conocida por nombres tan ilustrativos como la ciudad dorada, la ciudad de las cien torres o el corazón de Europa.

La actual ciudad de Praga está formada por la unión de seis antiguas poblaciones y está bañada por las aguas del río Moldava. Es el centro político, cultural y económico de la República Checa.

Praga en el siglo XX

Con el hundimiento del imperio austrohúngaro en la Primera Guerra Mundial, se crea el nuevo estado de Checoslovaquia, del que Praga fue su capital.

En 1938 la ciudad fue invadida por el ejército nazi que creó un protectorado. Al finalizar la segunda gran guerra se reanudó la historia de Checoslovaquia bajo un régimen comunista. En 1968 se inicia un intento de superación del

comunismo, bajo el nombre de Primavera de Praga, pero las tropas del Pacto de Varsovia lideradas por la antigua URSS se encargaron de aplastar ese intento.

No fue hasta 1989 cuando se consiguió desligar al país de la influencia soviética con un movimiento denominado Revolución de Terciopelo, era el 17 de noviembre y desde entonces ese día es fiesta nacional.

En 1993, tras la división de Checoslovaquia en dos estados, Praga es capital de la República Checa.

La ciudad hoy

El núcleo histórico de la ciudad consta de seis zonas que hace tiempo fueron ciudades independientes.

Staré Mesto (La ciudad vieja), constituye el centro histórico de Praga y es la zona más turística de la ciudad. Las plazas, casas e iglesias de la ciudad vieja constituyen la zona medieval de Praga y en sus calles se concentran gran parte de las "Cien Torres".

En esta zona los puntos de interés más importantes son la plaza de la Ciudad Vieja, sin duda una de las más bellas del continente, el reloj astronómico, y la torre de la pólvora, una de las más bonitas y con más historia de la ciudad.

Malá Strana (La ciudad pequeña), conserva la mayor parte de sus palacios y casas históricas y está separada de la ciudad vieja por el puente de Carlos. El mayor atractivo de la zona reside en su magnífico estado de conservación donde, a pesar de la segunda guerra mundial,



los palacios y casas antiguas permanecen inalterados.

Son lugares de visita en esta zona de la ciudad, la Plaza de la Ciudad Pequeña, auténtico corazón de Malá Strana, el jardín de Vrtba y el Monte Petřín, donde se sitúa uno de los mira-

dores más famosos de la ciudad.

Hradčany, es el barrio del castillo, lugar donde se ubica el edificio levantado en el siglo IX.

Josefov (El Barrio Judío), su origen se remonta a la Edad Media con la unión de las dos comunidades judías que vivían en Praga. Pasó a formar parte de la ciudad en 1850.

Nové Město (La Ciudad Nueva) fue fundada por Carlos IV en el año 1348. En sus inicios fue planificada alrededor de tres grandes mercados, el de heno, el de ganado y el de caballos (ubicado en la plaza de Wenceslao). Hoy es una de las zonas más grandes de la ciudad y

el barrio residencial más poblado.

Lo más destacado de la ciudad nueva es la Plaza de Wenceslao, lugar clave y simbólico en la caída del comunismo; el museo nacional, edificio construido en 1890; la Ópera Estatal; el Museo del Comunismo, un repaso a la historia política del país en el siglo XX; y la casa danzante, edificio a orillas del Moldava que representa la arquitectura más rompedora y actual. La última zona que forma la ciudad de Praga es Vysehrad, históricamente una de las ciudades más importantes y que durante décadas alojó, en su fortaleza, a los príncipes premislitas. 🇵🇷



Casa danzante.

Ficha destino

Qué ver

- Puente de Carlos, el monumento más famoso de Praga.
- Plaza de la ciudad vieja.

Dónde dormir

- Hotel Metamorphosis, Mala Stupartska, 5/636. Praga. 90 €/noche.
- Unitas Hotel, Bartolomejska, 9. Praga. 120 €/noche.

Dónde comer

- Novomestsky Pivovar, Vodičkova, 20. Praga. Precio medio 35 €.
- Pivovarsky Dum, Lípová, 15. Praga. Destaca por la calidad de su cerveza de fabricación propia. Precio medio 40 €.



Telefonía

Según el informe "Las tecnologías de la información y las comunicaciones en la empresa española 2011" publicado por Ametic y Everis, el uso de smartphones registro un sensible aumento, puesto que el 49 por ciento de las empresas ya trabajan con este tipo de terminales, tasa que supone un repunte de un 22 por ciento respecto a 2010. En las empresas con un número menor a 50 empleados predomina el uso de teléfonos móviles básicos, mientras que en aquellas con más de 50 empleados los móviles más usados son los smartphones.

En cuanto al uso de aplicaciones móviles, el 12,2 por ciento de empresas cuenta con aplicaciones propias, con los sistemas de posicionamiento geográfico como las más utilizadas.

Fuente: networkworld.es



Salud

La próxima primavera será más suave para los alérgicos en comparación con años anteriores por la escasez de lluvia de los últimos meses. La previsión, presentada por la Sociedad Española de Alergología e Inmunología Clínica, calcula que los niveles de concentración de gramíneas serán entre leves y moderados.

La alergia al polen más común y con más incidencia es al de las gramíneas (80 por ciento). El recuento de este tipo de pólenes ha servido para precisar la información polínica de este año, junto con los datos de pluviosidad, humedad atmosférica y temperatura de los últimos 12 años en Madrid, Toledo, Ciudad Real y Badajoz.

Fuente: abc.es



Ciencia

A simple vista las abejas y los seres humanos no tienen mucho en común, pero un estudio de la prestigiosa revista Science explica que, como el Homo Sapiens, estos himenópteros también tienen personalidad.

Según este estudio hay abejas exploradoras y de comportamiento más osado, mientras que otras optan por actividades más cautelosas y una vida más "hogareña". Cada grupo tiene genes distintos característicos.

La investigación de las abejas y sus posibles implicaciones para entender el comportamiento de mamíferos y humanos, las muestra como insectos sociales, que habitan en comunidades altamente organizadas.

Fuente: eluniversal.com

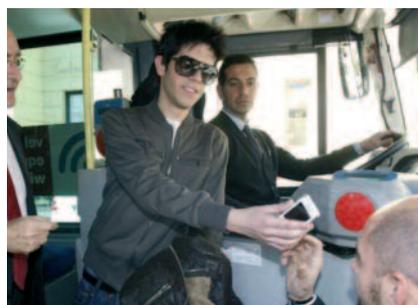
Tecnología

Ciento cincuenta malacitanos, usuarios habituales de transporte urbano, formarán el grupo que experimentará, durante seis meses, la nueva tecnología que permite pagar el billete del autobús con el móvil. De esta forma, Málaga será pionera en la aplicación del nuevo estándar de comunicaciones que permitirá utilizar el terminal telefónico como medio de pago.

Un acuerdo entre la Empresa Malagueña de transportes (EMT) y la operadora Orange permitirá probar en condiciones normales, por primera vez, la llamada Near Field Communications, tecnología que está llamada a dar un paso más en el uso de la telefonía móvil.

Esta tecnología permite que, sin contacto y sólo pasar con el móvil a corta distancia de la validadora, se cobre el billete del autobús y se cargue a la factura del teléfono.

Fuente: laponiondemalaga.es



Aventura y solidaridad

El español Félix Burgos, de 25 años de edad, y el francés Giom Dantec, que tiene 26, partirán en mayo a una aventura que les llevará a recorrer en bicicleta los 18.000 kilómetros y 22 países que separan Francia de Vietnam para encontrar y conectar proyectos solidarios y compartir la aventura con niños que padecen fibrosis quística.

La iniciativa, a la que han denominado Voluntour, recaudará fondos para los pacientes de esta enfermedad, y ya cuenta con el apoyo de la Asociación de Fibrosis Quística de España, World Vision Francia y la asociación A Fond Pour Jo.

El viaje podrá seguirse a través de la página web del proyecto www.voluntour.eu.



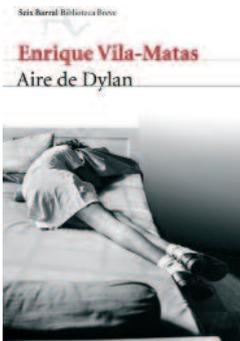
Automoción

Goodyear ha lanzado en el Salón Internacional del Automóvil de Ginebra su nueva tecnología Air Maintenance Technology que tiene como finalidad mantener la presión de los neumáticos. El proyecto, que se ha estado desarrollando durante los dos últimos años, permitirá mantener los neumáticos inflados con una presión óptima sin necesidad de bombas externas, de electrónica, ni de la intervención del conductor. De esta forma se conseguirá aumentar la seguridad de los conductores y obtener una reducción del consumo de combustible y de las emisiones de CO2.

Con esta tecnología se podrían conseguir ahorros significativos en el consumo anual de combustible.

Fuente: ecomove.es

Libros



Aire de Dylan
Enrique Vila-Matas
Seix Barral

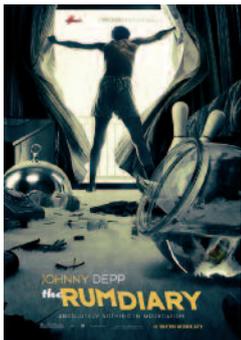
La nueva novela de Enrique Vila-mata es un homenaje al mundo del teatro y una divertida e implacable crítica del postmodernismo, contada a través de la relación de un padre y un hijo que personalizan el duro contraste entre la cultura del esfuerzo y el creativo arte de encojarse de hombros y no hacer nada. Mientras el joven Vinicius se dedica a completar su Archivo General de Fracazos funda la sociedad Aire de Dylan.



22/11/63
Stephen King
Plaza & Janes

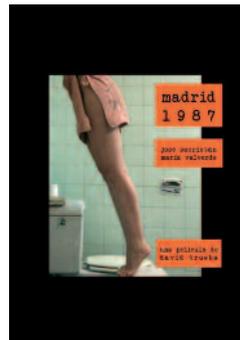
Jake Epping es profesor de inglés en una pequeña ciudad de Maine. Un amigo le revela un gran secreto, en su almacén ha encontrado una puerta que conduce al año 1958 y le ruega a Jake que viaje en el tiempo para cumplir una misión, impedir el asesinato de Kennedy. Así comenzará una nueva vida para él esperando que llegue el año del asesinato. Volverá a la época de Elvis y los Cadillac, buscará a Lee Harvey Oswald y vivirá muchas más vicisitudes.

Cine



Los diarios del ron
Bruce Robinson
Johnny Depp, Amber Heard,
Aaron Eckhart
Estreno: 13/04/2012

Es la historia de Paul Kemp, un escritor norteamericano que ha empezado a trabajar como redactor para un periódico caribeño. El ambiente, poco a poco, comienza a enrarecerse. Amor, envidia, celos y mucho alcohol son los principales ingredientes del relato basado en la obra de Hunter S. Thomson. Una amable diversión que no logra capturar la convulsa y atractiva esencia del relato literario.



Madrid, 1987
David Trueba
José Sacristán, María Valverde
Estreno: 13/04/2011

Un veterano articulista (José Sacristán), temido y respetado y una joven estudiante universitaria (María Valverde), se quedan encerrados en un baño público, situación que da pie a un enfrentamiento generacional. Ella se encontró en los ochenta con una democracia ya consolidada, mientras que él forma parte de los privilegiados que lo habían conseguido todo.

Artes escénicas



Campanades de boda
Jordi Millán
Teatre Tívoli
Barcelona

La Cubana vuelve a los escenarios y lo hace con un espectáculo definido como "parodia de la gran parodia". Campanades de boda refleja todas y cada una de las situaciones que tienen lugar en los enlaces matrimoniales. La compañía catalana sube al escenario a una familia de Barcelona de clase media-alta que se prepara para casar a su querida hija. Durante toda la función van apareciendo los personajes característicos de estas celebraciones para ironizar sobre los denominados "bodorrios".



Besos
Carles Alberola
Teatre El Musical
Valencia

Besos es una comedia de aromas mediterráneos que desprende un excelente olor a plato bien cocinado. Detrás de la puesta en escena de esta comedia están Carles Alberola (quien ha dirigido el espectáculo en el que también es actor) y Roberto García, un tándem que ya escribió Joan, el Cendrós, el anterior y exitoso espectáculo del grupo producido por Toni Benavent, un clásico del teatro valenciano que mima cuidadosamente todos y cada uno de sus espectáculos.

Hazte Fan de

Tips@

en facebook

www.facebook.com/redtipsa

Noticias, concursos, servicios, soluciones...

