

En Madrid aún hay muchas oportunidades para abrir un restaurante Subway® rentable

?Luis Manuel Vicente Torcal, franquiciado Subway® en la capital, afirma que las ventas de su restaurante están "por encima de las previsiones" diez meses después de su apertura

Hace casi un año, el pasado abril, Luis Manuel Vicente Torcal –auditor de sistemas de calidad en hoteles, restaurantes y otros establecimientos vinculados al turismo- decidió dar un giro a su trayectoria profesional y abrir un restaurante Subway® en el número 14 de la calle Arcipreste de Hita de Madrid.

Un proyecto en el que este licenciado en Humanidades, nacido en Zaragoza hace 46 años y residente en Toledo, se embarcó junto a dos socios, José Miguel Palacio –quien tiene una participación en el local- y Ana Caboblanco, gerente del restaurante, con doce años de experiencia en la gestión de la restauración organizada.

"Cuando Ana y yo decidimos el día de Nochebuena de 2015 montar un negocio juntos, supimos que teníamos que apostar por la franquicia, dada la experiencia de Ana en el sector. Elegimos la marca Subway®, ya que la inversión necesaria para poner en marcha un restaurante de la firma es muy inferior a la de otros conceptos de la misma envergadura", asegura Vicente Torcal.

Tomadas esas decisiones, los socios se plantearon si abrir su primer local en Toledo o Madrid, siendo esta última la ubicación finalmente elegida. "En Madrid sigue habiendo hueco para abrir un restaurante Subway® con rentabilidad", sostiene este franquiciado cuyos cálculos revelan que las ventas de su local "ya están por encima de nuestras previsiones".

Ubicado en una zona donde no escasean los estudiantes –por su proximidad a la Universidad Complutense de Madrid está muy cerca del metro de Moncloa, en el distrito de Chamberí-, ese restaurante Subway® tiene un horario de 24 horas al día los siete días de la semana y da empleo a diez personas. "Nos beneficiamos del hecho de estar en una zona de bares y discotecas", matiza Vicente Torcal, quien también explica que por las noches su restaurante sólo ofrece take away (comida para llevar).

El resto del tiempo, sus clientes pueden optar por comprar para llevar o para consumir in situ en los más de 140 metros cuadrados que tiene el establecimiento, divididos en dos plantas, y en los 16 metros cuadrados de su terraza. Entre la sala y el exterior el restaurante tiene capacidad para albergar a 60 comensales.

De cara al futuro, Vicente Torcal asegura que sus principales retos pasan por seguir dando a conocer su restaurante entre la clientela de la zona y fidelizarla "una asignatura no demasiado difícil porque

gracias a la calidad de nuestro producto, quien nos prueba, repite"- asegura.

"El balance que hacemos hasta ahora es muy positivo. Si acabamos nuestro primer año bien, es posible que nos planteemos abrir un nuevo local Subway®, de nuevo en Madrid", afirma.

Como franquiciado de la compañía, Luis Manuel Vicente Torcal asegura que los principales consejos que podría dar a un emprendedor interesado en la franquicia es "ser muy avisado con la elección del local, ya que su ubicación es fundamental para el éxito; y que esté dispuesto a implicarse y estar presente día a día en el negocio. En nuestro caso, contar con el conocimiento de la operativa y el liderazgo de Ana, es un pilar clave en el éxito de nuestro restaurante".

Datos de contacto:

Natalia López-Maroto
630636221

Nota de prensa publicada en: [Villanueva de la Cañada](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Gastronomía](#) [Madrid](#) [Emprendedores](#) [Restauración](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>