

Ruta abierta

Número 55 noviembre de 2014



Número Especial

Convención TIPSA 2014



Un gran cierre de año

Este último número de 2014 está dedicado casi en exclusiva a la Convención de la compañía que se celebró el pasado día 22 de noviembre.

Se acaba un año que arrancaba con incógnitas provocadas por el inestable estado de la economía mundial, pero que terminará para TIPSA con un crecimiento en torno al 9 por ciento, como anunció María Luisa Camacho, consejera delegada de la empresa, durante su charla de bienvenida a los numerosos asistentes que acudieron a la Convención anual de la compañía.

Esta cifra de crecimiento es causa de una mejora en el mercado pero sobretodo del esfuerzo de las delegaciones de la red, que en los peores momentos supieron aguantar y empujar hacia adelante para poder ahora empezar a recoger frutos. Aunque todavía la mejoría es tímida y tendremos que seguir "arrimando el hombro" para que este atisbo de avance no se quede en una anécdota.

En las páginas siguientes hemos plasmado en imágenes todo lo que sucedió durante la convención, un día para el recuerdo.

Y desde esta tribuna quiero dar personalmente las gracias, a todas y cada una de las personas que nos han dado la enhorabuena por la organización de un evento tan importante para TIPSA.

El próximo número de Ruta Abierta ya se publicará en 2015, por lo que aprovechamos para desearos un buen final de año y una feliz Navidad.

Miguel Sampedro

Director Marketing y Comunicación

www.tip-sa.com

Sumario

Ruta abierta - Noviembre 2014

Tema de portada

- 3 Convención anual TIPSA 2014

Noticias TIPSA

- 10 TIPSA amplia superficie de almacén en la ZAL del port de BCN
- 11 TIPSA en eShow Madrid 2014

Noricias Sector

- 12 El sector mensajería y paquetería crecerá en 2014

Actualidad eCommerce

- 13 La importancia del embalaje en eCommerce

Escapadas

- 14 Berlín

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

Convención anual TIPSA 2014

El pasado sábado 22 de noviembre se celebró una nueva edición de la Convención Anual de TIPSA. Este año se eligió una fecha distinta a la habitual para aprovechar la visita de los delegados a Madrid y poder mostrarles la nueva sede central de la compañía.



En el salón Saavedra del Complejo Cervantes se llevó a cabo el acto inaugural de la Convención.

Tema de portada

Eran las 12,00 de la mañana del pasado día 22 de noviembre cuando se daba el pistoletazo de salida a una nueva edición de la Convención que TIPSA organiza cada año para juntar a sus numerosos delegados. A esa hora estaban citados en las nuevas instalaciones de la compañía para comenzar la jornada con una visita guiada para conocer el nuevo edificio y la espectacular plataforma.

La consejera delegada de TIPSA anunció un crecimiento estimado del 9% durante 2014.

La cifra de asistentes a esta edición ha superado cualquier registro anterior situándose en 322 personas que tras la visita a la nueva sede de San Fernando de Henares, se desplazaron al cercano Complejo Cervantes donde se inauguró la jornada con las palabras de María Luisa Camacho, consejera delegada de la firma, que además de agradecer el esfuerzo a todos los miembros

de la red, subrayó la necesidad de seguir trabajando todos juntos y continuar empujando para salvar los obstáculos del camino. Entre otras cosas, la consejera delegada de TIPSA se refirió al crecimiento estimado de la compañía durante 2014 situándolo en un 9 por ciento.

Tras esta bienvenida se dio paso a una inspiradora y emotiva ponencia a cargo de Teresa Perales, la medallista paralímpica dio las claves de cómo superar las situaciones más adversas y trabajar para alcanzar tus sueños, en definitiva poner sobre la mesa el querer es poder, demostrando con su encomiable ejemplo que no se trata de una frase más y si de un mensaje que se demuestra real.

La parte final de la charla de Teresa Perales provocó el brillo en los ojos de algunos asistentes y cargó de emoción el ambiente de la sala.


Los asistentes a la jornada pasaron después de estas ponencias al cóctel y la posterior comida que finalizó con la actuación de Javier Botía, mentalista valenciano que sorprendió a los presentes con varios juegos de mentalismo en los que participaron algunos invitados.

Ya por la noche, los asistentes al evento es-

taban citados en el Hotel Auditorium Madrid para degustar un cóctel de bienvenida y la posterior cena de gala en uno de los numerosos salones de los que dispone este monumental hotel.

La ponencia de Teresa Perales cargó de emoción el ambiente de la sala.

Tras la cena se pasó al habitual sorteo de regalos entre los delegados y después al fin de fiesta que esta vez estuvo protagonizado por un karaoke al que poco a poco se fueron sumando los más atrevidos que dejaron su sello con canciones de hoy y de siempre. Junto al karaoke, varios juegos inspirados en los maravillosos ochenta (scalextric, futbolines y máquinas arcade) que hicieron las delicias de los presentes.

Y ahora a pensar en la próxima edición de una de los momentos más importantes de la compañía, la reunión de sus delegados en la convención anual. 



Con la visita guiada a las nuevas instalaciones comenzó una intensa jornada.

Tema de portada



Llegada de los primeros asistentes a la sede central de la compañía.



El momento de las acreditaciones.



Asistentes durante la visita a la plataforma.



Otra imagen de la visita por las instalaciones.



María Luisa Camacho durante su intervención.



Entrega de placa conmemorativa a Juan Manuel Puga, delegado jubilado.



Asistentes durante el cóctel de la mañana.



Panorámica del salón en el que se sirvió el cóctel.

Tema de portada

Este año la ponente invitada fue Teresa Perales, nadadora española ganadora, entre otras, de 22 medallas paralímpicas. Su motivante charla despertó admiración entre los numerosos asistentes, que hicieron fila para llevarse un autógrafo de recuerdo.



Panorámica del salón en el que se disfrutó de la comida.

Tema de portada



Imágenes de los invitados tomadas durante la comida y la actuación del mentalista Javier Botía.



Tema de portada

Vista general del cóctel en el Hotel Auditorium. Abajo imágenes de los invitados durante cóctel y la posterior cena.



Tema de portada

La Convención se cerró con un sorteo de regalos que dio paso a la parte más festiva, con juegos en los que todos quisieron participar, y un divertido karaoke.



TIPSA amplía superficie de almacén en la Zal del Port de Barcelona

TIPSA y CILSA han firmado un acuerdo de ampliación de almacén que dobla la superficie que la empresa de paquetería dispone en la ZAL.

TIPSA ha experimentado durante los últimos años un importante crecimiento que hace que tenga que dar este paso para ampliar sus instalaciones en Barcelona. De esta manera puede ofrecer con la máxima calidad sus servicios de pequeña paquetería urgente, soluciones de transporte y logística para tiendas eCommerce y transporte y distribución de mercancía farmacéutica, cumpliendo todos los requisitos exigidos por las normas GDP's.

La calidad de servicio ofrecida está apoyada en una tecnología de vanguardia aplicada a los sistemas de clasificación, manipulación y seguimiento de envíos. Pero, sobre todo, un equipo de profesionales que garantiza la mayor atención organizativa para que sus envíos lleguen siempre a su destino en los plazos comprometidos y con la mejor información del resultado de la entrega. *"Esta agilidad queda garantizada gracias a la ubicación estratégica que hemos escogido en Barcelona para ubicar nuestras instalaciones, ya que la ZAL del Port de Barcelona garantiza una excelente conexión con la red viaria metropolitana y la de largo recorrido"*, según palabras de la consejera delegada de la compañía, María Luisa Camacho.

CILSA, empresa que gestiona la ZAL ha arrendado con este acuerdo la ampliación y traslado a la primera fase de la ZAL, sita en el municipio de Barcelona.

El edificio cuenta con una superficie de 4.355 m², además de 225 m² de oficinas. Dispone de 22 muelles de carga ubi-

cados en doble fachada que facilita la alta rotación de la mercancía que precisa una actividad de crossdocking y tiene una altura de 11 metros libres.

Alfonso Martínez, director general de CILSA señala: *"la implantación y crecimiento de TIPSA en la ZAL reafirma la ubicación como excelente para la distribución urbana, siendo un emplazamiento de referencia para las empresas del sector de eCommerce"*.



Nueva edición del Máster en dirección eCommerce del Foro de Economía Digital

Nuevamente TIPSA colabora con el Foro de Economía Digital apoyando directamente la ejecución de una nueva edición de su programa Máster en Dirección de eCommerce.

Los días 27 de octubre y 17 de noviembre, los alumnos de esta nueva promoción del máster asistieron a las clases impartidas por Antonio Fueyo, director general de la compañía, centradas, como no puede ser de otra manera, en la logística eCommerce. En la segunda jornada la clase se impartió en el aula de las instalaciones centrales de TIPSA y los alumnos asistentes pudieron visitar la plataforma de la compañía y ver en primera persona la alta calidad de los procesos, así como los distintos controles que se llevan a cabo para que los paquetes lleguen a su destino cumpliendo los requisitos de servicio solicitados por cada cliente de la red.



Jornada “Las Apps para la Logística”

A finales del pasado mes de octubre se celebró en el Instituto Logístico Tajamar la jornada “Las Apps para la Logística”. TIPSA tuvo un destacado papel en esta cita, donde Antonio Fueyo, director general de la compañía, mostró a los asistentes las aplicaciones tecnológicas que TIPSA ha venido desarrollando en los últimos tiempos para mejorar el servicio al cliente.

La jornada estuvo patrocinada por UNO Logística y el Ministerio de Fomento y planteaba como objetivo fundamental, analizar las oportunidades de innovación tecnológica del sector logístico creadas para agilizar los distintos procesos: plataformas online versus aplicaciones para dispositivos móviles. La jornada comenzó con la ponencia impartida por Marisa Touranza de Orange titulada “Aprendiendo a crear en el entorno digital”. Más tarde fue María Rey, CEO de Astana, la que subió al estrado para impartir una ponencia sobre “Qué es realmente una app y sus diferencias con otras soluciones web”. El siguiente participante en la jornada fue Jorge del Río, socio y fundador de ímelius que centró su discurso en cómo gestionar la relación con el cliente digital.

Tras una breve pausa para café y para el coloquio entre los asistentes, subió al escenario Juan Antonio Muñoz-Gallego de Ubiqua, que disertó sobre “Nuevas reglas del juego: Aprendiendo a posicionar nuestras apps para llegar a más”.

Y llegó el turno de Antonio Fueyo. La ponencia del director general de TIPSA giró en torno a casos prácticos en el uso de apps para logística y presentó a los asistentes la aplicación desarrollada para los conductores de la red y la web adaptada para los clientes.

La jornada finalizó con un coloquio entre los ponentes y el público asistente.



Participantes de la jornada con Antonio Fueyo, segundo por la derecha.

TIPSA en eShow Madrid 2014

Como ya viene siendo habitual en los últimos años, TIPSA estuvo presente en el salón profesional eCommerce, eShow Madrid 2014, como empresa expositora. Además Antonio Fueyo, director general de la compañía, protagonizó una de las muchas ponencias que se dan a lo largo de los dos días de feria, presentando las últimas soluciones tecnológicas que TIPSA ha lanzado al mercado: M-Pay y Notify.



El evento cerró sus puertas alcanzando los 11.000 visitantes y consolidándose como referente en el sector.

La feria, celebrada el pasado mes de octubre en IFEMA, en Madrid, acogió a 140 empresas expositoras que presentaron sus últimos avances en el ámbito online. El evento destacó por un público de perfil profesional que encontró en eShow Madrid la oportunidad de desarrollar sus ideas de negocio.

La actividad estrella fue la Masterclass del co-fundador de Apple, Steve Wozniak, que mantuvo un ritmo dinámico durante toda su ponencia orientada a la innovación. “La persona que ama lo que hace es la que innova, es la que crea. La inspiración se siente al momento”, señalaba Wozniak. “En la vida se trata de ser feliz. Es así de simple”, añadía el que es considerado uno de los padres de la revolución de los ordenadores.

Actividades como Net Fashion Forum alcanzaron una gran afluencia de asistentes que mostraron interés en conocer la experiencia en el entorno digital de las principales marcas de moda a través de mesas de debate dinámicas y participativas.

Por otro lado, la zona One-to-One fue otra de las actividades que gozaron de gran éxito. Más de veinte anunciantes se reunieron de forma privada con diez agencias de Comunicación y Marketing para consultar las principales dudas relacionadas con sus negocios y hacer networking. De nuevo, los encuentros One-to-One sirvieron para concretar reuniones posteriores entre anunciantes y agencias.

El sector mensajería y paquetería crecerá en 2014

Según DBK, filial de Informa D&B (Grupo CESCE), el volumen de negocio agregado de las empresas de mensajería y paquetería se situó en 5.725 millones de euros en 2013, lo que supuso un descenso del 2,1% respecto a 2012, año en el que había contabilizado un retroceso del 3,7%.

La negativa coyuntura económica y la presión a la baja sobre las tarifas, en un entorno de intensa competencia, explican la contracción del valor del mercado. No obstante, la mejora de la actividad en la segunda mitad del año y la expansión de la demanda vinculada al comercio electrónico permitieron moderar la tendencia descendente.

Las previsiones para el período 2014-2015 apuntan a la prolongación de la tendencia de suave mejora de la actividad sectorial apreciada en los últimos meses de 2013, en línea con las perspectivas existentes para las principales ramas de servicios e industriales de la economía española. La facturación sectorial se estima que se situará al cierre de 2014 en torno a los 5.800 millones de euros, lo que supondría un aumento del 1% respecto a la cifra contabilizada en 2013.

Fuente: logisticaytransporte.es

La presión fiscal del transporte por carretera

Un estudio realizado por la Fundación Francisco Corell, de la Asociación de Transporte Internacional por Carretera (Astic) revela que el sector del transporte de mercancías soporta una elevada presión fiscal, no sólo por la fiscalidad general, sino también por la específica. En el periodo 2005-2012, la presión fiscal para el transporte aumentó casi un 16%.

Sólo en el apartado "combustible", los usuarios pagan un 50% del precio del gasóleo en impuestos. En el estudio se refleja que todos los impuestos específicos han aumentado desde 2005 hasta 2012, fecha de los últimos datos analizados.

En cuanto a los costes externos del transporte, se observa que el camión está por debajo del vehículo particular y por encima del autobús, el tren de viajeros, el avión de pasajeros y el ferrocarril de mercancías.

Fuente: transporteprofesional.es



El sector de transporte y logística disminuye sus emisiones de gases efecto invernadero



El sector de transporte y logística ha emitido el 11,3% del total de emisiones de gases de efecto invernadero en 2012, año en el que se emitieron un total de 38.765 toneladas.

Las emisiones a la atmósfera de gases de efecto invernadero (GEI) han disminuido un 1,4% en 2012 respecto a 2010, ascendiendo a 349,9 millones de toneladas de CO2 equivalente (tCO2e), según los datos del Instituto Nacional de Estadística. En los últimos cinco años analizados, las emisiones se han reducido un 14,7%.

El sector de transporte y logística ha emitido el 11,3% del total de emisiones de gases de efecto invernadero en 2012, muy lejos del 26,7% del sector de suministro de energía eléctrica o del 24,1% que representó la industria manufacturera. De hecho, la actividad de transporte y logística redujo sus emisiones entre 2008 y 2012 un 26,9%. Además, con respecto a 2011, el sector disminuyó estas emisiones un 7,9%, situándose en el primer lugar entre los sectores de la economía española que más redujo sus emisiones.

En el 2008, el transporte y la logística emitieron un total de 53.078.300 toneladas de gases de efecto invernadero frente a las 38.765.400 toneladas en 2012.

Fuente: cadenadesuministro.es

La importancia del embalaje en eCommerce

¿Qué tipo de embalaje necesita un eCommerce para enviar sus productos al cliente? ¿Cómo se debe proteger el producto para que llegue a su destino en perfectas condiciones? ¿Cómo puede diferenciarse con el tipo de caja un envío?

Ramsès Català, marketing manager de KARTOX, empresa especializada en soluciones de embalaje, explicó en la pasada edición de eShow Madrid todo lo que un negocio online necesita saber para seleccionar el embalaje adecuado para enviar sus productos. Estos son sus 5 mandamientos.

El tamaño sí importa: Del tamaño de un paquete depende el proceso logístico, el precio, la imagen que percibe el cliente.

Lo barato a veces sale caro: Si un embalaje está mal, o no es el adecuado, puede que provoque que se rompan los artículos.

No todos somos iguales: No todos los consumidores son iguales. A unos les da igual el embalaje pero a otros no.

La caja no lo es todo: La caja es sólo el envoltorio, pero sólo con la caja no basta.

El embalaje habla de ti: El embalaje es la primera impresión física que recibe el cliente.

Os recordamos que TIPSA tiene embalajes adaptados para sus clientes eCommerce.

Fuente: the-emagazine.com



El comercio madrileño no despegua online

Internet es el futuro, o eso nos han dicho hasta ahora. Sin embargo, los comercios de Madrid no lo tienen tan claro, según un estudio realizado por La Única, Asociación Madrileña de Empresarios de Alimentación y Distribución. Aunque el 66% de los encuestados declara tener web corporativa de su negocio, sólo el 9% cuenta con tienda online.

En cualquier caso, la importancia de la red está muy presente en el sector y de hecho, el 58% asegura que afianzará sus estrategias en este canal. Pero, de momento, la tradición de la atención al cliente se inclina más al trato personalizado en las tiendas físicas que a través de Internet.

Respecto a los beneficios que puede suponer la actividad en Internet, el 51% de encuestados señala que no tiene ningún impacto económico en su negocio. Por el contrario, el 39% afirma que sí se produce un retorno, si bien no llega al 10% de su facturación.

Fuente: granconsumo.tv



Gran crecimiento del Mobile Commerce

El avance del shopping online es imparable. En España, además, una de cada siete compras online es realizada desde un accesorio móvil, sea smartphone o tablet. Y uno de cada cuatro compradores online lo hacen exclusivamente a través de este canal.

El uso del canal móvil para realizar compras electrónicas ha crecido en España un 280 % respecto a 2012. Las previsiones hablan de que el mobile commerce generará en este año 2014 un total de 1.290 millones de euros.

Son estimaciones del estudio de Online Business School (OBS) que cifra en 3,2 millones el número de compradores españoles vía móvil. De ellos, un 25 % lo hace exclusivamente desde un teléfono inteligente y un 11 % vía tablet, con crecimientos en un año de un 6 % y un 4 % respectivamente para cada uno de estos accesorios.

En concreto, España tiene el porcentaje más alto en Europa de penetración del uso de 'smartphones' entre su población, ya que el 57% del total de habitantes españoles posee un dispositivo. De este porcentaje, un 58% utiliza el accesorio para buscar y comprar productos. El 50% asegura realizar ambas actividades desde su casa, un 19% en el transporte público, el 12% dentro de las tiendas y el 19% sobre la marcha.

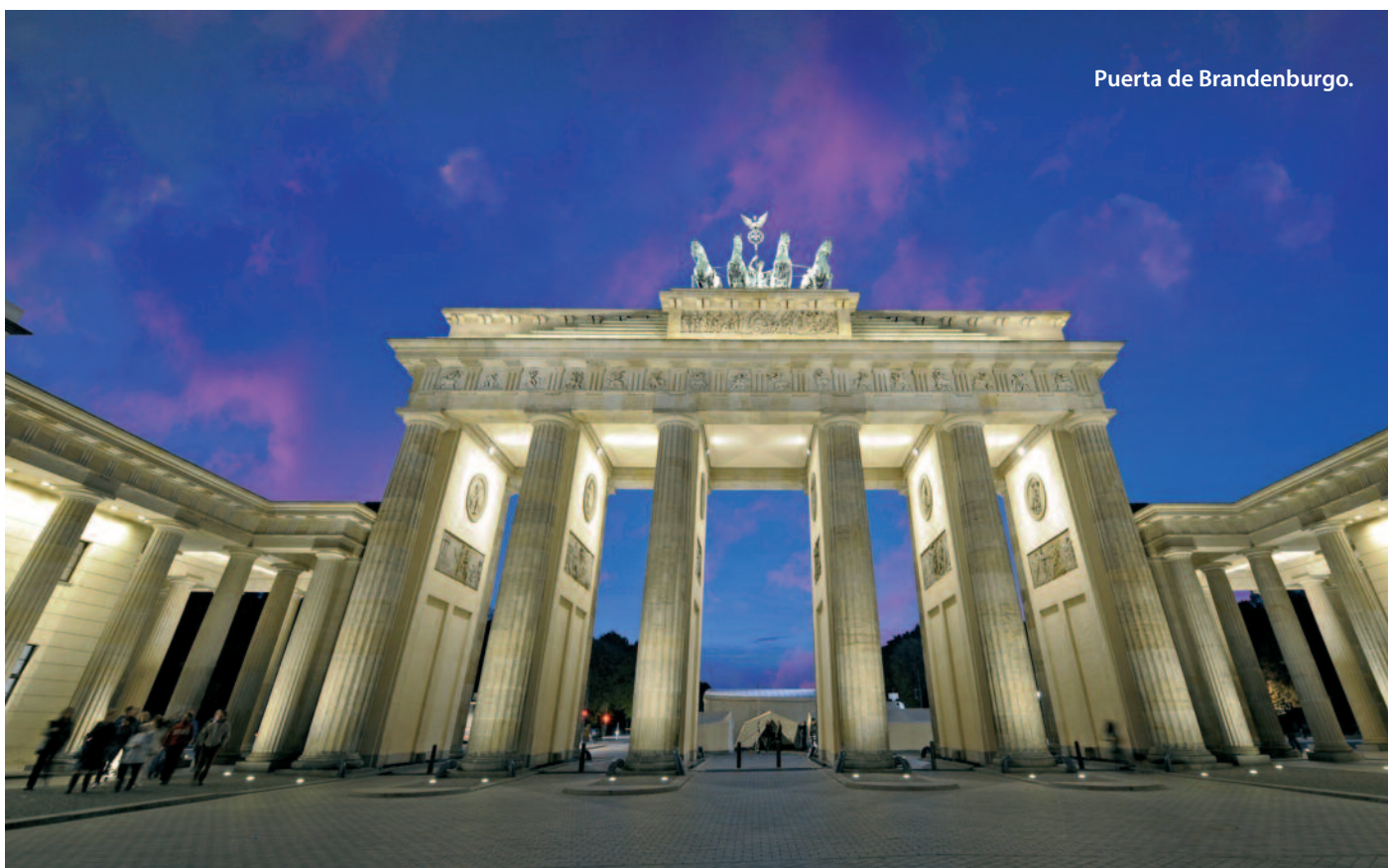
De esta forma, la actividad de búsqueda y compra se desarrolla a lo largo de todo el día. Los porcentajes más bajos aparecen por la mañana, aún en la cama (2%) y durante la cena (5%), mientras que la mayor actividad se produce después de cenar (15%).

Fuente: distribucionactualidad.com

Berlín

Una ciudad con mucha historia

Berlín es uno de los epicentros financieros y culturales de la vieja Europa. La capital alemana, maltratada por la II Guerra Mundial y protagonista involuntaria durante los años de Guerra Fría, es hoy una ciudad moderna, abierta y multicultural. En este reportaje recorreremos lugares emblemáticos de la ciudad para turistas que visiten por primera vez Berlín, una ciudad cargada de imborrables recuerdos históricos.



Puerta de Brandenburgo.

Berlín se convirtió en capital del imperio alemán en 1871, cuando Prusia logró la unificación de Alemania. Desde ese momento la ciudad comenzó a crecer y se convirtió en un referente cultural, arquitectónico y financiero a nivel mundial.

Durante la II Guerra Mundial la mayor parte de la ciudad fue destruida por los bombardeos aliados. Tras la derrota del régimen nazi, Berlín fue dividida en cuatro sectores repartidos entre Francia, Inglaterra, EE.UU y la por entonces denominada Unión Soviética.

En 1961 se construyó el famoso muro de Berlín que separaba la ciudad en dos partes con el fin de frenar la salida constante de berlineses del este al oeste de la ciudad. Los 144 km del muro fueron uno de los símbolos más destacados de

la Guerra Fría. El muro de Berlín cayó el 9 de noviembre de 1989 y un año después se produjo la reunificación de Alemania.

Turismo a pie por Berlín

La capital de Alemania es una gran ciudad con muchas cosas para ver, a continuación señalaremos aquellas zonas imprescindibles para cualquier turista que visite por primera vez la ciudad.

Postdamer Platz. Uno de los lugares más conocidos de la ciudad, es donde se celebra anualmente el conocido festival de cine, la Berlinale. En esta plaza se desarrolló desde el siglo XIX una zona de densa actividad comercial y cultural. Esta plaza alberga el espectacular Centro Sony, con oficinas, viviendas, locales de ocio, cine y restaurantes. En septiembre de 2010 se

inauguró aquí el paseo de la fama berlinés. Monumento a las víctimas del Holocausto. Finalizada su construcción en 2005 es un homenaje a los judíos asesinados en Europa por el nazismo. En sus 19.000 m² tienes varias salas de exposiciones y conferencias y una espléndida librería.

La puerta de Brandenburgo. Es el símbolo de la reunificación alemana, construida entre 1788 y 1791 siguiendo el modelo de la puerta de acceso a la Acrópolis de Atenas.

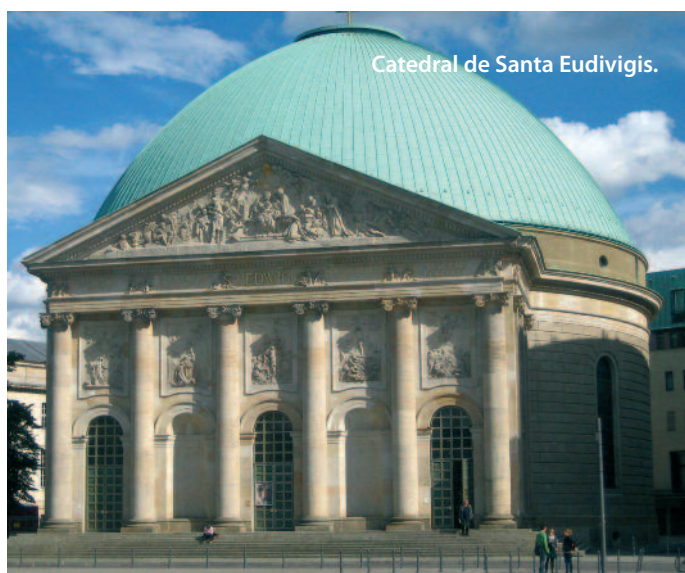
El Parlamento (Der Reichstag). Reconocible por su magnífica cúpula de cristal merece ser visitado, aunque se necesite cita previa. La cúpula mide 38 metros de diámetro y tiene una altura de 23,5 metros. En la parte superior tiene una plataforma con vistas a unos 40 metros del nivel del suelo.



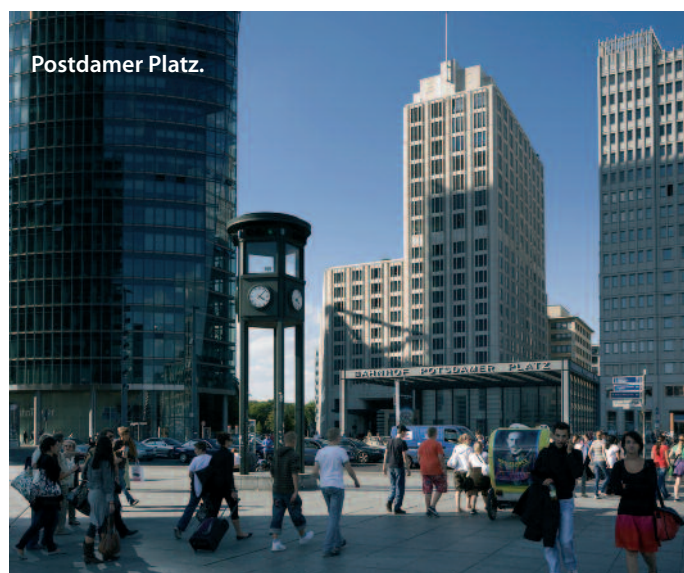
Alexanderplatz.



Vista panorámica de la Isla de los Museos.



Catedral de Santa Eudivigis.



Postdamer Platz.


La Catedral de Santa Eudivigis. Es la primera iglesia católica tras la Reforma y la principal del Arzobispado de Berlín. Se financió vía donaciones y está inspirada en el Panteón de Roma. Museo de Historia alemana. Una antigua armería con la fachada de color rosa. Tras una reciente renovación reabrió sus puertas en 2006. Consta de dos edificios y el patio central está cubierto de cristal y acoge las esculturas del artista barroco Andreas Schlüter.

Kommandantenhaus. La casa del comandante.

Se sitúa justo en frente del Museo de Historia alemana. El Palacio fue construido con dos plantas en 1656 y fue en el siglo XIX cuando se le añadió una tercera planta en la que en aquel tiempo residía el comandante de la ciudad de Berlín. Hoy es la sede de una empresa editorial. La Catedral de Berlín. Es una iglesia protestante construida entre 1895 y 1905 bajo el mandato del último emperador de Alemania, Guillermo II. Acoge los restos de los principales emperadores y reyes de la Alemania imperial.

La isla de los museos. En el centro de Berlín, una pequeña isla en el río Spree acoge varios museos de renombre internacional: el Museo Antiguo, el Museo Nuevo, la Galería Nacional Antigua, el Museo Bode y el Museo de Pérgamo. El barrio de San Nicolás. Es una de las zonas con más encanto de la ciudad. El barrio es un entramado de calles estrechas repletas de cafés, restaurantes y tiendas de artesanía local. El paisaje está dominado por la iglesia de San Nicolás, la más antigua de Berlín. Sus campanas ofrecen un pequeño concierto todos los domingos por la mañana.

Alexanderplatz. En el centro del antiguo Berlín debe su nombre al Zar Alajandro I de Rusia. Fue uno de los símbolos de la extinta República Democrática Alemana.

Torre de la televisión. En la Alexanderplatz se ubica la famosa torre de televisión construida en 1969 y que fue símbolo del Berlín oriental. Hoy alcanza los 368 metros de altura, el cuarto edificio más alto de Europa. En la esfera tiene un restaurante que gira 360 grados cada media hora. 

Ficha destino

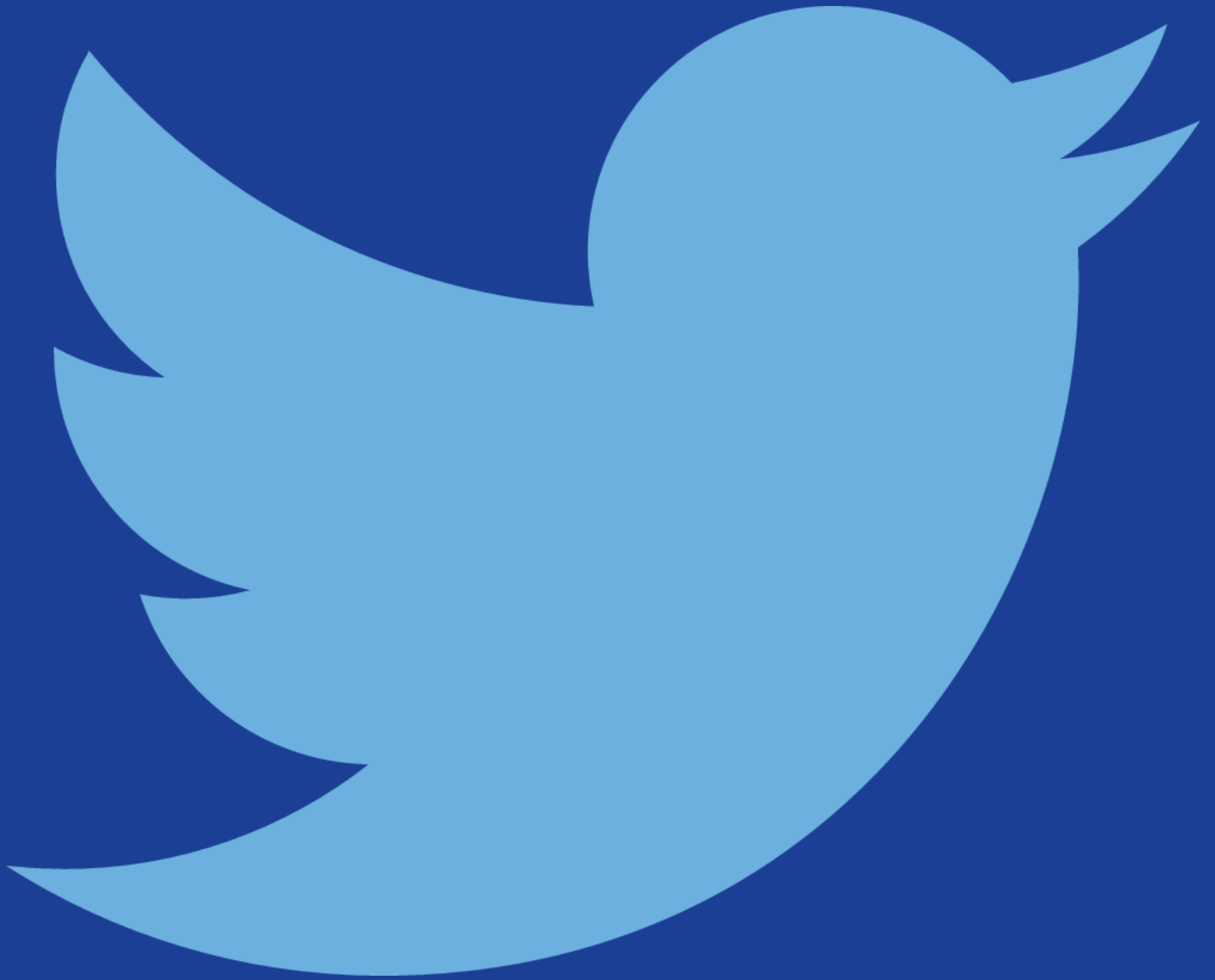
Dónde dormir

- Hotel Atrium, Kaiser-Friedrich Strase 53, 10627 Berlín.
- H2 Hotel, Karl-Liebnecht-Strase, 32. 10178 Berlín.

Dónde comer

- Tucholsky, Torstrase, 189. Mitte.
- Renger Patzsch, Wartburgerstrase, 54. Schöneber.

TIPSA en twitter



Síguenos

www.twitter.com/TIPSA_red