

»Carreras y capital humano.

TALENTOS QUE ARRIESGAN

El pan llega al buzón de casa

Mundopán es una cadena de 15 franquicias de entrega a domicilio

PEPE VARELA

Dos amigos que se conocen desde niños y a los que siempre ha encantado comer pan. Con vidas profesionales relacionadas con la informática (Roberto Pomedá) y con el diseño logístico de rutas de distribución (Luis Miguel Amores), hoy estos amigos son socios en Mundopán, una empresa de reparto diario de pan (y otros productos alimenticios, como lácteos, repostería, café...) a domicilio y depósito en un buzón panera térmico colocado a la entrada de la casa del cliente. El contenedor, diseñado y patentado por la empresa, está adaptado, explica Roberto, "para que los pedidos lleguen en perfecto estado. Además, al quedar el buzón fuera de la vivienda y cerrado con llave, ni siquiera hay que estar en casa cuando se entrega el pedido".

La idea de Mundopán nació cuando Roberto y Luis Miguel detectaron hace algunos años que en núcleos residenciales como los de Rivas Vaciamadrid, una localidad cercana a Madrid, había que coger el coche para ir a comprar el pan o darse un largo paseo para llegar a la panadería más próxima. "Esa incomodidad era, evidentemente, mayor los días de frío y lluvia. Y el problema no solo lo teníamos en Rivas, sino en otros muchos sitios

parecidos de viviendas unifamiliares sin comercios cerca", recuerda Luis Miguel. A la vista de la necesidad, "nuestra apuesta fue llevar el pan a casa de los vecinos, al mismo precio que se paga en la panadería, pero añadiendo la comodidad de dejar la barra en un buzón, de manera que se puede recoger, cuando se quiera, calentito".

Durante seis años, los socios se encargaron de llevar su propio negocio en Rivas. Aunque muy pronto empezaron a agradecer la idea de expandirse a otros sitios. "Mucha gente nos lo decía, pero hasta que no fuimos a Expofranquicia no supimos cómo hacerlo. Entonces tuvimos que hacer un estudio de mercado, localizar proveedores a nivel nacional, desarrollar un sistema informático de gestión... Y tuvimos que aprender cómo hacerlo prácticamente desde cero. Necesitábamos aprenderlo todo sobre calidad de servicio y atención personalizada", dicen.

Los fundadores de Mundopán han ido estudiando cada parcela de su negocio. Como explica Roberto, esa es la mejor manera de trasladar al franquiciado cuál es el concepto de negocio. "A todo aquel que entra a formar parte de la red de Mundopán le entregamos unos manuales operativos que incluyen todo lo que necesita saber para



Luis Miguel Amores y Roberto Pomedá, fundadores de Mundopán en la localidad madrileña de Rivas.

Perfil

► **Roberto Pomedá estudió informática y magisterio**, trabajó como profesor y consultor informático. **Luis Miguel Amores estudió artes gráficas**, centrando su labor profesional en diseño y marketing.

Proyectos

► **Consolidar sin prisas la marca Mundopán por toda España.** Para después probar nuevos conceptos de negocio en la matriz que, una vez testados y garantizados, puedan traspasarse a sus franquiciados para que los comercialicen.

poner en marcha su franquicia. Además, hay un proceso de formación continua, con un equipo de personas de Mundopán que asesoran al franquiciado sobre cualquier duda que pueda surgir a nivel informático, contratación de personal, cómo introducir un producto en el mercado, cómo asesorar al cliente, convencer al cliente de las bondades del producto...", agrega.

De los 70 clientes a los que repartieron el primer día de vida de la firma, que Luis Miguel recuerda como un acontecimiento, hoy ha pasado a una red de 15 franquiciados repartidos por distintos puntos de las provincias de Madrid, Barcelona y Murcia, en un proceso de expansión en el que cada franquiciado se elige con sumo cuidado. "Para abrir una franquicia Mundopán no es necesario tener ningún ti-

po de experiencia comercial ni panadera previa, pero sí se ha de ser alguien proactivo, con disposición al aprendizaje y con dotes comerciales. O sea, alguien capaz de establecer acuerdos con proveedores y anunciantes, además de hacer, progresivamente, su propia cartera de clientes".

Aparte del perfil del franquiciado, también es importante ver si la zona en la que se piensa operar es apta o no para el negocio. "Junto al franquiciado, hacemos un análisis exhaustivo de cada lugar para ver la viabilidad del negocio. Buscamos zonas residenciales, con viviendas unifamiliares de primera ocupación", indica Luis Miguel.

¿Quién se anima? Solo hacen falta 15.400 euros para empezar, una furgoneta de reparto y un local de unos 20 metros cuadrados de superficie. ■