

CORPORACIÓN CHURROMANÍA

“Creamos una rama nueva en el negocio de comida (...) Han surgido y seguirán surgiendo competidores, pero el concepto, la especialización en la rama de churros la inventamos nosotros.

Nos pertenece”.

Ariel Acosta-Rubio

Presidente

Ser hoy en día la franquicia venezolana de mayor proyección internacional, contar con más de 60 tiendas en ocho países y enrumbarse con paso firme hacia una etapa de expansión y consolidación como marca global, son logros que ha conseguido en menos de una década la Corporación Churromanía. Su presidente, Ariel Acosta-Rubio, describe la etapa vivida como “un tránsito duro, que ha exigido mucho esfuerzo y creatividad. Hemos tenido limitaciones presupuestarias y eso ha influido en que la internacionalización no haya sido más rápida y más intensa. Pero sobre todo ha sido un período de gran aprendizaje. Y yo siempre supe que iba a ser así, porque cuando fundamos Churromanía no lo hicimos pensando en un negocio transitorio, para dos o para cinco años. La concebimos como una empresa destinada a perdurar”.

Disposición al riesgo, visión de largo plazo, acopio de conocimiento, preparación, experiencia y capacidad para adaptarse a los cambios son condiciones y atributos que debe reunir un emprendedor. En el caso de esta exitosa franquicia nacional, el desarrollo de conceptos, métodos y prácticas en un ámbito de negocio nuevo, en un segmento comercial emergente, ha sido determinante en su evolución y la ha dotado de una agilidad y un bagaje sólido para sortear los obstáculos, aprovechar las oportunidades y hacer frente los desafíos que implica convertirse en una marca de proyección mundial.

Churromanía nació formalmente el 21 de marzo de 1997 en Puerto La Cruz, estado Anzoátegui. Los socios fundadores de la empresa fueron María Alejandra Bravo, Ariel Acosta-Rubio y Miguel Bravo. Iniciaron sus operaciones con la visión de ser un establecimiento que ofreciera un producto de calidad en un ambiente agradable. Acosta-Rubio comenta que en ese entonces no sabían lo que era una franquicia, por lo cual las perspectivas de expansión se fundamentaban en la consolidación de ese primer eslabón del negocio.

La primera franquicia Churromanía fue asignada 15 meses después de abierto el primer local en Puerto La Cruz. El tercer establecimiento de la incipiente cadena se abrió en la ciudad de Puerto Ordaz, estado Bolívar. Le siguieron Maturín, Valencia y Guacara. Curiosamente, Caracas fue la quinta localidad en abrir una tienda de la cadena. Actualmente, la franquicia tiene presencia en casi todos los estados de Venezuela.

Churromanía es una organización sólida, que ha cumplido etapas esenciales en su evolución y cuya proyección internacional está llamada a crecer en el futuro. Pero, sobre todo, es el resultado de la visión emprendedora de sus creadores, quienes casi desde el inicio entendieron que habían dado con un negocio exitoso y que podían ampliarlo e internacionalizarlo a través del esquema de franquicia.

La generación de sus propios métodos y prácticas, el riguroso conocimiento del negocio, la capacidad de transmitirlos de forma eficaz a los franquiciados, la adaptación del concepto comercial a las características de los distintos países en que opera, lo mismo que el compromiso de su liderazgo con la calidad, la responsabilidad social y la ética profesional son, entre otros, atributos y ventajas que hacen de esta organización un modelo exitoso de gestión empresarial.