

PROYECTO FINAL

CICLO FORMATIVO DE GRADO
SUPERIOR EN COMERCIO
INTERNACIONAL.



Presentado por: Antonio Romero López

Dirigido por: José de la Iglesia Perelló

Realizado en: Manuport Logistics S.L

Fecha: 30 de mayo de 2025

-Resumen del proyecto desde la introducción hasta la conclusión-

Durante la realización del Trabajo de Final de Ciclo de Comercio Internacional, he tenido la oportunidad de llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en Manuport Logistics S.L., una empresa transitaria internacional con sede central en Amberes, Bélgica y con presencia en muchos países y más de 40 oficinas repartidas por todo el mundo. En España, la compañía cuenta con sedes en Barcelona, Madrid, Alicante, Murcia y Valencia, siendo esta última la oficina donde yo he realizado mis prácticas. Esta expansión refleja el compromiso de Manuport Logistics con el fortalecimiento de su establecimiento en el sur de Europa y su capacidad para ofrecer soluciones logísticas personalizadas.

Mi incorporación al equipo de importación, específicamente en el área de "bookings", me permitió involucrarme directamente en la gestión de reservas de transporte marítimo, coordinando con clientes y proveedores para asegurar la correcta planificación y ejecución de los envíos. Bajo la supervisión de María Loreto, responsable de importación y tutora de prácticas, adquirí una visión integral de la cadena logística y comprendí la importancia de la coordinación entre departamentos.

El organigrama de Manuport Logistics en España está encabezado por Vicente Ferrer como CEO, seguido por Rubén Chilet como responsable de Operaciones y María Loreto como responsable de Importación. La estructura organizativa fomenta la comunicación fluida entre departamentos y la toma de decisiones descentralizada, lo que contribuye a la eficiencia y adaptabilidad de la empresa en un entorno logístico en evolución.

En cuanto a los procedimientos de trabajo, Manuport Logistics emplea sistemas tecnológicos avanzados para la gestión de reservas, seguimiento de envíos y comunicación con clientes y proveedores. Además, promueve un ambiente de trabajo inclusivo y dinámico, con actividades como sesiones de fotos y vídeos para redes sociales (LinkedIn, TikTok, Instagram), eventos de team building como paellas y excursiones a la montaña, fortaleciendo el sentido de pertenencia y la cohesión del equipo.

La experiencia adquirida durante mis prácticas me ha permitido desarrollar competencias clave como la gestión eficiente del tiempo, la comunicación efectiva con clientes y proveedores, y la capacidad de adaptación a situaciones imprevistas. Asimismo, he comprendido la importancia de la flexibilidad y la rapidez en la toma de decisiones, características distintivas de Manuport Logistics. Estas habilidades no solo han enriquecido mi perfil profesional, sino que también me han proporcionado una visión más realista y práctica del entorno empresarial internacional. Gracias a ello, afronto con mayor preparación y confianza los retos que puedan surgir en mi futura trayectoria laboral.

Palabras clave: Logística internacional, transporte marítimo, gestión de reservas, coordinación interdepartamental, cultura empresarial.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Introducción.	4
2. Antecedentes y contextualización de la empresa.	5
2.1. Actividad de la empresa y ubicación en el sector.	6
2.2. Estructura y organización empresarial del sector y análisis de la competencia.	6
2.3. Misión, visión y valores.	6
2.4. La cultura de la empresa, imagen corporativa y manual de identidad.	7
3. Análisis del entorno general.	8
3.1. Análisis PESTEL.	8
3.2. Las 5 fuerzas de Porter.	9
3.3. Análisis DAFO.	10
4. Plan de Recursos Humanos.	12
4.1. Organigrama de la empresa, relación funcional entre departamentos, ubicación del alumno en el organigrama durante las prácticas.	12
4.2. Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.	13
4.3. Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa, sistemas y métodos de trabajo.	14
5. Plan de marketing.	16
5.1. Estrategias de marketing.	16
5.2. Herramientas de marketing operativas.	18
5.3. Productos y servicios.	18
5.4. Promociones.	19
5.5. Ferias.	20
5.6. Canales de distribución, público objetivo y relación con el cliente.	21
6. Definición del puesto de trabajo.	22
6.1. Descripción de tareas, objetivos del puesto disponibilidad y relaciones.	22
6.2. Documentación.	23
6.3. Ambiente, dedicación e integración.	23

6.4. Riesgos.....	24
7. Reflexión final y agradecimientos.....	25
8. Bibliografía.....	26

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Línea del tiempo de la empresa a nivel global desde 1926 hasta el 2024.	5
Ilustración 2: Servicios logísticos que ofrece la empresa a nivel global.....	6
Ilustración 3: Resumen visual de la misión, visión y valores fundamentales de la empresa.....	7
Ilustración 4: Logo e imagen corporativa con el lema "BE Different – BE MPL".	7
Ilustración 5: Resumen visual de los factores del análisis PESTEL.	9
Ilustración 6: Resumen visual del análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	10
Ilustración 7: Resumen visual del análisis DAFO.	12
Ilustración 8: Esquema del organigrama mostrando el departamento y la ubicación del alumno.....	13
Ilustración 9: Sistemas de gestión de trabajo y procesos de la empresa. Deiworld y Microsoft.	14
Ilustración 10: Imágenes de eventos internos que refuerzan el team building y la cultura empresarial.	15
Ilustración 11: Imágenes de eventos publicadas en RRSS que refuerzan la cultura corporativa.....	16
Ilustración 12: Merchandising que regala la empresa a colaboradores y empleados.....	17
Ilustración 13: Perfiles de Manuport Logistics en Facebook y LinkedIn respectivamente.	18
Ilustración 14: Contenedores de Manuport Logistics en el Puerto de Valencia.....	19
Ilustración 15: Imágenes de Manuport Bélgica en la feria de Antwerp XL-2024.	21

ÍNDICE DE CÓDIGOS QR

Código QR 1: Asistente virtual.	15
---	----

1.Introducción.

En el ámbito del comercio internacional, las empresas especializadas en logística desempeñan un papel crucial en la eficiente gestión de los flujos de mercancías a nivel global. Estas compañías facilitan la conexión entre mercados internacionales, asegurando que los productos lleguen de manera oportuna y en las condiciones adecuadas a los consumidores finales. Manuport Logistics SL, una multinacional con una de sus sedes en Valencia, se destaca en este contexto por su capacidad para ofrecer soluciones logísticas integrales, que abarcan desde la importación y exportación hasta el transporte internacional de mercancías. Gracias a su amplia experiencia en el sector y su enfoque en la adaptabilidad a las necesidades de cada cliente, Manuport ha logrado consolidarse como un referente en la gestión de operaciones logísticas complejas.

El objetivo principal de este trabajo es proporcionar un análisis detallado de las diferentes áreas operativas de Manuport Logistics SL, evaluando cómo la empresa implementa sus estrategias en áreas clave como el marketing, la gestión de recursos humanos y la optimización de los procesos logísticos. Todo ello se analiza mientras se realiza las prácticas de grado superior de comercio internacional. Este análisis incluye una revisión exhaustiva de las estrategias de marketing empleadas por la empresa, así como de los servicios que ofrece, con especial atención a cómo estas estrategias contribuyen a su posicionamiento dentro del sector logístico global. La capacidad de Manuport para adaptarse a las demandas cambiantes del mercado y los requisitos específicos de cada cliente será un aspecto fundamental en la evaluación de su éxito.

Además, se profundizará en las relaciones laborales y el ambiente organizacional dentro de la empresa, centrándose en las funciones y responsabilidades de los distintos puestos de trabajo en áreas esenciales como el departamento de importación. Dado que el área de importación es uno de los pilares fundamentales para el éxito de Manuport Logistics, entender las dinámicas y la eficiencia de este departamento permitirá identificar cómo la empresa optimiza su operativa y garantiza una gestión adecuada de la cadena de suministro. También se abordarán los riesgos propios del sector logístico, tales como las fluctuaciones en los costos de transporte, los cambios regulatorios y los riesgos geopolíticos. El análisis se centrará en las medidas que Manuport ha implementado para mitigar estos riesgos y mantener su competitividad en un entorno dinámico.

Finalmente, este trabajo reflexionará sobre la importancia de la integración entre las diferentes áreas de la empresa, como el marketing y la logística, y cómo esta unión contribuye al éxito general de la compañía. A su vez, se analizará cómo la empresa gestiona sus recursos humanos, garantizando un ambiente laboral que favorezca la colaboración y el compromiso entre sus trabajadores. A través de la eficiencia en la gestión logística y el enfoque en la satisfacción del cliente, Manuport ha logrado establecerse como una empresa líder en su sector.

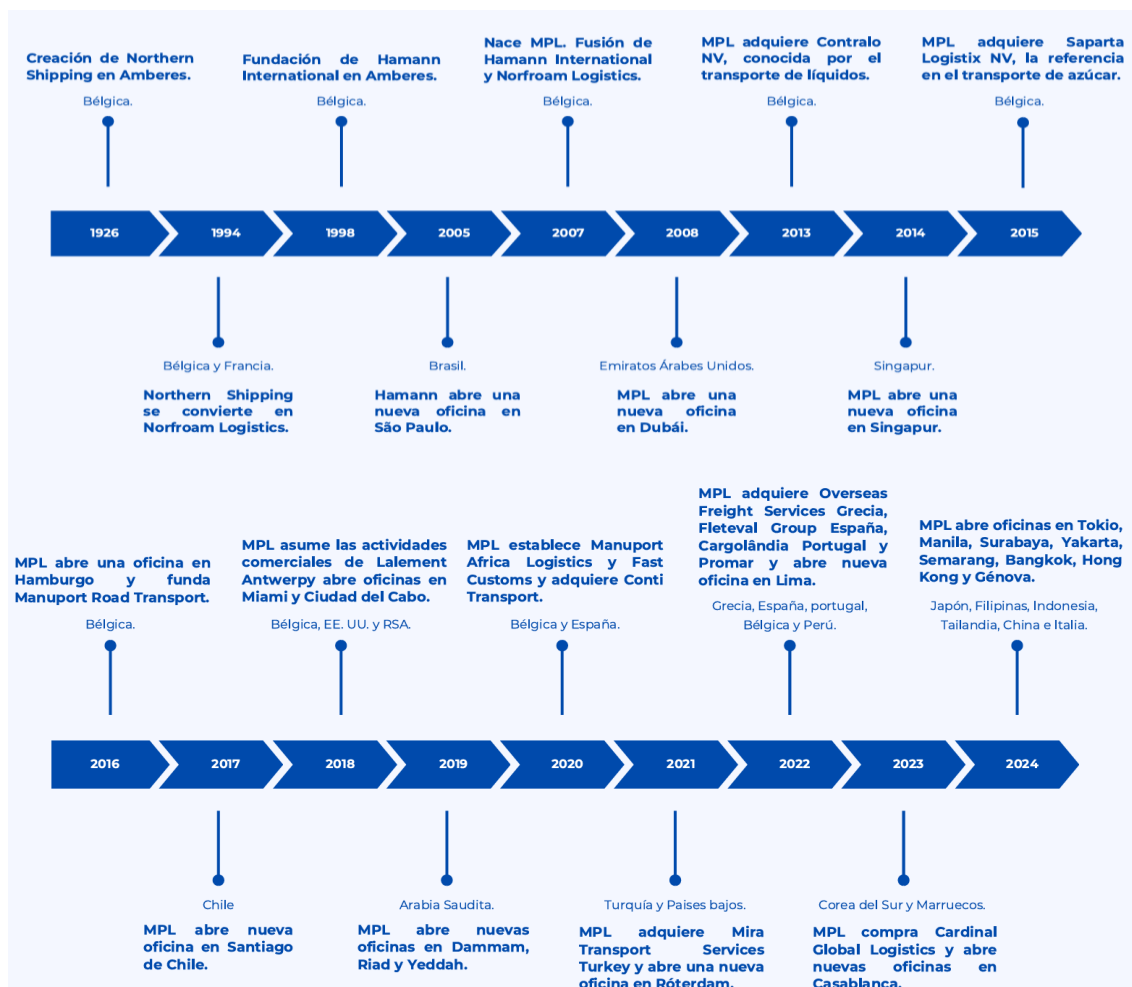
2. Antecedentes y contextualización de la empresa.

Manuport Logistics S.L. es una empresa de carácter internacional de origen belga con 11 sedes en Europa, 5 en América, 2 en África y 9 en Asia. Se encarga de ofrecer soluciones logísticas integrales, con una fuerte presencia en el mercado español, donde tiene sus oficinas en Madrid, Barcelona, Valencia y Alicante, analizaremos la creación de sus oficinas en Valencia ya que es donde me encuentro realizando mis prácticas.

Fundada inicialmente en Bélgica como he mencionado, Manuport se expandió en Valencia mediante la absorción de dos transitarias españolas, Fleteval y Continental Forwarding, lo que le permitió consolidar su presencia en la península ibérica y reforzar su capacidad operativa. En la actualidad, la compañía se especializa en la gestión de servicios logísticos, incluyendo transporte internacional, importación y exportación, y la gestión de la cadena de suministro para clientes de diversos sectores industriales.

A continuación, veremos dos imágenes de los hechos más importantes de la empresa a lo largo de su historia:

Ilustración 1: Línea del tiempo de la empresa a nivel global desde 1926 hasta la actualidad.



2.1. Actividad de la empresa y ubicación en el sector.

Manuport Logistics S.L. se dedica principalmente a ofrecer soluciones logísticas para la importación y exportación de mercancías, cubriendo una amplia gama de servicios como transporte marítimo, aéreo y terrestre, así como almacenamiento y gestión aduanera. A través de su red internacional de agentes y aliados estratégicos, la empresa facilita el flujo de mercancías a nivel global, conectando a empresas con mercados de todo el mundo. Su ubicación en el sector logístico es clave, ya que opera en un mercado altamente competitivo, caracterizado por una creciente demanda de soluciones personalizadas y ágiles para la gestión de la cadena de suministro.

Ilustración 2: Servicios logísticos que ofrece la empresa a nivel global.



2.2. Estructura y organización empresarial del sector y análisis de la competencia.

La **estructura empresarial** del sector logístico está dominada por grandes compañías multinacionales, pero también existe un importante número de medianas y pequeñas empresas que compiten en nichos especializados. Manuport Logistics, con su enfoque en la personalización de servicios, se posiciona en un segmento medio-alto, donde las soluciones flexibles y la capacidad de adaptación son cruciales. La competencia en el sector proviene de otras grandes transitarias y proveedores de servicios logísticos como DB Schenker, Kuehne + Nagel, DHL Global Forwarding, Grupo Romeu, Grupo Alonso, Sinotrans, C.H Robinson, Ceva Logistics, Kerry Logistics y DSV que son actores importantes en el mercado español. Sin embargo, la capacidad de Manuport Logistics para ofrecer un servicio altamente personalizado es uno de los principales diferenciadores en el mercado competitivo.

2.3. Misión, visión y valores.

- ✓ **La misión** de Manuport Logistics S.L. es ofrecer soluciones logísticas innovadoras y eficientes, garantizando la satisfacción del cliente mediante la gestión óptima de la cadena de suministro.
- ✓ **La visión** de la empresa es ser un referente en el sector logístico, destacándose por su capacidad de adaptarse a las necesidades de sus clientes y por su enfoque en la sostenibilidad y la eficiencia.
- ✓ Entre sus **valores** fundamentales se incluyen la integridad entre sus distintas sedes, el compromiso con el cliente y con la calidad del servicio, la innovación continua y el trabajo en equipo.

Ilustración 3: Resumen visual de la misión, visión y valores fundamentales de la empresa.



2.4. La cultura de la empresa, imagen corporativa y manual de identidad.

La **cultura organizacional** de Manuport Logistics se basa en el compromiso con la excelencia, la colaboración y la innovación. La empresa fomenta un ambiente de trabajo dinámico y colaborativo, en el que sus empleados tienen la oportunidad de desarrollarse profesionalmente y contribuir al crecimiento de la compañía.

La imagen corporativa se entiende como la percepción que el público tiene de una organización, basada en su identidad visual, valores y comunicación (Kotler y Keller, 2016). Por su parte, el manual de identidad es un documento que recoge las normas y directrices para el uso adecuado de los elementos visuales de la marca, garantizando una representación coherente y profesional en todos los materiales de comunicación (Olins, 2008).

En el caso de Manuport, la empresa mantiene una identidad visual profesional y coherente que refleja su compromiso con la calidad y la modernidad. Su manual de identidad establece directrices claras sobre el uso adecuado de su logotipo, los colores corporativos (el azul y el blanco) y la tipografía, asegurando una representación consistente y profesional de la marca en todos sus materiales de comunicación.

Ilustración 4: Logo e imagen corporativa con el lema "BE Different – BE MPL".



3. Análisis del entorno general.

El **análisis del entorno general** de una empresa es esencial para entender los factores externos que pueden influir en su actividad. En el caso de Manuport Logistics S.L., este análisis nos ayudará a evaluar las dinámicas del mercado, las condiciones económicas, las presiones competitivas, y otros elementos que afectan directamente a la industria logística global. Es importante entender que el entorno de Manuport no solo se ve afectado por los factores nacionales, sino también por los internacionales debido a su presencia global, su red de clientes, y su amplia gama de servicios logísticos.

3.1. Análisis PESTEL.

El **análisis PESTEL** es una herramienta estratégica que permite identificar y comprender los factores externos que afectan a una organización, clasificados en seis categorías: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales (Johnson, Scholes y Whittington, 2017).

- **Político:** Manuport opera en un entorno internacional, por lo que está sujeta a las políticas gubernamentales y acuerdos internacionales relacionados con el comercio global. El Brexit, por ejemplo, ha supuesto un reto en la gestión de las rutas y aranceles entre la UE y el Reino Unido. Además, las políticas aduaneras y los acuerdos bilaterales entre países afectan directamente a los costos y tiempos de transporte.
- **Económico:** Las fluctuaciones en los precios del petróleo impactan directamente en los costos del transporte marítimo y terrestre. Además, la globalización y el crecimiento del comercio internacional han favorecido la expansión de Manuport, aunque también están expuestos a la variabilidad económica en mercados clave, como los de América Latina, Asia y Europa.
- **Social:** El cambio en las expectativas de los consumidores ha impulsado la demanda de soluciones logísticas más rápidas y sostenibles. Manuport ha tenido que adaptarse al auge de las entregas a domicilio, especialmente en el e-commerce, mejorando la eficiencia en su red de distribución.
- **Tecnológico:** La industria logística está siendo transformada por la digitalización y la automatización. Manuport ha adoptado plataformas tecnológicas como DeiWorld para la gestión de documentación, lo que mejora la eficiencia y precisión de sus operaciones. El uso de Big Data y análisis predictivos también juega un papel importante en la optimización de las rutas de transporte.
- **Ecológico:** En un sector cada vez más consciente de la sostenibilidad, Manuport enfrenta presiones para reducir su huella de carbono. La adopción de flotas de transporte más ecológicas y la mejora de los procesos operacionales para ser más eficientes energéticamente son esenciales para cumplir con las normativas ambientales globales y locales.
- **Legal:** Manuport debe cumplir estrictamente con las normas de seguridad en transporte, aduanas y derechos laborales, adaptándose a las leyes locales de cada país y siguiendo de cerca los cambios regulatorios.

Este análisis PESTEL refleja la influencia significativa que tienen los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales sobre las operaciones de Manuport Logistics.

Ilustración 5: Resumen visual de los factores del análisis PESTEL.



3.2. Las 5 fuerzas de Porter.

El modelo de las **Cinco Fuerzas de Porter** es una herramienta de análisis estratégico que permite evaluar el nivel de competencia dentro de una industria, identificando cinco fuerzas clave que influyen en su rentabilidad (Porter, 1979).

- **Amenaza de nuevos competidores:** La barrera de entrada en el sector logístico es moderada. Si bien el capital inicial para establecer una red logística no es bajo, el conocimiento del mercado y las conexiones con proveedores y clientes juegan un papel clave. Sin embargo, con la digitalización y la automatización, nuevas empresas tecnológicas pueden desafiar a empresas tradicionales como Manuport.
- **Poder de negociación de los proveedores:** En el sector logístico, los proveedores de servicios como transporte marítimo y aéreo, así como los proveedores de tecnología (como plataformas de gestión de carga), tienen una influencia significativa. Manuport, al estar asociada con diversos actores del mercado, debe gestionar las relaciones con estos proveedores para evitar dependencias que puedan afectar sus márgenes.
- **Poder de negociación de los clientes:** Los clientes de Manuport, generalmente grandes empresas multinacionales, tienen un poder considerable debido al volumen de mercancía que manejan. Por eso, Manuport debe ofrecer servicios personalizados y competitivos tanto en precio como en tiempos de entrega. Estas empresas suelen exigir flexibilidad y un control completo sobre sus cadenas de suministro, lo que obliga a Manuport a ser muy eficiente y adaptable en su gestión logística.

- **Amenaza de productos sustitutos:** Los productos sustitutos en el sector logístico son limitados, ya que el transporte y la gestión de cadenas de suministro globales requieren infraestructuras físicas que son difíciles de replicar. Sin embargo, la digitalización del sector y el uso de tecnologías como blockchain pueden cambiar la manera en que se gestionan los flujos logísticos, lo que podría representar una amenaza a largo plazo.
- **Rivalidad entre competidores existentes:** El mercado logístico es altamente competitivo. Existen numerosos actores globales como DHL, Kuehne + Nagel y DB Schenker, que ofrecen servicios similares. Para destacar, Manuport debe seguir innovando, ofreciendo servicios altamente personalizados y manteniendo relaciones sólidas con sus clientes y proveedores.

Este análisis de las Cinco Fuerzas de Porter revela que la competencia en el sector logístico es intensa, lo que obliga a Manuport Logistics a diferenciarse continuamente a través de la innovación y la calidad del servicio.

Ilustración 6: Resumen visual del análisis de las 5 fuerzas de Porter.



3.3. Análisis DAFO.

El **análisis DAFO** (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) es una herramienta estratégica que permite identificar los aspectos internos y externos que afectan a una organización (Kotler y Keller, 2016). En el caso de Manuport Logistics, el análisis revela los siguientes puntos clave:

1. FORTALEZAS:

- **Red de operaciones global:** La capacidad para ofrecer soluciones logísticas a nivel internacional es una gran fortaleza para Manuport, ya que le permite satisfacer de manera efectiva las necesidades de clientes en mercados variados alrededor de todo el mundo. Esto no solo facilita la gestión de operaciones en diferentes países, sino que también garantiza un servicio ágil y adaptado a las particularidades de cada región, lo que contribuye a fortalecer la confianza y la relación con sus clientes globales.

- **Personalización de servicios:** La empresa se distingue por ofrecer soluciones logísticas adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente, fortaleciendo su relación con ellos a largo plazo y mejorando sus ingresos.
- **Tecnología avanzada:** El uso de plataformas como DeiWorld, Excel, Outlook y Microsoft Teams para la gestión documental y la trazabilidad de las mercancías optimiza la eficiencia operativa. Estas herramientas permiten un control en tiempo real, mejoran la comunicación interna y facilitan la coordinación con clientes y proveedores. Además, la digitalización reduce errores y agiliza procesos, lo que resulta en una mejor experiencia para el cliente y una mayor capacidad de respuesta frente a imprevistos.

2. DEBILIDADES:

- **Dependencia de terceros proveedores:** La empresa depende de proveedores externos para la realización de sus servicios de transporte, lo que puede generar riesgos si alguno de estos proveedores presenta fallos o retrasos. Esta dependencia limita el control directo sobre la calidad del servicio y puede afectar la satisfacción del cliente si no se gestionan adecuadamente las contingencias.
- **Riesgos asociados a la regulación internacional:** El cumplimiento de normativas diversas en distintos países genera complejidad y costes adicionales. La empresa debe adaptarse constantemente a los cambios legales y aduaneros, lo que puede afectar la agilidad operativa y aumentar la necesidad de asesoramiento especializado para evitar sanciones o demoras.

3. OPORTUNIDADES:

- **Crecimiento del comercio electrónico:** La expansión del e-commerce impulsa la demanda de servicios logísticos, especialmente en la última milla. Manuport puede aprovechar esta tendencia para captar nuevos clientes y ofrecer soluciones adaptadas a las necesidades de entregas rápidas, seguimiento en tiempo real y gestión eficiente de devoluciones.
- **Sostenibilidad:** La creciente exigencia de prácticas sostenibles ofrece la oportunidad de invertir en soluciones ecológicas, como vehículos eléctricos o embalajes reciclables. Estas iniciativas mejoran la imagen corporativa, cumplen con regulaciones medioambientales y atraen a clientes comprometidos con la sostenibilidad.

4. AMENAZAS:

- **Competencia global:** Empresas como DHL y FedEx ofrecen servicios logísticos de alta calidad, aumentando la competencia y ejerciendo presión sobre los precios y márgenes de Manuport.
- **Inestabilidad económica global:** Factores como fluctuaciones en los precios del combustible, crisis económicas y políticas comerciales pueden afectar la rentabilidad de la empresa.

Este análisis DAFO de Manuport Logistics destaca la fortaleza de su red global y su capacidad para ofrecer servicios logísticos personalizados como sus principales ventajas competitivas.

Ilustración 7: Resumen visual del análisis DAFO.



4. Plan de Recursos Humanos.

Manuport como ya he mencionado, es una empresa transitoria internacional con sede en Amberes (Bélgica) y presencia en más de 40 oficinas a nivel global. En España, cuenta con sedes en Valencia, Madrid, Barcelona y Murcia.

4.1. Organigrama de la empresa, relación funcional entre departamentos, ubicación del alumno en el organigrama durante las prácticas.

Un **organigrama** es una representación gráfica que muestra la estructura interna de una organización, detallando las relaciones jerárquicas, funciones y niveles de autoridad entre sus distintos miembros o departamentos (Chiavenato, 2006).

El organigrama de Manuport Logistics se estructura de la siguiente manera:

- **CEO Global:** Guy Pasmans, responsable de la dirección estratégica y de la expansión internacional de la empresa.
- **CEO España:** Vicente Ferrer, encargado de la gestión y supervisión de las operaciones en el territorio español.
- **Responsable de Operaciones:** Rubén Chilet, quien coordina las actividades operativas y vela por la eficiencia de los procesos logísticos.

- **Responsable de Importación:** María Loreto, supervisa las operaciones de importación y actúa también como mi tutora de prácticas en la empresa.

Durante mi periodo de prácticas, desempeñé funciones en el departamento de importación, concretamente en el área de *bookings*, gestionando reservas de transporte marítimo. Mi labor consistió en coordinar con clientes y proveedores para garantizar una planificación y ejecución adecuada de los envíos. Esta posición me permitió colaborar estrechamente con los departamentos de operaciones y comercial, tanto de la empresa como de agentes externos, lo cual me proporcionó una visión global y detallada del funcionamiento de la cadena logística.

Ilustración 8: Esquema del organigrama mostrando el departamento y la ubicación del alumno.



4.2. Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.

A continuación, se detallan las funciones clave de los principales puestos de trabajo en Manuport Logistics:

- **CEO Global (Guy Pasmans):** Define la visión y estrategia global de la empresa, lidera la expansión internacional y establece alianzas estratégicas.
- **CEO España (Vicente Ferrer):** Gestiona las operaciones en España, adapta la estrategia global al contexto local y supervisa el cumplimiento de los objetivos comerciales.
- **Responsable de Operaciones (Rubén Chilet):** Coordina las actividades operativas, optimiza los procesos logísticos y asegura la calidad del servicio al cliente.

- **Responsable de Importación (María Loreto):** Supervisa las operaciones de importación, gestiona las relaciones con clientes y proveedores, y lidera el equipo de importación.
- **Departamento de Bookings:** Encargado de gestionar las reservas de transporte, coordinar con navieras y agentes de carga, y asegurar la disponibilidad de espacios para los envíos.
- **Departamento de Llegadas:** Se ocupa de la recepción de mercancías, verificación de documentos, coordinación con aduanas y entrega final al cliente.

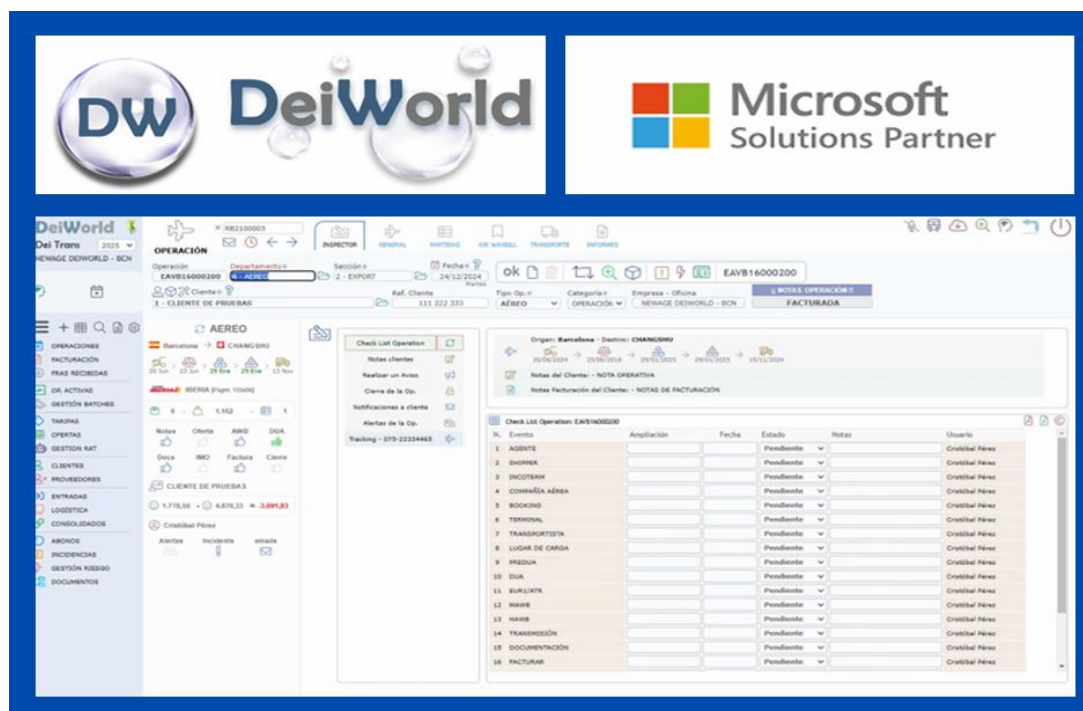
Por último, yo como alumno, al formar parte del departamento de bookings, desarrollé habilidades en la gestión de reservas, comunicación con clientes y proveedores, y resolución de incidencias relacionadas con el transporte marítimo.

4.3. Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa, sistemas y métodos de trabajo.

Manuport Logistics emplea procedimientos de trabajo estandarizados y sistemas tecnológicos avanzados para garantizar la eficiencia y calidad en sus operaciones:

- **Sistemas de Gestión:** Utiliza plataformas digitales para la gestión de reservas, seguimiento de envíos y comunicación con clientes y proveedores. Estas plataformas son las webs de las navieras, Microsoft y nuestro programa informático de facturación, llamado Deiworld.

Ilustración 9: Sistemas de gestión de trabajo y procesos de la empresa. Deiworld y Microsoft.



- **Métodos de Trabajo:** Fomenta la colaboración interdepartamental, la formación continua y la mejora constante de los procesos.
- **Posibles mejoras de los sistemas de gestión y métodos de trabajo:** Una posible mejora para los sistemas de gestión y métodos de trabajo en Manuport Logistics sería la incorporación progresiva de soluciones basadas en inteligencia artificial, como Microsoft Copilot para Microsoft 365, que ayudaría a optimizar la productividad individual mediante la automatización de tareas repetitivas como redactar correos, generar informes o analizar datos, con un coste estimado de 25.200 € anuales para los 70 empleados de la oficina de Valencia. Además, se propone la implementación de un asistente virtual en la página web llamado ManuBot, que atienda consultas frecuentes, canalice oportunidades comerciales y ofrezca soporte en varios idiomas, aliviando la carga del personal administrativo y mejorando la atención al cliente, lo que reforzaría la imagen innovadora de la empresa y facilitaría una gestión más eficiente y adaptada a la transformación digital del sector logístico.

Código QR 1: Asistente virtual.



Ilustración 10: *Imágenes de eventos internos que refuerzan el team building y la cultura empresarial.*



Estos procedimientos y métodos de trabajo han permitido al alumno adquirir una experiencia práctica valiosa, comprendiendo la importancia de la coordinación, la comunicación efectiva y la adaptabilidad en el sector logístico.

5. Plan de marketing.

El **plan de marketing** de Manuport Logistics S.L. se centra en fortalecer su presencia en el sector logístico internacional mediante estrategias que destacan tanto su capacidad operativa como su compromiso con el equipo humano. A través de una combinación de acciones tradicionales y digitales, la empresa busca consolidar su posición en el mercado y fomentar relaciones duraderas con clientes y colaboradores.

Este plan aborda aspectos clave como las estrategias de marketing implementadas, las herramientas operativas utilizadas, los productos y servicios ofrecidos, las promociones realizadas, la participación en ferias del sector, los canales de distribución empleados, el público objetivo al que se dirige y la relación que se mantiene con los clientes. Cada uno de estos elementos contribuye a la construcción de una marca sólida y reconocida en el ámbito logístico global.

5.1. Estrategias de marketing.

Manuport Logistics centra su estrategia de marketing en fortalecer la identidad corporativa y destacar su capacidad operativa. Esto se logra mediante:

- **Cultura corporativa:** Se refuerza el vínculo con los empleados a través de eventos y reuniones globales, resaltando la importancia del equipo humano en el éxito de la empresa. La empresa realiza reuniones de cultura empresarial para nuevos integrantes, fortaleciendo el trabajo en equipo.

Ilustración 11: Imágenes de eventos publicadas en RRSS que refuerzan la cultura corporativa.



- **Desafíos logísticos:** Se comparten casos de éxito en la gestión de cargas complejas, como el transporte de helicópteros o barcos, demostrando la experiencia y capacidad de la empresa en operaciones desafiantes. También dentro del departamento comercial de cada oficina hay un comercial dedicado a la gestión de las operaciones especiales (gestión de carga de grandes dimensiones), en el caso de Valencia la comercial encargada de esto es Magda Gondek.
- **Merchandising corporativo:** Se distribuyen artículos promocionales como bolígrafos, tazas, botellas reutilizables, mochilas y el "Manu Cubo" (pisapapeles), así como chocolatinas con el logotipo de la empresa durante festividades como la Pascua, fortaleciendo la conexión emocional con empleados y clientes. También dan en el día de bienvenida a cada empleado nuevo que se incorpora una botella, una taza, material de oficina, una mochila y ropa con los logos de la empresa, pudiendo también ser personalizados.

Ilustración 12: Merchandising que regala la empresa a colaboradores y empleados.



- **Sesiones fotográficas:** Durante los eventos corporativos, se llevan a cabo sesiones fotográficas realizadas por fotógrafos profesionales, tanto en formato grupal como individual. Estas sesiones tienen como objetivo actualizar los perfiles internos y las redes sociales corporativas, además de fomentar un ambiente de cercanía y colaboración entre los distintos equipos. Una vez que la empresa comparte estas fotografías en sus perfiles de redes sociales, se habilita a los empleados para que las utilicen libremente, facilitándoles el acceso y promoviendo así una imagen coherente y actualizada tanto dentro como fuera de la organización.

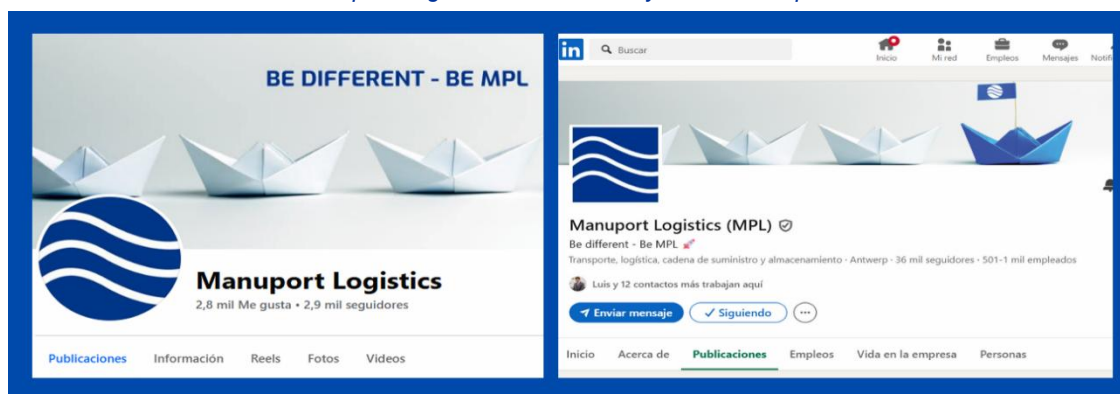
5.2. Herramientas de marketing operativas.

El **marketing operativo** se centra en la implementación de estrategias a corto plazo para alcanzar los objetivos comerciales de una empresa, utilizando tácticas específicas de promoción, distribución, precio y producto (Kotler y Keller, 2016). En el caso de Manuport Logistics, el marketing operativo se refleja en el uso de diversas herramientas para promover sus servicios y comunicarse con su audiencia.

- ✓ **Redes sociales:** Manuport mantiene una presencia activa en plataformas como LinkedIn, Facebook, Instagram y TikTok, donde comparte noticias, casos de éxito y eventos corporativos, permitiendo una interacción directa con su público objetivo.
- ✓ **Herramientas de diseño:** Para garantizar una imagen visual profesional, la empresa utiliza programas como Adobe Photoshop e Illustrator. Además, para proyectos de menor envergadura o de rápida ejecución, se recurre a herramientas como Canva, que facilitan la creación de contenido visual de calidad.

Estas acciones de marketing operativo permiten a Manuport Logistics mantener una comunicación constante y efectiva con su audiencia, reforzando su imagen de marca y promoviendo sus servicios en el mercado global.

Ilustración 13: Perfiles de Manuport Logistics en Facebook y LinkedIn respectivamente.



5.3. Productos y servicios.

Manuport Logistics S.L. ofrece una amplia gama de servicios logísticos especialmente adaptados a las necesidades del comercio internacional, abarcando el transporte marítimo, aéreo y terrestre. Como empresa transitaria, Manuport se encarga de coordinar toda la operativa logística entre proveedores, clientes y agentes internacionales, asegurando una comunicación fluida y efectiva en cada etapa del proceso. Gracias a esta gestión integral, la empresa garantiza que la mercancía llegue a su destino de manera segura, puntual y eficiente, optimizando los recursos y cumpliendo con los estándares de calidad exigidos por el mercado global.

Entre sus principales servicios se encuentran la gestión de importaciones y exportaciones, el despacho aduanero, la consolidación y desconsolidación de mercancías, el almacenamiento, la gestión documental y el seguimiento en tiempo real de los envíos. Asimismo, se especializa en cargas de proyecto y mercancía especial o sobredimensionada, como maquinaria pesada, equipos industriales o incluso embarcaciones, gracias a su experiencia en breakbulk y soluciones logísticas a medida.

La empresa también ofrece un servicio altamente personalizado, adaptando cada operación a los requisitos específicos del cliente. Desde la coordinación con agentes internacionales hasta la entrega final, Manuport gestiona todo el proceso con una atención cercana, ágil y profesional, consolidándose como un operador logístico integral y de confianza en el sector.

Ilustración 14: Contenedores de Manuport Logistics en el Puerto de Valencia.



5.4. Promociones.

Las promociones de Manuport Logistics se enfocan en fortalecer la relación con empleados y clientes mediante:

- ❖ **Estrategias de captación de clientes:** Para captar nuevos clientes, Manuport Logistics S.L. ofrece precios muy competitivos en las primeras operaciones, atrayendo así a empresas que buscan un servicio logístico eficiente y profesional. Gracias a la calidad del servicio y un seguimiento comercial personalizado, Manuport logra consolidar estas relaciones y convertir oportunidades iniciales en colaboraciones duraderas.

- ❖ **Estrategias de cuidado de clientes ya fidelizados:** En el caso de los clientes fidelizados, con los que ya existe una relación consolidada tras años de colaboración, la empresa ofrece promociones exclusivas como descuentos personalizados, condiciones preferentes y acceso prioritario a ciertos servicios. Además, se refuerzan los lazos mediante detalles personalizados e invitaciones a eventos corporativos, con el fin de mantener una relación profesional cercana y duradera. Estas acciones no solo premian la fidelidad, sino que también consolidan la confianza mutua, fortaleciendo el vínculo entre cliente y empresa en un sector donde la fiabilidad y la agilidad son clave.
- ❖ **Merchandising:** Distribución de artículos promocionales como bolígrafos, tazas, botellas reutilizables, mochilas y el "Manu Cubo", así como chocolatinas con el logotipo de la empresa durante festividades.
- ❖ **Eventos corporativos:** Organización de cenas y comidas de empresa que fomentan la cohesión del equipo y ofrecen oportunidades para la creación de contenido visual para redes sociales y perfiles internos. A estos eventos también asisten colaboradores y clientes de gran prestigio para la empresa.

Estas estrategias proporcionan una base sólida de trabajo y consolidan las relaciones con los clientes y ayudan a afianzar las estrategias de marketing interno.

5.5. Ferias.

La participación en ferias y eventos del sector logístico es una parte integral de la estrategia de marketing de Manuport Logistics. Estas actividades permiten a la empresa presentar sus servicios, establecer nuevas relaciones comerciales y mantenerse al tanto de las tendencias del mercado. Profesionales del área comercial representan a la empresa en estos eventos, con el objetivo de reforzar los lazos con clientes actuales y captar nuevas oportunidades de negocio. Algunas de las ferias donde Manuport Logistics ha participado son:

- ✓ **Antwerp XL 2024 – Bélgica:** En 2024, Manuport Logistics fue galardonada con el premio "Employer of the Year" durante la feria Antwerp XL, un evento clave en el ámbito del breakbulk (carga pesada como hélices y motores) y la logística de proyectos. Este reconocimiento resalta el compromiso de la empresa con la excelencia en la gestión del talento y su cultura organizacional centrada en las personas.
- ✓ **Summit Anual en Valencia – España:** Siguiendo su tradición anual, Manuport Logistics S.L. celebró en 2024 su cumbre corporativa en la ciudad de Valencia, un encuentro clave que reunió a los altos cargos y directivos de la empresa. Durante este evento, se dedicaron varias sesiones para analizar y definir las estrategias empresariales de cara al futuro, enfocándose en la optimización de procesos y la expansión internacional. Además, la cumbre tuvo un papel especialmente importante para fortalecer la cohesión interna del equipo, justo después de la reciente adquisición de Continental Forwarding, una operación que amplió la capacidad y alcance de Manuport en el mercado logístico.

- ✓ **Membresía en CLC Projects:** Manuport Logistics es miembro de CLC Projects, una red internacional de transitarios especializados en cargas de proyecto (carga de grandes dimensiones que requiere una logística avanzada). Esta afiliación permite a la empresa participar en conferencias globales, como la más reciente en Bali, Indonesia, en febrero de 2025, facilitando la colaboración y el intercambio de conocimientos en el sector.

En conclusión, la participación de Manuport Logistics en ferias, eventos y redes internacionales refuerza su posicionamiento en el sector logístico. Estas actividades no solo le permiten presentar sus servicios y establecer relaciones comerciales estratégicas, sino que también contribuyen al reconocimiento de su compromiso con la excelencia y al fortalecimiento de su cultura organizacional.

Ilustración 15: Imágenes de Manuport Bélgica en la feria de Antwerp XL-2024.



5.6. Canales de distribución, público objetivo y relación con el cliente.

Manuport Logistics S.L. emplea una estrategia multicanal para fortalecer su presencia en el sector logístico y maximizar su alcance tanto a nivel nacional como internacional. Entre los principales canales de distribución destacan las redes sociales corporativas como LinkedIn, Instagram, Facebook y TikTok, donde se publican contenidos relacionados con casos de éxito, eventos corporativos y soluciones logísticas innovadoras.

El público objetivo de Manuport está formado por empresas de diversos sectores que requieren servicios de transporte internacional, desde pequeñas firmas que inician sus procesos de exportación hasta grandes corporaciones multinacionales que demandan soluciones logísticas complejas y personalizadas. Un ejemplo concreto sería una empresa del sector automotriz que necesita importar piezas desde Asia con regularidad. En este caso, Manuport no solo coordina el transporte marítimo, sino que también se encarga del despacho aduanero y de la trazabilidad completa de la mercancía.

En cuanto a la relación con el cliente, la compañía apuesta por un trato cercano, ágil y profesional, asignando a cada cliente un responsable de cuenta que supervisa todas las operaciones y sirve de enlace directo para resolver incidencias o ajustar procesos. Este enfoque permite mantener una comunicación fluida y proactiva. Además, en casos de larga colaboración, Manuport adopta una postura consultiva, proponiendo mejoras en la cadena logística del cliente basadas en la experiencia acumulada, como la optimización de rutas o la agrupación de cargas para reducir costes y tiempos.

6. Definición del puesto de trabajo.

Durante mis prácticas en Manuport Logistics S.L., como ya he mencionado, he tenido la oportunidad de integrarme en el equipo de operaciones de importación. Esta experiencia me ha permitido comprender en profundidad los procesos logísticos internacionales y participar activamente en la gestión diaria de las operaciones, contribuyendo al flujo eficiente de mercancías a nivel global.

6.1. Descripción de tareas, objetivos del puesto, disponibilidad y relaciones.

Entre mis responsabilidades diarias se encuentra la elaboración de prefacturas para los distintos clientes, abarcando tanto mercancías físicas como documentales. Esta labor implica asegurar la correcta facturación de los servicios prestados y realizar un seguimiento adecuado para garantizar su conformidad.

Asimismo, llevo a cabo el seguimiento exhaustivo de las cargas asignadas, proporcionando a los clientes información actualizada y precisa sobre el estado de sus envíos en cada etapa del proceso. Para garantizar un seguimiento eficiente, es fundamental mantener una estrecha coordinación con los distintos departamentos implicados, como operaciones, atención al cliente y agentes externos, con el objetivo de asegurar una comunicación fluida tanto interna como externa. Esta interacción constante permite anticipar posibles incidencias y ofrecer soluciones rápidas, mejorando así la satisfacción del cliente. Además, he tenido la oportunidad de participar activamente en la gestión de grupajes, un proceso clave que consiste en consolidar mercancías de diferentes clientes en un mismo contenedor. Esta práctica no solo optimiza el uso de los recursos logísticos disponibles, sino que también contribuye significativamente a la reducción de costes operativos y mejora la eficiencia del transporte internacional.

Por otro lado, he colaborado en la gestión y resolución de incidencias operativas, entre las que destacan los denominados *blank sailings*. Este término hace referencia a la cancelación programada de una escala o salida de un buque en su ruta prevista, ya sea por motivos comerciales, operativos o de capacidad. Ante estas situaciones, he intervenido reorganizando los embarques afectados y comunicando de forma proactiva los cambios a los clientes, con el fin de minimizar el impacto en la cadena logística y mantener la calidad del servicio.

El objetivo principal de mi puesto es asegurar la correcta gestión administrativa y operativa de las importaciones, garantizando la satisfacción del cliente mediante un servicio eficiente y personalizado. Esto implica una coordinación constante con los diferentes actores de la cadena logística y una atención meticulosa a los detalles para evitar errores que puedan generar retrasos o costes adicionales.

Mi posición requiere una disponibilidad horaria acorde con las necesidades del departamento, adaptándome a las cargas de trabajo, a los plazos establecidos por los clientes y proveedores y a las variaciones horarias de las distintas partes del mundo con las que trabajamos. Mantengo relaciones profesionales con diversos departamentos internos, como documentación, comercial y operaciones, así como con agentes externos, transitarios y clientes, fomentando una comunicación efectiva y colaborativa.

6.2. Documentación.

La gestión documental es una parte esencial de mi trabajo. Me encargo de la elaboración y revisión de prefacturas a través de la plataforma Deiworld, asegurando que reflejen correctamente los servicios prestados. Además, gestiono documentos relacionados con las cargas, como conocimientos de embarque y certificados necesarios para el despacho aduanero, verificando su correcta cumplimentación y archivo.

6.3. Ambiente, dedicación e integración

El ambiente laboral en Manuport Logistics es dinámico y colaborativo, promoviendo el trabajo en equipo y la mejora continua. Mi jornada laboral se desarrolla de lunes a jueves de 9:30 a 17:30, con una pausa para comer de 14:15 a 15:00, y los viernes de 8:30 a 15:00, con una pausa de media hora para almorzar.

El primer día, tuve una jornada de acogida y presentación muy completa, en la que me mostraron en detalle todos los departamentos y las instalaciones de la empresa, permitiéndome familiarizarme con el entorno de trabajo y conocer a los diferentes equipos con los que colaboraría. Durante esta bienvenida, también me entregaron merchandising corporativo, que incluía una taza, una botella de agua reutilizable, una mochila con el logo de la empresa y un pisapapeles personalizado llamado "manucubo".

Mi dedicación se refleja en la constante voluntad de aprender y adaptarme a las exigencias del puesto, mostrando iniciativa y compromiso en cada una de las tareas que se me han encomendado. Desde el inicio de mis prácticas, he procurado integrarme activamente en el funcionamiento del departamento, no solo cumpliendo con las responsabilidades asignadas, sino también buscando comprender el contexto general de cada proceso y su impacto en la operativa global de la empresa. En este sentido, he intentado aportar soluciones a los desafíos diarios que han surgido, demostrando capacidad de análisis, actitud proactiva y disposición para colaborar en la mejora continua de los procedimientos.

6.4. Riesgos.

En el desempeño de mis funciones, he identificado varios riesgos asociados al puesto:

- **Riesgos físicos:** Las instalaciones cuentan con escaleras que, aunque funcionales, pueden resultar traicioneras. En una ocasión, experimenté una caída que, afortunadamente, no tuvo consecuencias graves, pero que destaca la necesidad de precaución al desplazarse por las oficinas.
- **Estrés laboral:** La carga de trabajo puede ser elevada, especialmente en períodos de alta demanda, lo que requiere una gestión eficaz del tiempo y la capacidad de priorizar tareas. La intensidad de las jornadas y la limitada dotación de personal en algunos departamentos pueden incrementar la presión sobre los empleados.
- **Choque cultural:** La interacción con agentes y clientes de diversas culturas puede generar malentendidos. Por ejemplo, en una ocasión, un agente indio omitió incluir el "holder" en un contrato, lo que generó confusión sobre con quién este agente estaba trabajando realmente. Estas situaciones resaltan la importancia de la comunicación clara y la comprensión intercultural.
- **Responsabilidad:** El manejo de documentación y la coordinación de envíos implican una gran responsabilidad, ya que cualquier error o despiste en estos procesos puede generar consecuencias negativas importantes. Fallos en la documentación pueden retrasar el tránsito de mercancías, ocasionar problemas legales o aduaneros, y en última instancia, provocar pérdidas económicas significativas para la empresa. Además, estos errores afectan directamente la satisfacción del cliente, ya que pueden generar demoras, falta de información o incumplimiento de plazos acordados. Por eso, es fundamental mantener un alto nivel de precisión y atención al detalle en cada etapa del proceso logístico para asegurar un servicio eficiente y confiable.

En conclusión, el desempeño de mis funciones en Manuport Logistics ha permitido identificar diversos riesgos inherentes al puesto, como los riesgos físicos derivados del entorno, el estrés laboral debido a la carga de trabajo, el choque cultural en las interacciones internacionales y la responsabilidad asociada a la gestión de documentación y envíos. Reconocer estos riesgos es fundamental para implementar medidas preventivas y fomentar un entorno de trabajo seguro, eficiente y colaborativo.

7. Reflexión final y agradecimientos.

La realización de este Trabajo de Fin de Ciclo ha representado una experiencia enriquecedora que ha consolidado mis conocimientos en comercio internacional y logística. Durante el desarrollo del TFC, he tenido la oportunidad de aplicar de manera práctica los conceptos aprendidos en el aula, enfrentándome a situaciones reales que demandaban soluciones eficientes y adaptativas.

Uno de los aspectos que considero más relevantes ha sido reconocer el papel fundamental que desempeña la coordinación entre los distintos departamentos dentro de una empresa transitaria. La interacción con profesionales del sector me ha permitido adquirir una visión integral de los procesos logísticos, desde la gestión de reservas hasta la supervisión de llegadas, comprendiendo la relevancia de cada etapa en la cadena de suministro.

Además, he desarrollado habilidades clave como la gestión del tiempo, la toma de decisiones bajo presión y la comunicación efectiva con clientes y proveedores. Estas competencias no solo son esenciales en el ámbito profesional, sino que también contribuyen a mi crecimiento personal.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas e instituciones que han sido parte fundamental en la realización de este Trabajo de Fin de Ciclo.

En primer lugar, a la Universidad Europea de Valencia, por brindarme una formación académica de calidad y por facilitarme las herramientas necesarias para desarrollar mis competencias en comercio internacional.

Agradezco especialmente a María Loreto, responsable de Importación y mi tutora de prácticas en Manuport Logistics S.L., por su constante apoyo, orientación y confianza durante mi estancia en la empresa. Su guía ha sido esencial para mi aprendizaje y crecimiento personal y profesional.

También quiero agradecer a todo el equipo de Manuport Logistics S.L. por acogerme con amabilidad y por compartir conmigo sus conocimientos y experiencias, lo que ha enriquecido significativamente mi aprendizaje.

A mis profesores: Isabel Vila, Nuria García, Sonia Iborra, José de la Iglesia, Elena Ruiz, Carlos Real, Jelena Pavlovic y Ana Marco. Gracias a su conocimiento y dedicación me he podido permitir avanzar personal y profesionalmente cada día.

A mi familia, por ser mi pilar incondicional. Su comprensión y apoyo han sido fundamentales para alcanzar este logro. Gracias por creer en mí y por estar siempre a mi lado, en cada paso de este recorrido.

Este trabajo es el reflejo del esfuerzo conjunto y del acompañamiento de todos vosotros. A cada uno, mi más sincero agradecimiento.

En resumen, este TFC ha sido una grandísima oportunidad para consolidar mi formación académica y prepararme para los desafíos del mundo laboral en el ámbito del comercio internacional.

8. Bibliografía.

- Diario del Puerto. (2020, 22 de diciembre). *Continental se incorpora al grupo Manuport Logistics*. <https://www.diariodelpuerto.com/logistica/continental-se-incorpora-al-grupo-manuport-logistics-DAGD16086372498828640>
- Diario del Puerto. (2022, 21 de diciembre). *Manuport adquiere Cargolandia Portugal y afianza su posición en la Península Ibérica*. <https://www.diariodelpuerto.com/logistica/manuport-adquiere-cargolandia-portugal-y-afianza-su-posicion-en-la-peninsula-iberica-JC13339635>
- Diario del Puerto. (2023, 13 de abril). *Manuport Logistics Spain apuesta por el transporte por carretera*. <https://www.diariodelpuerto.com/carretera/manuport-logistics-spain-apuesta-por-el-transporte-por-carretera-CC14611993>
- Diario del Puerto. (2023, 23 de junio). *Manuport Logistics expande su actividad en España con una nueva oficina en Murcia*. <https://www.diariodelpuerto.com/logistica/manuport-logistics-expande-su-actividad-en-espana-con-una-nueva-oficina-en-murcia-CH15745153>
- Manuport Logistics. (2020, 1 de diciembre). *Manuport Logistics plants its flag in Spain*. <https://www.manuport-logistics.com/blog/manuport-logistics-plants-its-flag-in-spain>
- Manuport Logistics. (2023, 1 de abril). *Manuport Logistics expands in Spain*. <https://www.manuport-logistics.com/blog/manuport-logistics-expands-in-spain>
- Manuport Logistics. (2024, 3 de abril). *The Journey of Manuport Logistics Spain: Growth, Challenges, and Successes*. <https://www.manuport-logistics.com/blog/the-journey-of-manuport-logistics-spain-growth-challenges-and-successes>
- Manuport Logistics. (2024, 16 de mayo). *Manuport Logistics launches new office in South America: Spotlight on Colombia*. <https://www.manuport-logistics.com/es/blog/manuport-logistics-launches-new-office-in-south-america-spotlight-on-colombia>
- TuComex. (2025). *Manuport Logistics España | Marketplace de TuComex*. <https://marketplace.tucomex.com/empresa/manuport-logistics-espana/>
- Manuport Logistics. (2025). *Nuestros servicios*. <https://www.manuport-logistics.com/es/services>
- Manuport Logistics. (2025). *Manuport Road Transport Spain SL: teléfono, CIF y dirección*. <https://www.einforma.com/informacion-empresa/manuport-road-transport-spain>
- Axesor. (2025). *Manuport Logistics España S.L.: información financiera y mercantil*. Recuperado de https://www.axesor.es/Informes-Empresas/6052169/MANUPORT_LOGISTICS_ESPANA_SL.aspx