

Ruta abierta

Número 43 Noviembre de 2012



● **TIPSA**
Premio Sostenibilidad 2012

José Manuel Ramos, gerente de TIPSA Coruña

**“TIPSA se está adaptando
adecuadamente a la actual
situación económica”**

2012 el año del comercio electrónico

2012 ha sido un año difícil por culpa de la coyuntura económica mundial que no termina de solucionarse, y cargado de acontecimientos relevantes.

Más allá de eso, TIPS@ ha sabido sobreponerse a todas las dificultades que presenta el día a día en el sector del transporte y la logística, buscando soluciones, creando valor para sus clientes y apoyándose en una red repleta de gente comprometida y con un altísimo nivel de profesionalidad.

Dentro de esa búsqueda de soluciones para seguir aportando valor y continuar en la senda del crecimiento, quizá las relacionadas con el sector eCommerce sean a las que más tiempo hemos dedicado a lo largo del año.

Los datos señalan que el negocio de venta online es uno de los pocos que presenta números positivos, y en ese marco, las empresas de transporte y logística juegan un papel determinante y TIPS@ quiere estar ahí y ha lanzado durante 2012, eTIPSA, un catálogo de soluciones y servicios para empresas que venden a través de Internet, muy bien acogido por el mercado y por la red de delegaciones, que tienen una herramienta de primer nivel para captar clientes eCommerce.

El trabajo de muchos meses desembocó en esta solución que ha venido acompañada de un site exclusivo en Internet, presencia en ferias sectoriales donde se ha potenciado la imagen de marca de la compañía y campaña publicitaria en medios sectoriales.

Pero el año no fue solo para el comercio electrónico. Se celebró, con gran éxito de asistentes, la décima edición de nuestra convención anual; se presentó una nueva web corporativa, con mejoras de diseño, usabilidad, programación; se sigue equipando a la red con terminales tecnológicos de última generación para informatizar recogidas y repartos; y continuamos cerrando acuerdos dentro de la política de responsabilidad social corporativa. Esto y mucho más ha sido 2012 para TIPS@.

Desde aquí os deseamos lo mejor para 2013.

Miguel Sampedro

Director Marketing y Comunicación

www.tip-sa.com

Sumario

Ruta abierta - Noviembre 2012

Tema de portada

- 3 TIPS@ Coruña

Agencias

- 5 TIPS@ Embajadores
- 6 Nuevas agencias: Miranda de Ebro

Noticias Tips@

- 7 Premio a la sostenibilidad

Soluciones TIPS@

- 9 Soluciones informáticas para agencias

e-commerce

- 10 Uso de social commerce para ofertas y promociones

Formación Tips@

- 11 Jornadas formativas soluciones eCommerce

Escapadas

- 12 Nueva York

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

TIPSA Coruña

Profesionalidad, esfuerzo e ilusión como base para crecer

TIPSA Coruña se ha convertido en poco más de tres años en una de las delegaciones más representativas de la red. Su actual gerente, José Manuel Ramos, lleva desarrollando su labor profesional en el sector desde el año 1987, y durante quince años ha sido el máximo responsable de una empresa de transporte referente en Galicia.

Cuando José Manuel Ramos comenzó en el mundo del transporte en el año 1987, era un joven con muchas ganas de trabajar, que con esfuerzo y sin perder la ilusión logró crear una empresa de referencia en Galicia. Hoy es el responsable de una delegación TIPSA que crece año tras año y que suele ocupar, mes si, mes también, los puestos altos del ranking de calidad.

José Manuel, ¿Por qué el sector transporte y logística?

Porque lo conozco desde hace muchos años y aposté por él, me gusta lo que hago y confié en mi equipo, que es el motor diario que me motiva a seguir luchando en este sector que cada día que pasa es más duro y espero seguir muchos años más afrontando nuevos retos.

¿Cómo y por qué entras a formar parte de la red TIPSA?

Llevaba muchos años trabajando en una empresa de ámbito regional, que colaboraba con varias compañías a nivel nacional y esto al final no estaba funcionando por una serie de circunstancias. Esto me llevó a tomar una decisión, y tras darle muchas vueltas y con la ayuda de tres compañeros decidimos unirnos a TIPSA, porque creía que era una de las mejores redes nacionales, ya que estaba en pleno crecimiento y contaba con un gran equipo humano. Tres años después, cada día nos sentimos más ilusionados por haber tomado la decisión de formar parte de esta gran compañía.

¿Puedes hacernos una reflexión sobre la

actual situación económica, y como os está afectando?

La situación económica actual no es la más favorable, los bancos no dan crédito, el consumo baja, los efectos se notan en cadena, el esfuerzo para salir adelante tiene que ser el doble del que era antes, pero creo que con dedicación y esfuerzo se suplen los efectos adversos del momento que vivimos. TIPSA se está adaptando perfectamente a la situación buscando alternativas, servicios, etc. Creo que una política donde se incentive el consumo, reactiva todos los sectores de una forma escalonada, y el transporte está estrechamente relacionado con el consumo. De todas formas esto es cíclico y vamos a salir.

¿Cuál es el secreto para que vuestros ratios de calidad sean tan elevados?

Yo siempre digo que para poder exigir a las demás delegaciones, lo primero es que tu delegación haga bien su trabajo, y la verdad es que con el esfuerzo y la constancia diaria de los responsables y la colaboración del personal de los distintos departamen-



José Manuel Ramos en su despacho de la delegación.

tos, se consiguen resultados. Y es un orgullo para todos nosotros ver que la delegación está entre las primeras de la red en el ranking mensual de calidad.

Desde que formáis parte de la red, ¿cómo crees que ha evolucionado TIPSA y cómo el sector paquetería en general?

Desde nuestra incorporación en el año 2009, TIPSA ha sabido adaptarse a las difíciles condiciones del mercado y consolidarse como una de las compañías de referencia dentro de un sector, qué como muchos otros, atraviesa momentos difíciles.

El principal cambio que hemos notado es

que los clientes ya no tienen stock, con lo que demandan un mayor número de envíos, de menor volumen pero a la vez más urgente y con un nivel de exigencia de servicio mucho mayor, y TIPS@ ha sabido captar ese cambio.

TIPS@ ha seguido fiel a su filosofía de crecimiento y expansión y eso se ve en que ahora somos más de 265 agencias en la red.

Bajo tu punto de vista, ¿qué características diferencian a TIPS@ de la competencia, como lo argumentáis en vuestra política de captación de clientes?

Si algo requiere especialmente el mundo del transporte es dedicación, siempre respaldada por una buena infraestructura, y en este sentido, junto con un exhaustivo cumplimiento de los plazos de entrega, y unas tarifas relación calidad-precio excepcionales, hacen de TIPS@ una de las compañías líderes del mercado. Si a ello se añade, como en nuestro caso, un equipo humano joven, con ganas de seguir creciendo y con capacidad para dar atención personalizada a cada cliente, la firma se convierte en una opción muy apetitosa para cualquier interesado.

Si un cliente te pide que definas con tres palabras a la red, ¿cuáles usarías?

Compromiso, dinamismo y profesionalidad.

¿Cómo ves el futuro en el corto y medio plazo en el sector paquetería?

Creo que el futuro se presenta difícil pero a la vez esperanzador, sin duda el crecimiento experimentado por el comercio electrónico aportará un balón de oxígeno al sector.

Sin duda el crecimiento experimentado por el comercio electrónico aportará un balón de oxígeno al sector

¿Qué objetivos os marcáis de cara al próximo año? ¿Se han cumplido los que fijasteis para 2012?

Estoy muy satisfecho de los resultados obtenidos durante este año, estamos logrando crecimientos anuales desde nuestra incorporación a la red en 2009, esto se debe al gran esfuerzo de todos los que forman parte de la delegación, a pesar del entorno económico.

Para 2013 nuestro principal objetivo será seguir creciendo y consolidar nuestra cartera de clientes.



Dos imágenes con el equipo de trabajadores de la delegación.

¿Cuáles crees que son, en la actual coyuntura, las mayores dificultades a la hora de captar nuevos clientes?

Debido a las circunstancias actuales que atraviesa nuestra economía, y la bajada de tarifas que han efectuado algunas compañías del sector, cada vez más los clientes se unen a estas compañías que basan su política en el precio.

Por otro lado, muchos clientes son reacios a los cambios. Es aquí donde nuestra labor comercial es más importante, poniendo sobre la mesa todas las armas que TIPS@ nos ofrece.

¿Cómo valoras la aparición y los datos de crecimiento del eCommerce en España?

Como una buena noticia, es el sector que más está creciendo y un indicador fiable de cuál va a ser la tendencia del mercado en el futuro. Y como una vía de negocio por la que hay que apostar, pero que va a exigir

una mayor especialización en la entrega a cliente particular.

¿Y cuáles crees que son los mayores retos que supone este tipo de cliente eCommerce?

La tecnología va a jugar un papel fundamental, en este apartado la integración de sistemas, la información en tiempo real y una buena gestión, van a ser muy importantes.

Para terminar, ¿qué te parece el acuerdo de colaboración recientemente firmado entre TIPS@ y Yupick!?

Pienso que es un gran acuerdo. Que un cliente eCommerce pueda disponer y ofrecer entre una entrega a domicilio y una recogida donde se acostumbra a comprar la prensa, por poner un ejemplo, sin duda va a posicionar a TIPS@ como una empresa de referencia dentro del sector de la paquetería en general y del comercio electrónico en particular. 

Embajadores

Con el objetivo de consolidarse en la red

TIPSA Embajadores es la delegación madrileña que cubre una de las zonas más castizas y representativas de la capital de España. Situada cerca de puntos neurálgicos de la ciudad como la Puerta de Toledo, el populoso barrio de La Latina o La Catedral de La Almudena.

Los responsables de manejar el día a día de la delegación llevan trabajando en el sector transporte desde el año 1989. A sus espaldas una dilatada experiencia en almacenaje, distribución, grupajes, paquetería y servicios directos, tanto nacionales como internacionales.

Hablamos con Juan Manuel Pérez, gerente de TIPSA Embajadores.

¿Cuáles fueron los motivos principales que os llevaron a uniros a la red?

Llegó un momento en el que necesitábamos expandirnos en el sector y TIPSA es una de las empresas de transporte de referencia en España.

En esta época de competencia feroz, ¿cuáles crees que son las características que hacen diferente a TIPSA respecto al resto de firmas del sector?

Las delegaciones de la red son, generalmente, empresas pequeñas y medianas y eso les da una identidad propia, con un trato muy personal y cercano con sus clientes. En nuestro caso concreto esta característica es muy agradecida por nuestros clientes y eso se traduce en un alto índice de fidelidad con la marca TIPSA.

¿Cómo valoras la guerra de precios en la que anda metido el sector?

Creo que la libre competencia lleva añadida la guerra de precios y eso siempre saca lo mejor de cada empresa para poder competir y para reinventarse cada día.

Háblanos del cliente tipo de vuestra delegación.

Por estar situada en pleno centro de Madrid, los clientes de la delegación suelen ser comerciantes y pequeñas empresas. En



En la imagen Juan Manuel Pérez, gerente de la delegación TIPSA Embajadores.

muchos casos firmas que venden sus productos a través de Internet.

¿En que se fija más vuestro cliente?

La verdad es que creo que resulta difícil separar precio de calidad, las dos cosas van muy unidas. Personalmente soy de los que creen que lo barato, en muchas ocasiones, termina saliendo caro.

¿Qué le dirías a un cliente que te pidiera una definición de la red TIPSA?

En pocas palabras, somos una red grande y muy competitiva.

¿Cómo ves el futuro en el corto y medio plazo dentro del sector paquetería?

En una situación como la actual creo que el sector está en una fase de pasividad. Me parece que la solución pasa por una reestructuración de una buena parte del sector. No veo otra salida.

Se acaba el año, ¿se han cumplido vuestras expectativas?

Si. Somos una agencia relativamente nueva dentro de la red y el objetivo principal del año era consolidarnos en la zona y convertirnos en una delegación estable. Creo que lo hemos logrado.

Y de cara a 2013, ¿qué objetivos os planteáis?

Seguir en la misma línea de trabajo y consolidarnos de una manera definitiva como delegación estable dentro de la red TIPSA.

El crecimiento del negocio online supone una serie de retos para compañías como TIPSA, ¿cuáles crees que son los principales?

El principal es hacernos un hueco. La competencia es fuerte y en muchos casos está bien asentada en el sector eCommerce.

Recientemente TIPSA ha firmado un acuerdo con yupick! por el que se ponen a disposición del destinatario más de 1.000 puntos de recogida, ¿cómo lo valoras y qué crees que aporta a la red?

Sinceramente espero que aporte mucho a la red aunque será en el medio y largo plazo. A día de hoy es un servicio nuevo, que el cliente desconoce y que tardará un tiempo en consolidarse como valor añadido. 

Miranda de Ebro

Comprometidos con el servicio al cliente

Detrás del nacimiento de la nueva delegación TIPS@ en la población burgalesa de Miranda de Ebro se encuentran los hermanos Eduardo y Juan José Macho, que aterrizan en la red con amplia experiencia acumulada en el sector, y que conocen al detalle los entresijos del mercado del transporte y la paquetería en la zona, donde vienen desarrollando sus carreras profesionales desde hace más de 25 años.

A pesar del alto grado de actividad de la delegación, pudimos sacar unos minutos para hablar con Eduardo Macho sobre sus primeros días dentro de la red TIPS@.

¿Cómo surge la idea de incorporaros a TIPS@?

Levábamos muchos años gestionado una delegación en Miranda de Ebro de una compañía de transportes que por desgracia se ha visto abocada a entrar recientemente en concurso de acreedores. A partir de ese momento buscamos una empresa del sector paquetería que cumpliera con nuestras expectativas de negocio para montar una agencia en la zona.

Al llevar tanto tiempo en el sector conocíamos a TIPS@ y éramos conscientes de lo que nos podía aportar y sabíamos que podía ser una buena opción para alcanzar nuestros objetivos. Tras las entrevistas que tuvimos con los responsables de expansión de la empresa y tras conocer los distintos procesos de funcionamiento interno de la compañía, decidimos unirnos a la red. La seriedad y el compromiso mostrado en todas las etapas de la negociación nos hicieron dar el paso. Para nosotros es muy importante la calidad de servicio y los parámetros que, en este sentido, ofrece la red TIPS@, son inmejorables.

¿Cuál crees que es la principal diferencia de TIPS@ respecto a la competencia?

Creo que una de las diferencias más importantes, y a la vez un valor incuestionable que refuerza el negocio de la compañía, es la posibilidad de competir tanto con las empresas de paquetería como con las de mensajería. Esa capacidad de adaptación que



tiene TIPS@, gracias a su modelo de negocio, me parece una diferencia fundamental respecto a otras compañías del sector.

¿Qué nos puedes contar de cómo afecta al tejido empresarial de Miranda de Ebro la actual situación económica?

La verdad es que para el corto y medio plazo las expectativas no son las mejores y no se prevé una regeneración industrial que ayude a la comarca.

Es difícil recordar, por el tiempo que ha pasado, cual fue la última empresa que se instaló en Miranda de Ebro. Y a la actual situación debemos añadir que el próximo año está previsto el cierre de la central nuclear de Garoña, lo que supone que se pierden 800 puestos de trabajo directos e indirectos y eso tendrá su impacto en la zona.

Hasta el momento, ¿qué es lo que más valoráis de formar parte de la red?

Estamos viendo que todos los miembros de la red tienen un muy alto nivel de compromiso con el servicio al cliente y esto para nosotros es importantísimo. Creo que es una de las claves para que TIPS@ siga manteniendo su constante crecimiento año tras año y para que se sigan cumpliendo los objetivos.

¿Cómo es el tipo de cliente habitual de la delegación?

En estos momentos estamos ofreciendo más servicios de paquetería que de mensajería y eso hace que crezcamos en un tipo de cliente muy especializado. A día de hoy trabajamos con un importante distribuidor nacional del sector dietética, que confía en nuestros servicios, y también tenemos importantes clientes de la industria aeronáutica, un sector que está experimentando un gran avance en Miranda de Ebro. Además, recientemente hemos captado un cliente de ámbito nacional del sector farmacéutico. 



Imágenes de la nueva delegación.

TIPSA en eShow Madrid 2012

A finales del pasado mes de septiembre se celebró en Madrid una nueva edición del salón profesional eShow. En la feria estuvo presente TIPSA, como ya viene siendo habitual en las últimas ediciones.

Un stand de atractivo diseño estratégicamente situado en uno de los pasillos centrales del salón, sirvió de inmejorable escaparate para que los asistentes a la feria pudieran conocer de primera mano las soluciones eTIPSA que la compañía ha diseñado para ayudar a las empresas que venden a través de Internet.

La excelente acogida que estos nuevos recursos tuvieron entre los asistentes profesionales al salón, indica que la apuesta que TIPSA está realizando para convertirse en partner logístico para el sector eCommerce, es más que acertada.

eShow edición 2012

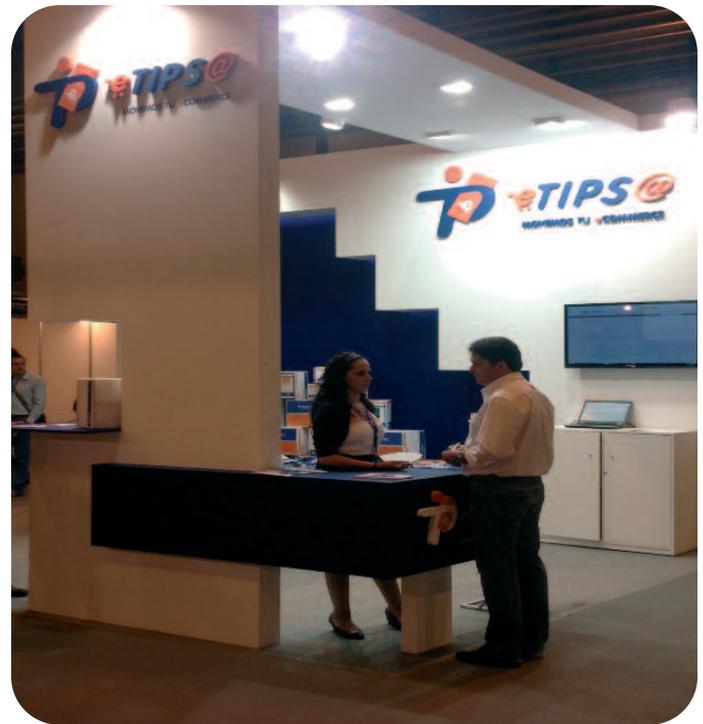
La feria y congreso eShow Madrid cerró sus puertas con unos resultados muy positivos. Durante los dos días de duración del salón, 12.129 visitantes asistieron a una feria con más de un centenar de expositores.



eShow, con sus ferias de Madrid y Barcelona, se está consolidando como el marco de referencia nacional dedicado a eCommerce, marketing online, hosting & cloud computing y social media.

La Directora General de Comercio de la Comunidad de Madrid, Inés Gómez-Acebo, fue la encargada de inaugurar la feria el día 26 de Septiembre. Según Gómez-Acebo, el comercio electrónico se ha convertido en *"una de las palancas económicas más potentes en términos de mejora de la competitividad y, por consiguiente, de crecimiento y generación de empleo"*.

Durante los dos días que duró eShow Madrid, pudimos disfrutar de las ponencias de destacados expertos de empresas como Visa Europe, Vodafone, Sony Music, MTV España, Netbooster, Edreams, Spotify, Samsung, PayPal, TIPSA, Banc Sabadell, Catalunya Caixa, IBM, Google, LinkedIn, Tuenti, Twitter, Philips o Coca-Cola España. Una gran afluencia de público se congregó en eventos como Budget Day, Clinic SEO, GAUC, Workshops, eCoffees, Foros Logís-



tica, Foro de Ecommerce, Foro Cloud y los organizados por Territorio Creativo, IAB y Womenalia Start Up Day by ONO, entre otros. La feria eShow fue Trending Topic en España no sólo gracias a todos los comentarios que los usuarios realizaron durante el evento sino que también 4 horas antes de la apertura del recinto, era feria de tendencias en la Red Social Twitter.

Las fechas para el próximo eShow Madrid ya están decididas, y se celebrará los días 25 y 26 de septiembre del próximo año. Pero antes eShow viajará a Lisboa, los próximos días 9 y 10 de octubre, Barcelona, el 13 y 14 de marzo de 2013 y São Paulo, el 19 y 20 de junio de 2013.



Intervención de Antonio Fueyo, director general de TIPSA, durante la celebración de uno de los Foros de Logística del salón.

TIPSA recibe el premio a la Sostenibilidad concedido por el Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz

El Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz, a través de la Concejalía de Empleo y Universidad ha concedido a TIPSA el premio a la sostenibilidad 2012, dentro de la IV edición de los Premios Referentes Empresariales.

Esta convocatoria de premios tiene como objeto promover todas las iniciativas que, dentro del tejido empresarial de la zona, promuevan la responsabilidad social en todas sus dimensiones y especialmente que puedan facilitar la conciliación de la vida laboral, personal y familiar de las personas trabajadoras. Su convocatoria es anual y cuenta con el apoyo de la Dirección General de la mujer de la Comunidad de Madrid.

La presente edición de los premios fija su objetivo en promover y reconocer públicamente la implantación de medidas que permitan la conciliación de la vida personal, familiar y laboral en las empresas del municipio, y sensibilizar tanto al tejido empresarial del municipio como a la sociedad en general de la importancia de la responsabilidad social de las empresas en todas sus dimensiones.

Sostenibilidad

Dentro de las nueve categorías seleccionadas para la entrega de premios, TIPSA resultó ganadora en la modalidad de sostenibilidad, donde el Comité de Selección otorgó este reconocimiento a la compañía por acreditar un alto grado de compromiso con el medio ambiente y la calidad. Y de forma especial por lograr un crecimiento económico compatible con el medio ambiente que tiene entre sus prioridades de gestión el respeto medioambiental y la calidad en todos los procesos.

A recoger el premio subió al estrado Noelia Real, responsable de Gestión Integral de TIPSA.

Por otro lado también resultó premiada en la categoría de Prevención de Riesgos Laborales, la delegación TIPSA de Madrid Plataforma, tras acreditar su trayectoria e interés en la mejora de las condiciones de trabajo, integrando la prevención de riesgos laborales en el sistema general de la empresa.



En el centro María Luisa Camacho, consejera delegada de TIPSA, a su derecha Tamara Ocaña, del departamento de calidad de TIPSA Madrid Plataforma y a su izquierda Noelia Real.

Ponencia de Antonio Fueyo en Logistics Madrid 2012

El pasado mes de octubre se celebró una nueva edición de Logistics Madrid, feria de referencia para el sector logístico español. Durante dos días se reunieron, en el recinto ferial de la capital, los principales agentes del sector.

Logistics es una feria profesional que reúne a proveedores del sector y ofrece soluciones para optimizar los distintos procesos logísticos. Durante el evento se celebraron más de 20 seminarios especializados y talleres workshop dedicados a innovación, sostenibilidad, oportunidades de negocio...

TIPSA, como referente del transporte y la logística nacional, fue invitada por los organizadores del salón a ofrecer una ponencia en el marco del congreso. Esta invitación se produjo a pesar de que TIPSA no tuvo presencia con stand propio, al tratarse de una feria muy específica. Pese a ello recibió una invitación de los organizadores para, como empresa de referencia, formar parte del salón. A la invitación acudió Antonio Fueyo, director general de la compañía, que eligió para la ocasión una amena ponencia que, bajo el título de "Logística, la gran desconocida del negocio eCommerce", fue desgranando las claves principales que cualquier emprendedor online debe tener en cuenta a la hora de seleccionar su socio logístico.

Los temas tratados resultaron de gran valor para una audiencia ávida de soluciones que mostró especial interés en la relación calidad precio ofrecida por TIPSA, o la integración de sistemas informáticos.



Soluciones informáticas para agencias y clientes TIPSA

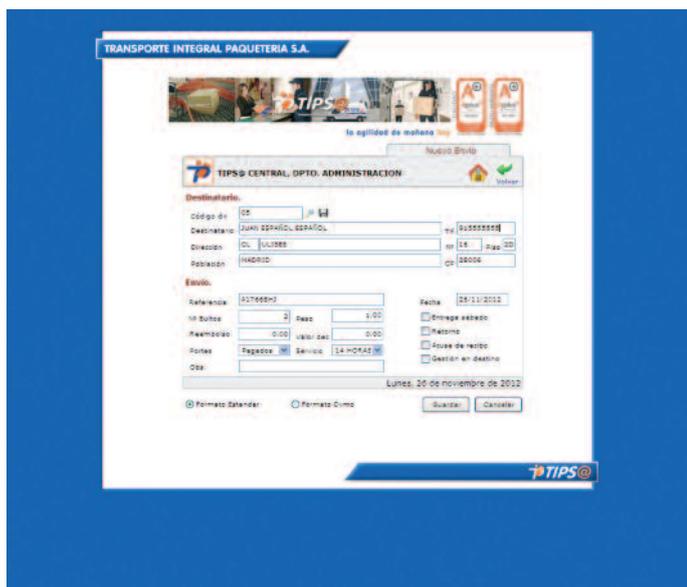
En el departamento informático y de sistemas de TIPSA se desarrollan soluciones tecnológicas a medida de los clientes. Una constante labor de innovación para que las agencias de la red puedan aportar a sus clientes los recursos más avanzadas del sector y en muchos casos herramientas pioneras.

Describimos brevemente alguno de estos procedimientos. Y en próximos números de la revista y a través de soportes online publicaremos información más detallada.

TIPSA.NET

Solución web de gestión de fácil uso para grabación de envíos. La herramienta ideal para empresas con un número reducido de envíos diarios y que no quieran instalar aplicaciones de gestión en su sistema.

- Impresión en folio, etiquetas Dymo o etiquetas Apply.
- Gestión de direcciones habituales.
- Módulo de reimpresión para Datatrans.
- Hojas de embarque para control de mercancía.



WEBSERVICES

Servicio de acceso web al sistema de gestión de envíos TIPSA. No necesita instalación y es compatible con cualquier sistema sea cual sea el soporte. Ideal para grandes cuentas y para aquellos clientes que busquen una integración personalizada.

- Grabación automática de envíos.
- Grabación automática de recogidas.
- Retorno automático de información.

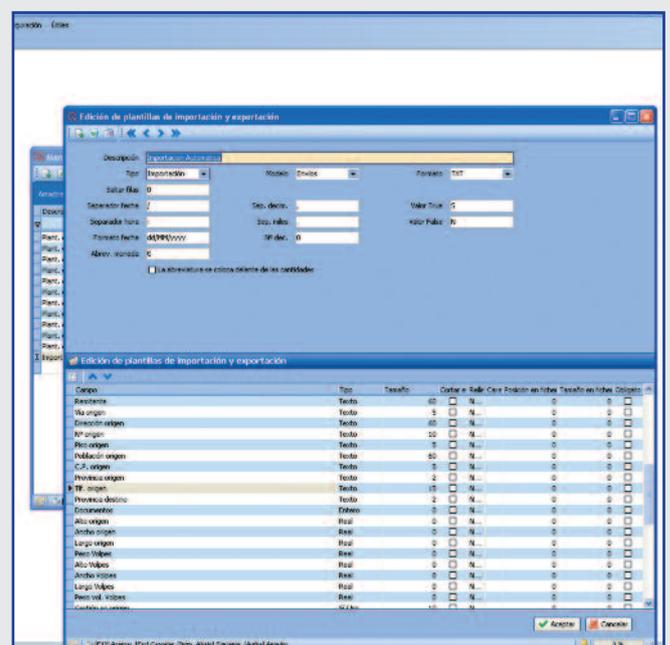
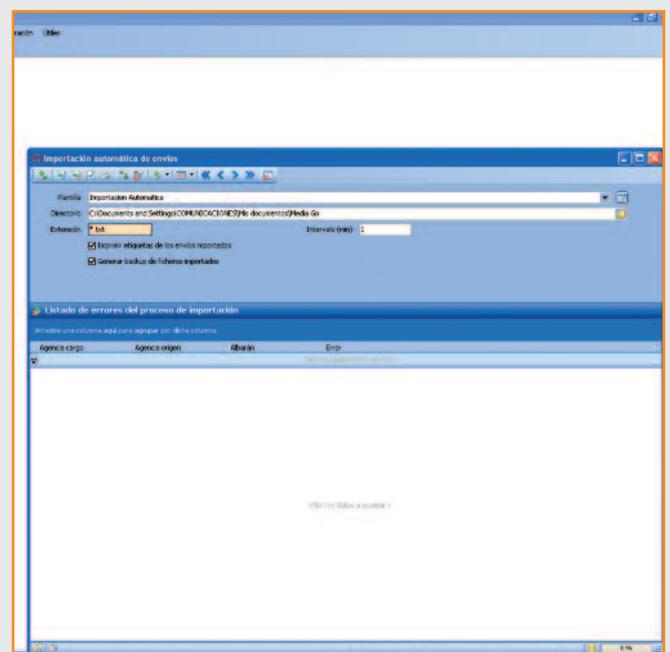
DESARROLLO DE APLICACIONES A MEDIDA

Para aquellos clientes que por una casuística especial necesiten desarrollos acorde a determinadas exigencias. El departamento informático y de sistemas de TIPSA desarrolla aplicaciones específicas para clientes en función de sus necesidades.

DINAPAQ CLIENTE

Se trata del módulo cliente del sistema de gestión de envíos, con acceso a todas las funcionalidades demandadas por el usuario. Herramienta ideal para clientes medianos y grandes.

- Posibilidad de documentar como cliente y departamentos.
- Gestión de direcciones habituales.
- Documentación de envíos.
- Solicitud de recogidas.
- Informes detallados de seguimiento.
- Definición personalizada de plantillas de importación.
- Definición personalizada de plantillas de exportación.
- Resolución de incidencias por parte del cliente.
- Vigilante de envíos, importación e impresión automáticas.





El cloud computing duplica su presencia

Los datos de la evolución del mercado de servicios cloud en España desvelan que 2012 ha supuesto un punto de inflexión en la adopción de cloud en nuestro país, con un crecimiento del 93 por ciento respecto a datos de 2011. Esto es debido en gran parte a que se han materializado las inversiones previstas, se han anticipado las decisiones de aquellas compañías en proceso de evaluación y se ha obtenido una buena respuesta de aquellas organizaciones que el año pasado ni siquiera preveían implantar cloud.

La previsión al término de 2012 es que el segmento de nube pública alcance una facturación de 337 millones de euros con un incremento del 36 por ciento mientras que el de nube privada facturaría 3.200 millones de euros con un incremento del 35 por ciento.

Se ha alcanzado una penetración del 29 por ciento en las empresas españolas, superando las mejores expectativas. De cara a 2013 el modelo cloud podría estar presente en un 54 por ciento de compañías españolas.



Uso de social commerce para ofertas

El 38 por ciento de las tiendas online utilizan ya las funcionalidades que aportan las redes sociales para lanzar ofertas y promociones. Esta es una de las conclusiones del "Barómetro sobre el Social Commerce en España" realizado por Social.Buy.com, empresa española especializada en el desarrollo de productos tecnológicos que integran e-commerce y social media.

El barómetro tiene como objetivo investigar el grado de utilización de estas herramientas por parte de las empresas españolas y aportar información clave para conocer la evolución del comercio online basado en redes sociales.

Un 24 por ciento de las empresas que venden en redes sociales lo hacen a través de Facebook Commerce, y un 47 por ciento de compañías encuestadas creen que las redes sociales aportan ventajas competitivas.

Fuente: [ecommercenews](#)



Buscando el fin del fraude fiscal eCommerce

Auspiciado por Reino Unido y Alemania, el comercio electrónico estuvo presente en la última cumbre del G20, donde se han tratado de unificar posturas para evitar el fraude fiscal internacional que grandes multinacionales aprovechan por el vacío legal existente.

La propuesta de los ministros de finanzas alemán, Wolfgang Schäuble, y británico, George Osborne, va en la línea de que las economías más grandes del mundo formen un frente común para luchar contra la evasión fiscal relacionada con el comercio electrónico.

El planteamiento, recibió un fuerte apoyo en la cumbre y se centra en buscar la manera de que las empresas dejen, en forma de impuestos, la riqueza generada en cada país.

La propuesta ya está en manos de la OCDE para su estudio y se espera un análisis más profundo en la próxima cumbre del G20 que se celebrará en febrero de 2013 en Moscú.



Cursos zonales de formación para agencias TIPSA

Durante el pasado mes de octubre se celebraron diversos cursos formativos para agencias TIPSA a lo largo y ancho de todo el territorio nacional. Las delegaciones de la red se agruparon por zonas de influencia y acudieron en masa a estas sesiones formativas que hacían foco en las nuevas soluciones eCommerce que la compañía está potenciando.

El mes de octubre ha tenido gran actividad para las agencias de la red, desde la primera hasta la última semana se han sucedido sesiones formativas en varias ciudades de España. El objetivo principal de las mismas era completar información sobre las nuevas soluciones eTIPSA.

La formación continua de todos los miembros de la red es un importante punto de apoyo para el crecimiento de TIPSA.

El mercado eCommerce está viviendo un continuo crecimiento en España y es un sector de actividad empresarial al que no puede estar ajeno el sector de la logística y el transporte. En este sentido, la creación de eTIPSA, es la solución que la compañía aporta a los negocios de venta online.

El objetivo del proyecto es convertir a la compañía en una de las marcas de referencia para cualquier comercio online existente o en proceso de creación, con el compromiso de ofrecer la mejor relación calidad-precio y adaptación total a las necesidades de los clientes.

Por todo ello se diseñó el curso formativo que se ha estado impartiendo a los miembros de la red, en el que se ha tratado que los asistentes ten-



gan más información sobre la tipología del negocio eCommerce, para comprender mejor las necesidades de los posibles clientes y de esa manera poder ofrecer un servicio adaptado. Tras esta ronda formativa las delegaciones de la red están en disposición de asesorar al cliente eCommerce en todo lo relativo a transporte y logística.

Contenido de las sesiones

Las sesiones formativas impartidas por José Nemesio, director de desarrollo comercial de TIPSA y Alejandro Guerra, consultor para eCommerce de la compañía, arrancaron el pasado 2 de octubre en Madrid y finalizaron el 30 del mismo mes en Valencia. A cada ciudad visitada fueron convocadas las delegaciones cercanas y de esta manera todas y cada una de las agencias de la firma disfrutaron de la oportunidad de acudir a los cursos.

La estructura de las sesiones formativas se dividió en un apartado dedicado a definición de producto eCommerce y nuevos servicios, un segundo centrado en aspectos comerciales y argumentario de venta dirigido al sector eCommerce y un último apartado dedicado a consideraciones a tener en cuenta con el cliente online. Los apartados que más interés despertaron entre los asistentes fueron aquellos relacionados con soluciones tecnológicas, sobre todo los referidos a integración de módulos de envío eCommerce en las aplicaciones de portal de venta del cliente. Y todo lo relativo al nuevo acuerdo de colaboración firmado con yupick! por el que todos los clientes de la red TIPSA podrán ofrecer al destinatario final más de 1000 puntos de entrega.

Mapa formativo TIPSA Octubre 2012





Nueva York

La ciudad que nunca para

Cualquier momento es bueno para visitar Nueva York. Los que viajen en esta época del año se encontrarán con una ciudad con temperaturas en descenso y volcada en los preparativos de la Navidad. El encendido de las luces del árbol de Rockefeller Center es uno de los grandes acontecimientos del año para los neoyorquinos, a principios de diciembre.

Más de 8 millones de habitantes, multitud de lenguas en uso y más de un 35 por ciento de los residentes de la ciudad nacidos fuera de los Estados Unidos. Esta podría ser una escueta radiografía de la población de Nueva York, donde culturas y razas se entremezclan a diario dando lugar a un crisol difícil de encontrar en cualquier otro lugar del mundo. La ciudad empieza a ser lo que es hoy durante el siglo XIX, con el incremento de la población provocado por la masiva llegada de inmigrantes. En 1811 se planifica y trabaja en el eficiente trazado en cuadrícula de las calles y avenidas de Manhattan.

A finales del siglo se adquiere la organización política actual cuando se conforma la unión de

la ciudad de Nueva York compuesta por Manhattan y los llamados "boroughs": Bronx, Queens, Brooklyn y Staten Island.

En el siglo XX la ciudad se convierte en uno de los centros industriales, comerciales y de comunicaciones más importantes del mundo. En los años 30 florece la construcción de rascacielos. Los años 80 suponen el resurgir de Wall Street y la ciudad asume el papel de centro financiero del mundo.

Los distritos

Manhattan sin duda es el distrito estrella de la ciudad, en el se concentran casi todas las atracciones de la ciudad. Es su corazón cultural, comercial y turístico. La isla, por la que es muy fácil caminar debido a su organización de calles y

avenidas que se cortan perpendicularmente, se divide en tres partes: el alto, el medio y el bajo Manhattan. Hacia el norte de la isla se encuentra Central Park, con 8 kilómetros de largo. Y destacan, sin duda, sus enormes rascacielos, que dibujan el skyline más famoso del mundo. Queens es el distrito dormitorio por excelencia, en su mayoría compuesto por hileras de viviendas unifamiliares. Alberga los aeropuertos de La Guardia y JFK y es el más extenso de los que componen la ciudad.

Brooklyn, cuyo mejor símbolo es el puente del mismo nombre que lo une con la isla de Manhattan, es el más poblado de todos y el de mayor diversidad étnica. En él se encuentra el acuario de Nueva York y las playas de Coney Island a las que los neoyorquinos suelen ir en los días de sol.



El Bronx es el barrio latino, de mayoría puertorriqueña y el que peor fama tiene. La más conflictiva es la zona sur, la más cercana a Manhattan, mientras que el resto del distrito tiene tranquilas zonas residenciales. Como atracciones cabe destacar el Zoológico y el Jardín Botánico de Nueva York, además de albergar el estadio de los New York Yankees. Staten Island es el menos poblado de los cinco distritos. Para acceder a él existe un ferry gratuito que sirve para ver de otra manera la Estatua de la Libertad.

Barrios para visitar

Repasaremos a continuación alguno de los barrios neoyorquinos más representativos y en los que se sigue respirando el auténtico ambiente de la ciudad.

El SoHo es actualmente uno de los barrios de moda. En las décadas de los 60 y 70 sus naves y almacenes se ocuparon por artistas y fue así como surgieron los característicos lofts o espacios diáfanos. Cuando el barrio comenzó a ponerse de moda, los artistas lo abandonaron, convirtiéndose finalmente el SoHo en uno de los lugares más exclusivos de la ciudad, ideal para adictos a la moda, los buenos hoteles, la arquitectura exclusiva y las galerías de arte.

Chinatown, el lugar con mayor población inmigrante china del mundo occidental, surgió

en el último cuarto del siglo XIX con una población aproximada de 200 personas, en la actualidad viven allí más de 250.000.

Actualmente es un barrio colorido, plagado de tiendas de comida a pie de calle. También es un atractivo turístico de la zona la gran cantidad de objetos de imitación que podemos encontrar en cualquiera de las pequeñas tiendas de Chinatown.

TriBeCa, abreviatura de Triangle Belong Canal, es una prolongación del SoHo y se extiende desde el río Hudson hasta Broadway. Predomina una arquitectura de antiguos edificios industriales reconvertidos en vivienda. La zona heredó el espíritu artístico del SoHo tras la masificación de este, siendo un buen lugar para visitar galerías de arte y alguno de los mejores restaurantes de la ciudad. Eso sí, es una de las zonas más caras de todo Estados Unidos con ilustres residentes como Robert de Niro, Meryl Streep o Gisele Bündchen.

Al norte de Central Park nos encontramos con **Harlem**, una zona vetada a los visitantes años atrás, pero que ha sufrido una transformación casi total en los últimos años. Se trata de un área de esencia afroamericana, aunque con gran presencia de población hispana. Refugio ideal para amantes del jazz, aunque el número de locales abiertos no es el que era.

Un atractivo de la zona son las conocidas misas Gospel. Los domingos por la mañana las calles se pueblan de gente de color de camino a la iglesia, vestidos de punta en blanco para celebrar sus rituales.

Al este encontramos el Spanish Harlem, también conocido como "El Barrio", poblado mayoritariamente por puertorriqueños, dominicanos, cubanos y mexicanos. Todos ellos se dan cita a diario en "La Marqueta", el popular mercado de la zona.

Y no podemos dejar Harlem sin visitar el lado oeste con edificios poblados por estudiantes de la Universidad de Columbia y con la catedral de El Divino St. John, la más grande del país.

Si hay un barrio neoyorquino grabado en el subconsciente colectivo, ese es el **Bronx**.

Aunque las cosas han cambiado mucho en los últimos años, la zona del barrio más próxima a Manhattan sigue siendo evitada por los turistas. Pero también hay zonas residenciales donde reina la tranquilidad.

Desde luego poco tiene que ver con lo que has visto tantas veces en las películas.

Merece la pena visitar el impresionante jardín botánico allí situado.

En la parte baja de la ciudad está situado el **Distrito Financiero** que alberga la bolsa de Nueva York y los edificios que acogen a las grandes firmas comerciales del mundo. Se trata de una zona eminentemente comercial aunque, cada vez más, se van ocupando apartamentos para uso residencial.

Desde Battery Park salen los ferrys para visitar la Estatua de la Libertad, quizá el más icónico de

los símbolos de la ciudad.

El punto neurálgico de la zona es el edificio de la bolsa, en la archiconocida Wall Street. En esta zona se ubicó el primer capitolio del país donde George Washington se proclamó primer presidente de los Estados Unidos. Y avanzando hacia el noroeste, llegaremos a la tristemente célebre Zona Cero. Muy cerca está el City Hall, donde se encuentra el Ayuntamiento de la ciudad.

Un buen lugar para disfrutar de la cultura alternativa es **East Village**. De dudosa reputación antaño, su fama no fue impedimento para atraer a un buen número de personajes relevantes de la escena cultural neoyorquina, Andy Warhol, Bob Dylan, Charlie Parker o Jack Kerouac entre otros.

Por la noche, un buen número de restaurantes,

Brooklyn es un buen lugar para conocer el modo de vida de la ciudad fuera de las fronteras de Manhattan

pubs y locales con música en vivo pueblan el espacio imprimiéndolo de un carácter propio, con propuestas muy particulares y exclusivas de este área de la ciudad.

Tras un periodo de horas bajas, **Chelsea** comenzó a ser ocupado por jóvenes ejecutivos, profesionales liberales, artistas y dueños de pequeños comercios que imprimieron al barrio la particular cara que hoy presenta. A lo largo de la novena y décima avenida, encontramos numerosos cafés y restaurantes. Al oeste de la décima nos topamos con el despliegue de galerías que alimentan el peregrinaje de compradores y críticos de arte, especialmente los jueves y viernes noche.

Tampoco hay que perderse una visita al curioso Chelsea Market. Y para aquellos que gusten de antigüedades, obligatorio darse una vuelta por Antiques Garage.

Brooklyn representa uno de los "boroughs" más conocidos de Nueva York y es un buen lugar para descubrir el modo de vida de la ciudad fuera de las fronteras de Manhattan a quien está unido a través de tres famosos puentes: Brooklyn Bridge, Manhattan Bridge y Williamsburg Bridge.

Pasear por sus calles con sus diferentes estilos arquitectónicos es un placer y siempre podremos retomar fuerzas en alguno de sus muchos restaurantes y cafés, especialmente en Montague Street.

Dentro de los varios lugares de interés del "borough" destacan Dumbo, un espacio entre los puentes de Brooklyn y Manhattan con impresionantes vistas de la ciudad y Williamsburg, barrio refugio de jóvenes que llegan a la ciudad con pretensiones artísticas.





Tecnología

La guerra de patentes entre los grandes fabricantes de tecnología continúa. Un juez de EE.UU. ha permitido a Samsung Electronics incluir en su demanda contra Apple por patentes el iPhone 5, y también ha permitido a Apple incluir el Samsung Galaxy Note, Galaxy S III y el sistema operativo Jelly Bean de Android en la demanda por supuesta violación de patentes.

El fallo del juez federal EE.UU. Paul Grewal en San Jose (California) ha sido el último capítulo de la guerra legal que libra Apple contra fabricantes como Samsung, cuyos productos utilizan el software Android de Google. Representantes de Apple y Samsung han declinado hacer comentarios al respecto.

Fuente: lavanguardia.com



Salud

La Organización Mundial de la Salud (OMS) pide a los Gobiernos nacionales que tomen medidas contra la automedicación con antibióticos ya que, según han afirmado, puede acabar provocando una epidemia de bacterias multirresistentes a estos medicamentos.

Según recuerda la Oficina Regional en Europa de este Organismo, estos medicamentos matan a las bacterias y no al virus.

En este sentido apuntan que el consumo innecesario de antibióticos acaba debilitando su capacidad para actuar contra las infecciones cuando son necesarios, lo que permite que las bacterias desarrollen resistencia, de ahí que deban tomarse, solo cuando lo prescribe el médico.

Fuente: europapress.es



Motor

Audi ha optado por actualizar su R8 para amenizar la espera hasta que llegue la nueva generación y, junto a los necesarios retoques visuales, incorpora un par de novedades interesantes: amplía su gama de motores y añade la transmisión automática.

A simple vista cuesta ver las diferencias estéticas, que se reducen a una nueva parilla, luces delanteras tipo LED, un nuevo difusor y una reestructuración de los grupos ópticos traseros.

La principal novedad es que la oferta se amplía con el V10 Plus, que desarrolla 510 CV, y que solo estará disponible con la carrocería coupe. La guinda a esta actualización está en poder montar la caja automática S Tronic de siete relaciones con la función Launch Control integrada.

Paleontología

El oso panda no está tan ligado a China como se pensaba hasta ahora. Lo acaba de demostrar un equipo de paleontólogos españoles encabezado por Juan Abella, investigador del Museo Nacional de Ciencias Naturales, e integrado por expertos del Instituto Catalán de Paleontología Miquel Crusafont, la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de Valencia, en un artículo que publica PLoS. El trabajo asegura que unos restos fósiles de hace entre 11 y 12 millones de años hallados en España pertenecen al ancestro más antiguo de los osos panda conocido hasta ahora.

La nueva especie que describen los investigadores españoles, bautizada como *Kretzoiarctos*, modifica todo el calendario del linaje de los panda.

Fuente: elpais.es



Internet

Los dominios de Internet españoles, denominados .es, alcanzaron en el tercer trimestre de 2012 un precio medio de 2.964 euros en el mercado secundario, convirtiéndose así en los dominios más caros del mundo.

Los conocidos .com ocupan la segunda posición, con 1.743 euros y los dominios franceses .fr, la tercera con un precio medio de 1.625 euros.

El número de dominios vendidos, según el informe, alcanzó los 8.181 con un volumen de mercado de 11,8 millones de euros.

Los .com continúan siendo los más comprados y vendidos, acaparando el 49 por ciento del mercado

Fuente: europapress.es



Música

El Corte Inglés y Spotify se han aliado en el negocio de la música. Así, la empresa española empezará a vender tarjetas de suscripción al servicio de música en streaming de la compañía sueca con descuentos sobre el precio oficial.

El usuario podrá adquirir tarjetas con una duración de tres, seis y doce meses, que incluirán descuentos del 5%, 10% y 15%, respectivamente. Así, cada una de estas tarjetas prepago costará, 28,45 euros, 53,95 euros y 101,90 euros, respectivamente.

Con el acuerdo, El Corte Inglés se convierte en la primera empresa de distribución española en llegar a un acuerdo de comercialización con Spotify, uno de los líderes mundiales de música en streaming. Hasta ahora, la suscripción a esta aplicación en España solo podía hacerse a través de internet.

Fuente: cincodias.com

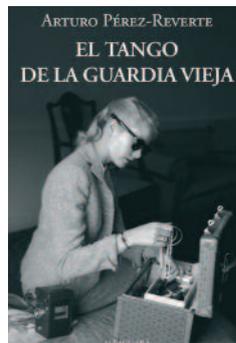


Libros



La caja negra
Michael Connelly
RBA

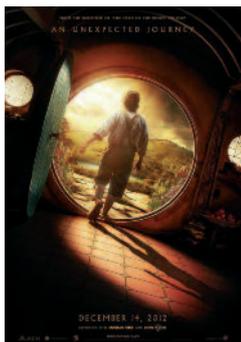
¿Qué relación puede guardar un asesinato reciente con un crimen acontecido dos décadas atrás? El inspector Harry Bosch debe plantearse dicha pregunta cuando, por alguna extraña razón, la investigación de un homicidio le hace regresar a la peor época que recuerda de su larga trayectoria profesional: las revueltas raciales que arrasaron Los Ángeles en 1992. A medida que avance en el nuevo caso, Bosch deberá volver sobre aquellos turbulentos días.



El tango de la guardia vieja
Arturo Pérez Reverte
Alfaguara

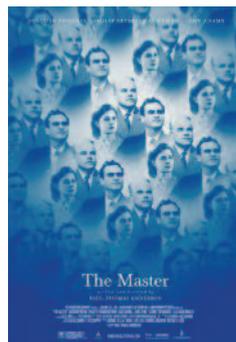
El tango de la guardia vieja narra con pulso admirable una turbia y apasionada historia de amor, traiciones e intrigas, que se prolonga durante cuatro décadas a través de un siglo convulso y fascinante, entre la luz crepuscular de una época que se extingue. Una historia compartida de aventuras e intrigas se suceden a lo largo del convulso siglo XX en tres escenarios distintos y con dos atractivos protagonistas, Max Costa y Mecha Inzunza.

Cine



El hobbit: Un viaje inesperado
Peter Jackson
Martin Freeman, Ian McKellen
Estreno: 14/12/2012

Precuela de la trilogía "El Señor de los Anillos". En compañía del mago Gandalf y de trece enanos, Bilbo Bolsón emprende un viaje a través del país de los elfos y los bosques de los trolls, desde las mazmorras de los orcos hasta la Montaña Solitaria, donde el dragón Smaug esconde el tesoro de los Enanos. Finalmente, en las profundidades de la Tierra, encuentra el Anillo Único, que será causa de tantas batallas. ¿El estreno estrella de esta Navidad?



The master
Paul Thomas Anderson
Joaquin Phoenix, Philip Seymour Hoffman
Estreno: 28/12/2012

Drama sobre la Iglesia de la Cienciología. Lancaster Dodd (Seymour Hoffman), un intelectual brillante y de fuertes convicciones, crea una organización religiosa que empieza a hacerse popular en Estados Unidos hacia 1952. Freddie Quell (Joaquin Phoenix), un joven vagabundo, se convertirá en la mano derecha de este líder religioso. Sin embargo, cuando la secta triunfa y consigue atraer a numerosos y fervientes seguidores, a Freddie le surgirán dudas.

Artes escénicas



Wilt. El crimen de la muñeca hinchable
Garbi Losada
Teatro Bellas Artes
Madrid

La novela Wilt, de Tom Sharpe, ha vendido más de diez millones de ejemplares en todo el mundo, un éxito que se debe en gran parte a su magistral manejo del sentido del humor. La historia gira en torno a un profesor de literatura, su esposa desaparecida y una muñeca hinchable enterrada bajo una masa de hormigón. Las situaciones surrealistas se suceden en medio de una delirante investigación policial que esconde una ácida crítica a la familia, la educación, la policía, la iglesia y, en general, a todos los elementos de la sociedad.



Poder absoluto
Roger Peña i Carulla
Villarroel Teatre
Barcelona

Un prestigioso y poderoso político está a punto de hacerse con el cargo más importante del país: el de Presidente del Gobierno. Parece que todo está a su favor, pero aún queda esconder algún que otro trapo sucio. A su lado, está un joven y ambicioso miembro del partido dispuesto a cumplir cualquier misión con tal de ascender. El problema es que en el mundo de la política nada es gratuito y las falsas apariencias lo disfrazan todo. Estamos ante un thriller político que aborda el tema de la corrupción adentrándose en la vida política.

Hazte Fan de

Tips@

en facebook

www.facebook.com/redtipsa

Noticias, concursos, servicios, soluciones...

