

<https://doi.org/10.69639/arandu.v13i3.2382>

Protección del consumidor y obligaciones contractuales en una compañía de seguros, Independencia, 2026

Consumer Protection and Contractual Obligations in an Insurance Company, Independencia, 2026

Delani Brihtney Huamani Zelaya

dhuaniz@ucvvirtual.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0004-0561-3217>

Universidad César Vallejo
Lima, Perú

Estefania Yamile Linares Girio

elinaresgi@ucvvirtual.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0002-7779-2942>

Universidad César Vallejo
Lima, Perú

Juan Diego Ramos Loayza

jramosloa@ucvvirtual.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0008-7960-0055>

Universidad César Vallejo
Lima, Perú

Daniela Slym Soto Silva

dsotosi@ucvvirtual.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0008-6473-7243>

Universidad César Vallejo
Lima, Perú

Fabrizio Dominik Vega Urbina

favegaur@ucvvirtual.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0007-5954-1441>

Universidad César Vallejo
Lima, Perú

Artículo recibido: 10 junio 2026- Aceptado para publicación: 16 julio 2026
Conflictos de intereses: Ninguno que declarar.

RESUMEN

La protección del consumidor y las obligaciones contractuales constituyen pilares fundamentales para garantizar relaciones jurídicas transparentes, equitativas y seguras en el sector asegurador. En un contexto caracterizado por el crecimiento de los servicios financieros y la complejidad de las pólizas de seguros, resulta indispensable fortalecer los mecanismos que aseguren el respeto de los derechos de los consumidores, el acceso a información clara y el cumplimiento de las condiciones contractuales pactadas. La presente investigación aborda la relación entre ambas variables en una compañía de seguros del distrito de Independencia durante el año 2026, considerando aspectos como el cumplimiento normativo, la seguridad jurídica, el cumplimiento

empresarial y la difusión informativa. El estudio busca contribuir al análisis de las prácticas empresariales orientadas a fortalecer la confianza de los consumidores y promover relaciones contractuales basadas en la transparencia, la buena fe y el respeto de los derechos de las partes. Asimismo, resalta la importancia de consolidar mecanismos que favorezcan una adecuada protección del consumidor y un efectivo cumplimiento de las obligaciones contractuales dentro del mercado asegurador.

Palabras clave: protección del consumidor, obligaciones contractuales, seguridad jurídica, transparencia

ABSTRACT

Consumer protection and contractual obligations constitute fundamental pillars for ensuring transparent, equitable, and secure legal relationships within the insurance sector. In a context characterized by the growth of financial services and the complexity of insurance policies, it is essential to strengthen mechanisms that guarantee respect for consumer rights, access to clear information, and adherence to agreed-upon contractual terms. This research examines the relationship between these two variables at an insurance company in the Independencia district during 2026, considering aspects such as regulatory compliance, legal certainty, corporate compliance, and information dissemination. The study aims to contribute to the analysis of business practices designed to bolster consumer confidence and foster contractual relationships grounded in transparency, good faith, and respect for the rights of all parties. Furthermore, it highlights the importance of consolidating mechanisms that promote adequate consumer protection and the effective fulfillment of contractual obligations within the insurance market.

Keywords: consumer protection, contractual obligations, legal certainty, transparency

INTRODUCCIÓN

La protección del consumidor para el comercio electrónico se ha vuelto relevante más que todo gracias a las obligaciones contractuales de éstas en sus operaciones pero que se ha transformado en un tema relevante ante el crecimiento acelerado de las transacciones digitales, las cuales han transformado los modelos tradicionales de negocio y han incrementado la vulnerabilidad de los consumidores. Frente a ello, los marcos legales deben garantizar prácticas empresariales justas, transparentes y responsables, así como mecanismos efectivos de supervisión y sanción. En Malasia se evidencia que, si bien existen diversas normas orientadas a la protección del consumidor, estas resultan fragmentadas, limitadas y en algunos aspectos desactualizadas, especialmente en lo referente a contratos electrónicos, responsabilidad por productos defectuosos, y obligaciones de información (Sarabdeen, 2026).

Un estudio realizado en Nanjing, China con pacientes psiquiátricos hospitalizados evidenció que la mayoría presenta bajos niveles de conocimiento, actitudes y prácticas respecto a la protección de la privacidad en el uso de teléfonos móviles, con un 55.8% en nivel deficiente de conocimiento, 28.3% en actitudes inadecuadas y 46.7% en prácticas deficientes; además, solo un 4.2% alcanzó un nivel global adecuado, lo que refleja una situación preocupante; se identificó también que hay factores que tienen influencia significativamente, siendo las mujeres, personas con mayor educación y mejores condiciones económicas quienes presentan mayor conciencia y protección de su privacidad; esta situación incrementa el riesgo de filtración de datos personales, estigmatización y afectación en camino de recuperación de los pacientes (Qi et al., 2026).

La importancia de un debido cumplimiento de las debidas obligaciones contractuales establecidas entre el empleador y el trabajador dentro de un marco de relación de dependencia es esencial para el ambiente laboral en ciertos países; en el caso de México, el autor señala que las condiciones del vínculo laboral deben ser comunicadas y definidas previo inicio de las actividades laborales, con un propósito de prevenir conflictos y, sobre todo, garantizar el cumplimiento de los acuerdos debidamente; en este sentido, las obligaciones contractuales se deben de realizar mediante la modalidad contractual que define de la forma en la que se establezca la relación entre el trabajador y el empleado, así ofreciéndole una seguridad que refleja una estabilidad y que le dé el respaldo que ofrece el acuerdo entre ambas partes (Gaspar et al., 2021).

La transformación de los contratos de derecho gracias a la modernización transforma la visión clásica de las obligaciones, enfocándose en la verdadera finalidad del acuerdo comercial. En este nuevo marco legal, hay incumplimientos en conforme a ciertas partes del contrato, donde no se ejecuta exactamente la debida presentación acordada u otra exigencia en relación al contrato establecido de manera obligatoria. y como consecuencia, perjudica al acreedor y no satisface su interés completo, esto resalta que el eje central ya no es medir únicamente la conducta o culpa del

deudor, sino garantizar la protección y satisfacción efectiva de quien se ha visto perjudicado (Santisteban, 2025).

En los años anteriores se ha evidenciado que en el Perú ha habido una mayor interacción de los ciudadanos con las compañías de seguros. Este incremento se explica por diversos factores, como la pandemia del COVID-19 y los recientes contextos geopolíticos, los cuales impulsaron el crecimiento del sector, reflejado en el aumento aproximado del 9% en las primas durante el primer trimestre del año anterior, asimismo la Asociación Peruana de Empresas de Seguros (APESEG, 2024), el mercado asegurador ha mostrado una tendencia de crecimiento sostenido, impulsado por la diversificación de productos y el boom emergente de las nuevas tecnologías y el crecimiento de la inteligencia artificial, que ha favorecido la personalización de los servicios y la ampliación de coberturas.

No obstante, en este contexto también se ha podido identificar diversas problemáticas, como la asimetría de la información, la poca y limitada transparencia sobre las dificultades en las condiciones contractuales. En el Perú, distintas organizaciones de defensa del consumidor, como la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (ASPEC, s. f.), han advertido sobre la falta de claridad en la información brindada por algunas empresas, pues esto estaría limitando la capacidad de los consumidores o usuarios para poder ejercer decisiones informadas. En ese sentido, la Radio Programas del Perú (Hernández, 2025) prevé que un porcentaje alto de consumidores presenta adversidades para entender los mecanismos que imponen las aseguradoras en sus pólizas.

Y en base a esto se plantea una interrogante en la investigación: ¿Cuál es la relación entre la protección del consumidor y las obligaciones contractuales en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026?. A partir de ello, se establecen las siguientes preguntas específicas: (a) ¿Cuál es la relación entre la protección del consumidor y el cumplimiento normativo en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026?; (b) ¿Cuál es la relación entre la protección del consumidor y la seguridad jurídica en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026?; (c) ¿Cuál es la relación entre las obligaciones contractuales y el cumplimiento empresarial en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026?; (d) ¿Cuál es la relación entre las obligaciones contractuales y la difusión informativa en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026?.

El objetivo general de la vigente investigación es determinar la relación entre la protección del consumidor y las obligaciones contractuales en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026, considerando el objetivo N° 16 busca paz, justicia e instituciones sólidas, el cual promueve la transparencia y el respeto de los derechos en la relación entre empresa y consumidor. Evidenciando la importancia de garantizar prácticas justas, prevenir conflictos y fortalecer la confianza en las aseguradoras. Los siguientes objetivos específicos son: (a) Determinar la relación entre la protección del consumidor y el cumplimiento normativo en una

compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026; (b) Determinar la relación entre la protección del consumidor y la seguridad jurídica en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026; (c) Determinar la relación entre las obligaciones contractuales y el cumplimiento empresarial en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026; (d) Determinar la relación entre las obligaciones contractuales y la difusión informativa en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026.

La protección al consumidor en el Perú demanda hoy un enfoque sistémico que trascienda la potestad sancionadora del Estado para centrarse en la prevención estructural. En esa línea, según Momberg (2015) en los seguros de salud engloba el conjunto de normas, mecanismos y acciones orientadas a respaldar los derechos del asegurado mediante programas de cumplimiento empresarial y la difusión normativa, promoviendo relaciones transparentes y seguras entre la empresa aseguradora y el consumidor. Alba-Urrego et al. (2022) subrayan que el consumidor debe recibir información clara, veraz y suficiente en la etapa precontractual; cualquier imprecisión técnica no solo genera confusión, sino que anula la capacidad crítica de decisión. Por su parte, Sedano y Rubio (2023) proponen una transparencia cualitativa, donde el dato sea legible y oportuno. Aquí, la transparencia opera como un filtro preventivo contra el abuso de posición dominante, siendo el principio motor para equilibrar las fuerzas en un mercado justo. Guevara (2021) nos explica que existe una manera de entender que el derecho del consumidor nace de una forma para intentar proteger la parte más débil de nosotros como consumidores. Pues, asimismo, podemos ver que en cierta parte las ideas se tienen que legislar en un enfoque de protección sobre las personas con el derecho privado y con normas que rijan en el país y tratados internacionales de los derechos humanos. Asimismo, podemos ver que la protección al consumidor, aparte de iniciar desde lo ya antes mencionado, tiene que relacionarse con el tema social y económico, y cultural sobre todo, ya que se ha de tener una gran relevancia e importancia en el caso. Pues, con este orden en las ideas previas, la presente problemática que se va a ir sugiriendo y que se verá en una perspectiva, una relación de los hechos entre las personas y empresas, para exponer un plan desarrollado a la protección de estos, así centrándonos y no debilitando los derechos de estas personas. Pues, recordar que la confianza del consumidor hacia la empresa es lo que ha de prevalecer más, sin importar qué, pues el consumidor brinda a la empresa una oportunidad.

Este deber de transparencia alcanza su máxima exigencia en las obligaciones contractuales de sectores complejos. Vivas Díez (2014) advierte que, en el ámbito de los seguros, la transparencia trasciende la redacción de pólizas; exige una instrucción previa sobre exclusiones y garantías, bajo el estándar de la buena fe. En los contratos por adhesión, donde la libertad de configuración está limitada para el usuario, la transparencia es la única barrera real contra las cláusulas abusivas, cuya inobservancia debe acarrear la nulidad radical y responsabilidad civil. Finalmente, el Derecho de Consumo contemporáneo debe responder a los desafíos de la economía del comportamiento y los entornos digitales. Cámara Lapuente (2020) sostiene que las

obligaciones contractuales han evolucionado hacia un modelo de equilibrio sustancial, especialmente en plataformas digitales donde los algoritmos y patrones oscuros pueden inducir al error. En sintonía, Según Pérez et al. (2024), derivan de contratos administrativos deben cumplirse conforme a las cláusulas pactadas, el cumplimiento normativo, la seguridad jurídica, el debido proceso y el control contractual dentro de la contratación pública, Por otro lado. Según Aguilar et al. (2021). Las obligaciones contractuales, representa una responsabilidad que debe ser garantizada por el sistema jurídico, en caso de conflictos, las cuales nacen de un contrato de arrendamiento, donde vemos que las partes mencionadas se ven obligadas recíprocamente a tener que conceder el goce de lo pactado, y la otra parte pagar por el goce de la parte pactada mediante un precio determinado.

Como hipótesis general de nuestra vigente investigación es: Existe una relación entre la protección del consumidor y las obligaciones contractuales en las compañías de seguros del distrito de Independencia en el año 2026. A partir de ello tenemos como hipótesis específicas: (a) Existe relación entre la protección del consumidor y el cumplimiento normativo en las compañías de seguros del distrito de Independencia en el año 2026; (b) Existe relación entre la protección del consumidor y la seguridad jurídica en las compañías de seguros del distrito de Independencia en el año 2026; (c) Existe relación entre las obligaciones contractuales y el cumplimiento empresarial en las compañías de seguros del distrito de Independencia en el año 2026; (d) Existe relación entre las obligaciones contractuales y la difusión informativa en las compañías de seguros del distrito de Independencia en el año 2026.

METODOLOGÍA

En la definición conceptual de la variable Protección al Consumidor, Momberg (2015) dice que se entiende como el grupo de reglas, principios y herramientas orientados a respaldar las garantías reconocidas a los consumidores en las relaciones de consumo mediante programas de cumplimiento empresarial y difusión informativa. Su finalidad es promover condiciones de transparencia, seguridad y equidad en el mercado, permitiendo el alcance a una información pertinente y la protección de los bienes de los clientes frente a posibles prácticas que afecten sus derechos. Se consideran las siguientes dimensiones e indicadores. Madrid (2025) sostiene que el cumplimiento empresarial se refiere a un grupo de medidas, políticas y diligencias que permiten a las organizaciones actuar conforme a la normativa vigente y los principios éticos establecidos como la fiscalización del contrato, las prácticas institucionales y la prevención de infracciones dentro de la organización. Capodiferro (2017) afirma que la difusión informativa comprende las disposiciones que regulan las comunicaciones comerciales dirigidas al público, con el propósito de asegurar que la información difundida sea clara, identificable y respetuosa donde la veracidad publicitaria se expresa en el retiro de publicidad engañosa, la difusión de información precisa y comprobable sobre productos y servicios, favoreciendo decisiones de consumo informadas.

En la definición de la variable 2 obligaciones contractuales, Según Pérez et al. (2024), derivan de contratos administrativos y deben cumplirse conforme a las cláusulas pactadas, el cumplimiento normativo, la seguridad jurídica, el debido proceso y el control contractual dentro de la contratación pública. Gutiérrez et al. (2022) sostienen que el cumplimiento normativo y contractual se refiere a la aplicación de cláusulas y al conjunto de acciones orientadas a garantizar la observancia de las obligaciones y acuerdos establecidos entre las partes dentro de una relación jurídica está los derechos del asegurado. Pino (2023) nos señala que la seguridad jurídica se fundamenta en la correcta identificación y justificación de la legalidad administrativa y el respeto de las leyes a un caso concreto, contribuyendo a la certeza y confianza en el sistema legal.

Según López (2004), el concepto de población hace referencia al conjunto de las personas o de los objetos que se desea conocer en alguna indagación, asimismo, esto nos señala que el universo o la población pueden estar compuestos por personas, seres vivos, historiales clínicos, partos, ensayos de laboratorio, siniestros de tránsito, entre otros factores más. En esta investigación se trabajó con un total de 35 trabajadores de una empresa aseguradora. Para determinar quiénes participaron, se establecieron ciertos criterios de inclusión y exclusión. Según Manzano y Perdomo (2016), el establecimiento de los criterios de selección es fundamental para definir a la población objetivo. Estas funcionan como filtros metodológicos que garantizan que el estudio sea viable y esté bien enfocado. Por un lado, los criterios de inclusión definen las características obligatorias como factores de tiempo, espacio o perfiles específicos que deben cumplir los sujetos para ser considerados parte del estudio. Por otro lado, los criterios de exclusión señalan las condiciones particulares que obligan a descartar a un individuo que, aunque cumplía con los requisitos de inclusión, presenta variables externas que podrían alterar los datos o sesgar los resultados finales.

Se consideraron los vendedores que trabajaban en el área de seguros de sepelio digital, que pertenecían a empresas prestadoras de salud durante el año 2026, estos se encontraban presentes al momento que se dio la recolección de datos elementos que contaban con experiencia mínima en la comercialización de seguros y aceptaron participar voluntariamente en la investigación. Por otro lado, se excluyeron a aquellos que no pertenecían al área de seguros de sepelio digital, que se encontraban inactivos o que ya no laboraban en la empresa.

Por exigencia académica finalmente se optó por aplicar una muestra censal, la cual se llegó a incluir a todos los elementos de la población definida. Para Chero-Pacheco (2024) diversos documentos orientan a los autores a destacar la necesidad de incluir a la totalidad de participantes, especialmente en casos donde la población tomada es pequeña. Llega a ser evidente que la magnitud en el uso de este concepto ha superado la preocupación por explicar el significado de estos términos, de manera que se trata de una expresión considerada contradictoria, en donde el censo se entiende como la totalidad con la complejidad asociada; y muestra, a la proporción de

dicha totalidad . El número de personas fue considerado suficiente para poder analizar de manera confiable la relación que existe entre las dos variables estudiadas

Para recabar la información se empleó como técnica la encuesta. Medina et al.(2023) afirman que la encuesta es una técnica de indagación que nos posibilita recopilar datos de información de un gran número de personas a través de preguntas dirigidas a los encuestados, con el propósito de obtener datos sobre sus comportamientos, actitudes, opiniones y características demográficas. Esta técnica se caracteriza por ser versátil, accesible y eficiente, ya que facilita recolección de información de un periodo corto de tiempo y a un costo menor en comparación con otras técnicas como la entrevista. El cuestionario constituyó el instrumento empleado, entendido como un conjunto de preguntas escritas y ordenadas. Se aplicaron dos cuestionarios adaptados a las variables del estudio, ambos bajo el formato de escala Likert. En cuanto a la confiabilidad, esta se determinó aplicando el coeficiente Alfa de Cronbach, cuyos resultados arrojaron 0.907 para la variable de protección al consumidor y 0.887 para la variable obligaciones contractuales, lo que demuestra una alta consistencia interna de ambos instrumentos, evidenciando que los ítems presentan una adecuada confiabilidad para la recaudación de datos en la vigente investigación. Caicedo et al. (2022) señalan que la escala Likert es un instrumento de tipo psicométrico que permite medir el comportamiento de los encuestados a través de su nivel de acuerdo o desacuerdo correspondiendo a una información o ítem. Cada ítem conforma un rango de valores preliminarmente instaurados de mayor a menor o en viceversa, permitiendo de esta manera obtener un resultado satisfactorio o insatisfactorio. Previo a su aplicación, se debe realizar el análisis de validación y con una confiabilidad del instrumento para asegurar respuestas certeras al problema que es investigado. Aunque este instrumento está dirigido principalmente a estudios de ciencias sociales, también es ampliamente empleado en estudios sobre gestión de la salud.

Posterior a ello, Couschbase (2024), define al procesamiento de datos como un proceso dividido por dimensiones que abarcaría entre definición de objetivos, recolección y procesamiento, análisis exploratorio, técnicas de análisis e interpretación y comunicación, al ser una fase que recolectaba información relevante de diversos recursos y el contenido mismo para buscar respuestas e investigar problemas, asimismo, esclarecer el concepto del trabajo, dividiéndose en dos categorías: cualitativas y cuantitativas. Para llevar a cabo este proceso, en primer lugar, fue necesario obtener la encuesta de nuestra población o muestra utilizando el cuestionario como instrumento, el cual se elaboró en Google forms y se realizó la visita a la compañía de Seguros que fue nuestra unidad de análisis en esta investigación de esa manera compartimos el link de la encuesta a los trabajadores, aquellas respuestas brindadas hacia nosotros se almacenaron en el drive de Excel, así las mismas que fueron descargadas y trabajadas en el mismo software para organizar la base de datos y obtener promedios de las variables y dimensiones, después se realizó el análisis de los promedios obtenidos haciendo uso del software estadístico SPSS, lo que permitió realizar el análisis estadístico descriptivo obteniendo tablas

cruzadas, gráficos e interpretaciones para dar respuesta a mis objetivos generales y específicos; también se realizó el análisis inferencial , en primer lugar se realizó la prueba de normalidad haciendo uso del estadístico Kolmogorov Smirnov, determinando de esa manera que los datos no tienen distribución normal, es por ello que para el análisis de contrastación de la hipótesis general y específicas se aplicará el estadístico no paramétrico Rho Spearman, obteniendo coeficientes de correlación, niveles de significancia y conclusiones.

Los aspectos éticos de la investigación, de acuerdo con Orozco y Lamberto (2022), la ética en la investigación configura un conjunto de normas que orientan el comportamiento de los investigadores, buscando asegurar la rectitud, la consideración hacia los demás y el provecho colectivo, esto abarca la libertad de elección a través del consentimiento informado, la búsqueda del bien y la prevención del daño para reducir los peligros al mínimo, así como la ecuanimidad en la elección de los involucrados, dentro del ámbito educativo. en nuestra investigación, se llegó a precisar, a hablar, y se aplicaron, obviamente, se hizo uso del Código de Ética junto a los principios establecidos de parte del área de investigación de la Universidad César Vallejo, recordando que nosotros contamos con la participación de personas, así, siendo que se procuró proteger en todo momento su privacidad, dignidad, bienestar y su derecho a decidir libremente si deseaban formar parte del estudio. Antes de aplicar el cuestionario, se explicó de una manera clara el propósito que nosotros, como estudiantes, estábamos llevando a través de esta investigación, y se solicitó el consentimiento de todas las personas ahí presentes, precisando, sobre todo, que su participación era voluntaria. Debido a esto, les decimos en ese momento que se podían retirar en cualquier momento sin consecuencia alguna. Asimismo, nuestra información obtenida fue manejada de manera confidencial y anónima, utilizando únicamente sus datos con fines meramente académicos, sin ningún motivo para difundir o divulgar datos personales. realizados en la empresa de seguros en el distrito de Independencia, realizado en el año 2026.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis Descriptivo Univariado

Tabla 1

Descripción de los niveles de la variable Proteccion al Consumidor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	9	25,7	25,7	25,7
	MEDIO	10	28,6	28,6	54,3
	ALTO	16	45,7	45,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la encuesta realizada a la compañía de seguros en Independencia, 2026

Con respecto a la tabla 1, puede apreciarse que la suma del nivel medio y alto suma un total de 74,3% de protección al consumidor y el 25,7% un nivel bajo. Ello evidencia que gran parte de los participantes percibe un alto nivel de protección al consumidor.

Tabla 2

Descripción de los niveles de la variable Obligaciones Contractuales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	9	25,7	25,7	25,7
	MEDIO	9	25,7	25,7	51,4
	ALTO	17	48,6	48,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la encuesta realizada a la compañía de seguros en Independencia, 2026

Con base en los resultados de la tabla 2 se aprecia que la suma del nivel alto con el medio nos da un total de 74,3% de los encuestados registrados en la variable de obligaciones contractuales y el 25,7% se ubica en un nivel bajo. Ello refleja que gran parte de los participantes estima que existe un alto nivel de cumplimiento de las obligaciones contractuales.

Tabla 3

Descripción de los niveles de la dimensión Cumplimiento empresarial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	10	28,6	28,6	28,6
	MEDIO	8	22,9	22,9	51,4
	ALTO	17	48,6	48,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la encuesta realizada a la compañía de seguros en Independencia, 2026

Con relación a lo que refleja la tabla 3, es posible identificar que la suma del nivel alto con el nivel bajo nos da un total de 77,2% mostrando un nivel alto respecto al cumplimiento empresarial y que un 22,9% corresponde a un nivel medio. Dichos hallazgos indican que, aunque buena parte de los participantes perciben un nivel alto de cumplimiento empresarial, existe un porcentaje considerable que lo evalúa como bajo, lo cual refleja una variedad en las percepciones sobre el cumplimiento dentro de las empresas.

Tabla 4

Descripción de los niveles de la dimensión Difusión Informativa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	9	25,7	25,7	25,7
	MEDIO	11	31,4	31,4	57,1
	ALTO	15	42,9	42,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la encuesta realizada a la compañía de seguros en Independencia, 2026

Con respecto a los resultados de la tabla 4 se puede apreciar que la suma del nivel alto con el medio nos da un total de 74,3% de los encuestados de difusión informativa y el 25,7% un nivel bajo. Dicho hallazgo evidencia que gran parte de los participantes percibe un alto nivel de difusión informativa.

Tabla 5

Descripción de los niveles de la dimensión Cumplimiento informativo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	9	25,7	25,7	25,7
	MEDIO	9	25,7	25,7	51,4
	ALTO	17	48,6	48,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la encuesta realizada a la compañía de seguros en Independencia, 2026

En relación con los resultados de la tabla 5 se observa que la suma del nivel alto con el nivel medio nos da un total de 74,3% de los encuestados de cumplimiento informativo y el 25,7% presenta un nivel medio. Esto indica que la mayoría de los participantes percibe un alto nivel de cumplimiento informativo.

Tabla 6

Descripción de los niveles de la dimensión Seguridad Jurídica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	7	20,0	20,0	20,0
	MEDIO	8	22,9	22,9	42,9
	ALTO	20	57,1	57,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la encuesta realizada a la compañía de seguros en Independencia, 2026

En relación con los resultados de la tabla 6 se observa que la suma del nivel alto con el medio nos da un total de 80% de los encuestados de seguridad jurídica y el 20,0% un nivel bajo. Esto indica que la mayoría de los participantes percibe un alto nivel de seguridad jurídica.

Tabla 7

Pruebas de normalidad

		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig	Estadístico	gl	Sig
Protección al Consumidor		,229	35		,000	35	,000
	Obligaciones Contractuales	,242	35		,000	35	,000

Fuente: Resultados de la encuesta realizada a la compañía de seguros en Independencia, 2026

Analizando los resultados obtenidos mediante el programa SPSS, se observa que las variables Protección al Consumidor y Obligaciones Contractuales presentan valores de significancia menores a 0,05 en la prueba de Shapiro-Wilk. En el caso de Protección al Consumidor, se obtuvo un valor de significancia de 0,000; mientras que en Obligaciones Contractuales también se obtuvo un valor de significancia de 0,000.

Debido a que ambos valores son menores a 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se concluye que los datos no presentan una distribución normal. En consecuencia, corresponde aplicar una prueba no paramétrica, por lo que se utilizó el coeficiente Rho de Spearman para determinar la relación entre las variables.

Estadística Inferencial

HA: Existe una relación significativa entre la Protección al Consumidor y las Obligaciones Contractuales en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026.

Ho: No existe una relación significativa entre la Protección al Consumidor y las Obligaciones Contractuales en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026

Tabla 8

Correlación entre las variables Protección al consumidor y obligaciones contractuales

			Protección al Consumidor	Obligaciones Contractuales
Rho de Spearman	Protección al Consumidor	Coefficiente de correlación	1,000	,104
		Sig. (bilateral)	.	,552
		N	35	35
	Obligaciones Contractuales	Coefficiente de correlación	,104	,1000
		Sig. (bilateral)	,552	.
		N	35	35

Fuente: Resultados de la encuesta realizada a la compañía de seguros en Independencia, 2026

En la tabla 8 se observa un coeficiente de correlación de Spearman de 0,104 entre las variables Protección al Consumidor y Obligaciones Contractuales, con un nivel de significancia de 0,552. Dado que el valor de significancia es mayor a 0,05, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna. Por lo tanto, se concluye que no existe una relación estadísticamente significativa entre la protección al consumidor y las obligaciones contractuales en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026. Asimismo, la correlación encontrada es positiva, pero de intensidad muy débil.

HA: Existe una relación significativa entre la Protección al Consumidor y el Cumplimiento Normativo en una compañía de seguros del distrito de independiente, 2026.

Ho: No existe una relación significativa entre la Protección al Consumidor y el Cumplimiento Normativo en una compañía de seguros del distrito de independencia, 2026.

Tabla 9

Correlación entre la variable Protección al Consumidor con la dimensión Cumplimiento Normativo

			Protección al Consumidor	Cumplimiento Normativo
Rho de Spearman	Protección al Consumidor	Coefficiente de correlación	1,000	,049
		Sig. (bilateral)	.	,780
		N	35	35
	Cumplimiento Normativo	Coefficiente de correlación	,049	1,000
		Sig. (bilateral)	,780	.
		N	35	35

Fuente: Resultados de la encuesta realizada a la compañía de seguros en Independencia, 2026

En la tabla 9 se observa un coeficiente de correlación de Spearman de 0,049 entre la variable Protección al Consumidor y la dimensión Cumplimiento Normativo, con un nivel de significancia de 0,780. Debido a que el valor de significancia es mayor a 0,05, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna. En consecuencia, se concluye que no existe una relación estadísticamente significativa entre la protección al consumidor y el cumplimiento normativo en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026. Además, la correlación es positiva, pero de intensidad muy débil.

HA: Existe una relación significativa entre la Protección al Consumidor y Seguridad Jurídica en una compañía de seguros del distrito de independencia, 2026.

Ho: No existe una relación significativa entre la Protección al Consumidor y Seguridad Jurídica en una compañía de seguros del distrito de independencia, 2026.

Tabla 10

Correlación entre la variable Protección al Consumidor y la dimensión Seguridad Jurídica

			Protección al Consumidor	Seguridad Jurídica
Rho de Spearman	Protección al Consumidor	Coefficiente de correlación	1,000	,251
		Sig. (bilateral)	.	,146
		N	35	35
	Seguridad Jurídica	Coefficiente de correlación	,251	1,000
		Sig. (bilateral)	,146	.
		N	35	35

Fuente: Resultados de la encuesta realizada a la compañía de seguros en Independencia, 2026

En la tabla 10 se observa un coeficiente de correlación de Spearman de 0,251 entre la variable Protección al Consumidor y la dimensión Seguridad Jurídica, con un nivel de significancia de 0,146. Como el valor de significancia es mayor a 0,05, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna. Por ello, se concluye que no existe una relación estadísticamente significativa entre la protección al consumidor y la seguridad jurídica en una compañía de seguros

del distrito de Independencia, 2026. Sin embargo, la correlación encontrada es positiva y de intensidad débil

HA: Existe una relación significativa entre las Obligaciones Contractuales y Cumplimiento Empresarial en una compañía de seguros del distrito de independencia, 2026.

Ho: No existe una relación significativa entre las Obligaciones Contractuales y Cumplimiento Empresarial en una compañía de seguros del distrito de independencia, 2026.

Tabla 11

Correlación entre la variable Obligaciones Contractuales y la dimensión Cumplimiento Empresarial

			Obligaciones Contractuales	Cumplimiento Empresarial
Rho de Spearman	Obligaciones Contractuales	Coefficiente de correlación	1,000	1,000
		Sig. (bilateral)	.	,481
		N	35	35
	Cumplimineto Empresarial	Coefficiente de correlación	,123	1,000
		Sig. (bilateral)	,481	.
		N	35	35

Fuente: Resultados de la encuesta realizada a la compañía de seguros en Independencia, 2026

En la tabla 11 se observa un coeficiente de correlación de Spearman de 0,123 entre la variable Obligaciones Contractuales y la dimensión Cumplimiento Empresarial, con un nivel de significancia de 0,481. Dado que el valor de significancia es mayor a 0,05, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna. Por lo tanto, se concluye que no existe una relación estadísticamente significativa entre las obligaciones contractuales y el cumplimiento empresarial en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026. Asimismo, la correlación encontrada es positiva, pero de intensidad muy débil.

HA: Existe una relación significativa entre las Obligaciones Contractuales y Difusión Informativa en una compañía de seguros del distrito de independencia, 2026.

Ho: No existe una relación significativa entre las Obligaciones Contractuales y Difusión Informativa en una compañía de seguros del distrito de independencia, 2026.

Tabla 12

Correlación entre la variable Obligaciones Contractuales y la dimensión Difusión Informativa

			Obligaciones Contractuales	Obligaciones Contractuales
Rho de Spearman	Obligaciones Contractuales	Coefficiente de correlación	1,000	,1419
		Sig. (bilateral)	.	,392
		N	35	35
	Difusión Informativa	Coefficiente de correlación	,149	1,000
		Sig. (bilateral)	,392	.
		N	35	35

Fuente: Resultados de la encuesta realizada a la compañía de seguros en Independencia, 2026

En la tabla 12 se observa un coeficiente de correlación de Spearman de 0,149 entre la variable Obligaciones Contractuales y la dimensión Difusión Informativa, con un nivel de significancia de 0,392. Debido a que el valor de significancia es mayor a 0,05, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna. Por lo tanto, se concluye que no existe una relación estadísticamente significativa entre las obligaciones contractuales y la difusión informativa en una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026. Asimismo, la correlación encontrada es positiva, pero de intensidad muy débil.

En cuanto al primer objetivo específico, que busca analizar la relación entre protección al consumidor y cumplimiento normativo, se encontró un coeficiente de 0.049 con una significancia de 0.780; al ser este valor muy superior a 0.05, se optó por aceptar la hipótesis nula; por tanto, no existe evidencia estadística que respalde una relación entre ambas categorías en la compañía de seguros evaluada este hallazgo refleja una correlación positiva pero prácticamente inexistente aunque podría tener una ligera tendencia, esta no es suficiente para establecer una relación estadística mediante una posible explicación es que el cumplimiento normativo, aunque fundamental para el funcionamiento legal de la aseguradora, no siempre es percibido directamente por el consumidor; muchas veces, las normas y procedimientos internos existen, pero el usuario no los identifica claramente durante la contratación o la atención recibida, este resultado es considerado con lo planteado por Momberg (2015), quien define la protección al consumidor como sistema de mecanismos orientados a garantizar derechos; también se alinea con Gutiérrez et al (2022), quienes sostienen que el cumplimiento normativo implica acciones concretas para asegurar los acuerdos entre las partes; sin embargo, los hallazgos sugieren que el simple hecho de cumplir normas no genera automáticamente una percepción fuerte de protección en el consumidor, especialmente si esas normas no se traducen en información clara, atención adecuada o procedimientos comprensibles.

En relación con el segundo objetivo específico, que vinculaba protección del consumidor con seguridad jurídica, se obtuvo un coeficiente de 0.251 y un valor p-valor de 0.146 así dando que este valor es muy mayor a 0.05, se acepta la hipótesis nula; por lo tanto, no existe una relación estadísticamente significativa entre ambas dimensiones; sin embargo, a diferencia del caso anterior, aquí la correlación fue positiva y de intensidad débil, lo que sugiere una leve tendencia; esto podría interpretarse como que, cuando hay una mayor percepción de seguridad jurídica, también podría haber lo que es una mejor percepción de protección al consumidor; no obstante, los datos no permiten confirmar esta relación de una manera concluyente; así mismo, este hallazgo se conecta con Momberg (2015), quien destaca que la protección al consumidor busca promover transparencia, seguridad y equidad de mercado; también se relaciona con Pino (2023), para quien la seguridad jurídica se basa en la correcta identificación de la legalidad aplicable, generando certeza y confianza; en el ámbito de seguros, esto es relevante porque las pólizas suelen incluir términos técnicos, exclusiones y procedimientos complejos; aunque la relación no fue

significativa, la tendencia positiva sugirió que la seguridad jurídica sigue siendo el factor importante para que fortalezca la protección al consumidor.

Tercer objetivo específico, que analizaba la relación entre obligaciones contractuales y cumplimiento empresarial se encontró un coeficiente de 0,123 con una significancia de 0,481; al ser mayor a 0,05, se acepta la hipótesis nula, concluyendo, que no existe una relación estadísticamente significativa entre ambas dimensiones; la correlación fue positiva, pero muy débil, lo que indica que una mayor percepción de cumplimiento empresarial no necesariamente se acompaña de un mayor cumplimiento de las obligaciones contractuales; esto podría explicarse porque las obligaciones contractuales pueden estar formalmente establecidas, pero su cumplimiento real depende de factores internos, como la supervisión capacidad personal, la atención de reclamos y la claridad de los procedimientos, este resultado se relaciona con Pérez et al (2024), quienes sostienen que las obligaciones contractuales tienen que cumplirse conforme a lo pactado y bajo control contractual; también se vincula con Madrid, (2025), quien señala que el cumplimiento empresarial implica acciones políticas y procedimientos que puedan permitir a las organizaciones actuar conforme a la normativa y sus principios éticos; en este sentido no basta con las obligaciones que estén escritas; lo que sí es que la empresa debe contar con prácticas internas, claras y consistentes para ejecutarlas adecuadamente.

Respecto al cuarto objetivo específico que vinculaba obligaciones contractuales con difusión informativa, se obtuvo un coeficiente de 0,149 y un P-valor de 0,392; dado que este valor supera 0.05, se acepta la hipótesis nula, por tanto, no existe una relación significativa entre ambas dimensiones, en la compañía de seguros evaluada mediante la correlación fue positiva, pero muy débil, lo que sugiere que una mejor difusión informativa podría estar asociada a una mayor percepción de cumplimiento de obligaciones, pero esta relación no es suficiente fuerte para ser considerada significativa; en el sector asegurador esto puede deberse a que la información puede estar disponible, pero no necesariamente ser clara o comprensible para el consumidor, ese resultado dialoga con Pérez et al (2024), quién es, señala que las obligaciones contractuales requieren que las cláusulas sean comprendidas y ejecutadas correctamente; también se relaciona con Capodiferro (2017), quien sostiene que la disfunción informativa debe garantizar que la información sea clara, identificable y respetuosa en el ámbito de los seguros; esto es fundamental ya que el consumidor necesita conocer, coberturas, exclusiones, plazos y procedimientos; sin embargo los resultados indican que informar no es suficiente si la información no es explicada o aplicada adecuadamente. Los resultados de la investigación muestran que, en la empresa de seguro estudiada distante el 2026, no se encontró una relación significativa entre protección al consumidor y las obligaciones contractuales; para el análisis se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk, la cual nos indicó que los datos no tenían una distribución normal, por lo que se utilizó el coeficiente Rho de Spearman; se obtuvo un coeficiente de 0.104 y un valor de significancia de 0.552, superior a 0.05; por ello, se aceptó la hipótesis; nula y se concluyó que no existe evidencia

suficiente para afirmar una relación entre ambas variables; aunque el coeficiente fue positivo, su nivel fue muy bajo y no resultó estadísticamente significativo; en términos generales, los resultados no permiten confirmar ninguna de las hipótesis planteadas, ya que todas las relaciones analizadas presentaron P-valores superiores a 0.0

La relación principal entre protección al consumidor y obligaciones contractuales fue positiva, pero muy débil y no significativa; lo mismo ocurrió con las relaciones específicas entre protección del consumidor y cumplimiento normativo, protección del consumidor y seguridad jurídica, obligaciones contractuales y cumplimiento empresarial y obligaciones contractuales y difusión informativa; estos resultados coinciden con lo señalado por Momberg (2015), quien sostiene que la protección al consumidor está conformada por normas y principios orientados a garantizar los derechos de los consumidores en las relaciones del consumo; también se relacionan con lo señalado por Pérez et al.(2024), quienes afirman que las obligaciones contractuales deben ser ejecutadas de acuerdo con el marco legal, la seguridad jurídica y los controles contractuales; ambos enfoques sugieren que estas categorías deberían estar estrechamente vinculadas en una relación de consumo justa; no obstante, los resultados del presente estudio revelan que , en el contexto específico analizado, esa vinculación fue positiva pero extremadamente débil; dicho de otro modo, el hecho de que no se haya encontrado una relación significativa no invalida la conexión teórica entre ambas variables; lo que ocurre es que, en esta muestra particular, la percepción de protección al consumidor no necesariamente se incrementa cuando también aumenta la percepción de cumplimiento de las obligaciones contractuales, lo que conlleva a que la protección al consumidor no depende únicamente de contrato, sino también de otros elementos como la claridad de información, la atención brindada al usuario, los mecanismos internos de fiscalización, la confianza generada por empresas, las experiencias previas del consumidor y su nivel real de comprensión sobre condiciones del seguro; sin embargo, esto no significa que el tema carezca de relevancia, más bien permite comprender que, aunque jurídicamente estas categorías están relacionadas en la muestra estudiada, no se evidenció una relación estadística fuerte; esto puede deberse a que la protección del consumidor en el sector asegurador depende de múltiples factores, como el conocimiento del asegurado, la claridad de las cláusulas, la orientación recibida, la experiencia previa y la confianza de la empresa; entre las posibles explicaciones, debe considerarse el tamaño de la muestra de 35 trabajadores; aunque permite el análisis, el número reducido de participantes puede limitar la detección de correlaciones más fuertes; además, al tratarse de una población homogénea, es posible que las respuestas hayan mostrado poca variabilidad, lo que dificulta en la identificación de relaciones significativas; también debe considerarse la naturaleza del instrumento; al ser un cuestionario con escala likert, las respuestas dependen de las percepciones de los encuestados, lo que puede estar influenciado por su experiencia laboral, el conocimiento de los contratos o la familiaridad de los procedimientos internos; aunque los instrumentos mostraron alta confiabilidad del Alfa de Cronbach de 0.907 y

0.887, esto no elimina la posibilidad de sesgos individuales; en síntesis, la investigación confirma que la protección al consumidor y las obligaciones contractuales tiene una relación teórica importante, pero en los resultados estadísticos, esa no es su significancia; no obstante, las correlaciones positivas encontradas, aunque débiles, son coherentes en el Marco teórico; por ello, se recomienda que futuros estudios amplíen la muestra, incluya a consumidores, además de trabajadores y comparen diferentes compañías sobre cómo estos factores influyen en la protección al consumidor y el cumplimiento de las obligaciones contractuales en el sector asegurador.

CONCLUSIONES

En una compañía de seguros del distrito de Independencia, 2026 no se llegó a evidenciar una relación estadísticamente significativa entre las variables protección al consumidor y obligaciones contractuales, ya que el coeficiente de Spearman fue de 0,104 y la significancia de 0,552 siendo superior a 0,05; aunque la correlación fue positiva, su magnitud fue mínima por lo que no se puede afirmarse que indica una sobre otra; esto nos contrasta mediante los resultados descriptivos de dónde ambas variables fueron valoradas en nivel alto por una parte importante de los participantes

En la relación entre la protección al consumidor y el cumplimiento normativo se registró el coeficiente más bajo de toda la investigación ($Rho = 0,049$; significancia = 0,780), lo cual confirma la aceptación de la hipótesis nula planteada para este objetivo específico; este resultado sugiere que el nivel de cumplimiento de la normativa vigente por parte de la aseguradora no guarda relación con la manera en que los trabajadores perciben la protección de sus derechos como consumidores.

Un comportamiento distinto, aunque tampoco significativo, se presentó entre la protección al consumidor y la seguridad jurídica, par de variables que alcanzaron el coeficiente más alto del estudio ($Rho = 0,251$), calificado dentro del rango de intensidad débil; no obstante, su nivel de significancia (0,146) continúa superando el valor de 0,05, por lo que corresponde igualmente aceptar la hipótesis nula; este hallazgo posiciona a la seguridad jurídica como la dimensión que exhibe la asociación descriptiva más próxima con la protección al consumidor, aspecto que podría profundizar en investigaciones futuras con muestras de mayor tamaño.

La relación entre las obligaciones contractuales y el cumplimiento empresarial tampoco alcanzó significancia estadística ($Rho = 0,123$; significancia = 0,481), confirmando la hipótesis nula correspondiente a este objetivo; ello indica que las labores de supervisión y prevención de infracciones desarrolladas por la empresa no inciden de manera directa en el cumplimiento de las obligaciones contractuales percibidas por los trabajadores.

Finalmente, la relación entre ambas variables siendo éstas, obligaciones contractuales y difusión informativa llegó a arrojar un coeficiente de 0,149 y una significancia de 0,392, valor que también supera el límite de 0,05 requerido para establecer una asociación significativa; este

resultado nos indica que la claridad y veracidad de la información difundida por la empresa sobre sus productos y servicios no se relaciona de forma estadísticamente comprobable con el cumplimiento de sus obligaciones contractuales.

Recomendaciones

Dado que el tamaño reducido de la muestra y la homogeneidad del grupo encuestado fueron señalados como posibles factores detrás de la ausencia de relaciones significativas, se recomienda que futuras investigaciones amplíen considerablemente el número de participantes e incorporen trabajadores de distintas sucursales o compañías aseguradoras, de modo que los hallazgos puedan contrastarse en contextos organizacionales diversos; asimismo, sería conveniente incluir directamente a los consumidores o asegurados en la muestra, y no únicamente al personal de ventas, pues su percepción sobre la protección recibida y el cumplimiento contractual podría diferir sustancialmente de la de los propios trabajadores; complementar el cuestionario tipo Likert con entrevistas o grupos focales también permitiría reducir el sesgo propio de los instrumentos auto reportados y profundizar en las razones detrás de las correlaciones débiles halladas.

En cuanto a la relación entre la protección al consumidor y el cumplimiento normativo, al haber sido la de menor asociación en todo el estudio, se recomienda que la compañía diseñe mecanismos más visibles para que el cliente perciba de manera concreta cómo la normativa vigente se traduce en beneficios o garantías reales para él, evitando que el cumplimiento normativo permanezca como un proceso meramente administrativo interno; capacitaciones periódicas al personal y campañas informativas dirigidas al asegurado podrían contribuir a que esta dimensión sea más tangible desde la experiencia del consumidor.

Respecto a la seguridad jurídica, dimensión que mostró la tendencia más cercana a vincularse con la protección al consumidor pese a no alcanzar significancia estadística, se recomienda que la aseguradora continúe fortaleciendo sus prácticas de transparencia contractual, en particular la explicación previa de exclusiones, garantías y condiciones de la póliza; dado su comportamiento relativamente más consistente frente a las demás dimensiones, se sugiere que investigaciones posteriores le dediquen especial atención, empleando muestras más amplias que permitan determinar si esta asociación se consolida como significativa.

Sobre la relación entre las obligaciones contractuales y el cumplimiento empresarial, se recomienda reforzar los mecanismos internos de supervisión y fiscalización, estandarizando los procedimientos de atención de reclamos y seguimiento de pólizas, de manera que el cumplimiento de lo pactado no dependa exclusivamente de la buena voluntad del personal, sino de protocolos claros y verificables dentro de la organización.

Por último, en lo referente a la difusión informativa y su vínculo con las obligaciones contractuales, se recomienda que la empresa no se limite a poner la información a disposición del cliente, sino que verifique activamente su comprensión, mediante resúmenes simplificados de las pólizas, materiales explicativos y espacios de consulta antes de la firma del contrato, con el fin de

que la claridad informativa se traduzca efectivamente en un mayor cumplimiento percibido de las obligaciones contractuales.

REFERENCIAS

- Alba-Urrego, N., Quintero-Valderrama, J. A., y Díaz-Arenas, M. P. (2022). La protección al consumidor financiero en Colombia: Estado de cosas. *Revista Nuevos Desafíos del Derecho*, 2(1), 1-26. <https://doi.org/10.15765/rndd.v2i1.4085>
- Asociación Peruana de Empresas de Seguros. (2024). Te ayudamos a vivir seguro. <https://www.apeseg.org.pe/>
- Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios. (s. f.). ASPEC: Defiende a los consumidores y usuarios del Perú. <https://www.aspec.org.pe/>
- Ávila, H. F., González, M. M., y Licea, S. M. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿Métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 11(3), 62-79. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- Capodiferro Cubero, D. (2017). La insuficiencia de la regulación europea sobre los límites de la publicidad comercial. *Estudios de Deusto*, 65(1), 15-43. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6129164>
- Caicedo, A. J. C., García, A. F. G., Cedeño, J. J. U., & Bravo, J. E. G. (2022). Técnicas e instrumentos para la recolección de datos que apoyan a la investigación científica en tiempo de pandemia. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 1-58. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383508>
- Cámara Lapuente, S. (2020). Resolución contractual y destino de los datos y contenidos generados por los usuarios de servicios digitales. *Cuadernos de Derecho Transnacional*, 12(2), 270-299. <https://doi.org/10.20318/cdt.2020.5>
- Couchbase. (2024). Data Analysis Methods: *Qualitative vs. Quantitative Techniques*. Couchbase Blog <https://www.couchbase.com/blog/data-analysis-methods/>
- Chero-Pacheco, V. (2024). Población y muestra. *International Journal Of Interdisciplinary Dentistry*, 17(2), 66. <https://doi.org/10.4067/s2452-55882024000200066>
- García, R. D. B., & Rodríguez, N. R. Y. (2022). *Gestión del talento humano y su influencia en la contratación del personal*. Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas 15(6), 128-141. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8590747>
- Gaspar, M. E. G., Kairuz, A. R. P., y Olvera, M. A. Z. (2021). Las obligaciones contractuales para regular el cumplimiento de trabajadores en relación de dependencia en empresas privadas. *Dilemas Contemporáneos Educación Política y Valores*. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i.2981>
- Gutiérrez Ponce, H., Chamizo González, J., y Puentes Gómez, J. (2022). Cumplimiento normativo sobre información sostenible de las empresas españolas y sus efectos en los avances de la Agenda 2030. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 105, 289-318. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.105.21991>

- Guevara, S. F. C. (2021). Los derechos del consumidor desde una perspectiva constitucional y de Derechos Humanos. *CES Derecho*, 12(2), 146-161. <https://doi.org/10.21615/cesder.6377>
- Hernández, G. (2025, 28 de marzo). Rappi deberá pagar una multa de S/ 243,425 por aplicar cláusulas abusivas a clientes, ¿cuáles son? *RPP Noticias*. <https://rpp.pe/economia/economia/indecopi-rappi-debera-pagar-una-multa-de-s-243425-por-aplicar-clausulas-abusivas-a-clientes-cuales-son-noticia-16248>
- López, P. L. (2004). Población, muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 69-74. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Madrid George, A. del C. (2025). El cumplimiento como pilar de las organizaciones empresariales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(4), 5651-5667. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10375891>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., y Castillo, R. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. En *Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú eBooks*. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Manzano, R., & Perdomo, H. (2016). Criterios de inclusión y exclusión. *Revista Chilena de Pediatría*, 87(6), 521-522. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rchipe.2016.05.003>
- Momberg Uribe, R. (2016). Análisis de los modelos de vinculación del Código Civil y la legislación de protección al consumidor: Hacia un principio general de protección de la parte débil en el derecho privado. *Revista Chilena de Derecho*, 43(2), 737-756. <https://doi.org/10.4067/S0718-34372016000200017>
- Orozco, H., y Lamberto, J. (2022, 3 abril). *La ética en la investigación científica: consideraciones desde el área educativa*. <https://perspectivas.unermb.web.vc/index.php/Perspectivas/article/view/355>
- Pérez Pineida, L. del C., Alvarado Ajila, L. A., y García Segarra, H. G. (2024). La acción de protección, medio utilizado para evadir obligaciones contractuales: Caso DELHIERROCONS S. A. *Revista Lex*, 7(26), 832-848. <https://doi.org/10.33996/revistalex.v7i26.216>
- Pino, G. (2023). Seguridad jurídica. *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, 25, 262-284. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/EUNOM/es/article/view/8000>
- Qi, X., Xu, L., Cai, S., Zhou, L., Zhao, P., Zhang, Y., & Yan, R. (2026). Knowledge, attitude and practice of privacy protection in mobile phone use among psychiatric inpatients. *Scientific Reports*, 16, Article 40327. <https://doi.org/10.1038/s41598-026-40327-7>
- Ruiz, A. J. A., Franco, S. M. Á., y Pincay, W. E. V. (2021). Las obligaciones contractuales de inquilinato y el comercio en tiempos de pandemia. *RECIAMUC*, 5(2), 181-186. <https://mail.reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/667/1018>

- Sarabdeen, J. (2026). E-consumers: A critical legal analysis of consumer protection laws. *Social Sciences & Humanities Open*, 10, 102685. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2026.102685>
- Santisteban, S. M. (2025). La pretensión de cumplimiento en las propuestas de modernización del derecho de obligaciones y contratos. *InDret*, 2, 69-105. <https://doi.org/10.31009/indret.2025.i2.02>
- Sedano Arévalo, L., & Rubio Alcántara, D. (2026). Cláusulas penales y protección al consumidor: Desentrañando el análisis de abusividad en la contratación inmobiliaria de masa. *Forseti. Revista De Derecho*, 15(23), 96–110. <https://doi.org/10.21678/forseti.v15i23.3017>
- Vivas Díez, G. J. (2014). Transparencia en los contratos de seguros: Cláusulas e información precontractual. *Revista Ibero-Latinoamericana de Seguro* 23(41),73-102. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/iberoseguros/article/view/12167>