



EN CATALÀ
GALICIA
02B
GOL
MICROSIERVOS

Susíbete
Síguenos

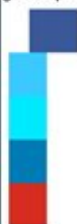
INICIO |
EMPRESAS |
LOS MAYORES PANADEROS DE ESPAÑA HORNEARÁN EN ESTADOS UNIDOS

Los mayores panaderos de España hornearán en Estados Unidos



Granier, que vende cruasanes hasta por 50 céntimos y que levanta recelos en sus competidores, prepara la instalación de una fábrica en Florida

¿Compartes?



David Placer

Madrid 19/05/2016 01:00 horas

Granier, la mayor cadena de panaderías de España, crece a un ritmo endiablado. La compañía, que levanta recelos entre sus competidores y que genera dudas sobre la viabilidad de su modelo de negocio a largo plazo, abrirá este año cien nuevas panaderías y hasta planifica la instalación de una fábrica en Estados Unidos para atender a sus franquicias instaladas en Miami.

La compañía fundada por Juan Pedro Conde cuenta con 315 panaderías y este año tiene prevista la apertura de un centenar. El crecimiento sin freno del negocio ha hecho que la propia empresa contratase hace seis meses a Juan Vicente Bonastre como director general con el propósito de ampliar y consolidar una estructura empresarial que se había quedado pequeña ante el incremento desenfrenado de tiendas que venden cruasanes por 50 céntimos.



Mientras la bollería y el pan barato se extiende por toda España, la competencia ve con recelo el modelo de negocio que vende a precios muy ajustados. Ante el éxito abrumador, las dudas de si la compañía es sostenible ha invadido tanto a competidores como a franquiciados.

Granier asegura que sus tres fábricas de pan propias más la planta de Europastry (que fabrica los cruasanes y la bollería a precios imbatibles) le garantizan una base sólida para consolidar y expandir el negocio rentable en los próximos años.

"Granier no es un bluff. Tenemos seis tiendas en Reino Unido que van como un tiro, dos en Roma, tres en Miami y dos en Portugal. Hemos abierto 30 tiendas en lo que va de año y pretendemos abrir otras 70. El año pasado hemos obtenido casi 90 millones de euros en ventas", explica el director de la empresa, que hasta hace seis meses era director comercial de Europastry, el gigantesco fabricante de pan proveedor de grandes cadenas de restauración.

Las dudas

Sus competidores y algunos franquiciados tienen dudas sobre la viabilidad del modelo de negocio de ventas elevadas a precios muy bajos. La Plataforma de Afectados por las Empresas Franquiciadoras (PAEF) asegura que cuenta con dos integrantes afectados por la marca que se quejan de que el negocio no es tan rentable como lo pinta la compañía.

"Tienen márgenes muy ajustados y, para obtener rentabilidad, exige altas ventas. Y los locales en las zonas de alta rotación también tienen alquileres muy elevados. ¿Cuántos panes y cruasanes hay que vender para rentabilizar los 150.000 euros de inversión? Es un modelo rentable para el franquiciador pero no siempre para el franquiciado", explica José Zamarro, portavoz de la asociación de afectados por las franquiciadoras y asesor legal de franquicias del despacho Pérez Álvarez.

Uno de sus competidores más críticos, Francisco Valverde, presidente de la cadena Uvepan, ha asegurado que Granier es, en el fondo, una empresa constructora que obtiene beneficio de las obras de los locales y que se ha reconvertido en una cadena de panaderías. Pero los mayores panaderos de España no conceden importancia a estas críticas que desataron la llamada "guerra del pan" hace un par de años.

El secreto del pan

El modelo agresivo de la cadena parece estar dando resultados, al menos para la marca que sigue creciendo y expandiéndose. El director general de la empresa asegura que apenas han cerrado entre dos y cinco tiendas y que tan sólo ha habido unos 30 traspasos.

Granier, con seis años con la venta de franquicias, defiende el modelo de negocio de bajo margen con grandes ventas por volumen. El local promedio cuesta 150.000 euros y registra un coste de personal anual de unos 66.000 euros y un retorno de inversión de dos años y medio, según los cálculos de la marca.

La receta ha tenido gran aceptación entre los consumidores y el éxito de ventas es casi indiscutible. La franquicia asegura que produce pan con receta artesanal en sus tres fábricas españolas ubicadas en Cataluña, Madrid y Canarias, aunque su producción se concentra en tres fábricas sin trabajo manual y con la ayuda de grandes máquinas panificadoras.

El pan de Granier se congela y se envía a las panaderías donde se hornea. "Es un producto que necesita estar cerca de los establecimientos", explica el director de Granier. Con un negocio bien llevado, la franquicia promete 15% de rentabilidad, una cifra elevada para sus tarifas low cost.

¿Compartes?





Ahora en portada



POLÍTICA

Bruselas teatraliza la tarjeta amarilla a Rajoy



FINANZAS

Caixabank perfila el BPI que quiere

Siguientes artículos



Enrique Tomás lanza Origin, la nueva marca para seducir al turista



La reacción al hackeo a los Mossos, la Guardia Urbana y otras cinco claves necesarias



Forcadell, Rajoy y otras cinco claves necesarias



Abertis cierra la opa sobre la brasileña Arteris con una aceptación del 96%



Los delincuentes también consiguen trabajo como traductores de policías y jueces

