

Franquicias

UNA RECETA ARGENTINA QUE SE MULTIPLICA ENTRE LOS QUITENOS

Los Choris tiene tres años como franquicia. El año pasado, con siete locales, facturó USD 2,3 millones.

REDACCIÓN QUITO

redaccion@revistalideres.ec

Un local para 14 personas, una inversión que no superó los USD 10 000 y una parrilla ubicada en la calle dieron vida a La Parrilla de los Pibes Los Choris. Esta iniciativa de los argentinos Mario Quiroga y Claudio Ianotti nació en el 2006 en Cumbayá (oriente de Quito). Hoy reúne siete locales y cinco de ellos son franquicias; entre todos facturaron USD 2,3 millones en el 2010.

Este negocio oferta principalmente choripanes (una suerte de sánduche que mezcla carne de res y de cerdo con especias sobre pan baguette). También ofrece hamburguesa, bife de chorizo, asadito especial y sánduches de pollo y lomo.

La marca se registró en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual a los cuatro meses de abierto el local (enero del 2007). La imagen se fue desarrollando entre uno y dos años después de abier-



María Isabel Valarezo / LÍDERES

Mario Quiroga y Claudio Ianotti son los dueños y creadores de Los Choris.

to el negocio. Luego de tener todos los permisos municipales, la marca registrada y la apariencia distintiva, el plan de ampliación del negocio fue la franquicia.

“Empezamos con el local de la González Suárez. Ese fue el primero como franquicia, hace tres años”, explica Mario Quiroga. Con el primer local se empezó a elaborar el manual de procesos, la solicitud de franquicia, un estudio de mercado para ver cuántas franquicias se podía instalar en Quito y el plan de expansión para

salir a las provincias.

El derecho de uso de marca cuesta USD 25 000 y el franquiciado paga regalías del 4% de las ventas mensuales.

Según el análisis financiero de Los Choris, como se conoce al negocio, el retorno de la inversión en un local de 150 m² y con una inversión inicial de USD 60 000 a 65 000, incluida la licencia, es de unos 14 meses. La renovación de la franquicia se hace cada siete años.

El chorizo es parte de la receta de la casa; Ianotti es el encargado de hacerla. Cada local tiene proveedores autorizados. A cada franquicia, cuando se firma un contrato, se le otorga un mapa de la ciudad con un cuadrante de protección (varía dependiendo del sitio). Así, se asegura que no habrá competencia cerca.

Los Choris tiene dos metodologías. Una es la de los centros comerciales y la otra es la de locales de calle. La diferencia está en que en los centros comerciales ofrece combos (producto más bebida).

La franquicia recibe sugerencias para cambiar el menú o aumentar cartas. Por ejemplo, en el local ubicado en la plaza El Quinde (Foch) se adicionó una carta de licores por petición de los clientes. Juan Mantilla es dueño de la franquicia de la Shyrís, en el norte en el Quito. Él la adquirió hace dos meses y explica que su local, para 70 personas, está casi lleno todos los días y ha superado las expectativas.

Dos exigencias

La decoración. El interior de los locales debe ser futbolero. Además, debe poseer televisiones para transmitir partidos de fútbol.

El marketing. Todos los locales deben tener un presupuesto para materiales de promoción del sitio. Para finales de este año se hará una campaña para todos los sitios.

EN NUESTRA
WEB OTRAS FRANQUICIAS
www.revistalideres.ec

Ir más lejos es conectarlo con más destinos.

Nuevo vuelo*

Caracas

Venezuela

Es el mayor centro administrativo, financiero, político, comercial y cultural de la nación. Es uno de los centros culturales, turísticos, industriales y económicos más importantes de América Latina.

Reserve y compre ya en Quito tel.: 227 30 82 - 227 35 84.
Visite nuestras oficinas o su agencia de viajes preferida.

Más información en:

copaair.com

Síguenos en:



Copa Airlines
Colombia