

Plan de Evaluación de Calidad

Un impulso para crecer



● **Tips@ Pamplona**
Largo recorrido en el sector

● **Tips@ Fuengirola**
Apostando por la fidelización

Plan de Evaluación de Calidad de Agencias

Aunque hoy los programas de calidad están institucionalizados en cualquier empresa seria, hace algunos años eran pocas las compañías que daban el paso para lograr una certificación que avalara su compromiso con la calidad y con los procesos de trabajo que la aseguraran en los productos o servicios ofrecidos al cliente.

Tips@ ha apostado por ofrecer los mayores estándares de calidad desde el primer día de su nacimiento como empresa allá por el año 2000 y está certificada con la ISO 9001, que avala ese compromiso, desde el año 2006. A día de hoy, a esta certificación se unen otras relacionadas con medio ambiente y prevención de riesgos laborales, que apuntalan la apuesta por trabajar bajo unos procesos que aseguran el buen hacer de la compañía.

Hace unos meses se quiso dar un paso más e involucrar de una manera directa a toda la red de agencias Tips@, para ello se diseñó un Plan de Evaluación de Calidad de Agencias en el que bajo unos parámetros determinados, se califica el día a día de todas y cada una de las agencias, lo que desemboca en una clasificación mensual en la que las agencias más destacadas reciben un merecido premio.

Este programa tiene entre sus fines alcanzar la excelencia en el desempeño profesional de la red de agencias, lo que sin duda repercutirá en el bienestar de empleados y clientes logrando la fidelización en ambos casos.

Hasta ahora los resultados son más que positivos, se ha logrado una mejora en los indicadores de calidad respecto a periodos anteriores a la implantación del Plan, que nos acerca al nivel de excelencia deseado, y lo que es más importante, se ha conseguido una más que positiva acogida dentro de la red.

Estamos convencidos de que este programada de evaluación de calidad, con la implicación de todos, ayudará a asentar a Tips@ en el lugar de referencia en el sector que ya ocupa y contribuirá a que la red de agencias mejore en fidelización y captación de clientes.

Miguel Sampedro

Director Marketing y Comunicación

www.tip-sa.com

Sumario

Ruta abierta - Septiembre 2011

Tema de portada

- 3 Calidad como estrategia de negocio

Agencias

- 5 Tips@ Pamplona
- 6 Tips@ Fuengirola
- 7 Nuevas aperturas: Tarragona / Vilafranca

Noticias Tips@

- 8 Tips@ estará en la feria Ecomm-Marketing de Madrid

e-commerce

- 9 España país invitado al salón e-commerce Paris 2011

Noticias sector

- 10 Tacógrafos digitales obligatorios

Escapate Tips@

- 11 Llerandi / NH Hoteles

Escapadas

- 12 Múnich

Espacio

- 14 Miscelánea
- 15 Cultura

Editor

Tips@ Central
Departamento de Comunicación
comunicaciones@tip-sa.com

Imprime

Gamacolor
Calle Romería, 13, 15, 17
28864 Ajalvir, Madrid
gamacolor@gamacolor.es

Deposito legal
M-40803-2005



La propuesta que en su día lanzó la dirección comercial de la compañía para desarrollar un Plan de Evaluación de Calidad de las Agencias está dando sus frutos, y la iniciativa ha arraigado con fuerza en toda la red tan solo unos pocos meses después de su puesta en marcha.

Cuando nació la idea los objetivos eran claros, las agencias lo han entendido como una oportunidad de mejora continua y el esfuerzo de todos está dotando a la marca de una imagen de calidad que ayuda a cada uno de los miembros de la red y fortalece la presencia de Tips@ en un mercado maduro y extremadamente competitivo.

Tips@ viene apostando desde hace tiempo por la implantación de sistemas de gestión de calidad en cada una de sus áreas de actividad, y hace ya tiempo que dispone de la certificación ISO 9001, recientemente renovada.

Estos sistemas de gestión de calidad tienen una vertiente externa, la que corresponde a la satisfacción de los clientes. El logro de la calidad externa requiere proporcionar productos o servicios que satisfagan las expectativas del cliente para establecer lealtad con el mismo y de ese modo mejorar la práctica en el mercado.

Los beneficiarios de la calidad externa son los clientes y los proveedores de la compañía. Y existe otra vertiente, la que corresponde a la mejora de la operativa interna de una compañía. El propósito básico de la calidad interna es implementar los medios para permitir la mejor descripción posible de la organización y detectar y limitar los funcionamientos incorrectos. Los beneficiarios de la calidad interna son los administradores y los empleados de la compañía.

Tenemos un plan

El Plan de Evaluación de Calidad de las Agencias Tips@ busca implantar unos procedimientos de trabajo a través de unos objetivos marcados a los que debe aspirar cualquier agencia de la red, entre ellos: mejorar la excelencia en el desempeño profesional; aumentar la fidelización de los empleados, consiguiendo mayor compromiso en cada proyecto; valorar positivamente el desempeño profesional me-

dante la evaluación de criterios de calidad de las agencias, premiando el esfuerzo cualitativo y cuantitativo realizado; reforzar la imagen corporativa de la compañía; fidelizar clientes a través de un servicio de calidad perceptible...

Las agencias lo han entendido como una oportunidad de mejora continua

La implantación del Plan de Evaluación de Calidad trata de llevar a la realidad del día a día de las agencias Tips@ algunas de las características propias de un plan de calidad empresarial, buscando la mejora continua y tratando de ajustar los procesos de actuación de tal manera que el

Tema de portada TIPS@

beneficiario final sea el cliente que consigue un altísimo nivel de satisfacción derivado del alto grado de compromiso de las agencias con este programa de calidad.


Mejorar la calidad interna y externa permite que una compañía trabaje con sus clientes en las mejores condiciones, lo que se traduce en una relación de confianza y ganancias de naturaleza tanto financiera como personal.

Los números nos avalan

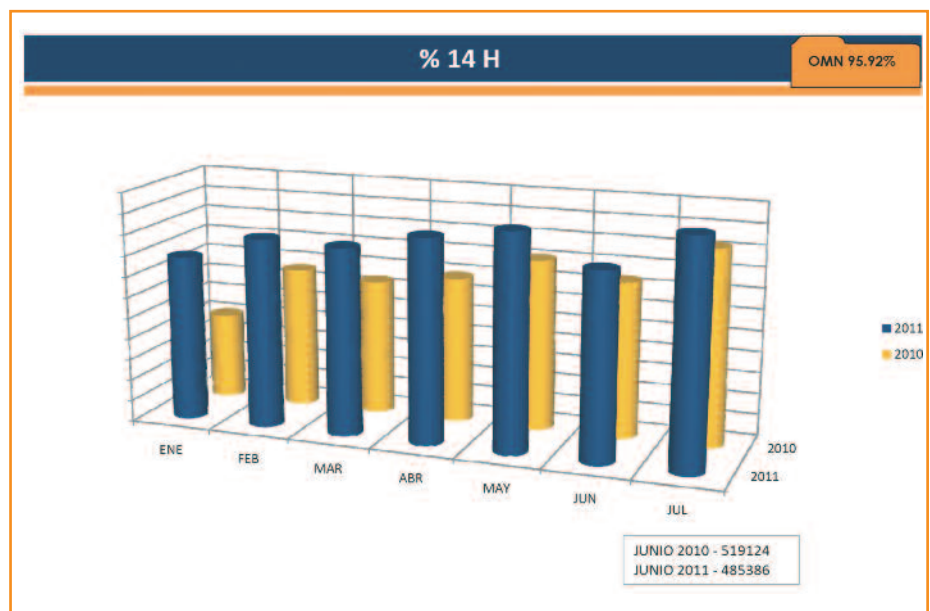
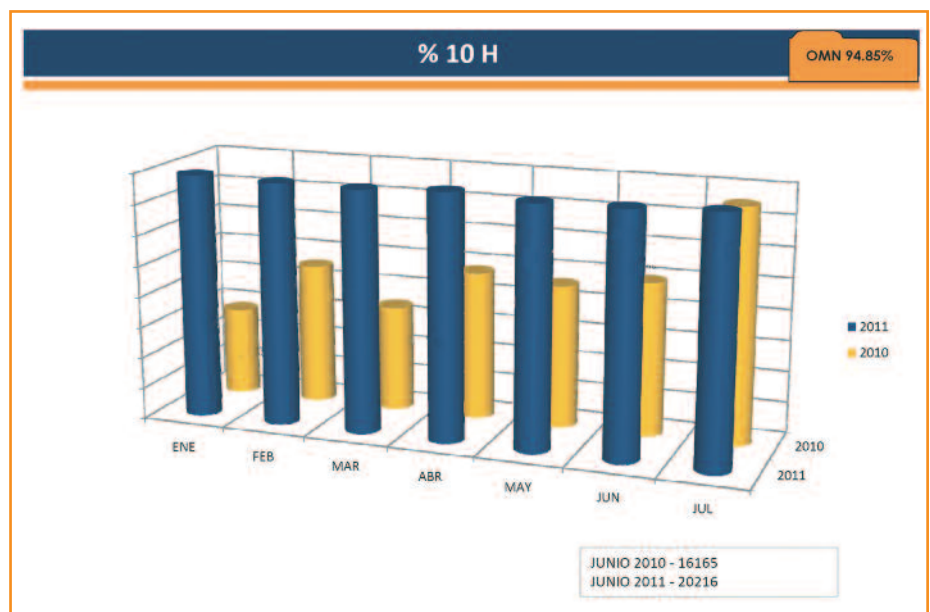
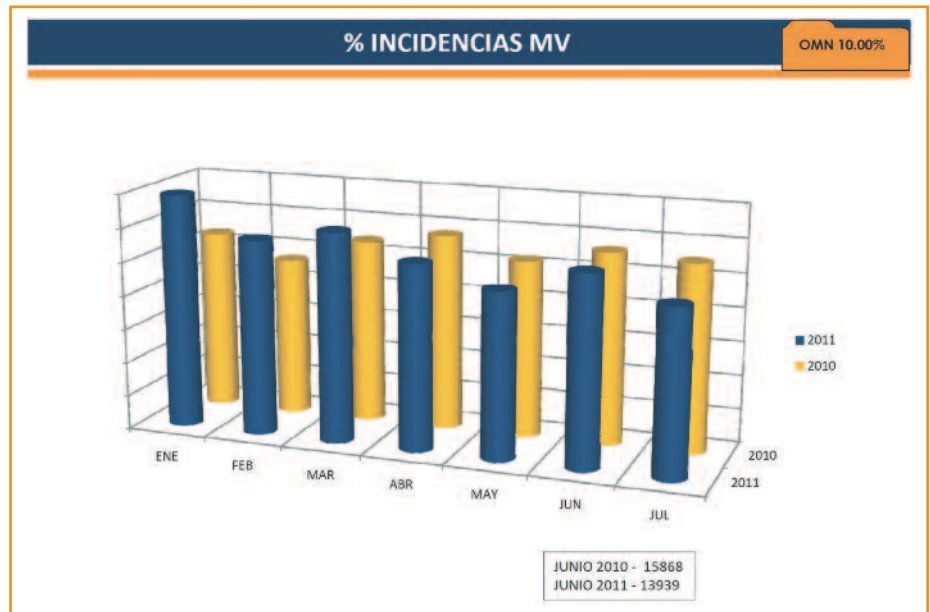
Haciendo balance de los siete primeros meses del año podemos presentar datos más que satisfactorios relacionados con la implantación de este programa de evaluación. Las mejoras en los índices de calidad avalan el trabajo que se está llevando a cabo en las agencias. Se están consiguiendo datos que nos acercan al nivel de excelencia deseado. En el caso de los no masivos, durante estos primeros siete meses del año el porcentaje medio de incidencias detectadas fue de un 1,35 por ciento menor al del mismo periodo del año pasado, que ya era bajo.

La satisfacción del cliente está en los mejores niveles alcanzados por Tips@

Si nos centramos en los servicios estrella de la compañía estamos hablando de unos porcentajes medios de entrega durante el periodo de tiempo estudiado del 99,6 por ciento en Tips@ 10 horas y de porcentajes similares en Tips@ 14 horas. Estos datos confirman el buen hacer de la red de agencias, aportan mejoras porcentuales en algunos de los datos tratados, y sitúan a Tips@ en lo alto del ranking de calidad de servicios prestados.

El acierto en la implantación de este Plan de Evaluación es evidente, los objetivos se van cumpliendo y la satisfacción del cliente está en los mejores niveles alcanzados por Tips@. Es labor de todos seguir por el camino marcado, prevenir y buscar la mejora continua. La calidad es un proyecto interminable al servicio del cliente, el objetivo de todos está en detectar las disfunciones tan rápido como sea posible para aplicar las correspondientes acciones correctivas y preventivas. Estamos ante un procedimiento participativo, del que debe formar parte toda la compañía, solo de esa manera mantendremos los niveles alcanzados, y solo de esa manera el cliente seguirá confiando en nuestra máxima de calidad al mejor precio. 

En los gráficos podemos comprobar algunos datos que avalan el acierto de la apuesta constante por la calidad.



Pamplona

Largo recorrido en el sector



En la foto, de izquierda a derecha: Pedro, Ion, Iosu, Jesús Ferraz, Mikel, Susana y Jesús Torres. No aparecen en la imagen pero también forman parte del equipo TIPS@ Pamplona: Víctor, Javier, Juan y Patxi.

En el año 2003 nació TIPS@ Pamplona (Adiur), una de las cuatro empresas que componen el Grupo Logístico Disayt, con más de 30 años de experiencia en el mundo de la logística y el transporte.

Jesús Ferraz es el responsable de la delegación de TIPS@ en Pamplona, desde que llegó en el año 2005 procedente del sector de automóvil.

Los orígenes de esta agencia se remontan al año 1979, momento en el que se fundó Aditrans, empresa dedicada al transporte de paquetería, pero debido a la permanente vocación de incorporar nuevos servicios que aporten valor añadido a sus clientes, en el año 1985 se crea Aunditrans, empresa de carga completa. Fue en 1990 cuando se da la bienvenida al operador logístico Disayt, especialista multisectorial en operaciones en almacén (almacenaje, gestión de stock, manipulados, preparación de pedidos,...). Finalmente en 2003 se crea Adiur, o lo que es lo mismo, TIPS@ Pamplona.

Desde entonces hasta ahora, ¿cómo crees que ha evolucionado el sector y a su vez TIPS@ como marca y como empresa?

El sector ha ido creciendo progresivamente hasta la incursión de la crisis en la que la mayoría de las redes de transporte urgente dejaron de crecer en dos dígitos. A pesar de ello, la nueva situación ha propiciado un cambio en el comportamiento del cliente y en el formato de los envíos. Se ha incrementado la necesidad de

las empresas de sacar envíos urgentes dado que sus clientes no disponen de stock, por lo que cada día es más importante el *just in time*. TIPS@ ha tenido un crecimiento sostenido durante estos años y se ha consolidado como una referencia a nivel nacional dentro de nuestro sector, con unos precios competitivos y una calidad de servicio muy buena para nuestros clientes, sabiendo posicionarse estratégicamente en el mercado.

Como agencia TIPS@, ¿cuál crees que es vuestro punto fuerte? ¿Qué es lo que más valoran vuestros clientes?

Nuestro punto fuerte es el servicio y la atención al cliente. En las encuestas de satisfacción que realizamos, nuestros clientes nos indican que la atención, agilidad y soluciones para dar respuesta a sus incidencias es lo que más valoran. La buena gestión en estos puntos nos diferencia de la competencia.

Dentro de vuestra cartera de clientes, ¿Cuál es el que más retos os pone?

Indudablemente Laboratorio Farmacéutico Cinfa, líder nacional de ventas de productos genéricos, con un volumen en torno a los 200 millones de euros.

Actualmente Grupo Logístico Disayt es su part-


ner logístico y le aportamos soluciones a todas sus necesidades tanto logísticas como de transporte. Cabe destacar que a día de hoy por la red TIPS@ circula el 75 por ciento de su producción diaria.

Dado su volumen y la operativa que tenemos diseñada con ellos, nos supone un esfuerzo y una dedicación muy alta, tanto a nosotros como a toda la red para poder estar a la altura de sus necesidades. Aprovecho la ocasión para agradecer la colaboración de toda la red, sin ellos sería imposible dar la calidad de servicio que requiere este cliente.

¿Cuál es para ti la mayor satisfacción de este negocio?

El reconocimiento por parte de nuestros clientes del trabajo bien hecho.

¿Qué puedes contarnos del equipo humano que forma la agencia?

Quiero felicitar públicamente en esta entrevista a todo el equipo que forma TIPS@ Pamplona, que ha sido capaz de liderar el ranking de calidad de servicio de la red. A nivel personal quiero transmitir que me siento muy orgulloso de mis compañeros por todo el esfuerzo y la dedicación que han sido necesarios para poder conseguir estos grandes resultados. 

Fuengirola

Apostando por la fidelización



Fachada de la agencia TIPS@ Fuengirola.

Si alguien nos habla de la costa del sol, rápidamente se nos vendrán a la mente imágenes de playa, chiringuitos, sol y buena vida en general, pero no es solo eso, la actividad comercial de la zona es alta y de ello da fe Manuel Vera, gerente y máximo responsable de la agencia TIPS@ Fuengirola, ubicada en la moderna zona de Las Lagunas de Mijas.

Manuel vio futuro en el sector de la paquetería y apostó fuerte al dejar la comodidad de un puesto como funcionario de la Administración. Prefirió cambiar y nadar contracorriente, no parece que se arrepienta.

¿Cómo empezaste a trabajar en el sector?

Yo era funcionario y empecé en el sector como administrativo y poco a poco he ido conociendo el mundillo hasta llegar a donde estoy ahora.

¿Cuánto tiempo llevas trabajando con TIPS@ y cómo crees que ha evolucionado la marca desde entonces hasta ahora?

Con TIPS@ llevo unos cinco años. Y más que evolucionar o avanzar yo creo que en la actual situación hemos aguantado, lo que no es poco.

Háblanos de vuestros clientes

Tenemos una buena implantación en la zona,

donde son sobre todo los pequeños comercios y las empresas locales las que están depositando su confianza en nuestro trabajo. Más allá de que tenemos una interesante cartera de grandes clientes que siguen apostando por nosotros.

¿Quién es el cliente que más retos os pone, el que os obliga a superaros día a día?

Sinceramente creo que, en ese sentido, nuestro cliente más exigente es TIPS@.

¿Qué tipos de estrategias, que puedas contar, usáis para captar nuevos clientes?

Somos una empresa que está muy cerca del cliente y nos diferenciamos del resto de empresas de la competencia, en la buena relación que tenemos con cada uno de ellos. Creo que nuestro fuerte es la atención al cliente y gracias a esa calidad en la atención logramos retener y captar.

¿En qué proyectos estáis trabajando actualmente?

En estos momentos estamos adecuando nuestro local. Queremos darle más importancia a la atención al público, puesto que tenemos muchos clientes particulares que vienen hasta aquí a dejar sus paquetes, y estamos reformando el local para hacer hincapié en eso.

Una pena que esta entrevista no haya sido

unos meses más tarde para que pudierais publicar imágenes con las mejoras que vamos a realizar en el local.


Al ser la costa del sol una zona con mucha actividad en verano, ¿cómo influye eso en vuestro negocio?

En verano aquí también cae el trabajo. La gran mayoría de nuestros clientes tienen una bajada de actividad importante durante estos meses, especialmente en agosto, y eso evidentemente repercute en nuestro nivel de actividad. El turismo influye poco en nuestro sector de actividad.

Como agencia TIPS@, ¿cuáles crees que son vuestros puntos fuertes?, aquellos que os diferencian de la competencia en la zona y que os ayudan a la hora de captar clientes

Como te decía antes, es la estrecha relación que mantenemos con nuestros clientes la que nos ayuda a fidelizarlos. Y ahora mismo estamos más por la labor de fidelizar que por la de captar.

Manuel, ¿quieres añadir algo antes de despedir la entrevista?

Me gustaría agradecer a todos los compañeros y agencias TIPS@ que nos ayudan cada vez que lo necesitamos. 

Tarragona

Para crecer, compromiso

Bajo el manto de Inversalia Traders, compañía con varios años de experiencia en el sector y con grandes conocimientos de transporte urgente, renace Tips@ Tarragona.

Hablamos con Juan Carlos Duarte, gerente de la agencia, que nos asegura que además del transporte urgente nacional, están especializados en transporte internacional, exportaciones e importaciones. "Yo llevo más de 10 años en el sector, y mi familia también se dedica al transporte", señala Duarte.

¿Qué motivos os llevan a formar parte de la red Tips@? ¿Qué crees que diferencia a Tips@ de otras empresas del sector?

El motivo, ser más competitivos y ofrecer un mejor servicio y una mayor cobertura a nuestros clientes. La diferencia, de momento, la calidad del servicio y la fidelización que se está realizando para posicionar la marca Tipsa en el mercado.

Dentro del actual entorno económico ¿Cómo ves la situación del sector en el corto y medio plazo?

En este momento es difícil estimar a corto o medio plazo un cambio en el mercado, desde mi punto de vista hay que aguantar este periodo de transición en el que se encuentra la economía mundial. El mercado cambió y ahora no podemos hablar de sectores, tenemos que hablar de empresas multisectoriales, es decir, para ofrecer una rentabilidad a la empresa nos



tenemos que reinventar y observar detenidamente que recursos podemos reutilizar en nuestra empresa sin importar el sector en donde lo explotemos.

En vuestra política de captación, ¿Cuál es el tipo de cliente en el que hacéis más foco?

Clientes que ofrezcan un producto de fácil rotación y de necesidad para la gran mayoría de la población.

Cuéntanos algo de tu equipo de trabajo ¿Cuánta gente forma parte del proyecto?

En términos generales es excelente. Están comprometidos con el crecimiento de la empresa, creen en el proyecto y han aprendido del negocio. Hemos pasado de un equipo de 3 a uno de 20 personas entre autónomos y empleados propios. Adicionalmente hemos logrado crear sinergias y compromisos de colaboración con otras empresas del sector que nos han ayudado a consolidarnos como empresa líder en la provincia de Tarragona en muy poco tiempo.



Vilafranca

En la tierra del cava

En la zona del Alt Penedés se ubica la agencia Tips@ Vilafranca. Y como no podía ser de otra manera, un 40% de su facturación proviene de empresas relacionadas con el sector del cava.

esta metodología de trabajo, que lleva años implantada, creo que reside el éxito de la organización.

En la actual situación económica, ¿qué estrategias utilizáis para captar nuevos clientes?

La única que podemos aplicar en esta época, trabajar con ahínco, no desfallecer en los intentos de conseguir un cliente y tratar de rentabilizar mejor los recursos de los que disponemos.

¿Cómo os afecta la guerra de precios del sector, qué valores añadidos ofrecéis a vuestros clientes para retenerlos?

Imagino que como a todos. Como todas las guerras y más en este sector, afecta o perjudica a muchos, y a pesar de las apariencias, beneficia a pocos. Te diré que tratamos a nuestros clientes como si sólo tuviésemos uno.

¿Cómo es el cliente tipo de Tips@ Vilafranca?

Nuestro cliente tipo es, todo tipo de cliente. De todos modos estamos en la zona del cava y no es difícil imaginar que un cliente habitual son las empresas productoras de vino y cavas, con todo lo que ello conlleva. Desde hace cinco meses tenemos en marcha un proyecto de expansión con el que estamos llegando a clientes de otras actividades productivas.

José Manuel Sos es el gerente de la agencia Tips@ Vilafranca. Con él mantenemos una animada charla en la que para empezar nos da cuenta de su experiencia en el sector. "Son casi 30 años pedaleando en el sector de la mensajería y el transporte urgente. He pasado por todo tipo de etapas, desde la gestión de empresas propias, hasta la dirección de departamentos como el de expansión, operaciones, calidad, etc., en alguna de las más importantes redes de distribución urgente nacional", señala.

¿Qué motivos te llevaron a unirse a la red Tips@?

Visto el panorama global del sector y las distintas posibilidades a las que podíamos optar, unido a nuestro interés por la zona y el empuje de Doña Marisa Camacho, la decisión estuvo clara al momento.

¿Qué es lo que más valoras de Tips@ como empresa?

La profesionalidad de sus agentes, gente experimentada que sabe lo que lleva entre manos y que trata a cada expedición como si fuera propia. En

Tips@ estará presente en la feria Ecomm-Marketing de Madrid

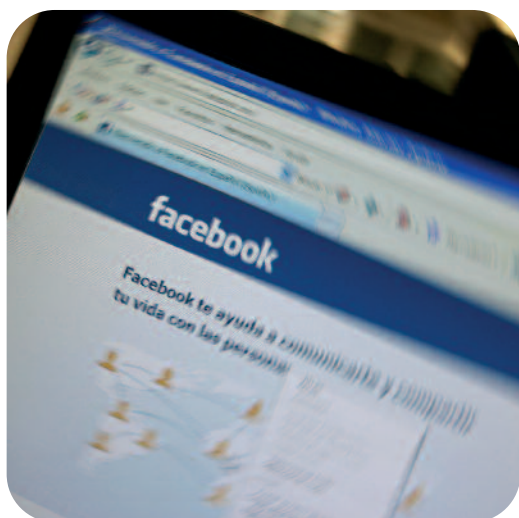
Los próximos días 26 y 27 de octubre, Madrid será el epicentro europeo del comercio electrónico y los negocios online con la celebración de la tercera edición del salón profesional Ecomm-Marketing. Se trata de una convocatoria ineludible para todos los profesionales del medio online y aquellos que buscan lanzar su proyecto en la red y que acoge diversas áreas sobre las que se centrarán ponencias y expositores: ecommarketing, ecommcloud, ecommobile, ecommtalents, ecommopensesources...

Tips@ no ha querido dejar pasar la oportunidad de estar presente en uno de los foros más importantes del sector online y formará parte del nutrido grupo de expositores que ya han confirmado su presencia en el evento.

Desde aquí queremos invitaros a visitar el pabellón 1 de Ifema durante los dos días de celebración de la feria y acompañarnos en alguna de las ponencias en las que Tips@ estará presente y que en unos días podremos anunciaros.



Importante crecimiento del número de seguidores de Tips@ en Facebook



Hasta hace poco oíamos un día si y otro también la famosa frase "si no estás en Internet no existes", pues bien, parece que esa misma sentencia debe aplicarse hoy a las redes sociales, donde la gran mayoría de empresas y no solo particulares han encontrado canales de comunicación óptimos para poder mantener informados a sus clientes prácticamente en tiempo real.

Evidentemente Tips@ también quiere ser partícipe del fenómeno y lo encara no como una moda pasajera, sino como una decisión estratégica pensada y debidamente valorada con la que llegar a los clientes y con la que ofrecer un canal de comunicación a todos los miembros de la red. Estamos muy contentos del crecimiento del número de seguidores experimentado en Facebook, la red social de referencia, durante los últimos días, superando en poco tiempo la cifra de 80 fans y subiendo. Queremos agradecer la respuesta que desde la red Tips@ se ha dado al esfuerzo llevado a cabo para posicionar nuestra marca en el proceloso mundo de las redes sociales.

Ranking de Agencias Tips@

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

mayo

- 1º Tips@ Azuqueca (Guadalajara)
- 2º Tips@ Alcobendas (Madrid)
- 3º Tips@ Ibi (Alicante)

junio

- 1º Tips@ Pamplona (Navarra)
- 2º Tips@ Majadahonda (Madrid)
- 3º Tips@ Coruña (A Coruña)



Comercio electrónico en la nube

Trilogi, compañía de largo recorrido en el sector e-commerce ha presentado recientemente en España el Cloud Ecommerce, un servicio de aplicaciones de comercio electrónico basadas en Cloud Computing, concepto tecnológico que se fundamenta en que las aplicaciones software y los equipos hardware con capacidad de proceso y almacenaje de datos no están en el PC o en el equipo del usuario, sino que están ubicados en un Datacenter que permite a los usuarios acceder a las aplicaciones y servicios disponibles a través de Internet.

El servicio Cloud Ecommerce permite a los clientes optimizar sus recursos al momento según los flujos de actividad, es accesible desde cualquier lugar, altamente seguro y fácil de poner en marcha. Al mismo tiempo, este servicio de aplicaciones ocasiona que las infraestructuras TIC ya no se tengan que alojar en las dependencias de los usuarios, con lo que no será necesario un departamento especializado en dar soporte a los sistemas, lo que lleva a un interesante ahorro de costes para según que tipo de usuarios.



Páginas web de carga rápida

Google ha presentado un nuevo servicio, pero esta vez se tendrá que pagar. Se trata de *Page Speed Service* y promete optimizar la web del cliente para que las consultas sean más rápidas, acelerándolas hasta en un 60%. Según apunta la empresa, deberá apuntarse el *site* hacia una dirección de Google desde la que se reescribirá el código de los contenidos para agilizar su visionado conservando el *site* su dirección URL original.

Entre los trabajos que se harán para optimizar las páginas figura la compresión de imágenes, poner en cache determinadas coordenadas o aprovechar la compresión en el servidor. Con todo, el servicio presenta limitaciones. No podrá trabajar con sitios https con conexiones de alta seguridad, tampoco se podrá hacer con sitios albergados en Blogger o con los que operan bajo contenidos Flash. Desde hace tiempo Google ha propuesto diferentes soluciones para mejorar la velocidad de consulta de las páginas web, desde la publicación de un módulo para el servidor web Apache a herramientas para que el creador de la página pueda evaluar su resultado y realizar las modificaciones aconsejadas. Por ahora no están publicadas las tarifas de este nuevo servicio Google.



España país invitado en Salón e-commerce París 2011

Del 13 al 15 de septiembre se celebró la novena edición del Salón e-commerce París en el que se esperaban 30.000 visitantes europeos. El evento reunió a más de 450 expositores en cuatro grandes zonas específicas: Tecno e-commerce, Marketing Digital, Logística y E-commerce internacional. Se programaron más de 350 conferencias durante los tres días de duración del evento.

En la celebración de este año hubo seis pabellones europeos, entre ellos uno dedicado exclusivamente a España, país invitado en la presente edición del salón, de 60 metros cuadrados y gestionado por la Cámara Franco - Española de Comercio e Industria.

Fuente: Ecomm-marketing.com



9^o CONVENTION
E-COMMERCE
PARIS 2011

Tacógrafos digitales obligatorios



La Comisión Europea ha propuesto medidas de reforma sobre la normativa de tacógrafos con la intención de sustituir los actuales aparatos analógicos por otros digitales en el año 2017, así como flexibilizar su uso, lo que supondría un ahorro de 515 millones de euros anuales a las empresas del sector.

Desde las instituciones europeas se estudia dar más libertad a los países comunitarios a la hora de aplicar exenciones al uso del tacógrafo para determinados vehículos y distancias.

Según fuentes europeas los aparatos digitales, que serán obligatorios a partir de 2017, facilitarán el trabajo a los transportistas al ser mucho más fáciles de utilizar. Además permiten localizar al vehículo vía satélite lo que redundará en ahorro de costes para las empresas.

Fuente: Finanzas.com

Inspección de vehículos

La Comunidad de Madrid ha realizado en el primer semestre de 2011 aproximadamente 500 controles de transporte en carretera, en los que ha inspeccionado 40.000 vehículos dedicados al transporte profesional. Estos controles en ruta se han complementado con inspecciones en las sedes de las empresas.

Dentro de las inspecciones realizadas, una de las actuaciones más relevantes ha sido la de velar por el cumplimiento de las normas en materia de instalación y uso del tacógrafo y del limitador de velocidad.

Fuente: Diario del Puerto



El sector logístico en datos

No hay cambios relevantes de tendencia en los últimos datos sobre la cifra de negocio en el sector logístico hechos públicos por el Instituto Nacional de Estadística (INE). En concreto, al cierre del primer semestre del año, las empresas de transporte y almacenaje siguieron incrementando su cifra de negocio, pero a la vez destruyendo empleo.

El aumento del desempleo es ya de apenas un 0,5 por ciento pero es evidente que el ajuste del mercado logístico continúa y que aún queda tiempo para que el crecimiento en la actividad y los ingresos que poco a poco se van consolidando provoquen un cambio de tendencia y la generación de empleo neto.

Entre enero y junio, el sector en su conjunto incrementó su cifra de negocio un 3,8 por ciento. En todo caso la situación en los distintos subsectores es tremendamente dispar, con ámbitos consolidando su salida de la crisis y otros en pleno periodo de retroceso.

Fuente: Diario del Puerto

Más gasto para mantenimiento de carreteras



El Ministerio de Fomento elevará el compromiso de gasto para el trienio 2012-2014, con el fin de poder destinar 657 millones de euros al mantenimiento de carreteras. La medida permitirá renovar 58 contratos de mantenimiento valorados en 591 millones de euros y licitar otros nuevos por valor de 66 millones más.

Todo esto garantizará el mantenimiento de las condiciones de vialidad ordinaria e invernada en los 8.288 kilómetros que suma la Red de Carreteras del Estado y contratar trabajos para mantener la seguridad de los túneles y realizar inspecciones y actuaciones en materia de seguridad vial.

Dentro de estas actuaciones se incluyen obras para la supresión de tramos de concentración de accidentes, los popularmente denominados "puntos negros"

Fuente: El Vigía

ACUERDOS CORPORATIVOS

Llerandi, seguros a medida

Queremos abrir nuestra carpeta de acuerdos corporativos para recordaros el que tenemos firmado con la correduría de seguros Llerandi, especialistas en seguros de transporte de mercancías y seguros de logística.

Llerandi destaca en el sector por una significativa especialización en seguros de transporte de mercancías, logística y almacenaje... Además de tener una dilatada experiencia en gestión de riesgos relacionados con el transporte de mercancías.

Las principales ventajas ofrecidas a la red TIPS@, con ofertas exclusivas, se basan en los siguientes productos:

- Seguro de circulación para furgonetas (con reparto)
 - RC Obligatoria
 - RC Voluntaria
 - Seguro de ocupantes
 - Defensa y reclamación
 - Lunas
 - Asistencia
- Seguro de accidentes según Convenio Colectivo Nacional de Mensajería.
- Seguro de mercancías por matrícula todo riesgo IIC (A).
- Subsidio por retirada de carné por puntos.

Para más información contactar con

Ana Belén Rubio - 91 383 93 61



NH Hoteles, se acaba el verano pero no las oportunidades de viajar a buen precio



También queremos recordaros el acuerdo que TIPS@ tiene con NH Hoteles, a través del cual el colectivo de agencias y sus empleados pueden acceder a interesantes descuentos en la contratación de noches de hotel en alguno de los muchos que la cadena tiene repartidos por territorio nacional.

Durante el presente año 2011 las agencias TIPS@ que se acrediten como tal disfrutarán de un 10 por ciento de descuento sobre el mejor precio posible en todos los hoteles de la cadena en España. A fin de que las posibilidades de elegir el hotel deseado sean mayores, aconsejamos que se cierre la reserva con antelación suficiente.

Y también los empleados de las agencias de la red tienen ventajas derivadas de este acuerdo corporativo pudiendo, en algunos casos, acceder al programa "NH te lo mereces", donde se pueden adquirir bonos para fines de semana y festivos con habitación doble y desayuno desde 59 euros. La operativa para acceder a estos descuentos está reflejada en el apartado dedicado a acuerdos corporativos alojado en nuestra intranet.

Múnich

Cerveza y mucho más



Múnich es la tercera ciudad de Alemania por número de habitantes y la capital del Estado Libre de Baviera, y a pesar de su importancia y desarrollo ha sabido preservar su agradable y acogedor carácter. Sus vecinos están orgullosos de haber conservado su pasado histórico del que da testimonio un nutrido grupo de iglesias barrocas y palacios clásicos.

Otra característica de Múnich estriba en su proximidad a los Alpes, que extienden sus faldas hasta pocos kilómetros al sur de la ciudad.

Situada en el sur de Alemania, muy cerca de la Alpes Bávares, Múnich es una metrópoli especialmente próspera, sede de algunos grupos empresariales de nivel internacional como BMW, Siemens o Allianz.

Un poco de historia

La fundación de Múnich se remonta al año 1158 pero no es hasta 1214 cuando recibe el privilegio de ciudad. En 1255 se convierte en residencia cortesana, algo que ayuda a su crecimiento económico y social. Fue ocupada por Gustavo Adolfo de Suecia en el año 1632, du-

rante la Guerra de los Treinta Años. Más tarde, durante el reinado de Luis I, se levantaron en Múnich importantes edificaciones como la Gliptoteca, la Vieja y la Nueva Pinacoteca, la Loggia de los Generales, o el Arco del Triunfo, que convierten a la ciudad en un importante centro cultural europeo. El 7 de noviembre de 1918, Kurt Eisner proclama el Estado Libre de Baviera. Tras la II Guerra Mundial, Múnich se convierte en una metrópoli económica de alcance internacional.

Tras esta síntesis histórica, nos detenemos en los lugares de interés que presenta la ciudad, capacitada para satisfacer al turista más exi-

gente, y nos vamos a centrar en algunas recomendaciones para aquellos que visiten por primera vez Múnich.

Desde la fundación de la ciudad, la Marienplatz está considerada la plaza central de Múnich. El Nuevo Ayuntamiento, de estilo neogótico, domina este centro neurálgico que suele ser sede habitual de celebraciones sociales y políticas. En Carnaval se torna en zona festiva y a finales de año alberga el tradicional mercado navideño. Es, al mismo tiempo, centro y punto de partida de las principales calles comerciales de la ciudad.

También merecen una visita pausada los mu-

Ocktoberfest

Entre los meses de septiembre y octubre se celebra en Múnich el Ocktoberfest, la fiesta más popular de Alemania y una de las más atractivas del mundo con unas visitas anuales medias superiores a los seis millones de visitantes.

La primera Ocktoberfest se desarrolló del 12 al 17 de octubre de 1810 para celebrar el matrimonio entre el príncipe Luis I de Baviera y la princesa Teresa de Sajonia-Altenburgo, desde entonces se realiza en el Theresienwiese un campo abierto justo al lado de la muralla de Múnich.

Hoy la fiesta es la excusa ideal para visitar la ciudad, y en esas fechas se pueden ver allí turistas llegados desde cualquier lugar del mundo.

La inauguración oficial de la fiesta se produce con la apertura a las doce de la mañana del primer barril de cerveza de la carpa Schottenhamel, a cargo del alcalde y al grito de "O 'zapft is!" que significa "Ya está abierto". Este año el periodo de celebración va desde el 17 de septiembre hasta el 3 de octubre.



seos. Para empezar la Vieja Pinacoteca, que exhibe pintura europea de los siglos XIV a XVIII, su colección ha adquirido fama mundial gracias a maestros como Rembrandt, Rubens y Leonardo da Vinci. En la Nueva Pinacoteca

En la parte norte de la ciudad se construyó un área deportiva de 3 kilómetros cuadrados de extensión para acoger los Juegos Olímpicos de verano de 1972. Este Parque Olímpico se convirtió en un símbolo de modernidad, y hoy ofrece numerosas posibilidades de ocio y descanso. Se organizan circuitos y visitas guiadas que merecen la pena.

Otros lugares de interés son: el Museo Alemán, el Palacio de Nymphenburg, el Jardín Inglés, el Teatro Nacional o la plaza Königsplatz.

Para los que disfrutan saliendo de compras, Múnich es un verdadero paraíso. La zona peatonal del casco antiguo suele ser el punto de partida, desde ahí se puede ir de unos grandes almacenes a otros, entrar en las tiendas de conocidas cadenas de moda y calzado y descubrir tesoros escondidos en tiendas de souvenirs, de discos o de joyas. Los "Cinco Patios" es un pasaje comercial de exquisita arquitectura, con tiendas de

lujo, cafeterías, oficinas y que acoge las remodeladas salas de la Fundación Cultural Hypo.


En el apartado dedicado a la gastronomía existe un viejo refrán ilustrativo de la actitud de los muniqueños al respecto: "beber y comer es salud para el cuerpo y alegría para el alma".

Una visita al Viktualienmarkt destierra el mito de que aquí solo hay salchichas y cerveza.

Desde su fundación, la Marienplatz está considerada la plaza central de Múnich

destacan pinturas y esculturas europeas del siglo XIX. Existe una tercera pinacoteca, la de Arte Moderno, inaugurada en 2002 y convertida en uno de los mayores museos de arte contemporáneo.

Los alrededores

Su proximidad a los Alpes hace de Múnich un destino idóneo para excursionistas. Desde la ciudad se pueden hacer escapadas de un día a numerosos destinos idílicos: desde los pintorescos lagos del sur, pasando por las ciudades medievales al norte y oeste, hasta los mundialmente famosos castillos reales. Para estos trayectos tanto las líneas de autobuses, como los ferrocarriles alemanes "Deutsche Bahn" funcionan a la perfección. 



Ficha destino

Qué ver

- Marienplatz y Ayuntamiento, una de las zonas más bonitas de la ciudad.
- Englishcher Garten, el jardín inglés, el más grande y visitado.
- Allianz Arena, creado para la Copa de Mundo FIFA de 2006, es una obra arquitectónica de primer orden.

Dónde dormir

- Ritzi, Maria-Theresia-Strase, 2. Múnich. 130 €/noche.
- Platzl Hotel, Sparkassenstrase. 10. Múnich. 230 €/noche.

Dónde comer

- Weinhaus Neuner, Herzogspitalstr, 8. Múnich. Cocina regional alemana. Precio medio 40 €.
- Glockenspiel, Marienplatz, 28. Múnich. Cocina internacional. Moderno lugar de copas. Precio medio 30 €.



Internet

Google TV aterrizará en Europa a principios de 2012 según reveló el presidente de la compañía, Eric Schmidt.

La confirmación del directivo se produce a pesar de que el proyecto no acaba de despegar en Estados Unidos.

Google TV es una plataforma de software que interactúa con el televisor y, al mismo tiempo, con la conexión a Internet, cable o satélite. Un usuario puede, por ejemplo, utilizar su smartphone como mando a distancia, navegar por la red mientras ve un programa...

Reino Unido podría ser el primer lugar en recibir la plataforma en el viejo continente.

Salud

Las personas que realizan ejercicio durante 15 minutos al día amplían su esperanza de vida tres años en comparación con las personas inactivas según un estudio recientemente publicado en "The Lancet".

"El ejercicio a niveles muy bajos reduce las muertes por cualquier causa en un catorce por ciento", afirma uno de los autores principales del estudio, el profesor y catedrático de la Universidad de Texas Xifeng Wu, para quien "los beneficios del ejercicio parecen ser significativos, incluso sin llegar a la cantidad recomendada de 150 minutos por semana, basada en resultados de investigaciones previas".

Según la investigación, si las personas inactivas hicieran un poco de ejercicio diario, una de cada seis muertes podría retrasarse. Sería una reducción estimada de mortalidad similar a la de un programa de control del tabaco con éxito.



Tecnología

El número de usuarios de telefonía móvil alcanzó en China los 929,84 millones, después de que en los primeros siete meses del año se suscribieran a este servicio 70,83 millones más, según informó el Ministerio chino de Industria y Tecnología de la Información.

Con estos datos el país asiático sigue liderando el sector por número de usuarios por delante de la India, con 851,6 millones y de Estados Unidos con 302,9 millones.

El sector de las telecomunicaciones chino ingresó 87.600 millones de dólares entre enero y julio, lo que supone un incremento inter-anual del 10,1 por ciento.

Fuente: Elmundo.es



Medio Ambiente

El fondo marino de Mijas (Málaga) esconde todo tipo de tesoros, por esta razón el Ayuntamiento mijeño solicitará a la Junta de Andalucía la declaración de la zona denominada Laja Almirante como parque natural submarino, el primero de estas características en territorio andaluz.

El objetivo es dar la máxima protección ambiental a este espacio de 1,5 kilómetros mar adentro frente a la Torre de Calahonda, que cuenta con una superficie aproximada de tres mil hectáreas. Allí han sido catalogadas un total de 445 especies. Algunos estudios consideran este lugar como la única zona tropical de Europa.

Aunque la intención del Ayuntamiento es dar la máxima protección posible a este espacio, no es menos cierto que esta iniciativa busca promocionar el turismo submarino, un sector en auge que ayudará a potenciar la economía de la zona.

Fuente: Málaga Hoy

Salud

Una investigación publicada en la revista British Medical Journal señala que quienes habitualmente consumen chocolate tienen un 37 por ciento menos de riesgo de sufrir infarto de miocardio o enfermedades cardiovasculares.

Según el equipo de la investigación llevada a cabo en la Universidad de Cambridge, los amantes del chocolate tienen además un riesgo un 29 por ciento menor de sufrir un ataque de apoplejía.

Para el estudio se valoraron los datos de siete investigaciones con una muestra de más de 114.000 participantes.



Motor

Ya tenemos los primeros datos del coche que será la estrella de Peugeot en el próximo Salón del Automóvil de Frankfurt.

Se trata del Peugeot HX1 basado en tecnología Hybrid4 e inspirado en el SR1.

Su carrocería, de sólo 1,37 metros de altura, destaca por sus espectaculares formas, modernas y dinámicas. Al habitáculo se accede a través de cuatro puertas de apertura inversa con un mecanismo similar al usado en las puertas de tijera.

En lo mecánico, presenta un motor de 2,2 litros HDI en posición delantera y un motor eléctrico integrado en el eje trasero, con tracción integral. Puede moverse en modo puramente eléctrico durante 30 kilómetros. Peugeot asegura que este nuevo prototipo, que desarrolla 299 CV de potencia, consume de media unos 3,2 litros con unas emisiones de solo 83 grms de CO2 por kilómetro.

Fuente: motorspain.com



Libros



Nada del otro mundo
Antonio Muñoz Molina
Seix Barral

Nada del otro mundo contiene una variedad de relatos cortos encabezados por el que da título al volumen y que además es el más extenso de todos ellos, donde describe una serie de recuerdos de la vida universitaria en los años setenta con una prosa magistral, reflejo fiel de la narrativa de Muñoz Molina desde sus comienzos hasta hoy. La obra que saldrá a la venta el próximo mes de octubre tiene un marcado carácter fantástico y descubre a un autor divertido y autocrítico.



El mapa y el territorio
Michel Houellebecq
Anagrama

Romanticismo, intriga policial, cinismo, sarcasmo, melancolía, tristeza y humor, en una sátira hilarante y despiadada de la sociedad francesa y, por ende, de toda la occidental. La nueva obra del *enfant terrible* de las letras francesas habla de alguno de los temas recurrentes en sus novelas, arte, dinero, amor, relaciones paterno filiales, trabajo... Con todos ellos es capaz de construir una historia moderna de tintes clásicos.

Cine



El árbol de la vida
Terrence Malick
Brad Pitt, Sean Penn, Hunter
McCracken
Estreno: 16/09/2011

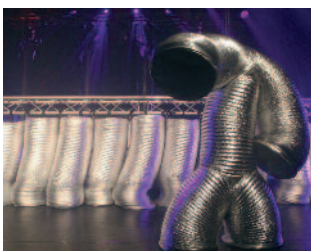
El film narra la evolución de Jack, un niño que vive con su madre, mujer que encarna el amor y la bondad, mientras que su padre representa la severidad y se encarga de enseñarle a enfrentarse a un mundo hostil. Bajo estos parámetros narrativos el autor trata de contarnos la historia del Universo desde sus orígenes. Para unos será otra obra maestra de un grandioso director, para otros un fraude...



Los tres mosqueteros
Paul W.S. Anderson
Logan Lerman, Milla Jovovich,
Ray Stevenson
Estreno: 30/09/2011

Nueva adaptación al cine de la popular novela de Alejandro Dumas. El realizador la describe de la siguiente manera: "Definitivamente modernizaremos *Los tres Mosqueteros*, sin entorpecer la diversión que conlleva rodar una película de época. Pero en nuestra película los corsés y los sombreros de pluma no serán el principal centro de atención. Nuestra versión será un torrente de acción, romance y aventuras".

Artes escénicas



The aluminium show
Ilan Azriel
FIBES
Sevilla

Tras una exitosa gira por todo el mundo, llega a España de la mano de la compañía de Ilan Azriel, *The aluminium show*, un original propuesta escénica que combina humor, música, danza y teatro visual. Los bailarines y actores que suben al escenario narran la historia de una maquina que quiere reunirse con sus padres y lo hacen dando vida a distintos materiales industriales que habitan en un mundo futurista. El vestuario y los decorados han sido construidos a base de elementos rescatados de auténticas fábricas.



Venecia bajo la nieve
Gabriel Olivares
Teatro Lara
Madrid

Venecia bajo la nieve es una comedia de enredo escrita por Gilles Dyrec que gira en torno a las relaciones de pareja. Juan Luis y Ramón son dos antiguos compañeros de universidad que se reencuentran tras muchos años. Para ponerse al día de sus respectivas vidas quedan para cenar y presentarse a sus mutuas parejas. Los problemas de una de las parejas saltan al primer plano durante la cena dando lugar a un sinfín de situaciones imprevisibles y cómicas que afectan a la estabilidad de la otra pareja.

Hazte Fan de

Tips@

en facebook

www.facebook/redtipsa.com

Noticias, concursos, servicios, soluciones...

