

# Modaes

Back Stage

## Beatriz González-Cristóbal (Tous): “El 20% de las decisiones de la empresa familiar imprimen su singularidad”

La consejera de la compañía de joyería ha participado en la mesa redonda sobre la nueva generación de líderes empresariales en la nueva edición de Barcelona Fashion Summit 2017, que se celebra en el Teatre Nacional de Catalunya.

Modaes  
2 feb 2017 - 18:30



1/3

<https://www.modaes.com/back-stage/beatriz-gonzalez-cristobal-tous-el-20-de-las-decisiones-de-la-empresa-familiar-imprimen-su-singularidad>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

# Modaes

Las nuevas generaciones toman el escenario del Barcelona Fashion Summit. “Hay un 20% de las decisiones de una empresa familiar que no he conseguido entender, pero son las que dan singularidad a la empresa, son una línea roja”, ha afirmado Beatriz González-Cristóbal, miembro del consejo de Tous, en la mesa redonda en la que han participado directivos que toman el relevo en empresas familiares.

En el encuentro han participado Tristán Ramírez, hijo de Ágatha Ruiz de la Prada; Juan Suárez, miembro de la tercera generación de Joyería Suárez; Beatriz González, consejera de Tous; Paloma Lanna, hija de los fundadores de Nice Things y fundadora de Lanna Wool, y Borja Zamácola, segunda generación en Neck&Neck.

González-Cristóbal ha arrojado al público la fórmula del 80-20: un 80% de decisiones racionales y otro 20% “que no consigo entender porque son aquellas que toman las familias y que quizás va en contra del crecimiento”. “Las empresas familiares tienen una capa de intangibles inmensas”, señala la directiva, que también ha trabajado en otras compañías controladas por familias, como Hermès o Bulgari. Según la ejecutiva, los ejecutivos externos deben aportar serenidad, visión a largo plazo y “hay que aplicar mucha psicología y lealtad”.

“No por tener un apellido tienes un puesto en el equipo directivo y si está, es porque se lo han ganado”, ha afirmado Borja Zamácola, de Neck&Neck. En esta misma línea se han pronunciado el resto de ponentes: “Ante dos personas, una con apellido y otra sin, es inteligente coger la que tiene talento”, ha señalado Paloma Lanna, quien ha explicado que su madre le transmitió su mirada y sus valores de empresa, pero que se buscó un ejecutivo externo porque nadie de la familia se sintió capaz de asumir la gestión.

“Nos han enseñado una profesión, hemos tenido la oportunidad de trabajar con grandes ejecutivos”, ha señalado Juan Suárez. “Con los directivos, tenemos una visión compartida, sino es muy difícil avanzar, tiene que haber un territorio donde todo el mundo se sienta cómodo”, ha apuntado. Los directivos externos “suman más que restan”, ha añadido Suárez.

## **“No por tener un apellido tienes un puesto en el equipo directivo y si está, es porque se lo han ganado” Borja Zamácola**

Tristán Ramírez, por su parte, ha afirmado que, “las personas que han venido de fuera se han convertido en parte de la familia, las personas terminan por incorporarse a la dinámica de la empresa”. “A muchos los he conocido desde pequeño”, ha subrayado.

González-Cristóbal, por su parte, ha subrayado también que, “en la familia, puede haber líderes, unos más involucrados que otros, pero ver que existe un amor por la empresa por parte de todos, de los ochenta miembros de la quinta generación, es impresionante”. La ejecutiva ha añadido que, ante el capital riesgo, hay que saber

---

# Modaes

---

evaluar las visiones a corto plazo y a largo plazo, pero que no hay que deshecharla para gestionar situaciones de gran complejidad.

Por otro lado, la nueva generación de directivos también ha incorporado cambios en las normas de las empresas. “Ser joven me hace estar más fresca y menos contaminada por las reglas del sector, tener inocencia y coraje para hacer algo nuevo”, ha explicado Lanna. En este sentido, Ramírez ha subrayado que “ser joven da más energía y flexibilidad”: “mi generación ha vivido con tecnología, pero no hay que pensar que antes todo era fácil y no tenemos nada que aprender de nuestros padres”.

Suárez, por su parte, ha señalado que el cambio generacional se hace evidente en el mismo trato: “a mi abuelo y a mi padre le llaman de don y a mi, por mi nombre”. Zamácola, por último, ha añadido que, a diferencia de antes, “ahora todo es un tema de meritocracia, de involucrar a las personas, sin oficinas”.

Barcelona Fashion Summit, organizado por Modaes.es, con la promoción del Consorci de Comerç, Artesania i Moda de la Generalitat de Catalunya en el marco de o8o Barcelona Fashion, celebra hoy en Barcelona su quinta edición con cerca de 800 profesionales del sector. Bajo el título Next Generation: el futuro de la industria de la moda, el foro está patrocinado por Grup Met, Salesforce Commerce Cloud, Saphir y Simon y reúne a directivos de empresas como Desigual, Mango, Grupo Cortefiel, Zalando y Alibaba, entre otros.