

MUNDO
EMPRESARIALEN
LÍNEA

Ignacio Silva en sus oficinas, en plena Castellana, en Madrid, aunque en su despacho hay un cuadro de la Pedrera y otro de Chillida

Ignacio Silva, consejero delegado de Schweppes Suntory en España y Portugal

“La mujer está detrás del gran éxito del gin-tonic”

CONCHI LAFRAYA
Madrid

Ignacio Silva, nacido en julio de 1966 en Barcelona, lleva siete años trabajando en Madrid, como consejero delegado de Schweppes Suntory. Desembarcó como director comercial, pero en menos de un año asumió el máximo cargo en la península Ibérica, en plena crisis económica. Ahora, también es director de desarrollo de negocio del Sur de Europa, lo que supone implicarse en nuevos mercados en Italia, Chipre y Grecia.

Entre España y Portugal, el grupo familiar japonés Suntory factura unos 500 millones, la mayor parte en España (430 millones). Sus 1.200 empleados se reparten entre servicios centrales, comerciales, transportistas, las fábricas de Toledo y Sevilla, así como el centro de investigación en Tordera (Barcelona), donde prevé invertir cuatro millones en dos años.

Silva estuvo anteriormente siete años en Unilever, año y medio en Alimentos Naturales y diez en Panrico. Casado y con cuatro hijas, explica que cuando

le surgió la oportunidad de trabajar en Madrid, “alguna de mis hijas no quería venir. Ahora no se quieren ir”. Silva echa de menos las escapadas cada fin de semana al Pirineo, pero admite que “son etapas de la vida, aunque viviéramos en Barcelona ya no iríamos tanto allí porque mis hijas son mayores y es difícil acarrear con todas, entre novios, exámenes...”. Ahora, apro-

“España ha exportado el gin-tonic a otros países, pero ahora está de moda tomar whisky con ginger ale”

vechan para escaparse a Comillas (Cantabria) o hacer viajes al extranjero.

Cuando se convirtió en capitán del barco en Schweppes Suntory, resalta, “cambié a todo el equipo entero del comité de dirección”. “La compañía tenía un problema de crecimiento, además de que estábamos en plena crisis económica y de consumo. El anterior equipo había

hecho un buen trabajo a la hora de reducir los costes, con lo que no se podía rebajar más y, por lo tanto, había que dar un giro entero”. A lo que continúa, “opté por una estrategia de valor: había que crecer en facturación y esto se hace con mucho pragmatismo”.

En sus casi 25 años de vida profesional, “he pasado por una multinacional, una empresa familiar en la que luego entró un fondo de capital riesgo, Apax, y ahora dirijo en España una empresa con propietarios japoneses, cuya estrategia es pensar a muy largo plazo, en generaciones futuras”. Idea que encaja con su filosofía de vida y aficiones, pues entre sus hobbies destaca el *running*, esquiar, andar en bicicleta y las motos. Ha hecho varias maratones e incluso participa en alguna competición de triatlón.

Uno de los mayores éxitos de Schweppes Suntory, que cuenta con una cartera de más de 20

marcas entre las que destacan la legendaria Schweppes o La Casera, ha sido lanzar al mercado una gama de tónicas mixers premium, con sabores que van desde la pimienta roja al cardamomo pasando por el azahar o la lavanda.

“No podíamos perder el pulso del mercado, ya que vivimos en un mundo de experiencias”, subraya. De ahí, surgió la idea de modernizar las tónicas, incluido el envase. En ese contexto de cambios, certifica que “el boom del gin-tonic nació en España y después se ha exportado a otros países”. Beberse uno, subraya, “es una experiencia para el consumidor que quiere disfrutar del olor, el color, la copa...”.

Schweppes Suntory
Facturación en la península Ibérica: 500 millones, de los que 430 en España
Empleados: 1.200
Centros productivos: Toledo y Sevilla
Centro de investigación: Tordera (Barcelona)

“El gran éxito del gin-tonic es la mujer, porque muchas de ellas, a partir de los 35 años, dejaban de tomar copas y con esta bebida ha descubierto una que ha logrado engancharle porque se puede hasta personalizar”.

“La mujer ha dicho esta propuesta es para mí porque se trata de un trago largo que permite disfrutar toda la noche, es glamurosa y los aderezos en la copa son de diseño”, señala. No obstante, Silva hace hincapié en que ahora la bebida que está de moda es “el whisky con ginger ale mientras que los gin-tonic España los ha exportado a otros países”.

OHMYBOX!

Expansión a Madrid y ciudades europeas

La empresa especializada en alquiler de trasteros en el centro de la ciudad OhMyBox!, fundada en el 2013 en Barcelona por Nicolás Pérez y Liher del Río, encadena años de crecimiento de la facturación y ya tiene planes de expansión para entrar en Madrid y alguna capital europea. La compañía también ha cerrado una alianza con Amazon para que esta utilice su trastero más céntrico. / Ep

DEPORVILLAGE

Las ventas crecen un 60% hasta 35 millones

El *e-commerce* de ropa y material deportivo Deporvillage disparó sus ventas un 60% en el 2017, hasta alcanzar los 35 millones de euros, en un ejercicio marcado por el lanzamiento de su aplicación, la ampliación del centro logístico y la implementación de un nuevo ERP, según un comunicado. La plataforma prevé alcanzar el millón de pedidos en los próximos meses. / Redacción

FUJIFILM

Pedro Mesquita, nuevo director general

La compañía Fujifilm ha nombrado a Pedro Mesquita nuevo director general de Fujifilm Iberia. La multinacional prevé crecer a dos dígitos y se propone potenciar el negocio relacionado con el área médica y el sector gráfico. Fujifilm cuenta en Barcelona con un *hub* dedicado a la innovación abierta y quiere potenciar el negocio de las membranas para el tratamiento de agua. / Redacción



Pedro Mesquita

APARTUR

18.400 euros para el Casal dels Infants

Apartur, la asociación de apartamentos turísticos de Barcelona, ha recaudado más de 18.400 euros a través de la iniciativa solidaria de 2.260 establecimientos de donar un euro por cada reserva realizada entre julio y octubre del año pasado. Los fondos recaudados van destinados al proyecto Vincles del Casal dels Infants de apoyo a madres de niños de 0 a 3 años en riesgo de exclusión. / Redacción

SI TE DUELE QUE CADA AÑO MUERAN MILES DE CIVILES EN CONFLICTOS ARMADOS, LLAMA AL MÉDICO

hazte socio:
902 15 15 07
www.msf.es



VALES
DESCUENTO
PROMOCIONES

VALE DESCUENTO
Por solo
9,95€
Colección This is Opera
Libro + CD + DVD
LA VANGUARDIA

VALE DESCUENTO
Por solo
9,95€
Colección de libros
Claves del Negocio Digital
LA VANGUARDIA

VALE DESCUENTO
9,95€
Disney Clásicos
Película + Cuento
LA VANGUARDIA

VALE DESCUENTO
Por solo
1,99€
Taza con tapa
+ infusión Hornimans
LA VANGUARDIA