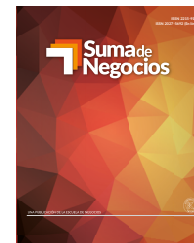




SUMA DE NEGOCIOS



Artículo de investigación

Del confinamiento al hábito: intención continuada en aplicaciones de delivery en Ecuador

José Luis Castillo Burbano¹, Marlon Manyá Orellana², Segundo F. Vilema-Escudero³,
María de los Ángeles Solís Tazán⁴ y Jossep Rafael Cevallos Arias⁵

¹ Magíster en Economía y Finanzas del Envejecimiento. Instructor e investigador, Universidad Espíritu Santo (UEES), Ecuador (autor de correspondencia). Correo electrónico: joseluiscastillo9@uees.edu.ec

² PhD en Ciencias Empresariales. Investigador en Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), Ecuador. Correo electrónico: mmanyá@espol.edu.ec

³ Magíster en Comercio. Investigador, Universidad Ecotec, Ecuador. Correo electrónico: svilema@ecotec.edu.ec

⁴ Magíster en Dirección de Marketing Estratégico. Profesor titular, Universidad Internacional del Ecuador, Ecuador. Correo electrónico: masolista@uide.edu.ec

⁵ Magíster en Planificación y Gestión de Procesos Empresariales. Investigador, Universitat de València, España. Correo electrónico: joscea@alumni.uv.es

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Recibido: 25 de marzo de 2026
Aceptado: 12 de julio de 2026
Online: 26 de agosto de 2026

Códigos JEL:

M31, L81, D12, O33

Palabras clave:

Aplicaciones de delivery,
intención continuada,
UTAUT2,
confianza,
Covid-19,
Ecuador.

Keywords:

Food delivery apps,
continuance intention,
UTAUT2,
trust,
COVID-19;
Ecuador.

RESUMEN

Introducción/objetivo: la pandemia de Covid-19 transformó los patrones de consumo alimentario a nivel global. Este estudio analiza los cambios actitudinales y conductuales reportados por consumidores de las dos principales ciudades del Ecuador hacia las aplicaciones de delivery de alimentos (FDA) en tres períodos: prepandemia (2019), pandemia (2020-2021) y pospandemia (2022-2025).

Metodología: estudio transversal con enfoque retrospectivo y diseño no experimental. Se aplicó un cuestionario basado en el modelo UTAUT2 extendido con confianza y riesgo percibidos por Covid-19 a una muestra de conveniencia de 468 consumidores. Los datos se analizaron mediante PLS-SEM y análisis multigrupo (MGA).

Resultados: el modelo explica el 67.3% de la varianza en la intención de uso continuado. Los predictores significativos más fuertes fueron el hábito ($\beta = .52$), la expectativa de desempeño ($\beta = .41$) y la confianza percibida ($\beta = .29$). Quito mostró mayor peso del hábito ($\beta = .58$ vs. $.47$) y Guayaquil de la influencia social ($\beta = .46$ vs. $.31$).

Conclusiones: los participantes reportaron un nivel de uso que se mantiene por encima del período prepandémico. El estudio aporta la primera evidencia empírica sobre los determinantes de la intención continuada de las FDA en las dos ciudades que concentran este mercado en Ecuador, y documenta diferencias intrapaís con implicaciones para estrategias de marketing diferenciadas.

From lockdown to habit: Continuance intention in food delivery apps in Ecuador

ABSTRACT

Introduction/objective: the COVID-19 pandemic reshaped food consumption patterns worldwide. This study examines the attitudinal and behavioral changes reported by

consumers in Ecuador's two main cities (Quito and Guayaquil) toward food delivery apps (FDA) across three periods—pre-pandemic (2019), pandemic (2020-2021) and post-pandemic (2022-2025)—using retrospective questions.

Methodology: a cross-sectional study with a retrospective approach and non-experimental design. A questionnaire grounded in the extended UTAUT2 model with perceived trust and perceived COVID-19 risk was applied to a convenience sample of 468 consumers ($n = 250$ Quito; $n = 218$ Guayaquil). Data were analyzed using PLS-SEM and multi-group analysis (MGA).

Results: the model explains 67.3 % of the variance in continuance intention ($R^2 = 0.673$). The strongest significant predictors were habit ($\beta = 0.52$), performance expectancy ($\beta = 0.41$) and perceived trust ($\beta = 0.29$). City-level differences emerged: habit weighed more in Quito ($\beta = 0.58$ vs. 0.47) and social influence in Guayaquil ($\beta = 0.46$ vs. 0.31).

Conclusions: participants reported usage that remains above pre-pandemic levels. The study provides the first systematic empirical evidence on the determinants of FDA continuance intention in the two cities that concentrate this market in Ecuador, documenting intra-country differences with implications for differentiated marketing strategies.

Introducción

El mercado global de entrega de alimentos en línea ha crecido de forma acelerada durante la última década, fenómeno que se intensificó desde marzo de 2020, cuando la pandemia de Covid-19 transformó los patrones de consumo alimentario y empujó a millones de consumidores hacia los canales digitales (Poon & Tung, 2024).

América Latina presentó un crecimiento acelerado de los servicios de *delivery* durante la pandemia, impulsado por las restricciones de movilidad, el distanciamiento social y la aceleración de la transformación digital en economías emergentes (Valdivino et al., 2025; Zanetta et al., 2021). La evidencia más reciente sugiere, además, que buena parte de la adopción digital impulsada por la pandemia no revierte al estado previo, sino que se estabiliza en un nivel superior (Khan et al., 2025; Petroccione & Taddei, 2026).

En Ecuador, el comercio electrónico alcanzó un valor de USD 6.4 mil millones en el 2024, con una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR, por sus siglas en inglés) proyectada del 20% hasta el 2027 (PCMI, 2025); cerca del 94% de los usuarios de internet urbanos declara haber comprado en línea (CECE, 2024), lo que evidencia una penetración elevada entre los segmentos conectados.

Pese al crecimiento del mercado de aplicaciones de *delivery* de alimentos (FDA, por sus siglas en inglés) en Ecuador, escasean las investigaciones empíricas sobre la evolución temporal de los factores que determinan su adopción y uso continuado. La literatura disponible se ha concentrado en contextos asiáticos, europeos y norteamericanos (Hong et al., 2023; Lee et al., 2019), con estudios limitados en América Latina y, en particular, en el contexto andino.

El presente estudio aborda esta brecha mediante el análisis de los cambios actitudinales y conductuales reportados

por los consumidores de Quito y Guayaquil hacia las FDA¹ en tres períodos (prepandemia 2019, pandemia 2020-2021 y pospandemia 2022-2025), mediante un diseño retrospectivo con técnicas para minimizar el sesgo de memoria. Se aplicó el UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012) extendido con confianza percibida (Raza et al., 2023) y riesgo percibido por Covid-19 (Puriwat & Tripopsakul, 2021). El objetivo es evaluar los determinantes de la intención continuada de las FDA e identificar las diferencias entre ambas ciudades.

Según el conocimiento de los autores, este es el primer estudio que examina sistemáticamente los determinantes de la intención continuada de las FDA en las principales ciudades del Ecuador. Su contribución es empírica y contextual: aporta evidencia basal para un mercado subrepresentado, documenta diferencias intrapaís no descritas y ofrece un marco para la industria local. No se puede presumir la generalización del UTAUT2 extendido sin una verificación empírica (Venkatesh et al., 2012), en particular en economías con patrones de adopción distintos a los que predominan en la literatura.

Marco teórico y revisión de literatura

Modelo UTAUT2 y su aplicación en las FDA

La Teoría Unificada de Aceptación y Uso de Tecnología 2 (UTAUT2) (Venkatesh et al., 2012) amplía el UTAUT original con tres constructos relevantes para el consumo: motivación hedónica, valor de precio y hábito. Explica hasta el 74% de la varianza en intención de uso y el 52% en uso efectivo, superando a TAM y TPB.

¹ Este estudio consideró las aplicaciones Rappi, Pedidos Ya (que reemplazó a Glovo en marzo de 2021), Uber Eats y las aplicaciones propias de restaurantes locales.

En el contexto de las FDA, diversos estudios han validado el UTAUT2. Lee et al. (2019) hallaron que el hábito era el predictor más fuerte de la intención continuada ($\beta = .486$) en consumidores coreanos, seguido de la expectativa de desempeño y la influencia social. Joshi et al. (2025) confirmaron la centralidad del hábito en el uso continuado de las FDA, y De Borja y Tezza (2026), en *m-commerce* de moda, hallaron que la motivación hedónica supera a la influencia social y a la expectativa de esfuerzo como predictor de la intención.

Estudios en América Latina

La investigación sobre las FDA en América Latina, aunque incipiente, ha generado hallazgos relevantes. Zanetta et al. (2021) estudiaron las FDA durante la pandemia en Brasil (950 participantes), hallando que la expectativa de desempeño ($\beta = .496$), la solidaridad ($\beta = .261$) y el hábito ($\beta = .295$) eran los principales predictores, con mayor sensibilidad al riesgo en el noreste. Valdivino et al. (2025), en un análisis multinivel regional, documentaron que la confianza interpersonal y la participación en redes sociales influyeron en la adopción de aplicaciones de comercio electrónico durante la pandemia.

En Colombia, Chinelato y Hoyos Vallejo (2024) examinaron la satisfacción y la lealtad en servicios de *delivery* (877 consumidores), y destacaron la bioseguridad alimentaria y la calidad del servicio electrónico. En Ecuador, Ortega-Vivanco (2020) confirmó, con 658 participantes de cinco ciudades, cambios significativos en el consumo durante el Covid-19; y Ortiz-Prado et al. (2021) documentaron la alta prevalencia de SARS-CoV-2 entre repartidores en Quito, evidencia indirecta de la expansión del sector.

Extensiones del modelo: confianza y riesgo percibido

La literatura reciente ha extendido los modelos de adopción para capturar factores contextuales. Raza et al. (2023) integraron la teoría de transferencia de confianza al estudio de las FDA –la confianza en la aplicación se transfiere desde la preexistente en restaurantes y sistemas de pago–, con consumidores pakistaníes, confirmaron un efecto significativo de la confianza sobre la intención continuada ($\beta = .34$). En la misma línea, Chakraborty (2026) mostró, desde la teoría de la continuidad tecnológica, que la confianza modera la relación entre intención de continuidad y de recomendación de las FDA, y Catacutan (2025) confirmó su papel en el uso continuado de billeteras electrónicas. Esta evidencia refuerza la pertinencia de incorporar la confianza al marco UTAUT2.

La evidencia pospandemia más reciente respalda este marco integrado: en *food delivery* (Waris & Suki, 2026), pagos móviles (Al-Essa, 2026; Rahman et al., 2025) y servicios digitales (Al-Mamary, 2026). El ajuste tarea-tecnología, la confianza y la satisfacción emergen de forma consistente como determinantes del uso continuado, mientras algunos predictores clásicos del UTAUT2 pierden peso una vez superada la fase aguda de la crisis.

El riesgo percibido por Covid-19 fue relevante durante la pandemia. Puriwat y Tripopsakul (2021) lo integraron en el UTAUT para estudiar la adopción de las FDA en Tailandia

($n = 223$), con mayor sensibilidad entre mujeres y jóvenes. Poon y Tung (2024), mediante el Modelo de Comportamiento Dirigido a Metas, hallaron que las emociones anticipadas y el control conductual percibido mediaban el efecto del riesgo. No obstante, su efecto directo tiende a debilitarse tras la fase aguda, lo que motiva tratarlo como variable cuyo peso predictivo puede haber cambiado.

Hipótesis de investigación

Para alinear las hipótesis con el modelo estimado, se formula una hipótesis de asociación por cada uno de los nueve predictores, más las relativas a las diferencias entre ciudades y a la moderación sociodemográfica:

H1. La expectativa de desempeño se asocia positivamente con la intención de uso continuado de las FDA.

H2. La expectativa de esfuerzo se asocia positivamente con la intención de uso continuado de las FDA.

H3. La influencia social se asocia positivamente con la intención de uso continuado de las FDA.

H4. Las condiciones facilitadoras se asocian positivamente con la intención de uso continuado de las FDA.

H5. La motivación hedónica se asocia positivamente con la intención de uso continuado de las FDA.

H6. El valor de precio se asocia positivamente con la intención de uso continuado de las FDA.

H7. El hábito se asocia positivamente con la intención de uso continuado de FDA.

H8. La confianza percibida se asocia positivamente con la intención de uso continuado de las FDA.

H9. El riesgo percibido por Covid-19 se asocia negativamente con la intención de uso continuado de las FDA.

H10. Existen diferencias significativas en los coeficientes estructurales del modelo entre residentes de Quito y Guayaquil.

Se plantean tres hipótesis exploratorias de moderación sociodemográfica (H11a: hogares con hijos menores y expectativa de desempeño; H11b: grupo de 25-35 años y hábito; H11c: nivel socioeconómico medio-bajo y valor de precio), cuyos criterios de decisión se detallan en la sección metodológica.

Metodología

Diseño de investigación

El estudio adoptó un diseño cuantitativo, no experimental y transversal con componente retrospectivo. La naturaleza retrospectiva permitió capturar las percepciones y comportamientos reportados en tres períodos mediante un

único instrumento, reduciendo los costos asociados a diseños longitudinales².

Este diseño no permite establecer relaciones causales ni observar cambios longitudinales directos: los resultados reflejan reconstrucciones mnemónicas, no mediciones contemporáneas a cada período. Por ello, el término “cambio” refiere a percepciones retrospectivas de variación y no a evidencia de evolución temporal confirmada.

El uso de diseños retrospectivos para estudiar cambios conductuales asociados a eventos disruptivos es una práctica metodológicamente aceptada (Golden, 1992; Miller et al., 1997). Los reportes retrospectivos alcanzan validez adecuada para eventos de alta saliencia cognitiva y emocional como la pandemia (Miller et al., 1997), que favorece recuerdos vívidos y temporalmente anclados.

Para mitigar el sesgo de memoria se implementaron: anclaje temporal con eventos de referencia para cada período; preguntas de control de coherencia; escalas de frecuencia relativa; y limitación del período retrospectivo a cinco años, dentro de los límites recomendados.

Población y muestra

La población objetivo estaba compuesta por adultos de 18 a 65 años residentes en Quito y Guayaquil, con experiencia de uso de las FDA en al menos uno de los tres períodos. Estas ciudades concentran cerca del 32 % de la población del Ecuador (INEC, 2023) y constituyen los principales mercados urbanos y operativos de las plataformas³ durante el período de estudio.

Los hallazgos se refieren exclusivamente a los consumidores urbanos de Quito y Guayaquil con experiencia en las FDA, por lo que no pueden generalizarse a toda la población ecuatoriana ni a las zonas rurales. Al no existir una cifra oficial sobre la concentración exacta de usuarios y transacciones, esta se describe solo en términos de cobertura operacional predominante.

El tamaño muestral se determinó con criterios múltiples⁴: la regla de las 10 veces para PLS-SEM (Hair et al., 2017), el mínimo de 200 observaciones de Kline (2016) para modelos complejos y el análisis de potencia con G*Power 3.1 (Faul et al., 2009). Para un análisis multigrupo estable se fijó un objetivo de 400-500 participantes; la muestra final fue de 468 ($n = 250$ Quito; $n = 218$ Guayaquil).

Se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia con cuotas por género y grupos etarios. Este método es el más frecuente en investigación sobre adopción tecnológica con PLS-SEM (Hair et al., 2019; Jager et al., 2017) y es-

tándar en economías emergentes sin marcos muestrales de usuarios de aplicaciones específicas; al no ser probabilístico, los resultados deben interpretarse con cautela. El reclutamiento combinó universidades locales, paneles de consumidores y bola de nieve controlada (hasta tres referidos por participante).

Conviene distinguir entre la población objetivo (usuarios activos de las FDA) y la población general. El uso de estas aplicaciones exige *smartphone* con conexión estable, medios de pago electrónicos y gasto discrecional, lo que concentra a los usuarios en niveles socioeconómicos medio y alto; la composición de la muestra (61.4 % medio-alto o alto) refleja ese perfil.

Instrumento de recolección

El cuestionario adaptó escalas validadas internacionalmente. Los constructos UTAUT2 se midieron con ítems de Venkatesh et al. (2012), adaptados al español mediante traducción-retrotraducción (Brislin, 1970); la confianza percibida con la escala de Raza et al. (2023); el riesgo percibido por Covid-19 con ítems de Puriwat y Tripopsakul (2021); y la intención de uso continuado con cuatro ítems de Hong et al. (2023).

Todos los ítems principales usaron una escala Likert de siete puntos. El instrumento incluyó, además, preguntas sociodemográficas (edad, género, nivel educativo, nivel socioeconómico⁵, composición del hogar, estado civil), de comportamiento de uso (frecuencia, gasto promedio, aplicaciones utilizadas) y de control de atención y coherencia. Contenía 72 ítems (15-20 minutos) (véase “Material suplementario”, Anexo A).

Para minimizar los errores no muestrales, se aplicaron las siguientes medidas: validación de contenido por cinco expertos (tres académicos y dos profesionales); prueba piloto con 52 participantes; aleatorización del orden de los ítems; dos ítems de control de atención; y diseño responsivo del formulario.

Prueba piloto

La prueba piloto (52 participantes: 28 de Quito y 24 de Guayaquil, con los mismos criterios de la muestra principal) arrojó propiedades psicométricas preliminares adecuadas (α de Cronbach entre .78 y .91 (detalle en el “Material suplementario”, Anexo F). Se ajustaron dos ítems para mejorar su comprensión: EE4 se reformuló a “Es fácil entender cómo usar la aplicación” y PR2 se precisó para evitar confusión con prácticas generales de bioseguridad. El tiempo medio de respuesta fue de 18 minutos ($DE = 4.2$), sin problemas técnicos en la plataforma.

Procedimiento de recolección de datos

Los datos se recolectaron entre el 3 de febrero y el 15 de junio de 2025 mediante un cuestionario en línea en Qualtrics. Tras aplicar criterios de calidad (incompletitud >

2 Los *flashbulb memories* son recuerdos vívidos de eventos emocionalmente significativos que tienden a mantenerse estables en el tiempo; la pandemia, por su saliencia, satisface las condiciones que la literatura asocia a su formación.

3 Durante el 2020 y la primera mitad del 2021, las plataformas operaban de forma concentrada en Quito y Guayaquil; la expansión a ciudades intermedias fue posterior y progresiva.

4 La regla de las 10 veces arroja un mínimo de 90 casos para los nueve predictores; el análisis de potencia ($f^2 = .15$; $\alpha = .05$; potencia = .95) elevó el mínimo a 119. El objetivo de 400-500 casos respondió a la estabilidad del análisis multigrupo.

5 El nivel socioeconómico se estimó con la metodología del INEC (vivienda, educación, ocupación y posesión de bienes).

20%, fallas en ítems de control, tiempos extremos y patrones inverosímiles), la muestra válida fue de 468 cuestionarios.

Para los casos con datos faltantes inferiores al 20%, se aplicó una imputación múltiple mediante el algoritmo MICE⁶ del paquete mice de R (Van Buuren & Groothuis-Oudshoorn, 2011).

De los 468 cuestionarios, 312 (66.7 %) estaban completos; los 156 restantes presentaban al menos un valor faltante, concentrados en condiciones facilitadoras (8.1%), riesgo percibido por Covid-19 (6.4%) y valor del precio (5.7%). La prueba de Little (MCAR) fue compatible con un mecanismo aleatorio ($\chi^2 = 124.3$; $p = .087$). El análisis de sensibilidad –datos imputados, casos completos ($n = 312$) y un modelo sin condiciones facilitadoras ni riesgo Covid-19– mostró estabilidad: el hábito se mantuvo dominante (β entre .48 y .54) y el orden de los predictores no varió (véase “Material suplementario”, Anexo B).

Consideraciones éticas

La participación fue voluntaria y anónima. Antes de iniciar, se informó a los participantes del propósito académico, del carácter voluntario, del derecho a retirarse y del uso exclusivamente investigativo de los datos; el consentimiento se obtuvo mediante una casilla de aceptación digital. No se recolectaron datos identificables. Por tratarse de una encuesta anónima, de riesgo mínimo y sin datos sensibles, el estudio se enmarca en categorías habitualmente exentas de revisión ética; los datos se almacenaron de forma agregada en un repositorio de acceso restringido.

Plan de análisis

El análisis se realizó en tres etapas. Primera, un análisis descriptivo y bivariado en SPSS 28.0 (estadísticos descriptivos, pruebas t entre ciudades, ANOVA de medidas repetidas entre períodos y correlaciones de Pearson).

Segunda, se estimó el modelo estructural mediante PLS-SEM⁷ en SmartPLS 4.0 (Ringle et al., 2022). PLS-SEM se orienta a la predicción de varianza, no a la confirmación causal (Hair et al., 2019); los resultados se interpretan como relaciones predictivas, consistentes con el alcance transversal.

El modelo de medida se evaluó mediante la fiabilidad de consistencia interna (α de Cronbach y fiabilidad compuesta $> .70$), validez convergente (cargas $> .70$; AVE $> .50$) y validez discriminante (Fornell-Larcker y HTMT $< .85$ con IC 95 % que no incluyera el valor 1). El modelo estructural se evaluó mediante R^2 , tamaño del efecto (f^2), colinealidad (VIF), relevancia predictiva (Q^2 por blindfolding, $d = 7$), significancia de los coeficientes (bootstrapping con 5000 submuestras, BCa IC 95 %), poder predictivo externo (PLSpredict) (Shmueli et al., 2019) y ajuste global (SRMR).

Tercera, se realizó un análisis multigrupo (MGA-PLS) para diferencias entre ciudades (H10) y grupos demográficos (H11), mediante la permutación (5000 permutaciones; $p < .05$) (Henseler et al., 2009). Se compararon las nueve relaciones por ciudad y tres contrastes demográficos preespecificados, estos últimos exploratorios. Previamente se verificó la invarianza de medida con MICOM de cinco pasos (Henseler et al., 2016).

El control del sesgo de método común combinó el test de Harman, el factor latente común (Podsakoff et al., 2003) y la técnica del marcador variable (Lindell & Whitney, 2001), con la preferencia autodeclarada por compras tradicionales como marcador.

Resultados

La muestra final ($N = 468$; $n = 250$ Quito, $n = 218$ Guayaquil) se distribuyó de forma equilibrada por género (50.4 % mujeres), con edad media de 32.1 años ($DE = 10.0$); el 61.4 % se ubicó en nivel socioeconómico medio-alto o alto, el 45.0 % declaró hijos menores y el 74.9 % tenía formación universitaria o de posgrado. Quito mostró, en promedio, mayor nivel educativo y socioeconómico, y Guayaquil una proporción algo mayor de hogares con hijos. La caracterización completa por ciudad consta en el “Material suplementario”, Anexo G.

El análisis de la evolución temporal reportada reveló diferencias significativas en todas las variables (tabla 1 y figura 1). Como las tres mediciones provienen de los mismos participantes, se aplicó un ANOVA de una vía para medidas repetidas, con grados de libertad del error ($(n - 1)(k - 1) = (468 - 1)(3 - 1) = 934$). Mauchly indicó violación de la esfericidad ($W = .89$, $p < .001$), por lo que se aplicó la corrección de Greenhouse-Geisser ($\epsilon = .92$). Para la frecuencia, $F(1.84; 859.28) = 187.4$, $p < .001$, $\eta^2p = .18$; las comparaciones *post hoc* de Bonferroni confirmaron diferencias entre todos los pares ($p < .001$).

Tabla 1. Comparación temporal de variables de comportamiento (ANOVA de medidas repetidas)

Variable	Premedia (DE)	Pandemia media (DE)	Posmedia (DE)	F (gl GG)	η^2p
Frecuencia (veces/mes)	2.3 (1.8)	6.7 (2.4)	4.9 (2.1)	187.4 (1.84; 859.3)	.18
Gasto por pedido (USD)	12.40 (5.2)	18.70 (6.8)	15.30 (5.9)	94.6 (1.87; 874.1)	.10
Intención de uso (1-7)	4.2 (1.4)	6.1 (.9)	5.6 (1.1)	231.8 (1.85; 863.5)	.21
Confianza (1-7)	4.5 (1.3)	5.4 (1.0)	5.7 (.8)	112.3 (1.90; 887.3)	.12

Nota: todos los contrastes con $p < .001$. GG = corrección de Greenhouse-Geisser.

Fuente: elaboración propia.

6 La imputación múltiple generó cinco conjuntos de datos (50 iteraciones); los estimadores se combinaron con las reglas de Rubin.

7 Se prefirió PLS-SEM sobre CB-SEM por el carácter exploratorio del modelo extendido, el énfasis en la predicción, la no normalidad de algunos indicadores (curtosis > 2 en tres ítems) y los requerimientos del análisis multigrupo.

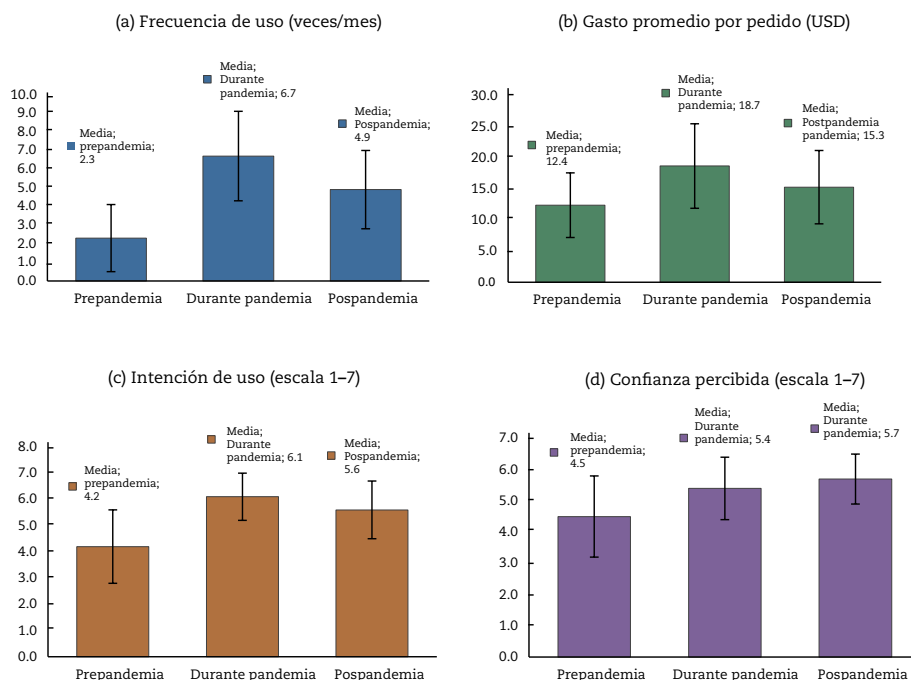


Figura 1. Evolución temporal reportada de las variables de comportamiento

Nota: cada panel emplea su propia escala; las barras de error representan ± 1 DE.

Fuente: elaboración propia.

Modelo de medida

El modelo de medida confirmó propiedades psicométricas adecuadas (tabla 2): fiabilidad de consistencia interna satisfactoria (α de Cronbach .84-.94; fiabilidad compuesta .83-.94, sobre .70) (Hair et al., 2019) y validez convergente confirmada por cargas estandarizadas (.71-.88) y AVE entre .56 y .79 (sobre .50).

Tabla 2. Cargas factoriales, fiabilidad y validez convergente

Constructo	Rango cargas	α	CR	AVE
Expectativa de desempeño (PE)	.71-.88	.89	.89	.68
Expectativa de esfuerzo (EE)	.66-.82	.86	.86	.61
Influencia social (SI)	.80-.91	.90	.90	.74
Condiciones facilitadoras (FC)	.63-.80	.84	.83	.56
Motivación hedónica (HM)	.75-.90	.88	.88	.72
Valor de precio (PV)	.73-.86	.86	.86	.67
Hábito (HT)	.82-.94	.94	.94	.79
Confianza percibida (TR)	.71-.88	.89	.89	.67
Riesgo percibido Covid (PR)	.70-.88	.87	.87	.68
Intención de uso (BI)	.83-.93	.94	.94	.79

Nota: CR = fiabilidad compuesta; AVE = varianza extraída media.

Fuente: elaboración propia.

La validez discriminante se cumplió por el criterio de Fornell-Larcker (la raíz del AVE superó las correlaciones interconstructo) y por el ratio HTMT (.03-.59, bajo el umbral de .85) (Henseler et al., 2015), con IC (BCa 95%) que no incluyeron el valor 1. Las matrices completas se incluyen en el "Material suplementario", Anexo C.

Modelo estructural

El modelo estructural explicó el 67.3% de la varianza en la intención continuada ($R^2 = .673$), valor sustancial. La relevancia predictiva se confirmó con $Q^2 = .54$ (*blindfolding*, $d = 7$) y el ajuste global fue adecuado ($SRMR = .042 < .08$). La especificación se expresa como:

$$BI = \beta_1 PE + \beta_2 EE + \beta_3 SI + \beta_4 FC + \beta_5 HM + \beta_6 PV + \beta_7 HT + \beta_8 TR + \beta_9 PR + \zeta \quad [1]$$

Donde BI = intención de uso continuado; PE = expectativa de desempeño; EE = expectativa de esfuerzo; SI = influencia social; FC = condiciones facilitadoras; HM = motivación hedónica; PV = valor de precio; HT = hábito; TR = confianza percibida; PR = riesgo percibido por Covid-19; y ζ = término de error.

Todos los VIF resultaron inferiores a 5 (rango 1.07-1.42), por lo que se descartó la colinealidad (Hair et al., 2019). El f^2 indica que el hábito ejerce el mayor impacto sobre R^2 (.34), seguido de expectativa de desempeño (.21) e influencia social (.18). El *bootstrapping* (5000 submuestras, BCa IC 95%) reveló que cinco de los nueve predictores se asociaron significativamente con la intención (tabla 3).

Tabla 3. Resultados del modelo estructural (PLS-SEM)

Relación (→ intención)	β	t	p	IC 95% BCa	f^2	SopORTE
Hábito (H7)	.52	14.23	<.001	[.44; .60]	.34	Sí
Exp. de desem- peño (H1)	.41	11.67	<.001	[.33; .49]	.21	Sí
Influencia social (H3)	.38	9.84	<.001	[.29; .47]	.18	Sí
Confianza percibida (H8)	.29	7.45	<.001	[.20; .38]	.10	Sí
Motivación hedónica (H5)	.18	4.12	<.001	[.09; .27]	.04	Sí
Valor de precio (H6)	.11	1.98	.048	[.00; .22]	.02	Marginal
Exp. de esfuerzo (H2)	.09	1.87	.062	[-.01; .19]	.01	No
Cond. facilitadoras (H4)	.07	1.54	.124	[-.03; .17]	.01	No
Riesgo Covid (H9)	-.05	1.12	.263	[-.14; .04]	.00	No

Nota: Bootstrapping con 5000 submuestras (BCa IC 95%).

Fuente: elaboración propia.

Para el poder predictivo externo, PLSpredict (holdout 10%, $k = 10$) (Shmueli et al., 2019) mostró que el modelo superó al benchmark naïve en todos los indicadores de la variable dependiente (mejoras de RMSE del 26-29%). Los tres controles del sesgo de método común resultaron consistentes: el primer factor de Harman explicó el 38.4% de la varianza (< 50%), el factor latente común mostró cargas no significativas (cambio medio de .03 en cargas y .02 en R^2) y la correlación del marcador fue $r = -.04$ (n. s.); el sesgo no constituye una amenaza relevante (véase “Material suplementario”, Anexo D).

Análisis multigrupo

El procedimiento MICOM confirmó la invarianza configural y composicional entre ciudades ($c \geq .99$; $p > .05$; cinco pasos en el “Material suplementario”, Anexo E), habilitando la interpretación de diferencias. El MGA por permutación (5000 permutaciones) reveló diferencias significativas en tres de las nueve relaciones (tabla 4).

El hábito se asoció con la intención de forma más fuerte en Quito que en Guayaquil ($\Delta\beta = .11$, $p = .038$); la influencia social pesó más en Guayaquil ($\Delta\beta = -.15$, $p = .012$); y la confianza fue más relevante en Quito ($\Delta\beta = .11$, $p = .045$). Estos resultados respaldan H10. Aunque significativas, las diferencias de $\Delta\beta = .11$ son modestas; su interpretación debe atender tanto a la significancia como a la relevancia sustantiva en el mercado local.

Tabla 4. Comparación multigrupo por ciudad (MGA)

Relación (→ intención)	β Quito	β Guayaquil	$\Delta\beta$ (Q-G)	p (perm.)	Signif.
Hábito	.58	.47	.11	.038	Sí
Influencia social	.31	.46	-.15	.012	Sí
Confianza	.34	.23	.11	.045	Sí
Exp. de desempeño	.44	.38	.06	.187	No
Motivación hedónica	.21	.15	.06	.245	No
Valor de precio	.13	.09	.04	.432	No
Exp. de esfuerzo	.11	.07	.04	.512	No
Cond. facilitadoras	.09	.05	.04	.498	No
Riesgo Covid	-.03	-.07	.04	.567	No

Nota: permutación con 5000 permutaciones; diferencias significativas con $p < .05$.

Fuente: elaboración propia.

El análisis exploratorio por variables demográficas (H11) mostró asociaciones más fuertes entre expectativa de desempeño e intención en hogares con hijos menores ($\beta = .48$ vs. $.35$; $p = .028$; H11a), entre hábito e intención en el grupo de 25-35 años ($\beta = .61$ vs. $.44$; $p = .019$; H11b) y mayor sensibilidad al valor de precio en el nivel socioeconómico medio-bajo ($\beta = .24$ vs. $.08$; $p = .007$; H11c); por su carácter exploratorio, requieren confirmación con muestras independientes.

Discusión

Los hallazgos confirman y extienden la literatura sobre la adopción de las FDA, al aportar evidencia para el contexto andino. El modelo UTAUT2 extendido mostró un poder explicativo sustancial ($R^2 = .673$), comparable al de estudios previos (Lee et al., 2019, $R^2 = .68$; Zanetta et al., 2021, $R^2 = .71$; Puriwat y Tripopsakul, 2021, $R^2 = .59$).

La contribución central es contextual y empírica: la replicación de modelos establecidos en contextos socioeconómicos diversos es necesaria, pues no se puede presumir su generalización sin verificación (Venkatesh et al., 2012). La jerarquía de predictores confirma la preeminencia del hábito, pero revela una estructura de pesos y diferencias entre ciudades no documentadas.

Que el hábito sea el predictor más fuerte ($\beta = .52$) es consistente con la literatura: Lee et al. (2019) hallaron un valor similar ($\beta = .486$) y Munday y Humbani (2024) y Joshi et al. (2025) refuerzan su papel en la continuidad. La implicación gerencial es priorizar la formación de hábitos mediante onboarding y recompensas por uso frecuente.

Las diferencias entre Quito y Guayaquil constituyen un aporte relevante. El mayor peso del hábito y la confianza en Quito frente al de la influencia social en Guayaquil podría vincularse a diferencias en composición del hogar, dinámicas sociales y experiencia de uso. Como no se midieron variables culturales ni se incorporó evidencia cualitativa, estas interpretaciones se ofrecen con cautela, como hipótesis para investigaciones futuras, incluida la posible distinción cultural Sierra-Costa.

El incremento reportado de la confianza entre períodos (de 4.5 a 5.7 en una escala de 7) sugiere un proceso de aprendizaje: a medida que las plataformas mejoraron la bioseguridad, los tiempos de entrega y la resolución de incidencias, los usuarios reportaron mayor confianza, en línea con la teoría de transferencia de confianza (Chakraborty, 2026; Raza et al., 2023).

La no significancia del riesgo percibido por Covid-19 ($\beta = -.05$, $p = .263$) contrasta con estudios realizados durante la pandemia (Poon & Tung, 2024; Puriwat & Tripopsakul, 2021): en el 2025 este factor perdió relevancia como predictor directo, aunque pudo contribuir a la formación inicial de hábitos. Ello respalda tratarlo como antecedente retrospectivo del uso pandémico más que como predictor de la intención pospandémica. Este debilitamiento de predictores clásicos del UTAUT2 concuerda con Gaber et al. (2026), que en e-Salud hallaron no significativas la expectativa de desempeño y las condiciones facilitadoras, mientras la confianza y el valor de precio se mantenían.

Por último, el uso reportado se mantiene por encima del nivel prepandémico (+113%; $[(4.9 - 2.3)/2.3] \times 100$; IC 95% [98%; 128%]). Al ser retrospectivo, debe interpretarse con cautela. El patrón es coherente con la aceleración pandémica de la adopción digital y con la teoría del comportamiento habitual (Ouellette & Wood, 1998), y converge con evidencia de otros mercados emergentes donde el hábito o la inercia conductual es el principal motor de retención digital pospandemia (Chen & Keng, 2026). Su persistencia solo podrá confirmarse longitudinalmente.

Conclusiones

Este estudio aporta la primera evidencia empírica sistemática sobre los determinantes de la intención continuada de las FDA en Quito y Guayaquil, y llena un vacío en la literatura sobre adopción tecnológica en América Latina.

Primero, en las respuestas retrospectivas la pandemia aparece asociada a una aceleración de la adopción digital: el uso reportado se mantiene un 113% por encima del nivel prepandémico, un cambio conductual con indicios de persistencia que deberá confirmarse longitudinalmente. Segundo, el modelo UTAUT2 extendido mostró alta capacidad explicativa ($R^2 = .673$), con el hábito, la expectativa de desempeño y la influencia social como principales predictores.

Desde la perspectiva gerencial, conviene diferenciar las estrategias por mercado: en Quito, donde pesan más el hábito y la confianza, se debe priorizar la consistencia del servicio, la resolución de incidencias y la fidelización; en Guayaquil, donde domina la influencia social, se debe potenciar el componente comunitario (referidos, redes sociales, tes-

timonios). Su diseño y evaluación constituyen una línea de investigación aplicada.

Entre las limitaciones: (a) el muestreo no probabilístico restringe la generalización más allá de los consumidores urbanos de Quito y Guayaquil con experiencia en las FDA; (b) el diseño retrospectivo implica reconstrucciones mnemónicas y la mitigación reduce, pero no elimina el sesgo de memoria; (c) la concentración en dos ciudades no capta la heterogeneidad del mercado ni a los consumidores de menores ingresos, y (d) la ausencia de diseño longitudinal impide confirmar la persistencia temporal.

Para futuras investigaciones se sugiere: diseños longitudinales prospectivos; extensión a ciudades intermedias; incorporación de sostenibilidad ambiental; estudios cualitativos sobre las motivaciones y la posible distinción cultural Sierra-Costa; y estudios de estrategia de mercado evaluados experimentalmente.

Financiación

Este trabajo no recibió financiación específica de agencias del sector público, comercial o sin fines de lucro.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener conflictos de interés financieros, laborales, académicos o personales que hayan podido influir en el desarrollo, los resultados o la interpretación del estudio.

Disponibilidad de datos

Los datos que respaldan los resultados de este estudio están disponibles en ZENODO, bajo el identificador <https://doi.org/10.5281/zenodo.20691783>.

Declaración de uso de inteligencia artificial (IA) generativa y tecnologías asistidas por IA

Se utilizó Claude (Opus 4.8) como apoyo en la edición de estilo y el ordenamiento del texto. Los autores revisaron y verificaron todo el contenido, incluidas las referencias y los resultados, y asumen la responsabilidad plena del manuscrito.

Contribución de los autores

José Luis Castillo Burbano: conceptualización, metodología, análisis formal, investigación, administración del proyecto, redacción (borrador original), redacción (revisión y edición).

María de los Ángeles Solís Tazán: conceptualización, investigación, redacción (revisión y edición).

Marlon Manyá Orellana: metodología, software, análisis formal, validación, visualización.

Segundo F. Vilema-Escudero: investigación, conservación de datos, recursos.

Jossep Rafael Cevallos Arias: investigación, recursos, redacción (revisión y edición).

Referencias

- Al-Essa, M. (2026). Examining consumers' continuance intention to use P2P mobile payment systems: An extended TPB approach. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 21(2), artículo 61. <https://doi.org/10.3390/jtaer21020061>
- Al-Mamary, Y. H. (2026). Enabling digital transformation: Factors influencing continuance intention and use of digital government services in Saudi Arabia. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2026, artículo 5590676. <https://doi.org/10.1155/hbe2/5590676>
- Brislin, R. W. (1970). Back-translation for cross-cultural research. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1(3), 185-216. <https://doi.org/10.1177/135910457000100301>
- Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE). (2024). *Estudio de transacciones no presenciales en Ecuador - VII Medición*. CECE.
- Catacutan, Z. M. (2025). Filipinos' e-wallet continuance usage intention and behavior: Deciphering the roles of task technology fit, UTAUT2 and trust using a SEM-ANN approach. *Journal of Science and Technology Policy Management*. Publicación anticipada en línea. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-09-2024-0373>
- Chakraborty, D. (2026). Exploring the drivers of continuance and recommendation intentions in online food delivery services: A technology continuance theory perspective. *British Food Journal*, 128(1), 407-425. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2025-0826>
- Chen, Y.-H., & Keng, K. (2026). Sustaining digital health engagement in emerging markets: A telemedicine study in post-COVID-19 Indonesia. *Journal of Asia Business Studies*, 20(3), 608-628. <https://doi.org/10.1108/JABS-07-2025-0386>
- Chinelato, F. B., & Hoyos Vallejo, C. A. (2024). Operational excellence in online food delivery service: The role of food biosafety measures. *British Food Journal*, 126(12), 4485-4502. <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2024-0455>
- De Borja, E. H., & Tezza, R. (2026). Playfulness as a key driver of behavioral intention in fashion mobile commerce. *Journal of Global Fashion Marketing*, 17(2), 133-149. <https://doi.org/10.1080/20932685.2026.2629975>
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149-1160. <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>
- Gaber, H. R., Elbadrawy, R., Mostafa, L., & Oreiky, M. (2026). Consumer continuous intention to use of e-health services after COVID-19 pandemic: An extended UTAUT2 model. *Cogent Business & Management*, 13(1), artículo 2625533. <https://doi.org/10.1080/23311975.2026.2625533>
- Golden, B. R. (1992). The past is the past—or is it? The use of retrospective accounts as indicators of past strategy. *Academy of Management Journal*, 35(4), 848-860. <https://doi.org/10.5465/256318>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). Testing measurement invariance of composites using partial least squares. *International Marketing Review*, 33(3), 405-431. <https://doi.org/10.1108/IMR-09-2014-0304>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277-319. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Hong, C., Choi, E.-K., & Joung, H.-W. (2023). Determinants of customer purchase intention toward online food delivery services: The moderating role of usage frequency. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 76-87. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.12.005>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2023). *Ecuador en cifras: estadísticas de población*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Jager, J., Putnick, D. L., & Bornstein, M. H. (2017). More than just convenient: The scientific merits of homogeneous convenience samples. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 82(2), 13-30. <https://doi.org/10.1111/mono.12296>
- Joshi, R., Garg, P., Kumar, S., & Dhiman, N. (2025). What drives consumers to continually use food delivery apps? The moderating role of coupon proneness. *Global Knowledge, Memory and Communication*. Publicación anticipada en línea. <https://doi.org/10.1108/GKMC-05-2024-0318>
- Khan, M. U., Nassar, S., Islam, M. F., Hossain, M. B., & Vasa, L. (2025). Is digitalization necessary for e-commerce adoption at small and medium-sized enterprises? The pandemic effects. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 13(4), 209-230. <https://doi.org/10.15678/EBER.2025.130411>
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guilford Press.
- Lee, S. W., Sung, H. J., & Jeon, H. M. (2019). Determinants of continuous intention on food delivery apps: Extending UTAUT2 with information quality. *Sustainability*, 11(11), artículo 3141. <https://doi.org/10.3390/su11113141>
- Lindell, M. K., & Whitney, D. J. (2001). Accounting for common method variance in cross-sectional research designs. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 114-121. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.1.114>
- Miller, C. C., Cardinal, L. B., & Glick, W. H. (1997). Retrospective reports in organizational research: A reexamination of recent evidence. *Academy of Management Journal*, 40(1), 189-204. <https://doi.org/10.5465/257026>
- Munday, M., & Humbani, M. (2024). Determining the drivers of continued mobile food delivery app usage during a pandemic period. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2308086. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2308086>
- Ortega-Vivanco, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: caso Ecuador. *Retos. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 233-247. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.03>
- Ortiz-Prado, E., Henríquez-Trujillo, A. R., Rivera-Olivero, I. A., Lozada, T., & García-Bereguai, M. A. (2021). High prevalence of SARS-CoV-2 infection among food delivery riders. A case study from Quito, Ecuador. *Science of the Total Environment*, 770, 145225. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.145225>
- Ouellette, J. A., & Wood, W. (1998). Habit and intention in everyday life: The multiple processes by which past behavior predicts future behavior. *Psychological Bulletin*, 124(1), 54-74. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.124.1.54>
- Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI). (2025). *Ecuador's e-commerce market: Trends and insights*. <https://paymentscmi.com/insights/ecuador-e-commerce-market/>
- Petroccione, G., & Taddei, M. (2026). Consumer behaviour and digital payments in the post-COVID-19 era: A systematic review and integrative framework for sustainable marketing. *Competitiveness Review*. Publicación anticipada en línea. <https://doi.org/10.1108/CR-02-2026-0098>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Poon, W. C., & Tung, S. E. H. (2024). The rise of online food delivery culture during the COVID-19 pandemic: An analysis of intention and its associated risk. *European Journal of Management and Business Economics*, 33(1), 54-73. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-04-2021-0128>

- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2021). Understanding food delivery mobile application technology adoption: A UTAUT model integrating perceived fear of COVID-19. *Emerging Science Journal*, 5(Special Issue), 94-104. <https://doi.org/10.28991/esj-2021-SPER-08>
- Rahman, A., al Farid, F., Bashar, M. A., Uddin, J., Mahmud, A., & Karim, H. A. (2025). Examining the influence of deterrent and enhancement factors on QR-code mobile payment continuance intention: Insights from PLS-SEM and IPMA analysis. *Frontiers in Big Data*, 8, artículo 1679897. <https://doi.org/10.3389/fdata.2025.1679897>
- Raza, S. A., Khan, K. A., & Hakim, F. (2023). Give your hunger a new option: Understanding consumers' continuous intention to use online food delivery apps using trust transfer theory. *International Journal of Consumer Studies*, 47(1), 169-194. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12845>
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2022). SmartPLS 4. El software estadístico más fácil de usar del mundo. SmartPLS. <https://www.smartpls.com/>
- Shmueli, G., Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J.-H., Ting, H., Vaithilingam, S., & Ringle, C. M. (2019). Predictive model assessment in PLS-SEM: Guidelines for using PLSpredict. *European Journal of Marketing*, 53(11), 2322-2347. <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2019-0189>
- Valdivino, C. X., De Paula, T. M., & Gerhard, F. (2025). The use of e-commerce applications in Latin America: Individual and structural influences during COVID-19. *Future Business Journal*, 11(1), 1-14. <https://doi.org/10.1186/s43093-025-00626-3>
- Van Buuren, S., & Groothuis-Oudshoorn, K. (2011). mice: Multivariate imputation by chained equations, R. *Journal of Statistical Software*, 45(3), 1-67. <https://doi.org/10.18637/jss.v045.i03>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Waris, I., & Suki, N. M. (2026). Unveiling the drivers of food delivery app continuance intention: Integrating expectation confirmation model and task-technology fit model. *Journal of Internet Commerce*, 25(2), 1-25. <https://doi.org/10.1080/15332861.2026.2622613>
- Zanetta, L. D., Hakim, M. P., Gastaldi, G. B., Seabra, L. M. J., Rolim, P. M., Nascimento, L. G. P., Medeiros, C. O., & da Cunha, D. T. (2021). The use of food delivery apps during the COVID-19 pandemic in Brazil: The role of solidarity, perceived risk, and regional aspects. *Food Research International*, 149, 110671. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2021.110671>

Material suplementario. Anexo A. Cuestionario completo (72 ítems) y protocolo de traducción-retrotraducción. Anexo B. Análisis de datos faltantes (prueba de Little) y de sensibilidad (MICE, casos completos y modelo reducido). Anexo C. Matrices completas de Fornell-Larcker y HTMT con intervalos de confianza. Anexo D. Reporte completo del control del sesgo de método común y de PLSpredict. Anexo E. Procedimiento MICOM de cinco pasos. Anexo F. Confiabilidad preliminar de la prueba piloto por constructo ($n = 52$). Anexo G. Caracterización demográfica completa de la muestra por ciudad. (Anexos: <https://doi.org/10.5281/zenodo.20691783>)