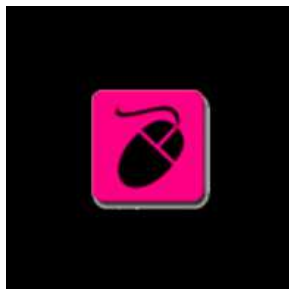


SERVICIOS

- Buscar franquicia
- Agregar franquicia
- Noticias de franquicias
 - Noticias
 - Entrevistas

**Publicidad****FRANQUICIAS POR SECTORES**

- Agencias de viajes
- Alimentación
- Automóviles
- Construcción y reformas
- Formación y enseñanza
- Hogar
- Hostelería y restauración
- Imprenta, copistería, papelerías
- Internet, comunicación y publicidad
- Mensajería y transportes
- Moda
- Negocios inmobiliarios y financieros
- Salud y ciudad personal
- Servicios especializados
- Tiendas especializadas
- Tintorería y lavandería

[Volver](#)**Entrevistamos a la persona responsable de la franquicia Mundopan****Nombre de la Franquicia: Mundopan****¿Cómo surgió la idea y cuando nació su franquicia?**

La idea nace en una comida de amigos en el año 2005. Preparando una barbacoa de pronto nos dimos cuenta que habíamos contado con todo lo que necesitábamos pero que nos faltaba el pan. Entonces comentamos lo bueno que sería contar con un servicio de pan a domicilio. En ese momento surge la idea que poco a poco iría tomando forma y sólo unos meses después comenzamos con el reparto en la zona de Rivas, en Madrid, delegación que a día de hoy seguimos gestionando nosotros mismos como unidad propia.

¿Qué características definen a su empresa?

Lo que más define nuestra empresa son la sencillez y la comodidad. Un servicio tradicional, como es el del panadero que acerca cada día el pan a sus vecinos hasta el domicilio, al que añadimos la comodidad, porque el cliente no tiene que estar en casa para recibirlo gracias a nuestro buzón panero. Con esto también nos adaptamos a los ritmos de vida actuales. Muchas familias hasta la noche no llegan a casa y entonces es cuando más se agradece tener el pan y no preocuparnos de dónde ir a comprarlo. Todo ello sin coste para el cliente y con un precio del pan similar al de cualquier panadería.

Por otro lado es un servicio sencillo para el cliente, sin pedidos mínimos, sin permanencia, con cobro a mes vencido a través de una factura detallada y que se abona en la forma que elija el cliente...

En definitiva, todos son ventajas para el cliente pero también para nosotros pues el trabajar con pedidos preestablecidos hace que apenas tengamos producto sobrante y que sepamos de antemano lo que vamos a facturar.

Que diferencia su marca de la competencia a día de hoy

Son muchas las diferencias las que nos separan de la competencia. Por mencionar algunas, desde la Central nos preocupamos mucho de establecer continuamente acuerdos con otras marcas de cara a conseguir las condiciones más ventajosas para nuestros franquiciados. Esto conlleva mejores márgenes y más capacidad de "manobra". Así mismo, los estándares de calidad son algo también reseñable en nuestros productos. Por otro lado, ya en el aspecto de la gestión, contamos con un sistema informático propio, muy sencillo a la par que muy completo, que hace posible la gestión de un volumen muy amplio de clientes, sin apenas robarnos tiempo. Sin este sistema sencillamente sería inviable alcanzar las cifras de clientes a los que damos servicio a diario. Para terminar, y sin extendernos demasiado, decir que en Mundopan todo, desde el más mínimo detalle, está estudiado y optimizado y esto, claramente, es otra de las diferencias fundamentales.

Porque un emprendedor debe invertir en este sector y no en otro

Quizá la respuesta aquí sea la misma que nos dimos a nosotros mismos en su día cuando iniciamos todo esto. Vendemos pan. El pan es algo que se consume a diario y en mucha cantidad. Por otro lado no es algo gravoso para las familias, la mayoría sería lo último de lo que prescindiríamos. Además damos un valor añadido al producto con el servicio a domicilio sin encarecer el producto final y manteniéndolo en perfecto estado de conservación en el buzón panero térmico, hasta que el cliente llega a su hogar y lo recoge.

En otro orden de cosas, de cara a la inversión necesaria, es muy baja en relación a los resultados que se obtienen y como decía, el riesgo es mínimo, no sólo por el producto en sí, sino también por lo probado del sistema.

Cual es el perfil idóneo para ser franquiciado de su marca

Realmente no hay un perfil determinado. Dentro de nuestros franquiciados tenemos compañeros de muy distintos sectores y esto es algo muy valioso, porque todos ellos aportan valor al conjunto.

Además, contamos con tres modelos posibles: corner shop para panaderías que quieran ampliar su negocio; modelo express, orientado fundamentalmente al autoempleo; y el modelo tradicional, destinado a distintos perfiles.

¿Qué ofrece su marca al franquiciado?

Lo que todos nuestros franquiciados destacan es el apoyo diario, la formación inicial y continua con la Central. Para nosotros es fundamental que en todo momento nuestros compañeros se sientan arropados.

Además de esto, lo que comentábamos antes: un sistema de gestión propio que nos facilita mucho el trabajo, acuerdos que nos posibilitan tener unos precios de compra muy ventajosos y un Know How muy probado y optimizado.

¿Qué atención da la central franquiciadora, antes y después de la firma del contrato?

Antes de firmar ofrecemos toda la información necesaria al interesado, desde un estudio de viabilidad en la zona, estudio económico...

En el momento en que se firma el acuerdo entre ambos comenzamos a trabajar en la apertura de la unidad. En este sentido, se imparte una completa formación inicial, se prepara el catálogo, el material promocional y se lleva a cabo también una campaña de comunicación centrada en la nueva zona.

Una vez que la nueva unidad comienza a trabajar estamos en contacto a diario para que esos primeros meses se coja muy bien la dinámica del negocio. Aquí no hay plazos, cada persona necesita un periodo distinto y nosotros nos amoldamos a eso.

No obstante, durante toda la actividad de la delegación el contacto es muy frecuente y el apoyo continuado. Del mismo modo, cada delegación tiene a su disposición todos los manuales operativos necesarios para el día a día del negocio desde el primer momento.

¿Cuál es el éxito de su franquicia?

Como decíamos antes, trabajamos con un producto de consumo diario, además de otros productos básicos y con unas calidades muy altas. Además lo llevamos a domicilio y todo ello sin incrementar el precio para el cliente. Así para el cliente todo son ventajas por ello no sólo hay un índice muy alto de nuevas altas cada mes, sino que la fidelización de nuestros clientes es muy grande.

Condiciones económicas:

Inversión inicial: Desde 6.490€
 Dimensión mínima del local: 40 metros cuadrados.
 Número de habitantes: Zonas de exclusividad desde 3.000 viviendas.

**FRANQUICIAS**

- De baja inversión
- De éxito
- Franquicias rentables

Publicidad**ZONA PRIVADA**

Usuario:
Contraseña:
☐ Recordar contraseña
Acceder

FRANQUICIAS DESTACADAS**Publicidad**

Canon de entrada: 1.990€
 Royalties: 4.5% sobre facturación mensual.
 Canon de publicidad: 1.5€ sobre facturación mensual.
 Duración mínima del contrato: 5 años



Contacte con Mundopán a domicilio

Si desea contactar con esta franquicia rellene el siguiente formulario y ésta recibirá su solicitud inmediatamente. No olvide rellenar los campos marcados en **negrita**.

Nombre y apellidos:		Email:
Localidad:	Provincia:	
Zona de actuación:	Teléfono:	
Coméntenos lo que desea:		
Introduzca el código: a8k5		
☐ Solicitar información a otras franquicias de este sector		
☐ He leído y acepto las condiciones descritas en el Aviso legal y en la Política de privacidad		
☒ Deseo recibir boletines de información de zonaFRANQUICIAS.es:		
Enviar		

Últimas noticias



► martes, 07 de junio de 2016
Proxim se afianza con 3 nuevas aperturas.
 Apuesta por el supermercado de proximidad. Grupo Miquel ha inaugurado en los últimos días tres establecimientos franquiciados Proxim en Barcelona,...



► martes, 07 de junio de 2016
Tesoros Piratas presenta su espectáculo Peter Pan
 Los días 8, 9, 10 y 11 de junio en Badajoz con entrada gratuita para adultos. La franquicia de parques de ocio y familiar, Tesoros Piratas, despué...

► martes, 07 de junio de 2016
Cinco opciones fintech para franquicias
 El fintech abre numerosas posibilidades para que las franquicias puedan llevar la gestión de sus finanzas de manera rápida, sencilla y transparente....

► martes, 07 de junio de 2016
Zielo Shopping Pozuelo amplía su oferta en moda y belleza con Scalpers y Centros Único
 El centro comercial Zielo Shopping Pozuelo, gestionado por CBRE y situado en Pozuelo de Alarcón, continúa ampliando su mix comercial con dos nuevos ...



► martes, 07 de junio de 2016
Delicias de Prada colabora con la IV Gala Solidaria Contra el Cáncer que organiza AOEX Mérida
 La franquicia regala una cesta de sus productos para sortear entre los asistentes de la cena. El próximo sábado, 11 de junio, tendrá lugar la IV G...

► martes, 07 de junio de 2016
Dieta Coherente inaugura el primer centro especializado en pérdida de peso según su método de 'coaching' nutricional
 Dieta Coherente abre en Pontevedra el primer centro de 'coaching' nutricional de los 10 que prevé abrir en 2016. La red de nutricionistas liderados ...



► martes, 07 de junio de 2016
El verano llega a NO+VELLO de la mano de una gran oferta y una acción en redes sociales!!!!!!
 Tras estrenar su campaña de verano, con la que ha lanzado una gran oferta en depilación IPL, No+Vello ha desarrollado una nueva acción para la que s...



► martes, 07 de junio de 2016
akiwifi, en la inauguración del IV Castellón Global Program
 El equipo directivo de akiwifi fue invitado el pasado viernes a participar en la inauguración de la cuarta edición del Castellón Global Program, un ...



► martes, 07 de junio de 2016
MaxDream acude a Málaga para consolidar su posición en Andalucía
 La cadena de franquicias MaxDream acude a la edición de la Feria de Franquicias FranquiShop que se celebra en Málaga con el objetivo de seguir creci...

► martes, 07 de junio de 2016
Ecox4D gran acogida en Cataluña
 Los nuevos emprendedores de Ecox4D en Cataluña desarrollarán su actividad en Sanitas

y las principales clínicas de su localidad. Ecox4D, la empres...



► martes, 07 de junio de 2016
Taller para Emprendedores en Oviedo, en el IV Encuentro en Franquicia.
Organizado por Working Comunicación, el IV Encuentro en Franquicia en Oviedo abre de nuevo sus puertas los días 17 y 18 de junio de 2016 en el Audi...



► lunes, 06 de junio de 2016
B-KOVER abre tienda en Vilanova
b-Kover da un paso más en su plan de expansión inaugurando una nueva tienda en la ciudad de Vilanova i la Geltrú B-Kover, esta joven empresa, su...



► lunes, 06 de junio de 2016
akiwifi implanta en Vila-real la primera red wifi pública de la ciudad
Vila-real Wi-Fi, la primera red wifi pública y abierta en esta localidad castellanense, inicia su implantación con el primer punto de conexión pilot...



► lunes, 06 de junio de 2016
Éxito de las jornadas formativas sobre Marketing digital y redes sociales como pilares de la estrategia empresarial
Cátedra CE Consulting Empresarial de la UPM. Nos complace informarle del éxito del curso de estrategia digital y redes sociales para empresas orga...



► lunes, 06 de junio de 2016
CE Consulting Empresarial Huelva Centro presente en la jornada informativa sobre productos tóxicos bancarios
Más de cien personas acudieron al evento organizado por Ilmo. Ayuntamiento de Bollullos Par del Condado y donde colaboraron CE Consulting Huelva y A...

[Ver más noticias publicadas \[+\]](#)

- zonaFranquicias.es
- [Página principal](#)
- [Franquicias](#)
- [Quiénes somos](#)
- [Contacto](#)

- Franquicias
- [Buscar franquicia](#)
- [Agregar franquicia GRATIS](#)
- [Noticias](#)
- [Entrevistas](#)

- Tipos de Franquicias
- [De baja inversión](#)
- [De éxito](#)
- [Franquicias rentables](#)