



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA MENCIÓN EN GESTIÓN  
EMPRESARIAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE COMIDAS RÁPIDAS, MACHALA - ECUADOR.

FERNANDEZ GUAÑUNA MARIUXI DEL CISNE  
ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

MACHALA  
2019



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA MENCIÓN EN GESTIÓN  
EMPRESARIAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE COMIDAS RÁPIDAS, MACHALA -  
ECUADOR.

FERNANDEZ GUAÑUNA MARIUXI DEL CISNE  
ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

MACHALA  
2019



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA MENCIÓN EN GESTIÓN  
EMPRESARIAL

EXAMEN COMPLEXIVO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE  
COMIDAS RÁPIDAS, MACHALA - ECUADOR.

FERNANDEZ GUAÑUNA MARIUXI DEL CISNE  
ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

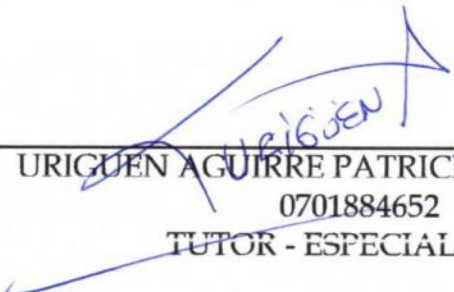
URIGUEN AGUIRRE PATRICIA ALEXANDRA

MACHALA, 01 DE FEBRERO DE 2019

MACHALA  
01 de febrero de 2019

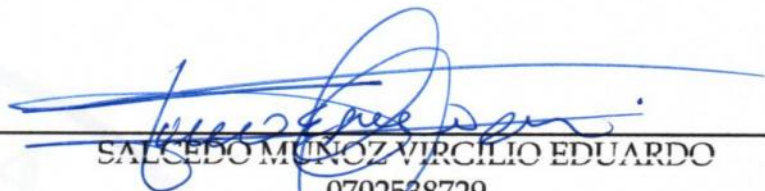
**Nota de aceptación:**

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMIDAS RÁPIDAS, MACHALA - ECUADOR, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



---

URIGUEN AGUIRRE PATRICIA ALEXANDRA  
0701884652  
TUTOR - ESPECIALISTA 1



---

SALCEDO MUÑOZ VIRGILIO EDUARDO  
0702538729  
ESPECIALISTA 2



---

APOLO VIVANCO NERVO JONPIERE  
0703707018  
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: jueves 31 de enero de 2019 - 21:15

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE COMIDAS RAPIDAS MACHAL A ECUADOR\_FERNANDEZ GUAÑUNA MARIUXI DEL CISNE.docx (D47171236)

**Submitted:** 1/23/2019 8:30:00 PM

**Submitted By:** puriguen@utmachala.edu.ec

**Significance:** 3 %

### Sources included in the report:

<https://www.abc.es/gestordocumental/uploads/Sociedad/comida-rapida.pdf>  
<http://ksc890703.blogspot.com/>

### Instances where selected sources appear:

5

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, FERNANDEZ GUAÑUNA MARIUXI DEL CISNE, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMIDAS RÁPIDAS, MACHALA - ECUADOR., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 01 de febrero de 2019



FERNANDEZ GUAÑUNA MARIUXI DEL CISNE  
0705461911

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de investigación, está dedicado en especial a Dios por darme la sabiduría y satisfacción de a ver culminado con mis estudios, de igual manera a mi madre, familia por el apoyo tanto económico como motivacional para culminar con mi carrera universitaria; de forma muy especial a mi abuelita que aunque no esté ahora conmigo siempre ha sido mi pilar fundamental para llenarme de buenos valores para hoy en día ser la mujer que soy, y a todos quienes han estado presente, en cada paso que he dado en mi vida académica.

## **AGRADECIMIENTO**

De manera especial dedico este proyecto a Dios, que me ha guiado y acompañado en cada paso que doy, llenando de sabiduría y responsabilidad para culminar esta etapa de mi vida.

A mi madre, abuelita y familia quienes me han forjado como una persona de buenas virtudes, inculcándome principios y valores en mi vida, por caminar conmigo y demostrarme con el ejemplo a luchar por cumplir mis metas, pero siempre caminando por el sendero de la honestidad y sacrificio. En mi madre siempre he tenido el espejo en cual me guiare por sus virtudes infinitas y su gran corazón que me llevan a admirarla.

De igual manera a mis tutores académicos, que han sido responsables de mi proceso de titulación, los cuales han aportado con sus conocimientos, para el desarrollo de este proyecto, especialmente a la Econ. Patricia Uriguen Aguirre, MBA, por guiarme correctamente en cada proceso para permitirme terminar el trabajo con éxito.



## RESUMEN

El presente trabajo ha sido elaborado para el estudio de factibilidad de la creación de un local de comida rápida dentro de la ciudad de Machala; para ello se han tomado en cuenta los factores que van a afectar a cada uno de los consumidores. Dentro de esto se ha realizado una revisión literaria de conceptos básicos que permiten el abordaje del tema para su concepción práctica del estudio y que permita concluir los motivos reales y valederos para implementar este negocio dentro de la ciudad de Machala. Para ello ha sido necesaria la realización de una encuesta en la cual los datos de la misma arrojaran valores determinantes para ver si es factible la implementación del mismo. La población de la ciudad de Machala es muy amplia, motivo por el cual ha sido necesaria la realización de un muestreo del total de la población bajo un nivel de confianza del 95% arrojando cifras certeras. La metodología empleada se basa en un análisis inductivo que permite ir de situaciones específicas a un caso en particular, en conjunto con una investigación exploratoria que permita el entendimiento general de la problemática.

**Palabras claves:** Comida, rápida, estudio, ventaja, análisis, mercado

## **ABSTRACT**

The present work has been prepared for the feasibility study of the creation of a fast food establishment within the city of Machala; For this, the factors that will affect each of the consumers have been taken into account. Within this, a literary review of basic concepts has been carried out that allow the subject to be addressed for its practical conception of the study and to allow to conclude the real and valid reasons to implement this business within the city of Machala. For this it has been necessary to carry out a survey in which the data of the same will throw determining values to see if the implementation of it is feasible. The population of the city of Machala is very large, which is why it has been necessary to sample the total population under a 95% confidence level, giving accurate figures.

**Keywords:** Food, fast, study, advantage, analysis, market

## CONTENIDO

DEDICATORIA.....	1
AGRADECIMIENTO .....	2
RESUMEN.....	3
Palabras claves: .....	3
ABSTRACT .....	4
Keywords: .....	4
1. INTRODUCCIÓN.....	7
2. MARCO TEÓRICO .....	8
2.1. La factibilidad de restaurantes .....	8
2.2. Las microempresas.....	8
2.3. Restaurante de comida rápida .....	8
2.4. La oferta.....	9
2.5. Las Comidas Rápidas .....	9
3. METODOLOGÍA.....	12
4. RESULTADOS .....	13
5. CONCLUSIONES.....	18
BIBLIOGRAFÍA.....	19

## LISTA DE FIGURAS

<b>FIGURA 1. ¿Te gusta comer en lugares de comida rápida?</b> .....	13
<b>FIGURA 2. ¿Cuándo vas a lugares de comida rápida, sueles comer siempre en el mismo lugar?</b> .....	13
<b>FIGURA 3. ¿Con qué frecuencia comes en lugares de comida rápida?</b> .....	14
<b>FIGURA 4. Sueles asistir más frecuentemente a lugares de comida rápida.</b> .....	14
<b>FIGURA 5. ¿Cuánto sueles gastar por una comida rápida?</b> .....	15
<b>FIGURA 6. Generalmente acudes a lugares de comida rápida?</b> .....	15
<b>FIGURA 7. ¿Cambiarías tu establecimiento preferido por una excelente promoción?</b> .....	16
<b>FIGURA 8. ¿Qué es lo que más valoras al ir a comer a un lugar de comida rápida?</b> .....	16
<b>FIGURA 9. ¿Te interesa saber de dónde provienen los alimentos de la comida que ingieres?</b>	17

## 1. INTRODUCCIÓN

Dentro de la sociedad son muchas las oportunidades de negocios que surgen, lo cual depende del mercado de cada país que es tan cambiante; para la elección de la misma es necesario poner en estudio distintas variables. Para ello es necesario el análisis de los factores que inciden en la decisión de compra de un determinado bien, para lo cual se requiere mencionar un conjunto de aspectos que de manera objetiva y subjetiva se encuentran presentes dentro de los consumidores y se utilizan como como activadores en la respectiva decisión.

En nuestra sociedad el consumo de alimentos que no son nutritivos ha ido convirtiéndose en parte de la vida cotidiana, ocasionando gran cantidad de casos a enfermedades que no son transmitibles, entre las cuales se puede destacar como la diabetes, obesidad; que van de la mano con la falta de actividad física, siendo en la mayoría de casos los empleados de oficinas y estudiantes los afectados por ello dado los diversos factores como tiempo, dinero, disponibilidad y acceso.

Para la satisfacción del público un factor determinante es la experiencia de consumo, variable que se ha establecido como pilar dentro de las organizaciones que buscan incrementar la satisfacción de sus clientes mediante la generación de valor, produciendo de esta manera en el cliente situaciones que generan conocimientos sobre él, ocasionando experiencias positivas o negativas.

El trabajo ha sido elaborado para analizar una oportunidad dentro del mercado en la ciudad de Machala; todo esto realizado mediante un estudio de mercado que permite establecer lo más determinante para la elección del negocio, en este caso local de comida rápida; y que todo en conjunto me permita tener un negocio rentable dentro de la sociedad en un corto, mediano y largo plazo.

El presente trabajo tiene como objetivo determinar la factibilidad de la implementación de un local de comida rápida dentro de la ciudad de Machala; para lo cual se ha logrado determinar los factores influyentes dentro de la decisión de compra, cuantificar los alimentos más consumidos dentro de la sociedad, e indicar cuál es mi población meta del local.

## **2. MARCO TEÓRICO**

Las empresas de servicios son afectadas por cada uno de los cambios suscitados en el dinamismo de la sociedad moderna en el mundo entero. Es un factor que es ampliamente influenciado por el entorno, debido a la alta competitividad del mercado y la fuerza de trabajo fundamentada en la mano de obra. A pesar de esto, las empresas son capaces de brindar el mismo tipo de servicio, pero el cual no será de la misma calidad, siendo el principal responsable de esta labor el empleado de atención al cliente raíz de sus necesidades sobre el servicio (Morillo y Landaeta 2015).

### **2.1. La factibilidad de restaurantes**

Para la puesta en marcha de un restaurante es necesaria la fundamentación de los aspectos teóricos del proceso inversionista, en el cual pueden influir diversos aspectos económicos que pueden ser diversificados para cualquier empresa. Se debe tomar en cuenta parámetros tanto de herramientas teóricas como empíricas que permitan tener clara la idea de inversión a realizarse (Bermúdez 2016).

### **2.2. Las microempresas**

La microempresa es considerada como un negocio en el cual cuenta entre 1 a 10 empleados que permite la generación de ingresos por ventas. (Espinoza, y otros 2013) La comercialización de alimentados ha ido cobrando diversas formas y características, siendo originadas durante la era primitiva en los grandes festines comunitarios, siendo este un aspecto que en la sociedad moderna ha sido parte del desarrollo contemporáneo. La implementación de lugares de comida rápida ha dejado de ser sencillas para su comercialización, hasta que ella logre establecerse como grandes empresas de comida rápida.

### **2.3. Restaurante de comida rápida**

Para la implementación de un local de comida rápida es importante tomar en cuenta los productos que se puede ofrecer; contando con un amplio menú entre los cuales podemos mencionar, pizza, hamburguesas, hot dog, papas con pollo, etc.; que permita a los consumidores contar con una alternativa de consumo y un servicio de primera calidad en un

horario cómodo para deleitar la comida ofrecida por parte de la creación del nuevo restaurante (Cardenas 2016)

#### **2.4. La oferta**

El punto de inicio para la factibilidad de implementación de negocio es el análisis de mercado que permite una mejor toma de decisiones sobre productos y servicios que ofrecen; esto es mejor realizarlo mediante la segmentación hacia quienes se va a enfocar los esfuerzos de la empresa y que son constituidos en altas probabilidades de éxito para cada uno de los negocios.

La oferta dentro del mercado, es considerada como aquella cantidad de bienes que son ofrecidas para su venta a un valor previamente establecido en un determinado tiempo; la cual es dada por toda la cantidad de fabricantes que se encuentran prestos a garantizar su presencia dentro del mercado (Salazar y Burbano 2017).

#### **2.5. Las Comidas Rápidas**

Es necesario comprender que la afluencia de fuentes masivas de información han permitido avances organizativos; en conjunto con los cambios en hábitos de vida, exigencias de los consumidores, que todos ellos se encuentran vinculados al proceso de la globalización, terminan siendo grandes referencias para el análisis del fenómeno del consumo bajo un amplio contexto de los consumidores (Mirabal y Sigala 2013).

Los locales de expendio de alimentos y bebidas son diferenciados por el servicio que cada uno de ellos brindan, dentro de los cuales se incluyen establecimiento de atención directa, cafetería, servicio rápido, bares y autoservicios, dentro de ellos forman parte todos los establecimientos de comida rápida (Torres y Mora 2017).

La comida rápida en la mayoría de los casos son elaboradas por distintas materias primas entre las que destacan el almidón de maíz, harina o frituras; que son las más usuales; destacando sus productos en venta como pollo frito, hot dog, hamburguesa, bocadillos, pinchos, sándwich, empanadas y pinchos (Molina, Hidalgo y Granda 2016).

El mercado de las comidas rápidas se logra expandir de manera acelerada, siendo su mercado definido como la empresa que cuenta con la necesidad de satisfacer mediante el producto o servicio ofertado. Su comercialización dentro de las actividades económicas son llevadas mediante el traslado de bienes y servicios sea esto desde la producción hasta el mercadeo; en la cual están incluidos los procesos que deben atravesar cada uno de los productos que empieza desde el productor hasta el consumidor final desde el momento que este lo desee (Chavarín, y otros 2013).

El objetivo principal a buscar es que a través del análisis de la oferta, se pueda medir las condiciones en las cuales se encuentra a disposición el mercado de un bien o servicio. Tanto la oferta como la demanda están relacionadas con una serie de factores tales como el precio dentro del mercado de productos o el precio de materias primas, etc. (Castillo y Ojito 2016).

La investigación de campo realizada ha tomado en cuenta aquellos factores a la par del entorno económico en el cual se ha desarrollado. Para la presente investigación se ha considerado el número de oferentes de este servicio, la cantidad de ventas y los impedimentos que la implementación de este negocio implique. (Rodríguez y Lamas 2013).

Sin importar que se haya dado una recuperación en ciertas costumbres alimenticias, se da una amplia colocación de establecimientos basados en las culturas norteamericanas. Dentro de ello se puede englobar que este tipo de comida cuenta con una serie de preparados con unas características comunes (Vilaplana 2013). Todo esto contribuye al consumo de alimentos no tan saludables como son los expendidos dentro de comida rápida.

Para una correcta elección de cada proveedor que dote de productos de primera necesidad se destaca, entre ellas:

- Precio de las materias primas.
- Calidad de los insumos.
- Costos de transporte.
- Situación económica.
- Experiencia y reputación en el mercado.
- Descuentos por volúmenes de compras.



- Condiciones de pago al proveedor.
- Cumplimiento de normas de calidad requeridas.

América es el continente en el que con mucha diferencia se gasta más en comida rápida ya que concentra el 47% del consumo global. Asia – Pacífico supone un 36%, mientras que Europa ostenta apenas el 17% del consumo de este tipo de comida. (Lago, Rodríguez y Lamas 2011).

### 3. METODOLOGÍA

La investigación cuenta con un enfoque inductivo, que es el razonamiento de casos particulares a un contexto general, que demuestra los aspectos en común de los fenómenos (Rodríguez y Pérez 2017). También interviene la investigación exploratoria y se emplea en el momento que el objeto a investigar aparece como un fenómeno totalmente desconocido, para ello este estudio permite familiarizarse con este estudio (Díaz y Calzadilla 2016).

Se diseñó una encuesta a consumidores de comida rápida en la ciudad de Machala. El tipo de muestreo fue no probabilístico con una muestra dirigida. El criterio de selección de la investigación es que sea consumidor de comida rápida. El tipo de investigación, de acuerdo al objetivo planteado es descriptiva, apoyándose en un diseño no experimental de campo (transaccional o transversal), cuyas unidades de análisis fueron los ciudadanos que consumen comida rápida.

Una vez determinado el tamaño de la muestra se elaboraron los instrumentos que permitieron recabar la información referente a los gustos y preferencias de las personas que consumen los productos y servicios que ofrece el proyecto planteado. Información tal como: lugares a los que acude, frecuencia, el consumo, horario precio que estarían dispuestos a pagar por los productos y servicios ofrecidos, así como también cuales son aquellas características y productos que prefiere.

Según García (2013) nos indica que la fórmula para el cálculo de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2}{d^2 * (N - 1) + Z^2}$$

N = tamaño de la población = 123024

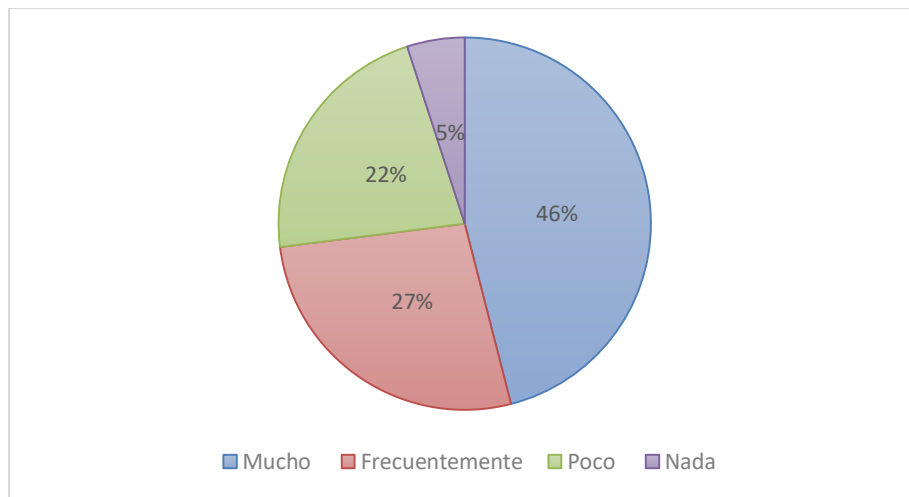
Z= nivel de confianza = 95%

D= error estándar = 5%

En base a esto se ha determinado que con una población de 123024 habitantes en la ciudad de Machala con un nivel de confianza al 95% y margen de error del 5% se ha determinado que la muestra sea de 383 personas.

#### 4. RESULTADOS

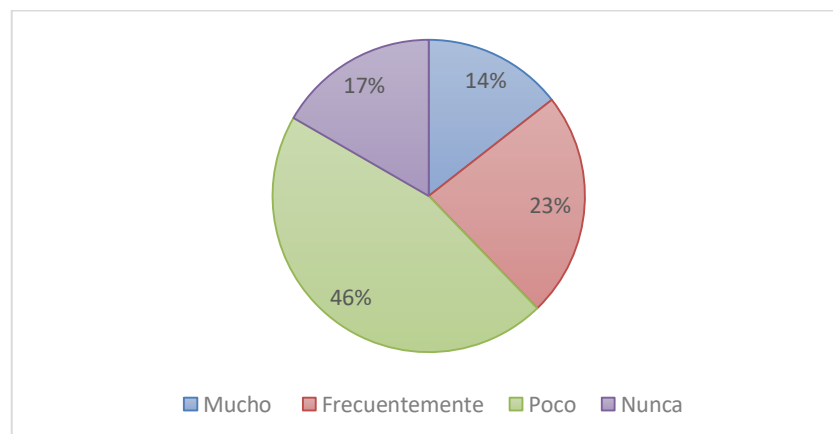
**FIGURA 1. ¿Te gusta comer en lugares de comida rápida?**



**Fuente:** Elaboración propia

Según la información recogida respecto a la interrogante del gusto de las personas en la ciudad de Machala de comer en los lugares de comida rápida, se ha determinado que el 46% del total de encuestados consideran mucho que les gusta comer en estos establecimientos, el 27% lo harían frecuentemente, el 22% lo realizarán poco, mientras que el 5% consideran que nada de acceder a estos lugares.

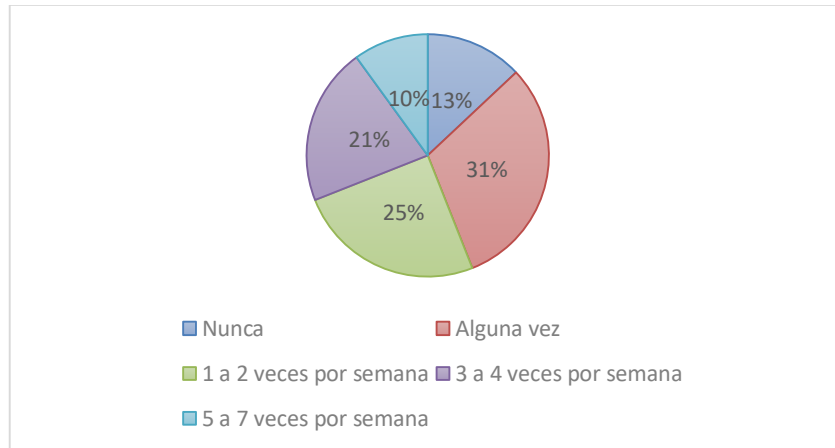
**FIGURA 2. ¿Cuándo vas a lugares de comida rápida, sueles comer siempre en el mismo lugar?**



**Fuente:** Elaboración propia

La información obtenida en la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Machala respecto a la frecuencia con la que consumen en los mismos establecimientos de comida rápida se determinó que el 46% lo hace poco, el 23% realiza esto frecuentemente, el 17% lo hace mucho y tan solo el 14% nunca lo hace.

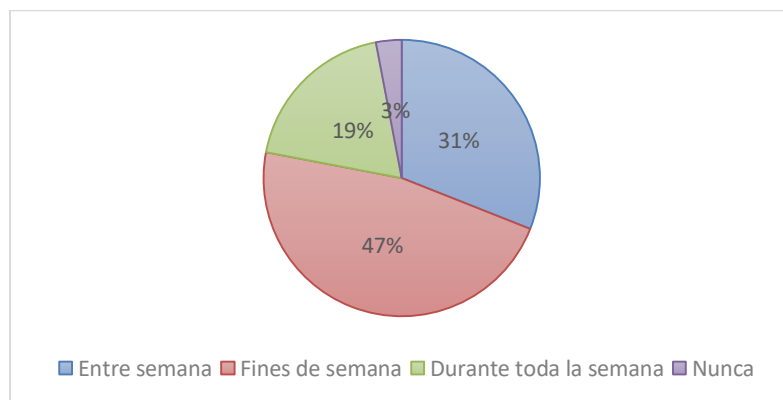
**FIGURA 3. ¿Con qué frecuencia comes en lugares de comida rápida?**



**Fuente:** Elaboración propia

Según los datos obtenidos en base a las encuestas se verifica que el 31% del total prefiere comer en este tipo de locales de comida alguna vez; mientras que el 25% lo hace entre 1 y 2 veces por semana. Demostrando una tendencia a consumir estos alimentos por parte de los ciudadanos.

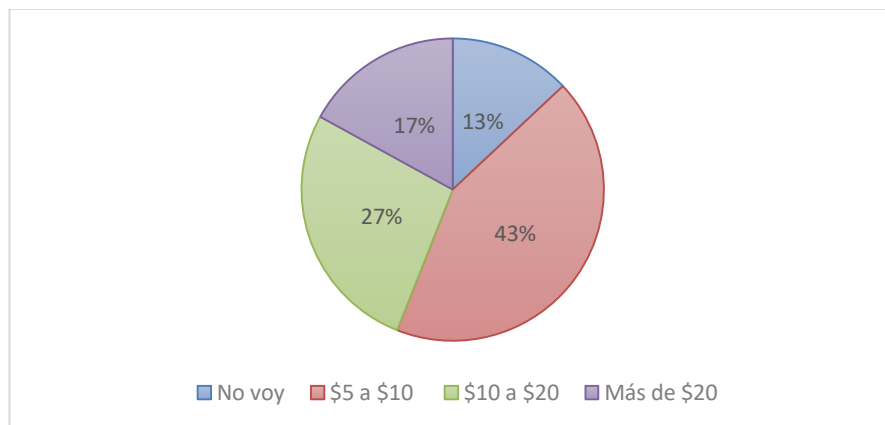
**FIGURA 4. Suelen asistir más frecuentemente a lugares de comida rápida.**



**Fuente:** Elaboración propia

Según las encuestas realizadas a los habitantes, se ha determinado que el 47% de los mismos opta por degustar de este tipo de alimentos los fines de semana; mientras que el 31% decide hacerlo entre semana. Algo muy importante es que solo el 3% dijo que nunca consumiría estos alimentos.

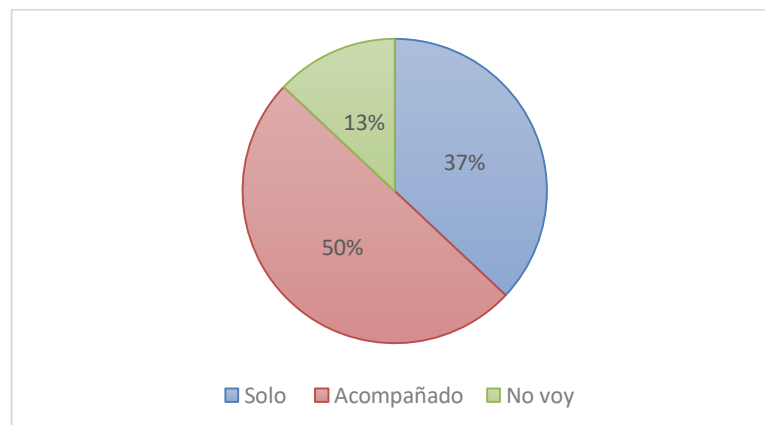
**FIGURA 5. ¿Cuánto sueles gastar por una comida rápida?**



**Fuente:** Elaboración propia

Del total de encuestados se ha verificado que el 43% del total prefiere gastar entre \$5 a \$10 por una comida rápida; que el 27% opta por gastar entre \$10 a \$20; el 17% prefiere consumir más de \$20 en estos alimentos; mientras que solo el 13% no iría.

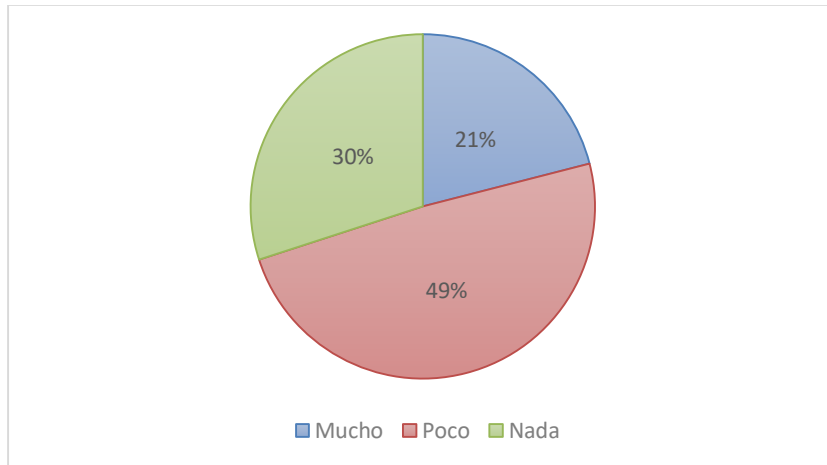
**FIGURA 6. Generalmente acudes a lugares de comida rápida?**



**Fuente:** Elaboración propia

Otra información necesaria para el estudio es determinado en la compañía de las personas; ante ello el 50% de las personas acuden a este tipo de lugares acompañados; el 37% lo hace solo; mientras que tan solo el 13% no va.

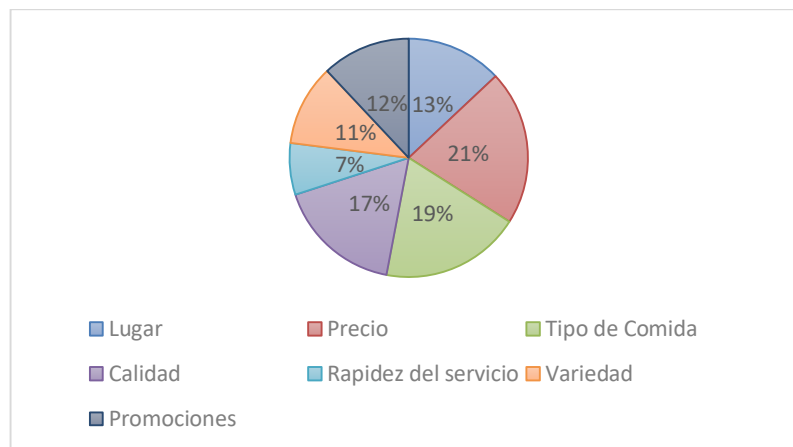
**FIGURA 7. ¿Cambiarías tu establecimiento preferido por una excelente promoción?**



**Fuente:** Elaboración propia

De todos los encuestados se determinó que el 49% de ellos considera muy poco que cambiarían sus establecimientos preferidos de comida rápida por distintas promociones que se presenten en otros locales.

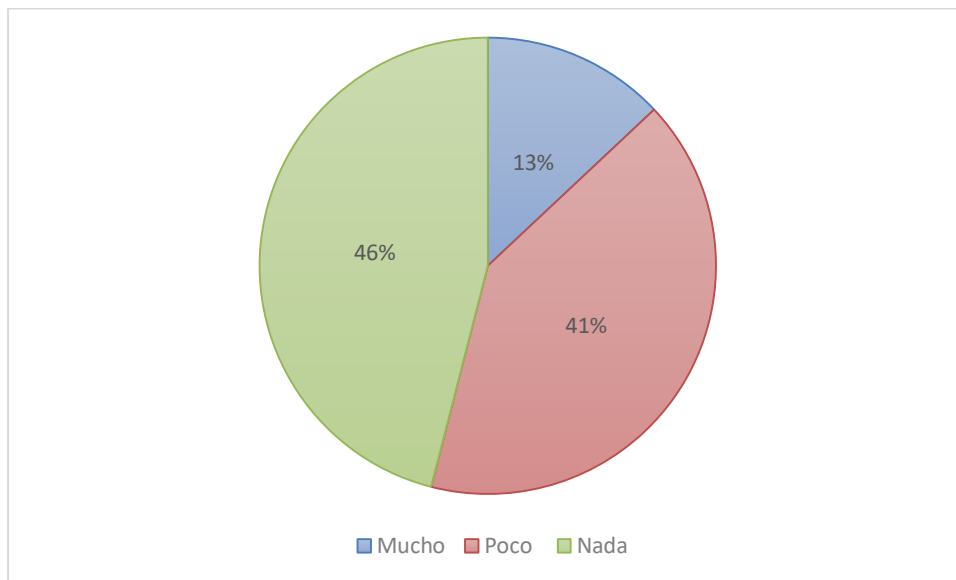
**FIGURA 8. ¿Qué es lo que más valoras al ir a comer a un lugar de comida rápida?**



**Fuente:** Elaboración propia

En el detalle de lo que más valoran las personas para acudir a un establecimiento de comida rápida, se observó que el 21% prefiere el precio para su elección; teniendo muy de cerca la alternativa del tipo de comida con 19%; mientras que con un 17% está la calidad de la comida ofrecida.

**FIGURA 9. ¿Te interesa saber de dónde provienen los alimentos de la comida que ingieres?**



**Fuente:** Elaboración propia

La información recogida mediante las encuestas a la población de la ciudad de Machala, indica en la interrogante respecto a si les interesa de donde provienen los alimentos que ingieren, el 46% no ve necesario esta información, mientras que para el 41% influye poco en el conocimiento de este, y solo el 13% le da mucha importancia.

## 5. CONCLUSIONES

Los productos que se comercializarán tendrán como principal mercado objetivo a las personas que se encuentran dentro de la población económicamente activa (PEA) y que realizan sus actividades dentro del área urbana del cantón Machala en la provincia de El Oro. En función del crecimiento económico local así como también de una mejora sustancial en el nivel de ingresos de la población y sumado a una disminución en los niveles de desempleo, en el mediano plazo se espera que exista un crecimiento de la demanda del servicio que se pretende implementar.

En el estudio de mercado del presente proyecto, el cual se ha realizado en el año 2019, se ha determinado que existe una gran demanda insatisfecha en la ciudad de Machala en lo que respecta al servicio de comidas rápidas. El presente proyecto pretende cubrir en un 10% de toda la demanda insatisfecha existente dentro de este cantón.

La demanda potencial de servicio también es motivo de interés para esta investigación, ya que es necesario conocer el volumen de consumo que se va generando en la semana. Esto se pudo constatar en el análisis de los resultados que arrojaron las encuestas, donde se pudo inferir que, el promedio de lo que cada persona opta por gastar en una comida rápida está mayoritariamente de \$5 a \$10.

En base a los resultados arrojados por las encuestas se ha podido constatar la gran afluencia de gente que acude a este tipo de establecimiento; y su constante consumo durante la semana; además asociado a la compañía con la cual acuden a estos lugares y la preferencia de elección de lugares que tienen.



## BIBLIOGRAFÍA

- Bermúdez, Libia. «Estudio de Factibilidad para un restaurante.» *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 2016.
- Cardenas, Mayra. «Proyecto de Factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Tulcan.» 2016.  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/8740/1/T-UCE-0005-055-2016.pdf>.
- Castillo, Luis, y Joyce Ojito. «Estudio de factibilidad para la apertura de un nuevo punto de venta del restaurante de comidas rápidas “RUFFO BURGER PLACE” en la Localidad Histórica y del Caribe Norte en la ciudad de Cartagena.» 2016.  
<http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/5500/1/TESIS%20LUCO%20Y%20JOISE.pdf>.
- Chavarín, Salvador, Karina Gómez, Gabriela Navarro, Alejandra Quesada, Armida Rodríguez, y Erixander Villarreal. «Estudio de Mercado de Productos Lácteos en el Municipio de Santiago Ixcuintla, Nayarit.» *Revista Mexicana de Agronegocios*, 2013: 205-219.
- Díaz, Patricio, y Aracelis Calzadilla. «Artículos científicos, tipos de investigación y productividad científica en las Ciencias de la Salud.» *Revista Ciencias de la Salud*, 2016: 115-121.
- Espinoza, Efraín, José García, Marcela Jiménez, Tomás Martínez, José Pimentel, y Julio Sánchez. «Caracterización de micro y pequeñas empresas agropecuarias de la región Altos de Chiapas.» *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 2013: 955-962.
- García, José, Arturo Reding, y Juan López. «Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación.» *Investigación en educación medica*, 2013.

- Lago, Juan, Mariola Rodríguez, y Ángel Lamas. «El consumo de comida rápida.» *Línea Perspectivas*, 2011.
- Mirabal, Alberto, y Luis Sigala. «Cadenas de comida rápida: Factores clave en la decisión de consumo.» *Visión Gerencia*, 2013: 173-190.
- Molina, Claudia, Stefany Hidalgo, y Marco Granda. «Estudio de factibilidad de la creación de una microempresa de comidas rápidas, Chone-Ecuador.» *Dominio de las ciencias*, 2016: 379-396.
- Morillo, Marysela, y Nubia Landaeta. «CALIDAD DEL SERVICIO DE COMIDA RÁPIDA A PARTIR DE LA PARTICIPACIÓN DEL EMPLEADO DE VANGUARDIA, MUNICIPIO LIBERTADOR, ESTADO MÉRIDA, VENEZUELA.» *Saber*, 2015: 595-608.
- Rodríguez, Andrés, y Alipio Pérez. «Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento.» *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 2017: 1-26.
- Salazar, Diego, y Camila Burbano. «Análisis de la oferta gastronómica, una perspectiva comercial a través del marketing de servicios: Caso sector La Rumipamba, Pichincha, Ecuador.» *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo.*, 2017: 2-14.
- Torres, María, y César Mora. «E xperiencia de consumo y los n iveles de satisfacción de los usuarios de establecimientos de comida rápida en el municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela.» *Visión Gerencial*, 2017: 43-58.
- Vilaplana, Montse. «Comida rápida: ¿una alternativa a la alimentación convencional?» 2013.