

Qué hacer al terminar los estudios

El fin de los estudios universitarios puede derivar en una gran crisis existencial durante la cual el post estudiante ha de decidir qué hacer con su futuro. Entre las opciones que se le plantean figuran seguir estudiando, dentro o fuera de las fronteras de su país, enviar curriculum a puerta fría o apuntarse al paro y esperar a que su perfil llame la atención de alguna empresa, tomarse un año sabático para reflexionar o, todo lo contrario: lanzarse a emprender y montar un negocio propio

En este último caso, la franquicia tiene no poco que decir, sobre todo cuando hablamos de sectores con solidez en nuestro mercado como el de la hostelería, y muy especialmente cuando el concepto tiene una gran aceptación tanto por su ticket medio como por su propuesta gastronómica: dos factores en los que Subway®, franquicia especialista en bocadillos con un ticket medio de seis euros, sale claramente victoriosa.

Perdidos, confusos, desorientados, abandonados a su suerte pero con infinitas ganas de independizarse económicamente. Éstas son algunas de las expresiones con las que se describen a sí mismos los jóvenes al término de sus estudios superiores. Muchos, la inmensa mayoría de esos jóvenes, lamentan que, si antes de ingresar en la universidad o escuelas superiores son muchas las entidades que se acercan a ellos prometiéndoles una orientación en su carrera académica, al final de su formación son muy pocas, por no decir ninguna, las que se interesan por ayudarles a enfocar su carrera, esta vez laboral.

Una carrera que a veces intentan postergar implicándose en nuevos estudios con una carrera afín a la cursada, con un máster vinculado a su formación, o con un idioma con el que aspiran a destacar en la jungla del trabajo, especialmente en un país como España donde las cifras de paro siguen siendo altas (más del 20 por ciento*), especialmente entre los más jóvenes (donde el dato supera la dramática barrera del 50 por ciento*). *Fuente: INE

Emprender como opción de autoempleo

Si la opción elegida es ésta, la franquicia se presenta como una buena locomotora desde la que guiarse en las nuevas vías del entorno laboral. Tanto es así que en los últimos años, incluidos los más duros de la crisis económica, la franquicia se ha convertido en un tipo de refugio para la gente joven. Le avalan sus buenos resultados en ventas y empleo, consecuencia del aumento de su número de redes y establecimientos. Desde el año 2008 el crecimiento global de las redes franquiciadoras en España ha sido de más del 40 por ciento, según datos de la Asociación Española de Franquiciadores.

Un crecimiento al que han contribuido no sólo franquiciados maduros y sénior, como ocurría antes de la crisis, sino franquiciados jóvenes, incluso muy jóvenes, de entre 18 y 24 años, y de los dos géneros, tanto hombres como mujeres, si bien es cierto que los hombres son todavía algo más numerosos (54 por ciento frente al 46 por ciento).

Tirón del sector hostelero

Independientemente de que sean ellos o ellas, los jóvenes se sienten atraídos por conceptos de negocio que económicamente pueden llegar a asumir. Es decir, aquellos que requieren de una inversión inicial baja y gastos operativos fijos no demasiado elevados –locales reducidos significan rentas reducidas-. Si a eso le sumamos una puesta en marcha rápida, una operativa sencilla y un público objetivo heterogéneo: cliente nacional y extranjero, adolescentes, jóvenes o de edad adulta, hombres y mujeres, hemos encontrado la fórmula perfecta para ellos.

Todos estos requisitos se ajustan al modelo de la americana Subway®. Una cadena –es la franquicia de sándwiches más grande del mundo, con más de 44.000 puntos de venta repartidos en 113 países- que en sus locales no necesita cocina ni salida de humos, ya que para la elaboración de su producto estrella –bocadillos de corteza blanda con forma de submarino elaborados frente al cliente a base de productos que permiten más de dos millones de combinaciones posibles- no utiliza ni planchas ni freidoras.

Además, la firma –creada por Fred DeLuca y el Dr. Peter Buck en 1965 en Connecticut (Estados Unidos) y que hace poco inauguró su restaurante número 5.000 en Europa- no requiere locales muy grandes para operar. La media de sus establecimientos en España tiene 100 metros cuadrados. Eso sí, procura que sí tengan luz natural y fachadas con más de cinco metros.

Razones para invertir en Subway®

Estas razones han empujado a muchos emprendedores de alrededor de 25 años a acercarse a Subway®, según sostiene Alessandra D'Agostino, responsable de la venta de franquicias de la cadena para Europa Mediterránea.

Emprendedores que, según matiza D'Agostino, aprenden con Subway® lo que significa la palabra franquicia y en muchos casos es su primera toma de contacto con el mundo laboral. "¿Por qué una franquicia es la mejor opción para emprender? En nuestro caso, Subway® es una marca sólida y reconocida a nivel mundial, más de 50 años de experiencia. Trabajamos con y para nuestros franquiciados, dándoles apoyo, soporte y formación en todos los ámbitos del negocio, desde el mismo momento en que pasan a formar parte de nuestra familia. Podemos decir que gracias a esto y la sencillez de nuestros manuales operativos, el emprendedor –tenga o no tenga experiencia previa en el sector- es capaz de operar uno de nuestros restaurantes con solvencia", apostilla.

"El éxito de Subway® se basa en la baja inversión necesaria para abrir el restaurante, en la rapidez en su puesta en marcha, en la flexibilidad a la hora de elegir la ubicación, en la sencillez operativa, en la formación constante y en la red de agentes de expansión que apoyan de forma muy cercana al franquiciado", añade.

"Es un buen momento para invertir en nuestro modelo de negocio, puesto que aún tenemos disponibles regiones muy interesantes y nuestro crecimiento, siguiendo la tendencia de otros países del mundo, alcanza un ritmo exponencial en nuestro país", concluye.

A buen entendedor...

Datos de contacto:

Natalia Lopez-Maroto

630636221

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

Categorías: [Franquicias](#) [Emprendedores](#) [Restauración](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>