

"Apostamos por un modelo que combina experiencia, profesionalidad y cercanía"

Clàudia Gómez directora general de Antillas Sea Agency



El sector marítimo-logístico vive un momento de transformación marcado por la geopolítica, la sostenibilidad y la digitalización. Clàudia Gómez, directora general de Antillas Sea Agency, analiza los retos, la estrategia y la visión de futuro de la empresa.

¿Cómo valora la evolución reciente del sector marítimo-logístico en España y qué retos considera prioritarios?

En los últimos años, el sector marítimo-logístico en nuestro país ha demostrado ser un ejemplo de recuperación y crecimiento, llegando a acercarse al volumen récord obtenido en 2019. Este año, sobre todo, se ha notado el impulso generado por los trasbordos y el tráfico en tránsito. La crisis del Mar Rojo ha obligado a muchas navieras a desviar sus rutas para evitar la zona. Nuestro país, por su posición geoestratégica y capacidad portuaria, especialmente Algeciras y Valencia, se ha consolidado como hub de trasbordo y ha absorbido parte del tráfico que antes circulaba por el canal de Suez. Uno de los retos fundamentales que deberán abordarse es el impulso de la descarbonización, la adaptación a los megabuques y la resiliencia ante riesgos geopolíticos.

Antillas Sea Agency nació en 2022 con un amplio abanico de servicios. ¿Cuál ha sido la clave para definir su posicionamiento y consolidarse en el mercado?

Desde 2022, Antillas Sea Agency se ha posicionado combinando especialización y flexibilidad. Aunque iniciamos nuestra actividad hace algo más de tres años, nuestro valor diferencial ha sido adaptar soluciones integrales a las necesidades específicas de cada cliente, aportando

eficiencia y confianza. La cercanía y la transparencia son pilares para nosotros, reforzados por la inversión tecnológica para mejorar la trazabilidad y la agilidad. Esta estrategia nos ha permitido diferenciarnos en un mercado competitivo, consolidar relaciones a largo plazo y convertirnos en un socio estratégico, más que en un simple proveedor.

¿Qué valor diferencial ofrece su agencia frente a otras compañías del sector?

En un mercado donde la figura tradicional del consignatario pierde relevancia por la desintermediación y la integración vertical, Antillas Sea Agency ha convertido esta transformación en una ventaja. Apostamos por un modelo consultivo que com-

bina experiencia, profesionalidad y cercanía, ofreciendo soluciones que aportan valor real: optimización de costes, asesoría normativa, trazabilidad digital y soporte operativo 24/7. Nuestra inversión tecnológica refuerza la transparencia y reduce tiempos, mientras que las alianzas estratégicas nos permiten anticipar necesidades y resolver incidencias con rapidez. Más que intermediarios, somos socios estratégicos que garantizan eficiencia, confianza y una experiencia superior para las navieras que representamos y nuestros clientes.

Su empresa ha tendido puentes entre España, Cuba y América Latina. ¿Qué peso tienen esos mercados en su estrategia de crecimiento?

Los mercados de Cuba y América Latina son el eje de nuestra estrategia. Antillas Sea Agency actúa como puente entre España y la región, ofreciendo soluciones adaptadas gracias a la experiencia local, la profesionalidad y la cercanía cultural. Estos tráficos requieren especialización y flexibilidad, lo que nos diferencia frente a operadores globales más estandarizados. Hoy, gran parte de nuestras operaciones se vinculan a rutas estratégicas con el Caribe y Sudamérica, respaldadas por alianzas con navieras y operadores regionales que garantizan tiempos competitivos y servicios integrales. Son el núcleo que define nuestra propuesta de valor.

¿Cómo afrontan los desafíos actuales del transporte marítimo: costes, sostenibilidad y nuevas regulaciones ambientales?

Como consignatarios, nuestra influencia en el uso de combustibles

Clàudia Gómez subraya que Antillas Sea Agency ha transformado la desintermediación del sector en una ventaja competitiva basada en un modelo consultivo y tecnológico.

para la navegación o el transporte es limitada, por lo que nos enfocamos en la sostenibilidad social. Aun así, hemos digitalizado completamente los procesos, casi eliminando el uso de papel y reduciendo errores mediante gestión documental electrónica, firma digital y automatización. Internamente, priorizamos el reciclaje y la reutilización. En sostenibilidad social, invertimos en conciliación, igualdad, formación continua y entornos seguros e inclusivos, fomentando el desarrollo profesional y el bienestar. Nuestra visión va más allá del cumplimiento normativo: buscamos generar impacto positivo y ofrecer un servicio responsable y humano.

¿Qué principios o filosofía empresarial guían su gestión y la cultura de Antillas Sea Agency?

Como empresa familiar, nuestra gestión se basa en tres pilares: transparencia, cercanía y compromiso con las personas. Apostamos por relaciones de confianza mediante una comunicación clara y soluciones adaptadas, evitando enfoques estan-

darizados. El compromiso social es esencial; queremos que Antillas Sea Agency sea un lugar donde el talento crezca y se sienta valorado, con un equipo que se identifique con nuestra visión y proyecto. Además, impulsamos la innovación y la eficiencia, automatizando procesos para reducir el consumo de recursos y minimizar errores. Esta filosofía refleja nuestra visión, que consiste en evolucionar constantemente para ser más sostenibles, humanos y eficientes, sin perder la esencia de servicio personalizado que nos diferencia en el sector marítimo.

Desde el punto de vista económico, ¿qué indicadores son los más relevantes para medir su éxito operativo?

Nuestros indicadores clave se centran en la eficiencia y el control de costes, dado que trabajamos con una sola naviera. Monitorizamos el margen operativo por escala para evaluar la rentabilidad y la optimización, y reducimos el ratio de costes administrativos sobre ingresos gracias a la digitalización y la automatización. También medimos la puntualidad, la fiabilidad en las escalas, la eficiencia documental y el tiempo de resolución de incidencias, factores críticos para la satisfacción del cliente. Nuestro éxito no depende del volumen, sino de ofrecer un servicio ágil, preciso y rentable, alineado con las expectativas de la naviera.

¿Qué planes de futuro prevé la compañía para los próximos años?

Nuestros planes se centran en mantener un servicio personalizado y cercano, apoyado en la digitalización para mejorar la eficiencia sin perder el trato humano que nos define. Tras consolidar la línea actual, buscamos expandir cargas hacia otros países del Caribe y aprovechar nuestra experiencia regional para explorar nuevas oportunidades. También proyectamos la representación de nuevas líneas navieras, ofreciendo un servicio profesional, flexible y adaptado a cada ruta. En definitiva, crecer sin perder identidad, siendo una agencia moderna y actualizada, pero profundamente humana, basada en la confianza y la cercanía, que para nosotros deberían ser la base de cualquier relación en el transporte marítimo.



Órgano directivo de la empresa: Andy Villanueva Gómez, Francesca Rodríguez Cayuela, Laura Rayas Jiménez, Clàudia Gómez Gallardo, Sergi Pérez Gómez, Vicente Aznar Fabra