

«Las empresas familiares son las únicas capaces de adaptarse a los cambios»

Cristina Yanes

Directora de Producto y Consejero Delegado de Joyerías Yanes



► La empresaria dice que haber controlado las cuentas y crear una línea de joyería asequible han sido claves para la firma

S. ALCELAY, M^a J. PÉREZ

Cristina Yanes representa la quinta generación de una estirpe joyera que hoy sigue conservando el estilo, la personalidad y la calidad heredada de su fundador. ¿Las claves del éxito? Haber controlado bien el equilibrio financiero y crear una nueva línea de joyería asequible al gran público, dice Yanes.

—¿A qué obliga llevar más de 130 años en la profesión?

—Llevar más de 130 años en esta profesión obliga a mantener la filosofía y la profesionalidad que con mucho esfuerzo y dedicación nos mantiene entre los joyeros más considerados del panorama nacional.

—Mucho ha cambiado el país y su economía desde que Yanes echara andar. ¿Qué ha conservado la marca a pesar del paso del tiempo?

—Ya mi tatarabuelo era arriesgado en su momento, apostando por sus propias ideas, aun conservando prototipos tradicionales. Yanes sigue en esta línea, de clasicismo renovado, pero apostando también por nuevas tendencias, sin descuidar nunca la calidad. Y lo que es más importante aún, transmitiendo al cliente la confianza que nos avala después de tantos años al frente del negocio.

—¿Cuál es el posicionamiento de la firma en el mundo y en el mercado doméstico?

—Yanes está en un momento de expansión tanto a nivel nacional como internacional, adaptando la joyería medio-alta a un público que busca una joyería más personalizada que ofrezca diseños diferentes a las modas y donde se aprecien piezas hechas con cariño y esmero.

—¿Cómo ve el mundo la joyería española en general?

—La joyería española, en comparación con la italiana y la francesa, no está muy considerada a nivel internacional. Sin embargo, el artista español lo es en todos los sentidos; en poco tiempo hemos conseguido superar la crisis e iremos dejando nuestra huella tanto por nuestro diseño, como por nuestra calidad.

—¿Qué hace diferentes a las empresas familiares?



—Las empresas familiares son siempre complejas, pero tienen también muchos aspectos positivos, entre ellos que son las únicas capaces de transmitir la filosofía de la firma y adaptarla a los cambios que requieren los tiempos sin perder la propia identidad.

—¿Cómo se define el estilo de negocio de Yanes? ¿Y de sus joyas?

—El estilo de negocio se caracteriza por ofrecer un producto poco masificado y en muchísimos casos totalmente manual y personalizado, y con un estilo que se identifica al verlo.

—Después de esos más de 130 años haciendo joyas, viviendo etapas de crisis y etapas de prosperidad, ¿qué queda por hacer a la firma?

—Tenemos muchos retos. Hay muchísima gente que nos pide cercanía. Nuestro género gusta mucho, y aunque hoy en día gracias a la venta on line cualquiera puede visualizar el producto y comprarlo, el cliente quiere tocarlo, sentirlo y probarlo antes de comprarlo.

—¿La crisis de la que estamos saliendo ha sido la peor que han vivido?

—De las que yo he vivido, sí. Superarla ya es un éxito. Haber controlado bien el equilibrio financiero y crear una nueva línea de joyería asequible al gran público han sido nuestras claves de éxito.

—¿Cuáles son las cifras de cierre de



La elegancia de la piezas de Yanes es una seña de identidad de la firma centenaria de joyería



«La joyería española ha superado la crisis y conseguido dejar huella con el diseño y la calidad»

2014? ¿Y previsiones que tienen para 2015?

—En 2014, por fin, experimentamos o un incremento positivo de las ventas, y la previsión que majejamos para 2015 está en la misma dirección de crecimiento.