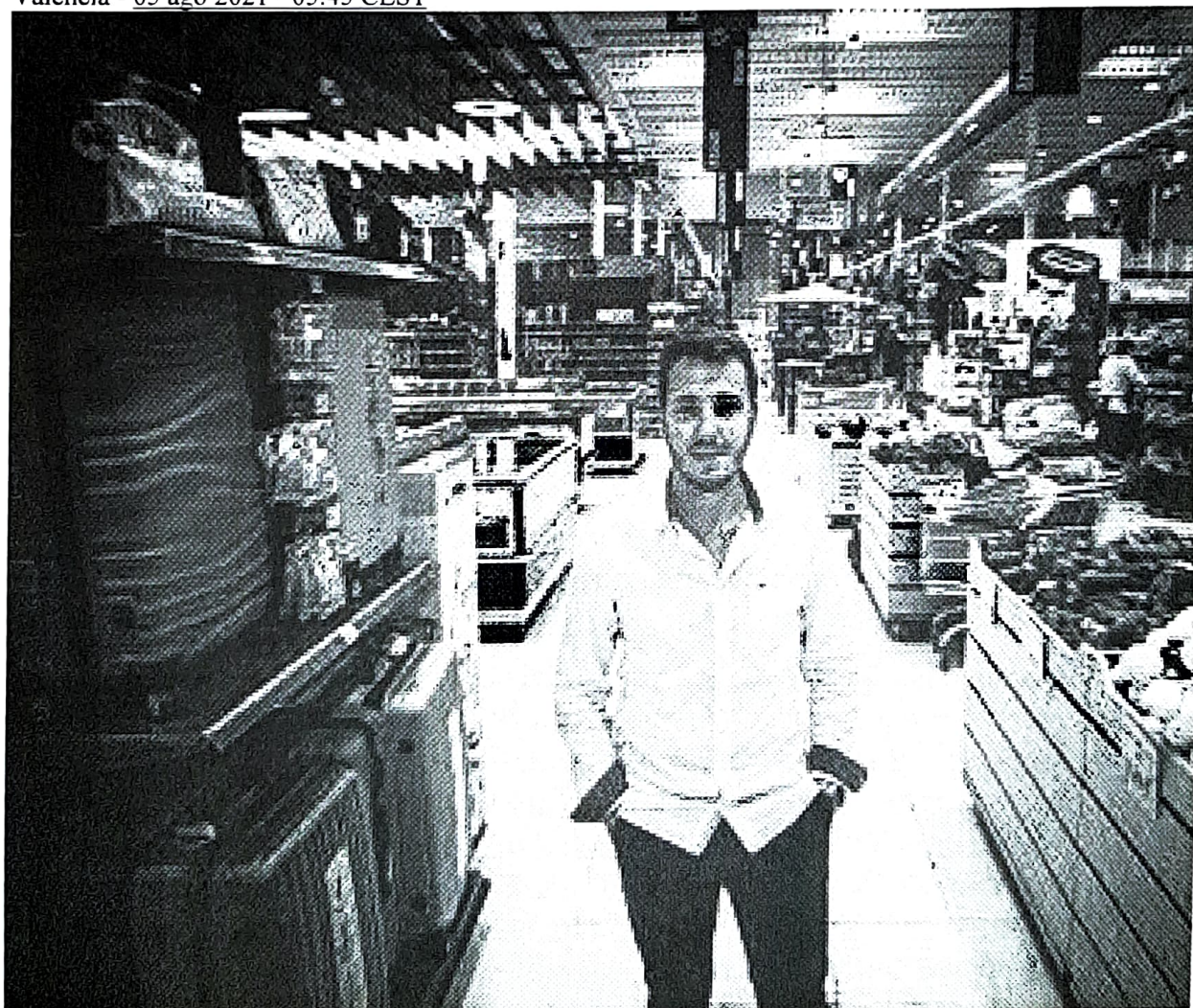


# Cómo un bazar de xàtiva se convierte en una cadena de hipermercados que factura 297 millones de euros

Family Cash crece con fuerza en el sur de España gracias a un modelo híbrido basado en precios ajustados y grandes superficies

Cristina Vázquez

Valencia - 05 ago 2021 - 05:45 CEST



Carles Canet, responsable de expansión de Family Cash, en el hipermercado de la cadena en Xàtiva.

Siete años de trabajo, 30 tiendas, unos 3.000 empleados, presencia en 10 provincias españolas y 297 millones de euros de facturación en 2020. La compañía valenciana Family Cash se ha consolidado, a pesar de su corta vida, con su formato de hipermercado híbrido (que combina la venta de productos de alimentación y bazar), y la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (CEAJE) ha reconocido a Carles Canet, directivo y uno de los fundadores de la firma, con el premio nacional Joven Empresario de 2021. "Íbamos buscando un *cash* familiar y queríamos una marca comercial que transmitiese ese concepto. De ahí viene el nombre de la cadena", afirma este emprendedor, que, con solo 19 años, abrió en 2013 junto a su familia su primera tienda en Xàtiva, una localidad de 30.000 habitantes, ubicada a 65 kilómetros de Valencia.

Carles Canet adquirió los conocimientos sobre el negocio de su padre, José Canet, y de su madre, Rosa María Ferrero, que, además de haber sido propietarios de tiendas de ultramarinos, trabajaron durante más de dos décadas en la cadena de distribución Vidal. El primero preside la compañía y dirige el área comercial; la segunda se encarga de los recursos humanos; Carles, de la expansión y la parte financiera, y su hermano Josep, de la logística. La compañía nació con vocación familiar y un pacto de socios asegura que continúe así.

En 2013, cuando la crisis económica todavía coleaba, los Canet inauguraron un modelo que apostaba por una mezcla de hipermercado tradicional y formato de descuento, con una política de precios ajustada. Sus salas de venta son amplias, con una superficie de 5.000 metros cuadrados, a caballo entre los 2.500 metros típicos de los supermercados y de los 7.000 de los hiper. "Intentamos ofrecer siempre precios competitivos, con muchas referencias, entre las que están las marcas blancas. La gente reconoce y valora además nuestro producto fresco y, para una tienda más de carga que de proximidad, eso es todo un éxito", valora el empresario.

Desde los inicios, Canet, que cumplirá 28 años en octubre, ha complementado su trabajo de director de expansión de la cadena con los estudios. "Si tienes ambiciones y quieres crecer, tienes que formarte continuamente", asegura. Cursó FP en Comercio Internacional, después se fue un año al Reino Unido para dominar el inglés y cuando volvió se zambulló de lleno en el proyecto de Family Cash. Ha hecho además un programa de dirección en ESADE, el MBA, y un máster de dirección económico-financiera.

La primera tienda que la familia Canet-Ferrero abrió en Xàtiva, su localidad de origen, se quedó pronto pequeña y al final se trasladaron a



una parcela a las afueras, con decenas de plazas de aparcamiento. Y ese es el modelo de Family Cash. Después llegaron las aperturas en otros municipios de la Comunidad Valenciana y más tarde en Andalucía Y Castilla-La Mancha. Canet ha llevado el timón de la expansión de la firma, que se ha implantado, sobre todo, en el sur de España —el último establecimiento se abrió la segunda quincena de junio en Chiclana (Cádiz)—. Family Cash no tiene un modelo concreto en el que inspirarse, asegura Canet.

El objetivo es que la cadena de distribución facture cuando acabe el año 500 millones de euros y disponga de una red de 36 hipermercados, seis más que ahora. Las previsiones para 2022 son facturar unos 700 millones y abrir de 20 a 30 tiendas más en dos años. "Al final es importante una expansión rápida si te quieres convertir en un operador de referencia", apostilla. Su crecimiento está muy ligado a la compra de 16 establecimientos de Eroski —situados en el sur de España—, que luego vendió al fondo de inversión francés Corum, bajo la fórmula del *sale and leaseback*; es decir, con un compromiso de arrendamiento a largo plazo. "Es lo que nos ha marcado el ritmo y la zona de crecimiento. La idea es crecer hacia el sur, pero si las cosas van bien, al final no hay límites", aclara Canet. La compañía ingresó por esta operación 33 millones de euros que fueron directamente a financiar la expansión.

### Plataforma logística

Otro proyecto en cartera es la creación de una plataforma logística automatizada en la Comunidad Valenciana, que está en desarrollo Y podría estar lista en dos o tres años. Y dado que su modelo de centro comercial —ubicado en parcelas de 15.000 a 20.000 metros cuadrados con aparcamientos— les impide asentarse dentro de las ciudades, están ensayando otro formato de tienda —la Family Home—, más pequeña Y donde solo se vende menaje Y textil, nada de alimentación. Su tamaño más reducido, de unos 600 metros cuadrados, les permite introducirse en las capitales.

Del papel de emprendedor, este joven empresario considera que el escollo más duro es acceder al crédito. "Tengo la ventaja de que al final tenemos un grupo empresarial consolidado Y reconocido Y cualquier entidad es receptiva. Pero cuando empezamos no nos atendía ni el de la oficina del pueblo. Emprender en este país es prácticamente imposible porque por muy buena idea que tengas, alguien se la tiene que crear primero Y apoyarla. Y acceder a los recursos económicos no es fácil", sentencia.

Canet opina que en España no se valora el arriesgar, "culturalmente no se considera a los empresarios", y recuerda los comienzos de la cadena: "Cuando empezamos, por suerte o por desgracia, no teníamos nada, y si nada teníamos, lo máximo que podía pasar es que me quedara como empecé".

A los emprendedores en ciernes, Canet no duda en aconsejarles, pese a todos los obstáculos, que "si tienen una idea y están seguros, vayan adelante".

## **FAMILY CASH**

- 1.- ¿Qué significa que la empresa factura 297 millones en un año?
- 2.- ¿Qué tipo de negocio es un bazar?
- 3.- Explica con tus palabras qué es un emprendedor.
- 4.- ¿Qué departamentos tiene la empresa? ¿De qué se encarga cada uno de ellos?
- 5.- ¿En qué tratan de diferenciarse de la competencia?
- 6.- ¿Qué son las marcas blancas?
- 7.- ¿Cuál es la formación de Carles Canet? ¿Ya ha terminado de formarse y ahora sólo se dedica a trabajar?
- 8.- ¿Cuáles son los objetivos económicos de la empresa para el 2.021? ¿Y las previsiones para el 2.022?
- 9.- ¿Qué crees que significa "acceder al crédito" y por qué es tan difícil según el entrevistado?