

“La familia aporta a la empresa familiar unos valores y una cultura que son únicos y que constituyen su esencia”



Mariano Puig, presidente de la Fundación Puig, ha sido parte activa en dos cambios generacionales en la empresa familiar que fundó su padre en 1914 y que actualmente agrupa siete áreas de negocio en diferentes sectores: perfumería, cosmética, moda... Nos habla de la importancia de los valores en la empresa familiar.

- **¿Cómo define el Grupo Puig su misión?**

Consideramos que Grupo Puig es “creador de marcas”. Puig crea marcas y las hace crecer.

Los valores que nos guían y nos ayudan a la hora de crear nuevos productos son tres:

- *Passion*: entendida como creatividad, emoción, valor de producto y cultura cosmopolita con raíces mediterráneas.
- *People*: la dimensión humana, el espíritu empresarial y la iniciativa personal. Creemos que es la gente la que marca la diferencia, por eso apostamos por un entorno de trabajo que fomente la evolución, el desarrollo personal y el compromiso ético.
- *Performance*: búsqueda inagotable de eficacia, a través de estructura y orden, de sentido de los negocios, de visión y proyecto a largo plazo y voluntad de crecimiento.

- **¿Cómo ha influido el hecho de ser una empresa familiar en el desarrollo del Grupo Puig?**

Sin duda, ha sido clave. La familia empresaria es de gran ayuda para su empresa, porque le aporta unos valores y una cultura que son únicos y que constituyen su esencia. Además, el ser una empresa familiar nos ha permitido tener estabilidad en el accionariado y, lo más importante, una visión a largo plazo. El hecho de que no haya presiones externas, como puede haber en una empresa no familiar (exigencias de accionistas, presión de la bolsa...), permite pensar a largo plazo, sin necesidad de centrarse en los resultados a corto plazo. Esto permite ir

más allá del día a día en el planteamiento empresarial y trabajar en la construcción de un legado para las siguientes generaciones.

- **¿Cómo trabajan en el Grupo Puig la transmisión de valores de generación en generación?**

Nosotros provenimos de una familia empresaria de muchas generaciones. Siempre explico que mis hermanos y yo aprendimos mucho en la mesa del comedor de nuestros padres, donde nuestro padre nos hablaba de sus éxitos y sus fracasos, de sus ideas, de su día a día, de lo que sucedía en la compañía... De esta forma consiguió que naciera en nosotros la vocación de ser algún día empresarios, como él.

Cuando llegó el momento de pasar el testigo a la tercera generación, los cuatro hermanos nos preguntamos: “¿cómo mantener esa unidad que nos había inculcado nuestro padre?”. Podemos decir que lo que ha definido el estilo de gobierno de la segunda generación ha sido la comunicación y así continúa en la tercera generación. En nuestra familia hemos vivido los mismos problemas que existen en cualquier empresa familiar, los mismos que hay en cualquier otra familia, pero siempre ha habido una intensa comunicación, tanto a nivel formal como informal que ha facilitado un punto de encuentro.

Es una gran satisfacción ver cómo los miembros de la tercera generación han cogido el testigo, algunos como ejecutivos, otros como accionistas, y con unos sistemas de información y formación permanentes para poder ser excelentes accionistas.

Asimismo, nos hemos dotado de las estructuras y procesos de gobierno familiar que son de gran utilidad a la hora de gestionar la unidad familiar y aumentar el compromiso de todos los miembros de la familia con el sueño común que tenemos como familia empresaria.