

"Antillas Agency quiere ser una extensión de la naviera en el mercado local"



Clàudia Gómez
directora general de Antillas Sea Agency

La digitalización reduce intermediarios, pero abre nuevas oportunidades para agencias capaces de aportar cercanía, flexibilidad, conocimiento local y desarrollo comercial. Hablamos con Clàudia Gómez, directora general de Antillas Sea Agency.

Pregunta. El sector de las agencias consignatarias está viviendo un proceso de desintermediación. ¿Qué está cambiando?

Respuesta. Las navieras tienen cada vez más capacidad para gestionar directamente funciones que antes delegaban en agentes: documentación, atención al cliente, reservas, facturación u operativa. La digitalización y la concentración del sector han acelerado el proceso. El modelo tradicional, basado únicamente en ejecutar instrucciones, tiene cada vez menos recorrido. Si una función puede centralizarse o automatizarse, es difícil justificar el papel del intermediario.

P. ¿Cómo puede una agencia seguir siendo relevante?

R. Tiene que convertirse en una extensión de la naviera en el mercado local. No basta con gestionar una escala o documentación: hay que conocer el mercado, estar cerca de los clientes, detectar oportunidades, anticipar problemas y aportar información útil para tomar decisiones. La flexibilidad es especialmente importante para navieras pequeñas y medianas que

quieren entrar en nuevos mercados sin asumir desde el principio el coste de crear una estructura propia. Además, la digitalización no puede sustituir completamente el contacto humano. Cuando surge una incidencia, sigue siendo fundamental que exista alguien que escuche, entienda el problema y busque una solución.

P. ¿Dónde está hoy el valor de Antillas Sea Agency?

R. Principalmente, en la flexibilidad. Podemos adaptarnos a las necesidades de cada naviera y actuar como su estructura local. También queremos implicarnos en el desarrollo comercial: analizar mercados, detectar oportunidades, buscar proveedores y trabajar junto a la naviera para desarrollar tráfico. Nuestro objetivo es que puedan apoyarse en Antillas como si fuéramos una parte de su propia organización, sin tener que crear toda esa estructura.

P. ¿Qué supone la apertura de una sucursal en Panamá?

R. Es un paso natural por la posición estratégica del país y su actividad marítima. Nos permitirá estar más cerca de Centroamérica y el Caribe y acompañar a navieras que quieran

desarrollar negocio entre esas regiones y el Mediterráneo. España y Panamá funcionarán de forma complementaria: podremos apoyar desde España a compañías que quieran crecer allí y desde Panamá a las que quieran desarrollar el Mediterráneo.

P. ¿Qué significa el reconocimiento de La Razón y cuáles son los próximos objetivos?

R. Es un reconocimiento muy especial y también personal. Antillas es una empresa familiar y asumir la dirección tras el fallecimiento de mi padre supuso una gran responsabilidad. El reto ha sido conservar lo que funcionaba y, al mismo tiempo, transformar la empresa. Somos pequeños frente a grandes grupos y no queremos competir por tamaño. Queremos diferenciarnos por implicación, conocimiento del mercado, cercanía y capacidad de adaptación. El objetivo es seguir creciendo internacionalmente y ayudar a más navieras a establecerse y crecer en los mercados donde estamos presentes.

Más información
antillasagency.com

