



**Influencia de la Tecnología en la Captación de Clientes en emprendimientos
Corresponsales no Bancarios de Chongón-Mucho Lote.**

Autor: Lcda. Denisse Alexandra Morante Galarza

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Dirección de Posgrado, Cooperación y
Relaciones Internacionales. Trabajo de Titulación, presentado como requisito para la
obtención del grado de Magíster en Administración de Empresas con mención en
Innovación Empresarial y Emprendimiento.**

Tutor: Ing. Carlos Alberto Velasco Delgado, Mg.

Manabí-Ecuador

19 de mayo de 2026.

Influencia de la Tecnología en la Captación de Clientes en Emprendimientos Corresponsales no Bancario de Chongón-Mucho Lote

Influence of Technology on Customer Acquisition in Non-Bank Correspondent Businesses in Chongón-Mucho Lote

Lcda. Denisse Alexandra Morante Galarza

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

denisse.morante@pg.ulead.edu.ec

ORCID: 0009-0000-1550-1770

Código clasificación JEL: G20, G21, G23, O33, O16

RESUMEN

En el presente artículo se analiza la relación entre la tecnología y el proceso de captación de clientes en los emprendimientos corresponsales no bancarios (CNB) ubicados en la parroquia Chongón y el sector Mucho Lote, del cantón Guayaquil, Ecuador. El estudio adoptó un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal y alcance correlacional. Se estructuraron tres dimensiones tecnológicas —disponibilidad del sistema, rapidez de las transacciones y seguridad— en correspondencia con tres dimensiones de captación: atracción de clientes, frecuencia de uso y recomendación del servicio. Los datos fueron recolectados mediante encuesta con escala Likert aplicada a 50 propietarios y/u operadores de CNB afiliados a los programas Banco del Barrio y Mi Vecino. La confiabilidad del instrumento se verificó con el coeficiente Alfa de Cronbach ($\alpha = 0,909$). El procesamiento estadístico se efectuó en SPSS/26 mediante el coeficiente Rho de Spearman. Los resultados confirmaron las cuatro hipótesis planteadas: la hipótesis general registró $r_s = 0,654$ ($p = 0,000$), constituyendo una correlación positiva buena; la relación seguridad–recomendación del servicio presentó el valor más elevado ($r_s = 0,742$, $p = 0,000$), seguida de rapidez–frecuencia de uso ($r_s = 0,568$, $p = 0,000$) y disponibilidad–atracción de clientes ($r_s = 0,286$, $p = 0,044$). El marco teórico y la experiencia de los operadores revela que la seguridad transaccional constituye el predictor con mayor peso en la recomendación espontánea del servicio en entornos periurbanos, lo que tiene implicaciones directas para el diseño de estrategias de inclusión financiera y la gestión tecnológica de los bancos patrocinadores.

Palabras Claves: Tecnología, Captación de clientes, Corresponsales no bancarios, Servicios financieros digitales, Inclusión financiera.

ABSTRACT

This article analyzes the relationship between technology and the customer acquisition process in non-bank correspondent (NBC) businesses located in the Chongón parish and the Mucho Lote district of Guayaquil, Ecuador. A quantitative, non-experimental, cross-sectional, and correlational design was applied. Three technological dimensions —system availability, transaction speed, and security— were mapped against three customer acquisition dimensions: customer attraction, frequency of use, and service recommendation. Data were collected through a Likert-scale questionnaire administered to 50 NBC owners and/or operators affiliated with the Banco del Barrio and Mi Vecino programs. Instrument reliability was verified with Cronbach's Alpha ($\alpha = 0.909$). Statistical analysis was conducted in SPSS/26 using Spearman's Rho. Results confirmed all four hypotheses: the general hypothesis yielded $r_s = 0.654$ ($p = 0.000$), indicating a good positive correlation; the security–service recommendation relationship presented the highest value ($r_s = 0.742$, $p = 0.000$), followed by speed–frequency of use ($r_s = 0.568$, $p = 0.000$) and availability–customer attraction ($r_s = 0.286$, $p = 0.044$). Triangulation of the empirical findings, the theoretical framework, and operator field experience reveals that transactional security constitutes the strongest predictor of spontaneous service recommendation in peri-urban settings, with direct implications for financial inclusion strategy design and the technological management of sponsoring banks.

Keywords: Technology, Customer acquisition, non-bank correspondents, Digital financial services, financial inclusion.

INTRODUCCIÓN

La tecnología financiera ha transformado progresivamente el acceso a los servicios bancarios, facilitando la vida de millones de personas que antes dependían exclusivamente de la presencia física de una institución financiera. Sin embargo, esta transformación no ha alcanzado de manera uniforme a todos los sectores de la población. En América Latina y el Caribe, la inclusión financiera ha registrado avances importantes en los últimos años; sin embargo, la mitad de la población adulta aún no accede al sistema financiero, y persisten disparidades significativas entre países y dentro de ellos, siendo los altos costos operacionales frente a los bajos márgenes de los segmentos excluidos uno de los principales obstáculos para un mayor progreso. Frente a esta realidad, la tecnología se ha posicionado como el principal facilitador de modelos alternativos de atención financiera dirigidos a comunidades que históricamente han permanecido al margen del sistema bancario convencional.

Uno de estos modelos es el corresponsal no bancario (CNB), que puede definirse como un servicio financiero ofrecido por un emprendimiento comercial privado —una tienda, farmacia, ferretería u otro negocio ya establecido— mediante un convenio con una institución financiera y el uso de dispositivos tecnológicos como terminales punto de venta (POS). En Ecuador, los programas más representativos de este modelo son Banco del Barrio, operado por el Banco de Guayaquil, y Mi Vecino, operado por el Banco Pichincha. Barriga et al. (2024) señalan que “los corresponsales no bancarios representan una innovación en el sector financiero, actuando como agentes de cambio que pueden alterar la dinámica tradicional de acceso a servicios financieros, destacando que la accesibilidad y la confianza son factores clave que impulsan a los nuevos usuarios a utilizar estos servicios” (p. 113). En la práctica, este modelo permite al propietario del negocio obtener ingresos adicionales mediante comisiones, mientras amplía la cobertura financiera hacia sectores donde la banca formal no tiene presencia suficiente.

La preferencia por estos puntos de atención responde a una realidad concreta: a pesar de la existencia de medios digitales de pago, una parte importante de los usuarios sigue prefiriendo realizar sus transacciones en efectivo, ya sea para retiros, pagos de servicios o transferencias directas desde estos puntos bancarios. Yataco Paredes et al. (2024) confirman esta perspectiva al señalar que “la tecnología financiera no solo transforma el funcionamiento de las instituciones, sino que también incide directamente en la manera en que los clientes perciben la calidad del servicio, lo cual es fundamental para su adopción y uso continuo” (p.

3). Esta coexistencia entre lo digital y lo presencial sostiene la relevancia de los CNB como canal financiero físico en contextos donde la digitalización plena aún no es una realidad accesible para todos.

En Ecuador, el crecimiento de este modelo ha sido constante y significativo. De acuerdo con el Informe de Resultados de Inclusión Financiera del Banco Central del Ecuador (BCE, 2023), al cierre del cuarto trimestre de 2023 el país contaba con 40.236 corresponsales no bancarios como puntos de atención, cifra que representa un crecimiento del 3,0% respecto al trimestre anterior, con una tasa de inclusión financiera del 83,6% sobre la población adulta (p. 3, párr. 2). La provincia del Guayas concentra el mayor número de estos puntos a nivel nacional, lo que refleja tanto la demanda existente como la expansión sostenida del modelo en zonas urbanas y periurbanas de la región.

En la parroquia Chongón y el sector Mucho Lote, ubicados en la zona periurbana del cantón Guayaquil, los CNB constituyen una alternativa concreta para que la población acceda a servicios financieros sin necesidad de desplazarse hacia el casco urbano. Sin embargo, estas zonas presentan condiciones tecnológicas particulares que inciden directamente en la operatividad de estos emprendimientos. Mientras que Mucho Lote cuenta actualmente con una conectividad más estable, Chongón enfrenta apagones frecuentes derivados del deterioro de su infraestructura eléctrica, situación que se agrava por el daño que la vegetación genera en los postes de la zona rural. Cuando el sistema tecnológico falla o se interrumpe el suministro eléctrico, los equipos POS quedan inhabilitados y el servicio CNB no puede prestarse, afectando directamente la experiencia del usuario y su decisión de regresar al establecimiento. Velásquez-Tapia (2023) señala que “los corresponsales no bancarios funcionan con el apoyo, patrocinio y en representación de las entidades financieras legalmente reconocidas, lo que significa que la disponibilidad del sistema no depende del operador local, sino de la infraestructura tecnológica del banco patrocinador, generando una dependencia crítica que afecta toda la operación del establecimiento” (p. 62).

A pesar de la creciente presencia y utilidad de los CNB en estas zonas, la relación entre la tecnología y la captación de clientes en estos establecimientos no ha sido objeto de estudio científico en el contexto local, lo que genera un vacío de conocimiento que la presente investigación busca atender. En este marco, se plantea como hipótesis general que existe una relación positiva y significativa entre la tecnología y la captación de clientes en los emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón y Mucho Lote.

PROBLEMAS DE LA INVESTIGACIÓN

Problema General

¿De qué manera influye la tecnología en la captación de clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón-Mucho Lote?

Problemas específicos

- ¿Cómo influye la disponibilidad del sistema tecnológico en la atracción de clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote?
- ¿De qué manera la rapidez de las transacciones influye en la frecuencia de uso de los clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote?
- ¿Cómo influye la seguridad de las transacciones en la recomendación del servicio en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Analizar la influencia de la tecnología en la captación de clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote.

Objetivos específicos

- Determinar la influencia de la disponibilidad del sistema tecnológico en la atracción de clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote.
- Evaluar la influencia de la rapidez de las transacciones en la frecuencia de uso de los clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote.
- Analizar la influencia de la seguridad de las transacciones en la recomendación del servicio en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote.

REVISIÓN LITERARIA

La revisión de la literatura se articula a partir del modelo teórico que sustenta la investigación: la tecnología —operacionalizada en tres dimensiones: disponibilidad del sistema, rapidez de las transacciones y seguridad— como variable independiente que incide sobre la captación de clientes —compuesta por atracción, frecuencia de uso y recomendación— en el contexto específico de los CNB periurbanos. Los trabajos revisados ofrecen el marco

conceptual y evidencia empírica comparada que permitirán, más adelante, triangular con los hallazgos propios del estudio.

Tecnología

La tecnología constituye el motor operativo de los corresponsales no bancarios: sin ella, estos emprendimientos no pueden prestar ninguno de los servicios financieros para los que se habilitaron. En el ámbito financiero, la tecnología se refiere a los canales digitales, dispositivos y plataformas que permiten realizar operaciones bancarias de manera accesible tanto al usuario final como al operador que provee el servicio. Yataco Paredes et al. (2024), señalan que la tecnología financiera no solo transforma el funcionamiento de las instituciones, sino que incide directamente en la percepción de calidad por parte del cliente, condición determinante para su adopción y uso continuo (p. 3). Ordóñez-Granda et al. (2020), reconocen que el sistema financiero latinoamericano diseñó el modelo CNB precisamente como respuesta a las brechas de acceso en segmentos donde la banca tradicional no resulta rentable (p. 206).

Disponibilidad de Sistema Tecnológico.

La disponibilidad del sistema tecnológico se refiere a la capacidad de la plataforma digital para funcionar ininterrumpidamente y de manera constante, durante la ventana de atención del establecimiento. Cuando el sistema de un CNB falla, no podrá proporcionar sus servicios de ninguna manera. Además, las transacciones que quedan en estado de procesamiento pueden presentar errores, generando desconfianza en los usuarios en relación con la seguridad de sus operaciones. Velásquez-Tapia (2023) precisa que los corresponsales no bancarios funcionan con el apoyo, patrocinio y en representación de las entidades financieras legalmente reconocidas en Ecuador, lo que significa que la disponibilidad del sistema no depende del operador local, sino de la infraestructura tecnológica del banco patrocinador, generando una complicación crítica que afecta toda la operación del establecimiento (p. 62). Muñiz-Jaime et al. (2021) complementan este planteamiento al señalar que para que un establecimiento funcione como CNB es necesaria la permanencia y disponibilidad de atención, con la finalidad de mitigar el riesgo de no garantía de sustentabilidad de las operaciones del corresponsal (p. 311), confirmando que la continuidad del sistema es un prerrequisito esencial para atraer y retener clientes.

Rapidez en las Transacciones.

La rapidez de las transacciones se entiende como la velocidad con que el sistema tecnológico procesa y valida cada operación financiera, disminuyendo el tiempo de espera del cliente y creando una experiencia eficiente en el punto de servicio. En los CNB de Chongón y Mucho Lote esta dimensión adquiere una connotación particular: aunque los usuarios están dispuestos a esperar, la lentitud del sistema los inquieta principalmente por razones de seguridad personal, dado que permanecer más tiempo del necesario en estos sectores los expone a riesgos de robo. Este hallazgo, recogido directamente de los operadores durante el trabajo de campo, evidencia que la rapidez transaccional no responde únicamente a una expectativa de comodidad sino a una necesidad concreta de seguridad del entorno físico donde opera el CNB. Paredes-Malla et al. (2022) respaldan esta perspectiva al demostrar que la tecnología disponible en los CNB permitió a sus operadores ampliar la cobertura geográfica e incrementar las captaciones, concluyendo que un sistema con mayor cobertura y alcance genera más rapidez y accesibilidad en las transacciones, con un efecto directo y medible sobre el número de clientes atraídos al negocio (p. 682). En la misma línea, Yataco Paredes et al. (2024) concluyen que cuando las plataformas digitales no cumplen las expectativas de facilidad de uso, se genera insatisfacción en los clientes bancarios que impacta directamente en su decisión de regresar o recomendar el servicio (p. 890).

Seguridad en las Transacciones.

La seguridad de las transacciones comprende el conjunto de mecanismos, protocolos y percepciones que garantizan que las operaciones financieras se ejecuten de forma confiable, íntegra y libre de errores o fraudes. En los CNB esta dimensión incluye la confianza del usuario en el sistema, la integridad de las operaciones realizadas y la reducción de errores en el proceso transaccional como base de la relación comercial entre el establecimiento y su clientela. Zárata Urgell et al. (2023) señalan que las entidades financieras son las organizaciones que más recursos destinan a seguridad, precisamente porque los grupos de ciber atacantes concentran sus esfuerzos en la captura de datos y activos de estas instituciones. Los autores concluyen que la seguridad en estos sistemas debe ser reactiva y no pasiva, dado que cualquier brecha compromete simultáneamente a la institución financiera y a los usuarios finales que operan a través de sus canales (pp. 3403-3404). Lévy Mangin et al. (2020) refuerzan esta perspectiva al demostrar mediante un modelo estructural que la confianza del usuario se construye a partir de la seguridad percibida del sistema, la utilidad del servicio y la competencia de la entidad

financiera, estableciendo un vínculo teórico robusto entre seguridad percibida, confianza del cliente y experiencia de uso (párr. 1).

La seguridad transaccional ha sido ampliamente estudiada en la banca digital remota. En los CNB, sin embargo, la percepción de seguridad incorpora un actor adicional —el propietario del local— cuya conducta, confiabilidad y manejo del dispositivo inciden directamente en la evaluación que el usuario construye sobre la seguridad de la operación.

Atracción de Clientes.

Atraer clientes es la primera fase del proceso de captación, mediante el cual un negocio logra despertar el interés de usuarios potenciales y motivar su primer acercamiento al producto o servicio ofertado. Este momento no ocurre de manera espontánea; depende, en buena medida, de cuán bien la organización comprende a quién se dirige y qué condiciones debe reunir la oferta para resultar relevante. En su aporte investigativo Paredes-Malla et al. (2022) encontraron que "la afluencia de clientes a su local ha incrementado desde que empezó el uso del servicio de CNB, sin tomar en cuenta a que banco pertenezcan, mismos que son utilizados por los clientes en un 62% realizando diferentes transacciones como depósitos, retiros, cobros de remesas, etc." (p. 690), corroborando que la operatividad tecnológica del punto de servicio tiene un efecto directo y medible en la atracción de nuevos usuarios. Barriga et al. (2024) señala que, "los corresponsales no bancarios representan una innovación en el sector financiero, actuando como agentes de cambio que pueden alterar la dinámica tradicional de acceso a servicios financieros" (p. 116). Es decir, que la tecnología favorece y brinda servicios innovadores que son de atracción en contextos periféricos donde la banca formal carece de presencia suficiente.

Frecuencia de Uso.

La frecuencia de uso se refiere a la constancia con que los clientes regresan a los establecimientos para realizar nuevas compras y transacciones. En el caso específico de un emprendimiento con CNB, un mayor nivel de frecuencia refleja que se ha logrado integrarse como canal común de gestión financiera en la comunidad donde opera. Lévy Mangin et al. (2020) aportan sustento teórico a esta relación al demostrar que la intención de uso o reúso de los servicios bancarios deriva directamente de la satisfacción obtenida en experiencias previas, y que la falta de confianza en la oferta de servicios financieros constituye uno de los principales frenos para el desarrollo de relaciones bancarias sostenidas (Introducción, párr. 3), estableciendo la satisfacción como determinante directo del comportamiento futuro del cliente.

Sánchez-González et al. (2020) complementan este planteamiento al definir el uso como una dimensión de la inclusión financiera que no se limita a la adopción inicial de servicios bancarios, sino que abarca el tiempo de permanencia, la profundidad y la regularidad con que los clientes utilizan los productos disponibles, consolidando la frecuencia como un indicador central de la efectividad del canal (p. 6).

La frecuencia de uso en CNB periurbanos como los de Chongón y Mucho Lote responde no solo a la necesidad financiera del usuario sino también a la calidad tecnológica del servicio ofrecido, siendo la disponibilidad del sistema el factor que más condiciona la decisión de regresar al mismo punto de atención.

Recomendación de Clientes.

Cuando el cliente está satisfecho, comparte su experiencia positiva con los de su círculo cercano, lo que resulta en referencias espontáneas que se transforman en nuevos clientes para la empresa. Esto es lo que se conoce como recomendación del producto o servicio. En comunidades periurbanas, como Chongón y Mucho Lote, esta dimensión se expresa a través de la comunicación interpersonal directa, donde el principal medio de difusión es la confianza comunitaria. Barriga et al. (2024) evidencian que la recomendación se inhibe cuando los usuarios no comprenden el funcionamiento del servicio ni cómo proteger sus activos al utilizarlo, confirmando que este comportamiento solo se activa cuando el usuario ha resuelto sus dudas de seguridad y se siente suficientemente seguro como para avalar el servicio ante terceros (p. 115). Sánchez-González et al. (2020) añaden que los CNB en América Latina han crecido principalmente por su carácter de canal de conveniencia que reduce costos para los clientes (p. 5), siendo precisamente esa percepción de conveniencia y ahorro la que motiva la recomendación espontánea en el entorno comunitario donde opera el CNB.

La recomendación como variable de captación ha sido documentada en banca digital y marketing financiero, pero carece de evidencia empírica sobre cómo los factores tecnológicos del sistema —disponibilidad, rapidez y seguridad— condicionan la disposición del cliente a recomendar el servicio en su entorno próximo, lo que constituye precisamente uno de los aportes centrales de la presente investigación.

Hipótesis de la Investigación

Hipótesis General

Existe una relación positiva y significativa entre la tecnología y la captación de clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote.

Hipótesis Específicas

- La disponibilidad del sistema tecnológico influye positiva y significativamente en la atracción de clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote.
- La rapidez de las transacciones influye positiva y significativamente en la frecuencia de uso de los clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote.
- La seguridad de las transacciones influye positiva y significativamente en la recomendación del servicio en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote.

MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación analizó la relación entre la tecnología financiera y la captación de clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de la parroquia Chongón y el sector de Mucho Lote. El estudio adoptó con enfoque cuantitativo, bajo un diseño no experimental, transversal y de tipo correlacional, mediante la recopilación y el análisis de datos obtenidos directamente en campo. Se adhirió a estándares éticos de investigación y garantizó la confidencialidad de los participantes involucrados en el proceso de recolección de datos.

La aplicación del método analítico proporciona evidencia empírica sobre la relación entre las condiciones tecnológicas del sistema CNB y el comportamiento de captación de clientes en un contexto periurbano del Ecuador, aportando información útil tanto para los emprendedores del sector como para las instituciones financieras que los respaldan.

Tipologías Investigativas Utilizadas

En la investigación sobre la influencia de la tecnología en la captación de clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón y Mucho Lote se puede abordar el tema de manera integral aplicando diversas tipologías investigativas que permitan analizar el

fenómeno desde múltiples dimensiones. A continuación, se presentan las tipologías investigativas aplicadas en este estudio:

Investigación Correlacional:

El alcance de esta investigación es correlacional, por cuanto su propósito central es determinar el grado de asociación entre la tecnología y la captación de clientes en los emprendimientos con CNB de Chongón y Mucho Lote. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) precisan que "este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular", midiendo esa relación en términos estadísticos (p. 109).

Investigación de Campo:

La investigación es de campo porque los datos fueron recolectados directamente en los establecimientos que operan como CNB en la parroquia Chongón y el sector Mucho Lote, sin intermediarios ni fuentes secundarias. Tamayo y Tamayo (2003) definen la investigación de campo como aquella "que permite la recopilación de información directa desde el lugar de los hechos, denominada datos de fuentes primarias, cuyo valor radica en atestiguar las realidades relacionadas con el objeto de estudio". Este enfoque garantizó que los datos obtenidos reflejen la experiencia real de los propietarios CNB en su contexto operativo cotidiano.

Investigación Cuantitativa:

La presente investigación es de naturaleza cuantitativa dado que las variables, tecnología y captación de clientes fueron medidas a través de un instrumento estandarizado, cuyos resultados fueron procesados mediante métodos estadísticos para verificar las hipótesis planteadas. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) señalan que la ruta cuantitativa "representa un conjunto de procesos organizado de manera secuencial para comprobar ciertas suposiciones", en el que a partir de las preguntas se derivan hipótesis y se determinan variables, se planifica su comprobación y se extraen conclusiones a partir del análisis estadístico de datos" (p. 6).

Recolección de Datos

La encuesta es una técnica de recolección de datos que implica la formulación de preguntas específicas a un grupo de personas, también conocido como muestra, con el objetivo de obtener información sobre sus opiniones, actitudes, comportamientos o características

demográficas. Para la recopilación de datos se empleó la encuesta como técnica principal, aplicada de manera presencial a los propietarios y/u operadores de los emprendimientos CNB del sector de estudio.

La identificación de la población se realizó mediante los localizadores oficiales del Banco de Guayaquil disponible en www.bancoguayaquil.com/barrio y del Banco Pichincha disponible en www.pichincha.com/mapa, herramientas de acceso público que permitieron georreferenciar cada establecimiento afiliado activo en las zonas de Chongón y Mucho Lote. El sector Mucho Lote registró 70 CNB y la parroquia Chongón 20, dando un total de 90 puntos de atención identificados. Si, un mismo establecimiento operaba simultáneamente ambos programas se contabilizó como una sola unidad de análisis, dado que los servicios ofrecidos son equivalentes entre sí.

El instrumento consistió en un cuestionario estructurado de 21 preguntas basados en la escala normativa de Likert, con las siguientes valoraciones:

- 1_ Totalmente en desacuerdo.
- 2_ En desacuerdo.
- 3_ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4_ De acuerdo.
- 5_ Totalmente de acuerdo.

El cuestionario fue sometido a revisión por parte del tutor académico asignado, quien orientó el contenido y estructura de la herramienta, resultando en una aceptación favorable del instrumento. La confiabilidad se verificó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach procesado en el sistema estadístico SPSS/26, obteniendo un resultado de 0,909, que indica una muy buena confiabilidad según el baremo de medición utilizado. Del total de 90 establecimientos identificados, se aplicó el instrumento a 50 propietarios y/u operadores, dado que el resto no participó por desconfianza hacia el proceso investigativo o porque los negocios se encontraban cerrados al momento de las visitas.

Población y Unidad de Análisis

La población de estudio está conformada por los emprendimientos corresponsales no bancarios ubicados en la parroquia Chongón y el sector Mucho Lote, vinculados a los

programas Banco del Barrio del Banco de Guayaquil y Mi Vecino del Banco Pichincha. La identificación de estos puntos de atención se realizó mediante el localizador oficial de Banco del Barrio disponible en www.bancoguayaquil.com/barrio y el localizador de puntos Mi Vecino disponible en www.pichincha.com/mapa, herramientas digitales de acceso público que permitieron georreferenciar cada establecimiento afiliado activo en las zonas de estudio, totalizando 90 puntos de atención identificados.

Muestra

La muestra estuvo conformada por 50 propietarios y/u operadores de emprendimientos con CNB. La selección fue no probabilística por conveniencia, dado que no todos los establecimientos identificados accedieron a participar al momento de la aplicación del instrumento: algunos operadores manifestaron desconfianza hacia el proceso investigativo y otros negocios se encontraban cerrados durante las visitas de campo. Hernández et al. (2014) señalan que en las muestras no probabilísticas "la elección de los elementos no depende de la probabilidad; sino, de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador" (p. 176), lo que justifica metodológicamente la cantidad de encuestados obtenida en función de las condiciones reales del trabajo de campo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados

El método de recopilación de datos para los propietarios y/u operadores de los emprendimientos con CNB en el sector de Chongón y Mucho Lote pasó por dos procesos de aprobación. El primero fue realizado por expertos en el tema investigado, quienes orientaron el contenido y el proceso de la herramienta, resultando en una aceptación favorable de la investigación. El segundo proceso corresponde a la validación estadística mediante el "coeficiente Alfa de Cronbach" procesado en el sistema SPSS/26, obteniendo un resultado de 0,909 para las 21 preguntas de la encuesta en escala Likert, lo que indica una muy buena confiabilidad según el baremo de medición utilizado.

Tabla 1.*Prueba de fiabilidad de Alfa de Cronbach*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,909	21

*Fuente: Programa estadístico SPSS/26***Baremo de Medición**

Luego de procesar la información, se requiere un alto nivel de análisis e interpretación para determinar el nivel de confiabilidad del instrumento, así como para las pruebas de hipótesis.

Se requiere un baremo de medición para comprobar los niveles de correlación que despliega el SPSS/26. Las escalas de puntuación utilizadas para el baremo se explican en la Tabla 2.

Tabla 2.*Baremo de medición para interpretar coeficiencias y correlaciones*

Escala	Nivel de correlación
0 - 0,2	Mínima
0,2 - 0,4	Baja
0,4 - 0,6	Moderada
0,6 - 0,8	Buena
0,8 - 1,0	Muy Buena

Fuente: Programa estadístico SPSS/26

Comprobación de hipótesis utilizando el coeficiente “Rho de Spearman”

Hipótesis General (X)

X. Existe una relación positiva y significativa entre la tecnología y la captación de clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote.

H0. NO existe una relación positiva y significativa entre la tecnología y la captación de clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote.

H1. SI existe una relación positiva y significativa entre la tecnología y la captación de clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote.

Tabla 3.

Comprobación de hipótesis general (X)

			Correlaciones	
			Tecnología	Captación de Clientes
Rho de Spearman	Tecnología	Coeficiente de correlación	1,000	,654*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Captación de Clientes	Coeficiente de correlación	,654*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Programa estadístico SPSS/26.

Los datos de la Tabla 3 muestran un coeficiente Rho de Spearman de $r_s = 0,654$ con un nivel de significancia $p = 0,000$ ($p < 0,01$), lo que indica una correlación positiva buena entre la tecnología y la captación de clientes. Al ser $p < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa H1: existe una relación positiva y significativa entre la tecnología y la captación de clientes en los CNB de Chongón-Mucho Lote.

Hipótesis Específica (X1)

X. La disponibilidad del sistema tecnológico influye positiva y significativamente en la atracción de clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón-Mucho Lote.

H0. La disponibilidad del sistema tecnológico NO influye positiva y significativamente en la atracción de clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón-Mucho Lote.

H1. La disponibilidad del sistema tecnológico SI influye positiva y significativamente en la atracción de clientes en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón-Mucho Lote.

Tabla 4.

Comprobación de hipótesis específica (X1)

			Correlaciones	
			Disponibilidad del sistema tecnológico	Atracción de Clientes
Rho de Spearman	Disponibilidad del sistema tecnológico	Coeficiente de correlación	1,000	,286*
		Sig. (bilateral)	.	,044
		N	50	50
	Atracción de Clientes	Coeficiente de correlación	,286*	1,000
		Sig. (bilateral)	,044	.
		N	50	50

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Programa estadístico SPSS/26.

Los resultados de la Tabla 4 reportan un coeficiente $r_s = 0,286$ con $p = 0,044$ ($p < 0,05$), indicando una correlación positiva baja pero estadísticamente significativa entre la disponibilidad del sistema tecnológico y la atracción de clientes. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta H1. La magnitud relativamente baja de este coeficiente es coherente con la realidad operativa del contexto: la disponibilidad del sistema es una condición necesaria pero no suficiente para atraer clientes, puesto que en entornos periurbanos otros factores —cercanía geográfica, confianza en el operador, tiempo de operación del negocio— también inciden en la decisión inicial del usuario.

Hipótesis específica (X2)

X. La rapidez de las transacciones influye positiva y significativamente en la frecuencia de uso del cliente en emprendimientos bancarios de Chongón- Mucho Lote.

H0. La rapidez de las transacciones NO influye positiva y significativamente en la frecuencia de uso del cliente en emprendimientos bancarios de Chongón- Mucho Lote.

H1. La rapidez de las transacciones SI influye positiva y significativamente en la frecuencia de uso del cliente en emprendimientos bancarios de Chongón- Mucho Lote.

Tabla 5.

Comprobación de hipótesis específica (X2)

			Correlaciones	
			Rapidez de las transacciones	Frecuencia de uso
Rho de Spearman	Rapidez de las transacciones	Coeficiente de correlación	1,000	,568**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Frecuencia de uso	Coeficiente de correlación	,568**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Programa estadístico SPSS/26.

La Tabla 5 presenta un coeficiente $r_s = 0,568$ con $p = 0,000$ ($p < 0,01$), evidenciando una correlación positiva moderada entre la rapidez de las transacciones y la frecuencia de uso del servicio. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta H2. La intensidad de esta relación es superior a la registrada para H1, lo que sugiere que, una vez que el cliente conoce el establecimiento, la velocidad del sistema se convierte en un determinante relevante de su patrón de retorno. Esto es consistente con el hallazgo cualitativo de campo: los operadores señalaron que sus clientes atribuyen la preferencia por las transacciones rápidas no solo a la comodidad sino también a la seguridad física del entorno, dado que permanecer más tiempo en la zona los expone a riesgos de robo.

Hipótesis específica (X3)

X. La seguridad de las transacciones influye positiva y significativamente en la recomendación del servicio en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote.

H0. La seguridad de las transacciones NO influye positiva y significativamente en la recomendación del servicio en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón- Mucho Lote.

H1. La seguridad de las transacciones SI influye positiva y significativamente en la recomendación del servicio en emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón-Mucho Lote.

Tabla 6.

Comprobación de hipótesis específica (X3)

Correlaciones			Seguridad de las transacciones	Recomendación del servicio
Rho de Spearman	Seguridad de las transacciones	Coeficiente de correlación	1,000	,742**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Recomendación del servicio	Coeficiente de correlación	,742**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Programa estadístico SPSS/26.

Los resultados de la Tabla 6 reportan el coeficiente más elevado del estudio: $r_s = 0,742$ con $p = 0,000$ ($p < 0,01$), que indica una correlación positiva buena entre la seguridad de las transacciones y la recomendación del servicio. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta H3. Este resultado posiciona a la seguridad transaccional como la dimensión tecnológica con mayor capacidad predictiva sobre el comportamiento de recomendación espontánea en los CNB de la zona de estudio.

Discusión

En el sistema financiero ecuatoriano, los corresponsales no bancarios han sido uno de los canales de mayor expansión en los últimos años, posibilitando que pequeños negocios brinden servicios bancarios a comunidades que históricamente han estado excluidas de la banca tradicional. En este contexto, la tecnología se establece como el elemento clave para determinar el éxito o fracaso de estos emprendimientos, tal como lo evidencia la hipótesis general, que presentó un coeficiente de Rho de Spearman de 0,654 y una significancia bilateral de 0,000, indicando una correlación positiva buena entre la tecnología y la captación de clientes.

La herramienta empleada posibilitó el análisis de los criterios de los propietarios y operadores que dirigen estos emprendimientos, con el fin de contrastar lo expuesto en la investigación con la realidad del campo. Sánchez-González et al. (2020) señalan que las

instituciones financieras ven en los CNB una forma de brindar alternativas de menor costo para ampliar el acceso y lograr alta penetración (p. 5), lo que demuestra que la efectividad tecnológica del canal define de manera directa la habilidad del establecimiento para atraer y mantener usuarios. En ese sentido, el rendimiento de un CNB no está determinado únicamente por su localización geográfica sino principalmente por la calidad y confiabilidad del sistema tecnológico que lo respalda.

Los resultados estadísticos obtenidos al confirmar las hipótesis resaltan el rol central del sistema tecnológico en cuanto a rapidez, seguridad y disponibilidad para captar clientes en los CNB de Chongón y Mucho Lote. Barriga et al. (2024) refuerzan este hallazgo al concluir que la accesibilidad y la confianza son factores clave que impulsan a los nuevos usuarios a utilizar servicios de corresponsales no bancarios (p. 113), lo cual implica que optimizar las condiciones tecnológicas del servicio no solo incrementa el número de clientes, sino que también afianza la posición del emprendimiento dentro de su comunidad. No obstante, la dependencia de los operadores CNB respecto a la infraestructura tecnológica administrada por las entidades bancarias patrocinadoras sigue siendo un reto significativo, particularmente en lo que refiere a la respuesta ante fallas del sistema que afectan directamente la experiencia del usuario.

CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La presente investigación se realizó con el fin de comprobar la relación entre la tecnología y la captación de clientes en los emprendimientos corresponsales no bancarios de Chongón y Mucho Lote, concluyendo que existe una relación positiva y significativa entre ambas variables. En términos prácticos, esta relación resulta favorable para los emprendedores de estas zonas periurbanas, dado que una tecnología funcional y confiable atrae a la nueva población que va habitando estos sectores en proceso de lotización, convirtiéndose en un factor de posicionamiento comercial dentro de la comunidad.

Respecto a la disponibilidad del sistema tecnológico, se concluye que el comportamiento del consumidor está orientado a cumplir su necesidad en donde exista disponibilidad para hacerlo en el momento requerido, pero que la ausencia temporal del servicio no representa un impedimento definitivo si el usuario tiene la intención de regresar. Esto indica que la disponibilidad condiciona la experiencia del cliente, pero no determina por sí sola su decisión de atracción inicial hacia el establecimiento.

En cuanto a la rapidez de las transacciones, una vez que el cliente conoce el establecimiento, la velocidad del sistema se convierte en un determinante relevante de su patrón de retorno. Este hallazgo es consistente con las observaciones de campo: los operadores señalaron que sus clientes atribuyen la preferencia por las transacciones rápidas no solo a la comodidad sino también a la seguridad física del entorno, dado que permanecer más tiempo en la zona los expone a riesgos de robo.

Finalmente, la seguridad transaccional se posiciona como la dimensión tecnológica con mayor capacidad de incidir sobre el comportamiento de recomendación espontánea en los CNB de la zona de estudio. Cuando el operador maneja el servicio de manera visible y confiable, el usuario construye una percepción de seguridad que lo motiva a compartir su experiencia positiva con personas de su entorno cercano, generando una expansión orgánica de la base de clientes sin necesidad de estrategias publicitarias formales.

Limitaciones

Se identificaron varias limitaciones que afectaron el progreso de la investigación a lo largo de la recolección de datos. Uno de los principales obstáculos fue la falta de interés y disponibilidad de varios operadores y/o dueños de los emprendimientos con CNB al momento de responder el cuestionario, quienes expresaron estar ocupados con sus negocios o tener desconfianza respecto al proceso investigativo. Lo que complicó conseguir información en una cantidad significativa de los establecimientos seleccionados y requirió visitas extra para completar la muestra planificada. No obstante, se pudo evidenciar de que se trataba de una investigación científica impulsada por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – ULEAM, mediante documentos de respaldo otorgados por la institución.

Otra limitación significativa fue el cierre de diversos puntos CNB que habían sido identificados en los localizadores oficiales de Banco del Barrio y Mi Vecino. La inseguridad que vive el país, debido a las amenazas y extorsiones hacia los pequeños comercios, obligó a varios emprendedores a cerrar sus negocios de manera permanente. Lo que redujo la población accesible y dificultó su localización para la realización de la encuesta.

Finalmente, se identificó una limitación de índole académico, relacionada con la poca disponibilidad de artículos científicos que traten específicamente la influencia de la tecnología en la captación de clientes en corresponsales no bancarios dentro de entornos periurbanos ecuatorianos. La falta de investigaciones previas sobre el mismo tema limitó las oportunidades de comparación directa con resultados de estudios similares.

Recomendaciones

A partir de los hallazgos y limitaciones identificados, se formulan las siguientes recomendaciones dirigidas a tres actores clave del sistema CNB.

Para los bancos patrocinadores: dado que la seguridad transaccional constituye el predictor más fuerte de la recomendación del servicio, se recomienda priorizar inversiones en la robustez y continuidad de las plataformas tecnológicas, especialmente en zonas con infraestructura eléctrica deficiente como Chongón. Implementar protocolos de comunicación proactiva con los operadores ante fallas del sistema —y capacitarlos para transmitir estas explicaciones con credibilidad a sus usuarios— reduciría la erosión de la confianza comunitaria durante las interrupciones. Asimismo, el diseño de métricas de desempeño de los CNB debería incorporar indicadores de satisfacción del usuario final, y no únicamente volúmenes transaccionales.

Para los operadores CNB: se recomienda fortalecer las competencias de comunicación sobre seguridad transaccional con sus clientes —explicar claramente los mecanismos de verificación, los recibos de transacción y los canales de reclamo— dado que la percepción de seguridad del usuario está mediada en parte por la conducta y la transparencia del operador local. Invertir en habilidades de atención al cliente orientadas a reducir el tiempo de servicio contribuirá a incrementar la frecuencia de uso en zonas donde la permanencia en el establecimiento genera percepción de riesgo físico.

Para la academia e instituciones de política pública: se recomienda desarrollar investigaciones que incorporen al usuario final como unidad de análisis primaria, permitiendo triangular su perspectiva con la del operador. Extender el estudio a otras parroquias periurbanas de Guayaquil y de otras ciudades ecuatorianas permitiría validar la consistencia del patrón de correlaciones encontrado —en particular la primacía de la seguridad sobre la recomendación— y contribuir a una comprensión más abarcadora del papel de la tecnología en la inclusión financiera a escala nacional. Investigaciones longitudinales que monitoreen los mismos CNB a lo largo del tiempo permitirían capturar la evolución de estas relaciones ante cambios en las plataformas tecnológicas de los bancos patrocinadores.

..

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, M., Coronel, V., & y Bermúdez, C. (2018). *Modelo de negocio de inclusión financiera a través de corresponsales no bancarios en la ciudad de Guayaquil, Ecuador*. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(3), 263-270.
<http://ref.scielo.org/92mptr>
- Barriga Pizarro, M. E., Zambrano Bravo, C. M., & y Muñoz Bravo, C. R. (2024). *Influencia de los corresponsales no bancarios en la inclusión financiera de nuevos usuarios periodo 2023*. *Journal Business Science*, 5(1), 113-133.
<https://doi.org/10.56124/jbs.v5i1.008>
- BCE. (04 de 2023). *Banco Central del Ecuador. Informe de Resultados de Inclusión Financiera — Cuarto trimestre 2023.*:
https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/InclusionFinanciera/ResultIF_042023.pdf
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- Lévy Mangin, J.-P., Bourgault, N., Calvo Porral, C., & y Trudel, M. (2020). *La influencia de la confianza y satisfacción del cliente en la intención de uso de los servicios bancarios por internet: un modelo estructural*. *CIENCIA ergo-sum*, 27(2), 1.
<https://doi.org/10.30878/ces.v27n2a3>
- Lung, H. (8 de 08 de 2024). *World Economic Forum . Sistemas Financieros y Monetarios:*
<https://es.weforum.org/stories/2024/08/por-que-la-inclusion-financiera-es-la-clave-de-una-economia-digital-prospera/>
- Microfinanzas Fundación. (14 de 01 de 2015). *Revista de actualidad jurídica de América Latina. Corresponsales bancarios e inclusión financiera:*
<https://www.fundacionmicrofinanzasbbva.org/revistaprogreso/corresponsales-bancarios-e-inclusion-financiera/>
- Muñiz-Jaime, L. P.-C.-M. (2021). *El aporte de los corresponsales no bancarios (CNB) a la inclusión financiera*. *Revista Publicando*, 8(31), 303-319.
<https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2252>
- Ordóñez-Granda, E. M., Narváez-Zurita, C. I., & y Erazo-Álvarez, J. C. (2020). *El sistema financiero en Ecuador. Herramientas innovadoras*. *Revista Científica FIPCAEC*, 10(8), 202-207. <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i10.693>
- Paredes-Malla, M. V., Muñoz Pilozo, A. G., Astudillo-Guamán, A. G., & y López-Sánchez, M. G. (2022). *Incidencia de los corresponsales no bancarios – CNBs en la ciudad de Loja*. *Dominio de las Ciencias*, 8(3), 677-695. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i3>

- Sánchez-González, C., Prada-Araque, D., & Erazo-Inca., y. (2020). *El aporte de los Corresponsales No Bancarios CNB a la inclusión financiera. Desarrollo Gerencial*, 12(1), 1-23. <https://doi.org/10.17081/dege.12.1.3599>
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica. Limusa.*
- Velásquez-Tapia, R. A. (2023). *Calidad del servicio financiero de corresponsales no bancarios en la banca privada desde la Norma ISO 9001:2015. Revista Científica Retos de la Ciencia*, 7(14), 62-73.
<https://www.retosdelacienciaec.com/Revistas/index.php/retos/article/view/445>
- Yataco Paredes, L., Mancilla Carbajal, A., & y Chávez Vera, K. (2024). *Tecnología financiera al servicio del cliente: percepción sobre herramientas digitales bancarias en Lima. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 26(3), 877-894.
<https://doi.org/10.36390/telos263.07>
- Zárate Urgell, J. A., García Nieves, S., González Becerra, A., Antonio Toledo, I., & y Cruz Rodríguez, A. I. (2023). *Análisis de la ciberseguridad en el sector financiero de México con el fin de implementar la metodología Zero Trust y mejorarla. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 3384-3408.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4661