



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

## **ESCUELA DE POSGRADO**

### **PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN DERECHO CORPORATIVO**

Arbitraje de consumo y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**  
Maestra en Derecho Corporativo

**AUTORA:**

Rodriguez Mendoza, Janet Yolanda (orcid.org/0000-0003-2251-7484)

**ASESORES:**

Dra. Campos Maldonado, Milagros Patricia (orcid.org/0000-0002-0829-1645)

Mtro. Obiol Anaya, Erik Francesc (orcid.org/0000-0002-3513-5592)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Derecho Comercial

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**TRUJILLO – PERÚ  
2023**

## **DEDICATORIA**

A Dios por su compañía, luz, fortaleza y su misericordia. A mis padres Mardomio y Beatriz por su apoyo y enseñanzas. A mis Hermanos por sus consejos.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a la Universidad César Vallejo. Y al Dr. Erick Oriol por compartir sus conocimientos académicos, guiándome con su profesionalismo y experiencia.



**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, OBIOL ANAYA ERIK FRANCESC, docente de la ESCUELA DE POSGRADO de la escuela profesional de MAESTRÍA EN DERECHO CORPORATIVO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Arbitraje de consumo y la adhesión de empresas en Lima Sur - 2022", cuyo autor es RODRIGUEZ MENDOZA JANET YOLANDA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 27 de Julio del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ERIK FRANCESC OBIOL ANAYA <b>DNI:</b> 42417854 <b>ORCID:</b> 0000-0002-3513-5592	Firmado electrónicamente por: OBIOLEF el 02-08- 2023 11:43:40

Código documento Trilce: TRI - 0623126



**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, RODRIGUEZ MENDOZA JANET YOLANDA estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO de la escuela profesional de MAESTRÍA EN DERECHO CORPORATIVO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Arbitraje de consumo y la adhesión de empresas en Lima Sur - 2022", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
JANET YOLANDA RODRIGUEZ MENDOZA <b>DNI:</b> 42009317 <b>ORCID:</b> 0000-0003-2251-7484	Firmado electrónicamente por: JRODRIGUEZME83 el 27-07-2023 21:26:00

Código documento Trilce: TRI - 0623141

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización:	15
3.3. Población, muestra y muestreo	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.5. Procedimiento	18
3.6. Métodos de análisis de datos:	18
3.7. Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN	30
VI. CONCLUSIONES	35
VII. RECOMENDACIONES	36
REFERENCIAS	37
ANEXOS	44

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Validez de expertos	17
Tabla 2. Estadísticas de fiabilidad	18
Tabla 3. Factor Jurídico	20
Tabla 4. Factor Doctrinario	21
Tabla 5. Factor Político	21
Tabla 6. Arbitraje de Consumo	22
Tabla 7. Resolución normativa	23
Tabla 8. Cláusulas Rígidas	23
Tabla 9. Enfoque Social	24
Tabla 10. Adhesión de Empresas	25
Tabla 11. Prueba de Normalidad	26
Tabla 12. Prueba de Hipótesis General	27
Tabla 13. Prueba de Hipótesis Específico 1	27
Tabla 14. Prueba de Hipótesis Específico 2	28
Tabla 15. Prueba de Hipótesis Específico 3	29

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Factor Jurídico	20
Figura 2. Factor Doctrinario	21
Figura 3. Factor Político	22
Figura 4. Arbitraje de consumo	22
Figura 5. Resolución Normativa	23
Figura 6. Cláusulas Rígidas	24
Figura 7. Enfoque Social	24
Figura 8. Adhesión de Empresas	25



## RESUMEN

La tesis tuvo por título; Arbitraje de consumo y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022. El objetivo principal de la tesis fue: Establecer en qué medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas Lima Sur- 2022. El método fue de tipo básico, el diseño no experimental, nivel descriptivo – correlacional y de enfoque cuantitativo. La población fueron 58 empresas formales que participaron para el desarrollo de la encuesta, en tanto la muestra fue censal. Resultados del estadístico de Spearman, se observa una correlación significativa y positiva entre el arbitraje de consumo y la adhesión de empresas en Lima Sur ( $r = 0.844$ ;  $p < 0.001$ ) lo que sugiere que las empresas que se adhieren al arbitraje de consumo tienden a mostrar una mayor disposición a resolver disputas de manera justa y equitativa. Se recomienda que las empresas en Lima Sur estén familiarizadas con la legislación y regulaciones vigentes relacionadas con el arbitraje de consumo. Esto incluye el Código de Protección al Consumidor y normativas de arbitraje específicas relacionadas con los procedimientos de arbitraje en casos de disputas de consumo. Manténganse actualizados sobre los cambios en la legislación y asegúrense de cumplir con los requisitos establecidos.

**Palabras clave:** Factor Jurídico, Factor Doctrinario, Factor Político, Arbitraje de consumo y Adhesión de empresas.

## ABSTRACT

The thesis was titled; Consumer arbitration and the adhesion of companies in Lima Sur - 2022. The main objective of the thesis was: To establish to what extent consumer arbitration is related to the adhesion of companies in Lima South - 2022, the method was basic, non-experimental design, descriptive-correlational level and quantitative approach. The population consisted of 58 formal companies that participated in the survey, while the sample was a census. The results of Spearman's statistic show a significant and positive correlation between consumer arbitration and the adherence of companies in South Lima ( $r = 0.844$ ;  $p < 0.001$ ), suggesting that companies that adhere to consumer arbitration tend to show a greater willingness to resolve disputes in a fair and equitable manner. It is recommended that companies in South Lima be familiar with current legislation and regulations related to consumer arbitration. This includes the Consumer Protection Code and specific arbitration regulations related to arbitration procedures in cases of consumer disputes. Keep up to date on changes in legislation and make sure you comply with the established requirements.

**Keywords:** Legal Factor, Doctrinal Factor, Political Factor, Consumer Arbitration and Business Adhesion.

## I. INTRODUCCIÓN

En nuestro país como parte de la convivencia entre los habitantes en una sociedad, se suscitan conflictos entre las personas, los mismos que deben ser resueltos o solucionarse. Existen diversas formas de resolverlos siendo lo tradicional la sede judicial; sin embargo, también existen medios alternativos de resolución de conflictos, aquí encontramos al arbitraje y sus tipos especiales. En la presente investigación nos centraremos únicamente en el Arbitraje de Consumo. Es importante entender que el arbitraje de consumo es un servicio público que ofrece una resolución eficiente, sencilla, gratuita y rápida de disputas entre consumidores y empresas en una relación de consumo, surgido al adquirir bienes o servicios. El sistema es gratuito, rápido, sencillo, adaptable y confidencial. Cabe destacar que tanto el consumidor como el proveedor deben expresar su deseo de resolver sus disputas mediante este mecanismo para poder utilizar el arbitraje de consumo. En ese sentido, es utilizado por la empresa mediante su adhesión al sistema. En la presente investigación nos centraremos en las empresas ubicadas en Lima Sur.

En donde en la actualidad el arbitraje de consumidores de España se encuentra en un punto crucial. Desde 2017, se han anunciado reformas que aún no han llegado; esto surge de la dependencia de España del sistema de arbitraje de consumo de la Comisión Europea para cumplir con las obligaciones que surgen del sistema europeo de resolución de conflictos de consumo alternativa y en línea (De la Rosa, 2021). El arbitraje de consumo ha sido ampliamente discutido como un método alternativo para resolver disputas que surgen de las relaciones de consumo, pero en la actualidad es ampliamente aceptada en todo el mundo. Esta tendencia ha llevado a la identificación de dos modelos los que tienen diferentes implicaciones para los consumidores y los propietarios de empresas. Por lo tanto, este artículo busca mostrar los cambios necesarios para mejorar la intervención del consumidor a sus demandas requeridas (Rubiano, 2021).

Además, se observa que el sistema legal chileno es conocido por sus deficiencias regulatorias en cuanto al arbitraje de consumo, lo que no garantiza un acceso real y efectivo de los consumidores a la justicia, aquí no encontramos asimetría de la información, tampoco existen partes débiles que deban ser protegidas según el legislador (Jequier, 2021).

Es por ello que desde el enfoque nacional se observó aun falencias del mismo, donde el conflicto es la confrontación de intereses subjetivos; donde se afecta a una persona o personas. Frente a la existencia de un conflicto entre las personas, estos tienden a buscar opciones que les permitan resolver este conflicto, estos pueden ser resueltos por ellos mismos y mediante un dialogo Autocomposición o encargarla la solución de la controversia a una persona distinta a ellos – Heterocomposición. El arbitraje se encuentra dentro de este mecanismo de heterocomposición y busca resolver las controversias, vinculando a las partes con un árbitro. Por ende, respecto a la regulación aplicable al Arbitraje de Consumo, este se rige por el Código de Protección al Consumidor art. 137 al art 146, Reglamento del SIAC y sus normas complementarias. Asimismo, de forma supletoria se aplica el decreto legislativo N° 1071, para todo lo no previsto en la norma siempre que resulte pertinente. Cronológicamente, el sistema de arbitraje de consumo se estableció en 2010, junto con el Código de Protección al Consumidor. En el año 2011 se crea su primer reglamento con el Decreto Supremo N° 046-2011-PCM. En el año 2016 se inicia las funciones de la Junta Arbitral de Consumo Piloto. En el año 2019 se modifica el reglamento con el Decreto Supremo N° 103-2019-PCM, con la finalidad que se acojan la mayor cantidad de proveedores y consumidores y puedan solucionar sus problemas que puedan surgir entre ellos. Entonces, se deroga el primer reglamento, sus precisiones y directivas pertinentes anteriores al último reglamento. Y es en el año 2022, donde se produce la descentralización del SISAC, y la gestión antisoborno.

Por tal razón, se coloca la formulación de la problemática institucional, por ello el problema general; En qué medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022. Así como también los problemas específicos; a. ¿Cómo el factor jurídico se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur - 2022? b. ¿Cómo el factor doctrinario se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur-2022? c. ¿Cómo el factor político se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur-2022?

Es así, que la relevancia de la Justificación social, su objetivo final de este estudio será determinar la efectividad empresarial, para resolver conflictos de consumo, protegiéndose los intereses y derechos de los proveedores, consumidores, y sociedad en su conjunto. Justificación teórica; con base en lo

anterior, es posible precisar que todo sistema de arbitraje que se especializa en brindar una posible solución de disputas con los consumidores y que funcione de manera rápida, sencilla y efectiva ofrece garantías a los proveedores y ayuda a proteger los intereses de los consumidores, para todo mercado en su conjunto. Por lo tanto, existe un interés común del mercado en crear un mecanismo alternativo justo y creíble que resuelva efectivamente los conflictos que surgen en las relaciones y armonice con los sistemas de protección al consumidor y las políticas estatales. Justificación metodológica; asimismo, el propósito es obtener y resumir información para construir una base de conocimiento que se encuentra en el análisis de los sistemas de arbitraje de consumo y la adhesión. Respecto al dogmatismo jurídico, se utiliza principalmente un enfoque objetivo, basado en el estudio del problema a partir de fuentes jurídicas oficiales. Para ello se realizan estudios descriptivos que pretenden profundizar en el problema y caracterizarlo en detalle con el fin de identificar la relación entre las variables propuestas y obtener resultados generales que contribuyan a una comprensión común del problema. Justificación práctica; la utilidad de este estudio es su contribución al análisis de la legislación vigente que rige la SISAC y la compatibilidad con los modelos económicos actuales, las regulaciones internacionales y los sistemas de protección de los consumidores actuales.

Es en tal sentido que se exponen los objetivos del proyecto de investigación, Objetivo general; Establecer en qué medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022. En cuanto a los objetivos específico; a. Establecer la relación entre el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur. b. Determinar la relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur. c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur. Por último, las hipótesis planteadas por la autora; Hipótesis general: Existe relación entre la utilización del arbitraje de consumo y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022. En cuanto a Hipótesis Específicas; a. Existe relación entre la utilización del arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022. b. Existe relación entre la utilización del arbitraje de consumo desde el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022. c. Existe relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

Respecto a los estudios de investigación previa locales, que respaldan la presente investigación: según Gálvez (2018) quien planteó analizar la efectividad del mecanismo alternativo para la resolución de conflictos entre consumidores y proveedores, sobre la evolución teórica del sistema nacional de protección al consumidor; lo que finalmente esboza limitaciones, problemas y desafíos de las normas actuales de la SISAC que se debe reforzar o regular en beneficio para las partes en cuestión. Por ende, concluyo que la Ley vigente respecto a la defensa y Protección de Consumo, estableció todo un SISAC para brindar a los consumidores un mecanismo rápido y vinculante para resolver conflictos que surgen en las relaciones de consumo entre el proveedor/consumidor; donde sin salir del objetivo principal estos fueron utilizados para proteger y defender los derechos e intereses de los interesados, además de los procedimientos administrativos estándar que dan acceso a la justicia a los consumidores.

Para Morales (2021) en su artículo tuvo como prioridad determinar como de qué manera el Arbitraje de Consumo logra llegar a consolidarse como el mecanismo eficaz. Respecto a la metodología; enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental. En cuanto al resultado; el arbitraje ofrece a todo consumidor una sabia alternativa de solución a la disputa, además tiene que ser gratuito, célere, sencillo y vinculante para las partes intervinientes, asimismo determina las ventajas frente a una denuncia de parte. Concluyendo que; el sistema de arbitraje de consumo este compuesto de distintos métodos que permite la resolución de disputas que se distinguen por su facilidad, simplicidad, rapidez de procesamiento y sencillez de manejo de conflicto. Las sanciones indican una ventaja comparativa sea beneficioso para el desarrollo sostenible, en este sentido en comparación con los procesos de legalidad iniciados de oficio por descontento de los interesados.

Según Valencia (2017) quien enfatiza que el objetivo fue establecer primero el concepto de arbitraje, para poder entender su aplicación en el Perú, las características más relevantes. El método fue; tipo básica, diseño no experimental, enfoque mixto y documentado. En cuanto a su conclusión; el Perú no resulta

funcional la aplicación del arbitraje de consumo. Por ende, el arbitraje de consumo es subvencionado por el gobierno a través de Indecopi. Nuestro punto de vista es que esto aumenta la responsabilidad financiera y desvía recursos destinados a implementar el sistema judicial actual y otros mecanismos apropiados para resolver disputas entre proveedores y consumidores. Esta situación no es adecuada y no resuelve el problema de la procedencia, sino que también genera más confusión. Esto se debe a que, en el proceso de arbitraje de consumidores, es el gobierno, y no el individuo, quien asume los costos del arbitraje. Ello desencadena la intervención aumentando, así la responsabilidad financiera e implementando un sistema judicial imparcial y apropiados para dar solución inmediata ante las disputas entre proveedores y consumidores.

En tanto citando a Ríos (2016) tuvo como objetivo realizar un estudio integral, que permita la implementación la que debe ser de forma gradual en el sector que presente mayor cantidad de reclamos y denuncia administrativas. Método; tipo aplicada, enfoque cualitativo, recopilación documentada, sobre la población fue aplicado a una empresa. Los resultados, fue a partir de la aplicación del arbitraje funcionaria con la participación de consumidores-asociación de consumidor, sector público, entidad estatal y organizaciones empresariales de consumidores, Empresas Organizaciones Empresariales y Sector Publico. Se concluyo; el arbitraje de consumo funciona dentro de la disposición y confianza del sistema de todos los actores involucrados, asociaciones de consumo y empresas, empresas públicas y el sector público; Indecopi como autoridades locales y de protección de consumo nacional. La ventaja competitiva del arbitraje de consumo como entidad de resolución de disputas se logrará a través de factores como la velocidad, el pago, la profesionalidad, la eficacia de los premios arbitrales, la confidencialidad, etc.

Desde en contexto nacional; en Huaraz, la autora Lugo (2021) planteó como objetivo establecer sobre la naturaleza del fallo de INDECOPI sobre la cláusula de abuso en el acuerdo de préstamo determina cómo afecta los derechos de los consumidores. El tipo de investigación fue básico, el diseño fue descriptivo y cuantitativo, y los instrumentos tecnológicos y de recopilación de datos utilizados fueron una guía de entrevistas que constaba de nueve preguntas abiertas respondidas por cuatro abogados especializados en derecho. Además de jurisprudencia, derecho comercial y análisis documental, también se utilizaron

fichas de teorías jurídicas y teorías relacionadas con esta investigación. En cuanto a la conclusión, donde las resoluciones con carácter de cosa decidida comprender como son emitidas o generadas por INDECOPI, ello se ve reflejada a que, si la cláusula de blasfemia tiene un impacto en los derechos de los consumidores, la persona responsable de emitir la resolución no analiza minuciosamente cada caso, lo que resulta en reclamos de los consumidores.

Entre los antecedentes a nivel Internacional, tenemos a Méndez (2022) señaló que su objetivo fue; determinar si los gastos de arbitraje en Ecuador limitan el acceso a la justicia, un aspecto del derecho una defensa efectiva. Además, considero si la cantidad de ventajas de los juicios gratuitos ayudan a que el acceso al arbitraje sea una realidad. Método de tipo básica de enfoque cualitativo, la característica del instrumento fue la recopilación documentada. Se concluyó, que actualmente, existe una cierta imposibilidad económica lo que obstaculizo significativamente el derecho a la demanda. Además, estableció que el Servicio de Defensa del Estado, el Estado de Nueva York ha establecido un sistema de justicia libre que elimina las tarifas y otros tipos de contribuciones financieras para acceder a la ley. Lo cual no beneficia a la solución de los conflictos entre consumidor y empresa, con ello no se puede fortalecer las alianzas comerciales de largo plazo para ambas.

Del mismo modo, Arellano (2021) planteo como objetivo desarrollar la evolución histórica y busca justificar su origen del arbitraje de consumo, determinó que en cuanto a la legislación peruana, el procedimiento no es tan diferente del que se realiza en España, sin embargo existen matices especiales y que se acomodan a la forma correcta de dar solución a los conflictos, para empezar debemos precisar que la legislación de consumo, acoge como consumidor a los empresarios, siempre que su actividad no este destinada a la actividad comercial; pero sobre todo protege a los pequeños empresarios, conocidos como emprendedores que constituyen las PYMES y a quienes interesa su protección con la finalidad de poder ayudar en su crecimiento empresarial.

Por otro lado, Cantero (2020) en su tesis, ha tenido como objetivo desarrollar fundamentos del arbitraje como medio alternativo y sus bases para la resolución de conflictos, y determino que el arbitraje en materia de consumidores y usuarios tiene beneficios para las partes accediendo a un proceso eficaz, gratuito y rápido,



garantizando la igualdad de armas para la parte más débil del conflicto y accesibilidad.

Para Arellano (2021) el arbitraje es una figura legal. Por medio de este mecanismo se dan solución a los conflictos que se hayan originado entre dos o más sujetos de derecho, sin la necesidad de incorporarse a la actividad jurisdiccional para dar solución; pero que requiere de la intervención de un tercero neutral. Esta figura legal es utilizada por razones de celeridad, cuando se requiere de una solución menos extensa de lo que llevaría la solución judicial. La decisión que se tome sobre el asunto conflictivo podrá dar fin a la controversia dando solución a aquellas diferencias ocasionadas entre sujetos.

Para Navinta (2017) se entiende que actualmente el arbitraje es una de las alternativas que contribuyen a la justicia resolviendo de manera pacífica las controversias. Por lo que sostiene que tiene una dimensión objetiva en lo referido a la norma constitucional y otra subjetiva referido a su finalidad de proteger los intereses de las partes. Ambas dimensiones se interrelacionan y se precisa la conformidad con la norma legal y la jurisprudencia. En cuanto al tribunal constitucional, se logró definir claramente la existencia de jurisdicción arbitral como una excepción al principio de unión y exclusividad de las funciones jurisdiccionales destacando al sistema judicial, y ha ratificado el derecho de las partes en un conflicto y elegir entre general o jurisdicción arbitral. La jurisdicción arbitral; reconoce la jurisdicción arbitral y el derecho completo y absoluto de decidir y resolver disputas presentadas en un arbitraje sobre asuntos accesibles, con interdependencia jurisdiccionales que protege a los consumidores/proveedor, esto, sin la participación de las autoridades administrativas o judiciales típicas.

León (2022) el arbitraje tiene un equivalente jurisdiccional con la emisión del laudo que tiene los efectos de cosa juzgada (...) obteniendo las partes un resultado equiparable al recurrir a la jurisdicción civil; el tribunal determino sin embargo no se impide poder recurrir constitucionalmente para refutar lo establecido el carácter irrenunciable e indisponible del derecho a la tutela judicial efectiva en STC 1/2018, de 11 de enero, FJ 3.

Al respecto Olivares (2021) concluye que la Corte Suprema de Nebraska mantiene firme la decisión en la ley estatal al permitir que las partes elaboren su acuerdo de arbitraje según lo estimen las partes y pueden modificarlo si lo

consideran las expectativas dentro de su acuerdo; por otro lado, el Estado no puede hacer unilateralmente la alteración. En ese sentido, los Estados no alteran las reglas básicas del contrato por que esto generaría una colisión respecto a la exigibilidad de un acuerdo de arbitraje; la ley no puede exigir a las partes que participen en un procedimiento de arbitraje que no concuerde con las partes. Menciona además la existencia de una oposición respecto al arbitraje, la cual no debe permitirse que afecte las iniciativas legislativas de protección a la parte más débil de la inserción de cláusulas de arbitraje en los contratos de adhesión, cuando la cláusula de arbitraje beneficie significativamente a la parte redactora.

Además, Del Aguila (2021) analizó el sistema de arbitraje de consumo, incluyendo su validez y las cuestiones doctrinales y legales que plantea. También se examinan el arbitraje de transporte terrestre y el arbitraje de seguros, así como las diferencias entre el arbitraje equitativo y el judicial. Finalmente, se analizan arbitrajes concretos y se determina si realmente estamos ante una defensa de acción colectiva.

Por otro lado, Hernández (2020) realizó un análisis operativo de los mecanismos procesales de consumo y protección al consumidor. Basándose en los sistemas arbitrales de consumo de España y Perú, se establecen estándares para la creación del sistema arbitral colombiano y un marco para la acumulación de demandas, brindando principios de economía procesal y tutela judicial efectiva. De la Rosa et al. (2021) describió cómo el legislador español transformó las directrices RAL en un elemento de innovación en el nuevo marco europeo de alternativas y en línea, adaptándose al sistema español y a la Junta Arbitral de Consumo. Se realizó una transición formal para cumplir con los requisitos mínimos de la Unión Europea en cuanto a la resolución de conflictos de consumo.

Por otro lado, Szalar (2019) en el cual se busca hacer realidad la profesionalización en materia de reclamaciones, brindar información para que las soluciones alternativas funcionen con mayor naturalidad, adecuar los métodos de resolución a la época actual, afinar el registro de empresas adheridas y eliminar la necesidad de la presencia física de las partes en todos los procedimientos de la Comisión Arbitral de Consumo. Además, Rejanovinschi (2018) el consumidor tiene el derecho de optar por el procedimiento judicial que le permita solucionar un conflicto y obtener una reparación. Además, la administración, para proteger los

derechos de los consumidores, debe poder aplicar la Constitución mediante el control constitucional difuso. Egan et al. (2021) estudian los casos de arbitraje de consumidores en el sector financiero y muestran que las empresas tienen una ventaja informativa sobre los consumidores en la elección de árbitros, lo que beneficia a la industria.

Por otra parte, Kaplinsky (2019) sostiene que un consumidor informado no puede escapar del efecto de equilibrio favorable a la industria. Los contrafactuales indican que cambiar el mecanismo de selección de árbitros a favor de los consumidores depende de su nivel de información. Las políticas que buscan beneficiar a los consumidores, como aumentar el pago de los árbitros o dar más opciones a las partes, ayudarían a los consumidores informados, pero dañarían a los no informados. Por otra parte, Deborah (2020) defiende que el acceso a la justicia de todo consumidor, por arbitraje o por juicio, sólo se da si se equilibra la posición desventajosa del consumidor frente al proveedor. Por eso, la protección del consumidor es clave para corregir esta relación desigual también en la etapa procesal. Además, Deepak y Shaikh (2018) plantean que la protección del consumidor no debe ser un objetivo absoluto. No se debe aislar la protección del consumidor de la realidad jurídica y económica. Es muy importante proteger al consumidor solo cuando lo requiera, evitando una intervención estatal excesiva en la autonomía privada del consumidor. La protección de todo consumidor no implica prohibir el arbitraje de consumo, quitándoles los beneficios de este método de resolución de conflictos.

Por otra parte, Alhanouf (2019) sostiene que el principio de igualdad es la base de la protección del consumidor, lo que implica dar un trato equitativo a los iguales y proporcional a los desiguales, según su nivel de desigualdad. Donde la ley debe establecer una diferenciación entre el consumidor y la empresa en el arbitraje, pues tienen disimilitud en negociar, información, pericia. Además, Spilka (2022) la comunidad jurídica, los comercios, el consumidor y el estado a nivel mundial han estado en el proceso de reconocer los beneficios del arbitraje para disputas de consumidores. Donde el derecho de todo consumidor se presenta como una tendencia y no es momento de oponerse a ella, sino de facilitar las vías de solución. Por otro lado, Azwir (2018) la realización de todo principio de justicia en probar la solución de disputas de consumidores a través del arbitraje en todo el

mundo, son iguales por su importancia. Existe debilidades de derecho de protección a los consumidores, en sus normas sustantivas como en derecho formal. Por ello, se debe investigar jurídica y normativamente, la cual se basa en normas y principios judiciales o de legislación judicial.

Para, Chevalier (2022), los convenios arbitrales insertos en los contratos internacionales de consumo se aplicaron sistemáticamente, en nombre tanto del efecto negativo de la *compétence-compétence* como de la autonomía de los convenios arbitrales internacionales. Además, no todos los acuerdos internacionales de arbitraje de consumo son abusivos y los acuerdos de arbitraje en línea deben ser exigibles contra los consumidores, incluso si dicho proceso presenta desafíos. Para, Suffolk (2019) afirma que el sistema de verificación se distingue sobre la base de los entendimientos del derecho civil y del derecho consuetudinario influenciados por varias teorías del sistema de prueba, como el principio de presunción de responsabilidad adoptado en la ley de protección al consumidor de Indonesia. El principio de justicia en el sistema de arbitraje de consumidores es diferente del sistema de verificación de arbitraje que es universalmente aplicable en Indonesia. Por otro lado, Matus (2018) sostiene que la aceptación de los reclamos de los consumidores, como consecuencia de la actividad profesional o empresarial, se realiza con la adhesión al SISAC a través de la oferta pública; resolviéndose en un procedimiento voluntario y extrajudicial. Además, Romero (2018) afirma que el ingreso a la oferta pública otorga a quien se adiciona un distintivo oficial que lo diferencia de quienes no se incorporan al registro.

Por otro lado, tenemos a la variable arbitraje de consumo, para Namen (2020) el arbitraje de consumo tiene un desarrollo importante a nivel internacional; los Estados están otorgando mecanismos ágiles y eficientes de acceder a la justicia a los consumidores. Según, Morales (2021) define al arbitraje de consumo como el mecanismo que se emplea dentro de una relación de consumo, tiene como objetivo resolver las controversias individuales originadas dentro del vínculo de consumo; el consumidor o usuario acude a este mecanismo cuando considera se lesione sus derechos o intereses en una transacción (acto de consumo). Así pues, Jequier (2022) refiere que el arbitraje de consumo es una especialidad que se encuentra

dentro del instituto arbitral; además, tiene diferencias respecto del arbitraje ordinario o común, porque aquí las normas legales están dirigidas a proteger a la parte más débil, aunque la relación jurídica material que se origina por la relación de consumo se encuentre en un ámbito inter partes o puramente individual.

Características del Arbitraje de consumo, en cuanto a ello Moscol (2021) voluntario se somete el consumidor y proveedor u Organizaciones empresariales; puede ser para cada controversia o adhiriéndose al SISAC. La norma califica a la adhesión como la oferta pública de sometimiento al arbitraje de consumo. Con la adhesión los proveedores expresan su compromiso respecto que frente a la existencia de una controversia que se presente con sus consumidores será resuelto mediante arbitraje de consumo; la adhesión se incorpora desde el 2019 y puede ser limitada, se justifica en la búsqueda de un incentivo que permita que los proveedores puedan acogerse, en función a su interés, monto de indemnizaciones que estén dispuesto a asumir (al existir un límite este alcanza daño emergente y/o lucro cesante; el consumidor podrá acudir al Poder Judicial en caso pretenda una indemnización por daño moral y daño a la persona), así como los productos o servicios que someterá a arbitraje; efectos de cosa juzgada según art. 59 del D.L.1071, Decreto legislativo que norma el arbitraje, el laudo es definitivo, inapelable, obligatorio cumplimiento y produce los efectos de cosa juzgada.

Respecto a la participación en el Arbitraje de Consumo INDECOPI (2019) refiere, existen tres formas de poder manifestar su consentimiento son: Adhesión al SISAC, aceptación para un determinado caso y suscripción de convenio arbitral. Además, las ventajas son: evita sanciones, confidencialidad del proceso, excluye del procedimiento sancionador, los tramites y/o comunicaciones son por medios electrónicos resultando ágil, la conformación del tribunal arbitral será por especialistas, uso del logo por los adheridos, plazo 45 días hábiles, indemnización previa acreditación del daño a excepción del daño moral o a la persona que es competencia del Poder Judicial.

Dimensión Factor Jurídico; según Munaila (2022) la mención a los elementos legales del arbitraje de consumo se refiere al marco legal que regula el sistema de resolución de disputas fuera del tribunal entre consumidores o usuarios y empresas o especialistas. Por lo tanto, la parte legal del arbitraje de

consumidores es voluntaria, obligatoria, gratuita y ejecutable para ambas partes. Se basa en los derechos legales o contractuales reconocidos de los consumidores.

Dimensión Factor Doctrinario; según Jequier (2023) el elemento doctrinal del arbitraje de consumo se refiere al conjunto de principios, estándares y normas que guían y apoyan el sistema de resolución de disputas fuera del tribunal. Los factores doctrinales se basan en los siguientes elementos: La mediación de consumidores es un servicio público que los gobiernos brindaron a los ciudadanos para resolver disputas y reclamos que surgen en las relaciones de consumo de manera rápida, efectiva y económica. El arbitraje de consumo es un proceso voluntario que requiere la aprobación expresa de ambas partes. Antes y después de un conflicto, la empresa o sus especialistas pueden supervisar el arbitraje de consumidores.

Dimensión Factor Político; según Álvarez (2022) el arbitraje de consumidores es un servicio público que permite la resolución de disputas de consumidores fuera de los tribunales de manera eficiente, sencilla, gratuita, rápida y voluntaria de alta calidad, que es legalmente vinculante y ejecutable. Por lo tanto, los elementos legales del sistema de arbitraje de consumo son herramientas proporcionadas por la administración pública a los ciudadanos para que puedan resolver de manera efectiva las disputas y demandas que surgen en las relaciones de consumo.

Por otro lado, tenemos a la variable adhesión de empresas. Por su parte Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI (2016) refiere que los proveedores adheridos son aquellos que manifiestan y utilizan con sus clientes frente a una controversia el arbitraje de consumo; siendo los tipos de adherencias individuales y colectivos de empresarios estando conformado por organizaciones empresariales interesadas. Además, De la Rosa et al. (2021) refiere que el arbitraje de consumo en Portugal es obligatorio para la empresa. Desde el 2011 estamos ante un sistema de arbitraje obligatorio unilateral, la empresa no podrá rechazar el arbitraje por el centro; con organizaciones formales lícitas para desarrollar actividad económica y luego presentan disputas relacionadas con servicios básicos como agua, electricidad, gas, transporte, etc. Sin embargo, desde 2019 esto se amplía a todas las reclamaciones y tiene como límite que no supere los 5000 euros.

Para Moscol (2021) el Código de Protección y Defensa del Consumidor, restringe al consumidor respecto a las vías que puede utilizar; si opta por utilizar el

arbitraje de consumo, no podrá iniciar un procedimiento arbitral por infracción normativa, tampoco podrá beneficiarse de medidas correctivas ejemplo: las medidas reparatorias contra el proveedor por la misma infracción dictada por la autoridad en un procedimiento general.

Para Marques (2017) los derechos de los consumidores, tendrían eficacia al coexistir en un sistema donde la tutela de los conflictos que se deriven y el reconocimiento de sus derechos se garanticen. Por lo que, la relación entre consumidor y empresarios tiene una relación jurídica especial, siendo el consumidor la parte económicamente más débil.

Por otro lado, Sánchez (2020) los efectos jurídicos del laudo arbitral tienen como ventaja la amigable composición resulta ser una característica ventajosa respecto a otros mecanismos alternativos, que permite que sea más desarrollado normativamente. Sin embargo, para la teoría contractualista, no considera que el carácter contractual goce de efectos de carácter jurisdiccional, siendo que no reconoce los efectos jurídicos del arbitraje; en Colombia debido a su tardía regulación es el Consejo de Estado y la Corte Constitucional de Colombia quien otorgo jurisprudencialmente los efectos de mérito ejecutivo y cosa juzgada.

Dimensión Resolución normativa; para Morales y Flores (2023) es un acto gubernamental que resuelve problemas o establece reglas generales. Donde la regulación debe cumplir con la categoría normativa, que son órdenes de prioridad o precedencia entre las diversas reglas legales que componen el sistema legal.

Dimensión Clausula rígidas; según Berrospi (2022) es una disposición que establece restricciones o condiciones específicas para modificar la Constitución, se sabe que las disposiciones prohíben la modificación de ciertas disposiciones constitucionales, tanto en su forma del sistema político.

Dimensión Enfoque Social; según Alvear et al. (2022) se enfoca realizando la evaluación crítica de las circunstancias que surgen de una comunidad, grupo o área de la sociedad y la creación de propuestas que contribuyen a su bienestar y crecimiento.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

En cuanto al tipo de investigación la autora enfatizó que fue de tipo básica, con el cual se busca un aporte de conocimientos nuevos en cuanto a las variables arbitraje de consumo y la adhesión de empresas. Según Huamachuco y Rodríguez (2015) que las características fueron de tipo básica, aporta a la estructura de conocimiento intelectual en toda disciplina de estudio. Todo proyecto de investigación básico o fundamentado tiene como objetivo potenciar o generar posturas de conocimiento teóricos en un campo de conocimiento. Normalmente, su objetivo es obtener datos que respaldan o refutan la teoría original del estudio.

En cuanto al diseño fue no-experimental, por tanto, las variables en estudio no serán manipuladas. Por ello, el objetivo permitirá describir las variables y analizar sus correlaciones porque los datos se recopilan en un momento o periodo único determinado.

Citando a Hernández y Mendoza (2022) sostuvieron que respecto al diseño transversal no experimentales será simplemente de observar hechos o fenómenos como realmente son, en lugar de tratar de estudiarlos, por lo tanto, ello se divide en longitudinales y transversales.

Citando al autor Baena (2022) señaló que los estudios no experimentales son estudios en los que no se pueden manipular a la variable o dimensiones que fueron asignadas sobre los sujetos o condiciones de la población de estudio y que fueron asignados al azar.

Nivel de investigación fue correlacional, se buscó asociar ambas variables para lograr delimitar factores tanto positivos como negativos. Según Bernal (2018) detallo que el nivel correlacional donde los estudios de conexión muestran las asociaciones estadísticas entre dos o más variables. Por lo tanto, se puede tener una relación positiva o negativa que alcanza un nivel específico de causalidad si se miden las variables y se relacionan estadísticamente.

En cuanto a Hernández et al., (2014) nos mencionó que; si se pueden utilizar datos de estudios de confirmación para determinar la prevalencia y la relación entre las variables y predecir eventos basados en datos actuales y conocimientos.



Aunque hay muchas aplicaciones, es importante ser precavido al usar métodos y analizar datos. Ofrecemos una variedad de opciones para resaltar temas importantes para la discusión y el análisis de datos, a fin de ayudar a que los investigadores disminuir los errores.

### **3.2. Variables y operacionalización:**

Respecto a la categoría – **Arbitraje de consumo**: Gálvez (2018) es un método alternativo de resolución de disputas en las interacciones un método alternativo de resolución de disputas consumo en el que las partes involucradas son productores y clientes. Donde su objetivo será dar solución a los conflictos entre consumidores y proveedores de forma sencilla, vinculante, rápido y gratuita en las interacciones de consumo en las que las partes involucradas son productores y clientes.

Definición operacional del **Arbitraje de Consumo**: en tal sentido la variable arbitraje de consumo de la presente investigación será operado en su medición con las dimensiones (Factor Jurídico, Factor Doctrinario y Factor Político)

Respecto a la categoría - **Adhesión de empresas**: Muñoz (2018) la adhesión empresarial es aquel mediante el cual, sin la participación del trabajador en su elaboración, la empresa cumple con las disposiciones generales redactadas unilateralmente por otra parte o por un tercero.

Definición operacional del **Adhesión de empresas**: en tal sentido la variable adhesión de empresas de la presente investigación será operado en su medición con las dimensiones (Resolución normativa, Clausula rígidas y Enfoque Social).

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

#### **3.3.1. Población**

Población: Martínez (2017) define como la agrupación de una lista de personas o elementos, de la cual se pretende o desea conocer en toda investigación. Conocido como población o universo puede incluir personas, animales, registros médicos, nacimientos, muestras de laboratorio, accidentes de tránsito, escalas de producción, etc. Para fines de la investigación del estudio la población estuvo conformado por 67 empresas ubicados dentro de un centro comercial de Lima Sur,

que es muy concurrido, donde se ubica cercano un Mejor Atención al Ciudadano – MAC.

**Criterios de inclusión:** se incluyó a las empresas ubicados dentro del centro comercial y que si bien es cierto tienen un centro de atención cerca no lo hacen o se adhieren. Por ende, el interés de conocer sus perspectiva o conocimiento del beneficio que implica adherirse al arbitraje de consumo.

**Criterios de exclusión:** fueron las empresas o marcas reconocidas o pequeñas empresas que se encuentran alrededor del centro comercial si bien también se les puede hacer partícipe del estudio, el proyecto de investigación solo se enfoca a las 58 empresas dentro del Mall.

### **3.3.2. Muestra:**

Según Niño (2019) es un segmento del universo a estudiar o parte una sección o una determinada población sobre la que se llevará a cabo una investigación. Hay procedimientos para obtener cantidades de componentes de pantalla, como fórmulas, lógica y otros.

La muestra fue una parte representativa de la población. Por ende, la muestra estuvo conformada por las 58 empresas ubicados dentro de un centro comercial de Lima Sur, que es muy concurrido, dentro de la misma se ubica cercano un Mejor Atención al Ciudadano – MAC. Que cumplen características similares entre ambas.

### **3.3.3. Muestreo**

Carhuacho et al., (2019) señalo que el muestreo será no probabilístico, porque no se extrajo ningún tipo de formato estadístico para el reconocimiento de muestras. Los autores de esta encuesta creían que toda la población era necesaria para la muestra de estudio.

### **3.3.4. Unidad de análisis**

El conglomerado de las mypes formales de la zona comercial y alrededores del Centro Comercial de Lima Sur

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el autor De la Mora (2016) las actividades y procedimientos que permiten a los investigadores obtener la información que necesitan para lograr sus objetivos de investigación son lo que él define como tecnología de recopilación de datos.

#### Instrumentos de recolección de datos

Citando a los autores Ñaupá et al. (2018) refiere que debido a que puede proporcionar respuestas directas con cuestionarios enviados a todos, este tipo de herramienta de investigación social se usa con mayor frecuencia cuando se estudia un gran número de personas.

#### Validez

Dicha característica, fue obtenida por medio de la metodología, donde el instrumento de investigación permitió medir la variable x1 y variable x2, las mismas que fueron enfocadas al estudio de manera objetiva, confiable, precisa, válida, auténtica y verdadera (Carrasco 2005).

Es por ello que los expertos fueron responsables de validar el instrumento del informe investigación, donde se realizaron la comprobación de viabilidad que fueron puesto en revisión como parte de la ayuda hecha por los expertos.

Tabla 1. *Validez de expertos*

Expertos	Apellido y nombre	Grado académico	Resultado	
E1	Obiol Anaya,	Erik Francesc	Magister	Existe suficiencia
E2	Cabrejos Mejía,	Jorge Abel	Magister	Existe suficiencia
E3	Córdova Zarate,	Silvana Patricia	Magister	Existe suficiencia

#### Confiabilidad

Dentro del enfoque de confianza del instrumento que permitirá analizar la calidad o característica del instrumento la misma que fue aplicada a todas las preguntas y por ende a todos los instrumentos de medición que fueron compartidos a cada uno de los participantes seleccionado de manera aleatoria, donde se logró producir el

mismo resultado cuando se aplica a la misma persona o grupo de personas más de una vez durante distintas etapas de tiempo (Pimienta, 2013).

En este estudio, las estadísticas y las fuentes veracidad fueron completamente confiables y que fue compartido vía una página drive o páginas web confiables en nuestro país donde se espera que sean:

*Tabla 2. Estadísticas de fiabilidad*

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Confianza entre ambas variables	0.942	24
Arbitraje de consumo	0.877	12
Adhesión de empresas	0.892	12

Sobre la tabla 2, por ello se enfatiza si existe o no un nivel de confiabilidad para ambas variables sugeridas en el proyecto de investigación, ello se confirmará con el valor alcanzado, lo que a su vez se reafirma por el parámetro 0,80 lo cual no debe ser menor a dicho valor para confirmar así la validez entre las variables.

### **3.5. Procedimiento**

Para el presente trabajo de investigación, el diseño actual será un diseño no experimental y correlacionado. Cuando obtengas esta información estructurada, las organizaciones en gráficos y tablas para que puedan presentarse en forma de líneas de gráficos, gráficas de barra y gráficas de pie. Finalmente, describe la información en porcentajes medible y porcentajes de control administrativo.

Las fichas de referencia bibliográfica son los enlaces de información bibliográfica las cuales se utilizan para la recopilación resumen de libros y textos de fuentes pertinentes relacionados con la toma de decisiones de los consumidores y la asociación de empresas. gestionando las normas APA para las citas de otros autores mencionados en este artículo.

### **3.6. Métodos de análisis de datos:**

Es así que, para el presente estudio, el diseño del proyecto de investigación actual será no experimental y la medición del estadígrafo se enfoca en descriptivas correlacionado. Cuando se logré obtener información estructurada acorde a la investigación, que responder de manera organizada los gráficos y tablas para que puedan ser expuestas y presentarse de forma coherente, concreta y razonable, tanto en líneas de datos inferenciales y gráficas de barra de modo descriptivo,

donde finalmente, el proyecto describe de forma más objetiva toda información en porcentajes y frecuencias de manera proporcional.

### **3.7. Aspectos éticos**

Según Salazar, Icasa y Alejo (2018) señalo la ética está presente en todos los individuos, sin embargo, en su formación influye la familia, cultura, valores, etc. Es necesario que los investigadores respeten las referencias, estilos normativos y las citas.

La autora de la presente investigación reafirma el respeto y cumplimiento de las reglas y normativas para el desarrollo de la investigación plasmadas a nivel internacional, donde todos los estándares éticos relacionados con la investigación deberán ser cumplidos de manera rigurosa, además se demostrara la idea central y las tentativas propuesta dentro de la investigación; se respetó los lineamientos de la guía de elaboración de Productos de Investigación para la obtención de grados académicos y título profesional de la universidad. Se respeto la información brindada por las empresas o tiendas por departamento, se respeta la información proporcionada lo cual es totalmente confidencial y de carácter privado, solo nos queda agradecer por permitirnos realizar la investigación, darnos la oportunidad de transparentar y procesar el levantamiento de los datos, por lo que los resultados estadísticos se tomaron en cuenta para brindar un listado de recomendaciones con valor científico. Finalmente, la presente investigación fue supeditado por turnitin en cuanto al grado de similitud; y los lineamientos APA- séptima edición.

#### IV. RESULTADOS

A continuación, se exponen los resultados que tienen como finalidad o propósito responder los objetivos de la investigación, propuesto por la autora.

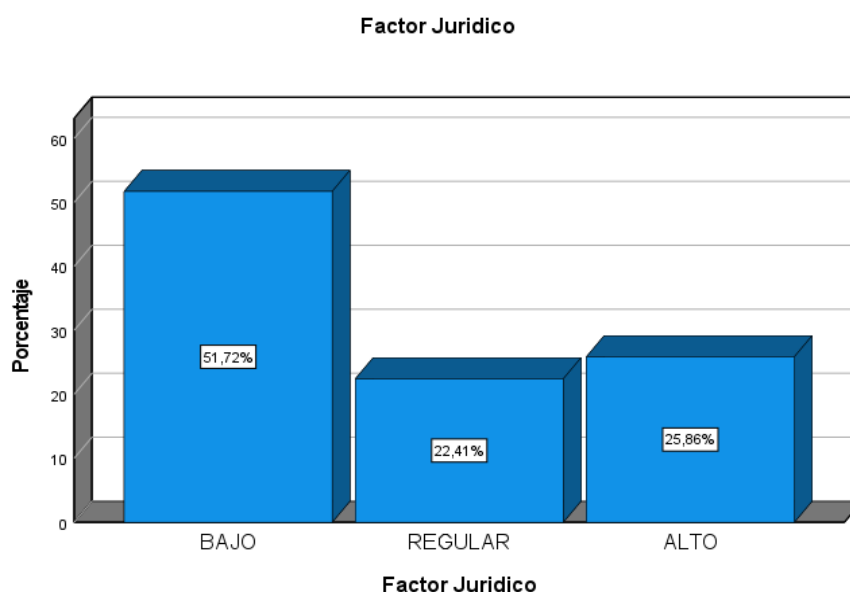
##### Análisis descriptivo

Se exponen las tablas y figuras descriptivas que permiten reconocer cuales son las condiciones percepción actual de los empresarios sobre el arbitraje de consumo y sus respectivas dimensiones, así como a la variable Adhesión de Empresas y sus respectivas dimensiones:

Tabla 3. Factor Jurídico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	30	51,7	51,7	51,7
REGULAR	13	22,4	22,4	74,1
ALTO	15	25,9	25,9	100,0
Total	58	100,0	100,0	

Figura 1. Factor Jurídico



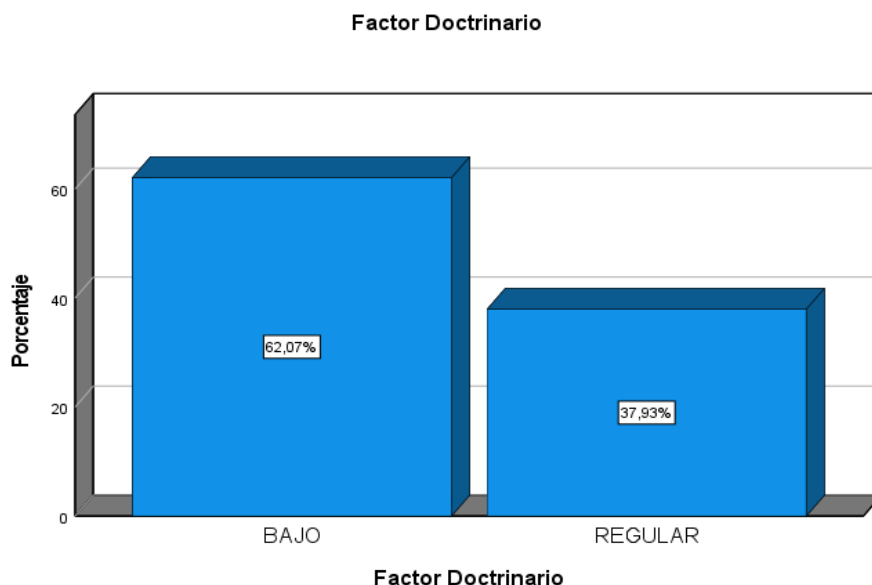
Respecto a los resultados de la tabla 3, se aprecia del conocimiento de los participantes de la encuesta; sobre el factor jurídico como parte del arbitraje de

consumo es bajo en un 51.7%, regular con un 22.4% y alto con un 25.9%. es importante poner en conocimiento sobre el arbitraje de consumo y el beneficio a su empresa.

Tabla 4. Factor Doctrinario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	36	62,1	62,1	62,1
REGULAR	22	37,9	37,9	100,0
Total	58	100,0	100,0	

Figura 2. Factor Doctrinario

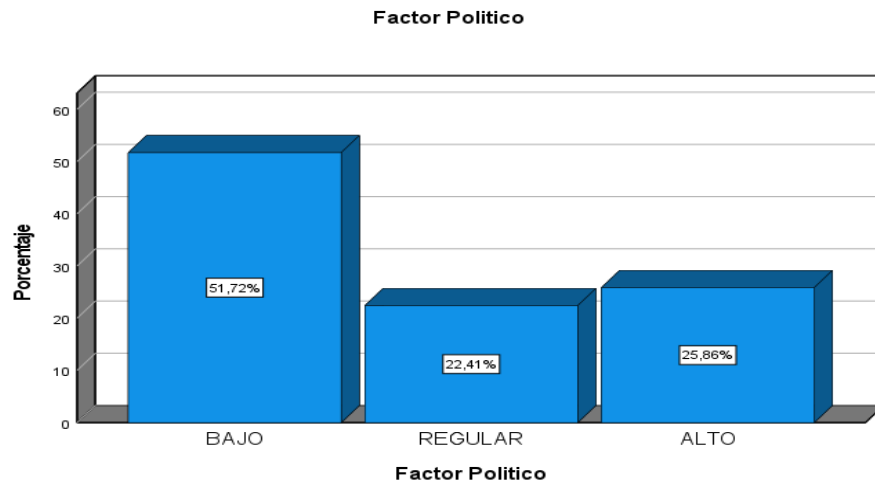


Respecto a los resultados de la tabla 4, se aprecia del conocimiento de los participantes de la encuesta; sobre el factor doctrinario como parte del arbitraje de consumo es bajo en un 62.1% y alto con un 37.9% es importante poner en conocimiento sobre el arbitraje de consumo y el beneficio a su empresa.

Tabla 5. Factor Político

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	30	51,7	51,7	51,7
REGULAR	13	22,4	22,4	74,1
ALTO	15	25,9	25,9	100,0
Total	58	100,0	100,0	

Figura 3. Factor Político

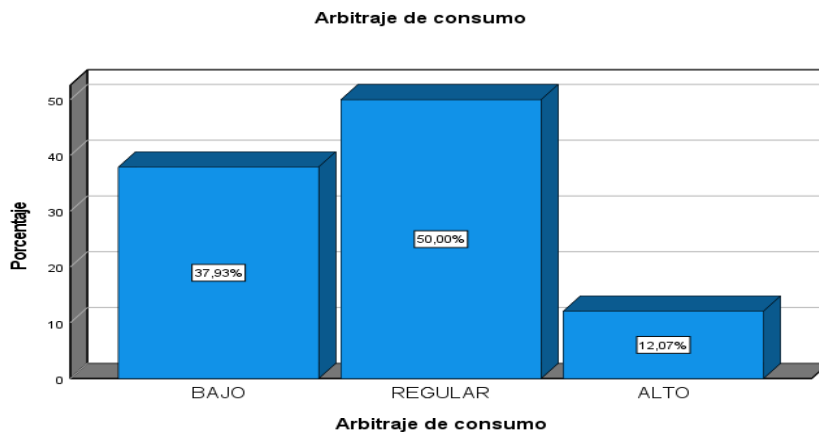


Respecto a los resultados de la tabla 5, se aprecia del conocimiento de los participantes de la encuesta; sobre el factor político como parte del arbitraje de consumo es bajo en un 51.7%, regular con un 22.4% y alto con un 25.9%. es importante poner en conocimiento sobre el arbitraje de consumo y el beneficio a su empresa.

Tabla 6. Arbitraje de Consumo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	22	37,9	37,9	37,9
REGULAR	29	50,0	50,0	87,9
ALTO	7	12,1	12,1	100,0
Total	58	100,0	100,0	

Figura 4. Arbitraje de consumo



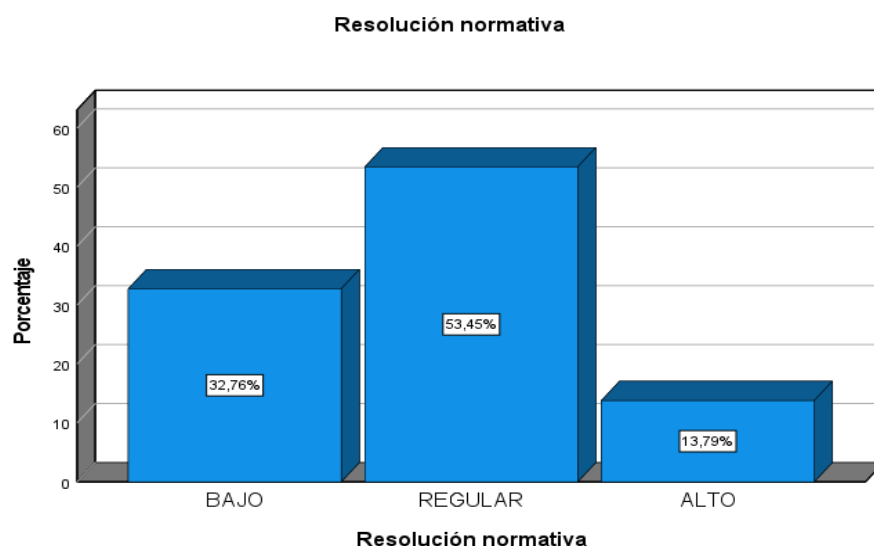


Respecto a los resultados de la tabla 6, se aprecia el nivel conocimiento de los participantes de la encuesta; sobre la variable arbitraje de consumo es bajo en un 37.9%, regular con un 50% y alto con un 12.1%. es importante poner en conocimiento sobre el arbitraje de consumo y el beneficio a su empresa.

**Tabla 7. Resolución normativa**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	19	32,8	32,8	32,8
REGULAR	31	53,4	53,4	86,2
ALTO	8	13,8	13,8	100,0
Total	58	100,0	100,0	

**Figura 5. Resolución Normativa**

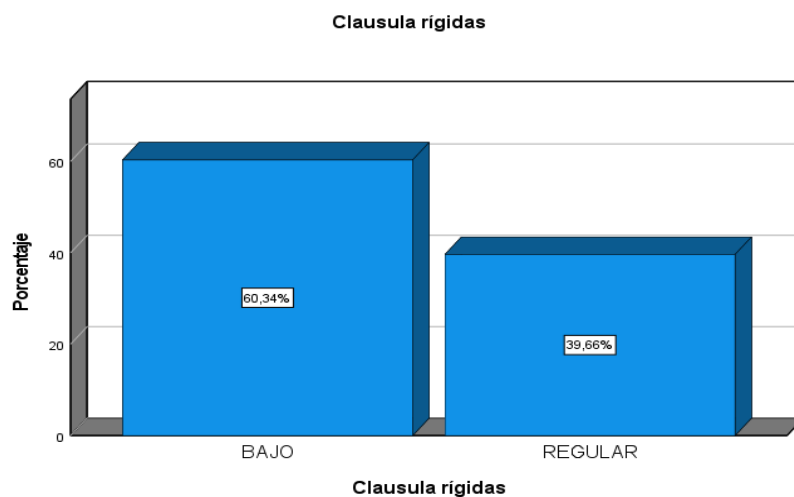


Respecto a los resultados de la tabla 7, se aprecia el nivel de conocimiento de los participantes de la encuesta; sobre la dimensión resolución de la normativa respecto a la variable Adhesión de empresas, fue bajo en un 32.8%, regular con un 53.4% y alto con un 13.8%. es importante poner en conocimiento sobre el arbitraje de consumo y el beneficio a su empresa.

**Tabla 8. Clausulas Rígidas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	35	60,3	60,3	60,3
REGULAR	23	39,7	39,7	100,0
Total	58	100,0	100,0	

Figura 6. Clausulas Rígidas

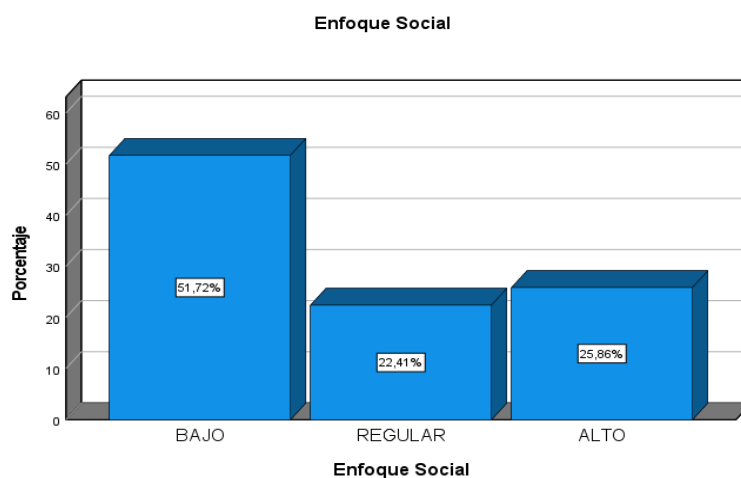


Respecto al resultado de la tabla 8, se aprecia el nivel de conocimiento de los participantes de la encuesta; sobre la dimensión clausulas rígidas respecto a la variable Adhesión de empresas, fue bajo en un 60.3%, y regular con un 39.7 %. es importante poner en conocimiento sobre el arbitraje de consumo y el beneficio a su empresa.

Tabla 9. Enfoque Social

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	30	51,7	51,7	51,7
REGULAR	13	22,4	22,4	74,1
ALTO	15	25,9	25,9	100,0
Total	58	100,0	100,0	

Figura 7. Enfoque Social

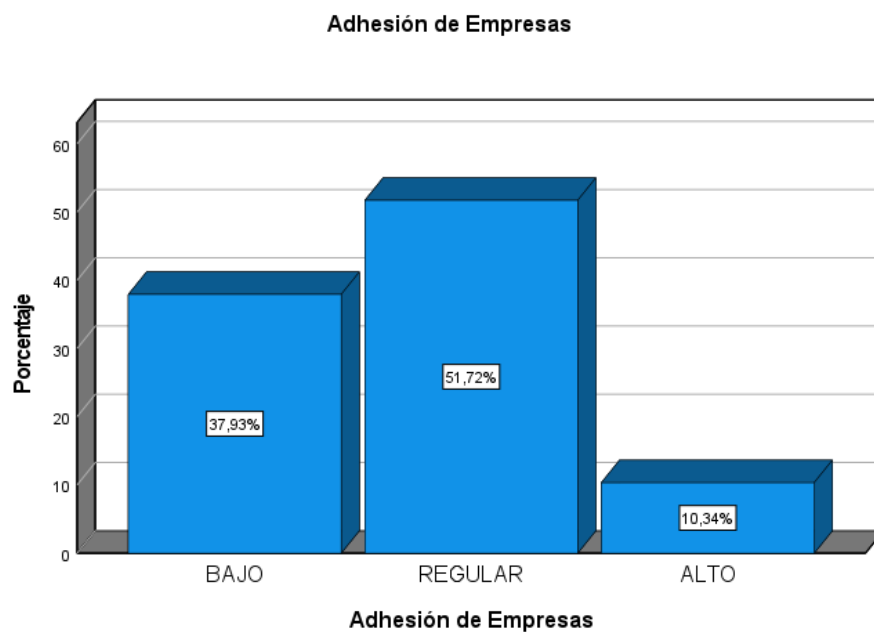


Respecto a los resultados de la tabla 9, se aprecia el nivel de conocimiento de los participantes de la encuesta; sobre la dimensión enfoque social respecto a la variable Adhesión de empresas, fue bajo en un 51.7%, regular con un 22.4% y alto con un 25.9%. es importante poner en conocimiento sobre el arbitraje de consumo y el beneficio a su empresa.

**Tabla 10. Adhesión de Empresas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	22	37,9	37,9	37,9
REGULAR	30	51,7	51,7	89,7
ALTO	6	10,3	10,3	100,0
Total	58	100,0	100,0	

**Figura 8. Adhesión de Empresas**



Respecto a los resultados de la tabla 10, se aprecia el nivel de conocimiento de los participantes de la encuesta; sobre la variable Adhesión de empresas, fue bajo en un 37.9%, regular con un 51.7% y alto con un 10.4%. es importante poner en conocimiento sobre el arbitraje de consumo y el beneficio a su empresa.

## Prueba de Normalidad

A continuación, se exponen la información sobre la distribución paramétrica que refuerza las condiciones logradas por medio de la información. Ello permitiendo determinar cuál es el tipo de estadígrafo a aplicar para la prueba de Hipótesis tanto general como sus específicas.

Regla:

Si sig. < 0.05 la variable no tiene distribución normal

Si sig. > 0.05 la variable si tiene distribución normal

Tabla 11. Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Arbitraje de consumo	,238	58	,000	,838	58	,000
Adhesión de Empresas	,430	58	,000	,579	58	,000

En cuanto a los resultados de la tabla 11, donde se exponen la sig. de la prueba de normalidad o prueba paramétrica. Para lo cual se pone en conocimiento que el análisis se realizó a través del estadígrafo de la prueba de Kolmogorov-Smirnov, ya que este tipo de estadígrafos es para muestra de estudio mayo a 30 participantes y como se observa el estudio conto con 58 participantes o empresas. Es así que luego de conocer cual estadígrafo interpretar es necesario conocer que valores se tomara en cuenta para determinar si existe o no distribución normal en los datos brindados por los 58 participantes. Es así que se observa que el sig. del estadígrafo de Kolmogorov es < 0.05 para ambas variables, según la regla de decisión por lo tanto se recomienda utilizar el estadístico de Rho de Spearman y no el R de Pearson.

## Análisis Inferencial

Prueba de Hipótesis General

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la utilización del arbitraje de consumo y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.

H<sub>1</sub>: Si existe relación entre la utilización del arbitraje de consumo y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.

Regla:

Si sig. > 0.05 se rechaza la hipótesis alterna

Si sig. < 0.05 se acepta la hipótesis alterna

**Tabla 12. Prueba de Hipótesis General**

			Adhesión de Empresas
Rho de Spearman	Arbitraje de consumo	Coeficiente de correlación	,844**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	58
	Adhesión de Empresas	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	58

Para la tabla12, se muestra el resultado del nivel de la rho de Spearman entre ambas variables y la cual se encuentra enfocada a responder la hipótesis general. Por ende, el coeficiente de correlación es de 0,844 y con un nivel de sig. 0.000, según la regla de toma de decisiones podemos afirmar que se acepta la hipótesis alterna que hace referencia a que; si existe relación entre la utilización del arbitraje de consumo y la adhesión de empresas en Lima Sur.

Hipótesis Específicas 1:

H<sub>0</sub>: No existe relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.

H<sub>1</sub>: Si existe relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.

**Tabla 13. Prueba de Hipótesis Especifico 1**

			Adhesión de Empresas
Rho de Spearman	Factor Jurídico	Coeficiente de correlación	,598**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	58

Adhesión de Empresas	Coeficiente de correlación	1,000
	Sig. (bilateral)	.
	N	58

Para la tabla 13, se muestra el resultado del nivel de la rho de Spearman entre la dimensión Factor Jurídico y la variable Adhesión de Empresas, la cual se encuentra enfocada a responder la hipótesis específica 1. Por ende, el coeficiente de correlación es de 0,589 y con un nivel de sig. 0.000, según la regla de toma de decisiones podemos afirmar que se acepta la hipótesis alterna que hace referencia a que; si existe relación entre la Factor Jurídico y la Adhesión de Empresas en Lima Sur.

Hipótesis Específicas 2:

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la utilización del arbitraje de consumo desde el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.

H<sub>1</sub>: Si existe relación entre la utilización del arbitraje de consumo desde el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.

Regla:

Si sig. > 0.05 se rechaza la hipótesis alterna

Si sig. < 0.05 se acepta la hipótesis alterna

Tabla 14. Prueba de Hipótesis Especifico 2

		Adhesión de Empresas	
Rho de Spearman	Factor Doctrinario	Coeficiente de correlación	,897**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	58
	Adhesión de Empresas	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	58

Para la tabla 14, se muestra el resultado del nivel de la rho de Spearman entre la dimensión Factor Doctrinario y la variable Adhesión de Empresas, la cual se encuentra enfocada a responder la hipótesis específica 2. Por ende, el coeficiente de correlación es de 0,897 y con un nivel de sig. 0.000, según la regla de toma de decisiones podemos afirmar que se acepta la hipótesis alterna que hace referencia

a que; si existe relación entre la Factor Doctrinario y la Adhesión de Empresas en Lima Sur.

Hipótesis Específicas 3:

H<sub>0</sub>: No existe relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.

H<sub>1</sub>: Si existe relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.

Regla:

Si sig. > 0.05 se rechaza la hipótesis alterna

Si sig. < 0.05 se acepta la hipótesis alterna

Tabla 15. *Prueba de Hipótesis Especifico 3*

			Adhesión de Empresas
Rho de Spearman	Factor Político	Coefficiente de correlación	,662**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	58
	Adhesión de Empresas	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	58

Para la tabla 15, se muestra el resultado del nivel de la rho de Spearman entre la dimensión Factor Político y la variable Adhesión de Empresas, la cual se encuentra enfocada a responder la hipótesis específica 3. Por ende, el coeficiente de correlación es de 0,662 y con un nivel de sig. 0.000, según la regla de toma de decisiones podemos afirmar que se acepta la hipótesis alterna que hace referencia a que; si existe relación entre la Factor Político y la Adhesión de Empresas en Lima Sur.

## V. DISCUSIÓN

En cuanto a la revisión del resultado del objetivo general, donde el resultado del nivel de la rho de Spearman entre las variables arbitraje de consumo y la adhesión de empresas, la misma que se observó que se respondió la hipótesis con el coeficiente de correlación es de 0,844 y con un sig. 0.000, y donde la regla de decisión reafirmar la aceptación de la hipótesis alterna haciendo referencia que; si existe relación entre el arbitraje de consumo y la adhesión de empresas en Lima Sur. De manera que se corrobora la hipótesis y deducción planteado por la autora que se enfoca hacia la teoría, que nos dice; si las empresas mejoran sus conocimientos en los beneficios de la adhesión de sus empresas incrementaran la seguridad y capacidad de respuesta con sus consumidores.

En cuanto a los resultados que es ratificado por la teoría, la misma que ampara dichos resultados donde; Namen (2020) nos mencionó que; el arbitraje de consumo ha experimentado un importante desarrollo a nivel internacional, con los Estados proporcionando mecanismos ágiles y eficientes para que los consumidores accedan a la justicia. En tanto Morales (2021) lo define como el mecanismo empleado en relaciones de consumo para resolver controversias individuales. El consumidor puede recurrir a él cuando sienta que sus derechos o intereses han sido vulnerados en una transacción.

En tanto a la variable Adhesión de empresas, fue respaldada avalada por INDECOPI (2016) que nos menciona que el cumplimiento del Sistema Arbitral de Consumo, que es una muestra del compromiso de una empresa con sus productos y servicios hacia los clientes y una garantía adicional de calidad. Por ello, el cumplimiento se verifica por la Comisión de Acuerdos de Consumo y se identifica claramente con un distintivo oficial. Por su parte De la Rosa (2021) señala que la adhesión al sistema arbitral de consumo es una especialidad dentro del instituto arbitral y se diferencia del arbitraje ordinario en que las normas legales están diseñadas para proteger a la parte más débil o vulnerable, aunque la relación jurídica material se origine en un ámbito inter partes o puramente individual. Por tal motivo su importancia en su utilización del arbitraje, ya que contar con empresas adheridas fortalecen la calidad de servicio de la empresa a sus consumidores.



En tanto, los estudios como el de Morales (2021) determinó que el Arbitraje de Consumo se ha consolidado como un mecanismo eficaz para resolver disputas. Este ofrece a los consumidores una alternativa sabia, gratuita, rápida, sencilla y vinculante para ambas partes. Además, presenta ventajas frente a una denuncia de parte. En conclusión, el sistema de arbitraje de consumo está compuesto por distintos métodos que permiten la resolución de disputas de manera fácil, simple y rápida.

En cuanto a la revisión del resultado del objetivo específico 1, donde el resultado del nivel de la rho de Spearman entre la dimensión factor jurídico y la variable adhesión de empresas, la misma que se observó que se respondió la hipótesis con el coeficiente de correlación es de 0,589 y con un sig. 0.000, y donde la regla de decisión fue reafirmar la aceptación de la hipótesis alterna haciendo referencia que; si existe relación entre el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur. De manera que se corrobora la deducción planteada por la autora que se enfoca hacia la teoría, que nos dice; si las empresas mejoran sus conocimientos en los factores jurídicos sobre la adhesión de sus empresas se incrementa la confianza, legalidad y capacidad procesal que buscan sus consumidores.

Por ende, el resultado se contrasta con el marco teórico definido por Munaila (2022) mencionó que el factor jurídico – refiere a los aspectos legales del arbitraje de consumo, alude al conjunto de normas que rigen el mecanismo de resolución extrajudicial de conflictos entre consumidores o usuarios y empresas o profesionales. En consecuencia, la vertiente jurídica del arbitraje de consumo es voluntaria, vinculante, gratuita y ejecutiva para ambas partes, y se sustenta en los derechos legales o contractuales reconocidos a los consumidores.

Asimismo, el trabajo previo; según Morales (2021) mencionó que el factor jurídico que permite mejorar la utilidad del Arbitraje de Consumo se ha consolidado como un mecanismo eficaz para la resolución de conflictos. En cuanto a sus resultados, el arbitraje brinda a los consumidores una alternativa sabia para solucionar sus disputas, ya que es gratuito, rápido, sencillo y vinculante para las partes involucradas. Además, presenta ventajas frente a la presentación de una denuncia por parte del consumidor. En conclusión, el sistema de arbitraje de

consumo está compuesto por diversos métodos que permiten la resolución de conflictos de manera fácil, simple, rápida y sencilla.

En cuanto a la revisión del resultado del objetivo específico 2, donde el resultado del nivel de la rho de Spearman entre la dimensión factor doctrinario y la variable adhesión de empresas, la misma que se observó que se respondió la hipótesis con el coeficiente de correlación es de 0,897 y con un sig. 0.000, y donde la regla de decisión reafirmar la aceptación de la hipótesis alterna haciendo referencia que; si existe relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur. De manera que se corrobora la deducción planteada por la autora que se enfoca hacia la teoría, que nos dice; si las empresas mejoran sus conocimientos en los factores doctrinarios sobre la adhesión de sus empresas se incrementa la lealtad, credibilidad y capacidad de conocimiento sobre arbitraje de consumo que buscan sus consumidores.

Por ende, el resultado ratificado con el marco teórico definido por Jequier (2023) ratifico sobre el Factor Doctrinario; mencionó que el componente doctrinario del arbitraje de consumo alude al conjunto de principios, criterios y normas que orientan y respaldan el mecanismo de resolución extrajudicial de conflictos. Los factores doctrinales se sustentan en los siguientes elementos: La mediación de consumidores es un servicio público que los gobiernos ofrecen a los ciudadanos para solucionar de manera rápida, eficaz y económica las controversias y reclamaciones que surgen en las relaciones de consumo. El arbitraje de consumo es un procedimiento voluntario que requiere la aceptación expresa de ambas partes. Antes y después de un conflicto, la empresa o sus profesionales pueden supervisar el arbitraje de consumidores.

Asimismo, el trabajo previo; Valencia (2017) sobre el factor doctrinario; mencionó que se logró establecer si existe asociación con la adhesión al sistema de arbitraje para poder comprender su aplicación en el Perú y sus características más relevantes. En cuanto a su conclusión, Valencia sostiene que la aplicación del arbitraje de consumo en el Perú no resulta funcional. Por esta razón, el arbitraje de consumo es subvencionado por el gobierno a través de Indecopi. Desde nuestro punto de vista, esto incrementa la responsabilidad financiera y desvía recursos destinados a implementar el sistema judicial actual y otros mecanismos adecuados

para resolver conflictos entre proveedores y consumidores. Esta situación no es adecuada y no soluciona el problema de fondo, sino que genera mayor confusión. Esto se debe a que, en el proceso de arbitraje de consumidores, es el gobierno quien asume el costo de compensar la cantidad de servicios o bienes, y no el individuo. Esto desencadena una mayor intervención del Estado, aumentando así la responsabilidad financiera e implementando un sistema judicial imparcial y adecuado para brindar una solución inmediata ante las disputas entre proveedores y consumidores.

En cuanto a la revisión del resultado del objetivo específico 3, donde el resultado del nivel de la rho de Spearman entre la dimensión factor político y la variable adhesión de empresas, la misma que se observó que se respondió la hipótesis con el coeficiente de correlación es de 0,662 y con un sig. 0.000, y donde la regla de decisión reafirmar la aceptación de la hipótesis alterna haciendo referencia que; si existe relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur. De manera que se corrobora la deducción planteada por la autora que se enfoca hacia la teoría, que nos dice; si las empresas mejoran sus conocimientos en los factores políticos sobre la adhesión de sus empresas incrementando el beneficio social económico para todos, haciéndose que las empresas sean más formales hacia sus consumidores.

Por ende, el resultado ratificado con el marco teórico definido por Álvarez (2022) ratifico sobre el Factor Político; mencionó que el arbitraje de consumo es un servicio público que posibilita la resolución extrajudicial de conflictos de consumidores de manera eficaz, sencilla, gratuita, rápida y voluntaria, con un alto nivel de calidad, y que tiene carácter vinculante y ejecutivo desde el punto de vista legal. Por consiguiente, los aspectos legales del sistema de arbitraje de consumo son instrumentos proporcionados por la administración pública a los ciudadanos para que puedan solucionar de manera efectiva las controversias y reclamaciones que surgen en las relaciones de consumo.

Finalmente, en cuanto el trabajo previo; Olivares (2021) donde refiere sobre el factor político, mencionó que la Corte Suprema de Nebraska ha mantenido firme su decisión en cuanto a la ley estatal, permitiendo que las partes elaboren su acuerdo de arbitraje según lo consideren conveniente y puedan modificarlo si así lo

estiman necesario dentro de su acuerdo. Por otro lado, el Estado no puede alterar unilateralmente el acuerdo. En este sentido, los Estados no pueden modificar las reglas básicas del contrato, ya que esto generaría un conflicto en cuanto a la exigibilidad de un acuerdo de arbitraje. La ley no puede obligar a las partes a participar en un procedimiento de arbitraje que no sea acorde con sus intereses. Por ende, el autor mencionó que la existencia de una oposición al arbitraje, la cual no debe permitirse que afecte las iniciativas legislativas destinadas a proteger a la parte más débil en la inclusión de cláusulas de arbitraje en los contratos de adhesión, cuando dicha cláusula beneficie significativamente a la parte redactora del contrato.

## **VI. CONCLUSIONES**

**Primero;** Se ratifica que existe correlación significativa entre el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur; es por ello se corrobora que si se logró responder al objetivo específico uno de la investigación; por ende, se concluye que el cumplimiento de las leyes y regulaciones es esencial para garantizar la protección de los derechos de los consumidores.

**Segundo;** Se ratifica que existe correlación significativa entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur; es por ello se corrobora que si se logró responder al objetivo específico dos de la investigación; por ende, se concluye que las empresas demuestran importancia de tener en cuenta los valores y principios éticos en la toma de decisiones empresariales, lo que puede generar una mayor confianza y satisfacción por parte de los consumidores.

**Tercero;** Se ratifica que existe correlación significativa entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur; es por ello se corrobora que si se logró responder al objetivo específico tres de la investigación; por ende, se concluye que las empresas que se adhieren al factor político consumo, implican seguir de cerca las políticas gubernamentales, los cambios regulatorios y las decisiones políticas que puedan afectar a la actividad empresarial.

**Cuarto;** Se ratifica que existe correlación significativa entre el arbitraje de consumo y la adhesión de empresas en Lima Sur; es por ello se corrobora que si se logró responder al objetivo general de la investigación; se concluye que las empresas que se adhieren al arbitraje de consumo tienden a mostrar una mayor disposición a resolver disputas de manera justa y equitativa.

## VII. RECOMENDACIONES

**Primero;** En cuanto establecer la relación entre el factor jurídico y la adhesión de empresas, es importante establecer un sistema para monitorear de cerca y asegurándose de comprender su impacto en las empresas, siendo importante suscribirse a boletines informativos especializados y participar en seminarios o conferencias relacionados con el ámbito jurídico.

**Segundo;** En esa perspectiva, respecto al factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur, se debe de utilizar la doctrina empresarial como guía para desarrollar políticas y prácticas internas en las empresas. Por lo que se debe de asegurar de que las decisiones y acciones estén alineadas con los principios y valores doctrinarios, generando una responsabilidad social corporativa, una sostenibilidad y una gobernanza corporativa.

**Tercero;** En cuanto, al respecto del factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur, por lo que es importante, que se participe activamente en consultas públicas, presentaciones de propuestas y otros espacios de participación política. Esto le permitirá expresar sus necesidades y preocupaciones, y contribuir a la toma de decisiones políticas de manera constructiva.

**Primero;** Finalmente, en cuanto al objetivo general, es fundamental que las empresas en Lima Sur estén familiarizadas con la legislación y regulaciones vigentes relacionadas con el Arbitraje de consumo. Esto incluye al Código de Protección al Consumidor, Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo y demás normativas complementarias. Manténganse actualizados a las empresas sobre los cambios en la legislación y asegúrense de cumplir con los requisitos establecidos. Además, se recomienda a Indecopi, incluya capacitaciones en colaboración con la Cámara de Comercio de Lima, y demás existentes en todo el territorio nacional, así también gremios empresariales; a fin de realizar capacitaciones a las principales empresas del Perú, para explicar el funcionamiento del arbitraje de consumo.

## REFERENCIAS

- Alhanouf, A. (2019). *Reconsidering Dispute Resolution in Saudi Arabia: A Comparative Study of Consumer Arbitration and Class Action's Mechanism*.  
<https://www.proquest.com/openview/36554d3691067d602b88503b11a33aa1/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Álvarez, M. T. (2022). *La libre disposición por las partes en el arbitraje de consumo*.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8573745>
- Alvear, J. Barrientos, F. y Alcalde, J. (2022). *El abuso de la libertad de empresa en los contratos por adhesión: un nuevo enfoque para el análisis de las cláusulas abusivas*. Recuperado de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-09502022000100079](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-09502022000100079)
- Arellano, L. (2021). *El Arbitraje de Consumo, análisis de su aplicación estatal y autonómica y una breve referencia a la experiencia peruana*. [ Tesis de Master, Universidad de Cantabria].  
[https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/21350/ARELLAN\\_OASTETELUZCATHERINE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/21350/ARELLAN_OASTETELUZCATHERINE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Azwir, A. (2018). *Incorporation of the principles of compensation of justice in consumer arbitration*.  
<http://pasca.unhas.ac.id/ojs/index.php/halrev/article/view/3067>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación. Serie integral por competencias*. 3ra edición. Editorial La Patria.  
[http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf)
- Bernal, C. A. (2018). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Berrosipi, L. R. (2022). *Libertad de empresa, derechos de consumidor y contratos de adhesión del sistema financiero, en Lima (2020-2021)*.  
<https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/a4043b27-df6c-49df-ba91-bf9fb8c8b36e>

- Cantero, N. (2020). *El sistema arbitral de consumo en el ámbito bancario*. [Tesis de Maestría, Universidad de Alcalá] <https://ebuah.uah.es/dspace/handle/10017/46233>.
- Carhuancho, I. M., Sicheri, L., Nolazco, F. A., Guerrero, M. A. y Casana, K. M. (2019). *Investigación Holística; Diseño Exploratorio; Enfoque Cuantitativo; Población*. <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/3893>
- Chevalier, M. (2022). *French Wine in New Bottles: Revirement de Jurisprudence in French Consumer Arbitration Law*. <https://kluwerlawonline.com/journalarticle/Arbitration:+The+International+Journal+of+Arbitration,+Mediation+and+Dispute+Management/88.3/AMDM2022027>
- Deepak, G. y Shaikh, A. (2018). *Arbitrar o No Arbitrar Arbitraje Obligatorio de Consumo por Contratos Unilaterales*. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/gnlur5&div=13&id=&page=>
- Del Águila, J. (2021). *Arbitrajes especiales y arbitrajes especialísimos. Especial referencia al arbitraje de consumo colectivo*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7905844>
- De la Mora, M. E. (2016). *Metodología de la investigación. Desarrollo de la inteligencia*. 5ta edición. Ed. Thomson.
- De la Rosa, F. E. (2021). *Cuestiones pendientes en la europeización del sistema español de arbitraje de consumo*. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/71631>
- De la Rosa, F. E., Moreno, G. y Olariu, O. (2021). *Justicia Digital, Mercado y Resolución de Litigios de Consumo. Innovación en el diseño del acceso a la justicia*. <https://www.marcialpons.es/libros/justicia-digital-mercado-y-resolucion-de-litigios-de-consumo/9788413909639/>
- Deborah, S. (2020). *Arbitration as a dispute resolution method for B2C real estate development contracts - A comparative study on consumer arbitration in Brazil and Germany*. <http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2020/15254/>
- Egan, M. Matvos, G. y Amit, S. (2021). *Arbitration with uninformed consumers*. [https://www.nber.org/system/files/working\\_papers/w25150/w25150.pdf](https://www.nber.org/system/files/working_papers/w25150/w25150.pdf)
- Galvez, K. J. (2018). *Sistema de arbitraje de consumo y su compatibilidad con el sistema de protección al consumidor peruano, 2016 – 2018*.



- [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28418/galvez\\_vk.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28418/galvez_vk.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández, L. F. (2020). *Arbitraje de consumo como alternativa para la protección de los derechos de los consumidores en Colombia*. <https://bdigital.uexternado.edu.co/entities/publication/e088545f-43ae-476c-9490-6d21b3a34be3/full>
- Hernández, R. y Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Ed. McGraw Hill. 6ta edición. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Huamachuco, H. I. y Rodríguez, J. J. (2015). *Metodología de la investigación científica en las organizaciones*. <http://isbn.bnpp.gov.pe/catalogo.php?mode=detalle&nt=75811>
- INDECOPI (2016). *Arbitraje de Consumo. Escuela Nacional de Indecopi. Lima. Primera Edición*. [https://www.indecopi.gov.pe/documents/1902049/3749566/Arbitraje\\_de\\_Consumo\\_2016.pdf/407dc469-dc61-f3c6-1fd2-085bc150f49f](https://www.indecopi.gov.pe/documents/1902049/3749566/Arbitraje_de_Consumo_2016.pdf/407dc469-dc61-f3c6-1fd2-085bc150f49f)
- INDECOPI (2019). *Guía práctica sobre el Arbitraje de Consumo. Escuela Nacional de Indecopi. Lima*. [https://issuu.com/indecopi/docs/gui\\_a\\_informativa\\_arbitraje\\_de\\_consumo](https://issuu.com/indecopi/docs/gui_a_informativa_arbitraje_de_consumo)
- Jequier, E. (2021). *Arbitraje de consumo: bases dogmáticas de un modelo para el acceso a la justicia del consumidor en Chile desde la mirada del derecho internacional y comparado*. <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/acdi/article/view/10678/10277>
- Jequier, E. (2023). *Radiografía del arbitraje como mecanismo alternativo de solución de los conflictos de consumo en Chile*. [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071809502023000100227&script=sci\\_arttext&lng=en](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071809502023000100227&script=sci_arttext&lng=en)
- Kaplinsky, A. S. Levin, M. J. y Bryce Jr. M. C. (2019). *After the disappearance of the CFPB rule, consumer arbitration returns to the future*. <https://www.jstor.org/stable/27170995>

- León, C. (2022). *El Control Jurisdiccional en el Arbitraje: un análisis comparativo de los sistemas jurídicos de España y Chile*. *Revista Ius et Praxis*, Año 28, N° 1. pp. 82 – 100. Recuperado de: <https://www.scielo.cl/pdf/iusetp/v28n1/0718-0012-iusetp-28-01-82.pdf>.
- Lugo, K. E. S. (2021). *Las resoluciones emitidas por INDECOPI y el análisis jurídico de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/65373>
- Marqués, C. (2017). *Mediación y arbitraje de consumo: una visión comparada de los modelos portugués y español*. *Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política*. IDP N.º 25, septiembre, 2017. <https://raco.cat/index.php/IDP/article/view/n25-marques/420480>.
- Martínez, H. (2017). *Metodología de la investigación con enfoque en competencias*. Editorial CENGAGE Learning. [https://issuu.com/cengagelatam/docs/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_hector\\_martinez](https://issuu.com/cengagelatam/docs/metodologia_de_la_investigacion_hector_martinez)
- Matus, P. (2018). *Seeking stakeholders: responsibility and effectiveness as values in letters from CEOs in the CSR reports in Chile*. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1692-25222018000200029](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222018000200029)
- Méndez, P. (2022). *La gratuidad como mecanismo para garantizar el derecho de acceso a la justicia en el sistema arbitral ecuatoriano*. [Tesis de Maestría en Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8482/1/T3700-MDEM-Mendez-La%20gratuidad.pdf>
- Morales, A. (2021). *Arbitraje de Consumo: Retos en el sistema de protección al Consumidor*. *Ius et Praxis, Revista de la Facultad de Derecho N°2, julio 2021*. pp. 311-338. Recuperado de: [https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ius\\_et\\_Praxis/article/view/5007/5015](https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ius_et_Praxis/article/view/5007/5015)
- Morales, J. E. y Flores, M. M. (2023). *Contrato de adhesión; nulidad; elementos del contrato; capacidad; consentimiento; objeto; causa lícita*. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12971>

- Moriño, A. (2021). *Enseñando con metodologías inclusivas en la universidad de la teoría a la práctica*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=790606>
- Moscol, A. (2021). *¿Es posible el arbitraje de consumo para resolver las controversias entre empresas prestadoras de servicios públicos de telecomunicaciones y los consumidores?* *Revista de Derecho Público Económico* 2, n° 2, Julio-diciembre 2021. <https://doi.org/10.18259/dpe.2022008>
- Muñoz, C. J. (2018). *El contrato por adhesión es aquel mediante el cual uno de los contratantes adhiere a cláusulas generales predispuestas unilateralmente, por la otra parte o por un tercero, sin que el adherente haya participado en su redacción*. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/8312/1/14035.pdf>
- Munaila, Z. N. (2022). *Alto. ¿Peligro para los derechos de los consumidores? Los contratos por adhesión, las cláusulas generales de contratación y las cláusulas abusivas*. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/184091>
- Navinta, k. (2017). *El reconocimiento constitucional de la función jurisdiccional del arbitraje y el respeto a las garantías del debido proceso en la provincia de Tacna durante el periodo 2014 y 2015*. [ Tesis Universidad Andina Cesar Cáceres Velásquez]. [http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/1757/T036\\_44268332.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/1757/T036_44268332.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Niño, V. M. (2019). *Metodología de la investigación. Diseño, ejecución e informe*. 2ª Edición. <https://edicionesdelau.com/producto/metodologia-de-la-investigacion-diseno-ejecucion-e-informe-2a-edicion/>
- Ñaupas, H. Valdivia, M. R. Palacios, J. J. y Romero, H. E. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de la Tesis*. 5ta edición. Editorial de la U. [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf)
- Olivares, C. (2021). *Arbitraje de Consumo ¿Alternativa beneficiosa para la solución de conflictos?* <http://www.nexolegal.pe/wp-content/uploads/2023/01/arbitraje-de-consumo.pdf>

- Pimienta, J. y De la Orden, A. (2013). *Metodología de la investigación. Competencias + aprendizaje + vida*. Ed. Pearson. <https://issuu.com/maiquim.floresm./docs/259310380-metodologia-de-la-investi>
- Rejanovinschi, M. (2018). *Los dilemas para consumir justicia: algunos alcances de la tutela procesal del consumidor en la vía administrativa y el arbitraje de consumo*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=533656134011>
- Ríos, F. (2016). *El Arbitraje de Consumo. ¿Cerrando el círculo del Sistema de Protección al Consumidor en el Perú?* [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8369/RIOS\\_RAMIREZ\\_FERNANDO\\_ARBITRAJE\\_CONSUMO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8369/RIOS_RAMIREZ_FERNANDO_ARBITRAJE_CONSUMO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Romero, V. G. (2018). *Razones de la baja adhesión de los comerciantes informales del Cantón NOBOI (provincia de Guayas – Ecuador) al régimen impositivo simplificado ecuatoriano*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/06/razones-baja-adhesion.html>.
- Rubiano, M. A. (2021). *Una propuesta para la verdadera. Implementación del arbitraje de consumo en Colombia*. <https://www.proquest.com/openview/40df382b1ea10455fadd299a3bd1a2d9/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2027532>
- Salazar, M., Icaza, M., Alejo, O. (2018). *La importancia de la ética en la investigación. Universidad y Sociedad*. 10 (1). <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/798/898>
- Szalar, S. (2019). *The prevalence of consumer arbitration agreements by major US companies*. Recuperado de <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/usdlro52&div=18&id=&page=>
- Sánchez, S. (2020). *Eficiencia del arbitraje en la garantía del derecho de acceso a la administración de justicia*. Revista Virtual Via Inveniendi et Iudicandi. Vol. 15, N.º 2, julio-diciembre 2020. pp. 277-297. Recuperado de: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0.85123101984&origin=resultslist&sort=plf->

f&src=s&sid=2f3a879f9b9a107d9f20d1bf9cb9e0ff&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS-

KEY%28arbitraje%29&sl=24&sessionSearchId=2f3a879f9b9a107d9f20d1bf9cb9e0ff

Spilka, B. (2022). *Consumer arbitration. The public interest in private procedures*.  
<https://epub.jku.at/obvulihs/content/titleinfo/7758908/full.pdf>.

Suffolk, U. (2019). *Lost in Dicta: The Curious Case of Nonstatutory Grounds of Vacatur in an Era of Ubiquitous Consumer Arbitration*.  
<https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/sufflr52&div=20&id=&page=>

Valencia, K. (2017). *La eficacia del Sistema de arbitraje de consumo en el Perú* [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú].  
[https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9735/Valencia\\_Jaen\\_La\\_Eficacia\\_Del%20sistema\\_De%20arbitraje.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9735/Valencia_Jaen_La_Eficacia_Del%20sistema_De%20arbitraje.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz Operacional

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Método
Variable X1: <b>Arbitraje de consumo</b>	Gálvez (2018) es aquel mecanismo alternativo de resolución de conflictos presentados en relaciones de consumo, donde las partes intervinientes son los productores y consumidores, cuyo objetivo es resolver de manera sencilla, gratuita, rápida y con carácter vinculante, los conflictos entre consumidores y proveedores.	Respecto a la variable arbitraje de consumo en la presente investigación desde el aspecto operacional se medirá con las dimensiones (Factor Jurídico, Factor Doctrinario y Factor Político)	Factor Jurídico	- Cumplimiento legal - Defensa del consumidor	<p><b>Tipo:</b> Básico</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental/ Transversal</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo/Correlacional</p> <p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Población:</b> 67 empresas</p> <p><b>Muestra:</b> 58 empresas</p> <p><b>Técnica e instrumento:</b> Cuestionario encuesta</p> <p><b>Escala:</b> Ordinal/Likert</p>
			Factor Doctrinario	- Conciencia de legislador - Reforma legislativa	
			Factor Político	- Cambio de patrones de consumo - Defensa colectiva	
Variable X2: <b>Adhesión de empresas</b>	Muñoz (2018) la adhesión empresarial es aquel mediante el cual la empresa se adhiere a cláusulas generales predispuestas unilateralmente, por la otra parte o por un tercero, sin que el adherente haya participado en su redacción.	En tal sentido la variable adhesión de empresas de la presente investigación será operado en su medición con las dimensiones (Resolución normativa, Clausula rígidas y Enfoque Social).	Resolución normativa	- Disposición - Voluntad	
			Clausula rígidas	- Perjuicio del consumidor - Exigencia de buena fe	
			Enfoque Social	- Responsabilidad social - Comprender las necesidades	

## Anexo 2. Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable	Dimensión
En qué medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022	Establecer en qué medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022	Existe relación entre la utilización del arbitraje de consumo y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.	<b>Variable x1:</b>  Arbitraje de consumo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Factor Jurídico</li> <li>Factor Doctrinario</li> <li>Factor Político</li> </ul>
Problema Específico	Objetivo Específico	Hipótesis Específicas		
a. ¿Cómo el factor jurídico se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022?	a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.	a. Existe relación entre la utilización del arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.	<b>Variable X2:</b>  Adhesión de empresas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Resolución normativa</li> <li>Clausula rígidas</li> <li>Enfoque Social</li> </ul>
b. ¿Cómo el factor doctrinario se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022?	b. Determinar la relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.	b. Existe relación entre la utilización del arbitraje de consumo desde el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.		
c. ¿Cómo el factor político se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022?	c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.	c. Existe relación entre la utilización del arbitraje de consumo desde el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.		

Anexo 3.

a. Instrumento de la variable Arbitraje de consumo

<b>INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>					
Arbitraje de Consumo y Adhesión de Empresas en Lima Sur 2022					
<b>INSTRUCCIONES:</b> A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. La presente información es confidencial y con fines académicos. Considere lo siguiente:					
Totalmente de acuerdo (5) – De acuerdo (4) – Indeciso (3) – En desacuerdo (2) – Totalmente en desacuerdo (1)					
Preguntas	VALORES DE LA ESCALA				
	TED	ED	I	DA	TDA
	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Factor Jurídico</b>					
1.Ud. tiene conocimiento sobre la existencia del reglamento que regula el Sistema de Arbitraje de Consumo.					
2.Considera Ud. que el Arbitraje de Consumo debería ser conocido y utilizado por más personas como defensa en una relación de consumo.					
3.Cree Ud. que a través del Arbitraje de Consumo se solucionaría de forma rápida los reclamos de su empresa y también mejora su imagen empresarial.					
4.Ud. considera que las empresas deben cumplir con lo establecido en el Sistema de Arbitraje de Consumo.					
<b>Dimensión 2: Factor Doctrinario</b>					
5.Considera Ud. que el Arbitraje de Consumo debería continuar siendo gratuito.					
6.Ud. está de acuerdo que el poder legislativo por intermedio de los legisladores fomente la situación actual del arbitraje de consumo a fin que más empresas se adhieran.					
7.Ud. cree que si se mejora las reformas legislativas aportaran en la rapidez de aplicación de Arbitraje de Consumo					
8.Ud. cree que se debe reformar la legislación vigente que regula el sistema de arbitraje de consumo.					
<b>Dimensión 3: Factor Político</b>					
9.Ud. cree que las empresas que están adheridos actualmente, verán cambios positivos en los patrones de consumo de sus clientes.					
10.Cree Ud. que uno de los mecanismos de defensa colectiva es adherirse al arbitraje de consumo.					
11.Ud. recomienda hacer uso del arbitraje de consumo para que, ante problemas entre ambas partes consumidor y empresa, la solución llegue a buen término para ambos.					
12.Considera Ud. que, al utilizar el Arbitraje de consumo, permitirá que más empresas se adhieran.					

Gracias por su gentil colaboración.



### Anexo 3

#### b. Instrumento de la variable Adhesión de empresas

<b>INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>					
Arbitraje de Consumo y Adhesión de Empresas en Lima Sur 2022					
<p><b>INSTRUCCIONES:</b> A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. La presente información es confidencial y con fines académicos. Considere lo siguiente:</p> <p>Totalmente de acuerdo (5) – De acuerdo (4) – Indeciso (3) – En desacuerdo (2) – Totalmente en desacuerdo (1)</p>					
Preguntas	VALORES DE LA ESCALA				
	TED	ED	I	DA	TDA
	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Resolución normativa</b>					
13. Considera que la Adhesión de más empresas permita una mayor agilidad en la pronta solución a su reclamo.					
14. Cree Ud. que el estado deba tener mayor disposición para impulsar la adhesión de las empresas y no solo se vea de manera voluntaria.					
15. Ud. tiene conocimiento que el Código de Protección al Consumidor, regula la Adhesión de empresas.					
16. Ud. considera que para adherir a más empresas y fomentar un mejor orden y equidad, la entidad encargada debe velar por un mejor equilibrio para ambos.					
<b>Dimensión 2: Clausula rígidas</b>					
17. Ud. cree que tal como se encuentra regulado el consumidor protege su derecho ante cualquier perjuicio futuro por medio del arbitraje de consumo.					
18. Considera Ud. que el Código de Protección al Consumidor fomenta la participación de las empresas y consumidores, respecto a la justicia de consumo.					
19. Considera Ud. que las empresas no adheridas, se preocupan por su cliente y actúan de buena fe ante cualquier reclamo.					
20. Considera Ud. que los proveedores deben tener voluntad para participar en un arbitraje de consumo					
<b>Dimensión 3: Enfoque Social</b>					
21. Ud. tiene conocimiento que la adhesión de Empresas es voluntaria y debe ser parte de la responsabilidad social de todas ellas.					
22. Ud. considera que la adhesión de empresas debe ser parte de la cultura empresarial y con un enfoque más social y de carácter responsable.					
23. Ud. cree que las empresas comprenden las necesidades de sus consumidores y por ello es importante que se adhieran al arbitraje de consumo.					
24. Ud. tiene conocimiento que las empresas que se adhieren al Arbitraje de Consumo por oferta pública de sometimiento son porque comprenden las necesidades de los demás.					

Gracias por su gentil colaboración.

## Anexo 4. Matriz de evaluación por juicio de expertos

### Guía para validar instrumentos de investigación

1

#### Pregunta N.º 1\*

1.Ud. tiene conocimiento sobre la existencia del reglamento que regula el Sistema de Arbitraje de Consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: [1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo]	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

#### Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta N.º 1:

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 2\***

Considera Ud. que el Arbitraje de Consumo debería ser conocido y utilizado por más personas como defensa en una relación de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en qué medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 2:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 3\***

Cree Ud. que a través del Arbitraje de Consumo se solucionaría de forma rápida los reclamos de su empresa y también mejora su imagen empresarial.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 3:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 4\***

Ud. considera que las empresas deben cumplir con lo establecido en el Sistema de Arbitraje de Consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 4:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 5\***

Considera Ud. que el Arbitraje de Consumo debería continuar siendo gratuito.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul> Establecer en qué medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 2 de la investigación**</li> </ul> b. Determinar la relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 5:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 6\***

Ud. está de acuerdo que el poder legislativo por intermedio de los legisladores fomente la situación actual del arbitraje de consumo a fin que más empresas se adhieran.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul> Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 2 de la investigación**</li> </ul> b. Determinar la relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 6:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 7\***

Ud. cree que si se mejora las reformas legislativas aportaran en la rapidez de aplicación de Arbitraje de Consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en qué medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 2 de la investigación** b. Determinar la relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.</li> </ul>						X

**Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 7:**

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA



**Pregunta N.º 8\***

Ud. cree que se debe reformar la legislación vigente que regula el sistema de arbitraje de consumo..

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 2 de la investigación** b. Determinar la relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.</li> </ul>						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 8:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 9\***

Ud. cree que las empresas que están adheridos actualmente, verán cambios positivos en los patrones de consumo de sus clientes.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul>						X
c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 9:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 10\***

Cree Ud. que uno de los mecanismos de defensa colectiva es adherirse al arbitraje de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul>						X
c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 10:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 11\***

Ud. recomienda hacer uso del arbitraje de consumo para que, ante problemas entre ambas partes consumidor y empresa, la solución llegue a buen término para ambos.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul> Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul> c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 11:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 12\***

Considera Ud. que, al utilizar el Arbitraje de consumo, permitirá que más empresas se adhieran.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: [1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo]	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul>						X
c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 12:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 13\***

Considera Ud. que la Adhesión de empresas permita una mayor disposición que le facilite una pronta solución a su reclamo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación** a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.</li> </ul>						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 13:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 14\***

Cree Ud. que el estado deba tener mayor disposición para impulsar la adhesión de las empresas y no solo se vea de manera voluntaria.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación** a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.</li> </ul>						X

**Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 14:**

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 15\***

Ud. tiene conocimiento que el Código de Protección al Consumidor, regula la Adhesión de empresas.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación** a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.</li> </ul>						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 15:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA



**Pregunta N.º 16\***

Ud. considera que para adherir a más empresas y fomentar un mejor orden y equidad, la entidad encargada debe velar por un mejor equilibrio para ambos.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 16:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 17\***

Ud. cree que tal como se encuentra regulado el consumidor protege su derecho ante cualquier perjuicio futuro por medio del arbitraje de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación** a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.</li> </ul>						X

**Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 17:**

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 18\***

Considera Ud. que el Código de Protección al Consumidor fomenta la participación de las empresas y consumidores, respecto a la justicia de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación** a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.</li> </ul>						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 18:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 19\***

Considera Ud. que las empresas no adheridas, se preocupan por su cliente y actúan de buena fe ante cualquier reclamo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 19:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 20\***

Considera Ud. que los proveedores deben tener voluntad para participar en un arbitraje de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación** a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.</li> </ul>						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 20:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 21\***

Ud. tiene conocimiento que la adhesión de Empresas es voluntaria y debe ser parte de la responsabilidad social de todas ellas.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación** a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.</li> </ul>						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 21:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 22\***

Ud. considera que la adhesión de empresas debe ser parte de la cultura empresarial y con un enfoque más social y de carácter responsable.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
• La pregunta se comprende con facilidad						X
• Las opciones de respuesta son adecuadas						X
• Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
• Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						X
• Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**						X
c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 22:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 23\***

Ud. cree que las empresas comprenden las necesidades de sus consumidores y por ello es importante que se adhieran al arbitraje de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul>						X
c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 23:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA



**Pregunta N.º 24\***

Ud. tiene conocimiento que las empresas que se adhieren al Arbitraje de Consumo por oferta pública de sometimiento son porque comprenden las necesidades de los demás.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>[1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo]</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul>						X
c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

**Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 24:**

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

### Valoración general del cuestionario

Por favor, marque con una X la respuesta escogida de entre las cuatro opciones que se presentan en los casilleros:

	Evaluación general del cuestionario			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Validez de contenido del cuestionario	X			

#### Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

#### Identificación del experto

Nombre y apellidos:	Silvana Patricia Córdova Zárate
Filiación (ocupación, grado académico y lugar de trabajo):	Maestra en Derecho Constitucional y Administrativo. Especialista INDECOPL.
Fecha de la validación (día, mes y año):	18 de julio 2023
Firma:	

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario.

**Pregunta N.º 1\***

1.Ud. tiene conocimiento sobre la existencia del reglamento que regula el Sistema de Arbitraje de Consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta N.º 1:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 2\***

Considera Ud. que el Arbitraje de Consumo debería ser conocido y utilizado por más personas como defensa en una relación de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en qué medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación** a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 2:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 3\***

Cree Ud. que a través del Arbitraje de Consumo se solucionaría de forma rápida los reclamos de su empresa y también mejora su imagen empresarial.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación** a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.</li> </ul>						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 3:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 4\***

Ud. considera que las empresas deben cumplir con lo establecido en el Sistema de Arbitraje de Consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 4:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 5\***

Considera Ud. que el Arbitraje de Consumo debería continuar siendo gratuito.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en qué medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 2 de la investigación**</li> </ul>						X
b. Determinar la relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 5:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 6\***

Ud. está de acuerdo que el poder legislativo por intermedio de los legisladores fomente la situación actual del arbitraje de consumo a fin que más empresas se adhieran.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul> Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 2 de la investigación**</li> </ul> b. Determinar la relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 6:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA



**Pregunta N.º 7\***

Ud. cree que si se mejora las reformas legislativas aportaran en la rapidez de aplicación de Arbitraje de Consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en qué medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 2 de la investigación**</li> </ul>						X
b. Determinar la relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 7:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 8\***

Ud. cree que se debe reformar la legislación vigente que regula el sistema de arbitraje de consumo..

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 2 de la investigación**</li> </ul>						X
b. Determinar la relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 8:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 9\***

Ud. cree que las empresas que están adheridos actualmente, verán cambios positivos en los patrones de consumo de sus clientes.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul>						X
c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 9:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 10\***

Cree Ud. que uno de los mecanismos de defensa colectiva es adherirse al arbitraje de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul> Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul> c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 10:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 11\***

Ud. recomienda hacer uso del arbitraje de consumo para que, ante problemas entre ambas partes consumidor y empresa, la solución llegue a buen término para ambos.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul>						X
c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 11:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 12\***

Considera Ud. que, al utilizar el Arbitraje de consumo, permitirá que más empresas se adhieran.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul> Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul> c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 12:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 13\***

Considera Ud. que la Adhesión de empresas permita una mayor disposición que le facilite una pronta solución a su reclamo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 13:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 14\***

Cree Ud. que el estado deba tener mayor disposición para impulsar la adhesión de las empresas y no solo se vea de manera voluntaria.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 14:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA



**Pregunta N.º 15\***

Ud. tiene conocimiento que el Código de Protección al Consumidor, regula la Adhesión de empresas.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

**Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 15:**

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 16\***

Ud. considera que para adherir a más empresas y fomentar un mejor orden y equidad, la entidad encargada debe velar por un mejor equilibrio para ambos.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>[1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo]</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

**Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 16:**

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 17\***

Ud. cree que tal como se encuentra regulado el consumidor protege su derecho ante cualquier perjuicio futuro por medio del arbitraje de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 17:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 18\***

Considera Ud. que el Código de Protección al Consumidor fomenta la participación de las empresas y consumidores, respecto a la justicia de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 18:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 19\***

Considera Ud. que las empresas no adheridas, se preocupan por su cliente y actúan de buena fe ante cualquier reclamo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

**Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 19:**

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 20\***

Considera Ud. que los proveedores deben tener voluntad para participar en un arbitraje de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 20:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 21\***

Ud. tiene conocimiento que la adhesión de Empresas es voluntaria y debe ser parte de la responsabilidad social de todas ellas.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 21:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 22\***

Ud. considera que la adhesión de empresas debe ser parte de la cultura empresarial y con un enfoque más social y de carácter responsable.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul>						X
c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 22:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA



**Pregunta N.º 23\***

Ud. cree que las empresas comprenden las necesidades de sus consumidores y por ello es importante que se adhieran al arbitraje de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul>						X
c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 23:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 24\***

Ud. tiene conocimiento que las empresas que se adhieren al Arbitraje de Consumo por oferta pública de sometimiento son porque comprenden las necesidades de los demás.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
• La pregunta se comprende con facilidad						X
• Las opciones de respuesta son adecuadas						X
• Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
• Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						X
• Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**						X
c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 24:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

### Valoración general del cuestionario

Por favor, marque con una X la respuesta escogida de entre las cuatro opciones que se presentan en los casilleros:

	Evaluación general del cuestionario			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Validez de contenido del cuestionario	X			

#### Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

#### Identificación del experto

Nombre y apellidos:	JORGE ABEL CABREJOS MEJÍA
Filiación (ocupación, grado académico y lugar de trabajo):	DOCENTE TIEMPO COMPLETO UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES
Fecha de la validación (día, mes y año):	18 DE JULIO 2023
Firma:	

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario.

**Pregunta N.º 1\***

1.Ud. tiene conocimiento sobre la existencia del reglamento que regula el Sistema de Arbitraje de Consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta N.º 1:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 2\***

Considera Ud. que el Arbitraje de Consumo debería ser conocido y utilizado por más personas como defensa en una relación de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en qué medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 2:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 3\***

Cree Ud. que a través del Arbitraje de Consumo se solucionaría de forma rápida los reclamos de su empresa y también mejora su imagen empresarial.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						

**Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 3:**

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 4\***

Ud. considera que las empresas deben cumplir con lo establecido en el Sistema de Arbitraje de Consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul> Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul> a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 4:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 5\***

Considera Ud. que el Arbitraje de Consumo debería continuar siendo gratuito.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en qué medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 2 de la investigación**</li> </ul>						X
b. Determinar la relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 5:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA



**Pregunta N.º 6\***

Ud. está de acuerdo que el poder legislativo por intermedio de los legisladores fomente la situación actual del arbitraje de consumo a fin que más empresas se adhieran.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 2 de la investigación**</li> </ul>						X
b. Determinar la relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 6:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 7\***

Ud. cree que si se mejora las reformas legislativas aportaran en la rapidez de aplicación de Arbitraje de Consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en qué medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 2 de la investigación** b. Determinar la relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.</li> </ul>						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 7:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 8\***

Ud. cree que se debe reformar la legislación vigente que regula el sistema de arbitraje de consumo..

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 2 de la investigación**</li> </ul>						X
b. Determinar la relación entre el factor doctrinario y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 8:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 9\***

Ud. cree que las empresas que están adheridos actualmente, verán cambios positivos en los patrones de consumo de sus clientes.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul> Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul> c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 9:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 10\***

Cree Ud. que uno de los mecanismos de defensa colectiva es adherirse al arbitraje de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul> Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul> c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

**Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 10:**

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 11\***

Ud. recomienda hacer uso del arbitraje de consumo para que, ante problemas entre ambas partes consumidor y empresa, la solución llegue a buen término para ambos.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul>						X
c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 11:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 12\***

Considera Ud. que, al utilizar el Arbitraje de consumo, permitirá que más empresas se adhieran.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul>						X
c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 12:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 13\***

Considera Ud. que la Adhesión de empresas permita una mayor disposición que le facilite una pronta solución a su reclamo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación** a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.</li> </ul>						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 13:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA



**Pregunta N.º 14\***

Cree Ud. que el estado deba tener mayor disposición para impulsar la adhesión de las empresas y no solo se vea de manera voluntaria.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 14:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 15\***

Ud. tiene conocimiento que el Código de Protección al Consumidor, regula la Adhesión de empresas.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 15:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 16\***

Ud. considera que para adherir a más empresas y fomentar un mejor orden y equidad, la entidad encargada debe velar por un mejor equilibrio para ambos.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
• La pregunta se comprende con facilidad						X
• Las opciones de respuesta son adecuadas						X
• Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
• Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						X
• Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación** a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 16:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 17\***

Ud. cree que tal como se encuentra regulado el consumidor protege su derecho ante cualquier perjuicio futuro por medio del arbitraje de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 17:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 18\***

Considera Ud. que el Código de Protección al Consumidor fomenta la participación de las empresas y consumidores, respecto a la justicia de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul> Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul> a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 18:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 19\***

Considera Ud. que las empresas no adheridas, se preocupan por su cliente y actúan de buena fe ante cualquier reclamo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 19:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 20\***

Considera Ud. que los proveedores deben tener voluntad para participar en un arbitraje de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: <small>(1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)</small>	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul>						X
Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación**</li> </ul>						X
a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 20:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 21\***

Ud. tiene conocimiento que la adhesión de Empresas es voluntaria y debe ser parte de la responsabilidad social de todas ellas.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 1 de la investigación** a. Establecer la relación entre el arbitraje de consumo desde el factor jurídico y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.</li> </ul>						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 21:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA



**Pregunta N.º 22\***

Ud. considera que la adhesión de empresas debe ser parte de la cultura empresarial y con un enfoque más social y de carácter responsable.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación</li> </ul> Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul> c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						X

**Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 22:**

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 23\***

Ud. cree que las empresas comprenden las necesidades de sus consumidores y por ello es importante que se adhieran al arbitraje de consumo.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación** c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.</li> </ul>						X

Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 23:	
Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

**Pregunta N.º 24\***

Ud. tiene conocimiento que las empresas que se adhieren al Arbitraje de Consumo por oferta pública de sometimiento son porque comprenden las necesidades de los demás.

Indique su grado de acuerdo frente a las siguientes afirmaciones: (1 = muy en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = en desacuerdo más que en acuerdo; 4 = de acuerdo más que en desacuerdo; 5 = de acuerdo; 6 = muy de acuerdo)	Grado de acuerdo					
	1	2	3	4	5	6
<b>ADECUACIÓN</b> (adecuadamente formulada para los destinatarios que vamos a encuestar):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>La pregunta se comprende con facilidad</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta son adecuadas</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las opciones de respuesta se presentan con un orden lógico</li> </ul>						X
<b>PERTINENCIA</b> (contribuye a recoger información relevante para la investigación):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO GENERAL de la investigación Establecer en que medida el arbitraje de consumo se relaciona con la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022</li> </ul>						X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es pertinente para lograr el OBJETIVO ESPECÍFICO N.º 3 de la investigación**</li> </ul>						X
c. Establecer la relación entre el factor político y la adhesión de empresas en Lima Sur – 2022.						

**Observaciones y recomendaciones en relación a la pregunta n.º 24:**

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

### Valoración general del cuestionario


Por favor, marque con una X la respuesta escogida de entre las cuatro opciones que se presentan en los casilleros:

	Evaluación general del cuestionario			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Validez de contenido del cuestionario	X			

#### Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:

Motivos por los que se considera no adecuada	NINGUNA
Motivos por los que se considera no pertinente	NINGUNA
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	NINGUNA

#### Identificación del experto

Nombre y apellidos:	Erik Francesc Obiol Anaya
Filiación (ocupación, grado académico y lugar de trabajo):	Jefe de investigación del programa de Derecho USMP-FN
Fecha de la validación (día, mes y año):	18 de julio 2023
Firma:	

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario.

# Anexo 5.

SPSS Statistics Editor de datos

Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Pérdidas	Columnas	Alineación	Medida	Ref
x1	Número	8	0	1. Ud. tiene conocimiento sobre la existencia del reglamento que regula el Sistema de Arbitraje de Consumo.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x2	Número	8	0	2. Considera Ud. que el Arbitraje de Consumo debería ser conocido y utilizado por más personas como defensa en una relación de consumo.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x3	Número	8	0	3. Cree Ud. que a través del Arbitraje de Consumo se solucionarían de forma rápida los reclamos de su empresa y también mejora su imagen empresarial.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x4	Número	8	0	4. Ud. considera que las empresas deben cumplir con lo establecido en el Sistema de Arbitraje de Consumo.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x5	Número	8	0	5. Considera Ud. que el Arbitraje de Consumo debería continuar siendo gratuito.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x6	Número	8	0	6. Ud. está de acuerdo que el poder legislativo por intermedio de los legisladores fomente la situación actual del arbitraje de consumo a fin que más empresas se adhieran.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x7	Número	8	0	7. Ud. cree que si se mejoran las reformas legislativas aportarán en la rapidez de aplicación de Arbitraje de Consumo.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x8	Número	8	0	8. Ud. cree que se debe reformar la legislación vigente que regula el sistema de arbitraje de consumo.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x9	Número	8	0	9. Ud. cree que las empresas que están adhiriendo actualmente, serán cambios positivos en los patrones de consumo de sus clientes.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x10	Número	8	0	10. Cree Ud. que uno de los mecanismos de defensa colectiva es adherirse al arbitraje de consumo.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x11	Número	8	0	11. Ud. recomienda hacer uso del arbitraje de consumo para que, ante problemas entre ambos partes consumidor y empresa, la solución llegue a buen término para ambos.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x12	Número	8	0	12. Considera Ud. que, al utilizar el Arbitraje de consumo, permitirá que más empresas se adhieran.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x13	Número	8	0	13. Considera que la Adhesión de más empresas permita una mayor agilidad en la pronta solución a su reclamo.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x14	Número	8	0	14. Cree Ud. que el estado deba tener mayor disposición para impulsar la adhesión de las empresas y no solo se vea de manera voluntaria.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x15	Número	8	0	15. Ud. tiene conocimiento que el Código de Protección al Consumidor, regula la Adhesión de empresas.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x16	Número	8	0	16. Ud. considera que para adherir a más empresas y fomentar un mejor orden y equidad, la entidad encargada debe velar por un mejor equilibrio para ambos.	(1, Nuncia)	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x17	Número	8	0	17. Ud. cree que tal como se encuentra regulado el consumidor protege su derecho ante cualquier futuro por medio del arbitraje de consumo.	(1, Nuncia)	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x18	Número	8	0	18. Considera Ud. que el Código de Protección al Consumidor fomenta la participación de las empresas y consumidores, respecto a la justicia de consumo.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x19	Número	8	0	19. Considera Ud. que las empresas no adheridas, se preocupan por su cliente y actúan de buena fe ante cualquier reclamo.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x20	Número	8	0	20. Considera Ud. que los proveedores deben tener voluntad para participar en un arbitraje de consumo.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x21	Número	8	0	21. Ud. tiene conocimiento que la adhesión de Empresas es voluntaria y debe ser parte de la responsabilidad social de todas ellas.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x22	Número	8	0	22. Ud. considera que la adhesión de empresas debe ser parte de la cultura empresarial y con un enfoque más social y de carácter responsable.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x23	Número	8	0	23. Ud. cree que las empresas comprenden las necesidades de sus consumidores y por ello es importante que se adhieran al arbitraje de consumo.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
x24	Número	8	0	24. Ud. tiene conocimiento que las empresas que se adhieren al Arbitraje de Consumo por oferta pública de sometimiento son porque comprenden las necesidades de los demás.	(1, Totalme.	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
D1	Número	8	0	Factor Jurídico	Ninguno	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
D2	Número	8	0	Factor Doctrinario	Ninguno	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
D3	Número	8	0	Factor Político	Ninguno	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
V1	Número	8	0	Arbitraje de consumo	Ninguno	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
DD1	Número	8	0	Resolución normativa	Ninguno	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
DD2	Número	8	0	Clausula rígidas	Ninguno	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
DD3	Número	8	0	Enfoque Social	Ninguno	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
VD	Número	8	0	Adhesión de Empresas	Ninguno	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
DX1	Número	8	0	Factor Jurídico	(1, BAJIO)	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
DX2	Número	8	0	Factor Doctrinario	(1, BAJIO)	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
DX3	Número	8	0	Factor Político	(1, BAJIO)	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
VX	Número	8	0	Arbitraje de consumo	(1, BAJIO)	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
DY1	Número	8	0	Resolución normativa	(1, BAJIO)	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
DY2	Número	8	0	Clausula rígidas	(1, BAJIO)	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
DY3	Número	8	0	Enfoque Social	(1, BAJIO)	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada
VY	Número	8	0	Adhesión de Empresas	(1, BAJIO)	Ninguno	4	Centro	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

SPSS Statistics Editor de datos

Vista de 40 de 40 variables

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	D1	D2	D3	V1	DD1	DD2	DD3	VD	DX1	DX2	DX3	VX	DY1	DY2	DY3	VY		
1	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	14	14	13	41	22	22	24	68	1	2	1	2	1	2	1	2		
2	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	12	14	14	40	23	20	22	65	1	2	1	2	1	2	1	2		
3	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	13	14	14	41	22	24	23	69	1	1	1	1	1	1	1	1		
4	3	5	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	5	3	1	4	2	11	7	7	25	9	14	15	38	1	1	1	2	2	1	1	2	
5	3	5	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	5	3	1	4	2	11	7	7	25	9	14	15	38	1	1	1	1	1	1	1	1	
6	3	5	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	5	3	1	4	2	11	7	7	25	9	14	15	38	1	1	1	2	2	1	1	2	
7	3	5	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	5	3	1	4	2	11	7	7	25	9	14	15	38	1	1	1	1	1	1	1	1	
8	3	5	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	5	3	1	4	2	11	7	7	25	9	14	15	38	1	1	1	2	2	1	1	2	
9	3	5	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	5	3	1	4	2	11	7	7	25	9	14	15	38	1	1	1	1	1	1	1	1	
10	3	5	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	5	3	1	4	2	11	7	7	25	9	14	15	38	1	1	2	2	2	1	2	2	
11	3	5	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	5	3	1	4	2	11	7	7	25	9	14	15	38	1	1	3	1	1	1	3	1	
12	3	5	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	5	3	1	4	2	11	7	7	25	9	14	15	38	1	1	2	2	2	1	2	2	
13	3	5	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	5	3	1	4	2	11	7	7	25	9	14	15	38	1	1	3	1	1	1	3	1	
14	3	5	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	5	3	1	4	2	11	7	7	25	9	14	15	38	1	1	2	2	2	1	2	2	
15	3	5	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	5	3	1	4	2	11	7	7	25	9	14	15	38	1	1	3	2	2	1	3	2	
16	3	5	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	5	3	1	4	2	11	7	7	25	9	14	15	38	1	1	2	1	1	2	1	2	1
17	3	5	3	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	5	3	1	4	2	11	7	7	25	9	14	15	38	1	1	3	2	2	1	3	2	
18	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	2	1	2	2	1	1	2	2		
19	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	3	1	3	2	1	1	3	2		
20	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	2	1	2	2	1	1	2	2		
21	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	3	1	3	2	1	1	3	2		
22	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	2	1	3	2	1	1	3	2		
23	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	3	1	3	2	1	1	3	2		
24	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	2	1	3	2	1	1	3	2		
25	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	3	1	1	2	2	1	1	2		
26	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	2	1	1	2	1	1	1	2		
27	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	3	1	1	2	2	1	1	2		
28	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	2	1	1	2	1	1	1	2		
29	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	3	1	1	2	2	1	1	2		
30	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	2	1	1	2	2	1	1	2		
31	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	3	1	1	2	1	1	1	2		

DATO-JANET UCV.Vao [Computación] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Aplicaciones Ventana Ayuda

Muestra 48 de 40 variables

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28	x29	x30	x31	x32	x33	x34	x35	x36	x37	x38	x39	x40	x41	x42	x43	x44	x45	x46	x47	x48	x49	x50	x51	x52	x53	x54	x55	x56	x57	x58
25	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	3	1	1	2	2	1	1	2																		
26	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	2	1	1	2	2	1	1	2																		
27	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	3	1	1	2	2	1	1	2																		
28	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	2	1	1	2	2	1	1	2																		
29	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	3	1	1	2	2	1	1	2																		
30	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	3	1	1	2	2	1	1	2																		
31	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	2	1	1	2	2	1	1	2																		
32	3	4	3	1	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	1	3	3	10	7	11	28	13	13	14	40	3	1	1	2	2	1	1	2																		
33	3	3	1	1	2	3	2	4	3	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	7	6	9	22	10	15	10	35	1	2	2	1	3	2	2	1																		
34	3	3	1	1	2	3	2	4	3	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	7	6	9	22	10	15	10	35	1	2	3	1	3	2	3	1																		
35	3	3	1	1	2	3	2	4	3	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	7	6	9	22	10	15	10	35	1	2	2	1	3	2	2	1																		
36	3	3	1	1	2	3	2	4	3	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	7	6	9	22	10	15	10	35	1	2	3	1	3	2	3	1																		
37	3	3	1	1	2	3	2	4	3	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	7	6	9	22	10	15	10	35	1	2	2	1	3	2	2	1																		
38	3	3	1	1	2	3	2	4	3	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	7	6	9	22	10	15	10	35	1	2	3	1	3	2	3	1																		
39	3	3	1	1	2	3	2	4	3	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	7	6	9	22	10	15	10	35	1	2	2	1	3	2	2	1																		
40	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	3	4	2	2	3	3	2	3	2	2	1	3	2	2	6	6	5	17	13	13	10	36	3	2	1	2	2	3	1	2	2	1																
41	4	4	1	2	3	2	4	2	2	2	3	4	2	2	3	3	4	3	4	4	1	2	3	2	9	7	8	24	11	17	12	40	2	2	2	3	2	2	2	3																		
42	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	3	4	2	2	3	3	2	3	2	1	3	2	2	6	6	5	17	13	13	10	36	3	2	3	1	2	2	3	1																			
43	4	4	1	2	3	2	4	2	2	2	3	4	2	2	3	3	4	3	4	4	1	2	3	2	9	7	8	24	11	17	12	40	2	2	3	2	2	1	3																			
44	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	3	4	2	2	3	3	2	3	2	1	3	2	2	6	6	5	17	13	13	10	36	3	2	1	2	2	3	1	2	3	1																	
45	4	4	1	2	3	2	4	2	2	2	3	4	2	2	3	3	4	3	4	4	1	2	3	2	9	7	8	24	11	17	12	40	2	2	1	3	2	2	1	3																		
46	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	3	4	2	2	3	3	2	3	2	1	3	2	2	6	6	5	17	13	13	10	36	3	2	1	2	2	1	2	2	1	1																	
47	4	4	1	2	3	2	4	2	2	2	3	4	2	2	3	3	4	3	4	4	1	2	3	2	9	7	8	24	11	17	12	40	2	2	1	3	2	2	1	3																		
48	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	3	4	2	2	3	3	2	3	2	1	3	2	2	6	6	5	17	13	13	10	36	3	2	1	2	2	1	2	2	1	1																	
49	4	4	1	2	3	2	4	2	2	2	3	4	2	2	3	3	4	3	4	4	1	2	3	2	9	7	8	24	11	17	12	40	2	2	1	3	2	2	1	3																		
50	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	3	4	2	2	3	3	2	3	2	1	3	2	2	6	6	5	17	13	13	10	36	3	2	1	1	2	2	1	1																			
51	4	4	1	2	3	2	4	2	2	2	3	4	2	2	3	3	4	3	4	4	1	2	3	2	9	7	8	24	11	17	12	40	2	2	3	2	2	1	3																			
52	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	3	4	2	2	3	3	2	3	2	1	3	2	2	6	6	5	17	13	13	10	36	3	2	1	2	2	1	1	2	1	1																	
53	4	4	1	2	3	2	4	2	2	2	3	4	2	2	3	3	4	3	4	4	1	2	3	2	9	7	8	24	11	17	12	40	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1																
54	5	4	5	5	6	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	14	14	13	41	22	22	24	68	1	1	1	3	1	1	1	2																			
55	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	12	14	14	40	23	20	22	65	1	1	1	2	3	1	1	2																			
56	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	13	14	14	41	22	24	23	69	1	1	1	2	1	1	1	2																		
57	4	4	4	3	3	3	4	1	3	4	3	3	2	2	4	4	2	4	4	4	3	3	3	12	9	8	29	14	18	17	49	1	1	1	2	3	1	1	2																			
58	4	4	4	3	3	3	4	1	3	4	3	3	2	2	4	4	2	4	4	4	3	3	3	12	9	8	29	14	18	17	49	1	1	1	2	1	1	1	2																			

Vista de datos Vista de variables

\*Resultado: JANET.vao [Documento] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Aplicaciones Ventana Ayuda

### Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Arbitraje de consumo	.298	58	<.001	.838	58	<.001
Adhesión de Empresas	.430	58	<.001	.579	58	<.001

a. Corrección de significación de Lilliefors

### Adhesión de Empresas

#### Correlaciones no paramétricas

#### Correlaciones

Rho de Spearman	Arbitraje de consumo	Coefficiente de correlación	Arbitraje de consumo	Adhesión de Empresas
		Sig. (bilateral)	1,000	.844 <sup>**</sup>
		N	58	58
	Adhesión de Empresas	Coefficiente de correlación	.844 <sup>**</sup>	1,000
		Sig. (bilateral)	<.001	
		N	58	58

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

#### Correlaciones no paramétricas

#### Correlaciones

Rho de Spearman	Factor Jurídico	Coefficiente de correlación	Factor Jurídico	Adhesión de Empresas
		Sig. (bilateral)	1,000	.598 <sup>**</sup>
		N	58	58
	Adhesión de Empresas	Coefficiente de correlación	.598 <sup>**</sup>	1,000
		Sig. (bilateral)	<.001	
		N	58	58

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

#### Correlaciones no paramétricas

#### Correlaciones

Resultado: JANDTapp (Documents2) - IBM SPSS Statistics View

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Estadísticas de fiabilidad

- Fiabilidad
  - Título
  - Notas
  - Escala ALL VARIABLES
  - Estadísticas de fiabilidad
  - Factor Político
- Fiabilidad
  - Título
  - Notas
  - Escala ALL VARIABLES
  - Estadísticas de fiabilidad
- Escalar
  - Título
  - Notas
  - Pruebas de normalidad
  - Arbitraje de consumo
  - Adhesión de Empresas
  - Título
- Conexiones no paramétricas
  - Título
  - Notas
  - Conjeturas
- Conexiones no paramétricas
  - Título
  - Notas
  - Conjeturas
- Conexiones no paramétricas
  - Título
  - Notas
  - Conjeturas
- Conexiones no paramétricas
  - Título
  - Notas
  - Conjeturas
- Frecuencias
  - Título
  - Notas
  - Conjeturas
  - Tabla de frecuencias
    - Título
    - Factor Jurídico
    - Factor Doctrinario
    - Factor Político
    - Arbitraje de consumo
    - Resolución normativa
    - Clausula rigida
    - Embargo Social
    - Adhesión de Empresas
- Orificio de barras
  - Título
  - Factor Jurídico
  - Factor Doctrinario
  - Arbitraje de consumo
  - Resolución normativa
  - Clausula rigida
  - Adhesión de Empresas
  - Embargo Social

**Tabla de frecuencia**

**Factor Jurídico**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válida BAJO	30	51,7	51,7	51,7
REGULAR	13	22,4	22,4	74,1
ALTO	15	25,9	25,9	100,0
Total	58	100,0	100,0	

**Factor Doctrinario**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válida BAJO	38	62,1	62,1	62,1
REGULAR	22	37,9	37,9	100,0
Total	58	100,0	100,0	

**Factor Político**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válida BAJO	30	51,7	51,7	51,7
REGULAR	13	22,4	22,4	74,1
ALTO	15	25,9	25,9	100,0
Total	58	100,0	100,0	

**Arbitraje de consumo**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válida BAJO	22	37,9	37,9	37,9
REGULAR	29	50,0	50,0	87,9
ALTO	7	12,1	12,1	100,0
Total	58	100,0	100,0	

**Resolución normativa**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válida BAJO	19	32,8	32,8	32,8
REGULAR	31	53,4	53,4	86,2
ALTO	8	13,8	13,8	100,0
Total	58	100,0	100,0	

Clausula rigida

## Anexo 6. Cálculo de la población muestra de los participantes al estudio

The image shows a screenshot of the Netquest calculator interface. The header is red with the Netquest logo and navigation links: Panel, Servicios, Productos, Sobre Netquest, Knowledge base, Blog, and a yellow 'Contactanos' button. The main content area is dark grey and contains the following fields and results:

Tamaño del universo	67
Número de personas que componen la población a estudiar	
Heterogeneidad %	50
En la diversidad del universo. Lo habitual es usar 50%, el peor caso	
Margen de error %	5
Menor margen de error requiere mayor muestra	
Nivel de confianza %	95
Nivel de confianza %	
Muestra	58
Personas a encuestar	

**El resultado se lee:**  
Si se encuesta a 58 personas, el dato real que se busca será el 95% de las veces en el intervalo  $\pm 5\%$  en relación con los datos que se observan en la encuesta.

Calcular

Fuente: Plataforma Netquest - <https://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas>