



DE CERCA | **Carlos y Bartolomé Marí Mayans** Propietarios y CEO de Familia Marí Mayans

“No puedes venderte al mejor postor”

Dos hermanos, cinco generaciones y dos bebidas con las que han viajado por todo el mundo: la Frígola, que su familia registró como marca en 1902, y las populares Hierbas Ibicencas. Una bicefalia que no les da resaca: “No hay filtros entre nosotros”.

Nerea Serrano. Madrid

A Juan Marí Mayans se le conocía como el cirujano en Formentera. Sus remedios a base de plantas aromáticas para tratar resfriados o dolores de estómago le valieron este apodo. Cuando se mudó a Barcelona para trabajar en una destilería, descubrió los secretos del alambique y de la fabricación alcohólica. Tanto que a su jarabe medicinal le empezó a incorporar alcohol y sus *pacientes* se convirtieron en clientes. En 1902 registra la Frígola como marca y este licor se convirtió en el primero de Familia Marí Mayans, una empresa ibicenca que sigue en activo cinco generaciones después. Hoy son los tataranietos de Juan, Bartolomé y Carlos Marí Mayans (Ibiza, 1981 y 1983, respectivamente), los encargados de preservar una receta empresarial que ha dado como fruto las tradicionales botellas de Hierbas Ibicencas –catalogadas como Indicación Geográfica Protegida (IGP)–, que les han hecho célebres en la sobremesa española, pero también en la de países como Japón, EEUU o Suiza. Neutrales, como este país, son también ellos en sus cargos, ya que comparten el de CEO. De su bicefalia, de la lucha contra el intrusismo en su sector y de sus nuevos desafíos, hablan a sorbos y con una sola voz, como han hecho desde que ambos decidieron incorporarse al negocio familiar en 2009.

– **¿Las plantas de Ibiza dan para salvar la vida a cinco generaciones?**
El negocio siempre ha seguido con las dificultades asociadas a cada momento. Mis padres vivieron el *boom* de Ibiza y el momento en el que las Hierbas Ibicencas se convirtieron en IGP. Cuando hay una firma líder salen muchas copias y muchas de las marcas que afloran en verano ni siquiera se hacen en Ibiza. Queremos que la Administración se ponga las pilas con el intrusismo.

– **¿Ustedes se incorporaron al negocio con las pilas cargadas?**

Teníamos nuestros trabajos, pero queríamos darle ideas nuevas al negocio y diversificar. La legislación es cada vez más restrictiva. Por ello, hemos lanzado nuevos productos como sales o infusiones y, quizá en un futuro, hagamos cremas o perfumes. Incluso tenemos nuestra propia finca de hierbas y plantas para tener más independencia.

– **Trabajaban en Madrid y volvieron a Ibiza para tomar las riendas. No es la mudanza más habitual...**



Carlos y Bartolomé Marí Mayans son la quinta generación de esta empresa familiar que, además de licores a base de plantas aromáticas, producen infusiones o sales. El 25% de su producción se exporta a países como EEUU, Japón o Suiza.

Nos hemos criado sabiendo lo que es un alambique y hasta somos maestros artesanos, es decir, que tenemos formación de elaboración de licores aunque no lo hagamos nosotros en el día a día. Cuando de niños nos preguntaban que queríamos ser de mayores decíamos que *marimayansero*.

– **Hasta comparten cargo, ¿sus posturas nunca hacen esos?**

Entre nosotros existe una franqueza total. Hemos compartido habitación hasta los 18 años, hemos tenido las mismas aficiones y hasta vivimos en la misma urbanización. No hay filtros entre nosotros.

– **Pero no siempre pensarán lo mismo, ¿no?**

En general no nos pisamos. Cada uno tiene su espacio y su área. Y cuando hay un tema escabroso preferimos no contárselo al otro hasta que se soluciona. Imaginamos mentalmente la conversación que tendríamos y ahí sí que hay que decidir solo. Si nos consultáramos todo, no avanzaríamos.

– **Dada su simbiosis, ¿consiguen desconectar del trabajo?**

No podemos. Jugamos al pádel y al fútbol juntos después de trabajar.

“ Nos han ofrecido comprar la marca, pero no queremos ser el capricho de un millonario; no hay que dejar que jueguen con tu apellido”

“ Los DJ que vienen a Ibiza suben fotos con nuestro licor e impacta, pero no queremos ser un ‘souvenir’, sino una marca global”

– **¿Algún consejo que les dieran sus padres y que también compartan?**

Aplicar el sentido común. Por ejemplo, el tema laboral está muy complicado y tenemos muchos amigos que nos piden trabajo y a los que es difícil decirles que no, pero queremos que esta empresa [que el año pasado facturó 3,6 millones de euros] esté profesionalizada.

– **Profesionalizada y presente. Sus productos pueden encontrarse durante la temporada ibicenca en los hoteles de Palladium o en Pacha.**

– **¿Eso hace que luego les compren desde el extranjero?**

Los DJ que vienen aquí suben a redes fotos con nuestros licores y luego eso tiene un impacto global, pero no queremos ser un *souvenir*, sino una marca global.

– **Si piensan a escala global, hay que hablar de Oriente Medio y del Occidente de Trump...**

La situación geopolítica, especialmente en Oriente Medio, está generando una mayor volatilidad en los mercados de divisas, lo que afecta directamente a la exportación. Además, influye en el precio de materias primas clave como el cartón, el vidrio o el azúcar, impactando en nuestros márgenes. En cuanto a los aranceles de la administración Trump, por ahora no nos han afectado, ya que nuestro distribuidor en EEUU contaba con *stock* suficiente para todo el año. En cualquier caso, seguimos muy atentos a la evolución del contexto internacional.

– **¿Tentación de engordar la vaca para cuando lleguen las flacas?**

Preferimos subir precios que ir a volumen. Si lo haces, pierdes la esencia. Además, ya con la estructura actual podemos duplicar la produc-

ción. Lo que no queremos es industrializar el negocio, sino fabricar como en los inicios pero con la tecnología de ahora.

– **Su tatarabuelo incorporó el alcohol a su jarabe. Ahora parece que la industria está haciendo el viaje a la inversa reduciendo la graduación de las bebidas.**

La tendencia general es restringir cada vez más, por eso hemos apostado por la diversificación y por crecer en otros países. No queremos hacer apología de la bebida, sino producir algo de calidad que se disfrute.

– **¿Hay que estar ebrio para vender una compañía como la suya?**

Tuvimos un distribuidor en Miami que quiso comprar la empresa, pero no quisimos ser el capricho de un millonario. Nuestro padre nos inculcó el no vendernos al mejor postor.

– **¿Sus hijos [Carlos tiene una niña y Bartolomé, dos] también pujarán por la marca el día de mañana?**

Que hagan lo que quieran. Si no la gestionan, al menos tendrán la propiedad. Nosotros les estamos inculcando los conceptos de compartir y de ayudar, a no dejar que jueguen con nuestro apellido.