

Maestría en Administración Internacional	
Título del Trabajo	Pizzalove: el dilema de la estrategia de expansión para cadena de restaurantes
Autores	Fabio Leonardo Moreno Adame
Director(es) Trabajo Grado	Claudia Milena Pico Bonilla Irma Liliana Vasquez Merchan
Fecha Presentación	29 Abril 2024

Resumen

Pizzalove es una cadena de restaurantes fundada en Mosquera en 2018 que enfrenta desafíos tras expandirse a nuevas ubicaciones en Cundinamarca. A pesar de un inicio exitoso, la apertura de una sucursal en Funza resultó en pérdidas financieras debido a diversos factores, como demanda insuficiente, competencia local y limitaciones logísticas. La metodología propuesta para abordar este problema implicó la recopilación de datos demográficos, encuestas a clientes potenciales y análisis de costos y beneficios en municipios clave como Funza, Cota y Facatativá. Como la mayoría de las empresas emergentes, el equipo inicial no tiene organización ni estructura para tomar decisiones estratégicas sobre la viabilidad de la expansión y resolver el dilema de continuar con la expansión o replantear el enfoque empresarial. La empresa se enfrenta a la necesidad de evaluar cuidadosamente las opciones disponibles y asumir estrategias organizacionales que garanticen su crecimiento, perdurabilidad y sostenibilidad en el entorno competitivo de la industria de restaurantes.

Palabras clave: competencia, demanda, estudio de mercado, expansión de mercado, gestión.

Abstract

Pizzalove is a restaurant chain founded in Mosquera in 2018 that faces challenges after expanding to new locations in Cundinamarca. Despite a successful inception, the launch of a branch in Funza resulted in financial setbacks due to various factors, such as insufficient demand, local competition and logistical constraints. To navigate these challenges, a proposed methodology is delineated to address this problem, involving the gathering of demographic data, surveys of potential clients and conducting cost-benefit analyses across pivotal municipalities such as Funza, Cota and Facatativa. Like most startups, the nascent team finds itself without any organization or structure to make strategic decisions about the feasibility of expansion and resolve the dilemma of whether to continue expanding or rethink the business model. Thus, the company confronts the imperative to carefully assess available alternatives and embrace organizational strategies that ensure growth, resilience, and sustainability withing the competitive landscape of the restaurant industry.

Keywords: competition, demand, marketing research, market expansion, management.

Referencias consultadas

Referencias

Aaker, D. A.; & McLoughlin, D. (2010). Strategic Market Management: Global Perspectives. Special Edition. India: John Wiley & Sons Ltd.

Banco Santander (31 de Julio de 2020). Claves para un buen plan de expansión. Obtenido de Claves para un buen plan de expansión: <https://www.bancosantander.es/blog/pymes-negocios/claves-para-plan-expansion>

Becerra E., L. L. (9 de julio de 2018). Los colombianos son los principales consumidores de pizza en la región. La República. <https://www.larepublica.co/consumo/los-colombianos-son-los-principales-consumidores-de-pizza-en-la-region-2747097>

Benassini, M. (2001). Introducción a la investigación de mercados: Un enfoque para América latina. Mexico: Camara nacional de la industria Editorial Mexicana.

Benavente Gutierrez, A. E. (2019). Plan de negocios para expansión de pizzería dentro de la provincia de marga marga, región de Valparaíso. Obtenido de: <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/172685/Plan-de-negocios-para-expansi%C3%B3n-de-Pizzer%C3%ADA-dentro-de-la-Provincia-de-Marga-Marga.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bernal Cuellar, D. E., & Gonzalez Lagos, J. M. (2019). Estudio socio económico para el lanzamiento de la etapa puerta del sol II de la Constructora Capital {Tesis de Pregrado, Universidad de Cundinamarca}. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/2798/ESTUDIO%20SOCIO%20ECON%20MICO%20PARA%20EL%20LANZAMIENTO%20DE%20LA%20ETAPA%20PUERTA%20DEL%20SOL%20II%20DE%20LA%20CONSTRUCTORA%20CAPI.pdf?sequence=1>

Caballero Quispe, R., Goytizolo Anton, A., & Zevallos Porles, G. (2016). Estrategias de expansión de la cadena de restaurantes wok bajo enfoque de responsabilidad social 2013-2022. Obtenido de https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1906/Reynaldo_Tesis_maestria_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Expansion.com (6 de Noviembre de 2014). Errores que hacen perder clientes. Obtenido de: <https://www.expansion.com/2014/10/27/pymes/1414424952.html>

Fastercapital (7 de diciembre de 2023). The Keys To A Successful Startup Company Expansion. Obtenido de: <https://fastercapital.com/content/The-Keys-To-A-Successful-Startup-Company-Expansion.html>

Jimenez Coronado, A. M. (s.f.). Estrategia de Competitividad y Emprendimiento, una Revisión de la Literaturax. Revistas Unisimon, 5.

Kato, T. (2016). How should restaurant chains develop store networks without stumbling in domestic market. En P. Vaughn (Ed). Food Markets: Consumer perceptions, government regulations and health impacts (85-102). Nueva York: Nova Publishers.

León Castellanos , C. L. (2018). Plan de Negocio para el Fortalecimiento y Expansión del Restaurante Delicias del Mar de Pamplona a la Ciudad de Cucuta Norte de Santander. Obtenido de: https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/2139/2018_Tesis_Leon_Castellanos_Cindy_Lorena.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Moya, D. P. (25 de agosto de 2021). Cómo planificar un proyecto de expansión para una pizzería. Obtenido de: <https://www.gestionar-facil.com/proyectos/tipos-de-proyectos/proyecto-de-expansion/proyecto-de-expansion-para-una-pizzeria/>

N Malhotra, J. H. (2005). Marketing research an applied orientation. Nueva Jersey: Prendice Hall.

Ries, E. (2011). The Lean Startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful business. Nueva York: Crown Business.

Robbins, S. P.; Coulter, M.; & Decenzio, D. A. (2017). Fundamentos de administración. Décima edición. Ciudad de México: Pearson Educación de México.

Vargas, A. (2017). Investigación de mercados. Bogota: Fondo Editorial Areandino.

Vibetrace (2024). Margen de beneficio medio. Obtenido de <https://vibetrace.com/es/margen-de-beneficio-promedio/#:~:text=Para%20calcular%20el%20margen%20de,de%20pagar%20todos%20los%20gastos.>