

Tips@ en el Salón Profesional Ecomm Marketing

- Tips@ Palma de Mallorca

Por tierra, mar y aire

- Tips@ Talavera

Calidad y servicio

e-commerce

Logística y comercio online

Pocos son los emprendedores que en el proceso de construcción de su negocio online piensan en la logística de su empresa. Sólo después de tener desarrollada su idea y cuando están a punto de poner sus productos en el escaparate virtual de Internet, se paran a pensar en cómo y con quien van a llevar a cabo los envíos de sus productos o dónde van a almacenar su stock. Grave error.

Considerar que es posible que necesiten almacenes, que tengan que llegar a acuerdos con proveedores y agencias de transporte, pensar en el empaquetado de los pedidos, en cuáles serán los plazos de entrega, la política de devoluciones y su gestión...por todo esto, la logística merece un lugar preponderante en el plan de negocio de cualquier empresa que venda o quiera vender en la red. Dejarlo para el último momento supondrá innumerables dolores de cabeza, retrasos en el proyecto y sorpresas desagradables.

Tips@ ha estado presente como empresa expositora en el recientemente celebrado salón Ecomm Marketing y hemos podido sondear las necesidades de muchos emprendedores que aún siendo conscientes de la importancia crítica que para su negocio tiene la logística, lo aparcan para tomar decisiones en el último minuto. También hemos detectado sus inquietudes en un mercado todavía inmaduro en España, donde sus mayores trabas en el capítulo logístico residen en los costes para productos especiales, así como en los de envíos a pueblos o localidades alejados de núcleos urbanos.

Es indudable que las necesidades del cliente irán marcando los pasos a seguir, y parece obvio que en un futuro cercano el proceso de adaptación en el que ya estamos inmersos, con desarrollos específicos y adaptados, nos ayudará a ser competitivos.

Miguel Sampedro

Director Marketing y Comunicación

www.tip-sa.com

Sumario

Ruta abierta - Noviembre 2011

Tema de portada

- 3 Salón profesional Ecomm Marketing

Agencias

- 5 Tips@ Palma de Mallorca
- 6 Tips@ Talavera
- 7 Nuevas aperturas: Manresa / Las Rozas

Noticias Tips@

- 8 Tips@ patrocina la carrera Marca de las aficiones

e-commerce

- 9 Las claves del comercio electrónico

Noticias sector

- 10 Crece el uso de servicios logísticos

Clientes Tips@

- 11 Print Shop. Regalos personalizados

Escapadas

- 12 Sicilia

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

Salón Profesional Ecomm Marketing Madrid 2011

Los pasados días 26 y 27 de octubre se celebró en Madrid la tercera edición del Salón Profesional del Comercio Electrónico y el Marketing Online. Tips@ quiso estar presente en uno de los más importantes foros de negocios de venta en Internet que se desarrollan en España.



Visitantes del Salón. Foto cedida por EComm Marketing

Un salón profesional monográfico sobre comercio electrónico es una gran ocasión de dejarse ver y de llegar a potenciales clientes que están o piensan estar vendiendo sus productos a través de la red. No descubrimos nada si decimos que el e-commerce será piedra angular para el futuro del sector logístico y que Tips@, como empresa puntera del sector quiere estar cerca de todo aquel que venda en Internet y necesite un partner logístico de garantías.

Con esta intención la compañía estuvo presente en este tercer Salón de Ecomm Marketing que se celebró durante dos días en el pabellón número uno de IFEMA, en la zona noreste de Madrid, y que reunió a grandes expertos nacionales e internacionales en un completísimo programa de conferencias sobre negocios online.

Las cifras que se hicieron oficiales desde la or-

ganización señalan que 10.143 profesionales se pasaron por el salón, superándose ampliamente los objetivos marcados, tanto en número de expositores como de visitantes profesionales.

**Más de 10.000
profesionales visitaron el
salón en el que hubo
cerca de 100 expositores**

El salón en datos

Agustín Torres, director del Salón, nos cuenta sus sensaciones y afirma que "el éxito de esta edición de Ecomm Marketing me produce una inmensa alegría. La celebración de una edición de Ecomm Marketing en Madrid era una petición que nos había llegado desde muchas voces cualificadas del sector, y me llena de satisfacción haber podido ofrecer a todo el sector del e-commerce y del

marketing online, un salón como el que acabamos de celebrar con cerca de 100 expositores y más de 10.000 visitantes profesionales. Con el éxito de esta edición en Madrid, cerramos el círculo formado con Barcelona y Lisboa, que nos convierte ya, sin ningún tipo de dudas, en el evento líder en comercio electrónico y marketing digital del sur de Europa".

Sobre el futuro del salón, Agustín Torres señala que "podemos avanzar ya que la próxima edición en Madrid, el 26 y 27 de septiembre de 2012, ampliará su superficie de exposición, trasladándose al Pabellón 6 de IFEMA. Será un nuevo reto superar las cifras obtenidas en esta edición, pero tan sólo uno más de todos los mercados para 2012, seguir creciendo en Barcelona y Lisboa, e iniciar dos nuevos proyectos con el lanzamiento del salón Ecomm Marketing en Brasil y Turquía".

Gran parte del éxito de la convocatoria residió en el destacado programa de conferencias organizadas durante el evento y que fueron se-



guidas por más de 2.000 profesionales. Los cuatro auditorios destinados a este menester podían verse llenos de público a cualquier hora. En ellos se trataron temas de los más variados, tanto en áreas tradicionales de marketing online y comercio electrónico, como en otras de nueva creación que despertaron la curiosidad de los asistentes (gestores de contenidos, cloud computing, social media, Google analytics...)

En una de esas conferencias estuvo presente Tips@. En el marco del denominado Fórum de Logística se celebraron charlas coloquio con asistencia de directivos de varias compañías del sector y se pusieron sobre la mesa temas de máximo interés para emprendedores que se han lanzado o se van a lanzar a la venta online. Se trataron aspectos relevantes en cuanto a las entregas de ventas online y sobre las necesidades específicas de los clientes que reali-

zan sus compras a través de la red y que buscan un tipo de servicio adaptable a sus necesidades y de calidad.

El programa de conferencias reunió a grandes expertos nacionales y foráneos

En el marco del salón, también se entregaron los premios Ecomm Awards 2011. En una fiesta celebrada en la Sala Tartufo de Madrid y que contó con la televisiva Berta Collado como maestra de ceremonias. Más de 400 invitados conocieron en directo a los ganadores de unos premios que reconocieron la labor de forma conjunta de negocios online y sus proveedores de servicios en diferentes áreas de actividad.

En definitiva Tips@ estuvo presente en un evento en el que se mostró a los emprendedores la disponibilidad de la red para cubrir las necesidades logísticas de cualquier negocio de venta online, desde el proyecto más modesto al más ambicioso. Y la intención de la compañía seguirá siendo la de estar allí donde aparezcan oportunidades de negocio que redunden en beneficio de la red de agencias y el comercio electrónico es una oportunidad. 



Imagen del Fórum de Logística en el que participó Antonio Fueyo, director general de Tips@.

Palma de Mallorca Por tierra, mar y aire



En la imagen Jorge Mira, a la derecha, junto a miembros de su equipo.

Con una importante base de clientes en el mundo editorial, Tips@ Palma de Mallorca nació en el año 2005 dentro de un grupo empresarial con más de ochenta años de vida en las Islas Baleares.

La agencia Tips@ Palma de Mallorca pertenece al Grupo Rotger, dedicado a la distribución editorial en el ámbito insular desde 1927, aunque ahora tiene más líneas de negocio abiertas. Jorge Mira, actual gerente de la agencia nos dice como surgió la unión con Tips@: "Nos unimos a la red en el año 2005, buscando principalmente dos cosas, dar servicio a los clientes de nuestro grupo de empresas en un plazo máximo de 24 horas y diversificar en un negocio con recorrido, Tips@ nos permitía ambas posibilidades y tomamos una decisión de la que cada día estamos más satisfechos".

¿Cómo ves la situación actual del mercado y hacia donde crees que se dirige?

Estamos en un momento complicado en el que como empresa de transporte debemos ser cautelosos, la falta de liquidez hace que tengamos que mirar con lupa con quien nos embarcamos. Eso sí, en estos momentos también aparecen oportunidades y hay que estar atentos a ellas, sobre todo hay que estar atentos al comercio electrónico que cada año crece más y a la demanda de servicios adicionales de nuestros clientes como puede ser el manipulado y sobre todo el almacenaje de corta y larga duración.

Se acerca el fin de año, ¿se han cumplido vuestras expectativas empresariales?

La verdad es que estamos muy satisfechos de los resultados, pese a lo complicado del momento seguimos creciendo y es algo que principalmente debo agradecer a todo el personal de la delegación por su implicación y esfuerzo en este proyecto.

Desde que estás trabajando en el sector, ¿cuáles son los cambios más significativos que encuentras ahora comparándolo con hace unos años?

Sobre todo el cambio en la tipología del envío, y el tipo de tránsito, el cliente transita de manera menos urgente y por vías más económicas, además de que solicita servicios adicionales que ahora externaliza como la preparación y el almacenaje y que antes realizaba por sus propios medios.

¿Qué importancia le dais a la captación de clientes que venden online?

Le damos una gran importancia ya que creemos que hacia este tipo de negocio se encamina el futuro, el porcentaje de estos clientes en nuestra agencia no es lo representativo que quisiéramos pero día a día va creciendo. La insularidad es un aspecto importante en este

sentido, no obstante apostamos por las empresas de venta online de producto balear que cada día se promociona más y cada día tiene más aceptación por parte del consumidor.

Cuéntanos cómo se desarrolla un día cualquiera en vuestra agencia ¿Cuánta gente forma el equipo de la agencia?

Nuestro día se diferencia algo respecto a las agencias de la península, principalmente debido al tránsito de la mercancía por vía aérea y marítima lo que nos hace madrugar algo más. Por lo demás somos como cualquier otra agencia, hasta que llega la noche y tenemos que volver al aeropuerto.

Actualmente nuestro equipo está formado por siete personas de reparto y cinco que desarrollan tareas administrativas, de almacén y manipulado. También tenemos a dos repartidores externos con vehículos de mayor tonelaje que nos ayudan con los envíos de carga paletizada.

¿Cómo os afecta la actual guerra de precios del sector?

La verdad es que es un juego peligroso en el que hacemos lo posible por no entrar. Seguimos creyendo que tenemos argumentos suficientes para captar y fidelizar clientes sin tener que recurrir a ciertas prácticas. 

Talavera Calidad y servicio



Imágenes de la sede de TIPS@ Talavera y de José Luis Fernández.



Mantenemos una amena charla con José Luis Fernández, gerente de TIPS@ Talavera que nos cuenta su experiencia en el sector transporte: "Mis inicios se remontan al año 1984 cuando empecé como autónomo distribuyendo envíos de otra empresa del sector paquetería. A partir del año 86 y hasta 1992 estuve dentro de la estructura de una multinacional del sector, siendo la última franquicia de la marca a nivel nacional. En 2005 decidí retomar mi camino en solitario y entré a formar parte de empresa. Mi idea siempre ha sido que todos mis clientes necesitaran solo un proveedor logístico, que les ofreciese calidad, seriedad y por supuesto buen precio. Por ello también apostamos por la mensajería, desde nuestros inicios hemos colaborado con empresas de primer nivel, entre ellas TIPS@. Del mismo modo -continúa diciendo José Luis- nuestra empresa cuenta con una agencia de cargas completas TAEX, que se dedica al transporte nacional e internacional, terrestre, aéreo y marítimo. También disponemos de flota de vehículos propios de gran tonelaje, servicios especiales y camiones grúa".
Hablando sobre la actual situación económica que se vive en España en particular y en el resto

de Europa en general, José Luis nos aporta su punto de vista señalando que "debido a la situación vemos como clientes, amigos y familiares van perdiendo su trabajo, sus negocios y su patrimonio. Por si no tenemos bastante los pocos privilegiados que quedamos, hemos entrado en una lucha de precios que no beneficia a nadie, ya que nosotros perdemos margen de beneficios, capacidad operativa, y eso puede derivar en que los clientes pierdan calidad de servicio".

Clientes y cambios en el sector

A continuación hablamos sobre los clientes, que estrategias están usando para captarlos y mantenerlos, las dificultades más habituales que se encuentran en el día a día con ellos y José Luis señala que "nuestros clientes son pequeños fabricantes, gestorías, clínicas, y sobre todo empresas de confección que son con los que mayores dificultades tenemos para mantenerlos debido a la tipología de sus paquetes. Nos encontramos con empresas de la competencia que les ofrecen el reparto sin aplicar volumen y con precios a los que no nos podemos ni acercar". Al hilo de esta situación de mercado en el que

las empresas tiran precios y la captación de clientes provoca en ocasiones una toma de decisiones precipitada e ilógica, José Luis reflexiona en voz alta: "Este año ha sido muy duro para todos, aún así creo que vamos a cumplir las expectativas que teníamos para este ejercicio en lo referente a facturación, otra cosa es cumplir nuestro objetivo de beneficios, que se mantiene como en años anteriores debido a la guerra de precios, la morosidad y las tarifas del combustible". Ya para finalizar le pedimos a José Luis que nos de su visión sobre los cambios experimentados en el sector en los últimos tiempos, así como que nos de unas pinceladas de lo que para él representa TIPS@ como empresa. "Para mí -afirma- los cambios más significativos desde que estoy en el sector son el tremendo avance de las tecnologías, la calidad de servicio y la amplia gama de los mismos que podemos ofrecer al cliente. En cuanto a TIPS@ -continúa diciendo- creo que la principal diferencia respecto a la competencia reside en su amplia gama de servicios y la calidad exigida para el cumplimiento de los mismos. Definiría a TIPS@ con estas tres palabras: Seriedad, Servicios y Puntera".

Manresa

Compromiso de eficiencia

Con sólo seis meses en el seno de la gran familia Tips@, la agencia situada en la población barcelonesa de Sant Salvador de Guardiola, ya está plenamente integrada.

Nuestro interlocutor con Tips@ Manresa es Daniel Gallego, máximo responsable de la agencia, que se integra en la estructura de Transgala, compañía especializada en cargas completas de gran tonelaje. "Después de ver varias opciones vimos en Tips@ una oportunidad para poder completar el servicio a nuestros clientes", afirma Daniel.

¿Cómo es vuestro cliente habitual?

Nuestros clientes son variopintos, ante todo quieren un buen servicio, lo buscan antes que el precio. Son clientes que ya tenemos fidelizados con las cargas para los camiones y esperan atención personalizada y sobre todo nuestra implicación para resolver errores o dudas.

Desde que estás trabajando en el sector ¿Cuáles son los cambios más significativos que encuentras ahora comparándolo con hace unos años?

Por encima de todo la gran evolución del mercado e-commerce.

¿Cómo afecta en vuestra zona de negocio la guerra de precios que vive el sector?

En nuestra zona hay muchas opciones y ofertas para poder realizar envíos, aunque últimamente están aflorando compañías de dudosa credi-



Imagen de la fachada de la agencia Tips@ Manresa

bilidad y con servicios de pocas garantías. Esto nos obliga a explicar mejor a nuestros clientes el tipo de servicio que realizamos, y el pertenecer a una red como Tips@ nos ofrece garantías y credibilidad de cara al cliente.

En vuestra opinión, ¿qué diferencia a las agencias Tips@ de las de la competencia?

Creemos que lo principal es la eficiencia. En nuestro caso desde mayo hemos realizado aproximadamente 3.000 envíos, alrededor de unos 5.000 bultos movidos, con un coeficiente mínimo de incidencias, y una resolución de las mismas en tiempo record. Esto nos obliga a mantener el nivel y mostrar a nuestros clientes que no sólo nosotros somos eficientes, sino que todas las delegaciones de la red Tips@ tienen un nivel de eficiencia similar, lo que hace que nosotros podamos ofrecer un servicio de calidad.

Creo que los tres adjetivos que mejor definirían a Tips@ son; eficiencia, servicio y calidad.

Las Rozas

Ilusión y proyección

Después de estudiar las diversas posibilidades que daba el mercado, Tips@ Las Rozas empezó su andadura en la red el pasado mes de febrero apostando por la proyección de la marca.

Háblanos un poco de cómo son vuestros clientes

Debido a que llevamos poco tiempo todavía no tenemos un cliente tipo. Todos son importantes, el que hoy te da poco mañana te puede dar más. Los que más expediciones nos dan son los dedicados a venta online. Captamos clientes con campañas en las que les pedimos que nos pongan a prueba y así demostrarles que somos mejores que la competencia en precio, calidad y servicio personalizado. Demostramos nuestra profesionalidad y responsabilidad con sus envíos, informando de las incidencias antes de que ellos las detecten y consiguiendo ahorro en sus facturas.

¿Qué ha cambiado en el sector en los últimos años?

Desde que estamos en el sector la tipología de envíos ha cambiado un 70 por ciento, antes no se trabajaba tanto con particulares y ahora son un porcentaje de clientes muy elevado.

¿Qué diferencia a Tips@ de las empresas de la competencia?

Sobre todo la atención personalizada al cliente. El trato exquisito entre clientes y repartidores, no debemos olvidar que el repartidor es la imagen de la compañía y debe ser el mejor comercial.



Hablamos con Francisco Bernal, gerente de la delegación de Las Rozas, población situada en la parte noroeste de la comunidad de Madrid. Y para empezar nos cuenta sus primeros pasos en el sector. "Nuestra experiencia en el sector empieza en 1985. Empezamos muy jóvenes como mensajeros y fuimos pasando por diversos departamentos hasta llegar a la gestión y distribución de rutas. Hasta enero de este mismo año trabajamos para otra compañía del sector".

¿Qué opinión te merece la situación actual?

Está extremadamente difícil, pero pensamos que más no se puede estropear. A partir de aquí con trabajo, esfuerzo y responsabilidad estamos condenados a salir adelante sin perder la ilusión por mejorar y crecer.

Nosotros empezamos de cero en una zona de gran competencia, donde hay delegaciones de todas las compañías del sector, pero poco a poco con el trabajo de todos y nuestra ilusión por salir adelante, vamos captando clientes que nos siguen ilusionando para seguir creciendo.

Tips@ patrocina la carrera Marca de las aficiones



El popular diario deportivo Marca organizó una nueva edición de la carrera de las aficiones en la que seguidores de los dos grandes equipos de fútbol de la capital, corrieron 10 kilómetros, entre el Santiago Bernabéu y el Vicente Calderón, defendiendo los colores de sus equipos. Este año se reunieron 8.000 aficionados en una carrera que se celebró el día 13 de noviembre y en la que Tips@ estuvo presente como patrocinador oficial y encargándose de entregar los premios a los ganadores. Desde estas páginas queremos agradecer la colaboración de las agencias Tips@ de Alcobendas, Alcorcón, Fuenlabrada, Embajadores, Barrio de Salamanca, El Carmen, Prosperidad, Moratalaz, Pinto, Azca, Villaverde, Ciudad Lineal y Madrid Plataforma.



Foro de logística en el Salón Ecomm Marketing

En el marco del tercer Salón Ecomm Marketing celebrado en IFEMA, Madrid, se desarrollaron varios foros dedicados a profundizar en algunas de las claves de la venta online. Uno de esos foros se dedicó a la logística y Tips@ estuvo presente en la figura de Antonio Fueyo, su director general. Durante aproximadamente una hora, los ponentes desarrollaron varios temas de interés desde el punto de vista de las empresas de logística. Entre otras cosas se discutió sobre la importancia que tiene el partner logístico para una empresa que vende online. Hasta ahora los emprendedores que deciden lanzarse a la aventura de la venta online dejan para última hora las decisiones relacionadas con la logística de su negocio, y parece que esa no es una buena idea al tratarse de un asunto crítico que debe priorizarse en el plan de negocio de cualquier empresa que haga comercio electrónico.



Nuevo servicio Tips@ MR - Marítimo

El pasado día 4 de octubre Tips@ lanzó al mercado un nuevo servicio para sus clientes, se trata del MR-Marítimo a Canarias. Ante la demanda detectada se decide lanzar un servicio que facilita, a todas las agencias de la red y a su clientes, una conexión semanal con las islas, agrupando en un solo transito todas las expediciones emitidas.

La principal ventaja que aporta este nuevo servicio reside en una importante reducción de costes al tratarse de entregas menos urgentes.



Ranking de Agencias Tips@

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

julio

- 1º Tips@ Vitoria GV (Álava)
- 2º Tips@ Sant Adria (Barcelona)
- 3º Tips@ Coruña (A Coruña)

agosto

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



Claves del comercio electrónico

La mejora de la infraestructura y de la logística de transporte, la evolución de los sistemas de pago y la mejor protección contra el fraude son claves para que se generalice la compra a través de Internet, según se desprende de lo publicado en el informe Social Commerce 2011.

El informe analiza el comercio electrónico en España y en el mundo y la importancia que tiene el llamado "comercio social" o el uso de las herramientas de marketing para vincular al usuario con el consumidor, con especial incidencia en las redes sociales. Afirma que Internet es cada vez más social y las empresas que no se adaptan a este entorno pueden ver limitado su modelo de negocio.

Se menciona como punto fuerte de las empresas de comercio electrónico que se benefician de una cadena de suministro poco complicada y del teléfono móvil que va a tener un impacto significativo en las compras por Internet.

Fuente: Expansion.com



Crece el volumen de negocio

El volumen de negocio del comercio electrónico en España alcanzó los 9.114 millones de euros en 2010, lo que supone un crecimiento del 17,4 por ciento respecto a 2009, el mayor incremento anual registrado en los últimos años, de acuerdo con un estudio del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (ONTSI).

La variable principal que explica la evolución de este sector en el año 2010 es el crecimiento en gasto medio por comprador, que ha pasado de 749 euros en 2009 a 831 euros a 2010, lo que representó un incremento del 10,9 por ciento.

De acuerdo con el estudio, el comportamiento de compra online sigue presentando año a año síntomas de mayor madurez, lo que se traduce en una mayor experiencia, un incremento del porcentaje de compradores regulares y una consolidación de los canales de venta exclusivamente online.

Fuente: europapress.es



Las compras a través del móvil ayudan a eBay

Ebay ha cumplido las expectativas de Wall Street en sus resultados trimestrales. El gigante del comercio electrónico obtuvo un beneficio neto de 491 millones de dólares entre julio y septiembre, lo que supuso un incremento del 14 por ciento en términos interanuales. Los ingresos durante ese periodo fueron de 2.966 millones de dólares.

John Danahoe, presidente y consejero delegado de eBay señala que la compañía está centrada en el negocio del comercio electrónico a través de dispositivos móviles, forma de negocio que acelera el cambio en la forma en la que los consumidores compran y pagan.

Danahoe estima que eBay generará, gracias a los distintos dispositivos móviles, 5.000 millones de dólares en volumen de operaciones a final de año, mientras que PayPal tramitará pagos que superarán los 3.500 millones de dólares.

Fuente: [El Mundo](http://ElMundo)



Aumento de la exportación

En el conjunto de los ocho primeros meses de 2011, las exportaciones españolas de mercancías han alcanzado los 104.442 millones de euros, lo que supone un incremento del 18 por ciento respecto al mismo periodo de 2010. Por lo que se refiere a las importaciones, han aumentado un 11,1 por ciento para situarse en 171.072 millones de euros. En este periodo los principales sectores exportadores han sido los bienes de equipo y el sector automóvil, con cuotas del 19,9 y del 15,9 por ciento respectivamente.

En cuanto a las importaciones, las de productos energéticos se han incrementado un 26,9 por ciento en términos interanuales.

En un análisis geográfico, las exportaciones dirigidas a la Unión Europea (66 por ciento del total) se han incrementado un 15,3 por ciento. Por su parte, las ventas a la zona euro (52,6 por ciento del total) han crecido un 11,9 por ciento. Las ventas a Francia (principal destino de las exportaciones españolas durante este periodo, con una cuota del 17,7 por ciento) han aumentado un 13,1 por ciento y las ventas a Alemania presentan un avance del 13,2 por ciento.

Fuente: empresaexterior.com

El sector logístico reunido en Madrid

La primera edición del Salón easyFairs LOGISTICS Madrid, celebrado junto a la cuarta edición de easyFairs EMPACK, se celebró en Madrid a finales del pasado mes de octubre con una asistencia de 4.168 profesionales de la logística.

Cristina Aresti, directora general de easyFairs Iberia señala que: "Nuestra fórmula de salón profesional ha funcionado. Los expositores han generado numerosos contactos con visitantes cualificados. Las sensaciones de estos dos días son realmente optimistas y nos animan a prepararnos para nuevos y más ambiciosos retos en próximas ediciones. Nuestra apuesta, en plena recesión económica, ha ido bien recibida por el mercado logístico.

La edición de 2012 ya tiene fechas, 17 y 18 de octubre.

Fuente: alimarket.es



Más uso de servicios logísticos



Durante el último año el uso de servicios logísticos se ha incrementado en un 64 por ciento, y un 42 por ciento del coste que dedican las empresas a estos servicios se destinan a la externalización.

Estos son los resultados del Estudio Anual realizado por Capgemini Consulting en colaboración con la Penn State University basado en encuestas y entrevistas realizadas a usuarios y proveedores de servicios logísticos de todo el mundo.

Ramón Fiol, vicepresidente de Distribución y Transporte de Capgemini considera que "a pesar de que algunas compañías están aumentando el outsourcing de estos servicios, seguimos viendo una constante rotación cada año en los encuestados, observando que algunos de sus clientes están volviendo a las actividades de logística desarrolladas por la propia compañía". Otro de los resultados relevantes del estudio es el crecimiento en los mercados emergentes, mientras los mercados tradicionales se ralentizan. En este sentido, un 80 por ciento de los clientes de operadores encuestados operan ya en un país emergente. China, India, Brasil y México son considerados los países con mayor potencial.

El estudio también resalta la creciente importancia que está adquiriendo, gracias a los múltiples canales disponibles, la logística relacionada con el comercio electrónico

Fuente: Logistica Profesional

Se amplía la oferta formativa para transporte por carretera

El Gobierno ha incluido en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales la cualificación de "Gestión comercial y financiera del transporte por carretera", que tiene especial relevancia para el sector, entre otras razones porque supone un requisito previo para la aprobación del nuevo Título de Técnico Superior de Transporte y Logística.

También se ha incluido entre los nuevos certificados de profesionalidad el de "Conducción de vehículos pesados de transporte de mercancías por carretera", lo que supone un importante avance para la formación en el sector y posibilita una nueva oferta formativa.

Fuente: Diario del Puerto

Print Shop

Ideas para regalar

Nace una nueva sección dentro de Ruta Abierta, queremos dar un espacio a los clientes de nuestras agencias para que nos cuenten su experiencia con Tips@ y para conocerlos un poco mejor.

La iniciamos con un cliente de la delegación alicantina de San Juan.



Kelly Griebel es el director de Marketing de Print Shop y uno de los ideólogos de Mybestpresent.com. Abajo dos imágenes de la web de regalos personalizados.

Kelly Griebel es el director de Marketing de Print Shop S.L. empresa alicantina que da cobijo a un buen número de tiendas online. La cara más visible de este proyecto empresarial es Mybestpresent.com una tienda online de regalos personalizados que se creó a mediados del año 2006 fruto de la unión y experiencia conjunta de dos personas, padre e hijo.

"Antes de empezar a vender online, nos dedicábamos a la venta de maquinaria y productos para la estampación" afirma Kelly Griebel que continúa diciéndonos que "a principios de 2006, nuestra empresa sacó al mercado el bolso con solapa personalizada y tras ver el éxito que este producto obtuvo a nivel de tiendas locales, decidimos probar suerte en el mercado de Internet. Empezamos con una pequeña selección de productos, principalmente bolsos y monederos personalizados, y poco a poco fuimos introduciendo más productos. El crecimiento de la web fue bastante rápido. A día de hoy tenemos cerca de 200 productos distintos y la empresa ha crecido hasta llegar a tener 13 empleados. La web tiene más de 1000 visitas diarias y afortunadamente, el número de ventas está creciendo año tras año".

Centrándonos en Mybestpresente.com, cuéntanos que ofrece la web al cliente y como funciona. Cuéntanos algo de los datos de ventas y crecimiento experimentado.

La web principalmente ofrece regalos personalizados con foto. El funcionamiento es muy sencillo, el cliente elige el producto que quiere, adjunta la foto que desea que apa-

rezca en el producto y lo paga todo online. En un plazo de 48 horas tiene el pedido terminado en su casa, en cualquier punto de España.

En cuestiones relacionadas con crecimiento de ventas te puedo decir, como ejemplo, que este último año hemos tenido un crecimiento cercano al 30%.

Otros proyectos que hemos creado en estos años son tiendas online como www.regalosconfoto.com y www.videosdedora.com. En todos los proyectos que ponemos en marcha colaboramos con Tips@ para las entregas.

¿Qué importancia tiene para ti la logística en vuestra tipología de negocio?

La logística es fundamental en un negocio como el nuestro. El cliente que compra online quiere tener su pedido en casa cuanto antes. Y si en nuestra página web prometemos una entrega en 48 horas, tenemos que cumplirlo sin falta.

¿Cuánto tiempo lleváis trabajando con Tips@? ¿Qué ventajas encontráis y que es lo que más valoráis?

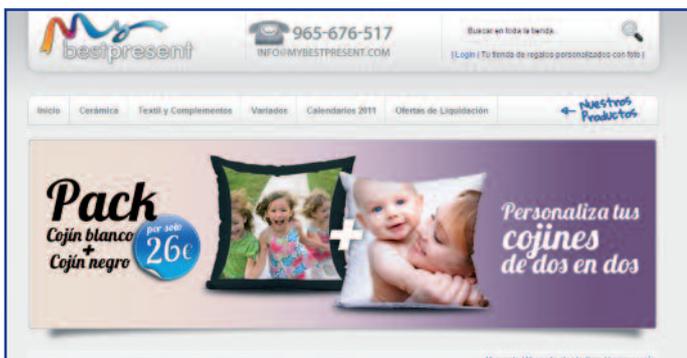
Llevamos trabajando con Tips@ desde el primer año de Mybestpresente.com.

Al principio trabajábamos con varios transportistas, pero al ver que en épocas de mucho trabajo como las Navidades, recibes decenas de llamadas de clientes enfadados porque sus regalos no se han entregado a tiempo, te replanteas muchas cosas. A raíz de eso decidimos trabajar con Tips@.

Desde el primer día nos sentimos como en casa. Marié y Julio de la delegación de San Juan se desdoblaron para ayudarnos con todo lo necesario. Te puedo decir, sin exagerar, que desde que cambiamos a Tips@, dormimos tranquilos por las noches.

¿Cómo es vuestra relación con Tips@ San Juan?

Fantástica. Tras tanto tiempo trabajando juntos, hemos llegado a un punto en el que ya no lo ves como una relación de trabajo, se podría calificar mejor como una relación de amistad. 📌



Sicilia

Cruce de culturas

La isla más grande del Mar Mediterráneo crece en su oferta turística y ofrece al visitante un paraíso de contrastes. Por un lado es un destino perfecto para una escapada cultural, al ser una de las zonas del mundo con más lugares declarados patrimonio de la humanidad por la Unesco, y por otro es un lugar idílico para el turista que busca disfrutar del mar, al ofrecer una variada cantidad de playas cristalinas y poco masificadas.



Pocas zonas del mundo tienen tantos contrastes como esta isla mediterránea situada al sur de Italia y sólo separada del continente por los 3 kilómetros del histórico estrecho de Mesina.

La isla ha estado habitada desde la prehistoria y todavía se conservan restos paleolíticos y neolíticos. Por aquí han pasado fenicios, griegos, cartagineses, romanos, pueblos germánicos, bizantinos, sarracenos, normandos... Y evidentemente todos estos pueblos conquistadores dejaron su legado en suelo siciliano, y hoy es posible ver vestigios que nos recuerdan su presencia en la isla.

Con toda esta historia a sus espaldas no es extraño que estemos ante uno de los lugares del

mundo con más zonas declaradas Patrimonio de la Humanidad por la Unesco.

Aunque sea una isla, Sicilia tiene mucho que ver y el visitante suele quedarse con la sensación de que no lo ha visto todo. Una buena forma de recorrer la isla es hacerlo en coche, algo que se puede convertir en toda una aventura.

Palermo. Una ciudad singular

Por muy acostumbrado que se esté al caos circulatorio de cualquier gran ciudad, lo de la capital siciliana sorprende. La ciudad es una mezcla entre la opulencia y la decrepitud, en la que majestuosos edificios contrastan con barrios oscuros.

Estamos en la ciudad de los mil *palazzi* y al caminar por sus aceras las sorpresas están a la

vuelta de la esquina, donde un restaurante de fachada decadente esconde la mejor pasta casera que se puede tomar, o donde cualquier ruinoso callejón desemboca en una plaza o edificio deslumbrante.

La ciudad está tratando de recobrar su aspecto del pasado, cuando fue una espléndida capital normanda. De este periodo dan perfecto testimonio el conjunto de la Catedral y el palazzo dei Normanni, hoy convertido en la Asamblea Regional de Sicilia, que constituyen la mejor representación de arte arabo-normando.

Esta majestuosidad contrasta con las desvencijadas calles colindantes del barrio de Albergheira, de fachadas decrepitas, pero con un misterioso encanto. Aquí nos encontramos con el bulliciosamente atractivo mercado de Ballaró.

Es el más antiguo de los cuatro mercados de la ciudad y ha superado en popularidad al famoso mercado Vucciria junto al puerto de La Cala. Recomendamos comprar pan de anís recién hecho para acompañar tu recorrido por los puestos.

Muy cerca está Quattro Canti, las cuatro esquinas, el cruce de la via Maqueda y el corso Vittorio Emanuele, dos de las calles principales del centro de Palermo. Es el típico sitio de encuentro que divide a la ciudad histórica en cuatro barrios tradicionales donde se agrupan los lugares de interés para el visitante.

En una de sus esquinas está la fontana Prettoria y junto a ella la iglesia de Santa María dell'Ammiraglio, conocida como La Marto-

añade un repertorio gastronómico rico en carnes y verduras, ingredientes básicos de la cocina tradicional local, pescados, dulces y por

Una buena forma de recorrer la isla es hacerlo en coche, toda una aventura

supuesto pasta en innumerables variedades. Si el viaje se realiza con tiempo, visitar las islas Eolias merece la pena, da la sensación de hacer

un viaje hacia atrás en el tiempo donde los lugareños viven con calma y con un exquisito sentido del humor.

Lipari, Vulcano y Stromboli, con su tremendo volcán son tres preciosas muestras de lo que ofrecen estas islas al norte de Sicilia, un lugar apartado de las rutas turísticas más tradicionales, perfecto para los amantes de la naturaleza, la vida tradicional y el descanso.

En Sicilia destacan las fiestas religiosas que se celebran en honor de Santa Ágata en Catania, la segunda ciudad más importante de la isla, las procesiones de Semana Santa de Trápani o Enna y la fiesta de los almendros en flor de Agrigento. Además son muy conocidos los carnavales sicilianos. 



rana, este edificio fue diseñado como mezquita y lo mejor está en su interior con espectaculares mosaicos dorados.

En la plaza Bellini destaca el exterior con tintes árabes de la iglesia de San Cataldo. Al norte la ciudad cobra un aspecto más señorial, con amplias avenidas comerciales, exclusivas tiendas y el neoclásico teatro Massimo construido para celebrar la reunificación de Italia a finales del siglo XIX y famoso por la escena final de El Padrino III.

Playas y mucho más

Sicilia se ha granjeado popularidad como destino turístico de sol gracias a sus playas cristalinas y poco masificadas en el norte, amplias y con aguas de azul intenso en el este. A esto se

Ficha destino

Qué ver

- Etna, el célebre volcán al este de la isla.
- Palermo, Catania, Agrigento. Las ciudades sicilianas tienen encanto especial.

Dónde dormir

- Grand Hotel et Des Palmes, via Roma, 398. Palermo. 73 €/noche.
- Una Hotel Palace, via Etna, 218. Catania. 94 €/noche.

Dónde comer

- Spizzulio, Panoramica dei Templi, 23. Agrigento. Productos naturales, excepcional carta de vinos. Precio medio 35 €.
- Frida Pizzeria, Piazza Sant'Onofrio, 37. Palermo. Predio 30 €.

Deporte y salud

La infancia es la época en la que se puede definir tanto la personalidad como el estado físico y por lo tanto la salud. Que practicar deporte es bueno para la salud es conocido por todos, pero existe un sector de la población al que parece faltarle concienciación al respecto: los niños.

El estudio "Los hábitos deportivos de la población escolar" dirigido a jóvenes entre 6 y 18 años pone de manifiesto los cuestionables hábitos de los niños españoles.

Sólo el 15,4 por ciento de los menores practica actividad física cinco o más días a la semana fuera del horario escolar, cuando la recomendación de los expertos es de una hora diaria.

Fuente: elcorreo.com



Internet

Internet Explorer es el navegador más usado, pero ya no posee ni la mitad de la cuota de mercado. Mientras sus competidores siguen creciendo.

En todo caso con un 49,58 por ciento de cuota el navegador de Microsoft aún mantiene gran distancia respecto a otros navegadores como Firefox o Google Chrome. Pero los datos hablan y en diciembre de 2010 Explorer copaba el 57 por ciento del mercado.

Firefox mantiene una cuota de mercado del 22,8 por ciento, aunque el mayor incremento viene de la mano de Chrome que ha pasado de un 9,98 por ciento a un 16,59 por ciento en el mes de octubre de 2011.

Por otro lado el navegador de Apple, Safari, ha tenido un pequeño aumento de usuarios llegando hasta el 8,58 por ciento, una cifra todavía poco relevante para el mercado.



Restauración

McDonalds cumple 30 años de trayectoria en España, donde inicio su actividad en el año 1981 con la inauguración de su primer restaurante en la Gran Vía madrileña.

Para conmemorar estos 30 años de la compañía en España y rendir tributo al consumidor local, han lanzado al mercado la hamburguesa McIbérica.

Este nuevo producto, ya disponible en todos los restaurantes de la cadena en España está elaborado con carne de vacuno, jamón ibérico, queso manchego, salsa de tomate, lechuga y aceite de oliva virgen extra, acompañado todo ello de un pan de estilo rústico.

Fuente: lavanguardia.com

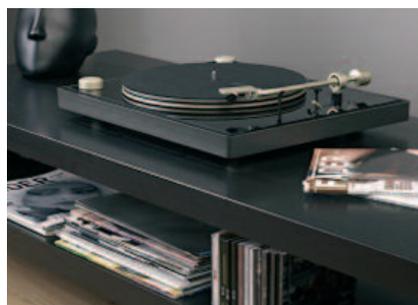


Tecnología

Con el objetivo de entregar un sonido de la máxima calidad para los viejos discos de vinilo, TDK ha lanzado al mercado un tocadiscos que incorpora tecnología avanzada y permite traspasar los antiguos discos a formato MP3, así como conectarse de manera sencilla a otros sistemas de sonido a través de un puerto USB.

La fiebre por lo retro motiva este nuevo producto pensado para usuarios que buscan altos estándares de calidad en un equipo con diseño flotante que aísla el plato y la aguja de la vibración externa, ofreciendo suavidad y precisión en la reproducción del disco.

La sofisticada tecnología posibilita el intercambio de aguja pasando desde los estándares hasta las de calidad superior. Asimismo el tocadiscos TDK presenta un innovador ecualizador de 10 bandas, pre-amplificador RIA A de 200 mv y cable USB incluido.



Robótica

Honda ha presentado la última versión de ASIMO, el robot al que ya hemos visto avanzar paso a paso desde su primera presentación al público.

Ahora ASIMO es capaz de correr, saltar a la pata coja, andar marcha atrás, y lo más importante, se ha conseguido que en determinadas ocasiones el robot pueda tomar decisiones propias de manera autónoma.

ASIMO ha perdido peso, puesto que el actual pesa 6 kilos menos que el proyecto inicial y ahora es capaz de correr a 9 kilómetros por hora.



Náutica

Eficacia, ligereza, deportividad, estilo, calidad y elegancia son cualidades que Audi resume en su lema "A la vanguardia de la técnica". Y precisamente eso, progresar a través de la tecnología, es lo que ha mostrado en una embarcación deportiva diseñada por Stephanie Behringer, en un proyecto estudiantil que entusiasma a los supervisores del mismo. La obra se denomina Trimaran.

Audi no tiene por el momento ningún plan para llevarlo a producción en serie, pero se trata de un proyecto cautivador e ilusionante que entra por los ojos y que reúne las cualidades y valores que la marca representa, por lo que no sería sorpresa su comercialización. El Audi Trimaran es un nuevo concepto de embarcación de recreo con capacidad para 12 pasajeros que integra dos motos de agua. La principal ventaja de esta embarcación multicasco es su ligereza y delgadez gracias a las que ofrece menor resistencia al agua.

Fuente: heraldo.es

Libros



La gente corriente de Irlanda
Flann O'Brien
Nordica

Este divertidísimo libro reúne los mejores artículos publicados en la columna "Cruiskeen Lawn" que Flann O'Brien publicaba en el periódico The Irish Times. Estas páginas se pueden leer como una novela sobre Irlanda y su gente y están repletas de humor surrealista y sátira dirigida a los irlandeses y sus preocupaciones. Por encima de todo el libro muestra un estilo inimitable que ha cautivado a lectores de todo el mundo.



Libertad
Jonathan Franzen
Salamandra

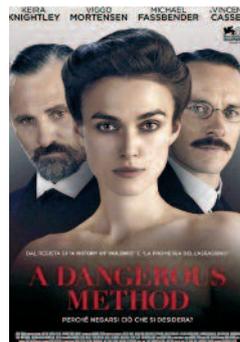
En 2001 la publicación de la tercera novela de Jonathan Franzen, Las Correcciones, consagró a su autor como uno de los más destacados escritores norteamericanos contemporáneos. Aquella obra ganó el National Book Award y vendió 4 millones de ejemplares. Franzen ha empeñado nueve años en escribir su siguiente novela, Libertad, el minucioso retrato de una familia que puede leerse como una incisiva radiografía de nuestro tiempo.

Cine



La conspiración
Robert Redford
James McAvoy, Robin Wright,
Kevin Kline
Estreno: 02/12/2011

En 1865, ocho sospechosos del asesinato de Abraham Lincoln, que se ocultaban en casa de una mujer, fueron detenidos. Sin embargo hay alguien que cree en su inocencia e intentará desenmascarar al verdadero culpable. Parte de la crítica americana está de acuerdo al afirmar que esta película es la respuesta para todos aquellos que se quejan de que ya no se hacen películas como las de antes.



Un método peligroso
David Cronenberg
Keira Knightley, Viggo Mortensen, Vincent Cassel
Estreno: 25/11/2011

Una poderosa historia de descubrimiento vital e intelectual basada en acontecimientos reales a partir de la turbulenta relación entre el joven psiquiatra Carl Jung, su mentor Sigmund Freud y Sabina Spielrein. A este jugoso trío se une un paciente libertino dispuesto a traspasar todos los límites. Impresionantes interpretaciones para una película sólida y perfectamente resuelta pese a su complicada trama.

Artes escénicas



Shirley Valentine
Manuel Iborra
Teatro Flumen
Valencia

Shirley Valentine es una típica ama de casa que vive en un adosado de un típico barrio obrero de Liverpool. A través de un ingenioso recurso teatral, vamos conociendo su mundo y su vida en una especie de confesiones que va compartiendo en total complicidad con el público y con... la pared de su cocina. A los cuarenta y tantos años quiere irse de casa, pero no se arma del valor suficiente. Sin embargo al conocer a una nueva amiga recién divorciada, Shirley se replantea su vida.



El rey león
Julie Taymor
Teatro Lope de Vega
Madrid

Casi 15 años de éxito en Broadway avalan al musical del año en nuestro país, que tiene como puntos fuertes su impacto visual y una espectacular puesta en escena, que junto a los ritmos africanos y las melodías de Elton John transportan al espectador al onírico mundo de fantasía de la factoría Disney. El musical está dividido en dos actos donde se escuchan las canciones de la película y se disfruta de un trabajo interpretativo basado en la expresión corporal, las acrobacias y los detalles circenses.

Hazte Fan de

Tips@

en facebook

www.facebook.com/redtipsa

Noticias, concursos, servicios, soluciones...

