

## Dinero

Historias empresariales

Mundopan

PILAR BLÁZQUEZ

AÑO DE FUNDACIÓN: 2005

NÚMERO DE EMPLEADOS: 7 EN LA CENTRAL

FACTURACIÓN: 500.000 € EN LA CENTRAL

## Llevar el pan a la puerta de tu casa

Esta empresa ha recuperado una idea de toda la vida, pero que se echaba mucho de menos en las nuevas urbanizaciones de chalets de las grandes ciudades.

## UN NEGOCIO DE REPARTO EN VERSIÓN RENOVADA



El chalet de Marta deja con la boca abierta a todos los amigos que pasan por él. Cuatro plantas, una piscina enorme rodeada de un jardín de ensueño. "Sí, pero todos estos lujos no compensan que hasta para ir a por el pan tengo que coger el coche", se queja la propietaria una y otra vez.

Esa sensación la comparten muchos habitantes de viviendas unifamiliares. Y eso fue lo que detectaron rápidamente Luis Miguel Amores y Roberto Pomeda, amigos de toda la vida, cuando se trasladaron a vivir a una de las urbanizaciones de Rivas Vaciamadrid, una localidad del suroeste de Madrid.

Una pequeña encuesta entre el vecindario sirvió para animarles a montar Mundopan, una empresa de entrega de productos frescos a domicilio. La novedad de la idea, desde luego, no era para cambiar el rumbo del universo. Pero este servicio habitual en mu-

**El buzón térmico les permite dejar el pan a la intemperie sin que se deteriore**

**Está presente en siete provincias a través del sistema de franquicias**

chos pueblos y en las urbanizaciones de lujo era totalmente inexistente en la zona de chalets de clase media en la que ellos vivían. "Al principio, comenzamos con las barras de pan. Teníamos muy claro que la única forma de triunfar era mantener el coste al mismo precio que las panaderías", recuerdan.

Además, tenían que salvar otro escollo. En una zona de gente trabajadora no podían ofrecer un servicio como en el de las urbanizaciones de lujo donde la mercancía la recoge

el personal de servicio.

La solución llegó con el buzón panera térmico. "Lo diseñamos en exclusiva para que conservara adecuadamente el producto y fuera lo suficientemente robusto para que no se deteriorara a la intemperie. Además, para el cliente es gratis", explica Amores.

Con una inversión inicial de 30.000 euros y unos bancos dispuestos a financiarlo todo (en 2005, la crisis ni se oía), lo que más les costó a la hora de montar su empresa fue diseñar una base de datos para gestionar el negocio y pegarse con los funcionarios de la Comunidad de Madrid. En los registros públicos no sabían cómo clasificarlos. Al final, les dieron de alta como una panadería normal con servicio a domicilio. "Pero éramos algo más", comenta Luis Miguel Amores. El asegura que su éxito inicial estuvo relacionado con la flexibilidad y la facilidad del servicio. El pedido se hace por teléfono, se paga a mes vencido y no hay compro-



**PUBLICIDAD EN LAS BOLSAS.** Los envoltorios de papel en los que reparten el pan se utilizan como soporte publicitario y se convierten en una fuente más de ingresos que cada franquiciado gestiona de forma independiente.

miso de permanencia, ni pedidos mínimos. "El primer día de trabajo repartimos a 70 clientes y el segundo ya teníamos 240", recuerda el fundador de Mundopan.

A medida que fueron creciendo introdujeron en su oferta otros productos frescos de primera necesidad, y ahora su oferta se complementa con leche, bollería, café y huevos.

El año 2010 supuso un punto de inflexión. "Era el momento de ampliar y hacerlo a través de franquicias fue lo que nos resultó más cómodo", explican. Cinco años después, gracias a ese sistema están presentes en siete provincias españolas a través de 26 franquiciados. Eso sí, a pesar de que han tenido más de una oferta, salir al extranjero no está "de momento" entre sus objetivos. ■

Más información

WEB DE LA EMPRESA

www.mundopan.es