



“Nos hacemos daño con la guerra de precios por captar más volumen de negocio”

El holding Transcoma Shipping se ha consolidado como grupo tras la adquisición de TGL Worldwide en 2019, que finalizará previsiblemente en septiembre. También recientemente ha reforzado su presencia en Canarias con la terminal de Las Palmas Gesport Terminal Marítima. La compañía, cuyo negocio se compone el 60% del sector marítimo y el 40% del transitario, busca así consolidar sus bases para embarcarse en nuevos crecimientos. A falta del cierre de 2019, Transcoma Shipping avanza que el balance será «muy positivo» en relación al año anterior y que el sector marítimo regular, así como el offshore en la zona de Canarias, son los que mejor se han comportado. El Mercantil repasa con el consejero delegado del holding, Alfonso Cordero, el presente y el futuro de esta empresa familiar.

¿Mantendrán esta apuesta por crecer vía adquisiciones en 2020?

Es nuestra intención. Una empresa familiar como la nuestra solo tiene una vía de supervivencia, que es el crecimiento, sino está abocada a desaparecer. Apostaremos tanto por el crecimiento vertical como horizontal: el vertical promoviendo que las unidades de negocio crezcan a nivel de facturación y el horizontal mediante adquisiciones de compañías que estén relacionadas con nuestro sector. De esta forma, abriremos el abanico de posibilidades. Preferimos ganar poco en muchas empresas, que mucho en pocas empresas.

¿En qué zonas geográficas se realizarán estas adquisiciones?

Queremos salir a explotar mercados en los que las marginalidades sean superiores, como el latinoamericano o el del Sudeste Asiático. Todo lo que sea la masificación, como puede ser China, las rentabilidades no son tan altas como deberían. Buscamos mercados emergentes, porque somos conscientes de en qué gastamos, cómo podemos competir y con quién podemos hacerlo. Las adquisiciones estarán vinculadas a áreas relacionadas con nuestro negocio actual.

¿Estarían dispuestos a incrementar presencia desde el punto de vista de terminales en España?

Los nichos en España están muy marcados, en cuanto a terminales portacontenedores puras y duras se refiere. Ahí no vamos a entrar, pues son objetivo de las grandes navieras. Van para su propio consumo y, sobre todo, para orientarse dentro del mercado. Por lo tanto, hay que ver muy bien el retorno de la inversión. En el caso de la de Gesport ya existía una vinculación directa, con lo cual aprovechamos las sinergias de estar subcontratando a un tercero para que nos haga las operaciones a ser parte de la terminal y realizar las operaciones desde dentro.

¿Se han estrechado tanto los márgenes como lamentan durante los

últimos años las empresas del sector?

Sí. La realidad es que se ha abierto una veda, sobre todo porque en las crisis normalmente los márgenes se ven muy reducidos, siempre con la excusa de que cuando vaya bien subirán, pero después nadie los quiere subir. Y la guerra de precios que existe en el sector portuario por conseguir el mayor volumen de negocio no siempre beneficia a la comunidad portuaria, nos hacemos daño a nosotros mismos. Yo prefiero hacer menos barcos ganando más, que hacer más barcos ganando menos.

¿Es el objetivo engordar la compañía para proceder a una venta posterior?

Nosotros somos un capital 100%. Han habido fondos de inversión que han querido entrar con compras parciales, totales, entrada de fondos... A día de hoy, siempre hemos dicho que no. Queremos ser la empresa familiar de referencia en el mercado como hecho diferencial. No tenemos un fondo detrás que nos inyecte capital. Si mañana tuviésemos una necesidad imperiosa, es que entonces no nos queda otro remedio. Pero el planteamiento es que queremos seguir funcionando así y vamos a trabajar con nuestros propios recursos. Con el tiempo, seremos una de las pocas compañías con un volumen bastante importante que no reciba ningún tipo de ayudas.

¿Con qué previsiones de crecimiento trabajan para el presente ejercicio?

Este es un año de transición después de la fusión con TGL Worldwide. Buscamos el mantenimiento para el crecimiento al año siguiente. Es decir, preferimos crecer menos en volumen y crecer más en inversiones. Nos gustaría entrar en adquisiciones parciales y, si se da la posibilidad, intentar entrar en fondos de comercio en nichos de mercado muy específicos, para buscar una especialización. No hemos entrado de momento en adquisiciones totales. Proponemos un planteamiento que probablemente sea diferente, por ejemplo, a la parte marítima:

si llevamos a cabo una adquisición no necesariamente tiene que estar integrada dentro de la sociedad dominante. Buscamos especializaciones dentro del mercado cuyo nicho sea muy específico y demos un servicio especial a nuestros clientes. Si para ello tenemos que tener 25 empresas diferentes con especializaciones diferentes y con un sector específico, serán 25 empresas totalmente independientes dentro de nuestro negocio.

¿Qué inserción debe tener una compañía en su territorio?

Las empresas son el motor económico de cualquier país. Yo quiero ganar más dinero para invertir más. Invertir más para generar más puestos de trabajo. Generar más puestos de trabajo y pagar más, porque así doy un servicio de más calidad. Lo que no puedo hacer es pagar diez si gano siete, esto es evidente. Al final lo que buscamos es crear un valor añadido para la sociedad y queremos estar integradas dentro de la sociedad. Pero ser parte de la sociedad y ayudarla sin la parte política que acompañe es inviable. Si todos somos conscientes de que tenemos que crear riqueza interior, abrir los puertos a las ciudades y nos empezamos a dar cuenta que esto es parte del motor económico de una sociedad, podremos estar mejor posicionados a la hora de generar de empleos de calidad.