



UNIVERSIDAD CATÓLICA
de Colombia
Vigilada Mineducación

Impacto de la transformación digital en la experiencia del usuario de las franquicias Starbucks, McDonald's, Subway y Kentucky Friend Chicken (KFC) en las ciudades de Bogotá y Miami.

Patricia Bocanegra.

David Toquica.

Astrid Bolaños.

Angela Matoma.

Universidad Católica de Colombia

Docente: Andres Paz Ortega

Facultad de ciencias económicas y administrativas.

Especialización en administración financiera.

Trabajo de síntesis aplicada

Bogotá D.C., Colombia

Noviembre, 2019



Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:

Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.



Sin Obras Derivadas — No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.

Tabla de Contenidos

Capítulo 1 Introducción	1
Capítulo 2 ¿Cuál es el impacto de la transformación digital en la experiencia del usuario de las franquicias Starbucks, McDonal’s, Subway y KFC en las ciudades de Bogotá y Miami? ..	2
Objetivo General.....	2
Objetivos Específicos	3
Capítulo 3	4
Metodología.....	4
¿Cuál es el tipo de Estudio?.....	4
¿Qué variables estudia?	4
¿Qué o quien se estudia?	4
¿En qué contexto se estudia?	4
Capítulo 4	5
Transformación Digital.....	5
Hitos que incentivaron el inicio de la transformación digital en Colombia:	5
Cuarta Revolución Industrial en Colombia	6
Capítulo 5	8
Comparar los usos de herramientas digitales para acceder a los servicios de las franquicias Starbucks, McDonal’s, Subway y KFC y evaluar la tendencia de implementación en Colombia y Estados Unidos.....	8
5.1 Restaurante KFC.....	8



5.1.1 Transformación Digital KFC en Estados Unidos	8	iv
5.1.2 Transformación Digital KFC en Colombia	9	
5.2.3 Tendencias a futuro en transformación Digital en KFC	9	
5.2 Restaurantes Subway	10	
5.2.1 Transformación digital Subway Colombia	10	
5.2.2 Transformación digital Subway EE.UU.	11	
5.2.3 Tendencias a futuro en transformación Digital en Subway	12	
5.3 Starbucks Coffe Company	12	
5.3.1 Transformación Digital en Starbucks Estados Unidos	13	
5.3.2 Transformación Digital en Starbucks en Colombia	14	
5.3.3 Tendencias a futuro en transformación Digital en Starbucks	15	
5.4 Restaurantes McDonald's	15	
5.4.1 Transformación Digital McDonald's en Estados Unidos	16	
5.4.2 Transformación Digital McDonald's en Colombia	17	
5.4.3 Tendencias a futuro en transformación Digital en McDonald's	17	
Capítulo 6 Resultados y Conclusiones.	18	
Referencias	20	

Capítulo 1

Introducción

De acuerdo con cifras del Observatorio de Economía Digital, se estima que en Colombia solo 11,7% de las empresas cuentan con una estrategia digital, 23,1% están pensando en implementarla y tan solo el 15,3% están midiendo los impactos de esta tendencia en sus empresas. En contraste, las empresas de Estados Unidos son líderes en transformación digital ya que encuentran en este medio una forma de mantenerse competitivas en el mercado mediante la expansión, el crecimiento y la eficiencia operativa.

Y teniendo en cuenta este contraste, hemos decidido analizar la experiencia de los usuarios de franquicias que existen en tanto en Estados Unidos como en Colombia, con uso de las herramientas digitales que implementan estos países.

Para ello, antes debemos entender de qué se trata la transformación digital y cuál es la importancia de su implementación. También hablaremos sobre los hechos que han incentivado la transformación digital en Colombia y sobre la cuarta revolución industrial.

Capítulo 2

¿Cuál es el impacto de la transformación digital en la experiencia del usuario de las franquicias Starbucks, McDonal's, Subway y KFC en las ciudades de Bogotá y Miami?

En los últimos años se viene presentando una integración de la tecnología y más en lo digital a los negocios, como parte de la experiencia de los usuarios al momento de adquirir productos y servicios. Desde el año 2016 este tipo de integración se viene denominando la cuarta revolución industrial, y debido a la experiencia que se va a vivenciar en la salida multicultural y de presencia simultánea de algunas empresas en Colombia y EEUU, por tanto, se quiere evidenciar si puede dar diferencias en las experiencias y servicios digitales entre estos dos países ya sea por la maduración del negocio, por el tipo de población o región

2. Comparar los usos de herramientas digitales para acceder a los servicios de las franquicias Starbucks, McDonal's, subway y KFC y evaluar la tendencia de implementación en Colombia y Estados Unidos

Objetivo General

Analizar la experiencia y diferencias en el acceso a los servicios a través de herramientas digitales en las franquicias Starbucks, McDonald's, Subway y Kentucky Friend Chicken – KFC en las ciudades de Bogotá y Miami.



Objetivos Específicos

Objetivo específico 1	Teorías / Conceptos	Métodos / Evidencias	Recursos
Comparar los usos de herramientas digitales para acceder a los servicios de las franquicias Starbucks, McDonal's, subway y KFC.	Las estrategias utilizadas por estas franquicias para llegar al usuario final dependen del tipo de población donde se ubique la franquicia	Artículos, foros, Investigaciones.	Internet, documentales, experiencias, entrevistas
Objetivo específico 2	Teorías / Conceptos	Métodos / Evidencias	Recursos
Evaluar cuál es la tendencia en la implementación de estrategias transformación digital de las franquicias Starbucks, McDonal's, subway y KFC en Colombia vs Estados Unidos.	La adaptabilidad al uso de nuevas tecnologías varía de acuerdo a la edad y al entorno en el cual vive.	Artículos, foros, Investigaciones.	Internet, documentales, experiencias, entrevistas
Objetivo específico 3	Teorías / Conceptos	Métodos / Evidencias	Recursos
Examinar las estrategias que utilizan las franquicias para lograr que los individuos hagan uso las diferentes herramientas digitales para lograr que accedan de forma fácil a sus productos.	El éxito de las empresas al implementar herramientas digitales para llevar sus productos y/o servicios a su usuario está en la facilidad de uso de estas por los usuarios.	Artículos, foros, Investigaciones.	Internet, documentales, experiencias, entrevistas

Capítulo 3

Metodología

¿Cuál es el tipo de Estudio?

Se desarrollará un estudio descriptivo con el fin de evaluar aspectos de la vida cotidiana del ciudadano americano y colombiano y como se ve impactado por la transformación digital al acceder a los servicios de las franquicias Starbucks, McDonal's, Subway y KFC.

¿Qué variables estudia?

- Cuantitativas: Socio Económicas y edades.
- Cualitativas: culturales

¿Qué o quien se estudia?

Se estudiará a los ciudadanos colombianos y estadounidenses de las ciudades de Bogotá, New York y Miami y sus comportamientos frente al uso de herramientas digitales para acceder a los servicios de las franquicias Starbucks, McDonal's, subway y KFC.

¿En qué contexto se estudia?

Teniendo en cuenta la transformación tecnología que se está experimentando de manera rápida a nivel mundial y que está impactando no solo la industria sino a todos los niveles de la sociedad se quiere plantear el presente estudio frente al impacto en la aceptabilidad y adaptabilidad de los ciudadanos de las ciudades de New York, Miami y Bogotá y su impacto en la cotidianidad

Capítulo 4

Transformación Digital

El cambio asociado con la aplicación de tecnología en todos los aspectos de la sociedad humana. La transformación digital es un proceso el cual las empresas incorporan novedades tecnológicas en sus métodos de trabajo y estrategias, de forma tal que se beneficien con estos avances tecnológicos y mejoren su producción mediante una constante actualización.

Hitos que incentivaron el inicio de la transformación digital en Colombia:

- En 1993 con la ley 37 se aprueba la llegada de la telefonía móvil adjudicando a cinco empresas las primeras concesiones por un valor global de 1.200 millones de dólares.
- A finales de 1.998 se abre el mercado de las comunicaciones de larga distancia adjudicándose a ETB y Orbitel
- En el 2006 el ministerio de Comunicaciones otorga licencia para el tercer operador móvil el cual nace de la unión de ETB Y EPM el cual en 2007 sería vendido a TIGO- OLA.
- En 2009 con la entrada de medios, redes y servicios de Hardware y Software, nace la necesidad de ampliar el alcance del ministerio de comunicaciones y se renombra como “Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones (MinTIC).

- Durante este mismo periodo se adjudican las redes 3.5G lo cual permitió la llegada de los Smartphone, las video llamadas, el streaming de audio y video y la televisión digital terrestre.
 - Adicional a esto se establecen las políticas para el uso del dominio .co permitiendo su comercialización.
 - En el 2010 el nuevo ministro de las MinTIC incentiva la creación de aplicaciones móviles principalmente para la banca para lo cual se destinaron 5,5 billones de pesos para incentivar el programa “vive Digital”.
 - En el 2011 se aprueba la portabilidad del número de celular.
 - En agosto de 2017 se crea el cargo de Viceministro de Economía Digital con el objetivo de incentivar la inversión extranjera en el sector con el fin de crear productos y servicios industriales creativos y fomentar el comercio electrónico.
- (Jiménez)

Cuarta Revolución Industrial en Colombia

La transformación digital ha cambiado la forma de hacer negocios, el surgimiento de la Economía Digital no se trata solo de cómo mejorar las organizaciones mediante el uso de las tecnologías sino como se puede impactar el mercado y sociedad.

El impacto de la transformación digital en Colombia ha dado sus primeros frutos al haber sido escogida la ciudad de Medellín como una de las ciudades más innovadoras del hemisferio, por lo cual fue elegida por el Centro general de la Red de Centros para la

Cuarta Revolución Industrial como una de las sedes del primer centro para la cuarta revolución Industrial. (Constain)

En Colombia se evidencia que el 18% de las empresas creen firmemente que van a impactar con la transformación digital, en lugar de verse impactados y un 94% cree que tendrá obstáculos para lograr cumplir con las exigencias de sus clientes en un periodo de 5 años; Además el 37% teme que su compañía se quede atrás de la curva de la transformación Digital. (Perilla).

Colombia es hoy un país donde el emprendimiento y la innovación son la pauta para el desarrollo y crecimiento económico del país en esta llamada cuarta revolución Industrial. Congresos, seminarios, cumbres y foros impulsan a inversionistas para que se unan a este enfoque laboral y la creación de ideas de negocio y emprendimientos.

Una idea de negocio exitosa que brinda menos riesgo, mayor garantía de éxito, respaldo, acompañamiento, seguridad e innovación es el modelo de franquicias en Colombia, modelo en el que se cede a un tercero procesos estandarizados de una marca para su uso comercial, lo cual genera seguridad en una opción en la cual invertir para asegurar rentabilidad.

Ahora bien, quienes quieran iniciar un negocio a través de un modelo de franquicia deben, como en todo proyecto de vida, sentir pasión por el tipo de producto o servicio que piensan franquiciar. (KienyKe, 2019)

Capítulo 5

Comparar los usos de herramientas digitales para acceder a los servicios de las franquicias Starbucks, McDonal's, Subway y KFC y evaluar la tendencia de implementación en Colombia y Estados Unidos

5.1 Restaurante KFC

KFC, también conocido como Kentucky Fried Chicken, es una cadena de restaurantes de comida rápida especializada en pollo frito, que pertenece al grupo Yum! Brands. Cuenta con más de 18.000 restaurantes en 120 países y se encuentra en la segunda posición a nivel de negocios, por detrás de McDonald's. (Wikipedia, s.f.)

5.1.1 Transformación Digital KFC en Estados Unidos

La inversión en tecnología para cambiar y mejorar la experiencia de los clientes en Estados Unidos incorpora recursos como Kioscos de autoatención para tomar las órdenes y dispensadores de bebidas digital.

Los quioscos de autoatención les permiten a los consumidores ordenar de forma rápida por medio de pantallas táctiles, después realizan el pago y retiran su orden en tiempos más cortos, evitando así hacer filas.

Los locales también ofrecen Wifi, autoservicio, dispensadores de bebidas digitales y servicio a domicilio por medio de Apps.

5.1.2 Transformación Digital KFC en Colombia

La transformación digital de la franquicia en Colombia crece un poco más lento. La experiencia de los consumidores se basa en hacer una fila, decir la orden al cajero pagar y esperar que llamen su turno para recoger el pedido. Existen apps de domicilios en las que pides y pagas la orden desde tu celular, pero estos por lo general aumentan el tiempo de espera, ya sea para recibir el domicilio o para recoger la orden.

5.2.3 Tendencias a futuro en transformación Digital en KFC

KFC buscará popularizar los sistemas de suscripción de alimentos como una gran opción para reforzar la fidelidad de los consumidores. La implementación de estrategias de transformación digital de KFC en EEUU también se enfoca en atacar un público joven, que tiende a compartir en redes sociales todo lo que se ve raro, novedoso e incluso extravagante. En este sentido, una forma de generar publicidad es inventando platos extraños para generar conversaciones en redes sociales por medio de hashtags. Prueba de ellos es un menú por tiempo limitado en el cual se combinaba Donuts glaseadas con pollo frito esto en forma de Sandwich. Este menú generó discusiones a favor y en contra en redes sociales. Lo que llamaba la atención de más público que quería saborear y hacer parte del debate sobre el nuevo menú.

5.2 Restaurantes Subway

Subway IP Inc. es una cadena de restaurantes de comida rápida estadounidense especializada en la elaboración de sándwich submarino y bocadillos, ensaladas y pizza por ración. Su sede central se encuentra en Milford. Se encuentra en la tercera posición a nivel de negocios, por detrás de McDonald's y KFC.

Actualmente, la marca SUBWAY® es la mayor cadena de sándwiches tipo submarino del mundo con más de 40,000 ubicaciones en todo el mundo. Se ha convertido en la opción líder para las personas que buscan comidas nutritivas y rápidas que pueda disfrutar toda la familia. Fred ha tenido una visión clara para el futuro de la marca SUBWAY® desde el principio.

5.2.1 Transformación digital Subway Colombia

La innovación constante ha sido uno de los principales pilares de la cadena estadounidense Subway para mantenerse vigente en el mercado colombiano. Para este año, se enfoca en crear nuevas líneas de producto “a la colombiana”.

Esta estrategia se ve reflejada en un proyecto que se denomina ‘Fresh Now’, que ya tiene una tienda en Cali, la compañía espera tener alrededor de 25 tiendas por este nuevo concepto para final de año. (Montes, 2019)

5.2.2 Transformación digital Subway EE.UU.

Comenzando por los EE.UU. y paso a paso en todo el mundo, la cadena de restaurantes está desarrollando el diseño Fresh Forward de Subway, innovando para mejorar la experiencia del cliente. El nuevo concepto crea un espacio de restaurante distintivo y acogedor que mejora la experiencia del cliente en torno a sus frescos ingredientes. La paleta de colores vivos se inspira también en la frescura de los vegetales.

Esta es la nueva receta de Subway para ordenar tu sándwich digital empezando por EEUU la cadena de restaurantes de comida rápida, anunció su nuevo concepto: Fresh Forward, con el que buscan digitalizar su menú y transformar la experiencia de compra de sus clientes.

Fresh Forward será un programa que implementará tablets desde donde el consumidor podrá ordenar, en menos de un minuto, el tipo de pan, los vegetales, la proteína, el queso, sin necesidad hacer filas y pagar por medio del dispositivo ingresando el número de tarjeta o deslizándose por el lector.

Esta nueva forma de ordenar no le dará prioridad a los usuarios tecnológicos vs los que prefieren la compra por mostrador, así como también aprovecharán su compatibilidad con distintos métodos de pagos PayPal ha lanzado Paydiant.

5.2.3 Tendencias a futuro en transformación Digital en Subway

La clave de su éxito es un producto único que ofrece una alternativa a la comida rápida tradicional: elaborados en el momento delante cliente, a su gusto, con 5 tipos de pan que se hornean a diario en el propio restaurante y una amplia variedad de ingredientes a elegir, que permiten realizar más de dos millones de los secretos del éxito de Subway® es su modelo de expansión.

El uso de nuevas tecnologías para prestar un servicio diferente ha sido en los últimos años, uno de los elementos más importantes cuando de posicionamiento de restaurantes se trata. La aparición de aplicaciones y la implementación de dispositivos digitales que ayudan a optimizar la velocidad de atención y entrega de productos, ha impulsado una transformación en la forma en la que este gremio ofrece atención a sus clientes.

5.3 Starbucks Coffe Company

Es una compañía tipo franquicia dedicada a la comercialización de cafés preparados, bebidas calientes, bocadillos y productos tales como tazas, termos y café en grano.

Fundada en Seattle, Washington en 1987 y se incorporó a la Bolsa de Valores en el 26 de junio de 1992; es considerada la compañía de café más grande del mundo con más

de 24.000 tiendas en 70 países. La primera tienda que se abrió de manera internacional fue en Tokio en 1996. (Wikipedia, s.f.)

5.3.1 Transformación Digital en Starbucks Estados Unidos

Starbucks tiene actualmente contratado como director de Operaciones a Kevin Johnson quien antiguamente trabajo en empresas de tecnología como lo son Microsoft e IBM y dada su trayectoria en este tipo de compañías ha orientado sus estrategias a mejorar e implementar la experiencia Móvil y Digital en Starbucks.

Aplicación para móviles de Starbucks

Su aplicación es compatible con iOS y Android, en la cual permite a sus clientes realizar las siguientes acciones:

- Localizar la tienda más cercana a su ubicación junto con sus horarios
- Consulta del menú
- Crear sus propias bebidas y compartirlas con amigos
- Guardar la localización de sus tiendas favoritas
- Pagar sus productos haciendo uso de códigos de barras
- Programa de fidelización llamado My Starbucks Rewards que recompensa

los pagos por la aplicación con estrellas que se pueden cambiar por productos.

Cifras sobre la aplicación:

- Actualmente esta aplicación cuenta con 13 millones de usuarios
- Starbucks procesa unos 7 millones de transacciones móviles a la semana

- Alrededor del 16% de las transacciones que tiene Starbucks que se tienen en las tiendas de los Estados Unidos provienen de dispositivos móviles. (Taylor, 2019) (Rodríguez, s.f.)

5.3.2 Transformación Digital en Starbucks en Colombia

La primera tienda de Starbucks llegó a Colombia en el año 2014 en la ciudad de Bogotá y con una estrategia de entrada al mercado que no se había visto en ninguna tienda de otros países y es la utilización únicamente de café nacional, esto como estrategia para dar un impacto frente a la su competencia directa “Juan Valdez”.

Mas sin embargo para inferir el uso de herramientas digitales para acceder a los productos de Starbucks se realizó una visita a la tienda del Centro Comercial Gran Estación y en este momento la aplicación de Starbucks no ha sido implementada en Colombia, la única herramienta digital que manejan actualmente para acceder a sus servicios es por medio de la APP Rappi.

Si bien no se cuenta con la app propia para acceder a los servicios directamente con Starbucks si está disponible la app llamada “Secret Menu for Starbucks” en la cual se puede ver un catálogo de las bebidas más populares de la compañía.

5.3.3 Tendencias a futuro en transformación Digital en Starbucks

Lo que se pretende a futuro es que Starbucks se convierta en una de las grandes compañías que implementan los pagos móviles entrando a competir con Apple, PayPal, Google y Square.

5.4 Restaurantes McDonald's

McDonald's "Los orígenes de la archiconocida cadena de hamburgueserías McDonald's se remontan a 1948, año en el que los hermanos Richard y Maurice McDonald inauguraron su primer restaurante en San Bernardino (California). Ya en la década de los 60, Ray A. Kroc, el mismo que en 1955 abriera el primer restaurante bajo licencia McDonald's, adquirió la totalidad del negocio y creó el sistema de franquicias. En 1967, con la apertura del primer restaurante en Canadá, la compañía comenzó una expansión internacional que solo cuatro años después la llevaría a países tan dispares como Japón, la República Federal de Alemania o Australia y más tarde a todo el mundo la cual es una cadena con más de 100 años de creación y con presencia en 120 países con más de 37.855 restaurantes entre propios y franquiciados para 2018. (Diaz, 2019)

5.4.1 Transformación Digital McDonald's en Estados Unidos

Para el caso de McDonald's se evidencia según lo investigado una gran diferencia entre las herramientas digitales que ofrece en EEUU y Colombia ya que para EEUU donde se encuentra su casa matriz actualmente ofrece Mobile Order & Pay que ofrece estos servicios:

- Usar la App para elegir los productos favoritos de McDonald's, ya sea a la carta o cómo meal.
- escoge las ofertas disponibles y paga con tarjeta de pago registrada. la tarjeta de pago no será cargada hasta que se registre en el restaurante, lo cual se puede hacer en cualquier restaurante McDonald's
- Recoger la comida como se prefiera: Se lleva cera al auto o llévatela por el Drive Thru.

Lo anterior ofrece una experiencia completamente digital desde la selección del producto hasta la entrega del mismo.

Otra alternativa completamente digital y que encamina a la adquisición del producto de manera digital es por McDelivery® con Uber Eats "Ordena McDelivery con Uber Eats con \$0 tarifa de entrega"3 esta última que por la alianza con una empresa de Delivery completamente digital y sin costo adicional de envío permite adquirir los productos a un valor muy similar a los de la tienda física.

5.4.2 Transformación Digital McDonald's en Colombia

Para el caso Colombia ofrece la app donde se puede adquirir descuentos y promociones en productos de temporada o por días específicos que se deben canjear en las tiendas físicas el cual no es completamente una experiencia digital al momento de adquirir el servicio y que también se ofrece en EEUU.

5.4.3 Tendencias a futuro en transformación Digital en McDonald's

En cuanto a las tendencias de implementación de herramientas digitales para McDonald's en estos dos países va por caminos distintos ya que en tanto en EEUU:

- La marca está probando un software de asistente virtual que atiende a quienes hacen su pedido desde un carro y además, dentro del restaurante, hay una freidora robótica capaz de entregar hechos pollo, pescado y papas fritas. Pruebas que pretenden reducir los tiempos de espera de los clientes
- En Colombia están trabajando con almuerzos colombianos que en lo cual fundamenta que para el mercado colombiano aún no es atractivo o no se está encaminando a una experiencia completamente digital y que para el caso de la región de Latinoamérica no se comporta de la misma manera ya que para Argentina y Brasil no se está haciendo líneas de productos locales si no se están implementando tableros digitales que toman los pedidos. (Dinero, 2019)

Capítulo 6

Resultados y Conclusiones.

Se realiza la siguiente tabla comparativa entre las compañías de estudio con el objetivo de sintetizar el impacto de la transformación digital por compañía y País.

País/ Franquicia	KFC	Subway	Starbucks	McDonal's
Colombia	No maneja APP	No maneja APP	No maneja APP	Tiene App para adquirir promociones y descuentos.
Estados Unidos	App con opciones de adquirir servicios y acumular puntos	App con opciones de adquirir servicios y acumular puntos	App con opciones de adquirir servicios y acumular puntos	App con opciones de adquirir servicios, promociones descuentos.

Por tanto se puede inferir que la tendencia en EEUU es integrar tecnologías y servicios completamente digitales para reducir el tiempo de espera de entrega del producto y dando nuevas experiencias a los clientes que en su mayoría se puede identificar como usuarios digitales; Para Colombia todavía impera la experiencia presencial como un estilo de vida, calidad del servicio, producto y es una conducta netamente del país por lo que ya se había mencionado no es la tendencia general de la región Latinoamérica.

Algunas de las causales para que los usuarios tengan resistencia al cambio del uso de herramientas digitales está marcada por la garantía de seguridad que pueda ofrecer el comercio, mitos sobre los costos del uso de herramientas digitales y el habito de visitar los

comercios para adquirir sus productos; todos estos factores aun obstaculizan que compañías tales como las estudiadas tengan dificultades para implementar sus herramientas digitales en nuestro país, y tengan que orientar sus estrategias a otro tipo de servicios y experiencias más hacia lo presencial que a lo digital.

Referencias

- Constain, S. (s.f.). Colombia en la cuarta revolución industrial. *Computerworld*.
- Diaz, A. (2019). *Statista*. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/634563/numero-de-restaurantes-mcdonald-s-en-todo-el-mundo/>
- Dinero. (26 de Junio de 2019). *Dinero*. Obtenido de <https://www.dinero.com/tecnologia/articulo/ruta-de-mcdonalds-para-no-perder-consumidores-del-futuro/273704>
- Jiménez, L. G. (s.f.). Principales Hitos de Políticas TIC. *Computerworld*.
- KienyKe. (23 de Septiembre de 2019). *KienyKe*. Obtenido de <https://www.kienyke.com/emprendimiento/ideas-de-negocio-innovadora-con-25-de-rentabilidad>
- Montes, S. (23 de Julio de 2019). *La República* . Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/subway-abrira-25-tiendas-del-formato-fresh-now-este-ano-y-crecera-15-2887622>
- Perilla, M. (s.f.). Colombia, Quinto país con mayor madurez digital. *Computerworld*.
- Rodríguez, M. (s.f.). *Euroresidentes*. Obtenido de <https://www.euroresidentes.com/tecnologia/noticias-internet/starbucks-se-esta-transformando-en-una>
- Taylor, K. (04 de Julio de 2019). *Bussiness Insider*. Obtenido de <https://www.businessinsider.es/revolucionario-laboratorio-innovacion-starbucks-445753>



Wikipedia. (s.f.). Obtenido de Kentucky Fried Chicken:

https://es.wikipedia.org/wiki/Kentucky_Fried_Chicken

Wikipedia. (s.f.). *Wikipedia*. Obtenido de Starbucks:

https://es.wikipedia.org/wiki/Starbucks#Programa_de_recompensas