



“El comercio electrónico va llenando el hueco que deja el mercado convencional, en claro descenso por la crisis”

TIPSA, la empresa de paquetería de capital 100% español, ha presentado los números del ejercicio 2012, con un crecimiento del 1,5% respecto a la cifra de facturación del año anterior. El crecimiento experimentado se ajusta a la cifra de negocio prevista por la compañía y es el resultado de una facturación que ha alcanzado los 202 millones de euros. Entrevistamos a su director general, Antonio Fueyo. *En la foto: Antonio Fueyo, director general de Tipsa*

Ecommerce-News (EcN): ¿Cómo concluyó 2012 para TIPSA en cuanto a eCommerce se refiere?

Antonio Fueyo (AF): Con moderado optimismo. Vemos que a pesar de la crisis, de la guerra de precios, y del descenso del peso medio de las expediciones, hemos logrado un ligero crecimiento que supone la consolidación del mercado eCommerce que, afortunadamente, va llenando el hueco que deja el mercado más “convencional”, en claro descenso por la situación económica.

EcN: ¿Qué servicios relacionados con comercio electrónico ofrece TIPSA actualmente a sus clientes?

AF: Para nuestros clientes de venta online tenemos la solución eTIPSA que engloba una serie de herramientas de alto valor. Dentro de esta solución diseñada exclusivamente para esta tipología de clientes, ofrecemos dos servicios básicos acompañados de una serie de servicios complementarios. Así tenemos un servicio eTIPSA Premium, que es el más completo y el que cubre todas las necesidades, entre otras: entrega en 24 horas, envío de email y sms de seguimiento,

“A pesar de la crisis, de la guerra de precios, y del descenso del peso medio de las expediciones, hemos logrado un ligero crecimiento que supone la consolidación del mercado eCommerce”

dos intentos de entrega, integración tecnológica de plataforma eCommerce sin coste para el cliente y posibilidad de elección de horario de entrega por parte del destinatario. Por otro lado está eTIPSA Estándar, servicio con similares características al anterior pero con entrega en 24/48 horas. Además de estos servicios básicos, tenemos flexibilidad para adaptarnos a las necesidades particulares de cada negocio.

EcN: ¿Habrá novedades en cuanto a servicios eCommerce este 2013?

AF: No tenemos ningún lanzamiento planificado ahora mismo, aunque seguiremos escuchando activamente al mercado para entender y atender sus necesidades según vayan evolucionando. Lo que sí tenemos planificado es la consolidación de los servicios lanzados en 2012: la anteriormente mencionada solución

eTIPSA con todo lo que le rodea de servicios de valor añadido, los servicios complementarios de logística, incluida la logística inversa, la red de puntos de entrega con más de 1.000 ya disponibles además de nuestra propia red de agencias, la integración de sistemas informáticos, etc...

EcN: Comente algún caso de éxito en cuanto a implantación de las soluciones ecommerce de Tips@ en alguno de sus clientes.

AF: Son muchos, afortunadamente. Unos más conocidos y otros menos para el gran público, aunque eso no siempre tiene relación con su tamaño real como clientes nuestros de eCommerce. Por ello, destacar uno sería hacer un cierto desprecio a los demás. Pero estamos muy satisfechos especialmente de algunas integraciones muy personalizadas que hemos logrado últimamente con reconocido éxito ■