

‘The Spanish Line’

Si no me falla la memoria, a finales de los 70, la prestigiosa y en la época potente Compañía Naviera Trasatlántica, fundada en 1881, empezó a usar el término comercial ‘The Spanish Line’ en sus contenedores, folletos, etc. Entiendo que así impregnaba con un toque internacional y de modernidad la imagen de una compañía centenaria en esos años. La verdad es que sorprendió, porque en aquel tiempo no era habitual entre las navieras tradicionales españolas usar comercialmente estos anglicismos, sobre todo cuando sus principales líneas regulares eran en su mayoría con países de habla hispana.

Lamentablemente, a día de hoy, la mayoría de esas grandes navieras han pasado a la historia. Además, España ocupa el puesto 38 en el ranking de flotas mundiales con una presencia muy discreta en navieras de contenedores.

Y si a nivel naviero, España ya perdió su relevancia, por las noticias que llegan, da la sensación de que en el sector forwarding esté sucediendo lo mismo. Sobre todo cuando leo en El Mercantil que una de las grandes transitarias locales, Space Cargo, ha sido adquirida por la americana CH Robinson.

He perdido la cuenta de la cantidad de transitarias o empresas logísticas de capital nacional adquiridas por compañías foráneas en los últimos años, algunas de gran renombre, bien implantadas en España y bastantes con una red de oficinas propias en todo el mundo, con un gran potencial, y que para nada hacían presagiar su venta.

No puedo negar que me causa cierto desasosiego que siempre se tengan que vender empresas del sector a grupos de fuera

Es obvio que todos tenemos derecho a comprar o vender a quien nos interese, faltaría más. Seguro que los que toman esa decisión tienen sobradas razones para ello, y es lícito que el que venda, lo haga al mejor postor. Ahora bien, no puedo negar que me causa cierto desasosiego que siempre tenga que ser a grupos de fuera.

Es probable que el sector forwarding y logístico no haya generado el suficiente apetito a los grandes grupos inversores españoles, que los hay, y por eso no demuestren su interés en estas empresas. De ser así, habrá que recordarles,

entre otros, lo importante que es la logística para un país y el crecimiento de sus empresas, no sólo a nivel nacional, sino global, y los beneficios económicos que ello les reportaría, sobre todo viendo el ejemplo de empresas como Inditex o Mango, que deben gran parte de su éxito al diseño de la cadena logística para su negocio.

Por otra parte, sorprende que no haya habido más fusiones de empresas logísticas locales, sobre todo en las de tamaño pequeño y mediano. Da la sensación de que hay cierta reticencia a llegar a acuerdos con tu competidor local, y al final se prefiere ir a buscar comprador fuera...

Cierto es que la globalización obliga a las empresas a crecer en tamaño y estructura para poder fortalecerse y competir en el mercado, pero para ello hay diferentes opciones. Una de ellas podría ser creando un gran grupo transitario y logístico nacional, que apoyado por un grupo inversor local, fuese fusionando empresas locales y comprando en el exterior cuando saliesen oportunidades de negocio o crecimiento.

Pero esta situación, no sólo nos la encontramos en el sector logístico, si no en casi todos. Mucho me temo que en el sector forwarding va a seguir siendo así, salvo que alguien se anime a montar 'The Spanish Forwarder'.