



LA CHORIPANERÍA



LA HISTORIA

ORIGEN. La Choripanería nace en Puebla en 2018 con la idea de llevar la experiencia del asado rioplatense a un ambiente relajado, auténtico y sin formalismos. Un lugar donde la parrilla pudiera disfrutarse con cercanía, fuego y buena energía.

TRADICIÓN Y CONTEXTO. En el sur de América, el asado no es solo comida; es reunión, conversación y momentos compartidos. La parrilla representa tiempo en familia, amigos, humo, fuego y largas charlas alrededor del asador.

GENERADOR DE EMOCIONES. El fuego, el aroma del carbón, el sonido de la parrilla y la música crean una experiencia que involucra todos los sentidos y convierte cada visita en un momento memorable.

LO MEJOR DE 2 GRANDES CULTURAS. La Choripanería fusiona la tradición del asado rioplatense con influencias y sabores mexicanos, creando una propuesta auténtica, cálida y con identidad propia.

PISÁ EL FRENO, VAS A ENTRAR A LA CHORI...





¿POR QUÉ CHORIPANES?

IDENTIDAD: El choripán es uno de los productos más representativos de la cultura del asado rioplatense. Un alimento simple, auténtico y con fuerte personalidad.

DIFERENCIACIÓN: En Puebla existe poca oferta verdaderamente auténtica alrededor del choripán y la parrilla rioplatense, permitiendo construir una propuesta distintiva y memorable.

EXPERIENCIA: El choripán conecta naturalmente con el fuego, la parrilla, la convivencia y los momentos relajados, convirtiéndose en mucho más que solo comida.

CRECIMIENTO DEL SEGMENTO: El interés por productos artesanales, experiencias gastronómicas y conceptos de parrilla continúa creciendo de forma sostenida.

OPERACIÓN: Su practicidad operativa permite mantener velocidad, consistencia y eficiencia sin perder autenticidad ni calidad artesanal.

VERSATILIDAD: El choripán permite múltiples combinaciones, formatos y experiencias, adaptándose fácilmente a distintos públicos, ocasiones y estilos de consumo.

SABOR: Su intensidad, aroma y esencia parrillera generan una experiencia altamente antojable y fácil de recordar.



¿POR QUÉ LA CHORIPANERÍA?

CLARIDAD: Desde el nombre, la marca comunica de forma directa y auténtica lo que somos: un lugar donde el choripán y la parrilla son protagonistas.

IDENTIDAD: El uso de “nería” aporta personalidad, cercanía y un sentido artesanal alineado con la esencia de la marca.

POSICIONAMIENTO: La Choripanería es un nombre fácil de recordar, con fuerte identidad y alta capacidad de apropiación dentro del mercado gastronómico.

DIFERENCIACIÓN: Desde el inicio buscamos construir una marca distinta, relajada y con carácter, alejada de los conceptos tradicionales y formales de parrilla.

RECONOCIMIENTO: La “CH” se convirtió naturalmente en un elemento visual e icónico de la marca, fortaleciendo su identidad y recordación.



MISIÓN

Lograr que las personas pisen el freno. Crear experiencias auténticas que inviten a las personas a bajar el ritmo y disfrutar.

VISIÓN

Convertirnos en la marca referente de parrilla relajada y auténtica en Puebla y la región, creando experiencias memorables alrededor del fuego y la convivencia.



VALORES

- **ACCIÓN Y ACTITUD**

Resolver, movernos rápido y hacer que las cosas pasen.

- **AUTENTICIDAD**

Ser reales en nuestra comida, trato y personalidad.

- **RESPONSABILIDAD**

Responder y cumplir con nuestras tareas y equipo, incluso en los días y circunstancias más difíciles.

- **CALIDAD**

Hacer las cosas bien, con detalle y sin atajos.

- **ENERGÍA Y BUENA VIBRA**

Crear ambientes vivos, alegres y positivos

- **PASIÓN Y ENTREGA**

Damos lo mejor de nosotros en cada detalle

- **CONSUMO LOCAL Y COMUNIDAD**

Impulsar productores, talento y economía local.

- **TRANSPARENCIA Y HONESTIDAD**

Hablar claro y actuar correctamente.

- **CALIDEZ HUMANA**

Hacer sentir bienvenidas a las personas.





LA EXPERIENCIA

La experiencia de La Chori nace de una idea simple: hacer que las personas pisen el freno y disfruten el momento.

Cada detalle está pensado para construir una experiencia auténtica, relajada y memorable alrededor de la parrilla.

PILARES

- EL CREW
- LA PARRILLA
- LA MÚSICA
- ALIMENTOS Y BEBIDAS
- EL PUNTO DE VENTA
- PERSONALIDAD

La experiencia es el corazón de La Chori y el principal diferenciador de la marca.

LA CHORIPANERÍA



EL CREW

El Crew es el corazón de la experiencia y el principal transmisor de la personalidad de la marca.

Buscamos personas auténticas, cercanas y con actitud, capaces de conectar naturalmente con los clientes y disfrutar lo que hacen.

EL SERVICIO: Distendido, cercano, amable y auténtico.

El Crew debe transmitir que disfruta estar ahí y hacer sentir cómodas a las personas.

LA VESTIMENTA: El Crew utiliza prendas personalizadas con su nombre, fortaleciendo la cercanía y conexión con los clientes.

MARKETING: El Crew participa activamente en contenido y comunicación de la marca, fortaleciendo el sentido de pertenencia y la conexión auténtica con la comunidad.

“EL CREW NO SOLO TRABAJA EN LA CHORI. LA CHORI TAMBIÉN ES EL CREW.”



LA PARRILLA

La parrilla es el corazón de la experiencia y el principal protagonista visual y emocional de La Chori.

El fuego, el sonido del carbón, el aroma de los alimentos y la cocina a la vista generan una experiencia que despierta los sentidos incluso antes del primer bocado.

La mayoría de los alimentos se preparan en parrilla, fortaleciendo la autenticidad de la experiencia y creando una conexión constante entre el cliente y el fuego.

Más que un método de cocción, la parrilla representa una cultura, una pasión y una forma de vivir el asado.

DONDE HAY FUEGO, PASAN COSAS.



LA MÚSICA

La música forma parte esencial de la personalidad y atmósfera de La Chori.

Cada playlist está pensada para transmitir una experiencia relajada, auténtica y con identidad propia, acompañando naturalmente el fuego, la comida y la convivencia.

Rock argentino, música uruguaya, reggae y otros estilos forman parte del universo sonoro de la marca, ayudando a construir una experiencia cálida, distendida y diferente.

La música busca que las personas bajen el ritmo, se relajen y disfruten el momento.

“LA EXPERIENCIA TAMBIÉN SE ESCUCHA.”



ALIMENTOS Y BEBIDAS

La propuesta gastronómica de La Chori fusiona la tradición de la parrilla rioplatense con sabores y elementos de la cultura mexicana, creando una experiencia auténtica, intensa y cercana.

Las salsas, mayonesas y complementos forman parte fundamental de la experiencia, aportando personalidad, variedad y una identidad propia al producto.

Como Parrilla de Barrio, buscamos acercar productos y experiencias normalmente reservadas para restaurantes más formales hacia un formato más relajado, dinámico y accesible.

Cortes, mollejas, tuétanos y otros productos de parrilla son reinterpretados bajo una experiencia más casual, cercana y fácil de disfrutar.

LA PARRILLA SIN FORMALISMOS.



EL PUNTO DE VENTA

El local es la casa de la marca y uno de los principales transmisores de la experiencia de La Chori.

Cada punto de venta debe sentirse cálido, relajado y auténtico, utilizando materiales, colores, texturas y distribuciones alineadas con la personalidad de la marca.

La parrilla debe mantenerse siempre como protagonista del espacio, convirtiéndose en el centro visual, operativo y emocional de la experiencia.

El diseño busca fomentar la convivencia, la cercanía y la integración entre clientes, crew y cocina, creando ambientes vivos y dinámicos.

**EL FUEGO SIEMPRE DEBE SER
PROTAGONISTA.**



PERSONALIDAD

La Chori cuenta con una personalidad auténtica, relajada y con cierto toque irreverente, presente en cada punto de contacto con el cliente.

Desde la música y los carteles, hasta la forma de hablar del equipo y la comunicación en redes sociales, la marca mantiene una esencia clara, cercana y consistente.

MARKETING INTERNO

Como ventaja competitiva, La Chori desarrolla internamente gran parte de su comunicación y contenido, permitiendo:

- Mayor coherencia de marca.
- Respuestas rápidas y adaptabilidad.
- Comunicación auténtica y cercana.
- Evolución constante de la identidad.
- Mayor conexión con la comunidad.

“LA CHORI NO SOLO TIENE IMAGEN. TIENE PERSONALIDAD.”

TIPOS DE PUNTO DE VENTA



LA CHORIPANERÍA

Formato inaugural de la marca.
El Choripán como centro y algunas entradas parrilleras que complementan el menú, venta de cervezas, vino y destilados.

Ideal para locales pequeños

Actualmente abierto en colonia La Paz desde 2018.

Venta promedio semanal:
\$100,000



LA CHORIPANERÍA GRILL

Formato de Parrilla de Barrio más completa. Al concepto de la Choripanería se agrega una carta de cortes, además de más variedad de vinos y entradas parrilleras.

Ideal para locales medianos

Actualmente abiertas Cholula desde 2019 y Oaxaca desde 2021

Venta promedio semanal:
\$150,000



LA CHORIPANERÍA TRUCK

La Chori con más barrio. En formato truck, el Choripán es quien brilla sin competencia.

Formato pensado para consumo un poco más dinámico, en zonas de alto tránsito de personas y con potencial para envío a domicilio.

Actualmente abierto Truck colonia La Paz.

Venta promedio semanal:
\$80,000









FODA

FORTALEZAS

- Marca reconocida y posicionada desde 2018.
- Concepto auténtico y diferenciador.
- Alta recurrencia y conexión emocional con clientes.
- Experiencia cálida, relajada y con personalidad.
- Producto artesanal con identidad propia.
- Manejo interno de marketing y contenido.
- Versatilidad en formatos, eventos y experiencias.
- Cocina argentina con identidad y alto impacto.
- Capacidad de generar comunidad y fidelización.
- Capacidad de generar contenido y conversación digital.

OPORTUNIDADES

- Crecimiento del consumo artesanal y local.
- Mayor interés por experiencias gastronómicas auténticas.
- Expansión mediante nuevos formatos y ubicaciones.
- Alianzas con marcas afines al lifestyle de la marca.
- Crecimiento orgánico mediante contenido digital.
- Desarrollo de programas de fidelización.
- Mayor impacto social mediante #ChoriParaTodos.
- Aprovechamiento del posicionamiento emocional de la marca.

DEBILIDADES

- Alta dependencia operativa y supervisión directa.
- Procesos internos aún poco estandarizados.
- Limitada oferta para ciertos perfiles de consumidores.
- Dependencia de personal operativo clave.
- Riesgo de inconsistencia entre sucursales.
- Dependencia fuerte de liderazgo centralizado.

AMENAZAS

- Incremento constante en costos de insumos.
- Alta rotación de personal en la industria.
- Saturación de conceptos inspirados en parrilla argentina.
- Competencia indirecta cada vez más fuerte.
- Cambios en hábitos de consumo y alimentación.
- Incremento en costos operativos y laborales.
- Riesgo de afectar percepción de marca por inconsistencias operativas.





**LLEGÓ LA HORA DE
PISAR EL FRENO...
#LACHORI**