



© Unidad Editorial, Información Económica SLU, Madrid 2019. Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser -ni en todo ni en parte- reproducida, distribuida, comunicada públicamente ni utilizada o registrada a través de ningún tipo de soporte o mecanismo, ni modificada o almacenada sin la previa autorización escrita de la sociedad editora. Conforme a lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley de Propiedad Intelectual, "queda expresamente prohibida la reproducción de los contenidos de esta publicación con fines comerciales a través de recopilaciones de artículos periodísticos".

DE CERCA

Benito, Juan y Gabriel Suárez

Segunda y tercera generación de la familia fundadora de la joyería Suárez

“La empresa está por encima del dinero”

Benito Suárez, copropietario de la joyería Suárez, presume de decir siempre la verdad. Habrá que creerle entonces cuando asegura que nunca se ha planteado vender una de las marcas españolas más reconocidas. Ofertas no han faltado, reconocen él y sus hijos.

Emelia Viaña. Madrid

Un cuadro que representa a la pequeña joyería que inauguró Emiliano Suárez Faffián en Bilbao a principios de los años cuarenta preside el despacho desde el que sus hijos siguen dirigiendo hoy la que es una de las marcas españolas más exclusivas. “En Suárez la historia está siempre muy presente”, reconoce Benito Suárez de la Valle (Bilbao, 1947), propietario junto a su hermano Emiliano de esta marca fundada en 1942. En Madrid desde 1982, la compañía cuenta actualmente con 21 tiendas en España y ha ampliado su negocio con otra marca, Aristocrazy, que posee otros noventa puntos de venta en el mundo.

– **Sus padres murieron en un accidente de tráfico cuando ustedes eran muy jóvenes, algo que les obligó a tomar las riendas de la compañía en 1974. ¿Fueron momentos duros o lo peor vino después?**

Benito: Nosotros tuvimos que asumir la dirección del negocio cuando éramos muy jóvenes y tomar decisiones difíciles como inaugurar una segunda tienda en 1975, cerrar el espacio que había fundado mi padre para abrir uno más grande en 1978 o trasladarnos a Madrid en un momento complicado desde un punto de vista social y político. Fueron momentos difíciles, pero creo que supimos gestionarlo bien.

– **¿Cree que sus hijos (Emiliano, Juan y Gabriel) valoran los esfuerzos que hicieron?**

Benito: No creo que mis hijos tengan que vivir lo mismo que yo para valorarlo, pero sí creo que deben conocer la historia de la familia y de la marca para entender lo que somos.

– **Su hijo Juan se empeñó en crear su propia marca de joyería y usted le apoyó. ¿No sintió que podría ser una peligrosa competencia?**

Benito: Suárez y Aristocrazy son actores de un mismo sector con clientes muy distintos. Nunca lo vi como una competencia, sino como un proyecto que podría acercar a la alta joyería a un público más joven. Eso siempre es bueno para todos.

Juan: Nunca quisimos que Aristocrazy fuera un *spin-off* de Suárez y por eso apostamos por diferenciar muy bien los productos, aunque compartan los valores.

– **¿Se pueden mantener esos valores en el tiempo o el mercado les ha obligado a modificarlos?**



Juan, Benito y Gabriel Suárez custodian los valores artesanos de la joyería Suárez, una compañía galardonada con el Premio Familia Empresaria del Año por Adefam.

Benito: A medida que pasan los años te ves obligado a cambiar ciertas creencias, pero nunca aquello que te define como marca. En Suárez hemos seguido una máxima todos estos años, siempre decimos la verdad. Esto, que parece fácil, es complicado de cumplir, sobre todo en el sector de la joyería. Es algo que he enseñado a mis hijos y que se ha trasladado a Aristocrazy.

Juan: Cuando fundas una empresa no tienes la sensación de que tengas que escribir en un documento los valores que quieres implantar en ella porque crees que sólo harás aquello que te haga sentir cómodo. Pero cuando la compañía crece entiendes que debes hacerlo si no quieres que la esencia se corrompa.

Gabriel: Si muchos clientes confían en una empresa desde hace cuarenta años, no hace falta justificar cuáles son las claves de su éxito. Las personas construyen a las empresas y éstas son el reflejo de las primeras.

“ A medida que pasan los años te ves obligado a cambiar ciertas creencias, pero nunca aquello que te define como marca ”

“ Mi padre no nos ha presionado para trabajar en la empresa, pero sí hemos sentido su pasión; eso no se hereda, se contagia ”

– **La teoría dice que la tercera generación de una empresa termina cerrándola. ¿Se han propuesto romper con esa leyenda negra?**

Gabriel: Llevamos toda la vida preparándonos para ese momento. Nos lo han repetido hasta la saciedad, pero creo que de momento no nos ha ido tan mal (risas).

Juan: Para cargarse un negocio basta con que ocurran dos cosas: que haya problemas familiares, que no es nuestro caso, y que haya tanto ruido alrededor que no se tenga clara la estrategia, que creo que tampoco nos pasa. Todos tenemos bastante claro hacia dónde nos dirigimos.

– **Hay otro factor importante: que esa tercera generación no se sienta tan vinculada al negocio como su padre o su abuelo.**

Gabriel: No creo que mi padre nos haya enseñado a amar el negocio de forma deliberada, pero sí lo ha hecho con su forma de trabajar. Nunca

nos ha presionado ni nos ha dicho a qué debíamos dedicarnos, pero sí hemos sentido su pasión y creo que eso no se hereda, se contagia.

Benito: Desde que eran unos niños les he traído a la oficina, no para que trabajaran en un futuro aquí, sino para enseñarles lo bonita que es esta profesión. Creo que utilicé argumentos de peso porque aquí los tengo.

– **¿Se planterían vender alguna de las dos marcas?**

Benito: Hemos recibido ofertas, pero no nos lo hemos planteado. Para mí, la empresa está por encima del dinero. Nunca vendería una parte tan importante de mi vida.

– **¿Qué cree que les hace únicos?**

Benito: Suárez es una empresa artesana y el sector de la joyería es esencialmente así. Nadie quiere comprar una joya que se replica de forma industrial. Nosotros hacemos todos los procesos a mano y ninguna joya es igual a otra.