

El Fogoncito

EXQUISITOS TACOS AL CARBÓN!

Mercado

El Fogoncito es dueño de una amplia tradición, basada en la satisfacción total de sus clientes, a quienes les ofrece productos insuperables, tanto en sabor como en calidad, además de que les brinda un servicio con los más altos estándares mundiales en un ambiente extraordinario. Por todo esto, El Fogoncito se proyecta actualmente como una de las franquicias más importantes de México.

Uno de los motivos de orgullo para El Fogoncito es el saber que sus sucursales se han convertido en puntos de encuentro de familias y amigos, quienes se dan cita lo mismo para socializar que para degustar los tradicionales tacos y sus diferentes platillos, ya sea después de ir al cine o a una fiesta, o simplemente por el gusto de departir en una atmósfera agradable.

La edad de sus comensales fluctúa entre los 20 y los 40 años, y son quienes viven o trabajan en las inmediaciones del restaurante, aunque los viernes y sábados asisten personas de otras zonas, en su mayoría buscando alternativas para el almuerzo, la comida, la cena, o simplemente para pasar un buen rato, conviviendo con sus amistades o familiares. Estos consumidores generalmente regresan, motivados por la calidad de los ingredientes, el rico sabor del antojo, una óptima relación costo-beneficio y un esmerado servicio.

Dentro del contexto cultural general, el consumidor de restaurantes busca, entre las opciones a su alcance, la que mejor satisfaga sus deseos y necesidades en el momento de alimentarse, ya sea solo o en compañía de su familia o amigos.

Así, los clientes consideran a El Fogoncito como esa alternativa superior, que incluye: infraestructura limpia, cómoda y accesible; alta calidad en alimentos y bebidas; servicio experimentado y un excelente costo-beneficio, además de una experiencia única y diferente, que deja un agradable recuerdo, el cual motiva a regresar una y otra vez.

Logros

Los logros de El Fogoncito están sustentados principalmente en el diseño de un esquema de medición y atención continua de factores,



en que aspectos tan importantes como la calidad, el servicio y la cultura organizacional, entre otros, forman parte del análisis permanente para la consecución del éxito.

Asimismo destaca su estratégico posicionamiento de marca bien cimentado, la lealtad de sus consumidores y, por supuesto, el crecimiento y desarrollo de sus franquicias a nivel nacional, además de su participación en mercados internacionales.

Historia

Sin lugar a dudas, El Fogoncito ha jugado un papel protagónico en la historia del taco en México, pues entre sus distintas variedades, como de carmitas, guisado, canasta o barbacoa, hay una que quizás sea la más famosa de las últimas décadas, la más consumida y en la que coinciden culturas alimenticias disímiles: los tacos al carbón, un producto mexicano que ha sabido fusionar distintas gastronomías para crear un estilo de comida rápida nacional, de indudable éxito, y que, por supuesto, El Fogoncito ofrece orgullosamente a sus clientes.

El gran auge que tuvieron los tacos en México coincidió con la llegada de los mejores atletas del mundo a nuestro país para celebrar los Juegos Olímpicos, a mediados de 1968, así como con el ánimo generalizado de moder-

nización que se sentía en todas las actividades del país, cuando el dólar se cotizaba en los tradicionales 12.50 viejos pesos.

Ese clima de renovación impulsó aún más a

la gastronomía popular mexicana a ofrecer innovaciones en sus platillos, de modo que, por aquellos años, la elaboración de tacos al pastor empezó a permear el sur de la Ciudad de México, especialmente en la tradicional avenida Revolución, donde el 22 de agosto de 1968 se abrió la primera sucursal de la taquería El Fogoncito, dirigida por la Sra. Martha Avalos de Rocha.

En poco tiempo el negocio alcanzó un gran éxito, debido a que su propietaria supo crear una tradición de alta calidad y servicio, que conquistó la preferencia de vecinos y transeúntes de la zona. Muy pronto, El Fogoncito asumió un

estilo peculiar en la elaboración de sus platillos, lo que le otorgó personalidad frente a otras taquerías de la zona y, en poco tiempo, la capacidad del negocio



—cuatro mesas dispuestas para servir a sus comensales— no fue suficiente para albergar a todos sus clientes.

Dos años después, en 1970, se abrió la segunda taquería El Fogoncito en la calle de Leibnitz, col. Anzures, a espaldas del famoso hotel Camino Real. Este negocio era mucho más

pequeño que el primero, sin mesas para servicio y con una capacidad interior para sólo cuatro comensales. Sin embargo, pronto demostró que podía competir con cualquier otro negocio de alimentos en el área.

Y fue precisamente en El Fogoncito de la Anzures donde nacieron las famosas “gringas”: era una zona de estudiantes, muchos de ellos estadounidenses, como



En 1987 la siguiente generación de la familia aplicó técnicas de mercadotecnia y administración para el desarrollo de las taquerías: unificó la imagen de todas sus sucursales con un solo nombre y sentó las bases para hacer de este negocio la gran cadena empresarial que es hoy en día.

Ante la necesidad de expansión del negocio, El Fogoncito estableció un sistema de franquicias en 1992, y para 1995 ya se habían otorgado 16 contratos, tanto en el Distrito Federal como en importantes ciudades del interior de la República Mexicana, además de países como Costa Rica, Honduras y China, donde El Fogoncito ha tenido un éxito mayor al esperado.

De esta manera, El Fogoncito se ha convertido en una de las cadenas de taquerías con mayor prestigio de nuestro país.

Producto

Desde su inicio, El Fogoncito se ha caracterizado por ofrecer lo mejor de la cocina tradicional mexicana, con la calidad, los ingredientes, las esencias y las recetas que le dan vida al platillo más representativo de la gastronomía mexicana: El Taco.

De esta manera, El Fogoncito se considera: “100% México, Sabor y Tradición”.

Desarrollos Recientes

El crecimiento que ha registrado El Fogoncito en los últimos años en territorio mexicano es del 25% anual, lo que se traduce en 42 unidades.

Por otro lado, El Fogoncito se convirtió en el pionero en la conquista del mercado oriental con la apertura de la primera unidad en Beijing, y continuó con la expansión de 25 unidades en China.

Su incursión más reciente ha sido en Estados Unidos de América, mercado que va conquistando de manera cautelosa, pero decidida.

Promoción

El Fogoncito estudia los mercados de forma minuciosa y posteriormente esparce la idea de sus productos. Siempre se mantiene receptivo y no se permite olvidar la diferencia de los mercados.

El Fogoncito no apuesta a fórmulas mágicas, sino que se avoca al estudio y constante análisis de la parte más importante de la cadena, su cliente final, con el objetivo de generar los mensajes certeros en cuanto a lo que desea transmitir sobre su marca.

Valores

Los valores de mayor importancia en el desarrollo de El Fogoncito —y esto ha sido corroborado por sus clientes— son la honestidad, la responsabilidad, el trabajo en equipo, la confianza, la capacitación y la atención. Esto, entre varias cosas más, lo posiciona en el mercado de alimentos como uno de los preferidos por los comensales en todo el país.



Y quien ha impulsado el establecimiento de estos valores a productos y servicios son los propios huéspedes. Para ellos, los valores están en cada una de las experiencias que viven y disfrutan al satisfacer plenamente sus gustos, necesidades y expectativas con productos insuperables y un servicio de calidad mundial, dentro de un ambiente extraordinario.

A su vez, estos valores le han permitido a El Fogoncito tener la visión de construir y ser una cadena institucional altamente productiva y profundamente humana, para ocupar posiciones de liderazgo a nivel nacional e internacional dentro del segmento de taquerías-restaurantes.

El Fogoncito está consciente de que sólo ofreciendo un servicio que supere los intereses y expectativas de sus huéspedes se fortalecerán los valores de la marca.



Cosas Que Usted No Sabía Sobre El Fogoncito

- En El Fogoncito se inventaron las mundialmente famosas “Gringas”.
- CNN en español nombró a El Fogoncito como una de las mejores franquicias de México.
- La Universidad Anáhuac y la Asociación Nacional de Publicidad otorgaron a El Fogoncito el premio Al Ries como mejor “Marca Regional de Estrategia Competitiva 2006”, así como el Premio Nacional de Mercadotecnia Al Ries.
- La Asociación Mexicana de Franquicias otorgó a El Fogoncito el premio nacional de “La Franquicia más destacada en el extranjero durante 2005 y 2006”.
- El Fogoncito es la primera taquería-restaurant mexicana que se estableció en Asia.
- El Fogoncito tiene más de 40 años de historia.
- En El Fogoncito se estableció el récord de 62 tacos al pastor consumidos por un solo cliente.