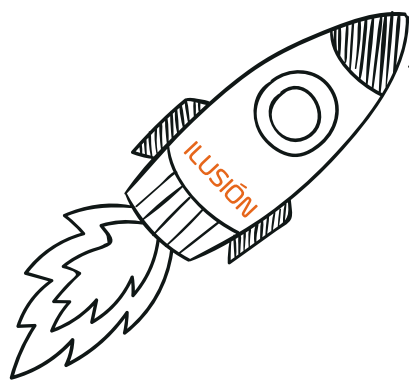


Ruta Abierta

70 — Septiembre 2017 - Ruta Abierta, la revista de la Red TIPSA



*¡No te pierdas el especial
360° eCommerce!*





FELIZ VUELTA AL COLE, FAMILIA TIPSA

En la **FAMILIA TIPSA** nos enorgullece poder decir que afrontamos el futuro con la **ILUSIÓN** de un niño recién nacido. Una ilusión que forma parte de nuestro **ADN** y que nos permite aportar **CALIDAD** donde otros se estancan en guerras de precios. Que nos ha llevado a mantener un crecimiento sostenido de dos dígitos gracias a que somos imbatibles en términos de **CARIÑO, ADAPTABILIDAD y CAPILARIDAD**.

Estamos convencidos de que la ilusión es la **CLAVE** para que nuestra Familia siga creciendo y ofreciendo el mejor de los servicios, y por eso en **TIPSA** nos encanta **LA VUELTA AL COLE**. Al fin y al cabo, hablamos de una época de reencuentros, de nuevos retos y oportunidades... En la que los niños (y los no tan niños) comparten las aventuras del verano y se preparan para el inicio del curso escolar. En definitiva, una época en la que la **ILUSIÓN DEL PRIMER DÍA** es la gran protagonista.

Afrontamos pues el futuro con ilusión y confianza renovadas. Con la seguridad que nos brinda disponer de la **RED** mejor adaptada del mercado, formada por más de 270 agencias (11 nuevas en los últimos meses) a las que les une el éxito de la **FÓRMULA TIPSA**. Y es que llevamos diecisiete años demostrando que David puede derrotar a Goliat... Si se arma con una calidad obsesiva, el mejor liderazgo tecnológico y una constante adaptación a las necesidades de los clientes.

Gracias a estos **VALORES**, a esta forma de ver el negocio, nos hemos convertido en un Top Player del mercado logístico (tal y como avalan las cifras), y sin duda así seguirá siendo tanto en el curso que ahora empieza como en los que le seguirán. Para ello, redoblabemos nuestro compromiso con **TIPSA FARMA y eCOMMERCE 360º**, productos ganadores que nos han permitido posicionarnos en sectores y servicios extremadamente competitivos.

Pero la gran asignatura de este curso no será otra que estrechar vínculos con las delegaciones, compartiendo los 'apuntes de clase' para seguir mejorando juntos y reforzando la participación de toda nuestra Red.

Y porque queremos que este curso la **Red TIPSA** sea para todos sinónimo de familia, **hemos decidido situar el foco de nuestra campaña de sobres solidarios en las familias de todos los que trabajáis para mejorar TIPSA. Estad muy atentos**, porque estas Navidades vamos a invitar a los hijos de nuestros delegados, técnicos, operadores, ruter, etc. a que participen en un concurso solidario en el que buscaremos los mejores dibujos sobre el tema "**¿CÓMO ES EL TRABAJO DE TU PAPÁ/MAMÁ?**"

Queremos compartir con todos nuestra ilusión por la vuelta al cole y por las grandes oportunidades que nos aguardan. Una ilusión como la del niño que comentábamos al principio, y que nos permite ofrecer a nuestros clientes la mejor de las garantías:

En TIPSA, NOS GUSTAN TUS ENVÍOS.

Marketing TIPSA

Concurso Solidario
 Estas Navidades nuestros hijos diseñarán los sobres solidarios.
 ¡Grandes premios os esperan!

Ruta Abierta 69 Índice

02 Editorial	05 Observatorio eCommerce	10 Exámen RRSS	14 Protagonistas
03 Nuevas Aperturas	06 Encuesta	12 Campeón RRSS	15 Ranking
04 Ponle Freno	08 Valores TIPSA	13 360º eCommerce	16 Servicios TIPSA

NUEVAS APERTURAS

Os presentamos las 6 nuevas incorporaciones a la Familia TIPSA

Salamanca

Valladolid Pueblos

Valladolid

Estepona

San Pedro de Alcántara

Rambla Barcelona



PONLE FRENO REÚNE A MÁS DE 1.000 CORREDORES EN VITORIA-GASTEIZ



Desafiando al mal tiempo, el domingo de 10 septiembre más de 1.000 personas acudieron a **Vitoria-Gasteiz** para participar en la tercera carrera solidaria del **Circuito Ponle Freno 2017**, la gran campaña por la seguridad vial que organiza Atresmedia con el patrocinio de TIPSA.

Como en las carreras de Palma de Mallorca y Pontevedra, TIPSA estuvo presente durante todo el evento gracias a un stand informativo al que se acercaron muchos participantes y viandantes interesados en conocer nuestra compañía. Así mismo, TIPSA fue la encargada de entregar el premio a la ganadora del recorrido de 5 kilómetros.

La difusión de **Ponle Freno** contó con el inestimable apoyo de nuestras delegaciones en **Vitoria, Arrigorriaga, Miranda de Ebro y Pamplona**, quienes invitaron a sus clientes a participar en la acción solidaria. Además, en el día de la carrera **Ricardo Patillas**, delegado de **TIPSA Vitoria**, aportó la furgoneta que abrió el inicio del evento y los compañeros de **TIPSA Pamplona** se animaron a participar en el recorrido de 5 kilómetros.

La recaudación de **Ponle Freno Vitoria-Gasteiz** se ha destinado al proyecto '**Seguridad Vial para todos**' de la Asociación **DYA Álava**, cuyo objetivo es llevar a cabo charlas en colegios y actividades a pie de calle sobre las causas y consecuencias de los accidentes de tráfico.

Tras las carreras de Palma de Mallorca, Pontevedra y Vitoria-Gasteiz, el circuito solidario visitará **Madrid** (26 de noviembre) y una conocida localidad de las Islas Canarias que se confirmará próximamente. En el caso de Madrid, la carrera de 2016 reunió a más de 20.000 personas, situándose así como una de las carreras populares más importantes del país.

TIPSA, orgulloso patrocinador del circuito de carreras solidarias **PONLE FRENO**.

Por un 2020 con cero víctimas en la carretera.



@TIPSA_red

OPINA— #TipsaPonleFreno

TE INVITAMOS AL CINE!!!

Sólo tienes que opinar en redes sociales acerca de uno de los temas de Ruta abierta con el hashtag que proponemos y ser el favorito de la red.

EL e-COMMERCE QUE VERÁN NUESTROS HIJOS



Roberto Palencia Director General Observatorio eCommerce

En este número tenemos como invitado al Director General del Observatorio eCommerce, **Roberto Palencia**, quien nos presenta su visión sobre el futuro del comercio electrónico y la logística.

Tanto si ya has fundado un negocio como si planeas establecer un e-commerce innovador, para poder competir y ganarte a tu público no es suficiente con tener una bonita tienda online que venda artículos atractivos. Lo esencial es estar atento a las últimas tendencias e ideas de la industria y ser capaz de recopilar, probar y analizar datos que combinen el enfoque en el cliente y la facilidad de uso.

Así mismo, los millennials están impulsando las tendencias en e-commerce y en otras industrias en particular, motivando a las empresas a ir más allá del precio y la comodidad; ofreciendo servicios de valor añadido como por ejemplo poder comprar artículos únicos que no se pueden encontrar en las redes locales, tiempo de entrega rápido o acceso 24/7.

Estamos por tanto avanzando a un escenario en el que las personas están permanentemente conectadas y habitan en un ecosistema online donde todo sucede en tiempo real, en el que la comodidad de un clic seduce al cliente y hace que comprar sea una de las actividades más populares de la web.

Puntos de conveniencia

Aunque en España esta fórmula está pendiente todavía de dar el gran salto, poco a poco se va viendo como una alternativa bastante bien valorada. Dicho esto, tal vez es razonable pensar que no se tratará de tener infinitos puntos de entrega, si no puntos bien identificados en áreas de entrega cercanas.

Robots como agentes de entrega

Poco a poco los drones capaces de superar pequeñas escaleras, evitar obstáculos y comunicarse con los clientes mientras hacen el reparto se están haciendo notar. Entre otras ventajas, la introducción del robot de reparto puede reducir la emisión de gases contaminantes (contribuyendo a la sostenibilidad ambiental), mejorar y acelerar el envío y la gestión, y ahorrar hasta un 30% en gastos logísticos.

Actualmente estos pequeños ayudantes ya están en uso en varios hoteles de lujo en los que llevan artículos como jabones o toallas, e incluso se implican en el servicio de habitaciones. Paralelamente, algunas compañías de comida a domicilio han implementado sus propios drones con el fin de acelerar el reparto y evitar atascos de tráfico y problemas de aparcamiento.

Balance final

Los próximos años definitivamente traerán grandes innovaciones al sector del e-business. Para adatar tu negocio a estas oportunidades, analiza qué soluciones convertirán a los que compran por primera vez en fans fieles a tu marca; trabaja en las ofertas a publicar en redes sociales; anima a los consumidores a que escriban reseñas/críticas y a que compartan su opinión; y recuerda que el marketing del boca a boca puede mejorar constantemente la experiencia de compra del consumidor e incrementar tus porcentajes de venta.



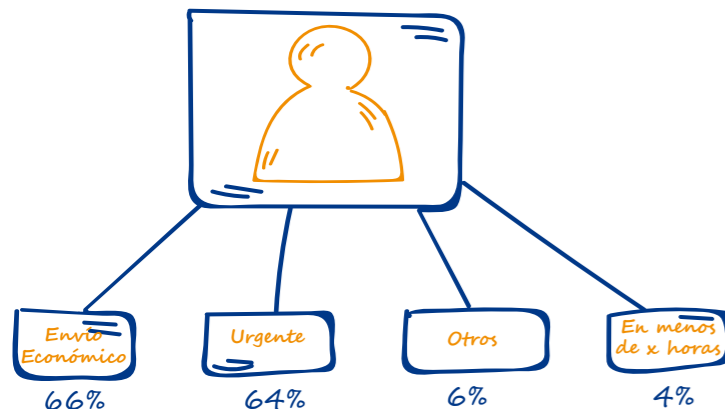
LA MADRE DE TODAS LAS ENCUESTAS II

Foto: Jannoon028 - Freepik.com

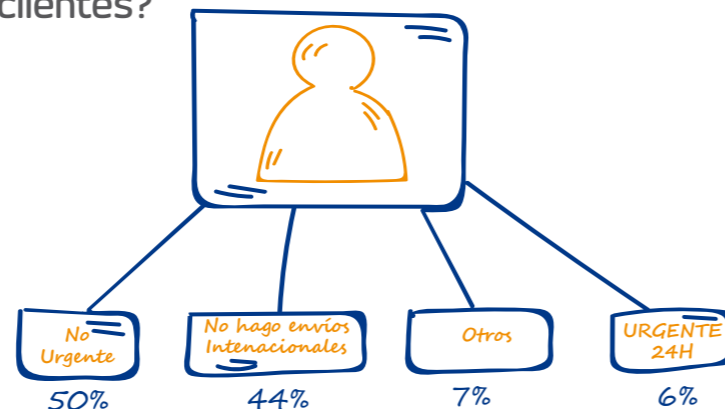
A continuación te mostramos en primicia la segunda entrega del macro estudio sobre el peso y la importancia de la logística en el comercio online que hemos elaborado junto al Observatorio eCommerce.

Esta encuesta fue difundida entre los 20.000 suscriptores del Observatorio eCommerce y nos permite elaborar una detallada radiografía del e-comerciante español y su relación con el sector logístico.

En envíos nacionales, ¿qué opciones de entrega ofreces a tus clientes?

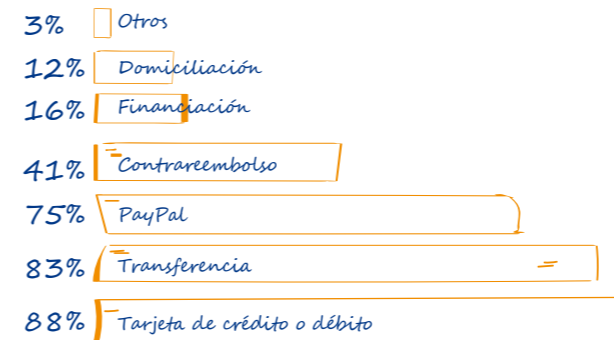


¿Haces envíos internacionales? ¿Qué opciones de entrega ofreces a tus clientes?

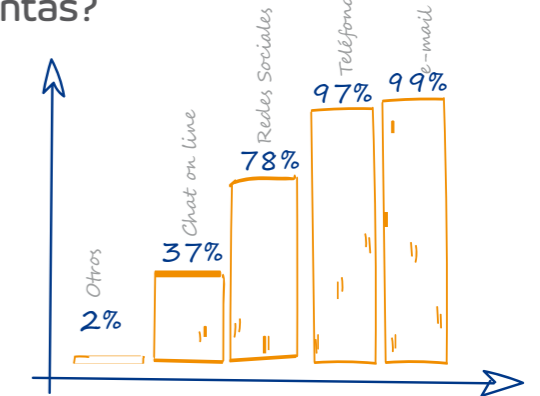


* Múltiples respuestas. No deben sumar 100%

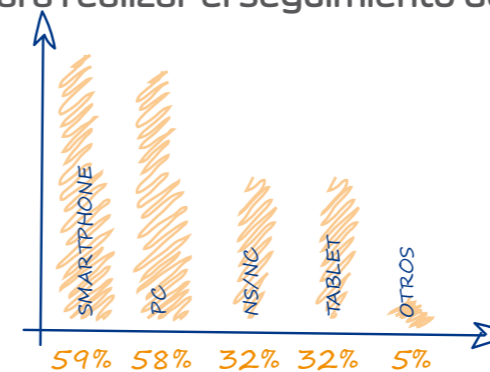
¿Cuáles son tus métodos de pago?



¿Con qué canales de atención al cliente cuentas?

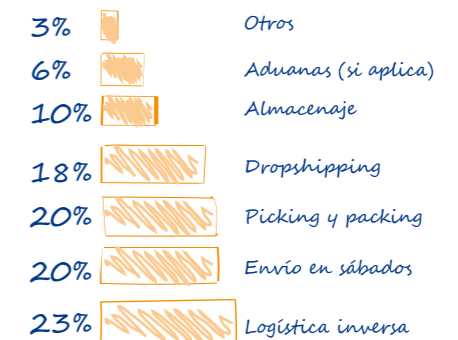


¿Qué dispositivos utilizan tus clientes para realizar el seguimiento del envío?



* Múltiples respuestas. No deben sumar 100%

¿Cuáles de estos servicios consideras importantes para tu actividad desde el punto de vista de la logística?

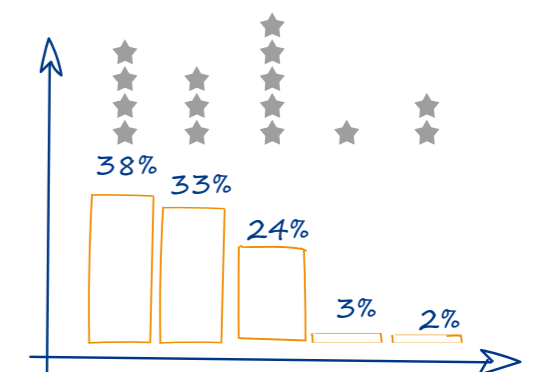


¿Cuáles son las principales reclamaciones de tus clientes?

1. Problemas en el plazo de entrega (incluyendo pérdidas)
2. Problemas logísticos estacionales
3. Roturas y desperfectos
4. Problemas con el pago
5. El producto no corresponde a lo comprado

* Múltiples respuestas. No deben sumar 100%

¿Cómo valorarías la calidad de tu proveedor logístico?





#TuvalorTipsaenunTweet

TIPSA Burgos @TIPSA_red

Entender las necesidades de nuestros clientes y poner los medios para cumplirlos, adaptándonos a un mercado en constante ebullición. [#Adaptabilidad](#) @TIPSA_red

5:11 PM · 20 Sep 17

133 RETWEETS 1,170 LIKES

En Ruta Abierta hemos pedido a varios miembros de la Familia TIPSA que nos resuman en un tweet (una frase de menos de 140 caracteres) qué significa para ellos los valores que forman parte del ADN TIPSA. Valores que compartimos con toda nuestra Red y que nos han permitido diferenciarnos de la competencia y situarnos como una de las empresas líderes del sector.

TIPSA Alcoy @TIPSA_red

Con la mirada puesta en el [#futuro](#) y con la [#ilusióndelprimerdía](#) se consiguen todos los objetivos.

[#envíos](#) [#paquetería](#) [#EnvioSeguro](#)

[#Futuro](#)

5:11 PM · 20 Sep 17

133 RETWEETS 1,170 LIKES

TIPSA Terrassa @TIPSA_red

Nuestra mejor publicidad es nuestra [#red](#), estar físicamente cerca del cliente es lo que más pesa en la [#decisióndecompra](#)

5:11 PM · 20 Sep 17

133 RETWEETS 1,170 LIKES

TIPSA Paterna @TIPSA_red

Tenemos [#ilusión](#) por conseguir objetivos comunes.

[#envíos](#) [#paquetería](#) [#EnvioSeguro](#)

5:11 PM · 20 Sep 17

133 RETWEETS 1,170 LIKES

TIPSA Vigo @TIPSA_red

[#Capilaridad](#) es la prolongación de un árbol: Sus ramas, hojas, flores y frutos... lo que le da vida y futuro

[#enviorápido](#) [#distribución](#) @TIPSA_red

[#Capilaridad](#)

5:11 PM · 20 Sep 17

133 RETWEETS 1,170 LIKES



#TuvalorTipsaenunTweet

TIPSA Elche @TIPSA_red

Conseguir que lo complicado se vuelva sencillo y que los envíos lleguen a todos los puntos de la nación sin atrasos. ¡UN VERDADERO MILAGRO! [#Capilaridad](#)

5:11 PM · 20 Sep 17

133 RETWEETS 1,170 LIKES

TIPSA Tenerife @TIPSA_red

Aliados del mar y del cielo, aportando día a día soluciones, confianza y seguridad para los envíos de nuestros clientes [#Calidad](#) [#envioseguro](#) [#distribución](#) @TIPSA_red

[#Calidad](#)

5:11 PM · 20 Sep 17

133 RETWEETS 1,170 LIKES

TIPSA Murcia @TIPSA_red

Tratar nuestros envíos con el máximo [#respeto](#), sabiendo que tras cada paquete hay [#HistoriasqueCompartir](#) @TIPSA_red

[#Cariño](#)

5:11 PM · 20 Sep 17

133 RETWEETS 1,170 LIKES

TIPSA Ciudad Real @TIPSA_red

En @TIPSA_red nos somos como una prenda de talla única. Nos adaptamos a tu forma de vender, tu forma de enviar y tu forma de recibir [#Adaptabilidad](#)

5:11 PM · 20 Sep 17

133 RETWEETS 1,170 LIKES

TIPSA Zarautz @TIPSA_red

Dar [#soluciones](#) al cliente, como si fuéramos el agua que rellena cualquier hueco y esquiva los obstáculos que encuentra en su camino [#Adaptabilidad](#) @TIPSA_red

5:11 PM · 20 Sep 17

133 RETWEETS 1,170 LIKES



@TIPSA_red

OPINA— [#conla ilusióndelprimerdía](#)

TE INVITAMOS AL CINE!!!

Sólo tienes que opinar en redes sociales acerca de uno de los temas de Ruta abierta con el hashtag que proponemos y ser el favorito de la red.

ESTE CURSO TIPSA TE AYUDA A SACAR MATRÍCULA DE HONOR EN REDES SOCIALES

Las redes sociales han pasado de ser una alternativa para las marcas que buscaban nuevas vías para contactar con sus clientes a convertirse en un fenómeno imparable. En TIPSA somos conscientes del potencial de estas plataformas y una de las asignaturas troncales de este curso es enseñar a nuestras delegaciones (y a nosotros mismos) a dominar las redes sociales. Y, para ello, contaremos como profesores a las agencias TIPSA que ya triunfan en los social media.

Abre el temario, ten a mano boli y subrayador, y ayúdanos a corregir nuestro examen de 'Primero en Facebook y similares'. Puede ser que esta vez no nos haya ido muy bien, pero estamos convencidos de que, con CARIÑO e ILUSIÓN, acabaremos el curso con matrícula de honor.

¿Cuál es el principal objetivo de una marca en redes sociales?

Respuesta: Vender, vender y vender. En cada mensaje que publiquemos debemos dejar claro por qué nuestra marca es mejor que la del resto de competidores.

Corrección: Aunque es lógico y necesario que una marca aproveche las redes sociales para vender sus productos y/o para destacar sus servicios, la razón de ser de los social media no es otra que crear comunidad aportando valor añadido a tu público. De hecho, ¡la forma más rápida de perder seguidores es acosarlos con constantes mensajes comerciales!

La mayoría de los expertos afirman que las marcas solo deberían dedicar un tercio (o menos) de sus publicaciones a hablar de sí mismas, enfocando el resto de mensajes a compartir noticias de interés, publicaciones de terceros, guías e infografías elaborados por expertos o por la propia marca, etc. Es decir, ofrecer valor añadido a tus seguidores.

¿Con qué frecuencia se debe publicar nuevo contenido?

Respuesta: Siempre que sea posible. A más mensajes, más destacaremos sobre la competencia.



Capturas nuestras delegaciones en Redes Sociales



Corrección: En las redes sociales, publicar en exceso puede resultar tan perjudicial como publicar muy poco. En el primer caso, los seguidores pueden sentirse saturados o incluso molestos ante el bombardeo de mensajes, mientras que en el segundo pueden acabar por olvidarse de nosotros.

Por tanto, en vez de primar la cantidad se debe priorizar la calidad y la frecuencia, publicando mensajes con valor añadido y con una regularidad que se mantenga estable en el tiempo.

¿En qué redes sociales se debe actuar?

Respuesta: Como mínimo en Facebook y Twitter, pero cuantas más redes mejor, ya que nunca sabes dónde puede estar tu próximo cliente.

Corrección: Una marca debe limitar su actividad a aquellos social media que pueda mantener y en los que pueda interactuar con su público objetivo. Por el contrario, expandirse en demasía y sin criterio acaba dando lugar a perfiles abandonados y/o desactualizados, lo que por supuesto daña la reputación de la marca.

Así mismo, una marca podría prescindir de Facebook o Twitter si su público objetivo se concentra en otras redes de tipo B2B como por ejemplo LinkedIn. En este sentido, las mejores guías de una marca son el sentido común y conocer a su público y a su competencia.

¿Hay algún límite en el uso de hashtags o etiquetas? ¿Y en el uso de recursos audiovisuales?

Respuesta: Los hashtags son indispensables en muchas redes sociales, así que cuantos más usemos, mejor. Y por lo que se refiere a los recursos audiovisuales, una imagen vale por mil palabras... ¡Y un vídeo vale por un millón de imágenes!

Corrección: Las redes sociales son, ante todo, un canal para comunicarse, por lo que bajo ningún concepto se debe sacrificar la legibilidad de nuestros mensajes. En este sentido, el uso excesivo e injustificado de hashtags y/o de recursos audiovisuales, escribir en mayúsculas, las faltas de ortografía o las palabras malsonantes son consideradas malas prácticas que dificultan la lectura y causan rechazo.

De nuevo, hay que utilizar el sentido común y limitar el uso de recursos a las ocasiones en las que de verdad aporten valor añadido a la publicación. En el caso concreto de los hashtags, incluso si su uso está justificado, nunca se deberían incluir más de dos o tres por publicación, ya que dificultan la lectura.

¿Qué longitud máxima debe tener una publicación?

Respuesta: Igual que un tweet (140 caracteres). Así podemos publicar el mismo mensaje en todos nuestros perfiles.

Corrección: Uno de los errores más frecuentes de los social media es publicar el mismo mensaje en todas las plataformas. Aunque se hable del mismo tema, el mensaje debería ajustarse al estilo, tono y posibilidades de cada plataforma. Solo así una marca podrá aprovechar todo el potencial de las redes sociales y conectar con su público.

Por lo que se refiere a la extensión, la mayoría de los estudios indican que los mensajes más populares son los que aportan valor añadido en la mayor brevedad posible... ¡Sin sacrificar jamás la legibilidad! Aunque los estándares suelen variar, actualmente se recomiendan publicaciones de menos de 100 caracteres para Twitter, de 80 para Facebook y LinkedIn y de 60 para Google+.

Corregido este primer examen, ahora toca prepararse para 'Segundo en Facebook y similares'. ¡Seguro que este curso somos los mejores de la clase! Y si te ha quedado alguna duda, puedes ampliar el temario consultando la entrevista de la página 12 al delegado de TIPSA Ripolllet o solicitando una clase de repaso en prensa@tip-sa.com. ¡Estaremos encantados de compartir nuestros apuntes!



@TIPSA_red

OPINA— #conlailusiondelprimerdía

TE INVITAMOS AL CINE!!!
Sólo tienes que opinar en redes sociales acerca de uno de los temas de Ruta abierta con el hashtag que proponemos y ser el favorito de la red.

EL CAMPEÓN DE REDES SOCIALES

Descubre cómo los social media han mejorado el negocio de TIPSA Ripollet

Entrevista a Francisco Pérez, Director General de TIPSA Ripollet



"Todas las delegaciones TIPSA deberían estar en las redes sociales de una manera u otra. Esto reforzaría la presencia y la imagen de nuestra Red y aportaría beneficios a todas las agencias"

Bienvenido a Ruta Abierta, Francisco. Cuéntanos, ¿desde cuándo formáis parte de la Red TIPSA y qué os llevó a sumaros a nuestra Familia?

Nos integramos en la Red TIPSA en marzo del 2003, por lo que muy pronto celebraremos nuestro decimoquinto aniversario. El motivo inicial para unirnos fue mejorar el servicio a nuestros clientes, ya que estar dentro de una red nos facilitaba el desarrollo integral de las campañas, disponer de información en tiempo real, gestionar las incidencias y, en definitiva, trasladar todo ese valor añadido a nuestros clientes.

Lo que no estaba en nuestros planes era acceder a las oportunidades de negocio que se nos abrieron gracias a TIPSA. De hecho, en estos casi 15 años hemos crecido tanto a nivel personal como profesional, adaptándonos eficazmente a todos los cambios que ha vivido este sector.

TIPSA Ripollet es una de las agencias más activas en Internet y en especial en Twitter. ¿Por qué decidisteis apostar por los social media?

Hoy en día es imprescindible estar en las redes sociales, ya que te permiten tener un canal de comunicación directo con usuarios y clientes y reforzar la visibilidad de tu agencia, de tus nuevos productos y servicios, etc. Al fin y al cabo, estar en las redes te obliga a dedicar tiempo, recursos y ser constante... pero #sinoestasoexistes.

¿Consideras que los valores TIPSA de cariño, ilusión y adaptabilidad tienen cabida en las redes sociales?

La verdad es que desde que se realizó el cambio de imagen del logo, este mensaje y las imágenes del niño que lo acompaña han dado juego en redes sociales y nos ha permitido comunicar dichos valores.

¿Hay otros aspectos de la filosofía TIPSA que os hayan resultado útiles en vuestra comunicación online?

En redes sociales intentamos comunicar la calidad del servicio, las certificaciones, las nuevas aplicaciones, los nuevos productos y todo aquello que nos aporta valor, tanto como agencia como TIPSA en su conjunto. Aquí cabe destacar la revista Ruta Abierta, que creo que es el elemento que más valor nos aporta en estos momentos.

¿Qué ventajas aporta estar en las redes sociales?

Nos han permitido dar visibilidad a nuestra agencia, comunicar quiénes somos y qué hacemos, crear y compartir contenidos con otros usuarios que nos siguen, seguir a nuestros clientes actuales y potenciales y conversar con ellos.

¿Y qué retos afrontáis?

La mayor dificultad a la que nos enfrentamos es el perfil de las empresas con las que interactuamos, y que en su mayoría son pymes que todavía no utilizan las redes sociales. De todas formas, debemos prepararnos internamente para la transformación digital y formar a nuestro personal para aprovechar las oportunidades presentes y futuras.

Finalmente, ¿podrías dar algún consejo a las delegaciones que vayan a dar el salto a las redes sociales?

Aunque no suelo dar consejos, considero que, como Red, todas las delegaciones TIPSA deberían estar en las redes sociales de una manera u otra. Esto reforzaría la presencia y la imagen de TIPSA en todo el territorio, lo que a su vez aportaría beneficios a todas las delegaciones.

Eso sí, hay que comprender que, aunque crear una cuenta de Twitter o Facebook son cinco minutos, cada día hay que dedicar un momento a publicar, seguir a otros usuarios, compartir, recomendar, comentar, etc. Como decía antes, #sinoestasoexistes.

360°

eCommerce

Asesoramiento, integración y adaptabilidad son solo el principio. Seas grande o estés poniendo en marcha tu negocio online, en TIPSA tenemos la solución.



MÓDULO DE INTEGRACIÓN



RECOGIDA EN DELEGACIÓN



DROPSHIPPING



RECOGIDA EN PUNTO

e-PREMIUM está pensado para cubrir todas las necesidades del eCommerce:

- Entrega al día siguiente
- 3 intentos de entrega incluidos
- Posibilidad de entrega antes de las 10h y en sábados
- Gestión de devoluciones, canjes y contra-reembolso
- Envío de e-mails gratuitos y SMS de seguimiento
- Cobertura nacional e internacional
- Integración tecnológica según tus necesidades

e-STANDARD es un servicio más económico con las siguientes opciones:

- Entrega en 24/48 horas
- 2 intentos de entrega incluidos
- Gestión de devoluciones, canjes y contra-reembolso
- Envío de emails gratuitos y sms de seguimiento
- Cobertura nacional e internacional
- Integración tecnológica según tus necesidad

YUPICK! Una solución exclusiva de TIPSA para la recogida en PUNTOS DE CONVENIENCIA:

- Recogida en +1.000 puntos en toda España
- Una alternativa cómoda, sencilla y flexible
- La mejor y más económica solución para evitar las segundas entregas
- Máxima flexibilidad para recoger las compras



EUROTIPSA



LOGÍSTICA INVERSA



REEMBOLSO



SÁBADOS



AÉREO INTERNACIONAL

PATROCINIOS TIPSA, SER UN BUEN VECINO.



Como bien saben los protagonistas que hoy te presentamos, la **CAPILARIDAD** de la Red TIPSA no se limita a ser capaces de transportar un paquete de un punto A a un punto B. Significa formar parte del tejido social y económico del país, ser un vecino más de nuestros clientes y ayudarles a crecer.

Por ello, son muchas las agencias TIPSA que se han erigido como auténticos pilares de las comunidades en las que se ubican; participando en festejos y festivales, patrocinando campañas, actividades deportivas y actos solidarios y, en definitiva, aportando grandes dosis de **VALOR AÑADIDO**.

Sin duda, excelentes ejemplos de que, en TIPSA, **NOS GUSTAN NUESTROS CLIENTES**.

“Siendo una de las delegaciones fundadoras de TIPSA, hace aproximadamente un año decidimos reforzar nuestros vínculos con la sociedad de **Las Palmas** uniéndonos a una de las grandes pasiones de la isla: los rallies. Más concretamente, nos convertimos en los patrocinadores principales de Yuste Motorsport, un joven equipo de grandes personas y mejores profesionales que comparte nuestros valores de ilusión, calidad y excelencia. Finalizada la temporada, no podemos estar más satisfechos con la experiencia, ya que el patrocinio nos ha permitido ser mucho más conocidos y vincularnos a un deporte y una afición que nos apasiona”.
José Pérez. Delegado TIPSA Las Palmas de Gran Canaria.

“En TIPSA **Arrigorriaga** siempre hemos aspirado a ser más que una empresa de mensajería. Queremos mejorar la sociedad que compartimos con nuestros clientes, implicándonos en actividades deportivas, culturales y empresariales en las que podemos marcar la diferencia. Por ello, en estos momentos estamos vinculados a la Fundación del Athletic para la promoción del deporte y la cultura y somos miembros del Clúster de Movilidad y Logística de Euskadi. Gracias a estas alianzas hemos sido capaces de compartir nuestra pasión por el deporte y nuestro compromiso hacia el sector logístico, lo que a su vez nos ha permitido acercarnos a nuestros clientes actuales y potenciales y compartir con ellos sus inquietudes e intereses”.

Ventura Domínguez. Delegado TIPSA Arrigorriaga

“En la actualidad patrocinamos al piloto de rallies Gustavo Castro, ofreciéndole apoyo tanto económico como logístico en las pruebas de subida a montaña que lleva a cabo. Así mismo, también colaboramos con el equipo de baloncesto Reocín, en el cual milita uno de los integrantes de equipo TIPSA **Santander**, y patrocinamos un equipo de Fútbol 7 que, aunque ha sido creado este año, cuenta con jugadores de talla internacional. Consideramos que es muy importante apoyar actividades deportivas que permitan potenciar la presencia promocional de TIPSA en la región, ofreciendo una imagen de solvencia y voluntad de participación ante el entramado social y empresarial de Cantabria”.

Asbel Cobo. Delegado TIPSA Santander



LOS QUE LO HACEN GENIAL

TIPSA TERRASSA: Pasión 001



La pasión por nuestro trabajo, la mejor garantía para seguir mejorando día a día.

002 MADRID PLATAFORMA: Respeto



Con respeto y compromiso, demostramos que nos gustan los envíos de nuestros clientes.

VILLENA: Familiaridad 003



Más que una Red, una familia que comparte la ilusión por crecer juntos.

LOS QUE CADA DÍA LO HACEN MEJOR

BENICARLÓ 001



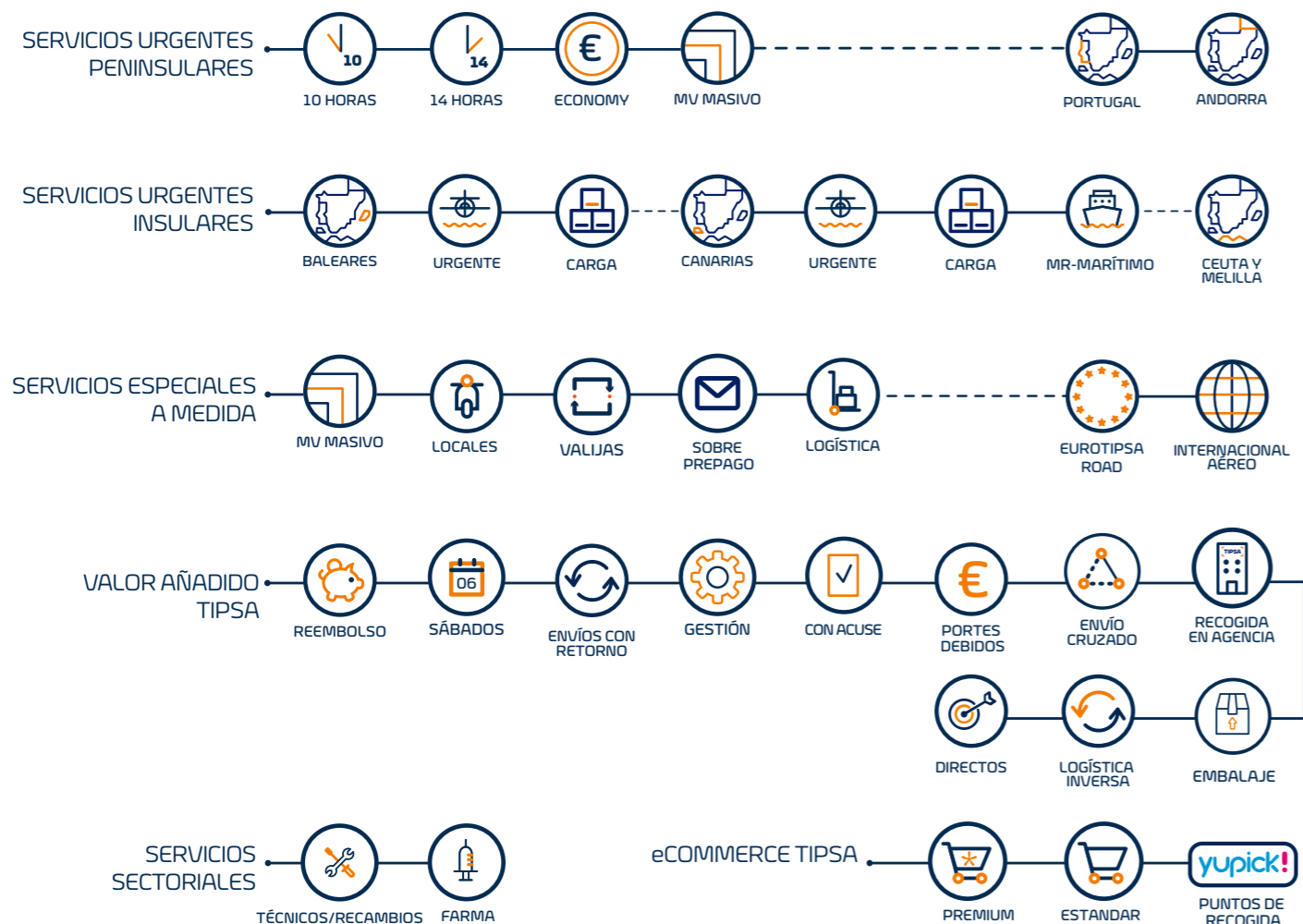
002 MURCIA



CASTELLAR DEL VALLÉS 003



SERVICIOS TIPSA — DE UN VISTAZO



SERVICIOS TIPSA — CON NUESTRO VALOR AÑADIDO

TIPSA MASIVO

Servicio *llave en mano* para campañas de comerciales y de marketing, o para envíos masivos. Ofrecemos un servicio experto y de máxima calidad entendiendo que, con este servicio, *representamos* las marcas de nuestros clientes.

Asesoramiento logístico integral, con un equipo especializado y con gran experiencia en logística comercial (*marketing, tienda y envíos promocionales,...*)

CARACTERÍSTICAS DE ESTE SERVICIO

- Distribución urgente a precios competitivos
- Recepción y preparación de envíos (*picking y packing*)

- gestión on-line y off-line
- Almacenaje y gestión de stocks
- Gestión y análisis de campañas
- Gestión incidencias
- Call-Center Atención al cliente (*emisión y recepción de llamadas*)

SOLUCIONES SECTORIALES

TIPSA FARMA

- Cool Chain (*frío pasivo*)
- Con trazabilidad integral de la temperatura
- Entrega urgente (*temperatura ambiente*)
- Cumplen con GDPs

TIPSA TÉCNICOS Y RECAMBIOS

- PUDO's: puntos de recogida y microalmacenaje en delegaciones
- Servicios directos y operativas especiales.
- Servicios con disponibilidad total 24/ 7/ 365
- Gestión de piezas y de devoluciones

TIPSA eCOMMERCE

- Módulos de integración
- Seguimiento de envíos
- Logística inversa
- Entrega en puntos de conveniencia
- DropShipping

VALIJA DIARIA

SERVICIOS TIPSA — ENTREGA URGENTE PREFERENTE

TIPSA 10

TIPSA 10 PENINSULAR

Entrega antes de las 10 horas en capitales y principales poblaciones de la Península (con delegaciones TIPSA). Resto de poblaciones tienen un margen adicional de 1 minuto por cada kilómetro de distancia desde la agencia de reparto.

TIPSA 10 BALEARES

Entrega al día siguiente en cabeceras de islas, antes de las 10:00.

TIPSA 10 CANARIAS*

Servicio válido solo para documentación. Entrega al día siguiente en cabeceras de islas mayores, laborable, antes de las 10:00 horas.

* Sujeto a trámites aduaneros

TIPSA 14

TIPSA 14 PENINSULAR

Entrega antes de las 14 horas en capitales y principales poblaciones de la Península (con delegaciones TIPSA). Resto de poblaciones entrega en horario de mañana o de tarde, en función de ruta, con límite hasta las 20 horas.

TIPSA 14 CANARIAS*

Entrega al día siguiente en capitales de islas mayores, antes de las 14:00. Resto de poblaciones entrega en horario de mañana o de tarde, en función de ruta, con límite hasta las 20 horas. Islas menores demora de un día más.

TIPSA 14 CEUTA Y MELILLA*

Servicio exprés con entrega entre 24-48h.

TIPSA 14 ANDORRA*

Entrega urgente en 24 horas.

TIPSA 14 PORTUGAL

Conexión diaria con Lisboa, Oporto, Faro y Coimbra. Servicio exprés con entrega entre 24h en las principales ciudades y 48h en el resto del país.

* Sujeto a trámites aduaneros

ECONOMY

ECONOMY PENINSULAR

Servicio económico de entrega en 24 horas (máximo 48 horas) en cualquier punto del territorio nacional peninsular.

CARGA BALEARES

Servicio exprés con entrega en 48h. El servicio para islas menores demora un día más.

CARGA CANARIAS*

Servicio exprés por carga aérea con entrega en 48-72h. El servicio para islas menores demora un día más.

MARÍTIMO CANARIAS*

Servicio exprés por carga aérea con entrega marítima con salida semanal.

* Sujeto a trámites aduaneros

SERVICIOS TIPSA — A TU MEDIDA

Servicio de conexión diaria entre dos destinos fijos con horarios concertados. Para clientes con varias oficinas-delegaciones y/o con intercambio diario con clientes (*ej: laboratorio, prótesis dental, gestorías...*).

MULTISOBRE TIPSA

Partimos de sobres TIPSA de diversos tamaños, pero que podemos personalizar para el cliente, adaptando las entregas a sus necesidades.

SEVICIOS DE VALOR AÑADIDO

- + Entregas los sábados.
- + Envíos que requieran gestión.
- + Envíos con retorno.
- + Envíos con Acuse de Recibo del remitente.

REEMBOLSOS

Servicio de entrega y gestión de cobro en todo el territorio nacional y Portugal.

PORTES DEBIDOS

El destinatario paga los portes del envío al recibirlo

SOBRE PREPAGO*

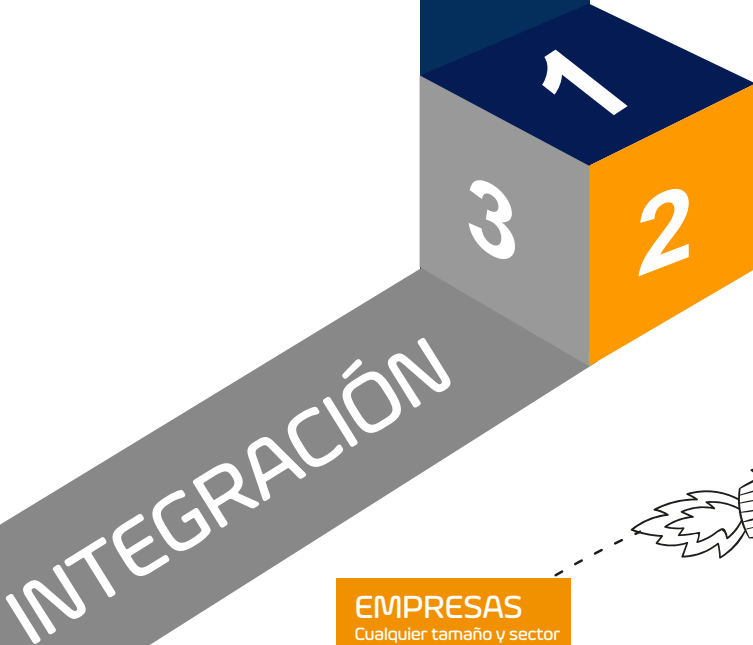
Servicio disponible solo en España Peninsular. El cliente TIPSA entrega a sus clientes o colaboradores sobres de cartón para envíos de documentación y de pequeñas muestras.

*No admite servicios de valor añadido.



- BOLSAS**
Medidas:
Grande - Mediana - Pequeña
Pack de 100 unidades
- SOBRE GRANDE**
Medidas: 60 x 44,5 cm.
Referencia: 76
Pack de 100 unidades
- SOBRE MEDIANO**
Medidas: 45 x 35 cm.
Referencia: 7
Pack de 100 unidades
- SOBRE PEQUEÑO**
Medidas: 30,5 x 21,5 cm.
Referencia: 77
Pack de 100 unidades

- CAJA GRANDE**
Medidas: 40 x 30 x 30 cm.
Referencia: 32
Pack de 10 unidades
- CAJA MEDIANA**
Medidas: 40 x 30 x 15 cm.
Referencia: 34
Pack de 10 unidades
- CAJA PEQUEÑA**
Medidas: 30 x 20 x 13 cm.
Referencia: 31
Peso máximo: 2 Kg.
Pack de 25 unidades
- CAJA MINI**
Medidas: 25 x 15 x 10 cm.
Referencia: 30
Peso máximo: 1 Kg.
Pack de 25 unidades



INTEGRACIÓN

EMPRESAS
Cualquier tamaño y sector

DESTINATARIOS
El estado de sus envíos en tiempo real.

TIPSANET
Solución de gestión para la grabación directa y seguimiento de envíos (No requiere instalación).

WEB TIPSA
Localizador de envíos 24h. / 365 días.

WEBSERVICE
Acceso directo a la información Tipsa con fácil integración con el programa de gestión de cada cliente.

APP
- Alertas envíos en tránsito.
- Alerta de incidencias.
- Alerta de entrega.



INTEGRACIÓN

SMS/eMAIL
- Seguimiento en tiempo real.
- Notificación de cambios de estado del envío.
- Interacción para entrega en caso de ausencia.

GRANDES CLIENTES

DINAPAQ CLIENTES
Acceso a todas las funcionalidades de sistema para su gestión on-line (requiere instalación y permite sincronización ERP).

TIPSA NOTIFY
Permite avisar al destinatario, a primera hora, de la hora aproximada de entrega y pudiendo, también, acordar día y hora de entrega.

eCommerce eTIPSA

TIPSA 360° eCommerce – La solución que se integra con PRESTASHOP - MAGENTO - OSCOMMERCE - TIPSA WEB SERVICES - METAPACK



Puedes descargar ya la App de TIPSA

