

Ruta abierta

Número 48 Septiembre de 2013

● Firma del acuerdo entre TIPSA y Palibex

Carlos Jurado, gerente de TIPSA Sevilla Centro

“Creo que TIPSA tiene un potencial de crecimiento enorme”

● TIPSA Elche. Creciendo paso a paso

En septiembre volvemos con fuerza

Tras las merecidas vacaciones de verano TIPSA vuelve con las pilas cargadas, sólo hay que fijarse en las iniciativas y noticias que aparecen en esta revista y en otras de las que iremos informando próximamente.

Para empezar se ha oficializado el acuerdo alcanzado con Palibex y del que ya hicimos mención en el anterior número de Ruta Abierta, por lo que las delegaciones de la red tienen abierta una nueva línea de negocio para satisfacer las necesidades de sus clientes.

A esta iniciativa, muy bien acogida por los delegados, se unen las referentes a la apuesta de TIPSA por el sector eCommerce con presencia en una nueva edición de eShow Madrid, con el regreso de los patrocinios en ecoM-Mondays, foros especializados y a los que acuden directivos de las principales empresas del sector, y con el comienzo del Máster en Dirección eCommerce, organizado por el Foro de Economía Digital y del que TIPSA es empresa mentora y patrocinadora, gracias a lo cual se ofrecen ventajosas condiciones a los miembros de la red, clientes y colaboradores.

En octubre también estaremos presentes en el III Congreso de Distribución Urbana Sostenible presentando, de la mano de nuestro proveedor Crambo Wireless, el nuevo servicio de entrega concertada. Y para terminar, un pequeño avance del patrocinio firmado con Pharmalog 2013, el Congreso de Logística Farmacéutica que reúne a las figuras más importantes de un sector en el que TIPSA siempre ha sido fuerte y en el que goza de gran confianza entre sus numerosos clientes.

Miguel Sampedro

Director Marketing y Comunicación

www.tip-sa.com

Sumario

Ruta abierta - Septiembre 2013

Tema de portada

3 TIPSA Sevilla Centro

Agencias

5 TIPSA Elche

6 Nuevas agencias: Pozuelo

Noticias TIPSA

7 Se firma el acuerdo TIPSA - Palibex

Noticias Sector

9 El valor del packaging

Actualidad eCommerce

10 Los perfiles más habituales del comprador online

Escapadas

12 San Petersburgo

Espacio

14 Miscelánea

15 Cultura

Editor

Tips@ Central

Departamento de Comunicación

comunicaciones@tip-sa.com

Imprime

Gamacolor

Calle Romería, 13, 15, 17

28864 Ajalvir, Madrid

gamacolor@gamacolor.es

Deposito legal

M-40803-2005

TIPSA Sevilla Centro

“Creo que TIPSA tiene un potencial de crecimiento enorme”

Carlos Jurado, gerente de TIPSA Sevilla Centro.



Este mes nos vamos a Andalucía para hablar con Carlos Jurado, delegado de TIPSA Sevilla Centro, una de las agencias de la red que más ha crecido en los últimos tiempos.

Para empezar Carlos nos habla de sus inicios en el sector del transporte, “mis inicios fueron dispares, pasando por diversos departamentos, lo que me ayudó a comprender y evaluar todo lo que rodea al sector, fue un momento en el que adquirí gran riqueza de conocimientos”. Nuestro protagonista continúa señalando que “en 2004 empecé una nueva faceta convirtiéndome en empresario con una marca del sector que acabó desapareciendo. En ese momento barajé varias opciones, apareció TIPSA y la elegí por ser la opción más versátil y la que nos podía ayudar a crecer en el sector con más garantías. Eso fue en 2008, y hasta hoy. TIPSA cubría todas las necesidades que en ese momento

teníamos y respondía bien a las perspectivas de futuro que barajábamos para convertirnos en una empresa con capacidad dentro del sector”.

Llevas tiempo en el sector, ¿qué crees que diferencia a TIPSA de otras compañías de paquetería?

Creo que no hay grandes diferencias como empresa, en nuestro caso las diferencias las marcan los profesionales que forman parte de cada empresa, que te ayudan, te guían, te instruyen y te dan las claves para mejorar. En la mayoría de las ocasiones las agencias vivimos el día a día sin mirar más allá, y es ahí donde valoro la capacidad de TIPSA de estar evolucionando constantemente tanto en lo empresarial como en lo tecnológico. Para mí es importantísimo que desde la central de



Equipo comercial de la delegación.

compañía se estén buscando constantemente nuevas líneas de negocio, aunque a veces no sean valoradas por las agencias, más preocupadas por los gastos que pueden producirse que por los beneficios que repercuten en toda la red.

¿Cómo ves la evolución que ha seguido TIPSA y el sector desde que formáis parte de la red?

La evolución de TIPSA, dentro de un sistema económico poco fiable, se ha producido estando siempre en la primera línea de batalla. Nos hemos encontrado con

múltiples escollos y posiblemente con lobbies dentro del sector que hacen que valoremos más nuestro crecimiento. Nosotros, a pesar de todas las dificultades, estamos muy satisfechos de la evolución. Pero miramos al futuro y aún quedan cosas por hacer.

“Valoro mucho la capacidad de TIPSA de estar evolucionando constantemente”

¿Cómo valoras la actual situación económica en la que estamos inmersos?

Desde mi humilde entender, creo que hay que saber aprovecharla y hacerla útil sin dejarnos hundir por tantos datos macroeconómicos negativos. Debemos trabajar más y mejor.

Volviendo a TIPSA, ¿qué es lo que más valoras de la red?

Tengo muchas cosas que valorar a nivel humano. Para nosotros el tratamiento personalizado ante cualquier eventualidad y el no esconderse me hace tener máxima confianza en la compañía. Como en cualquier organización, se cometen errores, pero en TIPSA se trata de subsanarlos lo más rápido posible. Creo que todos los que formamos parte de esta gran familia tenemos que estar satisfechos por ello.

“Debemos mirar al horizonte, que es donde está la meta, y no tanto a la pendiente”

Centrándonos en tu delegación, ¿cómo es vuestro cliente tipo?

Como en el resto de la red, tenemos un poco de todo, desde grandes cuentas hasta pequeños comerciantes. Yo hago mucho hincapié con el departamento comercial en que no debemos descartar a nadie. En nuestro caso tenemos un gran número de clientes fidelizados que llevan mucho tiempo dándonos su confianza, nosotros intentamos devolvérsela con el esfuerzo diario de todos los que

formamos parte de TIPSA Sevilla Centro.

Háblanos de Sevilla desde el punto de vista empresarial.

Ahora, al igual que en otras zonas de España las circunstancias son duras. Personalmente creo que es una plaza donde existe volumen de negocio y debería estar a la cabeza en la región. Es verdad que estamos ligeramente frenados por el momento de crisis económica y emocional que nos ha tocado, pero aún así debemos mirar al horizonte que es el que marca la meta y no estar mirando constantemente a la pendiente. En nuestro caso, como cualquier empresario, planificamos a principio de año nuestro plan de crecimiento y nos autoexigimos lo necesario para alcanzar los objetivos marcados.

Hablamos de e Commerce, ¿cómo funciona en vuestra zona?

Es el sector de negocio que más producción nos genera. Es una herramienta de venta que está siendo aprovechada por muchos clientes y emprendedores, que de esta manera han cambiado su forma de vender.

Para acabar, ¿qué planes tenéis en el medio plazo? y ¿cómo crees que evolucionará el sector?

Tal y como he comentado me fijo plazos anuales y el crecimiento de mis negocios así lo refleja.




Conductores y vehículos de TIPSA Sevilla Centro.



Dos imágenes del equipo de operaciones de la delegación.



En este momento la evolución en el sector es positiva, se están redefiniendo muchos conceptos y creando modelos de negocio ante los que debemos estar atentos y saber aprovechar. Creo que TIPSA tiene un potencial de crecimiento enorme y tiene en sus manos la posibilidad de crear nuevas líneas de mercado de las que todos los miembros de la red nos beneficiaremos. 

Elche

Creciendo paso a paso

Trinitario Palao, máximo responsable de TIPS Elche, es uno de los delegados con más solera de la red, a la que pertenece desde sus inicios y a la que llegó de la mano de Juan José Casañ, uno de los socios fundadores de la compañía allá por el año 2000. El propio Palao señala que *“nuestra apuesta fue seguir a Juanjo Casañ y a sus socios en lo que entonces era una nueva etapa para todos. Para mi es un orgullo estar desde el primer día en TIPS y no nos equivocamos con ese paso que dimos”*.

Con tanto tiempo en la red, ¿qué crees que distingue a TIPS del resto de empresas del sector?

Entre las agencias hay pocas diferencias, las diferencias reales tenemos que marcarlas nosotros, con un trato profesional, cercano y eficiente. En TIPS el trato con la dirección es muy cercano, te escuchan, te comprenden y te ayudan a lograr tus objetivos, que también son los suyos.

¿Cómo os las arregláis en la actual situación económica?

En este tema parece que todos tenemos la solución. No puedo decir nada que no se haya comentado o escrito, han desaparecido muchas empresas y algunas eran clientes nuestros, pero a la vez ha crecido un importante nicho de mercado, la venta online. Se trata de empresas que empiezan con pocos medios y a las que nosotros podemos ayudar a crecer y esto repercute en nuestro volumen de negocio.

¿Con qué expectativas comenzasteis vuestra etapa en TIPS?

Nuestras expectativas eran muy altas, y el método para llegar a

ellas fue dar un paso y después dar otro e ir consolidando para seguir dando pasos. En el camino hemos aumentado plantilla y cambiado de local hasta la nave actual.

Personalmente, ¿qué es lo que más valoras de TIPS?

Principalmente que somos una gran familia, discutimos, nos reímos, lloramos por los que ya no están con nosotros.

¿Cuéntanos algo de los clientes de tu delegación?

Es un cliente que conoce el transporte urgente, exigente con los envíos y que actualmente, por los tiempos que corren, quiere alta calidad a precios competitivos. Pero creo que no sólo es así el cliente de TIPS Elche, lo es el de cualquier parte del mundo,


¿Qué tipo de mercancía soléis mover?

Como imagino que sabéis, desde Elche se exporta calzado para España y para el resto del mundo y Crevillente es la cuna de las alfombras, por lo que tenemos buenos clientes en ambos sectores. En todo este tiempo nosotros hemos transportado muchas cosas, pero para mi, que me contraten para llevar “la palma blanca trenzada”, símbolo de la ciudad, a una feria de turismo, me honra.

¿Y cómo es el tejido industrial de Elche?

Es una zona con mucho movimiento y en constante crecimiento. Hay mucha gente con inquietud emprendedora.

Acabamos, ¿qué planes de futuro tienes para la agencia?

Seguir creciendo dentro de esta compañía que considero mi casa. 

Trinitario Palao, gerente de TIPS Elche, a la izquierda, con miembros de su equipo.



Pozuelo

Experiencia e ilusión



Andrés Hernández, a la izquierda, y Jesús Alonso, socios de la nueva delegación TIPS @ Pozuelo.

La nueva delegación de TIPS@ ubicada en la madrileña localidad de Pozuelo de Alarcón está dirigida y gestionada por dos empresarios con una dilatada experiencia en el sector transporte, Óscar Baeza, que nos atendió amablemente para realizar esta pequeña entrevista, y Jesús Alonso.

"Empezamos trabajando en una compañía de transporte allá por el año 1986, éramos mensajeros y conducíamos una Vespa 200, tres años más tarde pasamos a ser autónomos y llevábamos una pequeña furgoneta. Fue en 2005 cuando empezamos a gestionar una empresa propia, con una zona de exclusividad de reparto y moviendo hasta 3000 expediciones diarias, con una flota de 35 vehículos, fueron buenos tiempos y el negocio funcionaba, pero la llegada de la crisis y la compra por parte de una compañía francesa de la operadora de transporte para la que trabajábamos cambió todo". Así resume Óscar su experiencia de más de 25 años en el sector de la logística y el transporte.

Óscar, ¿cómo surge la idea de uniros a TIPS@?

A raíz de la situación que te comento empezaron a surgir contactos y opciones. Empecé a trabajar como conductor para un antiguo compañero que forma ahora parte de la red TIPS@ y me gustó el cambio, fue una inyección de frescura para ambos, más tarde conocí a Mariano Hernández, director regional de Madrid y le mostré mi interés en crear una delegación propia, no tuve que esperar mucho...

Ahora que conoces a TIPS@, ¿qué diferencias ves con otras compañías del sector?

Creo que aquí se cuida más al cliente que en otras empresas del sector, hay una atención más personal y esta cercanía es un intangible muy valorado por los clientes. También me parece muy positiva la buena relación que veo entre delegaciones, lo que repercute en la fluidez y eficacia de las distintas gestiones diarias.

Lleváis poco tiempo en TIPS@ pero, ¿qué es lo que más valoráis de estar dentro de la red?


El cambio nos ha supuesto una bocanada de aire fresco. Valoramos la ilusión de empezar un nuevo proyecto en una empresa como TIPS@.

¿Qué esperáis de vuestra relación con TIPS@?

Para empezar queremos adaptarnos a una forma de hacer negocios distinta a la que teníamos hasta ahora. El trabajo comercial y la gestión de clientes es un bonito reto para nosotros. Estamos dando un paso adelante y aprendiendo cosas día a día.

¿Y cómo veis el futuro?

Primero queremos consolidarnos dentro de la estructura de negocio de TIPS@ y captar clientes, esto vendrá acompañado de otra serie de mejoras.

Nos despedimos de Óscar deseando que la ilusión que transmiten sus palabras se traduzca, a la mayor brevedad de tiempo, en objetivos cumplidos. 

Acto de firma del acuerdo entre TIPSA y Palibex

El pasado 18 de septiembre se rubricó, de manera oficial, el acuerdo de colaboración estratégica alcanzado entre TIPSA y Palibex, empresa especializada en la distribución exprés de mercancía paletizada.

Este acuerdo, del que ya se adelantaron los primeros datos el pasado mes de junio, viene a cubrir una línea de negocio más que podrán ofrecer las delegaciones de la red TIPSA a sus clientes, algunos de los cuales han mostrado verdadero interés por el acuerdo, durante las últimas fechas.

Las delegaciones TIPSA ubicadas en territorio español podrán a partir de ahora proporcionar un completo servicio de palettería exprés.

En la firma del acuerdo, celebrada en las instalaciones centrales de TIPSA ubicadas en la localidad madrileña de Torrejón de Ardoz, estuvieron presentes varios directivos de las dos compañías, y fueron los máximos representantes de ambas, Marisa Camacho, consejera delegada de TIPSA y Jaime Colsa, consejero delegado de Palibex, los que formalizaron el acuerdo plasmando sus firmas en los contratos de colaboración.

Lo más destacado de lo que se escuchó durante el acto, en las conversaciones entre los representantes de las dos compañías, quizá fuera el común convencimiento de que las dos empresas comparten una similar filosofía de negocio y que se asemejan en tener un modelo de actuación innovador y en valorar la atención al cliente como punto básico de su estrategia de crecimiento empresarial.

Marisa Camacho y Jaime Colsa, durante la firma del acuerdo.



Directivos de las dos compañías posan tras la firma del acuerdo.

III Congreso de Distribución Urbana Sostenible

El próximo 10 de octubre TIPSA estará presente en la tercera edición del Congreso Nacional de Movilidad y Distribución Urbana Sostenible organizado por el Centro de Innovación para la Logística y el Transporte por Carretera.

La jornada está dirigida a operadores logísticos, empresas de tecnología, retailers, fabricantes, administradores, universidades y consultoras y los objetivos del mismo son: Dar a conocer las tendencias en movilidad sostenible en las ciudades, dar a conocer nuevos modelos logísticos para la distribución urbana de mercancías, acercar nuevas tecnologías de combustibles alternativos a las empresas usuarias y acercar nuevas tecnologías de movilidad y de seguridad al sector.

TIPSA aprovechará la cita para exponer a los asistentes su nuevo servicio de entrega concertada, conjuntamente con Crambo Wireless Vexia Finder, la compañía tecnológica que ha desarrollado en exclusiva esta solución para la empresa de logística y transportes. Este servicio, de indudable valor añadido y hasta ahora en pruebas en Madrid y Barcelona, podrá ser ofertado en breve por la mayoría de agencias de la red.

Vuelven los Ecommondays a Barcelona y Madrid

Tras el lógico parón veraniego, el próximo día 30 de septiembre se retoman las habituales jornadas eCommerce organizadas por Comerkia y patrocinadas por TIPSA. La "vuelta al cole" se producirá en Barcelona, con una jornada dedicada a la evolución del eCommerce de moda. Ya en octubre, el día 14, se inaugurará la temporada en Madrid con un coloquio centrado en cómo sacar más partido a las pasarelas de pago eCommerce, entre los ponentes tendremos a representantes de Paypal, Pagantis y Sagepay que nos hablarán de las distintas características de sus sistemas de pago online y de lo que deparará el futuro.



II Promoción Máster eCommerce del Foro de Economía Digital

El próximo 16 de octubre dará comienzo la segunda promoción del Máster en Dirección eCommerce organizado por el Foro de Economía Digital y del que TIPSA es empresa mentora y patrocinadora.

Este máster es uno de los pocos específicos en dirección eCommerce que se celebran en España y por ello está teniendo una excelente acogida. Además este año el curso se impartirá también en diversos países de América del Sur.



El máster se imparte en modalidad "blended learning" con clases presenciales y un campus virtual como complemento donde disponer de los 40 módulos de contenidos, vídeos, prácticas, evaluaciones, foros... Además existe la opción de seguimiento del curso vía streaming, siguiendo las clases en tiempo real.

El programa se desarrolla en un periodo de cuatro meses y se incluyen tutorías y seguimientos con el objetivo de dar soporte a los proyectos específicos que los alumnos traten de llevar a cabo.

Las agencias de la red TIPSA, así como sus colaboradores y clientes pueden acceder en condiciones ventajosas y exclusivas a las sesiones en streaming del Máster en Dirección eCommerce. Los delegados que estén interesados pueden ponerse en contacto con la central para recabar más información. Es una oportunidad única de conocer el sector con más futuro.



TIPSA en eShow Madrid 2013

Como cada año cuando finaliza el verano, tenemos una cita ineludible con eShow. La séptima edición de la feria de eCommerce y Marketing Digital se ha desarrollado, con muchas novedades, durante los días 25 y 26 de septiembre y naturalmente TIPSA ha estado presente, ofreciendo sus distintas soluciones para empresas que venden a través de Internet.

La feria es un referente para un sector que ha crecido un 20 por ciento en el último ejercicio y que sigue siendo hoy por hoy un vínculo estratégico para el sector de la logística y el transporte. En el próximo número de Ruta Abierta resumiremos la presencia de TIPSA en el salón.



TIPSA será Gold Sponsor en Pharmalog 2013

Son varias las compañías del sector farmacéutico que vienen confiando en TIPSA y su red de agencias para el transporte y entrega de sus productos. Desde hace años la compañía de transporte aporta soluciones de calidad al sector farmacéutico y se ha sabido posicionar como un socio logístico de primer nivel dentro del sector. Este es el motivo principal por el que TIPSA será Gold Sponsor en la próxima edición de Pharmalog, el Congreso de Logística Farmacéutica que se llevará a cabo el día 27 de noviembre de 2013 en Madrid y al que acudirán representantes de las principales empresas del sector instaladas en suelo español.



Los sectores que más empleo generarán los próximos meses

Los sectores relacionados con la distribución, logística, producción y manufacturas o automoción generarán puestos de trabajo que cubran la demanda que se va a generar a partir de los próximos meses. Algunos de los perfiles más demandados serán personal de almacén, movimiento interno de carretillas elevadoras, preparadores de pedidos, etc. Así lo asegura la empresa de trabajo temporal Adecco en el informe que ha realizado sobre cuáles serán aquellos sectores que ofrezcan más oportunidades para dinamizar el mercado de trabajo en los próximos meses.

Según el estudio de Adecco, las áreas de actividad señaladas están empezando a reactivarse y presentan nuevas oportunidades laborales que pueden impulsar o al menos aliviar el mercado de trabajo nacional.

Fuente: Cadena de Suministro



Preocupación en Fenadismar por el estado de las carreteras

La Federación Nacional de Asociaciones de Transportistas de España (Fenadismar) considera muy preocupante la reducción producida en los últimos años en los presupuestos destinados a la conservación de las carreteras, más de un 20 por ciento durante el pasado año 2012, "lo que nos sitúa a niveles de inversión similares a los de los años 80", apunta la federación.

Esta falta de inversión se traduce en deficiencias tanto en la señalización horizontal como vertical, como en el estado del pavimento que presenta importantes baches y grietas, así como en el estado de las luminarias, donde se ha constatado que más del 50 por ciento del trazado que cuenta con iluminación, presenta incidencias.

En este sentido Fenadismar planteará al Ministerio de Fomento la necesidad de incrementar de forma importante dichos presupuestos para el mantenimiento adecuado de las carreteras españolas y así contribuir a las positivas estadísticas de seguridad vial registradas en la última década.

Fuente: Diario del Puerto

El valor del packaging

El packaging de un producto es un elemento fundamental de conexión con el consumidor y, sin duda, la creatividad y el ingenio son la clave del éxito.

Hoy tenemos en el mercado cientos de productos para elegir y cómo nos guiamos en la elección de los mismos depende mucho de nuestros ojos, así que su envoltorio y presencia mandan una señal a nuestro cerebro para comprar aquellas cosas que nos llaman más la atención. Y esto sin hablar de la imagen de marca y de como un buen packaging contribuye en el branding de forma evidente. ¿Quién no es capaz de reconocer el packaging de Apple, por ejemplo? El producto no es excusa para no innovar en el embalaje, no importa si haces bombillas, vino o comida para gatos, siempre puedes diferenciarte, innovar y ser creativo en la forma que llegas al consumidor.

Los consejos para un buen packaging: visibilidad, que se vea el producto, mensaje de tú a tú con el comprador y valor añadido.

Desde TIPSA te podemos asesorar sobre el mejor packaging para tu producto.

Fuente: puromarketing.com



Las exportaciones por vía marítima crecen un 2,4 por ciento

Las exportaciones españolas a través de los puertos de interés general ascendieron hasta junio a 41,17 millones de toneladas, lo que supone un incremento del 9,74 por ciento con respecto a igual período de 2012.

Por los puertos españoles salieron un total de 20,3 millones de toneladas de mercancía general, 12,5 millones de toneladas de graneles líquidos y 8,3 millones de toneladas de graneles sólidos. Los puertos del Mediterráneo canalizaron el 60,5 por ciento de las exportaciones.

Cuatro puertos acapararon el 40 por ciento de estas exportaciones: Algeciras, Valencia, Barcelona y Bilbao, con Valencia a la cabeza gestionando 6,2 millones de toneladas.

En el primer semestre de 2013 los puertos que más han incrementado las exportaciones son Cádiz, Castellón y Gijón.

Fuente: Diario del Puerto



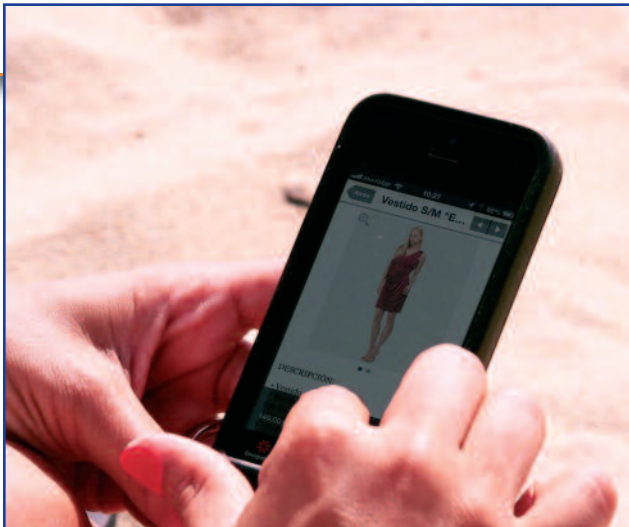
Crecimiento en las compras a través de dispositivos móviles

Las ventas online realizadas a través de dispositivos móviles se han duplicado en el último año. Así lo asegura un estudio realizado por IMRG y Capgemini, que ilustra el rápido crecimiento experimentado en las compras vía móvil.

Las ventas a través de dispositivos móviles representaron el 23 por ciento del total en el segundo trimestre del año y las visitas a sites a través de estos dispositivos se situaron en un 34 por ciento.

Los responsables del estudio han estado siguiendo las ventas a través de dispositivos móviles durante tres años, tiempo durante el cual la penetración de las ventas online ha crecido más de un 2000 por ciento, con una penetración de visitas a retails online superior al 1000 por ciento.

Fuente: ecommercenews.es



El eCommerce eleva su facturación un 15,1 por ciento

El comercio electrónico en España alcanzó en el primer trimestre de 2013 un volumen total de facturación de 2.822,6 millones de euros, lo que supone un incremento del 15,1 por ciento en tasa interanual.

Según los datos hechos públicos por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, este registro supone un nuevo máximo histórico. En total entre enero y marzo, se contabilizaron 43,5 millones de transacciones, lo que supone un crecimiento interanual del 18,6 por ciento.

El montante económico generado se distribuyó principalmente entre agencias de viajes y operadores turísticos (13,8%) y el transporte aéreo (11%). Les siguieron en la clasificación de ramas de actividad con mayor volumen de negocio: el marketing directo (5,8%), el transporte terrestre de viajeros (4,8%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (3,7%) y las prendas de vestir (3,4%).

Fuente: elEconomista.es



Nuevo portal para fomentar el uso del eCommerce en las pymes

Comunidad de Madrid y Cámara de Comercio han firmado un acuerdo para el diseño, implantación y gestión del portal de Comercio de la Comunidad de Madrid, una herramienta que pretende convertirse en una referencia en la difusión y la promoción del comercio electrónico entre las pymes de la región.

El objetivo de la iniciativa es impulsar la competitividad y la internacionalización de las pymes comerciales. El portal ofrecerá todo lo relacionado con el comercio electrónico y con el despliegue de las nuevas tecnologías en los procesos comerciales. Esta iniciativa está dirigida a las pymes y, principalmente, a las pequeñas empresas y microempresas del sector comercio y servicios, autónomos y emprendedores de la Comunidad de Madrid.

Fuente: ecommercenews.es

Los perfiles más habituales de compradores online

En el comercio electrónico, al igual que en el entorno físico, no todos los consumidores son iguales. Unos son más impulsivos, otros sólo compran rebajas y otros sólo buscan productos de una marca concreta. De forma parecida, en eCommerce ya podemos diferenciar varias tipologías de perfiles de compradores online y conocerlos puede ayudar a plantear estrategias comerciales.

Estos son los perfiles del comprador en Internet según el estudio llevado a cabo por Mercado Actual:

El impulsivo: Se trata de un asiduo al eCommerce que se deja llevar por el primer impulso. Entusiasta de las oportunidades del día y las ofertas de última hora, en ocasiones puede pecar de cierta falta de criterio a la hora de seleccionar qué y dónde comprar.

El buscador de gangas: Condiciona su compra a la localización del gran "chollo". No se precipita en la compra y aguarda hasta encontrar el precio más bajo. A veces, al otorgar tanta importancia al precio, puede pasar por alto otros factores importantes como la atención al cliente, los plazos de entrega, la garantía o condiciones de devolución...

El detective: Le encanta navegar, comprar, investigar. Su decisión de compra requiere un amplio proceso previo de información que incluirá visitas a muchas páginas web y una exhaustiva recopilación de opiniones de usuarios en foros y redes sociales.

El forofo: Está tan convencido de las ventajas del eCommerce que prácticamente sólo compra por este procedimiento.

El fiel: Su amor hacia el comercio electrónico está focalizado en unas pocas tiendas online de su confianza. Si ha tenido una experiencia de compra satisfactoria con una determinada web, tenderá a repetir con ella incluso si el precio que le ofrecen no es el mejor.

El precavido: Suele corresponderse con un comprador neófito, con poca experiencia previa en el mundo de las compras online. El desconocimiento del medio le hará moverse con pies de plomo. Sólo comprará en webs que le ofrezcan máxima confianza o de las que tenga referencias, no gastará mucho dinero y sólo lo hará tras asegurarse de que el pago y todo el proceso de compra son seguros.

El ponderado: Suele ser veterano en la compra online. No se dejará llevar por las tentaciones como el "impulsivo", pero tampoco necesitará tanto tiempo como el "detective". En definitiva, su proceso de compra es racional y equilibrado.

El crítico: Examina con lupa todo el proceso de compra y no dudará en quejarse si considera que el servicio recibido no ha estado a la altura de sus expectativas. Además, castigará a la tienda con comentarios negativos en foros si su queja no es atendida satisfactoriamente.

Fuente: ecommercenews.es



El eCommerce motor de crecimiento en la moda

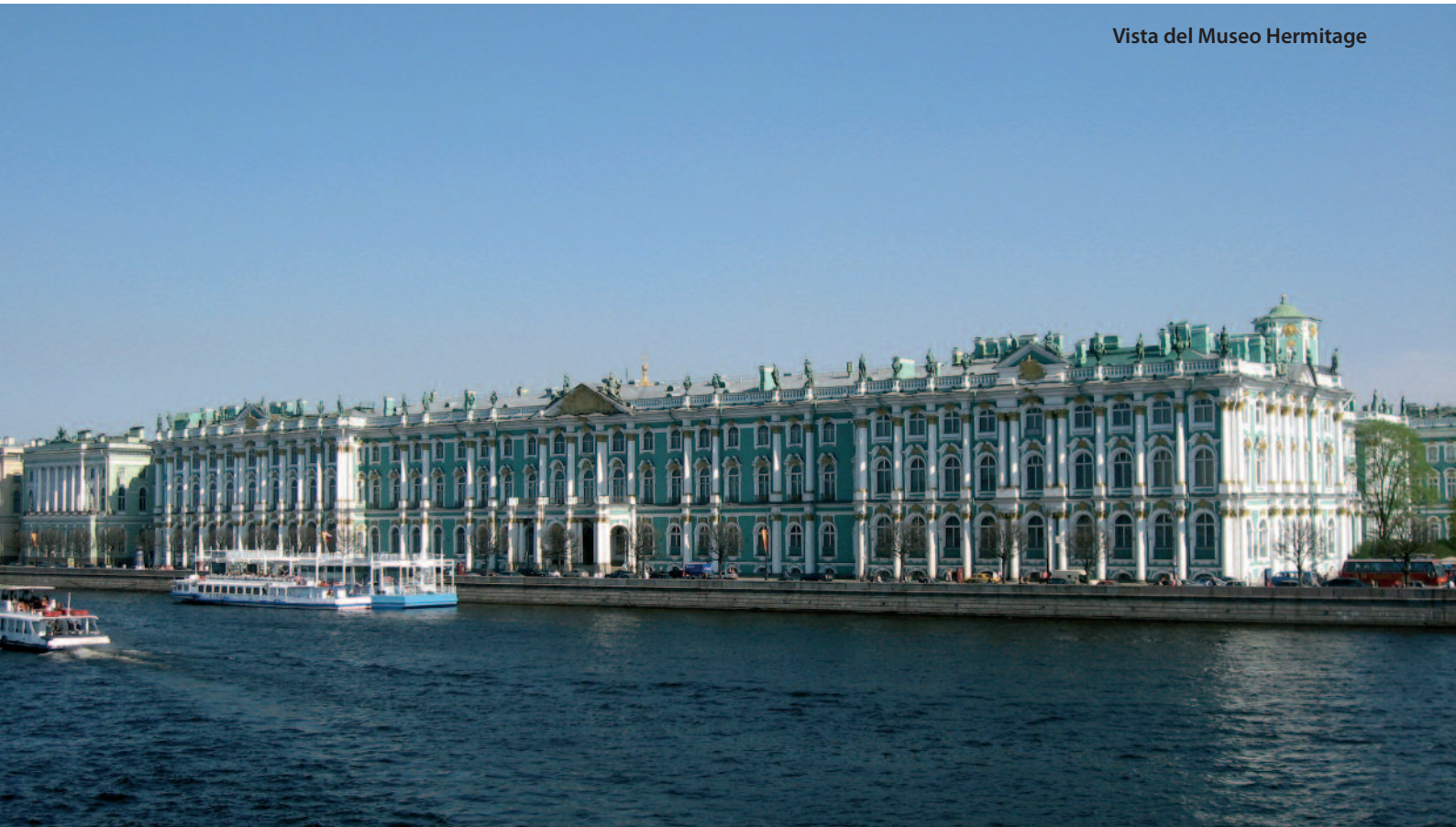
Según el barómetro de empresas de moda en España 2013 elaborado por Modaes.es y Vente-Privee.com, el eCommerce es uno de los principales motores de crecimiento en las empresas de moda españolas, que en un 53 por ciento de los casos prevé incorporar nuevos profesionales en estos departamentos durante el presente ejercicio.

Ocho de cada diez empresas españolas de moda ya disponen en 2013 de tienda online y el 93 por ciento prevé un aumento de sus ventas a través de la red durante el presente año. También sube, del 65 por ciento al 69 por ciento, la tasa de empresas que distribuye a través de outlets y clubes de venta, y casi una de cada dos empresas participa ya del comercio electrónico.

El barómetro también analiza la presencia de las empresas españolas de moda en las redes sociales. Para el 41 por ciento de las compañías, esta presencia es muy activa. Sólo el 3 por ciento de las compañías del sector no está presente en redes sociales.

Fuente: Ecommerce News





San Petersburgo

Un paseo por la capital turística de Rusia

San Petersburgo es la capital turística de Rusia. La ciudad imperial mezcla historias de zares, intrigas palaciegas y revoluciones, con deslumbrantes edificios de los más variados estilos arquitectónicos. Hoy la ciudad cautiva al visitante con sus espectaculares construcciones, anchas avenidas y elegantes monumentos.

Situada en el noroeste de Rusia, en la costa del mar Báltico, San Petersburgo siempre ha tenido un importante significado estratégico para el país.

Fue fundada en 1703 al reconquistar Rusia la salida al mar de Suecia bajo el reinado de Pedro el Grande, quien así reforzó la presencia de Rusia en esa región, abriendo al mismo tiempo una ventana a Europa. Para el desarrollo de la ciudad, el emperador se inspiró en Venecia y en Amsterdam, prohibió los puentes permanentes sobre el río Neva para que se asemejara al Gran Canal, y promovió la construcción de canales en las calles.

Desde la puesta en marcha del proyecto los arquitectos e ingenieros más valiosos se involucraron en el desarrollo de la ciudad. Además de los rusos, dejaron allí sus huellas arquitectónicas profesionales de Suiza, Italia, Francia y

otros países. Se puede apreciar la influencia de la arquitectura italiana en el siglo XVIII y en menor grado de la francesa. En esa época en la ciudad se construyeron gran número de monumentos y conjuntos de arquitectura barroca y neoclásica.

Quizá los más conocidos sean la Plaza del Palacio, con el Palacio de Invierno y el edificio del Estado Mayor, la catedral de San Isaac y la catedral de Nuestra Señora de Kazán, el Almirantazgo y el cabo de la isla de Vasilievski. El centro histórico de San Petersburgo ha sido designado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Este afán edificador de Pedro I atrajo una enorme fuerza laboral de trabajadores de todas partes del país, se cree que unas 40.000 personas trabajaban allí cada año. Lo que comenzó con la fortaleza de San Pedro y San Pablo y continuó con las labores de drenaje de las marismas alrededor del río Neva durante la

Guerra del Norte, con el tiempo registró un asombroso crecimiento, de tal modo que una década después la ciudad contaba con más de 30.000 edificios.

La transferencia de la capital rusa a San Petersburgo en 1712 contribuyó a su florecimiento. Desde los inicios del siglo XVIII en la ciudad comenzaron a establecerse alemanes, finlandeses, suecos, armenios, tártaros y representantes de otras muchas nacionalidades.

La capital del imperio ruso, tal como fue concebido por Pedro I, se convirtió en una ciudad de tolerancia religiosa por construirse allí no solo iglesias ortodoxas, sino también templos de distintas confesiones.

También se desarrollaron los alrededores de la ciudad, donde se edificaron las residencias de los zares Petergof y Tsarskoye Selo, destacadas por sus lujosos palacios, fuentes y parques.

Pedro I había vivido y estudiado en los Países

Bajos, por eso decidió bautizar a la manera holandesa la nueva ciudad en honor de su santo patrono, Sank Piterburj, forma que posteriormente se germanizó.

La Gran Guerra

La ciudad cambió de nombre varias veces: se llamó Petrogrado, de manera rusa y más patriótica, al entrar Rusia en 1914 en la Primera Guerra Mundial y luchar contra Alemania. En 1918 perdió su estatus de capital y, poco más tarde, en 1924 recibió el nombre de Leníngrado, en honor al líder revolucionario Vladimir Lenin.

La Segunda Guerra Mundial fue un tiempo de severo sufrimiento para la ciudad, que se vio sitiada por las fuerzas armadas de la Alemania nazi durante 29 meses. Por culpa de la contienda bélica San Petersburgo perdió más de un millón de ciudadanos.

Tras concluir la guerra, la ciudad creció considerablemente gracias al aumento de la población y la construcción de nuevas viviendas. En 1991, y tras un plebiscito, recuperó el nombre de San Petersburgo.

Entre los símbolos de la ciudad figuran las esfiges del malecón de la Universidad, el monumento a Pedro I "el jinete de bronce", el Instituto Smolny y el crucero "Aurora", que hizo el disparo que sirvió de señal para el inicio de la Revolución de Octubre.

San Petersburgo destaca por sus "noches blancas" en mayo y junio, cuando el sol apenas se pierde bajo el horizonte.

Además, la ciudad es un núcleo cultural, artís-

Ficha destino

Qué ver

- Museo Hermitage, uno de los más grandes y famosos del mundo.
- Catedral de San Isaac.

Dónde dormir

- Gran Hotel Europe, Mikhailovskaya Ulitsa 1/7. San Petersburgo.
- Kempinski Hotel Moika 22, Moika River Embankment, 22. San Petersburgo.

Dónde comer


- Demidov, Rio Fontanka, 14. San Petersburgo. Precio medio 50 €.
- Troika, Zagorodny Prospect, 27/21. San Petersburgo. Precio medio 50 €.
- Zar, Sadovaya, 12. San Petersburgo. Precio medio 70 €.

tico e intelectual de Rusia. En 1724, el mismo Pedro el Grande decretó la fundación de la Academia Rusa de las Ciencias. Entre los graduados de la Universidad de San Petersburgo destacan ocho premios Nobel.

La academia de baile fundada en 1738 se convirtió posteriormente en el mundialmente famoso ballet Mariinski. En la ciudad no tardaron en aparecer muchas salas de conciertos, ballets y teatros. Allí también se afincaron ilustres compositores como Piotr Chaikovski, conocido por obras tan inolvidables como los ballets La bella durmiente, El lago de los cisnes y El cascanueces, y su inolvidable Obertura 1812.

La Academia Imperial de las Artes, fundada en

1757, dio al mundo a pintores renombrados como Karl Briulov e Iliá Repin.

San Petersburgo también inspiró a muchas célebres figuras nacionales de la poesía y la prosa que vivieron en la ciudad. El joven Alexandr Pushkin se convirtió, en opinión de muchos, en el máximo poeta nacional y el padre de la literatura rusa contemporánea. Sus obras se han traducido a los principales idiomas, así como las de Fiodor Dostoyevski, a quien suele catalogarse entre los mejores novelistas de la historia. El Museo del Hermitage, ubicado en el centro de la ciudad, está considerada una de las mayores pinacotecas del mundo. Cuenta con unas tres millones de piezas de arte que se exponen en más de 400 salas. 

Convento Smolny



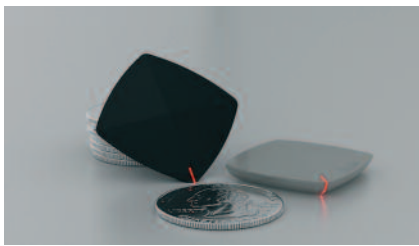
Tecnología

Gecko es un pequeño utensilio que esconde en su interior un acelerómetro y que, gracias a su conexión bluetooth con nuestro smartphone, se ofrece como monitor externo para diferentes objetos a los que queremos conectar a Internet, o como "mando a distancia" de funciones del teléfono.

Pero cuando estos pequeños dispositivos, con un SoC, LED y batería con un año de duración, son verdaderamente útiles, es al asociarlos con objetos cotidianos. Podemos por ejemplo colocarlo en una cámara réflex (algunos modelos de Canon y Nikon según sus creadores) y activar la cámara a distancia. O pegarlo a una maleta o puerta y que nos salte un aviso en el teléfono cuando alguien intenta llevársela o la puerta se abre respectivamente.

Este proyecto que busca financiación debería llegar a tu casa, si lo compras, a partir del mes de diciembre de este año. Cada uno de estos dispositivos cuesta entre 20 y 25 dólares.

Fuente: xataka.com



Ciencia

Un grupo de investigadores de la Universidad británica de Sheffield afirma haber encontrado formas de vida extraterrestre en la atmósfera de nuestro planeta tras analizar los datos obtenidos por un globo enviado a la estratosfera. Los resultados de esta extraordinaria investigación se publican en *Journal of Cosmology*.

Milton Wainwright, del Departamento de Biología Molecular y Biotecnología de la citada Universidad y director del trabajo, destaca el hecho de que el hallazgo se produjo precisamente en el punto máximo de las Perseidas, una de las lluvias de estrellas más espectaculares de cuantas se pueden observar desde nuestro mundo.

Fuente: abc.es



Medio Ambiente

Un grupo de investigadores de la Universidad de Nueva Gales del Sur (Australia) ha desarrollado un material que permite reducir un 80 por ciento el coste de fabricación de los paneles solares. Esta tecnología se basa en el uso de la perovskita, un mineral conocido desde hace un siglo de fácil fabricación y alta eficiencia que permitiría a la energía solar competir con los combustibles fósiles a nivel de coste.

Los paneles solares de silicio convencionales utilizan materiales de 180 micrómetros de espesor mientras que las nuevas células solares utilizan menos de un micrómetro de material para capturar la misma cantidad de luz solar. El grupo ha conseguido una eficiencia en la absorción de luz del 15 por ciento, que se estima que aumentará hasta el 25 por ciento característico de las células solares de hoy en día. El pigmento es además un semiconductor eficaz en el transporte de la carga eléctrica generada.

Fuente: muyinteresante.es



Arquitectura

El estudio de arquitectura holandés MVRDV, famoso por sus innovadores proyectos donde se mezcla el diseño con la usabilidad y el medio ambiente, ha ideado una ciudad vertical para Jakarta, Indonesia. Peruri 88, como se llama, combina dos necesidades esenciales en la ciudad: el incremento de las zonas verdes y el aumento de la densificación. La solución, una ciudad vertical de más de 400 metros de altura.

Fuente: muyinteresante.es



Motor

Porsche celebra en este mes de septiembre los 50 años de un mito del automovilismo, el 911. Y nada mejor que mejorar la versión por excelencia, el 911 Turbo. Los ingenieros de la firma alemana han sido capaces de hacer el 911 Turbo con mejores prestaciones de su historia y dotarlo de una manejabilidad casi de un utilitario.

Y es que la conducción del nuevo 911 Turbo, que ya está disponible en España, dista mucho de la agresividad de sus ancestros de los años 80 y 90...

Parte del mérito le llega del aumento de la batalla en 10 cm (común a toda la gama 911), como pudimos comprobar en el 911 Carrera 4S, y del incremento de las vías delantera y trasera, la otra parte viene del arsenal tecnológico que los competentes ingenieros de la marca de Zuffenhausen han metido en el turbo.

Fuente: abc.es



Salud

La obesidad, plaga del siglo XXI, es una de las principales amenazas para la salud en los países desarrollados. Varios estudios la señalan como importante factor de riesgo para enfermedades hepáticas y cardiovasculares, diabetes, cáncer, osteoartritis o apnea del sueño. Sin embargo, otros estudios, publicados en revistas como el *Journal of the American Medical Association* o *The Lancet*, sostienen que las personas con obesidad moderada están más protegidas frente a enfermedades cardiovasculares o fallo cardíaco y hepático que un paciente delgado.

Fuente: abc.es

Libros



El héroe discreto
Mario Vargas Llosa
Alfaguara

La nueva novela de Mario Vargas Llosa narra la historia paralela de dos personajes: el ordenado y entrañable Felcito Yanaqué, un pequeño empresario de Piura, que es extorsionado; y de Ismael Carrera, un exitoso hombre de negocios, dueño de una aseguradora en Lima, quien urde una sorpresiva venganza contra sus dos hijos holgazanes que quisieron verlo muerto. Ambos personajes son, a su modo, discretos rebeldes que intentan hacerse cargo de sus propios destinos.



Canadá
Richard Ford
Anagrama

Dell Parsons tiene quince años cuando sucede algo que marcará para siempre su vida: sus padres roban un banco y son detenidos. Su mundo y el de su hermana gemela Berner se desmorona en ese momento. Con los padres en la cárcel, Berner decide huir de la casa familiar en Montana. A Dell, un amigo de la familia le ayudará a cruzar la frontera canadiense con la esperanza de que allí pueda reiniciar su vida. Una hermosa y profunda novela sobre la pérdida de la inocencia.

Cine



El mayordomo
Lee Daniels
Forest Whitaker, John Cusack,
Jane Fonda
Estreno: 04/10/2013

Una película basada en hechos reales y que sirve para dar una mirada a la vida de Cecil Gaines (Forest Whitaker), quien sirvió como mayordomo jefe de la Casa Blanca a ocho presidentes, desde 1952 a 1986, teniendo asiento de primera fila mientras se definía la historia política y racial de Estados Unidos.

Conmovedora, brillante y veraz, son algunos de los adjetivos que ha utilizado la crítica estadounidense para definir la obra.



Blue Jasmine
Woody Allen
Cate Blanchett, Alec Baldwin
Estreno: 15/11/2013

Jasmine (Cate Blanchett) era una ama de casa rica y glamorosa de la alta sociedad de Nueva York, pero ahora está sin dinero y sin casa. Por ello se ve obligada a mudarse a San Francisco a vivir con su hermana Ginger, una mujer de clase trabajadora que vive en un pequeño apartamento con su novio Chili. Jasmine atraviesa la etapa más crucial de una grave crisis existencial, tomando antidepresivos y recordando su antigua vida en Manhattan y los Hamptons con su marido.

Artes escénicas



La lengua madre
Emilio Hernández
Teatro Español
Madrid

El actor Juan Diego se pone a las órdenes del director Emilio Hernández para poner en pie un monólogo basado en un texto de Juan José Millás. La lengua madre es un homenaje a las palabras.

El personaje que nos acompaña en este viaje es un tipo tierno y entrañable, capaz de hacernos reír y llorar desde la humildad y la verdad. Una especie de ángel de la guarda que nos ahuyenta de los peligros contemporáneos en forma de palabras y nos resguarda al calor de los términos que todos conocemos.

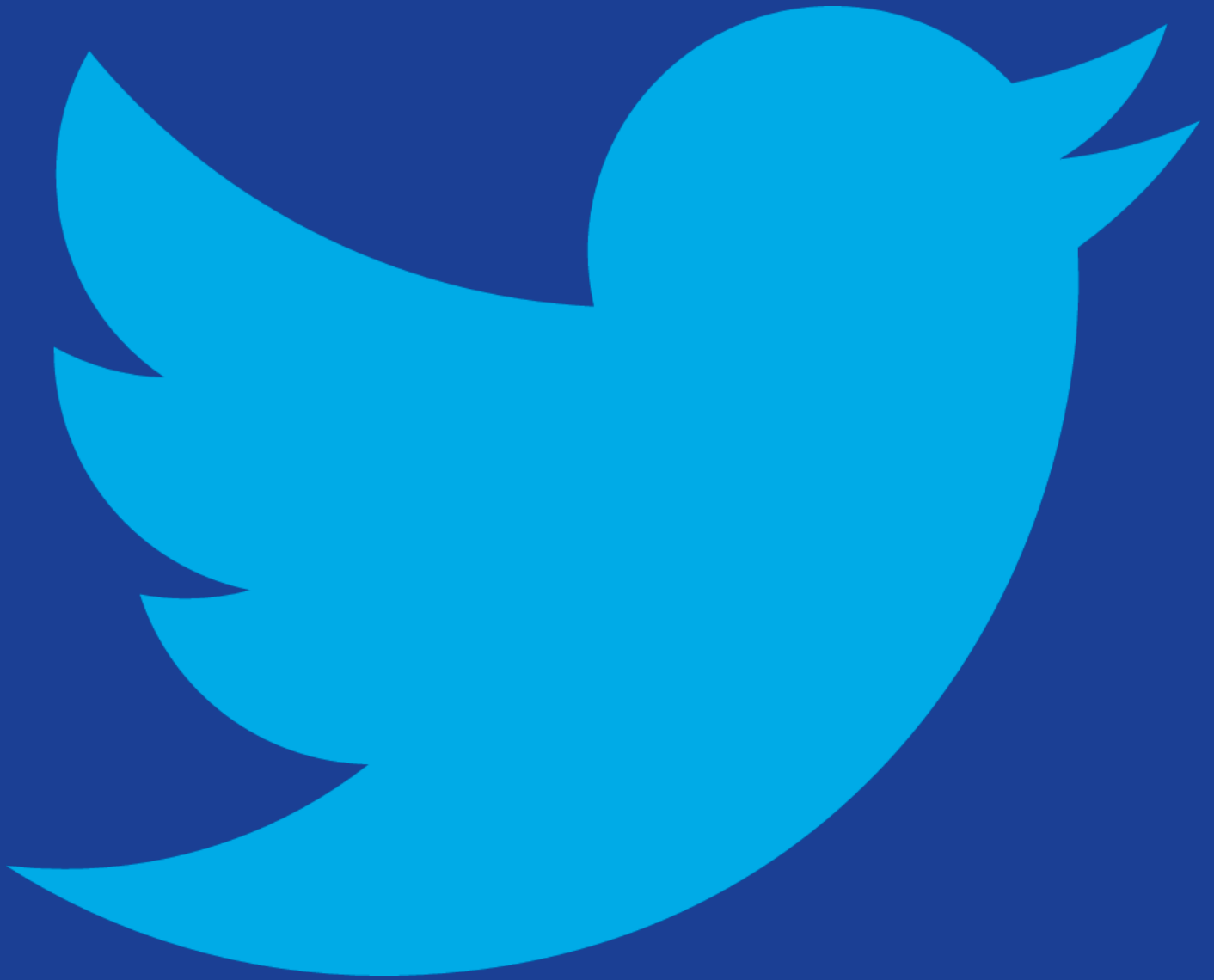


Hoy: El diario de Adán y Eva
Miguel Ángel Solá
Teatre Condal
Barcelona

Hoy: El diario de Adán y Eva es una obra que habla sobre el amor, pero también sobre la complicidad, las emociones y la felicidad. La historia transcurre en dos estudios de radio separados por medio siglo de diferencia. Distintos miedos y esperanzas, pero un único dilema en común: las vicisitudes del amor.

Fernando Guillén Cuervo y Ana Milán son los protagonistas de este álbum de recuerdos y sensaciones que tiene como objetivo emocionarnos con sencillez y elegancia.

TIPSA en twitter



Síguenos

www.twitter.com/TIPSA_red