

CARLOS IGLESIAS PIZARRO (PASTELERÍA BERNALDO DE QUIRÓS)

MUNDOPAN CORNER SHOP

A principios de este año, Mundopan, la marca líder del reparto de pan a domicilio, que actualmente llega a más de 300 localidades en todo el territorio nacional, lanzó al mercado un novedoso modelo de negocio, Mundopan Corner Shop, con el que se pretendía cubrir un nicho de mercado cada vez más demandado por los profesionales del sector de panaderías y comercios de venta de pan a la manera tradicional, que han visto en esta marca, la posibilidad de actualizar su actividad y acercarse más a sus clientes dando un valor añadido a su negocio.



Carlos Iglesias es propietario de una de estas panaderías "de toda la vida" que se ha unido a la red de franquicias de Mundopan.

■ **¿Por qué pensó en una cadena de franquicias relacionada con este sector?**

Mis hermanos y yo nos hemos dedicado toda la vida al sector del pan y la pastelería. Según está el mercado queríamos ofrecer a nuestros clientes un servicio que no dieran las grandes superficies, puesto que el hábito y la posibilidad de compra diaria están desapareciendo por falta de tiempo en las familias.

Contemplamos la opción de una franquicia porque ésta ya cuenta con la experiencia de solucionar problemas y errores que hayan ido surgiendo. Para una ampliación de negocio, como era el caso, la experiencia de una franquicia es de enorme valor.

■ **¿Por qué se decantaron por la marca Mundopan?**

Desde el principio me explicaron todo con mucha claridad. Por otro lado, la imagen corporativa me parecía la más atractiva y acertada que la de otras firma del sector. Además, los productos con los que trabaja son de primerísima claridad y esto también es importante no sólo para el reparto a domicilio, sino también para la propia panadería.

■ **Actualmente, llevando sólo tres meses desde que inició su andadura con Mundopan, ¿cuáles son las ventajas que está encontrando y cuál es la valoración que hace?**

Estamos dando servicio a personas que antes no se desplazaban hasta la panadería para comprar el pan. Además como es un servicio tan cómodo, que no les cuesta nada (el precio de los productos es el mismo que el que tenemos en la panadería) y trabajamos con pedidos habituales, se fideliza mucho al cliente.

Por otro lado, el trabajar toda la cadena con proveedores referenciados, bajo el paraguas de una misma marca nos da la posibilidad de acceder a productos a un mejor precio con lo que también hemos reducido los costes.

■ **En cuanto a la integración del reparto a domicilio en su negocio ¿ha sido fácil?**

Integrar el servicio de reparto a domicilio en nuestro negocio ha sido muy sencillo y en muy poco tiempo hemos conseguido muchos clientes y muy fácilmente puesto que muchos de ellos no podían comprar en nuestro establecimiento por

diversos motivos: como falta de tiempo, de transporte o medios para desplazarse, por horarios, porque no nos conocían... Gracias al servicio de reparto a domicilio nos hemos dado a conocer y han depositado su confianza en nosotros.

Y como decía ha sido muy fácil puesto que la marca nos da ya el software con el que gestionar las rutas y la formación para usarlo. Es un programa muy sencillo de manejar que lo da todo hecho. Por otro

lado la instalación de los buzones no tiene ninguna dificultad y permite hacer el reparto de una forma muy cómoda tanto para nosotros, como para el cliente que no tiene necesidad de estar en el domicilio cuando llegamos con su pedido.

■ **¿Qué cambios en infraestructuras han tenido que realizar?**

En nuestro caso tuvimos que comprar un vehículo para los repartos. En caso de haber tenido uno es una partida que nos habríamos ahorrado.

Por lo demás, al principio nos encargábamos nosotros mismos del reparto pero ahora ya contamos con una persona que lo realiza y nosotros seguimos en las labores de siempre y además estamos centrados en el crecimiento de clientes.

■ **En cuanto a la relación con la Central de Mundopan ¿qué es lo que más valora en su relación con ellos?**

La atención recibida, el trato y la ayuda constante e inmediata.

■ **¿Tiene previsto o le gustaría abrir algún otro negocio bajo esta marca?**

Estamos en pleno desarrollo porque llevamos muy poco tiempo y aún tenemos mucho mercado potencial por explotar, pero es algo que más adelante no se descarta.