



BUSINESS

Los chinos entran en la 'guerra del pan'

Ignasi Jorro VIERNES, 22 DE ABRIL DE 2016 - 18:16

3 min



Inversores chinos abrirán una macropanadería en la calle Tallers de Barcelona.

FOTO: CG

Inversores asiáticos franquician hornos con productos muy baratos a gran escala y 'disfrazan' las tiendas con empleados españoles

Los **chinos residentes en España** están metiendo un pie en la *guerra del pan*. El último capítulo de la batalla por colocar barras a precios por menos de un euro se ha vivido en Barcelona: un inversor asiático se ha hecho con un macrolocal en la céntrica calle Tallers de la capital catalana. Esta operación sigue a muchas otras con una característica común: será una franquicia china con marca y empleados españoles.

"Sí, es cierto. Los españoles de **origen chino** están entrando en el sector igual que lo hicieron en el textil. La particularidad es que franquician **marcas reconocibles para los nacionales: Granier, Audrey o similares**", explica una fuente cercana a la patronal de las franquicias.

Financiación propia

PUBLICIDAD



Hay personas que luc toda la vida, ellos son *Imprescindibles*

Conócelos >>>



HOYSEMANAMES

Puigdemont, blanco de críticas por su foto con el arzobispo de Barcelona

PUBLICIDAD





"Por los datos de que dispone la asociación, los inversores chinos utilizan sus propias fuentes de financiación. No les culpo: los bancos **raramente financian** hoy una franquicia si no puedes cubrir la suma con una vivienda o una nónima", agrega la fuente.

Además de sus propios circuitos de pago, los empresarios asiáticos emplean proveedores de su entorno para todo tipo de trabajos. "Hemos llegado a ver obras para abrir una panadería en las que hasta los sacos de escombros eran de **empresarios chinos**. Son circuitos cerrados, de ayuda mutua".

Sueldos bajos y ofertas

Una trabajadora de una panadería regentada por un **inversor asiático** en Barcelona da más datos: "No hay ningún secreto. Es lo mismo que hacen las franquicias españolas: pagan 900 euros al mes netos y hacen ofertas especiales: tres cruasanes por 1,50 euros y similares. Reducir costes al mínimo".

La trabajadora subraya la estrategia comercial de *españolización*. "Contratan sobre todo a trabajadoras latinoamericanas y españolas. La intención es reducir la imagen de **comercio asiático**, pues generaría desconfianza. Además, la calidad no es que sea la más alta".

Pan congelado

Andrés Llargués, presidente de la Confederación Española de Organizaciones de Panadería (Ceopan), hace una crítica similar. "Las **tiendas de conveniencia**, regentadas en gran parte por comunidades de origen asiático, se han dado cuenta hace mucho tiempo de que el pan es uno de los mejores reclamos para atraer al consumidor. Otra cosa es que las barras sean o no de la mejor calidad".

Según este directivo, dichas franquicias tienden a utilizar "panes precocidos ultracongelados a los que dan una cocción



PUBLICIDAD

PUBLICIDAD

Por sólo
12 CÉNTIMOS AL
Forme parte de
esta comunidad





final".

En este tablero en el que nuevos inversores arañan mercado, ¿qué recomienda la patronal? "Lo único que pedimos desde el sector es que las reglas del juego sean las mismas para todos y que no se permita a nadie engañar al consumidor sobre lo que le están vendiendo. Si le dicen, por ejemplo, que un pan es de masa madre o que es integral, que lo sea de verdad. A partir de ahí, el consumidor que elija lo que quiera", concluye Llargués.



Política Business Vida Creación
 Pensamiento

En voz Baja Primeras planas claro Confidente VIP Perdonen las molestias Maricomio catalán No lo veo

RECIBIR BOLETÍN

NOSOTROS CONTACTO BOLETÍN MAPA Y AVISO LEGAL CRÓNICA BAJA WEB POLITICA RRSS SUSCRIBIR BAJA