

PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE SERVICIOS
Un estudio en una cadena de restaurantes del nordeste brasileño

Viviane Santos Salazar
Walter Fernando Araújo de Moraes
Yákara Vasconcelos Pereira Leite
Universidade Federal de Pernambuco
Recife - Brasil

Los restaurantes poseen un papel relevante en los destinos turísticos. La creación de estrategias empresariales adecuadas es capaz de subsidiar el ofrecimiento de servicios adecuados a los consumidores y la expansión internacional. El presente trabajo es una investigación teórico-empírica con el propósito de analizar el proceso de internacionalización del grupo Bonaparte. En el marco teórico se identifican los principales conceptos relativos a la internacionalización de empresas, las características de los servicios y cómo impactan en el proceso de expansión internacional. La metodología usada fue el estudio de caso cualitativo que tuvo como unidad de análisis la marca Bossa Grill del grupo brasileño Bonaparte. Los resultados demuestran que la principal razón para la expansión fue la búsqueda de nuevos mercados y para eso se desarrolló un producto totalmente diferente de los que la empresa ya operaba en Brasil. La elección de Estados Unidos respondió a la madurez y al tamaño del mercado de alimentación fuera del hogar, más allá de la estabilidad política y económica que permite una mayor planificación de las empresas. Se percibe también que las redes de relaciones de los ejecutivos fueron fundamentales para el inicio de la internacionalización y el desarrollo de la cadena de suministro, en la búsqueda de socios en Brasil y Estados Unidos. La empresa optó por el sistema de franquicias. Se observa que a pesar de su idiosincrasia el proceso de internacionalización del Grupo Bonaparte no difiere del presentado por las empresas manufactureras.

PALABRAS CLAVE: servicios, restaurante, internacionalización.