



► 1 Octubre, 2016



## Juan Vicente Bonastre, *director general de Granier*

### “El interés por reproducir nuestro modelo de negocio está en alza y quedan muchas oportunidades geográficas”

Juan Vicente Bonastre, que llegó a Granier hace diez meses para convertirse en el primer ejecutivo de la compañía, comenta con Alimarket Restauración su valoración de este período y el avance del plan estratégico de la cadena.

**Alimarket:** ¿Qué balance hace de estos diez meses al frente de Granier?

**Juan Vicente Bonastre:** Han sido diez meses de mucha intensidad con proyectos que ilusionan y auguran un futuro muy interesante.

**A.:** ¿Cómo ha evolucionado su visión sobre una empresa que conocía desde fuera como socio comercial?

**J.V.B.:** He aprendido la realidad de una compañía en crecimiento con un gran proyecto y con valores humanos que hacen que el reto sea algo más que un objetivo. La naturaleza de este proyecto consiste en compartir una idea de negocio donde el modelo económico convive con el objetivo de que la rentabilidad no sea cosa de una moda, sino una solución laboral y empresarial.

**A.:** ¿Cómo está desarrollándose el plan estratégico a cinco años de la cadena? ¿Se cumplirá el objetivo de la apertura de cien tiendas en 2016?

**J.V.B.:** Estamos cerca de los cien establecimientos. A finales de

agosto, las aperturas ya superaban las sesenta.

**A.:** ¿Qué planes tienen para el año que viene? ¿Cree que aún hay recorrido para continuar expandiéndose? ¿En qué regiones centrarán su atención? ¿Se han planteado cuál puede ser el límite en su proceso de expansión?

**J.V.B.:** Las expectativas son muy positivas. El interés por reproducir nuestro modelo de negocio está en alza y quedan muchas oportunidades geográficas en todo el territorio nacional. El límite es muy difícil de plantear porque dependerá no sólo de nuestro modelo sino de la respuesta del consumidor.

**A.:** Actualmente cuentan con nueve tiendas en el extranjero.



► 1 Octubre, 2016

## ¿Qué planes tienen para su expansión en el exterior?

**J.V.B.:** En el mes de septiembre abrimos la segunda tienda en Miami y estamos trabajando en la sexta de Londres, por lo que ya contamos con 12 puntos de venta repartidos entre Reino Unido, Estados Unidos, Portugal e Italia. Para el 2017, nuestro plan implica una fuerte expansión en Reino Unido y un crecimiento en Miami con más de 5 puntos de venta. Asimismo, hemos consolidado el equipo comercial para promover la expansión en Portugal e Italia.

**A.:** El mercado de los bakery coffee sigue creciendo y algunos de sus actores han anunciado importantes planes de expansión. ¿Cree que hay sitio para todos? ¿Qué va a hacer Granier para

## hacer frente a la creciente competencia? ¿Cómo se diferenciará?

**J.V.B.:** La competencia es necesaria y beneficia tanto a las empresas como a los consumidores. Granier seguirá en su línea de atender tanto a su franquiciado como a su cliente de una manera honesta, cercana y sobre todo fácil de entender.

**A.:** En los últimos años hemos visto varias operaciones que tenían como objeto de interés cadenas de bakery coffee de ámbito local, como El Fernet o Fleca 2000. ¿Por qué cree que el sector es tan atractivo para los inversores? ¿Cree que el fortalecimiento de esas cadenas puede acabar perjudicando a Granier?

**J.V.B.:** El atractivo para los inversores tiene que ver con la

tendencia y la transformación de un sector no organizado hacia uno organizado, y con actores financieros que ayudarán a la expansión de alguna de las marcas mencionadas. En cuanto a si el fortalecimiento de alguna de estas marcas puede perjudicarnos o no, el tiempo lo dirá. No obstante, reitero que la competencia ayuda a mejorar.

**A.:** El año pasado abrieron su tercer obrador. ¿Tienen previsto poner en marcha alguno más para poder responder al número creciente de locales con que cuentan o recurrirán a proveedores externos?

**J.V.B.:** Tenemos capacidad productiva suficiente para atender la demanda con facilidad, y una capacidad de crecimiento acorde al plan estratégico.