

PROYECTO FINAL DE COMERCIO INTERNACIONAL

Curso Académico 2023-2024

Empresa: CST Grupo.



Autor del trabajo: Alex Cantó Vila

Responsable de la empresa: Alejandro Casas Sales.

Tutor del trabajo: José De La Iglesia Perelló.

Valencia, 20 de mayo de 2024.

Resumen del proyecto.

Este Trabajo de Fin de Carrera (TFC) se centra en la evaluación integral de CST Grupo, una empresa de logística y transporte con más de 30 años de experiencia en el sector. El proyecto analiza la actividad de la empresa, su ubicación en el mercado, la estructura organizativa y el entorno competitivo. Además, se desarrollan la misión, visión y valores de la empresa, y se describe su cultura corporativa. El plan de marketing incluye la segmentación y público objetivo, estrategias de marketing, herramientas operativas y análisis de productos/servicios, precio, promoción, relación con el cliente y canales de distribución. Finalmente, se presenta una reflexión personal y profesional sobre la experiencia en la empresa, destacando el aprendizaje obtenido y las oportunidades de desarrollo.

Palabras clave: logística, transporte, marketing, competitividad, innovación.

Índice

RESUMEN DEL PROYECTO	2
<u>1.INTRODUCCIÓN</u>	5
<u>2.ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....</u>	5
2.1. HISTORIA DE LA EMPRESA A LO LARGO DE LOS AÑOS:.....	5
2.2. ACTIVIDAD DE LA EMPRESA Y SU UBICACIÓN EN EL SECTOR:	6
2.3. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL DEL SECTOR Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:	7
2.4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES:	7
<u>3.ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECIFICO.</u>	9
3.1. ANÁLISIS PEST:	9
3.2. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER:	11
3.3. ANÁLISIS DAFO:.....	12
3.4. ANÁLISIS CAME:	13
<u>4.PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....</u>	14
4.1.OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE RECURSOS HUMANOS:	14
4.2. RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN:	14
4.3. INTEGRACIÓN Y CAPACITACIÓN:	14
4.5. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO:.....	14
4.6. COMPENSACIÓN Y BENEFICIOS:.....	15
4.7. GESTIÓN DEL TALENTO Y RETENCIÓN:.....	15
4.7. CULTURA ORGANIZACIONAL:.....	15
<u>5.PLAN DE MARKETING.....</u>	16
5.1. SEGMENTACIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO:	16
5.2. ESTRATEGIA DE MARKETING:	16
5.3. HERRAMIENTAS DEL MARKETING OPERATIVO:	16
5.4. EL PRODUCTO/SERVICIO:	17
5.5. EL PRECIO:.....	18
5.6. LA PROMOCIÓN:	18

5.7. LA RELACIÓN CON EL CLIENTE:	18
5.8. LA DISTRIBUCIÓN EN EL MERCADO LOCAL E INTERNACIONAL.....	18
6.DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO.	19
6.1. DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO:	19
6.2. DESCRIPCIÓN DE TAREAS:	19
6.3. RELACIONES:	19
6.4. DISPONIBILIDAD:.....	19
6.5. DOCUMENTACIÓN:	19
6.7. AMBIENTE:	19
6.7. RIESGOS:.....	19
6.8. DEDICACIÓN:.....	20
6.9. INTEGRACIÓN:	20
7.REFLEXIÓN FINAL	20
BIBLIOGRAFIA.....	21

1. INTRODUCCIÓN

Tras cursar el segundo año del ciclo superior de Comercio internacional en la Universidad Europea, he realizado unas prácticas en una empresa del sector de la logística y el transporte, concretamente en la empresa CST Grupo. La elección de esta compañía se justifica por su destacada trayectoria de más de 30 años en el sector logístico, respaldada por una sólida reputación en el transporte de mercancías a nivel europeo. Esta decisión se fundamenta en la oportunidad de adquirir experiencia práctica en un entorno profesional consolidado, permitiendo la aplicación de conocimientos teóricos en situaciones reales. Desde una perspectiva impersonal y académica, el interés personal en estas prácticas ha radicado en la posibilidad de explorar y comprender los procesos logísticos dentro de una empresa líder en el sector, contribuyendo así al desarrollo de habilidades relevantes para mi formación profesional. Los resultados esperados incluyen la adquisición de experiencia práctica, el fortalecimiento de competencias específicas en logística y transporte, así como la elaboración de informes detallados sobre los procesos operativos de la empresa. El enfoque del trabajo se centrará en la colaboración estrecha con el equipo de logística de CST Grupo, la observación activa de los procedimientos operativos y el análisis crítico de los mismos para identificar posibles áreas de mejora y optimización.

2. Antecedentes y contextualización de la empresa.

2.1. Historia de la empresa a lo largo de los años:

1991 - CS Transitarios Transporte Internacional es fundada, marcando el inicio de la trayectoria de la empresa en el sector logístico y de transporte. En sus primeros años, la empresa se enfoca en establecer una base sólida de operaciones y en construir relaciones duraderas con clientes y socios comerciales.

- 2007 - Se expanden las operaciones con rutas hacia Alemania, ampliando así el alcance geográfico de los servicios ofrecidos por la empresa. Este paso estratégico responde a la creciente demanda de transporte internacional en la región y refleja la capacidad de la empresa para adaptarse a las necesidades del mercado.
- 2012 - Se introduce un servicio innovador de Short Sea Shipping, mostrando el compromiso de la empresa con la búsqueda de soluciones logísticas eficientes y sostenibles. Este enfoque en el transporte marítimo de corta distancia refleja la preocupación de CST Grupo por reducir su huella ambiental y promover prácticas comerciales responsables.

- 2016 - Tras adquirir Boira & Soriano, se consolida la marca CST Grupo, lo que representa un hito importante en la evolución y crecimiento de la empresa. Además, se celebra el 25º aniversario de CS Transitarios, destacando su larga trayectoria en el mercado. Esta adquisición fortalece la posición de CST Grupo en el mercado y amplía su cartera de servicios, permitiéndole ofrecer una gama aún más amplia de soluciones logísticas a sus clientes.
- 2017 - Se inaugura una nueva sede en Ribarroja, Valencia, como parte de la estrategia de expansión y fortalecimiento de la presencia regional de CST Grupo. Esta expansión geográfica refleja el crecimiento continuo de la empresa y su compromiso con el servicio al cliente, al tiempo que le proporciona una base operativa adicional para satisfacer la creciente demanda en la región.
- 2019 - CST Grupo se asocia a Lognet, lo que posiblemente refuerce su posición en el mercado y su capacidad para ofrecer servicios logísticos integrados. Esta asociación estratégica puede abrir nuevas oportunidades de crecimiento y colaboración para la empresa, al tiempo que le permite aprovechar la experiencia y los recursos de Lognet para mejorar aún más su oferta de servicios.
- 2021 – Hasta la Actualidad. La empresa celebra su 30 aniversario, marcando tres décadas de excelencia en el transporte y la logística. Este hito subraya la experiencia y la confiabilidad que CST Grupo ofrece a sus clientes, así como su compromiso continuo con la innovación y la mejora continua. Además, refleja la visión a largo plazo de la empresa y su capacidad para mantenerse a la vanguardia de un mercado en constante evolución.

2.2. Actividad de la Empresa y su Ubicación en el Sector:

CST Grupo es una empresa especializada en logística y transporte, con más de 30 años de experiencia en el sector. Su actividad principal incluye el transporte internacional de mercancías, ofreciendo una amplia gama de servicios logísticos que abarcan desde el transporte terrestre, marítimo y aéreo hasta la gestión de aduanas. La empresa se ha destacado en el transporte de mercancías para diversas industrias, incluyendo maquinaria industrial, textiles, cerámica, componentes de energías renovables, productos químicos y materiales de construcción. CST Grupo se posiciona como una de las mayores agencias de transporte de mercancías de Castellón, con sedes adicionales en Valencia y Madrid, lo que le permite cubrir eficientemente las necesidades de sus clientes en toda Europa.

2.3. Estructura y Organización Empresarial del Sector y Análisis de la Competencia:

El sector logístico y de transporte es altamente competitivo y está compuesto por una variedad de empresas que ofrecen servicios similares. La estructura empresarial del sector incluye grandes operadores logísticos internacionales, medianas empresas especializadas en nichos específicos y pequeñas empresas locales. CST Grupo compete en este entorno diversificado mediante la calidad de sus servicios, su red internacional de corresponsales y su capacidad para ofrecer soluciones logísticas integrales y personalizadas.

➤ **La competencia en el sector se caracteriza por:**

- ❖ Grandes multinacionales de la logística como DHL, FedEx y UPS, que cuentan con extensas redes globales y recursos significativos.
- ❖ Empresas de tamaño medio que se especializan en ciertos tipos de mercancías o rutas específicas.
- ❖ Pequeñas empresas locales que ofrecen servicios personalizados y flexibles.

CST Grupo se diferencia de sus competidores a través de su enfoque en la innovación, la sostenibilidad y el servicio al cliente, además de su experiencia y capacidad para manejar una amplia gama de mercancías.

2.4. Misión, Visión y Valores:

- ✓ **Misión:** Proveer soluciones logísticas integrales y eficientes que faciliten el comercio internacional y satisfagan las necesidades de transporte de nuestros clientes, garantizando seguridad, puntualidad y sostenibilidad en cada envío.
- ✓ **Visión:** Ser un referente en el sector logístico y de transporte a nivel europeo, reconocidos por nuestra excelencia operativa, innovación continua y compromiso con la sostenibilidad y el servicio al cliente.
- ✓ **Valores:** Compromiso con la calidad, integridad, innovación, sostenibilidad, orientación al cliente y trabajo en equipo.

➤ **La Cultura de la Empresa:**

CST Grupo se enorgullece de una cultura empresarial que valora la innovación, la sostenibilidad y la excelencia en el servicio. La empresa fomenta un ambiente de trabajo colaborativo y dinámico, donde se incentiva la creatividad y la mejora continua. La formación y el desarrollo profesional de sus empleados son prioritarios, asegurando que el personal esté capacitado y alineado con los objetivos de la empresa.

➤ **Imagen Corporativa y Manual de Identidad:**

La imagen corporativa es la percepción que tiene el público sobre una empresa, compuesta por todas las creencias, actitudes, ideas, prejuicios y sentimientos que las personas tienen hacia ella. Esta percepción se forma a partir de las interacciones del público con la empresa, a través de sus productos, servicios, comunicación, comportamiento social y cultura interna.



En resumen, la imagen corporativa es la representación mental que las personas tienen de una empresa, la cual puede ser positiva, negativa o neutral, y depende de cómo la empresa gestione y comunique con sus stakeholders.

Elementos de la Imagen Corporativa:

-Elementos Tangibles:

Logotipo

Nombre de la empresa

Colores corporativos

Diseño de productos y embalajes

Decoración de los establecimientos

-Elementos Intangibles:

Cultura de la empresa

Valores

Misión

Visión

Reputación

Responsabilidad social corporativa

Cómo Gestionar la Imagen Corporativa:

-Definir la Identidad Corporativa

-Planificar la Comunicación Corporativa

-Medir la Imagen Corporativa

En cuanto a la **imagen corporativa de CST Grupo** es coherente y profesional, reflejando su compromiso con la calidad y la excelencia. El manual de identidad corporativa establece las directrices para el uso de logotipos, colores, tipografía y otros elementos visuales, asegurando una presentación consistente y reconocible en todas las comunicaciones y materiales de marketing.

3. Análisis del entorno general y específico.

Entorno General:

El entorno general afecta a todas las empresas de una región o país y está compuesto por factores incontrolables que influyen en su éxito o fracaso. Los principales factores incluyen:

- Económicos: Situación económica del país, inflación, tipos de cambio.
- Políticos: Sistema y estabilidad política, leyes y regulaciones.
- Socioculturales: Valores, creencias, costumbres y estilos de vida.
- Tecnológicos: Avances tecnológicos que impactan productos, servicios y procesos.
- Medioambientales: Leyes medioambientales y cambio climático.

Entorno Específico:

El entorno específico afecta a empresas dentro de un mismo sector y es más controlable que el entorno general. Factores clave incluyen:

- Clientes: Necesidades, preferencias y poder de negociación.
- Competidores: Número, productos, servicios y estrategias de marketing.
- Proveedores: Disponibilidad y precio de materias primas y componentes.
- Intermediarios: Canales de distribución y venta.
- Sustitutos: Productos o servicios alternativos.

3.1. Análisis PEST:

El análisis PEST, también conocido como PESTEL, es una herramienta estratégica utilizada para comprender los factores externos que pueden afectar a una empresa u organización. Estos factores se agrupan en cuatro categorías principales:

Políticos: Regulaciones gubernamentales, estabilidad política, políticas comerciales, relaciones internacionales, etc.

Económicos: Crecimiento económico, inflación, tasas de interés, tipo de cambio, desempleo, etc.

Socioculturales: Demografía, valores sociales, estilos de vida, tendencias de consumo, educación, etc.

Tecnológicos: Avances tecnológicos, adopción de nuevas tecnologías, etc.

El objetivo del análisis PEST es identificar y evaluar cómo estos factores externos pueden influir en el éxito o fracaso de una empresa. Al comprender estos factores, las empresas pueden tomar decisiones estratégicas más informadas para aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas.

La web de donde se ha extraído información anterior es:

<https://www.swotandpestle.com/hubspot/>

<https://asana.com/es/templates/pest-analysis>

Político-Legal:

- ✓ **Medidas gubernamentales:** Las políticas fiscales y regulaciones aduaneras tanto a nivel nacional como internacional afectan directamente a CST Grupo debido a su naturaleza como empresa de logística y transporte internacional. Cambios en impuestos, aranceles o regulaciones de transporte podrían influir en los costos operativos y en la eficiencia de la empresa.
- ✓ **Burocracia empresarial:** Los procesos para la creación de empresas, los permisos de transporte y las regulaciones laborales son factores críticos que pueden influir en la facilidad de operar y en los costos administrativos de CST Grupo.

Económico:

- ✓ **Desarrollo económico:** El crecimiento económico del país y de la Unión Europea, así como la estabilidad financiera, impactan directamente en la demanda de servicios de transporte y logística. La industrialización del área donde opera la empresa también puede influir en la cantidad y tipo de clientes disponibles.
- ✓ **Red financiera:** El acceso a financiamiento y la estabilidad del sistema financiero son cruciales para la expansión y operaciones de CST Grupo, especialmente en términos de adquisición de nuevos equipos y expansión de servicios.

Social:

- ✓ **Valores y hábitos de consumo:** La comprensión de los valores y hábitos de consumo de la sociedad, así como la participación de la mujer en el mercado laboral, son importantes para adaptar los servicios ofrecidos por CST Grupo a las necesidades del mercado.
- ✓ **Diversidad cultural:** La diversidad cultural en Europa afecta la logística y el transporte, ya que CST Grupo opera en un entorno multicultural que requiere sensibilidad cultural y lingüística.

Tecnológico:

- ✓ **Innovación tecnológica:** La adopción de tecnologías emergentes en logística y transporte, como la automatización, el seguimiento en tiempo real y la optimización de rutas, puede mejorar la eficiencia operativa de CST Grupo y su capacidad para ofrecer servicios más competitivos.
- ✓ **Infraestructura tecnológica:** La disponibilidad de infraestructura tecnológica, como sistemas de gestión de almacenes y plataformas de comercio electrónico, también puede influir en la capacidad de CST Grupo para satisfacer las demandas del mercado y brindar un servicio de calidad.

3.2. Análisis de las 5 fuerzas de Porter:

El análisis de las 5 fuerzas de Porter es una herramienta de análisis estratégico desarrollada por Michael Porter en su libro "Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de la industria y de los competidores". Esta herramienta ayuda a las empresas a comprender el entorno competitivo de su industria y a identificar las amenazas y oportunidades que pueden afectar su éxito.

Las cinco fuerzas que analiza Porter son:

1. Poder de negociación de los proveedores.
2. Poder de negociación de los clientes.
3. Amenaza de entrada competidores actuales.
4. Amenaza de competencia futura.
5. Amenaza de productos sustitutivos.

La web de donde se ha extraído la información anterior es:

<https://offers.hubspot.es/plantilla-5-fuerzas-porter>

- ❖ **Fuerza de Proveedores:** CST Grupo debe evaluar la fiabilidad, la capacidad de entrega y el poder de negociación de sus proveedores de servicios logísticos, así como de los proveedores de equipos y materiales necesarios para su operación.
- ❖ **Fuerza de Clientes:** Es esencial para CST Grupo comprender las necesidades, preferencias y demandas de sus clientes en las diferentes industrias a las que sirve. La satisfacción del cliente y la capacidad de adaptación a sus requerimientos son clave para mantener relaciones comerciales sólidas y fomentar la fidelidad del cliente.
- ❖ **Competidores Actuales:** CST Grupo enfrenta competencia de otras empresas de logística y transporte, tanto a nivel nacional como internacional. La empresa debe monitorear de cerca las estrategias y acciones de sus competidores para identificar oportunidades y amenazas en el mercado.
- ❖ **Competencia Futura:** Barreras de entrada como la inversión inicial, la tecnología requerida y las regulaciones gubernamentales pueden afectar la amenaza de nuevos competidores en el mercado de logística y transporte. CST Grupo debe estar preparado para adaptarse a la entrada de nuevos jugadores y mantener su posición competitiva.
- ❖ **Productos Sustitutivos:** CST Grupo debe estar atento a la aparición de nuevos servicios o tecnologías que puedan sustituir o modificar la demanda de transporte y logística tradicional. La empresa debe estar lista para diversificar su oferta y adoptar nuevas tecnologías para mantener su relevancia en el mercado

3.3. Análisis DAFO:

El análisis DAFO, también conocido como análisis FODA, es una herramienta estratégica utilizada para identificar y analizar los factores internos (Fortalezas y Debilidades) y externos (Oportunidades y Amenazas) que pueden afectar a una empresa, proyecto o persona.

El objetivo del análisis DAFO es comprender mejor la situación actual y desarrollar estrategias para aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas.

La web de donde se ha sacado la información anterior es:

<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>



Debilidades:

- Dependencia de proveedores externos.
- Posible falta de diversificación de servicios.
- Vulnerabilidad a cambios en regulaciones de comercio internacional.
- Limitaciones en la capacidad de inversión en tecnología.



Amenazas:

- Competencia intensa en el sector logístico.
- Fluctuaciones económicas globales.
- Riesgo de eventos climáticos extremos afectando la cadena de suministro.
- Cambios políticos y legales en los países donde opera.



Fortalezas:

- Amplia experiencia en el sector con más de 30 años de trayectoria.
- Amplia red de corresponsales internacionales.
- Diversificación geográfica de operaciones.
- Compromiso con la innovación y la sostenibilidad.



Oportunidades:

- Mayor demanda de servicios de transporte sostenible.
- Expansión a nuevos mercados emergentes.
- Avances tecnológicos para mejorar la eficiencia operativa.
- Posibilidad de desarrollar alianzas estratégicas con otras empresas del sector.

3.4. Análisis CAME:

El análisis CAME, también conocido como matriz CAME, es una herramienta estratégica utilizada para desarrollar planes de acción concretos a partir de los resultados de un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).

El análisis CAME combina las fortalezas y oportunidades identificadas en el análisis DAFO con las estrategias de Ataque, Aprovechamiento, Manejo y Explotación para crear una matriz que ayuda a las empresas a definir acciones estratégicas para cada factor.

La web de donde se ha extraído la siguiente información es:

<https://universae.com/blog/analisis-came/>

- ❖ **Corregir (C):**
 - Diversificar la base de proveedores para reducir la dependencia.
 - Invertir en investigación y desarrollo para ampliar la cartera de servicios.
 - Actualizar constantemente el conocimiento sobre regulaciones comerciales internacionales.
 - Establecer un presupuesto específico para la inversión en tecnología.

- ❖ **Afrontar (A):**
 - Desarrollar estrategias de marketing para destacar los diferenciales de la empresa frente a la competencia.
 - Implementar medidas de gestión de riesgos para mitigar los impactos de las fluctuaciones económicas y eventos climáticos extremos.
 - Monitorear de cerca los cambios políticos y legales y ajustar estrategias en consecuencia.
 - Mejorar la capacitación del personal para enfrentar los desafíos del mercado y las nuevas tecnologías.

- ❖ **Mantener (M):**
 - Continuar fortaleciendo la reputación y la marca de la empresa en el mercado.
 - Mantener una red de corresponsales internacionales confiables.
 - Conservar el compromiso con la innovación y la sostenibilidad.
 - Consolidar las operaciones existentes en los mercados donde CST Grupo tiene presencia.

- ❖ **Explotar (E):**
 - Aprovechar la creciente demanda de servicios de transporte sostenible para diferenciarse en el mercado. Explotar las oportunidades de expansión en mercados emergentes, utilizando la experiencia y la red de CST Grupo. Capitalizar los avances tecnológicos para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

4. Plan de Recursos Humanos.

4.1 Objetivo General del Plan de Recursos Humanos:

Garantizar que CST Grupo cuente con el talento humano necesario para alcanzar sus objetivos estratégicos, promoviendo un ambiente laboral favorable, el desarrollo profesional y personal de los empleados, y la retención del talento.

4.2. Reclutamiento y Selección:

- Implementar estrategias de reclutamiento proactivas para atraer talento cualificado en el sector de logística y transporte.
- Utilizar diversas fuentes de reclutamiento, como bolsas de trabajo en línea, redes sociales, ferias de empleo y referencias internas.
- Realizar procesos de selección rigurosos para evaluar habilidades técnicas, competencias blandas y ajuste cultural con los valores de la empresa.

4.3. Integración y Capacitación:

- Diseñar programas de integración para nuevos empleados, proporcionando información sobre la empresa, sus políticas, procedimientos y cultura organizacional.
- Ofrecer capacitación continua en habilidades técnicas, competencias profesionales y desarrollo personal para mejorar el desempeño y fomentar el crecimiento profesional.
- Facilitar oportunidades de aprendizaje y desarrollo, como cursos en línea, seminarios y programas de mentoría.

4.5. Evaluación del Desempeño:

- Establecer objetivos claros y medibles para cada puesto de trabajo, alineados con los objetivos estratégicos de la empresa.
- Realizar evaluaciones de desempeño periódicas para medir el rendimiento de los empleados y proporcionar retroalimentación constructiva.
- Identificar áreas de mejora y diseñar planes de desarrollo individualizados para potenciar el talento y cerrar brechas de habilidades.

4.6. Compensación y Beneficios:

- Ofrecer un paquete de compensación competitivo que incluya salario base, bonificaciones, incentivos y beneficios adicionales, como seguro médico, planes de retiro y programas de bienestar.
- Realizar revisiones periódicas de la compensación para garantizar la equidad interna y la competitividad externa en el mercado laboral.
- Implementar programas de reconocimiento y recompensas para valorar y motivar el desempeño excepcional de los empleados.

4.7. Gestión del Talento y Retención:

- Identificar y desarrollar líderes internos mediante programas de sucesión y planes de desarrollo de liderazgo.
- Fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y colaborativo que promueva la diversidad, la igualdad de oportunidades y el respeto mutuo.
- Implementar políticas y prácticas que promuevan el equilibrio entre el trabajo y la vida personal, como horarios flexibles, teletrabajo y programas de apoyo familiar.
- Realizar encuestas de satisfacción laboral y entrevistas de salida para comprender las necesidades y preocupaciones de los empleados y tomar medidas correctivas cuando sea necesario.

4.7. Cultura Organizacional:

- Promover los valores y la misión de CST Grupo en todas las actividades y decisiones de recursos humanos.
- Fomentar una cultura de innovación, colaboración y excelencia en el servicio al cliente.
- Celebrar los logros y reconocer el trabajo en equipo para fortalecer el sentido de pertenencia y compromiso de los empleados con la empresa.
- Este plan de recursos humanos servirá como guía para gestionar eficazmente el talento humano en CST Grupo, asegurando su crecimiento y éxito a largo plazo.

5. Plan de Marketing.

5.1. Segmentación y Público Objetivo:

CST Grupo se dirige a empresas de diversos sectores industriales que requieren servicios de transporte y logística eficientes y seguros. Los principales segmentos incluyen:

- Industria de la cerámica
- Textil
- Maquinaria industrial
- Energías renovables
- Industria química
- Materiales de construcción

5.2. Estrategia de Marketing:

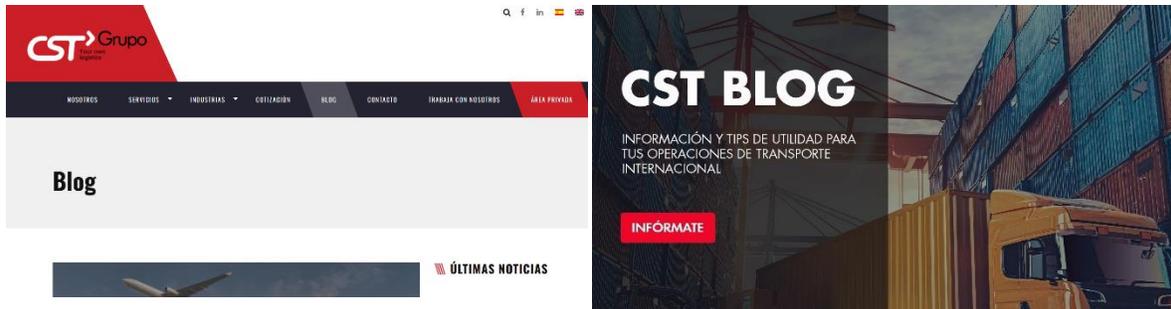
CST Grupo se enfoca en una estrategia de diferenciación basada en la calidad del servicio, innovación y sostenibilidad. La empresa busca destacarse mediante la implementación de tecnologías avanzadas, servicios personalizados y un fuerte compromiso con la reducción del impacto ambiental.

5.3. Herramientas del Marketing Operativo:

- **Marketing Digital:** Uso de SEO, SEM, redes sociales y campañas de email marketing para atraer y retener clientes.



- **Marketing de Contenidos:** Publicación de artículos, estudios de caso y noticias relevantes en el sitio web y blog corporativo.



- **Relaciones Públicas:** Participación en eventos del sector y colaboración con medios especializados.

5.4. El Producto/Servicio:

CST Grupo ofrece una gama de servicios logísticos agrupados en las siguientes familias:

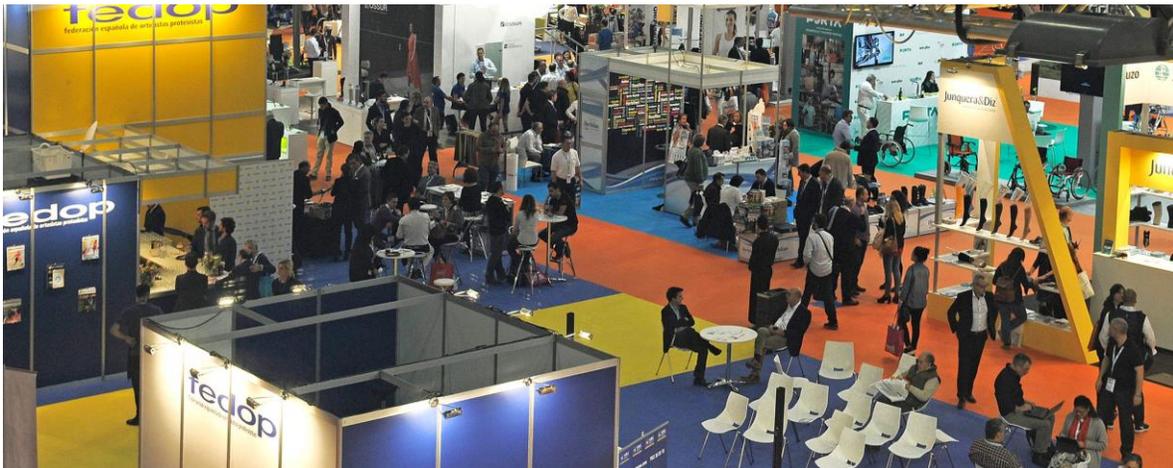
- Transporte terrestre (carga completa y grupaje)
- Transporte marítimo (contenedores y carga general)
- Transporte aéreo
- Servicios de aduanas
- Almacenamiento y distribución
- Transporte especializado (productos químicos, maquinaria, etc.)



5.5. El Precio: Los precios de CST Grupo se establecen en función de los costos operativos, el valor agregado de sus servicios y la competitividad en el mercado. La empresa ofrece tarifas competitivas y flexibles, adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente.

5.6. La Promoción: CST Grupo se da a conocer a través de:

- **Ferias y exposiciones:** Participación en eventos nacionales e internacionales del sector logístico.
- **Concursos y licitaciones:** Competición en licitaciones para contratos de transporte y logística.
- **Publicidad en medios especializados:** Anuncios en revistas y portales web de logística y transporte.



5.7. La Relación con el Cliente: La empresa mantiene una relación cercana y personalizada con sus clientes, proporcionando atención y soporte continuo. Se utilizan herramientas de CRM para gestionar y optimizar la interacción con los clientes.

5.8. La Distribución en el Mercado Local e Internacional: CST Grupo utiliza una red de corresponsales internacionales y socios estratégicos para ofrecer sus servicios a nivel global. En el mercado local, opera desde sus sedes en Castellón, Valencia y Madrid, asegurando una cobertura amplia y eficiente.

6. Definición del puesto de trabajo.

6.1. Definición del Puesto de Trabajo: Coordinador de Logística y Transporte

Objetivos del puesto: El coordinador de logística y transporte desempeña un papel clave en la organización al asegurar la eficiente gestión de los procesos logísticos y de transporte. Sus principales objetivos incluyen garantizar la entrega oportuna y segura de mercancías, optimizar la utilización de recursos y minimizar los costos operativos.

6.2. Descripción de tareas:

- Coordinación de la planificación y programación de rutas de transporte.
- Supervisión del inventario y gestión de almacén.
- Negociación con proveedores y gestión de contratos de transporte.
- Seguimiento y actualización de la documentación de transporte y aduanas.
- Resolución de problemas operativos y atención a las necesidades de los clientes.
- Análisis de datos y elaboración de informes sobre el rendimiento del departamento.
- Las tareas se realizan de forma habitual y periódica, con cierta variabilidad dependiendo de las demandas del negocio y las necesidades de los clientes.

6.3. Relaciones:

El coordinador de logística y transporte se relaciona estrechamente con otros departamentos como ventas, compras, almacén y servicio al cliente. El contacto es habitual y necesario para coordinar eficientemente las actividades y garantizar la satisfacción del cliente.

6.4. Disponibilidad:

Es posible que se requiera disponibilidad para salidas o viajes fuera de la oficina, especialmente para reuniones con proveedores, visitas a clientes o resolución de incidencias en ruta.

6.5. Documentación:

Se manejan habitualmente programas de gestión de almacén y transporte, así como herramientas de seguimiento y trazabilidad de mercancías. Se generan documentos como órdenes de transporte, facturas, informes de seguimiento, entre otros. La organización de la documentación de trabajo se realiza de forma sistemática y ordenada para facilitar la accesibilidad y la eficiencia en las operaciones.

6.7. Ambiente:

El trabajo se realiza tanto en entornos de oficina como en entornos de almacén o centros de distribución, donde pueden estar presentes condiciones como ruido, temperatura variable y manipulación de mercancías.

6.7. Riesgos:

Existen riesgos potenciales de accidentes laborales relacionados con la manipulación de mercancías, la operación de equipos de carga y descarga, y la conducción de vehículos de transporte. Se deben implementar medidas de seguridad y prevención de riesgos laborales para minimizar estos riesgos.

6.8. Dedicación:

El horario de trabajo puede variar dependiendo de las necesidades operativas, con posibilidad de distribución horaria flexible para adaptarse a las demandas del negocio y los horarios de transporte. La distribución horaria de las tareas se ajusta para garantizar una gestión eficiente de los procesos logísticos.

6.9. Integración:

Para cubrir las exigencias del puesto, se requiere una formación en logística, transporte o áreas relacionadas, así como experiencia previa en funciones similares. Es deseable contar con habilidades en negociación, resolución de problemas y manejo de herramientas informáticas. Se puede ofrecer un plan de acogida para nuevas incorporaciones, que incluya formación específica sobre los procesos y procedimientos de la empresa.

7. Reflexión final.

Trabajar en CST Grupo ha sido una experiencia altamente formativa que me ha permitido crecer tanto personal como profesionalmente. Durante mi tiempo en la empresa, he tenido la oportunidad de observar de primera mano cómo se gestionan operaciones complejas en el sector de la logística y el transporte. He aprendido sobre la importancia de la planificación estratégica, la gestión de relaciones con clientes y proveedores, y la implementación de soluciones logísticas innovadoras.

Esta experiencia ha subrayado la relevancia de la sostenibilidad y la innovación en la industria logística moderna. He visto cómo CST Grupo se esfuerza por mantenerse a la vanguardia mediante la adopción de prácticas sostenibles y la inversión en tecnología avanzada.

La cultura corporativa de CST Grupo, caracterizada por su compromiso con la excelencia, el trabajo en equipo y la mejora continua, ha sido inspiradora. He podido integrarme en un ambiente dinámico y colaborativo, donde se valoran tanto la profesionalidad como el desarrollo personal. Esta inmersión me ha proporcionado una comprensión profunda de las demandas y desafíos del sector logístico.

En resumen, mi experiencia en CST Grupo ha sido invaluable. Estoy agradecido por las oportunidades de aprendizaje y crecimiento que he tenido y estoy entusiasmado por aplicar lo aprendido en mi futura carrera profesional.

BIBLIOGRAFIA

<https://www.marketingandweb.es/emprendedores-2/mision-vision-y-valores-de-una-empresa/>
<https://cei.es/analisis-dafo-came/>
<https://fourweekmba.com/es/porter-cinco-fuerzas-vs-analisis-pestel/>
<https://www.papershift.com/es/lexico/plan-de-recursos-humanos>
<https://es.indeed.com/orientacion-laboral/desarrollo-profesional/que-es-imagen-corporativa-definicion-beneficios>
<https://emprendepyme.net/>
<https://www.iedunote.com/es/descripcion-del-trabajo>
<https://economipedia.com/>
<https://www.swotandpestle.com/hubspot/>
<https://asana.com/es/templates/pest-analysis>
<https://offers.hubspot.es/plantilla-5-fuerzas-porter>
<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
<https://universae.com/blog/analisis-came/>
<https://cstgrupo.com/>
https://www.facebook.com/CSTGrupo/photos_by