

El Agente de Desarrollo de Negocio de Subway, una pieza clave en la expansión de la compañía

En Europa Subway cuenta con 6 oficinas regionales y más de 90 Agentes de Desarrollo de Negocio (BDA). En España la compañía cuenta con 5 Agentes de Desarrollo de Negocio, cifra que prevé ampliar a lo largo de este ejercicio

Cuando una empresa es clasificada como la franquicia de servicio rápido número 1 (QSR) en todo el mundo por recuento total de restaurantes, cuenta con más 50 años de experiencia, y cerca de 44.000 restaurantes operativos, está claro que ha logrado combinar un producto de altísima demanda con un modelo de negocio sin par.

Quien así se expresa es Stella Moskis, directora de la franquicia Subway para la región de Europa Mediterránea, una compañía que cuenta en la actualidad con 21.000 franquiciados repartidos por todo el mundo y 5.500 restaurantes en Europa.

Subway vende 7 millones de bocadillos hechos bajo pedido por día, un dato que ha convertido a este producto en un claro éxito de ventas. No obstante, la compañía asegura que gran parte de este éxito reside en la formación y en el soporte a sus franquiciados, un asesoramiento 100% dirigido a incrementar permanentemente la rentabilidad de cada negocio y a la estandarización de su operativa, como fórmula para alcanzar una mayor calidad en las operaciones.

Subway basa la expansión de sus franquicias en la figura del Agente de Desarrollo de Negocio. Estos profesionales son los responsables por diseñar y desarrollar el plan de desarrollo de la marca en su territorio, reclutando nuevos franquiciados que quieran unirse Subway.

Un Agente de Desarrollo de Negocio se encuentra siempre ligado a un área geográfica determinada, que conoce a fondo. En un primer momento, su labor junto al franquiciado consiste en ayudarlo a conocer las características de la compañía, su método de trabajo, a analizar los aspectos económicos del proyecto, a conocer todas las posibilidades existentes, elaborar el plan de negocio, etcétera.

En una segunda fase, y una vez que el potencial franquiciado ya pertenece a la red, las funciones del Agente de Desarrollo de Negocio y de su equipo, comprenden desde la selección de la mejor ubicación y local para el futuro restaurante, el apoyo en la formación tanto del gerente del establecimiento como de todo su personal, y del apoyo y asesoramiento continuo al franquiciado en los aspectos operacionales, ofreciendo al franquiciado todo aquello que necesite en cada momento para desarrollar su actividad con las mayores posibilidades de éxito. El Agente de Desarrollo de Negocio de Subway trabaja también con el franquiciado y el equipo de marketing en la estrategia a seguir en este terreno; y en todos los aspectos relacionados con los proveedores.

Ser Agente de Desarrollo de Negocio, concluye Carlos Ávila, agente de desarrollo de negocio de

Subway en Barcelona, Gerona y Andorra, supone tener la oportunidad de ayudar a otros franquiciados a desarrollar un gran negocio, además de la ventaja de participar del éxito del crecimiento de una gran marca.

Una estructura clave en el desarrollo de Subway

En Europa, Subway cuenta con 6 oficinas regionales y más de 90 Agentes de Desarrollo de Negocio con sus respectivos equipos.

En España, la compañía cuenta con 5 Agentes de Desarrollo de Negocio, que desarrollan las zonas de: Barcelona, Gerona y Andorra; Valencia y Alicante; Madrid y las Islas Baleares e Islas Canarias, además de la central nacional ubicada en la capital.

El proceso para convertirse en Agente de Desarrollo de Negocio pasa por ser propietario de un restaurante y operarlo con éxito, siguiendo las estrictas directrices de la franquicia, durante un mínimo de seis meses. Después, el franquiciado puede postularse como candidato y, si recibe los apoyos necesarios dentro de la central en España, ésta envía su candidatura a las oficinas centrales de la franquicia, en Connecticut, donde se estudia el perfil en un proceso que incluye la evaluación del plan de negocio presentado, varias entrevistas, etc. Si pasa todas las fases, el franquiciado realiza una formación específica que le preparará para desarrollar su trabajo de expansión de la marca en la región asignada.

Actualmente, la compañía está abierta a la incorporación de nuevos profesionales interesados en desarrollar esta actividad. “Queremos reforzar nuestros equipos de expansión en la región norte y sur de España, principalmente, y aún quedan plazas muy interesantes en las que crecer dentro de nuestra franquicia”, concluye Stella Moskis.

Los restaurantes Subway

Subway ofrece una nueva alternativa a la comida rápida tradicional, sirviendo 7 millones de bocadillos hechos bajo pedido por día. Sus clientes pueden elegir entre 4,9 millones de combinaciones de variaciones, incluyendo proteínas de calidad, vegetales frescos cortados diariamente en el restaurante y pan horneado a diario y varias veces cada día en cada restaurante.

La cadena de restaurantes más grande del mundo sirve deliciosos y nutritivos bocadillos y ensaladas en cerca de 44.000 restaurantes en más de 100 países.

Fundado por Fred DeLuca, de 17 años, y su amigo de la familia, el Dr. Peter Buck hace más de 52 años, Subway sigue siendo un negocio familiar que trabaja con más de 21.000 franquiciados de todo el mundo.

Subway® es una marca registrada de Subway IP Inc.

Datos de contacto:

Pura de Rojas

ALLEGRA COMUNICACION

91 434 82 29

Nota de prensa publicada en: [Europa](#)

Categorías: [Internacional](#) [Franquicias](#) [Restauración](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Oficinas](#) [Actualidad](#) [Empresarial](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>