

El Obrador de Goya desarrollará un ambicioso plan de expansión junto a Latam Networks

[Multimedia](#)

El Obrador de Goya se apoyará en la experiencia en el sector de la consultora de franquicias Latam Networks, empresa con más de 15 años de experiencia

La cadena de franquicias El Obrador de Goya da el pistoletazo de salida a su plan de expansión nacional e internacional y lo hace de la mano de la consultora especializada Latam Networks. La compañía, que cuenta en la actualidad con 23 establecimientos de Panadería & Coffee & Bakery, entre propios y franquiciados, todos ellos en la Comunidad de Madrid, prevé la apertura de sus tres primeras aperturas antes de marzo 2022.

Gracias a esta colaboración, la compañía fundada en 1928, actualmente gestionada por la cuarta generación, al frente de la que se sitúa el empresario Luis Javier Merino San Juan, CEO de El Obrador de Goya, prevé rozar los 35 establecimientos antes de finales del 2022, e iniciar su plan de expansión internacional durante 2023.

Para alcanzar ambos objetivos, El Obrador de Goya se apoyará en la experiencia en el sector de la consultora de franquicias Latam Networks, empresa con más de 15 años de experiencia en la internacionalización de cadenas españolas interesadas en crecer en mercados Latam y viceversa.

Cuatro generaciones de panaderos que ahora se suman al modelo de franquicia. La historia de El Obrador de Goya es la representación del esfuerzo y el éxito de las cosas bien hechas. Luis Javier, nieto de Goya, es la cuarta generación de panaderos. Con mucho trabajo y sacrificios, pusieron en marcha la primera fábrica de pan en el madrileño barrio de Embajadores. Desde ahí suministraban a su propia red de despachos como a panaderías de terceros. Poco a poco, fueron creciendo hasta conseguir ser la primera cadena de franquicias de panaderías artesanales en Madrid.

El Obrador de Goya, afirma su impulsor, se asienta sobre tres pilares: tradición en todas sus elaboraciones; calidad en todos sus ingredientes y procesos, y excelente servicio al cliente. Con esta filosofía, y con su ampliar carta de producto, -con tartas, pasteles, pastas, postres, bollería y, por supuesto, pan, etc.-, la compañía busca ahora hacerse un hueco entre las principales cadenas de restauración del país.

El objetivo de la compañía es también abrir su modelo de negocio a personas

interesadas en montar un negocio por cuenta ajena, aprovechando todo el conocimiento de otros empresarios. Así, se dirige tanto a inversores como a pequeños emprendedores que buscan un negocio de autoempleo.

Más información sobre El Obrador de Goya

La inversión para montar una de las panaderías parte de 40.000 €. La superficie del local dependerá del tipo de negocio que se quiera desarrollar. Si se opta por una franquicia como autoempleo, la panadería requerirá de un local de entre 40 y 80m². Si se prefiere El Obrador de Goya como inversión, el local deberá tener unos 160m² aproximadamente. En cualquier caso, las panaderías/pastelerías deben ubicarse en zonas con gran afluencia de gente, ya sea a pie de calle o en centros comerciales.

Desde la Central se proporciona un apoyo permanente en todas las áreas del negocio y en todas y cada una de las fases de desarrollo del punto de venta. Este apoyo se refleja en aspectos como la búsqueda del local adecuado y la posibilidad de ofrecer a los franquiciados un proyecto llave en mano.

La formación es uno de los aspectos que la cadena de franquicias El Obrador de Goya cuida especialmente, imprescindible para poder transmitir el *know how* adquirido a lo largo de los más de 60 años de trabajo. Además de un periodo de formación inicial, periódicamente se realizan cursos de reciclaje y de aplicación de los nuevos procedimientos e introducción de los nuevos productos.

Más información sobre Latam Networks

Tras más de 15 años de experiencia desarrollando proyectos de distintos sectores, fast-food, restauración, moda, cosmética y belleza, servicios, etc. ...-, Latam Networks ofrece a sus clientes un conocimiento profundo del mercado español y Latam a nivel económico, financiero, comercial y de "retail" y ofrece sus servicios de expansión tanto a cadenas interesadas en crecer con unidades independientes como a aquellas interesadas en firmar acuerdos de Master Franquicia entre ambos mercados.

Latam Networks trabaja en España, Portugal, Italia, México, Colombia, Chile, Argentina, Perú, Ecuador, Costa Rica, Panamá, Guatemala, Rep. Dominicana, etc., para franquicias interesadas en su desarrollo internacional.

Algunas de estas marcas son Loops & Coffee, Canel Rolls, Emobike, Pizzerías Carlos, o Gelatiamo quien ha desembarcado recientemente en México, Chile, Costa Rica, Panamá, Guatemala y Bolivia, o su última incorporación, la portuguesa Mr. Pizza, interesada también en crecer en el mercado iberoamericano.
