

# Ruta abierta

Número 49 Noviembre de 2013

● TIPSA Hellín. Savia nueva para la red

● TIPSA Catarroja. 10 años de satisfacción

Carles Isern, gerente de TIPSA Girona

**“TIPSA es un ejemplo de lo que debe ser una red de transporte”**

## Se acaba el año, afrontando el último esfuerzo con ilusión

Estamos en la recta final de un año duro en el que todos hemos tenido que dar lo mejor de nosotros mismos y redoblar esfuerzos para seguir caminando, desde aquí os animamos a afrontar este último impulso con ilusión para lograr una campaña de navidad exitosa en la que cumplir objetivos y ayudar a nuestros clientes a cumplir los suyos. Esa ilusión la transmite bien Carles Isern, que lleva ya diez años formando parte de la red y como podréis leer en la entrevista que abre este número, sigue manteniendo el nivel de energía del primer día y sigue confiando en el trabajo y crecimiento diario de la red.

Pero no solo él, también los delegados de las agencias de Catarroja y Hellín, que coprotagonizan este Ruta Abierta de noviembre, muestran su lado más positivo de cara a afrontar el presente y el futuro inmediato. Jorge Alcaide, gerente de TIPSA Catarroja remarca el hecho de con esfuerzo se consiguen resultados. Mientras que Adrián Callejas de TIPSA Hellín apuesta por la calidad del servicio para hacer crecer su joven delegación.

Completamos este número resumiendo las jornadas formativas llevadas a cabo en distintos puntos de la geografía española, que han tenido una gran acogida entre las agencias de la red. Ahora queda dar el segundo paso, ya el próximo año, y apostar desde las delegaciones por una formación personalizada y adaptada a cada zona.

Acabamos deseando a toda la familia TIPSA un buen final de año, una feliz navidad y un extraordinario 2014 en el que se cumplan todas las expectativas, tanto en lo personal como en lo empresarial.

**Miguel Sampedro**

*Director Marketing y Comunicación*

[www.tip-sa.com](http://www.tip-sa.com)

# Sumario

## Ruta abierta - Noviembre 2013

Tema de portada

---

3 TIPSA Girona

Agencias

---

5 TIPSA Catarroja

6 Nuevas agencias: Hellín

Noticias TIPSA

---

7 Formación comercial para agencias de la red TIPSA

Noticias Sector

---

9 La fortaleza de las exportaciones españolas

Actualidad eCommerce

---

10 Las tiendas online aumentan sus ventas durante 2013

Escapadas

---

12 Miami

Espacio

---

14 Miscelánea

15 Cultura

### Editor

Tips@ Central

Departamento de Comunicación

[comunicaciones@tip-sa.com](mailto:comunicaciones@tip-sa.com)

### Imprime

Gamacolor

Calle Romería, 13, 15, 17

28864 Ajalvir, Madrid

[gamacolor@gamacolor.es](mailto:gamacolor@gamacolor.es)

Deposito legal

M-40803-2005

## TIPSA Girona

“TIPSA es un ejemplo de lo que debe ser una red de transporte”

**C**on más de 30 años de experiencia en el sector transporte y con 10 formando parte de la gran familia TIPSA, entrevistamos a Carles Isern, una de las caras más reconocibles de la red y máximo responsable de TIPSA Girona.

**Para empezar haznos un breve repaso de tu carrera en el sector del transporte y la logística.**

Empecé a los 20 años en el transporte, en una empresa familiar. Con 6 tractoras y semirremolques arrastrábamos contenedores de 20 y 40 pies, cargándolos a granel (caja por caja) y depositándolos en la terminal de contenedores de Barcelona, para su arrastre por tren hasta su estación de destino. Recuerdo que me levantaba a las cuatro de la mañana y terminaba a las diez de la noche. A diario pasaban por mis brazos entre 40 y 60 toneladas, además de llevar la facturación, organizar el trabajo y respirar el polvillo que tenían los contenedores. Sin esta experiencia hubiese sido incapaz de alcanzar los retos profesionales posteriores.

A los 28 años decidí independizarme laboralmente, comencé como jefe de tráfico en una empresa de Girona, al año siguiente ya era director del centro, pero en 2003 una red adquirió la compañía y yo decidí, junto a mis actuales socios, constituir una sociedad y apostamos por TIPSA, eso fue el uno de septiembre del año 2003.

**¿Qué puedes contarnos de tu etapa en TIPSA?**

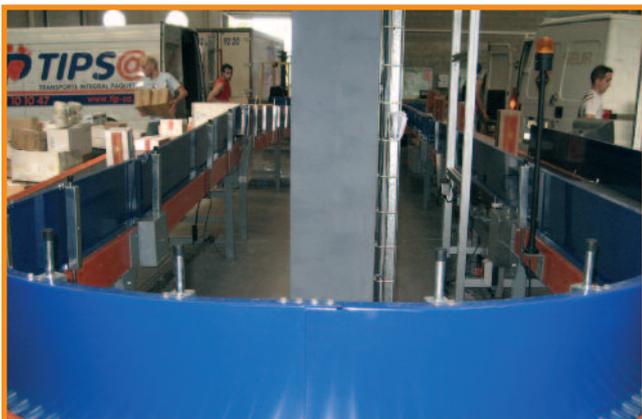
Viví los comienzos. Era una red dinámica, muy ilusionada y con gente muy profesional, lo que permitió que la red creciera y se convirtiera en ejemplo de lo que debe ser una gran red de transporte urgente.

Este período de 10 años dentro de TIPSA he vivido una trayectoria ascendente basada en el rigor y el esfuerzo humano diario, el ejemplo más claro es Marisa Camacho. Y no quiero olvidarme de Antonio Fueyo, director general de la red, estoy personalmente muy agradecido a ambos.

Carles Isern, gerente de TIPSA Girona.



Fachada de la nave de TIPSA Girona. Abajo actividad en la cinta transportadora.



## Como gran conocedor del sector ¿qué diferencias ves entre TIPSA y el resto de compañías?

El conocer en cada momento las necesidades existentes y las mejoras necesarias para estar siempre al frente del mercado como red de paquetería, tanto en tecnología, como en solvencia, rigurosidad y visión de futuro. Y sobre todo creo que es muy importante no depender de nadie, solo de los propios socios.

## En esta línea ¿cuáles crees que son los puntos fuertes de la red?

El principal, que está consolidada y posicionada en el mercado, a lo que añadiría su solvencia. Se que un cliente que trabaja con TIPSA nunca se irá por mal servicio, los errores que se puedan cometer se corrigen y no se repiten. También me gustaría destacar la posibilidad de coger el teléfono si es necesario y hablar directamente con la dirección general, te escuchan, te atienden

y te dan soluciones.

## Con 10 años en la red eres una voz autorizada para decirnos cómo crees que han evolucionado el sector y la compañía?

El cliente cada día es más exigente y el sector se renueva constantemente gracias a la tecnología. TIPSA ha seguido este camino y esto nos ha llevado a

estar a la altura de las necesidades que exige el mercado y posicionarnos como líderes.

## Ante la difícil situación del mercado algunas empresas paqueteras han decidido aplicar una política de precios muy agresiva. ¿Cómo afecta en vuestra zona de influencia y qué opinión te merece el asunto?

Creo que toda oferta agresiva es una muestra de carencias y suele acabar con mal servicio o mala atención al cliente. Estamos en crisis desde 2008 y las empresas saben que no puedes irte con el primer postor, el que busca servicio sabe que tiene un precio, si es cierto que inferior a otros años, pero lo barato se termina pagando. Nosotros tratamos de ofrecer un precio justo a cada cliente por sus características y necesidades, con el respaldo de la red y ofreciendo valores añadidos.

## Continuando con el tema, ¿qué valoración personal haces de la situación económica actual?

Creo que hemos tocado fondo y espero que los que hemos superado estos años difíciles podamos aguantar este último tirón. Personalmente soy de la opinión de que en 2014 notaremos mejoría. Nos hemos tenido que adaptar a la situación con ajustes y apostando por comercializar más, ahora es momento de demostrar que estamos vivos y sabemos hacerlo bien.

## Háblanos de clientes y de alguna anécdota con ellos.

Buscamos clientes del sector distribución y estamos consolidados en el mercado de recambios, laboratorios y textil.

Como anécdota recuerdo que cuando empezábamos en 2003, con un pequeño local de 100 metros cuadrados, nos visitó el responsable de producción de laboratorios Sanofi y nos preguntó dónde descargaría su mercancía si allí no había espacio, le comenté que nos mudábamos a la semana siguiente a un local de 250 metros y entonces respiró.

## La llegada del eCommerce está agitando al sector ¿Cómo va la implantación en vuestra zona?

A día de hoy la mayoría de clientes que captamos son del sector eCommerce. Es un tipo de cliente por el que luchar constantemente con la competencia. Sin duda es un sector que está ayudando y que está creciendo.

## ¿Qué planes de futuro estáis diseñando de cara al próximo año?

Deseamos seguir en la red, crecer lo máximo posible, mantener lo que tenemos y conseguir juntos un resultado óptimo.

## ¿Cómo valoras el reciente acuerdo alcanzado con Palibex?

Es un empuje para nuestras ventas y una necesidad que teníamos para poder cerrar más el círculo a la hora de ofrecer nuestros productos.

## Nos acercamos al final del año. Un deseo, como empresario, para el próximo 2014.

Llegar al mes de noviembre de 2014 y que me preguntéis lo mismo para el 2015, eso significa que seguimos adelante. 

# Catarroja

## 10 años de satisfacción

**E**n este número viajamos hasta el levante español para entrevistar a Jorge Alcaide, gerente de la delegación TIPSA situada en la población valenciana de Catarroja. Desde esta agencia se cubre una amplia zona de negocio con pueblos del sur de Valencia, franjas de costa y algunas poblaciones interiores. *“Nuestro departamento comercial está intentando minimizar costes con el reparto, incrementando el número de clientes dentro de la ruta habitual. La zona de la Ribera está muy competida ya que el negocio de la venta de naranjas por Internet se ha convertido en el más rentable de la zona. Con esfuerzo estamos consiguiendo resultados”,* señala Jorge Alcaide.

Tras esta breve introducción de la situación del negocio en la zona de influencia de la delegación, nuestro protagonista nos habla de su experiencia en el sector transporte y de su llegada a la red TIPSA. *“Empecé en el sector hace más de 20 años, al principio repartiendo y adquiriendo experiencia para mejorar, intentando que mi trabajo se convirtiera en mi profesión. Con la experiencia adquirida decidimos integrarnos en una red que encauzara nuestras inquietudes. Tengo que dar las gracias a Juanjo Casañ y a Germán Torregrosa, nos apoyaron en todo momento y con su inestimable ayuda dimos el paso hacia nuestra integración en el grupo TIPSA. Llevamos en la red 10 años intentando que cada día sea un logro más”.*



Jorge Alcaide junto a Sandra y Cristina, integrantes de la plantilla de TIPSA Catarroja.



El equipo de la delegación posa para el objetivo de Ruta Abierta.

### ¿Por qué TIPSA?

Cuenta con una amplia selección de agencias repartidas por todo el país y sus delegados son gente que quiere crecer y para ellos igual que para nosotros es muy importante cuidar al cliente de otra delegación. En otras redes aunque parezca que hacen algo similar, no es así.

### ¿Cuáles fueron vuestras expectativas al aterrizar en TIPSA?

Al principio nuestra cartera de clientes era pequeña pero contá-

bamos con el apoyo de una empresa fuerte y sabíamos que trabajando duro conseguiríamos llegar a objetivos. Tras 10 años estamos satisfechos de todo lo vivido, disponemos de dos delegaciones (Catarroja y Museros) y ya somos más de 15 personas trabajando para marcar el rumbo de nuestro futuro.

### ¿A qué dais más valor?

Lo que más valoramos de la red es el diálogo y el entendimiento con la central y el resto de delegados. Quiero destacar en este sentido el respaldo de Luis Frías, gerente de TIPSA Patraix y su ayuda en la puesta en marcha de TIPSA Museros.

### ¿Cómo describirías a vuestros clientes habituales?

Tenemos clientes leales que encuentran en nuestra empresa sus necesidades de transporte. Suelen ser clientes satisfechos que hablan bien de nuestra marca. Ahora está en auge el cliente eCommerce, que nos proporciona un 30 por ciento de facturación y al que estamos dando la importancia que merece.

En cuanto a las mercancías que movemos, quizá lo más destacado sean los productos de farmacia y de ortopedia, del resto un poco de todo, desde recambios de automóviles hasta productos zosanitarios, que están en auge. Y el tipo clásico de envío hoy es el paquete por debajo de los 10 kilos.

### Para acabar, cuéntenos algo de cómo os movéis en la actual situación económica y de vuestros planes de futuro.

Los clientes que antes enviaban 20 paquetes ahora envían cinco, con lo que eso supone para todos. Pero al ser TIPSA una empresa consolidada y eficaz los clientes siguen confiando en nosotros a pesar de la guerra de precios en la que ha entrado el sector.

En cuanto al futuro dentro de la red simplemente señalar que estamos ilusionados y que estamos pendientes de las innovaciones de TIPSA, como la relativa al servicio Palibex, para seguir creciendo y dando el mejor servicio a nuestros clientes. 

## Hellín

### Savia nueva para la red

**A**drián Callejas es el máximo responsable de la nueva delegación TIPS@ situada en Hellín, Albacete. Mantenemos con él una agradable entrevista en la que nos detalla como entra a formar parte de la red y cuáles son sus objetivos dentro de la misma.

Comenzamos interesándonos por su experiencia en el sector, a lo que nos responde lo siguiente, *"en el transporte de mercancía urgente no tengo una experiencia muy amplia, pero sí en el transporte de vehículos, ya que era el negocio familiar, por lo que he estado vinculado a él desde mi niñez"*.

Continuamos hablando de la red TIPS@ y de cómo surgió la opción de que accediera a formar parte de la misma, *"me atraía entrar en el sector del transporte urgente y viendo que TIPS@ no tenía aún delegación en Hellín, comenzamos a estudiar el negocio y la forma de trabajar de la compañía y nos pareció una buena opción, y aquí estamos"*, señala Adrián, que continúa afirmando que *"cuando pensamos dedicarnos a la mensajería urgente no teníamos claro a qué empresa dirigirnos, y en ese momento de indecisión recibimos un paquete enviado por TIPS@. Investigamos, nos dimos cuenta de que era*

*una empresa seria, con capital español y que contaba con una red nacional de agencias y como no tenía delegación en la ciudad, dimos el paso"*.

Adrián nos comenta que para él la gran ventaja con el resto de las compañías del sector reside en la inmejorable relación entre la calidad del servicio ofrecido y el precio.

Cambiando de tercio, centramos la conversación en las expectativas y objetivos que se han planteado de cara al futuro y nuestro protagonista parece tenerlo claro. *"Queremos captar el mayor número de clientes posibles, darle un buen servicio y no parar de trabajar para que esos clientes estén satisfechos. Llevamos poco tiempo por lo que nuestros planes de futuro a corto plazo se centran en el trabajo diario para sacar el mayor rendimiento posible e ir dando pasos hacia delante, siempre basándonos en el servicio, la calidad y el buen trato"*. Y en cuanto a los clientes con los que están trabajando, Adrián señala que *"estamos captando clientes dentro de las medianas y pequeñas empresas de la zona, sobre todo pequeñas fábricas y autónomos. Lo que más abunda son empresas del sector textil, pero tenemos alimentación ecológica, suplementos nutricionales para deportistas, decoración, un poco de todo"*.

Acabamos la conversación preguntando a Adrián por qué es lo que más valora de formar parte de la red y la respuesta es clara y contundente, *"Valoramos varias cosas, quizá la más importante sea formar parte de una de las empresas líderes del sector y de la que más ha crecido en los últimos años"*. 



Adrián Callejas junto a Juani Moreno, una de sus ayudantes en la delegación. Arriba imagen de la fachada de la agencia.

## Formación comercial para agencias de la red TIPS@

Durante los meses de octubre y noviembre se han venido celebrando nuevas jornadas formativas para la red TIPS@ en diversos puntos de la geografía nacional.

En esta ocasión han sido profesionales de la consultora Fuerza Comercial los encargados de impartir estas jornadas que se han centrado en potenciar la red comercial de la compañía, dotando a los integrantes de la misma de conceptos novedosos con los que poder aportar valor añadido a sus habituales técnicas de venta.

Con estas jornadas se busca una adaptación al actual entorno competitivo que vive el sector, buscando la diferenciación en los servicios ofrecidos al cliente.

La formación, complementaria a la impartida en lo relativo a novedades y productos TIPS@, busca la actualización en los argumentos de venta adaptados a las necesidades de un cliente cada vez más exigente.

La metodología de trabajo, con sesiones de 8 horas, fue eminentemente vivencial y participativa, utilizándose para ello "Real Role Plays" con casos extraídos de la realidad del día a día de los departamentos comerciales. El siguiente paso en esta nueva política formativa de la firma será la elaboración de planes de mejora individualizados.

Las sedes elegidas para estas sesiones formativas fueron: Madrid, Barcelona, Valencia, Antequera, Logroño y Lugo. De esta manera tuvieron opción de asistir todos los delegados de la red así como sus equipos comerciales.

Durante estas jornadas también se dedicó tiempo a explicar la operativa del nuevo servicio que ofrece TIPS@ en colaboración con su partner estratégico Palibex, directivos de la empresa de palettería express impartieron una breve ponencia en la que aclaraban esta operativa y transmitían su confianza a los delegados de la red de cara a explotar este nuevo y atractivo servicio de valor añadido para los clientes.

En esta imagen, foto de grupo de una de las jornadas formativas celebrada en Madrid. Abajo momento de "Real Role Play"



## La publicidad online aplicada al eCommerce

El pasado lunes 11 de noviembre se celebró en Madrid una nueva edición de ecoMMondays con el habitual patrocinio de TIPS@. La cita, en la que se reúnen figuras destacadas del negocio eCommerce en España, giró en esta ocasión sobre la publicidad online aplicada al eCommerce. Entre los ponentes Yago Castillo, Country Manager de Terra España, el popular portal de contenidos referencia durante tanto tiempo en el mundo online hispanohablante. También destacó la intervención de Hortensia Fuentes, actual directora comercial de 20 Minutos y experta en medios online, que dio su punto de vista sobre la actual situación de la publicidad online en medios de tirada nacional. Cerraron la cita las intervenciones de Francisco José Delgado, Head of eCommerce de Hewlett-Packard y Juan Sevillano Zabala, Country Manager de Rocketfuel, compañía especializada en incrementar ROI de marketing.



## Alumnos del Máster eCommerce visitan la sede central de TIPSA

Comenzó la II Edición del Máster en Dirección eCommerce organizado por el Foro de Economía Digital, y TIPSA continúa siendo empresa mentora del programa formativo. Y al igual que en la primera edición Antonio Fueyo, director general de TIPSA, se encarga de impartir el módulo de logística eCommerce.

El bloque, que se divide en dos sesiones formativas, abarca por un lado los modelos logísticos a aplicar en el sector eCommerce, describiendo asuntos como la logística inversa, la gestión de incidencias, el fulfilment o los seguros aplicados a los envíos, y por otro el uso de las distintas plataformas logísticas, así como la integración de los distintos módulos de gestión de un eCommerce que existen en el mercado.

El pasado día 4 de noviembre y aprovechando la segunda sesión formativa correspondiente al módulo de logística eCommerce, los alumnos del Máster se dirigieron a la sede central de TIPSA para conocer de primera mano cómo funciona una plataforma logística y ver *in situ* el movimiento de paquetes, la recepción de los mismos por parte de los operarios, y la manipulación y traslado de los paquetes por la cinta. Sin duda una experiencia muy bien valorada por todos los presentes, con la que se hacen una idea de cómo viajarán los envíos que en el



futuro hagan desde sus tiendas online hasta el cliente final. Con esta visita finalizó el módulo de logística impartido por Antonio Fueyo a los alumnos del Máster en Dirección eCommerce y desde aquí nuestros mejores deseos de cara al futuro para estos emprendedores que pronto estarán poniendo en marcha sus ideas de negocio en el mundo online.

## TIPSA esponsorizó el Mobile Commerce Congress

El evento sobre comercio a través de dispositivos móviles, Mobile Commerce Congress, se celebró en la sala MOMA de Madrid el pasado jueves 14 de noviembre.

TIPSA, en su estrategia de posicionamiento en el sector del comercio online, esponsorizó esta cita ineludible para todos los actores del sector que fue organizada por una de las publicaciones de referencia, Ecommerce News.



## TIPSA Valencia se implica con el fútbol de base

A Juanjo Casañ, socio de TIPS y máximo responsable de la red en la Comunidad de Valencia, le gusta el deporte en general y el fútbol en particular y por ello está involucrado en el patrocinio de diversas escuelas, algunas con más de 200 niños, y equipos de fútbol.

A través de esta iniciativa TIPS es patrocinador oficial del Paiporta Club de Fútbol, equipo con 90 años de historia que milita actualmente en el grupo segundo de la preferente valenciana.



## La fortaleza de las exportaciones españolas

Si la economía española tuviese que mostrar al mundo un aval como garantía de recuperación, el nivel de las exportaciones sería probablemente el más recurrente. En los primeros ocho meses de 2013 las exportaciones españolas de mercancías registraron un volumen de 155.798 millones de euros, un 6,6 por ciento más que en el mismo período de 2012. El volumen más alto desde que existen registros.

La apertura de las empresas españolas a nuevos mercados quizá sea uno de los factores fundamentales para explicar una evolución tan positiva. Las exportaciones a América Latina crecieron en los ocho primeros meses del año un 11,7 por ciento. En Asia crecieron un 16,9 por ciento, y si se desgrega por áreas el crecimiento en Oriente Medio supera el 35 por ciento. En África el incremento estuvo cerca del 15 por ciento.

Pero es Europa el destino principal de nuestras exportaciones (69 por ciento), aumentando un 3,9 por ciento.

Fuente: ABC

## Palibex presenta sus nuevas inversiones en I+D+i

La red de paletería Palibex, empresa partner de TIPSA, presentó recientemente sus nuevas inversiones en I+D+i, dos soluciones desarrolladas por CiC Consulting y por Crown para la optimización y la mejora de procesos.

Por un lado se presentó una innovadora aplicación para la gestión de movilidad, gestión de flotas y gestión de reparto de la compañía que en tiempo real permite ubicar en todo momento las expediciones y optimizar tanto la flota como la gestión documental. Palibex prevé un incremento del 6 por ciento en la productividad y un ahorro del 15 por ciento en tareas administrativas con el uso de esta solución.

La otra innovación implementada servirá para optimizar la gestión de la flota de carretillas y la actividad de cada operario. Se reducirán en un 30 por ciento los daños en las máquinas y se puede llegar a optimizar la flota hasta reducirla en un 40 por ciento.

Fuente: Diario del Puerto



## Logistics Madrid 2013

Logistics 2013 cerró sus puertas el pasado 14 de noviembre tras dos intensos días de negocio, formación y networking y un balance positivo en términos de participación.

Celebrado junto a EMPACK Madrid, el evento reunió a 200 empresas expositoras y más de 5.600 visitantes, lo que equivale a un incremento del 25 por ciento respecto al número de asistentes de la pasada edición.

Además de la oferta expositiva, los profesionales que se acercaron al Salón pudieron disfrutar de las demostraciones de maquinaria celebradas en el marco del Show Room ICIL y del II Foro Tecnológico organizado por Global Lean.

En lo referente a la oferta formativa, la logística en el eCommerce protagonizó buena parte de la agenda.

La próxima edición de Logistics ya está en marcha y tendrá lugar los días 5 y 6 de noviembre de 2014.

Fuente: empresaexterior.com



## La Ley de Morosidad se sigue incumpliendo en el sector

Los datos de la encuesta llevada a cabo por Fenadismer y la Fundación Quijote indican que más del 70 por ciento de los clientes de los transportistas incumplen la Ley de Morosidad, con un plazo de pago de 89 días.

La Plataforma Multisectorial contra la Morosidad, de la que forma parte Fenadismer en representación del sector del transporte por carretera, organizó en la sede de la Comisión Europea en Madrid la II Cumbre Político-Empresarial sobre la morosidad, con el objetivo de promover un gran pacto en el marco político empresarial para el cumplimiento de los plazos máximos de pago establecidos tanto por la legislación española como por la europea, mediante el establecimiento de un régimen sancionador dirigido a aquellas empresas que incumplan dichos plazos.

El 73 por ciento de los pagos que se realizan a las empresas transportistas por parte de sus clientes incumplen la legislación vigente en asunto de morosidad al superar el plazo máximo de 60 días.

Fuente: camionactualidad.es



## Dos semanas para devolver las compras online

El anteproyecto de ley que pretende modificar la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios ya está aprobado por el Consejo de Ministros. La nueva norma reforzará la seguridad jurídica de los consumidores y empresarios en operaciones de comercio electrónico y busca mejorar la protección de los derechos de los compradores en todas las transacciones monetarias realizadas a distancia.

*"Atendemos a las demandas de un sector en auge"*. Esto es lo que afirmó Ana Mato, ministra de Sanidad y Consumo, al respecto de los cambios en la ley que entre otras medidas amplía el plazo legal para que el consumidor pueda desistir del contrato a un mínimo de 14 días naturales. En caso de no haber recibido la información precisa, se amplía hasta 12 meses.

Fuente: [ecommerce-news.es](http://ecommerce-news.es)

## Las tiendas online aumentan sus ventas durante 2013

El comercio electrónico crece paulatinamente, y a pesar del descenso del consumo, los usuarios online no frenan sus compras. Así, el 63 por ciento de las tiendas online han aumentado sus ventas a lo largo de 2013, mientras que un 25 por ciento han mantenido un nivel similar al que tenían en 2012 y solo el 12 por ciento han disminuido sus ventas. Estos son algunos de los datos de la encuesta eCommerce España 2013 realizada por la agencia MarketingPro y presentada recientemente.

En el estudio han participado 43 tiendas online que operan en España y que han informado sobre distintos aspectos de su industria, entre los que destacan las características fundamentales de sus negocios (facturación, evolución de ventas, cifra de exportaciones y antigüedad).

Fuente: [ecommerce-news.es](http://ecommerce-news.es)

## Apoyo al comercio online en la Comunidad de Madrid

La Consejería de Empleo, Turismo y Cultura de la Comunidad de Madrid dirigida por Ana Isabel Mariño destinará una partida presupuestaria a ayudar a trabajadores autónomos y empresas que, por primera vez, hayan implantado en sus negocios canales de venta online, medios de pago online o marketing y ventas en Internet.

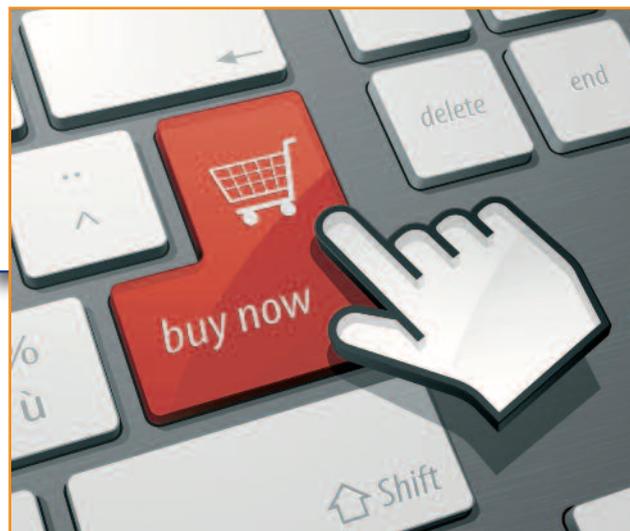
También podrán solicitar las subvenciones quienes hayan mejorado o ampliado su negocio en la red.

Con esta medida, el Gobierno regional contribuye a la modernización de las pequeñas empresas para que se abran al comercio online, mejoren su posicionamiento en redes sociales y buscadores, y adapten al comercio electrónico sus sistemas de marketing y ventas.

Con una partida de 4,4 millones de euros se subvencionará hasta el 90 por ciento del coste de la implantación o mejora, con un tope de ayuda de 3.000 euros.

Las actividades subvencionadas deben haberse desarrollado entre el 1 de septiembre y el 10 de diciembre de este año.

Fuente: [efeempresas.com](http://efeempresas.com)



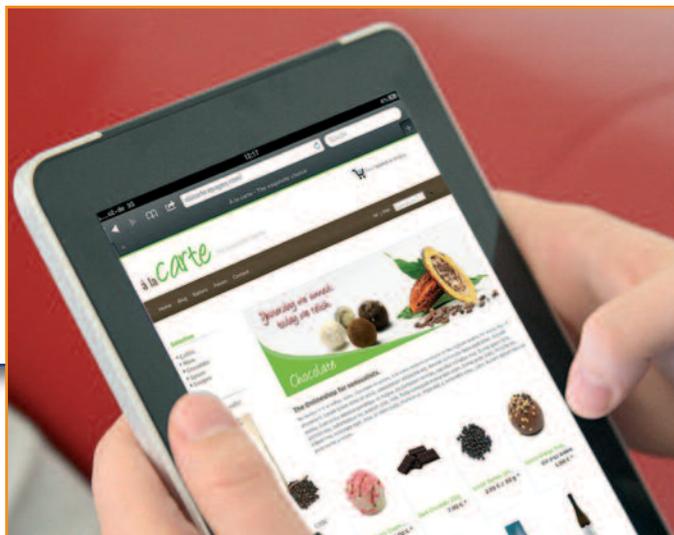
## El 11 por ciento del eCommerce mundial desde dispositivos móviles

En 2012 el mCommerce movió una cifra de 71.500 millones de euros y representaba un 11 por ciento de las ventas eCommerce a nivel mundial. Durante el primer semestre de 2013 ya ha alcanzado una participación del 15 por ciento, y se espera que en 2017 este porcentaje se eleve hasta el 25 por ciento. Estas son algunas de las conclusiones del Mobile Commerce 2013 realizado por la escuela de negocios Online Business School.

Poco a poco las aplicaciones crecen en popularidad para el mCommerce. Son EEUU, China y Corea del Sur los que más utilizan apps para compras online. Además los usuarios de tabletas duplican en propensión a comprar (38 por ciento) a los usuarios de teléfonos inteligentes (19 por ciento).

Según la Online Business School, la práctica del showrooming va creciendo conforme crece la base instalada de teléfonos inteligentes. Durante el último trimestre de 2012 un 36 por ciento de consumidores realizó showrooming, y el 74 por ciento lo hizo para buscar el mejor precio.

Fuente: [ecommerce-news.es](http://ecommerce-news.es)



## La importancia de optimizar la web para navegación móvil

Los consumidores no utilizan su smartphone únicamente para buscar información sobre aquello en lo que están interesados, sino que es una herramienta para comprar. Se espera que este año el mCommerce genere el 16 por ciento de todas las compras online, lo que implica un crecimiento del 68 por ciento respecto a 2012.

Pero estos compradores se encuentran con dificultades relacionadas con la usabilidad y la experiencia de usuario en las webs para móviles, algo que lleva en muchos casos a abandonar la compra.

En este sentido solo el 20 por ciento de los sitios para móviles permite acceder al contenido completo de la página.

Fuente: [puomarketing.com](http://puomarketing.com)



## ¿Qué es lo que más valoran los usuarios eCommerce en España?

Un estudio de la consultora TNS arroja información sobre las 10 cualidades más valoradas por los clientes eCommerce en España.

1. Horario de entrega. Poder elegir el horario al que recibir la compra.
2. Precios interesantes. Posibilidad de comparar y buscar el mejor precio.
3. La calidad de los productos. Que la calidad anunciada sea la real.
4. Pedidos a tiempo. Que el pedido llegue en el plazo asegurado.
5. Comodidad de compra. Poco camino desde que se decide la compra hasta que se finaliza.
6. Buen estado del producto. Abrir el paquete y comprobar que todo está en perfecto estado.
7. Ofertas interesantes. Primordial para el consumidor y para el éxito del comercio online.
8. Facilidad de compra. Aclarar dudas y facilitar la compra.
9. Rapidez en la compra. El comprador online dispone de poco tiempo.
10. Existencias. Disponer siempre de mercancía, sobre todo si es un producto estrella.

Fuente: [grupeo.es](http://grupeo.es)

## Miami

### Más protagonismo para el arte y el diseño

Ubicada en el sureste del estado de Florida, Miami es la única ciudad estadounidense rodeada por dos parques nacionales (Everglades y Vizcaíno). Su clima, templado y seco en esta época del año, es un gran atractivo para visitar la ciudad, pero no el único.

Vista del Downtown de la ciudad.



La ciudad de Miami se fundó allá por el año 1896, unida a la llegada del ferrocarril. Miles de inmigrantes fueron llegando en esa época atraídos por la posibilidad de encontrar trabajo.

A esto hay que añadir que el estado de Florida fue relativamente permisivo con la Ley Seca y con el juego, lo que también ayudó a que llegara gente de todos los rincones de Estados Unidos.

El rápido crecimiento de la ciudad ocasionó especulación, lo que unido al gran huracán que asoló la zona en 1926 hizo que Miami sufriera los rigores de la depresión tres años antes que el resto del país. Pero la ciudad también consiguió recuperarse antes que el resto con ayuda de la industria de la aviación y de la construcción. En esta época se levantó el singular barrio Art Decó de South Beach, con más de 1000 edificios levantados bajo el diseño de este peculiar estilo arquitectónico.

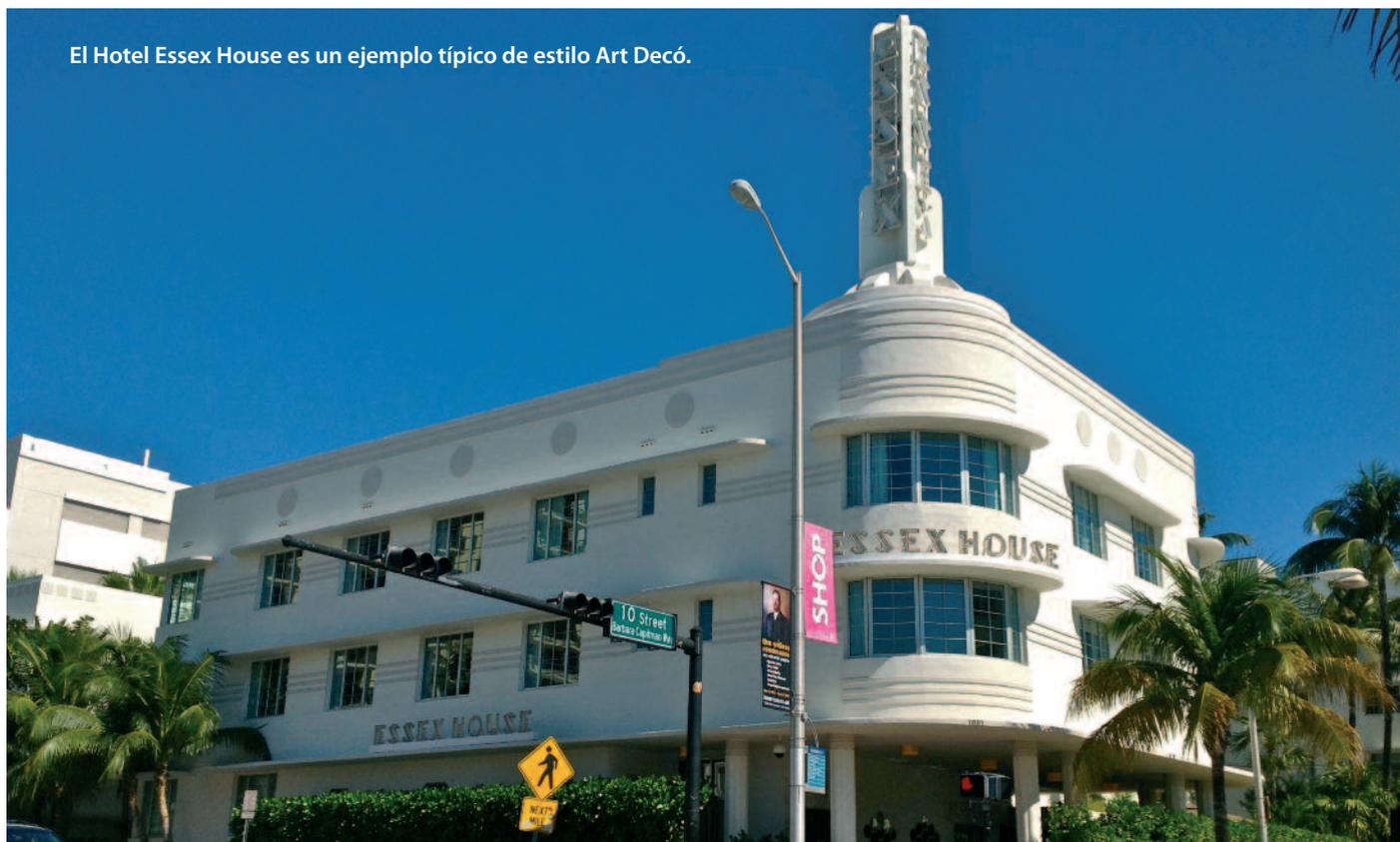
Más tarde, ya en los años 60, la población de la ciudad sufrió un importante incremento con la llegada de 400.000 cubanos que huían de la revolución, familias que buscaban un futuro lejos de su tierra natal. Así surgió uno de los barrios más representativos de la ciudad, La Pequeña Habana, donde el idioma no constituía un impedimento para el día a día de sus habitantes.

A lo largo de su historia Miami ha acogido varias oleadas de inmigrantes, en los 80 llegaron más de 200.000 cubanos gracias a los permisos de salida que concedió el régimen castrista. Y también desde Haití se instaló una amplia población en la ciudad, concretamente en Lemon City, barrio hoy conocido como Petite Haití. Cerca de la zona está el Design District, antiguos almacenes reconvertidos en galerías de arte, diseño y moda.

#### La ciudad

Miami es un conglomerado de barrios que han ido creciendo sin orden ni concierto y que han colonizado zonas otrora inhabitables como los Everglades, humedales de gran valor ecológico habitados entre otras especies por "alligators", genero de cocodrilos propio de la zona. La ciudad se divide en dos grandes zonas, por un lado Miami Beach, situada entre un canal navegable y el Océano Atlántico. Es la estampa típica de las películas y series norteamericanas, con edificios reconocibles gracias a la televisión

El Hotel Essex House es un ejemplo típico de estilo Art Decó.



y con la zona turística de Ocean Drive. Por otro lado tenemos Miami Continental, el área de la ciudad que va desde el oeste hasta el parque nacional de Los Everglades.

Miami, gracias sobre todo a la bondad de su clima, se ha convertido en una especie de parque temático para disfrute de los norteamericanos de la costa este del país. La oferta gastronómica es infinita, y a diferencia del resto de ciudades del país, los clubes y discotecas amplían su horario, de forma legal, hasta las cinco de la madrugada.

Por supuesto no podemos olvidarnos de hacer una mención a sus playas de arena blanca, visita obligada, no solo en verano.

## Arte y diseño

Miami está apostando en los últimos tiempos por quitarse de encima esa imagen de superficialidad y desenfado que la viene acompañando y apuesta por convertirse en referencia artística y cultural.

## Los amantes del diseño arquitectónico tienen asegurada una buena dosis de información

El Miami International Film Festival, las sesiones de cine proyectadas junto a audiciones de conciertos gratuitos al aire libre, la feria internacio-

nal del libro, o las diversas acciones de microteatro, son ejemplos de los eventos culturales que están revitalizando la ciudad y tratando de convertirla en referente.

Los amantes del diseño arquitectónico tienen asegurada una buena dosis de impactos visuales recorriendo las calles de la ciudad. Las construcciones más modernas y futuristas han sabido respetar las tradiciones, sin ir más lejos el archiconocido distrito Art Decó de Miami Beach se conserva como una reliquia. En la década de los 20 se diseñaron varios hoteles de estilo mediterráneo destinados a clientes adinerados. La clase media empezó a alojarse allí en los años 30. Hoy los cafés y bares de la zona son lugares en los que dejarse ver. El hotel Essex House, llama la atención por su torre, homenaje

a la radio, fue construido en el año 1938 y representa uno de los exponentes de la época, y como otros hoteles de la ciudad, en su momento fue sede de un casino clandestino. Todas estas construcciones se conservan hoy en perfecto estado gracias a la iniciativa de gente como Barbara Capitman, quien al ver que el diseño Art Decó corría el riesgo de desaparecer, emprendió una tarea de salvamento y consiguió que se declarara como lugar histórico de Estados Unidos.

Frente a estas coloristas construcciones de las primeras décadas del siglo XX, se alzan ejemplos de arquitectura contemporánea, que colocan a Miami en la vanguardia del diseño del siglo XXI, arquitectos como Frank Gehry, César Pelli o Zaha Hadid. 

## Ficha destino

### Qué ver

- Distrito Art Decó de Miami Beach.
- La Pequeña Habana. Un trozo de Cuba sigue vivo en EE.UU.

### Dónde dormir

- The Standard, Miami Beach 40 Island Ave.
- Biltmore, Coral Gables 1200 Anastasia Avenue.

### Dónde comer

- Burger&Beer, 1766 Bay Road, Miami Beach.
- Casablanca Seafood, 404 North River Drive, Miami.
- Andiamo, 5600 Biscayne Boulevard.



## Motor

El Jaguar C-X17 5-Seater Concept acaba de debutar en el Salón de Guangzhou 2013.

El vehículo ha sido desarrollado en China y ofrece un interior muy lujoso y cuidado. Por supuesto, como buen coche inglés tiene cuero por los cuatro costados. El interior es una yuxtaposición de los materiales tradicionales de primera calidad y de las modernas técnicas de acabado.

Es decir, los asientos, panel de instrumentos y el suelo están tapizados con una combinación de paneles de cuero marrón.

Al habitáculo, para cinco personas, de este Jaguar C-X17 5-Seater Concept tampoco le falta los toques de madera. Además, el interior también se combina con inserciones de metal que le dan un toque muy elegante a este SUV.

Fuente: [autobild.es](http://autobild.es)

## Alimentación

El tiempo de los bares y las aceiteras ha llegado a su fin. Desde enero, los más de 350.000 establecimientos de hostelería, restauración y catering tendrán que servir el oro líquido en envases que no se puedan rellenar.

Un Real Decreto cambiará los hábitos de los consumidores y en un mes y medio los aceites que se pongan a disposición del consumidor "deberán presentarse en envases etiquetados, estar provistos de un sistema de apertura que pierda su integridad tras su primera utilización y disponer de un sistema de protección que impida su relleno una vez agotado su contenido original".

Los formatos de presentación del envase irán desde los 250 mililitros hasta el medio litro y 750 mililitros.

Fuente: [abc.es](http://abc.es)



## Medio Ambiente

En la cumbre del clima de Varsovia se han dado a conocer varios proyectos liderados por mujeres que luchan contra la situación de desigualdad y pobreza, y por la mitigación de emisiones.

La iniciativa "bicicletas de bambú" de Ghana pretende hacer frente al cambio climático, la pobreza, la migración del entorno rural al urbano y el desempleo juvenil en ese país.

"Coged vuestra inspiración, tomad velocidad y escalad hasta conseguirlo", declaraba Christiana Figueres, secretaria ejecutiva de la COP19, al referirse a este proyecto.



Esta actividad ha supuesto la creación de puestos de trabajo en varias comunidades rurales de Ghana. Han conseguido que se transfiera dicha tecnología y sus responsables dialogan en la actualidad con inversores y entidades financieras potenciales para ampliar el proyecto.

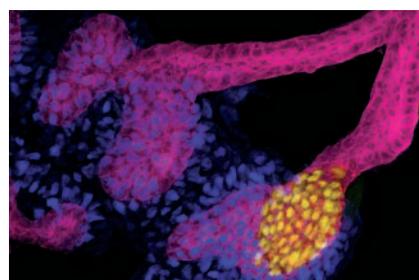
Fuente: [econoticias.com](http://econoticias.com)

## Salud

La investigación en medicina regenerativa está derribando barreras a buen ritmo 15 años después del descubrimiento de las células madre embrionarias humanas. Tras la generación de versiones en miniatura del hígado y el cerebro, le llega ahora el turno a los minirriñones humanos.

No se trata ya de derivar tal o cual línea celular especializada a partir de células madre, sino de auténticos órganos en 3D, aunque en versión reducida o primordial, similar a la primera aparición de esas estructuras durante el desarrollo humano. Todavía es pronto para pensar en trasplantes, pero los nuevos minirriñones no solo abren esa posibilidad a medio plazo, sino que tienen fundamentales aplicaciones inmediatas en la búsqueda de tratamientos contra la enfermedad renal.

Fuente: [elpais.com](http://elpais.com)



## Astronomía

El clúster de satélites Swarm de la Agencia Espacial Europea (ESA), que tiene como objetivo analizar, con un nivel de detalle sin precedente, el campo magnético terrestre y su evolución, despegó el pasado 22 de noviembre del cosmódromo de Plesetsk (Rusia).

Sus hallazgos ayudarán a mejorar la comprensión de lo que sucede en el interior de la Tierra y su interacción con el entorno espacial ya que los tres satélites Swarm, idénticos, lanzados a una órbita polar de una altitud de 490 kilómetros, llevarán a cabo el sondeo más preciso hasta la fecha del campo magnético terrestre y sus cambios.

Los campos gravitatorios y magnéticos de la Tierra ofrecen una ventana directa a cómo funciona su interior: a partir de las variaciones que experimentan estos campos en distintos momentos y lugares.

Fuente: [europapress.es](http://europapress.es)



## Tecnología

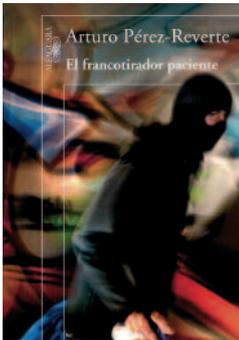
Sincronizando 98 diminutas cámaras en un solo aparato, ingenieros electrónicos de la Universidad de Duke y la Universidad de Arizona han desarrollado un prototipo de cámara fotográfica que es capaz de crear imágenes con una resolución 5 veces superior a la del ojo humano. El aparato captura hasta 50 gigapíxeles de datos (50.000 megapíxeles). Todo un hito para la fotografía si tenemos en cuenta que la capacidad de las cámaras que hoy se venden en el mercado suele oscilar entre los 8 y los 40 megapíxeles por imagen.

Los investigadores creen que en un plazo de cinco años los componentes del dispositivo serán lo suficientemente pequeños para poder comercializarse y dar lugar a una nueva generación de cámaras con gigapíxeles al alcance del público general.

Fuente: [muyinteresante.es](http://muyinteresante.es)

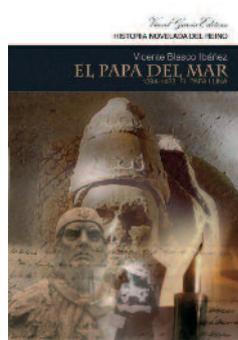


## Libros



**El francotirador paciente**  
Arturo Pérez Reverte  
Alfaguara

Un encargo editorial pone a Alejandra Varela, especialista en arte urbano, tras la pista de Sniper, un reconocido artista del grafiti, promotor de acciones callejeras al límite de la legalidad (algunas de ellas con resultados fatales) del que casi nadie ha visto jamás el rostro ni conoce el paradero. La búsqueda conducirá a la protagonista de Madrid a Lisboa, y de ahí a Verona y Nápoles en su intento por descifrar cuál es el objetivo al que apunta la mira mortal del cazador solitario.



**El Papa del mar**  
Vicente Blasco Ibañez  
Vincent García Editores  
www.vgesa.com

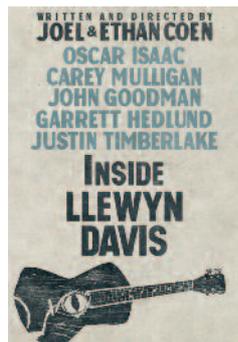
En los inicios del siglo XX, la rica y glamorosa viuda argentina Rosaura vive entre los veranos de París y los inviernos suaves de la Costa Azul. En uno de sus viajes hacia el mar, en un hotel de Aviñón, conoce a Claudio Borja, un escritor español que está documentando su próximo trabajo sobre el primer Papa español, el aragonés Pedro Martínez de Luna, Benedicto XIII, el Papa Luna. Un clásico, poco conocido por el gran público español, editado en su ortografía original de la primera edición de 1925.

## Cine



**12 años de esclavitud**  
Steve McQueen  
Chiwetel Ejiofor, Michael Fassbender  
Estreno: 13/12/2013

Basada en un hecho real ocurrido en 1850, narra la historia de Solomon Northup, un culto músico negro que vivía con su familia en Nueva York. Tras compartir una copa con dos desconocidos, Solomon descubre que ha sido drogado y secuestrado para ser vendido como esclavo en el Sur en una plantación de Louisiana. Renunciando a abandonar la esperanza, Solomon contempla cómo todos a su alrededor sucumben a la violencia, al abuso emocional y a la desesperanza.



**A propósito de Llewyn Davis**  
Joel Coen, Ethan Coen  
Oscar Isaac, Carey Mulligan  
Estreno: 03/01/2014

La vida de un joven cantante de folk en el universo de Greenwich Village en 1961. Llewyn Davis está en una encrucijada. Con su guitarra a cuestas acurrucado contra el frío de un invierno implacable en Nueva York, el joven lucha por ganarse la vida como músico y hace frente a obstáculos que parecen insuperables. Sobrevive gracias a la ayuda de sus amigos o de desconocidos a cambio de pequeños trabajos.

## Artes escénicas



**Kathie y el hipopótamo**  
Magüi Mira  
Matadero. Naves del Español  
Madrid

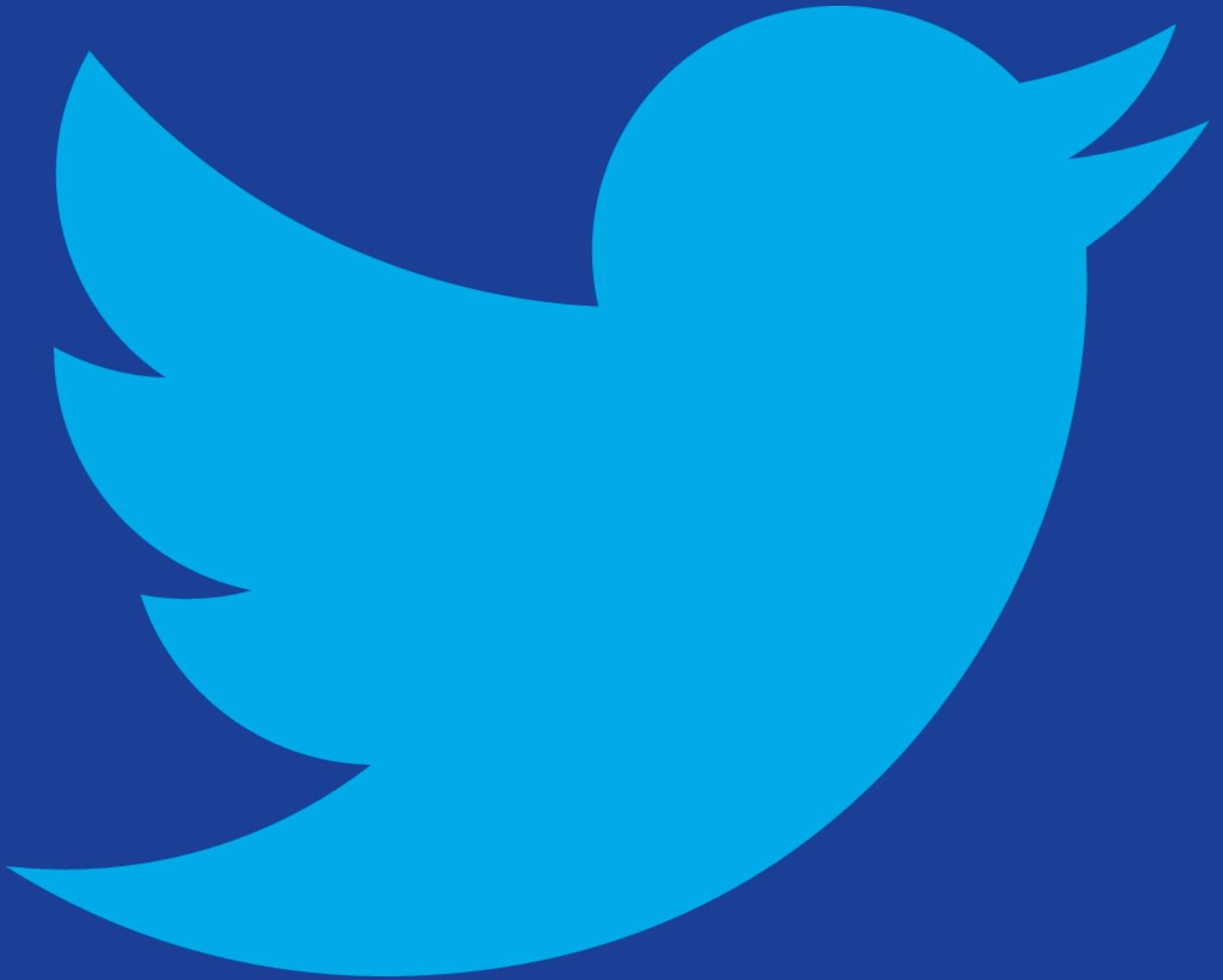
Llega a los escenarios Kathie y el hipopótamo, adaptación de la obra de Mario Vargas Llosa. Ana Belén vuelve a subirse a un escenario para meterse en la piel de Kathie, sobre la que comenta: "Es una señora muy divertida, amante de la cultura francesa, que pretende mostrarse de una forma y en realidad es todo lo contrario". Es la historia de una mujer limeña que contrata a un profesor universitario para que escriba un libro sobre el viaje que ella ha realizado por Asia y África. El montaje cuenta con música en directo.



**Los miserables**  
Laurence Connor  
Palau de les arts Reina Sofía  
Valencia

Los Miserables regresa a los escenarios con la misma producción que ya triunfó en Madrid y Barcelona. El espectáculo, basado en el drama de Victor Hugo, está escrito por Alain Boublil y Claude-Michel Schönberg bajo la dirección de Laurence Connor. Esta historia atemporal sobre la lucha por la libertad sigue más patente que nunca en la actualidad, destacando la personalidad de su protagonista, Jean Valjean, a la hora de rebelarse contra una ley injusta en la Francia posterior a la Revolución.

# TIPSA en twitter



## Síguenos

[www.twitter.com/TIPSA\\_red](http://www.twitter.com/TIPSA_red)