



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**Antidumping y la rentabilidad de las Empresas  
Comercializadoras de Textiles, Comas Año 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

**AUTORES:**

Camacho Mendoza, Maria Cristina ([orcid.org/0000-0003-4434-3278](https://orcid.org/0000-0003-4434-3278))

Tardeo Quispe, Rodolfo ([orcid.org/0000-0002-8427-3510](https://orcid.org/0000-0002-8427-3510))

**ASESOR:**

Dr. Costilla Castillo, Pedro Constante ([orcid.org/0000-0002-1727-9883](https://orcid.org/0000-0002-1727-9883))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Finanzas

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**LIMA - PERÚ**

**2022**

## **Dedicatoria**

Este trabajo se lo dedico a mi madre, mis hermanos y abuelo que me enseñó que todo se consigue con mucho esfuerzo y gracias por sus apoyos permanente durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento con consejos y palabras de aliento haciendo de mí una mejor persona, a mi hijo por ser la mayor motivación en esta etapa de mi vida y hacerme saber que en esta vida nada es imposible.

El presente trabajo se lo dedico principalmente a mi madre por su motivación y apoyo incondicional. Y a toda mi familia por todos los consejos brindados. Gracias por ser parte de este gran logro.

## **Agradecimiento**

Estamos agradecidos con Dios por darnos la fortaleza y sabiduría para culminar esta etapa. A nuestros padres por su apoyo incondicional. También a nuestro asesor Costilla Castillo Pedro Constante por instruirnos con paciencia y dedicación durante el proceso de nuestra investigación.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
ÌNDICE DE CONTENIDO.....	iv
INDICE DE TABLAS .....	v
ÌNDICE DE FIGURAS.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	2
III. METODOLOGÌA .....	7
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	7
3.2. Variables y Operacionalización .....	8
3.3. Población, muestra y muestreo .....	9
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	9
3.5. Procedimientos .....	11
3.6. Método de análisis de datos .....	11
3.7. Aspectos éticos .....	12
IV. RESULTADOS.....	12
V. DISCUSIÓN .....	25
VI. CONCLUSIONES .....	26
VII. RECOMENDACIONES .....	27
REFERENCIA .....	28
ANEXOS .....	30

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Validación a través de expertos .....	24
Tabla 2: Rango de Confiabilidad .....	10
Tabla 3: Procesamiento de Alfa de Cronbach .....	11
Tabla 4: Estadística de fiabilidad .....	11
Tabla 5: Variable de Antidumping .....	8
Tabla 6: Práctica Desleal .....	8
Tabla 7: Política Comercial .....	8
Tabla 8: Practica Proteccionista .....	8
Tabla 9: Variable Rentabilidad .....	8
Tabla 10: Bien o Servicio .....	8
Tabla 11: Beneficio .....	8
Tabla 12: Utilidad .....	8
Tabla 13: Prueba de Hipótesis General .....	20
Tabla 14: Prueba de Hipótesis Específica 1 .....	21
Tabla 14: Prueba de Hipótesis Específica 2 .....	22
Tabla 16: Prueba de Hipótesis Específica 3 .....	23

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras N.º 1: Gráfico de barra indicador 1 .....	13
Figuras N.º 2: Gráfico de barra indicador 2 .....	14
Figuras N.º 3: Gráfico de barra indicador 3 .....	15
Figuras N.º 4: Gráfico de barra indicador 4 .....	17
Figuras N.º 5: Gráfico de barra indicador 5 .....	18
Figuras N.º 6: Gráfico de barra indicador 6 .....	19

## RESUMEN

Este proyecto de tesis fue realizado con la finalidad de determinar de qué manera el Antidumping se relaciona con la Rentabilidad en las empresas comercializadores de textiles del distrito Comas, año 2021.

Dada la importancia del uso de derechos antidumping como medida para contrarrestar los efectos nocivos de las prácticas de dumping, es necesario determinar su verdadera naturaleza para que permita su aplicación efectiva y directa para lograr su propósito. Asimismo, cabe mencionar que debemos evaluar la posibilidad de poder tomar medidas, permisos y/o acciones inmediatas como mecanismos de defensa para derribar las barreras al daño.

El método de la investigación es cuantitativo, el nivel de la investigación es descriptivo correlacional, el diseño de la investigación es transaccional y el método de la investigación es cuantitativo. El cuestionario fue elegido como la herramienta de recolección de datos para este estudio, como una herramienta para recopilar la información requerida para el estudio. La técnica utilizada fue una encuesta y la herramienta de recolección de datos fue un cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa textil Comas. Para la validez de la herramienta se utilizó el juicio de expertos, y para la confiabilidad de la herramienta se utilizó el Alfa de Cronbach que es muy confiable: variable 0.917.

Palabras claves: Antidumping, Rentabilidad y Importaciones.

## **ABSTRACT**

This thesis project was carried out with the purpose of determining how Antidumping is related to Profitability in the textile trading companies of the Comas district, year 2021.

Given the importance of the use of antidumping duties as a measure to counteract the harmful effects of dumping practices, it is necessary to determine their true nature so that they can be applied effectively and directly to achieve their purpose. Likewise, it is worth mentioning that we must evaluate the possibility of being able to take measures, permits and/or immediate actions as defense mechanisms to break down the barriers to harm.

The research method is quantitative, the level of research is descriptive correlational, the research design is transactional, and the research method is quantitative. The questionnaire was chosen as the data collection tool for this study, as a tool to collect the information required for the study. The technique used was a survey and the data collection tool was a questionnaire applied to the workers of the Comas textile company. For the validity of the tool, expert judgment was used, and for the reliability of the tool, the Cronbach Alpha was used, which is very reliable: variable 0.917.

Keywords: Antidumping, Profitability and Imports

## **I. INTRODUCCIÓN**

En la realidad, las empresas comercializadoras se dedican a la importación ya que todos quieren beneficiarse en lo económico en el país.

El *dumping* es lo que todo se dedica a exportaciones con precios bajos y dañando su propio precio (Sotomayor, 2003)

Esta problemática viene dañando a muchas empresas en general de importación, ya que se ven obligadas en cerrar, las exportaciones que rebajan a menor precios los productos, ya que no pueden discutir con los importadores es por eso que no tienen una inversión adecuada, el aumento de las importaciones llega a un 50%.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Trabajos Previos

#### 2.1.1. Antecedentes de la variable Antidumping

Contreras, M., Miranda, D (2019) en su estudio “La aplicación del impuesto anti ventas a la producción nacional de calzado del Perú en el periodo 2012 -2017” con el objetivo de repartir el valor. precios anti-dumping, por lo tanto, se exigirán precios en el mercado, para que nuestro país no sufra más.

Montellanos, M (2018) en su tesis “Antidumping impacto cerámicas nacionales la región de San Martín de Porres, 2018” priorizar que mercado antidumping tiene dinero en la cerámica. muchas oportunidades para luchar en nombre de los importadores para que los precios no suban

Solís, M (2020) en su estudio “Determinantes de las decisiones antidumping en México, 1-2000”, que tiene como objetivo encontrar las principales estrategias de cuotas para México, mientras encuentran una póliza segura en los Estados Unidos y Canadá.

Fernández, J., Reyes, F. (2018) en su disertación titulada: Investigación del procedimiento de análisis técnico en FACUSA por la eliminación de derechos antidumping con el objetivo de verificar los análisis técnicos para asegurar la validez de los derechos antidumping. deberes los impuestos no tienen por objeto aumentar los precios en el mercado.

Salvador, L. (2018) en su tesis titulada: “Instrumentos de política comercial (antidumping - anti subsidio), cuyo propósito es obtener datos de investigación para conocer la problemática de nuestro país y saber cómo debemos actuar en consecuencia.

Diaz, H., Ebill, D. (2018) en su tesis titulada: Derechos compensatorios antidumping e importaciones de calzado chino al mercado peruano de 2010 a 2015, con el objetivo de visualizar las actividades antidumping en Perú y así terminar malas

decisiones de compra. Esta guía de estudio encontró que el daño antidumping a los zapatos chinos

Huayhua, F. (2018) en su disertación: Dumping e importación de calzado deportivo de China a Perú de 201 a 2017 con el propósito de analizar las importaciones. Deseamos que los exportadores no perjudiquen los precios y que hacen algo bueno y lo hacen bien.

#### 2.1.2. Antecedentes de la variable Rentabilidad

Rojas, S. (2017) en su estudio “Gestión de Ventas y Rentabilidad” trató de averiguar qué tan valiosas son las empresas en su rentabilidad, porque también existen ventas que favorecen todo marketing y como resultado de las ventas, el dinero aumenta o se duplica. En resumen, la demanda afecta la inversión de los especialistas en marketing en el sector empresarial.

Acosta, M., Vidaurre, W. (2020) en su proyecto de investigación trataron de conseguir programas que puedan ayudar a su investigación financiera porque mejoraría su rentabilidad. a las nuevas estrategias que propusieron.

Chuquilín, Y., Toribio, R. (2017) producción de calzados Rutsbel, año 2016” concluyo que el objetivo es diferenciar las utilidades porque no obtuvieron resultados por los costos. no es correcto, por lo tanto, su utilidad es incompleta.

Camones, Y. (2021) empresa de servicios de microrestaurantes de Horno E.I.R.L. - Provincia de Huaraz, 2019”, el objetivo fue contarle a cada persona sobre el financiamiento, pues no consideran cómo generar rentabilidad en las empresas, pero ayuda mucho hablar de posibles calificaciones crediticias

Ramos, F. (2020) en la disertación “Rentabilidad de diez centros odontológicos privados de Lima capital”, la investigación del autor tuvo como propósito analizar la rentabilidad de los centros médicos para saber cómo lograr una rentabilidad suficiente en diez centros odontológicos.

Concepción, L. (2020) nos describe en su tesis “Marketing Viral y Rentabilidad en Zapatería Leyd, Chancay, 2018”. Se animaron a conseguir un servicio público en

la ciudad de Chancay para conseguir buenos clientes. y un enfoque único en las personas.

## 2.2. Teorías relacionadas al tema

### 2.2.1. Exposición marco teórico del Antidumping

El antidumping es impedir el precio bajo a la fabricación, evitando a la industria un perjuicio desleal.

#### Definición de Antidumping

Según Krugman y Obstfeld (2006) nos dijo que: “que los extranjeros venden a bajos precios los productos o mercaderías y no respetan los precios lo que vale en realmente” (p. 144-145).

Además, según González (2009) indica que: “el antidumping es defensa que cuáundos personas extranjeras practican los precios bajos” (p. 127).

## 2.3. Formulación del Problema

### 2.3.1. Problema General

¿De qué manera el Antidumping se relaciona con la Rentabilidad en las empresas comercializadores de textiles del distrito Comas, año 2021?

### 2.3.2. Problemas Específicos

¿De qué manera el Antidumping se relaciona con la Utilidad en las empresas comercializadores de textiles del distrito Comas, año 2021?

¿De qué manera el antidumping se relaciona con el beneficio en las empresas comercializadores de textiles del distrito Comas, año 2021?

¿De qué manera el antidumping se relaciona con la práctica desleal en las empresas comercializadores de textiles del distrito Comas, año 2021?

#### 2.4. Justificación del estudio

La tesis reveló la rivalidad y comercio textil en la zona de La Victoria debido a que no consideran la injusticia del antidumping en la medida en que las empresas no son rentables por la falta de medidas antidumping políticas en el país. nos genera una pérdida fiscal por lo que nuestra prioridad es eliminar las competencias.

El propósito de este proyecto es informar a la comunidad empresarial que el informe se recibe correctamente. Para que la rentabilidad de estas empresas aumente con nuevos resultados.

#### 2.5. Hipótesis

##### 2.5.1. Hipótesis General

El Antidumping se relaciona con la Rentabilidad en las empresas comercializadores de textiles del distrito Comas, año 2021.

##### 2.5.2. Hipótesis Especifica

El Antidumping se relaciona con la Utilidad en las empresas comercializadores de textiles del distrito Comas, año 2021.

El Antidumping se relaciona con el beneficio en las empresas comercializadores de textiles del distrito Comas, año 2021.

El Antidumping se relaciona con la práctica desleal en las empresas comercializadores de textiles del distrito Comas , año 2021.

## 2.6. Objetivos

### 2.6.1. Objetivo General

Determinar de qué manera el Antidumping se relacionan con la Rentabilidad en las empresas comercializadores de textiles del distrito Comas , año 2021.

### 2.6.2. Objetivo Especifico

Determinar de qué manera el Antidumping se relacionan con la Utilidad en las empresas comercializadores de textiles del distrito Comas, año 2021.

Determinar de qué manera el Antidumping se relacionan con el beneficio en las empresas comercializadores de textiles del distrito Comas , año 2021.

Determinar de qué manera el Antidumping se relacionan con la práctica desleal en las empresas comercializadores de textiles del distrito Comas, año 2021.

### **III. METODOLOGÍA**

#### 3.1. Tipo y Diseño de Investigación

##### 3.1.1. Enfoque de investigación

Este trabajo cuantitativo tabula problemas tales secuencias numéricas obtenidas a partir de los resultados.

El estudio es descriptivo, porque profundiza en todo, porque no ve nada sobre las variables, al contrario, recibe información clara y concreta.

Por las razones antes mencionadas, la guía utilizada en esta investigación es una correlación descriptiva en el sentido de que determina la validez (Antidumping), (rentabilidad).

##### 3.1.2. Diseño de estudio

Los scripts son transaccionales porque no tratan con las variables de resultado. Donde en las empresas textiles los resultados se presentan como normales con las variables obtenidas.

#### 3.2. Racionalización

##### 3.2.1. Definición de la variable Antidumping

Según Gonzáles (2009), esto demuestra que el dumping es una política comercial porque los extranjeros perjudican el precio. (pág. 127)

##### 3.2.2. Definición de la variable Rentabilidad

Gitman (2017) Nos dice que: “la utilidad es de un buen valor que sirve que las empresas surjan bien en sus negocios” (p.12).

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DENIFICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	NIVELES
ANTIDUMPING	Paez G. (2020), es una política comercial, con el fin de impedir que productos extranjeros sean actos para el mercado. El antidumping constituye una práctica proteccionista.	Para medir las variables del proyecto de investigación, determinaremos su relación y sus dimensiones, mediante un cuestionario aplicado en una encuesta a los trabajadores de las empresas textiles del distrito Comas, así lo obtendrán los datos correspondientes.	Práctica desleal	Venta de Mercancía Mercado Nacional Competencia Desleal	* TOTAL DE ACUERDO * DE ACUERDO * INDIFERENTE * DESACUERDO * TOTAL DESACUERDO
			Política comercial	importaciones	
				exportaciones	
			Practica proteccionista	Restricciones	
Aranceles					
RENTABILIDAD	Gitman L. (2009), es el beneficio de una inversión el cual puede provenir de diferentes fuentes, siendo los más frecuentes los intereses o dividendos, las cuales tienen una denominación como fuentes de renta, otra fuente de rentabilidad, es mediante la utilidad obtenida por medio de la comercialización de un bien o servicio obtenido a un costo menor a su valor de venta, a esta fuente se le denomina ganancias de capital. (p.90)	Para medir las variables del proyecto de investigación, determinaremos su relación y sus dimensiones, mediante un cuestionario aplicado en una encuesta a los trabajadores de las empresas textiles del distrito Comas, así lo obtendrán los datos correspondientes.	Bien o Servicio	Costos Egresos Valor Agregado	
			Beneficio	Económico Tributario Gastos y Tributos	
			Utilidad	Ganancia Pérdida Utilidad Bruta	

## **POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **Población**

Se considera 50 empleados en el distrito de Victoria en la población.

Según Sampieri (2016, p.65) es lo que analiza todas las investigaciones que requieren.

La muestra está conformada por 50 donde los encuestados son, trabajadores.

### **Técnicas e instrumentos de datos**

estrategia o método analizó son las encuestas porque obtenemos respuestas diferentes de cada empleado. Pak (2002, p. 17) son todas las actividades que se realizan con claridad.

Según Arias (2006), en el trabajo se utilizaron cuestionarios. Los instrumentos son formatos que almacenan datos, como cuestionarios, entrevistas, etc.

### **Validez**

Para darle sentido a la validez de investigación se obtuvo buena relevancia para que los especialistas tengan una buena revisión hacia la información correcta. (p.566).

La técnica empleada para la validez se tuvo especialistas expertos para la facultad en Ciencias Empresariales de la universidad Cesar Vallejo

**Tabla N° 1:** Verificación de especialistas

Grado	Especialista	Estado
D r.	COSTILLA CASTILLO, PEDRO CONSTANTE.	Aplicable
D r.	ORIHUELA RÍOS, NATIVIDAD CARMEN	Aplicable
D ra.	PADILLA VENTO, PATRICIA	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.

### Confiabilidad del instrumento

**Tabla N° 2:** Rangos de Confiabilidad

ESCALA DE VALORES PARA DETERMINA LA CONFIABILIDAD	
-Coeficiente alfa > .9 es excelente	FIABLE y CONSISTENTE
- Coeficiente alfa >.8 es bueno	
-Coeficiente alfa >.7 es aceptable	
- Coeficiente alfa >.6 es cuestionable	INCONSISTENTE, INESTABLE
- Coeficiente alfa >.5 es pobre.	
-Coeficiente alfa <.5 es inaceptable	
-Coeficiente alfa de 01. A 0 .49 baja confiabilidad	NO CONFIABLE.
-Coeficiente alfa 0 es No confiable	

**Fuente:** George y Mallery (2003, p .231); *Leyenda:* > mayor a; < menor a

El cuestionario es para tener información, la herramienta fue obtener información y logra la realización del trabajo, Los resultados fueron analizados a través del Alfa de Cronbach. Ya que se evaluó las dos variables.

El siguiente resulta tener una gran confiabilidad

**Tabla N.ª 3:**

Procesamiento del Alfa de Cronbach

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,917	14

**Tabla N.ª 4:**

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Elucidación:** Se puede ver en el cuadro cuatro el resultado Alfa Cronbach 917 es decir, es fiable para ser aplicado.

### Procedimientos

Se procedió a 18 ítems de concordancia con las empresas comercializadoras de textiles de ahí tendremos los cuestionarios correctos.

### Método de análisis de datos

Se realiza mediante dos análisis:

1. descriptivo, ahí analizará los obtenidos variables con sus dimensiones.
2. Para sacar conclusiones, las hipótesis deben ser probadas y los datos deben ser recolectados de una muestra. El método que utilizaremos será el de regresión lineal, que gracias al programa SPSS.

## Aspectos éticos

La investigación progresó, siguiendo reserva de las empresas textiles, la investigación es de los resultados obtenidos de los empleados.

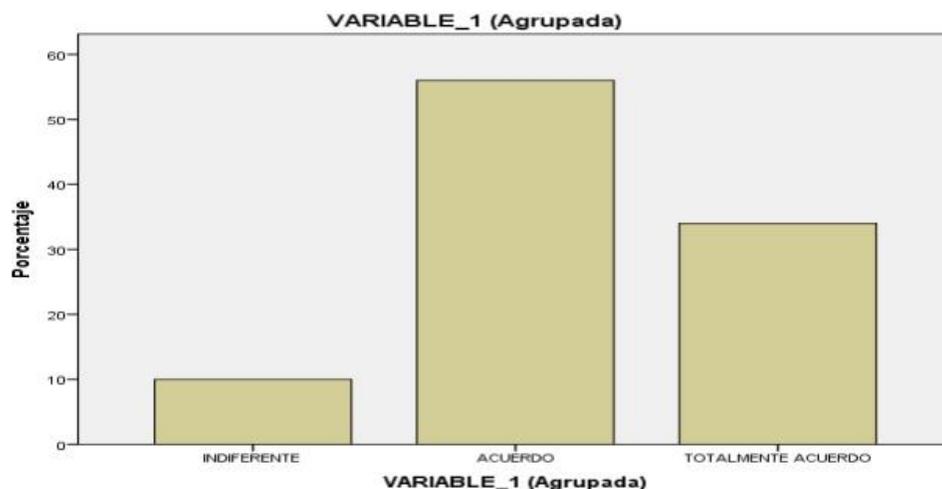
analizó en brindar recomendaciones para las empresas jurídicas y naturales sobre antidumping de manera correcta el autor analizara los resultados que se obtuvo de la investigación.

## IV. RESULTADOS

VARIABLE ANTIDUMPING

Tabla 5

		VARIABLE_1 (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDIFERENTE	5	10,0	10,0	10,0
	ACUERDO	28	56,0	56,0	66,0
	TOTALMENTE ACUERDO	17	34,0	34,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	



Interpretación:

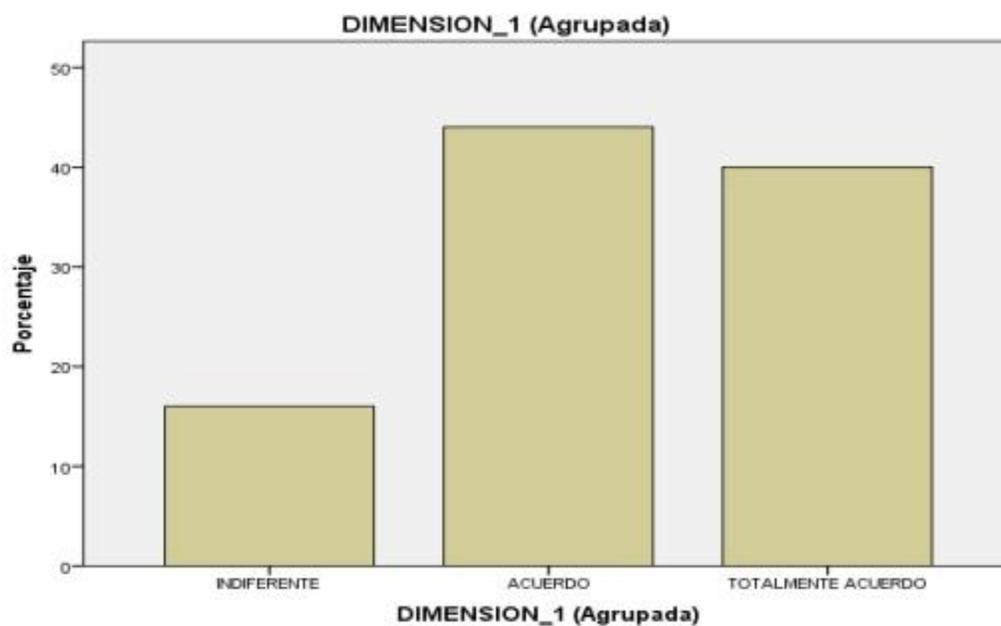
El resultados indica que; 56% están de acuerdo que el antidumping influye en las empresas comercializadoras de textiles, Comas 2021; en cambio el 34% consideran totalmente de acuerdo por las medidas tomadas para el beneficio de empresas nacionales.

Tabla N° 06

**DIMENSION \_ 1 (Agrupada)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDIFERENTE	8	16.0	16.0	16.0
	ACUERDO	22	44.0	44.0	60.0
	TOTALMENTE ACUERDO	20	40.0	40.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Figura N° 01



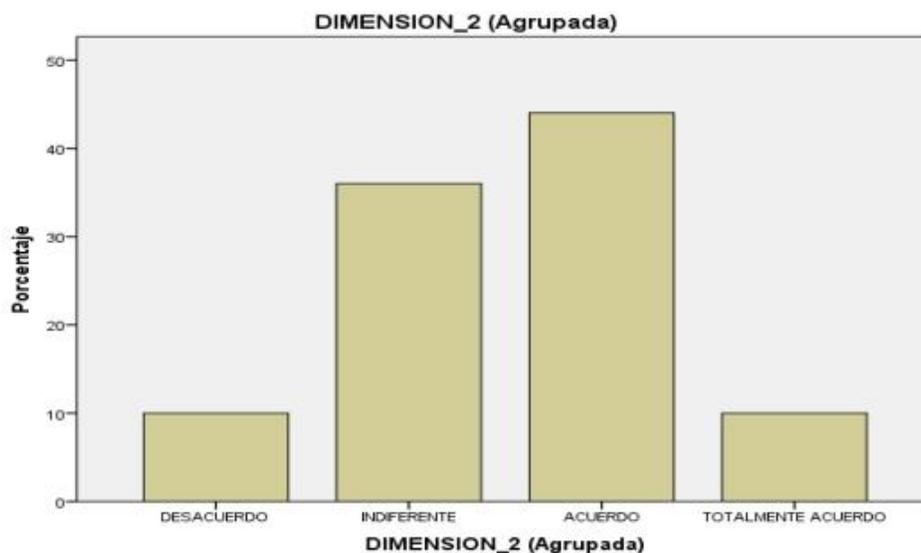
Interpretación:

Se reconoce en tabla que 44% de los resultados están satisfecho el Antidumping favorece la venta de la mercancía nacional, así como también de los encuestados el 40% están totalmente acuerdo que el Antidumping ha disminuido significativamente la competencia desleal, por otro lado, el 16% manifiestan lo opuesto.

Tabla N° 07

		<b>DIMENSION_2 (Agrupada)</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESACUERDO	5	10.0	10.0	10.0
	INDIFERENTE	18	36.0	36.0	46.0
	ACUERDO	22	44.0	44.0	90.0
	TOTALMENTE ACUERDO	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Figura N° 02



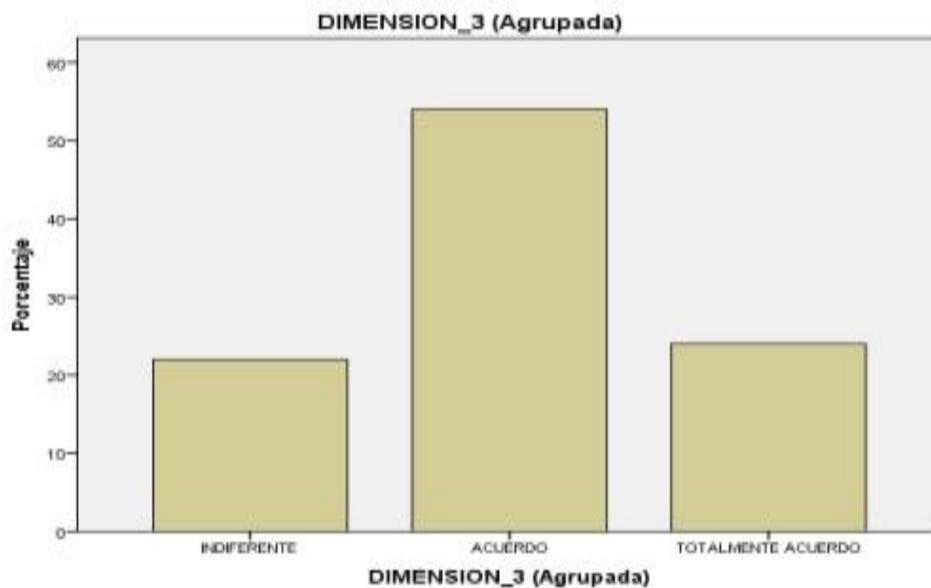
Interpretación:

En concordancia con las conclusiones obtenidas; el 44% están de acuerdo que a las empresas importadoras el Antidumping lo beneficia, sin embargo, el 36% de los encuestados consideran indiferente ya que el Antidumping no beneficia a las empresas exportadoras.

Tabla N° 08:

		<b>DIMENSION_3 (Agrupada)</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDIFERENTE	11	22.0	22.0	22.0
	ACUERDO	27	54.0	54.0	76.0
	TOTALMENTE ACUERDO	12	24.0	24.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Figura N° 03:



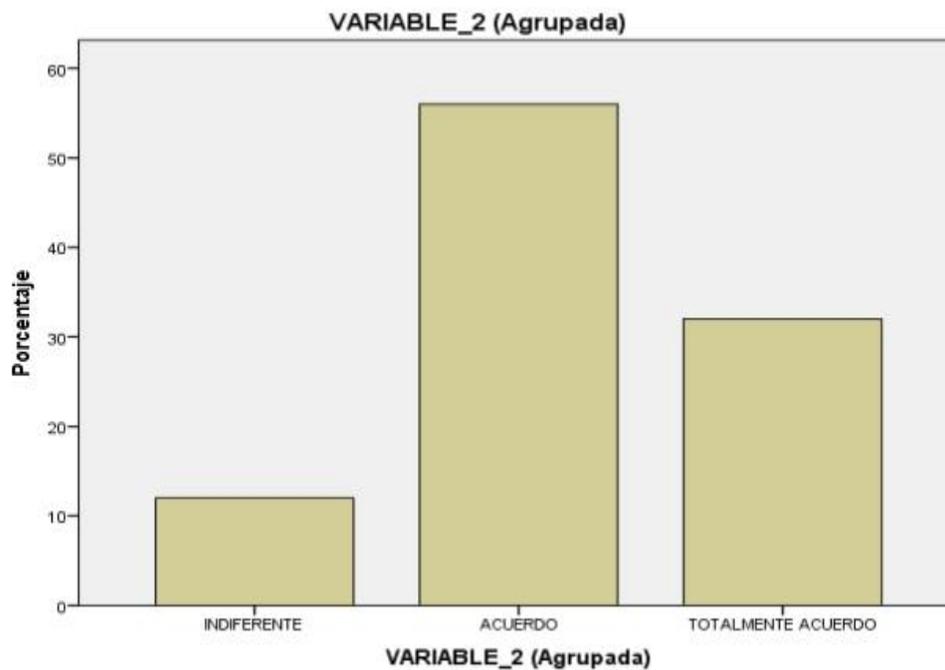
Interpretación:

puede apreciar en tabla 54% de las preguntas acuerdan las restricciones de Antidumping favorece a las empresas de textiles de Comas, sin embargo, el 22% manifestaron que no comparten la idea.

## VARIABLE RENTABILIDAD

Tabla N° 09:

		VARIABLE_2 (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDIFERENTE	6	12.0	12.0	12.0
	ACUERDO	28	56.0	56.0	68.0
	TOTALMENTE ACUERDO	16	32.0	32.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



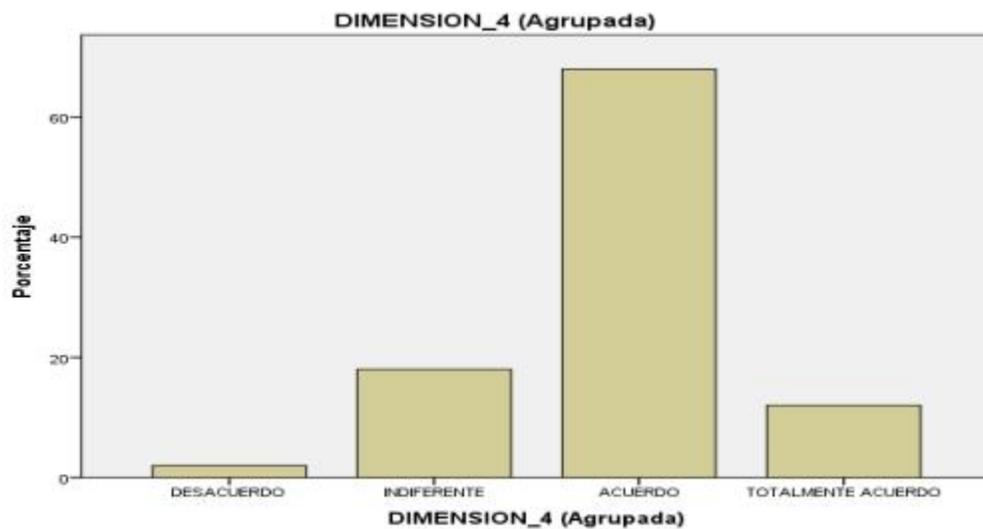
Interpretación:

El resultado indica que; 56% están de acuerdo que la Rentabilidad influye en las empresas comercializadoras de textiles, Comas 2021; en cambio el 32% consideran totalmente de acuerdo que la rentabilidad en las empresas se ha incrementado debido a las medidas del antidumping.

Tabla N° 10:

		<b>DIMENSION_4 (Agrupada)</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESACUERDO	1	2,0	2,0	2,0
	INDIFERENTE	9	18,0	18,0	20,0
	ACUERDO	34	68,0	68,0	88,0
	TOTALMENTE ACUERDO	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura N° 04:



Interpretación:

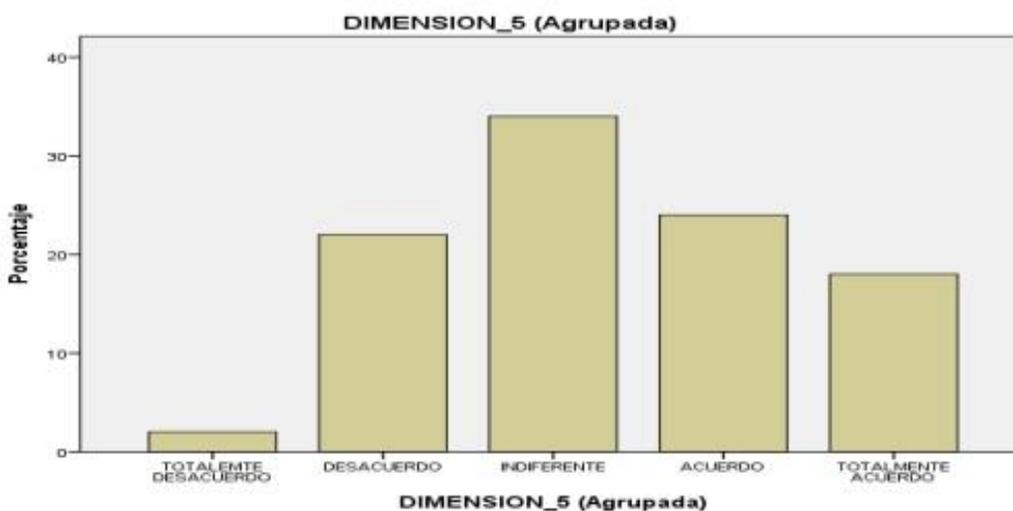
La secuela obtenida nos muestra 68% encuestados están de acuerdo a los beneficios económico y tributario, asimismo se evidencia que el 12% están totalmente acuerdo con el beneficio, mientras que el 18% manifiestan que los gastos afectan a la rentabilidad.

Tabla N° 11:

**DIMENSION\_5 (Agrupada)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALEMTE DESACUERDO	1	2,0	2,0	2,0
	DESACUERDO	11	22,0	22,0	24,0
	INDIFERENTE	17	34,0	34,0	58,0
	ACUERDO	12	24,0	24,0	82,0
	TOTALMENTE ACUERDO	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura N° 05:



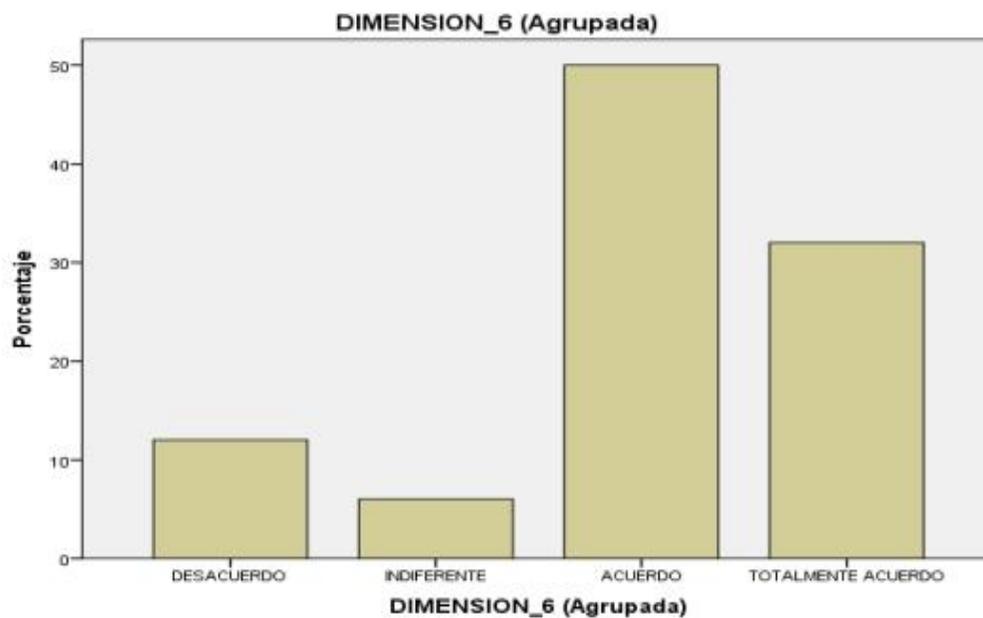
Acotación:

puede apreciar tabla 05, la totalidad solo el 24% están de acuerdo que la rentabilidad se ve incrementando si el costo de un bien es bajo, pero el 22% están en desacuerdo ya que los egresos provenientes de las operaciones producen una disminución de los beneficios económicos.

Tabla N° 12:

		<b>DIMENSION_6 (Agrupada)</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESACUERDO	6	12,0	12,0	12,0
	INDIFERENTE	3	6,0	6,0	18,0
	ACUERDO	25	50,0	50,0	68,0
	TOTALMENTE ACUERDO	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura N° 06:



Interpretación:

conclusión obtenida nos muestra 50% están acuerdo las utilidades durante un periodo son rentables si son mayores de costos y gastos, asimismo se evidencia que el 32% de los encuestados están totalmente acuerdo que la utilidad bruta determina que tan rentable es un bien o servicio, pero el 12% manifiestan lo contrario.

### **Validación de Hipótesis**

El nivel de significancia es  $= 0.05$

Regla de decisión:

Rechazar  $H_0$  si  $\text{sig.} < \alpha$

Aceptar  $H_0$  si  $\text{sig.} > \alpha$

### **RESULTADOS: RESPUESTA A OBJETIVOS DEL ANALISIS**

#### **Prueba de hipótesis general:**

**Ha:** El Antidumping se relaciona significativamente con la rentabilidad de las empresas comercializadoras de textiles, Comas año 2021.

**Ho:** El Antidumping no se relaciona con la rentabilidad de las empresas comercializadoras de textiles, Comas año 2021.

#### **Correlación Rho de Spearman**

El Antidumping y Rentabilidad si es aceptable con un radio  $r = 0,610$ , al ubicarse dentro de los niveles aceptables.

Tabla N° 13

**Correlaciones**

			VARIABLE_1 (Agrupada)	VARIABLE_2 (Agrupada)
Rho de Spearman	VARIABLE_1 (Agrupada)	correspondencia	1,000	,610**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	VARIABLE_2 (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,610**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

la sig. = 0.000 <  $\alpha$  = 0.05; indica si están relacionadas, por lo que se compara las hipótesis y se determina que las variables no están relacionadas.

**Conclusión:**

Antidumping sobre la rentabilidad de las comercializadoras textiles, Comas 2021.

**Prueba de hipótesis específica 1:**

**Ha:** Antidumping, que está muy relacionado con utilidad de las empresas comercializadoras de textiles, Comas 2021.

**Ho:** El Antidumping no se relacionan significativamente con la utilidad de las

Tabla N° 14:

**Correlaciones**

			DIMENSION_1 (Agrupada)	DIMENSION_4 (Agrupada)
Rho de Spearman	DIMENSION_1 (Agrupada)	Correspondencia	1,000	,090
		Sig. (bilateral)	.	,532
		N	50	50
	DIMENSION_4 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,090	1,000
		Sig. (bilateral)	,532	.
		N	50	50

la sig. = 0.532 <  $\alpha$  = 0.05; indica no están directamente relacionadas, por lo compara las hipótesis, determina que las variables no están relacionadas.

**análisis:**

el Antidumping no está muy relacionan con la utilidad de las empresas comercializadoras de textiles, Comas año 2021.

**Prueba de hipótesis específica 2:**

**Ha:** Antidumping está muy relacionada significativamente el beneficio comercializadoras de textiles, Comas año 2021.

**Ho:** El Antidumping no se relacionan significativamente con el beneficio en las empresas comercializadoras de textiles, Comas año 2021.

**Correlación Rho de Spearman**

El Antidumping y beneficio comparan con un radio  $r = 0,532$ , se encuentran en un nivel aceptable y se correlacionan positivamente.

Tabla N° 15:

### Correlaciones

			DIMENSION_ 2 (Agrupada)	DIMENSION_ 5 (Agrupada)
Rho de Spearman	DIMENSION_2 (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1,000	,532**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	DIMENSION_5 (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,532**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

La sig. = 0.000 <  $\alpha$  = 0.05; indica si están relacionadas, por lo que este resultado compara las hipótesis y se determina las variables que si están relacionadas.

### Conclusión:

Se concluye que el Antidumping si se relacionan con el beneficio en las empresas comercializadoras de textiles, Comas año 2021.

### Prueba de hipótesis específica 3:

**Ha:** Antidumping esta muy bien relacionada práctica desleal comercializadoras de textiles, Comas año 2021.

**Ho:** El Antidumping no se relaciona significamente con la práctica desleal en las empresas comercializadoras de textiles, Comas año 2021.

### Correlación Rho de Spearman

El Antidumping y la Práctica desleal no se parecen con un radio  $r = 0,244$ , una correlación positivamente

Tabla N° 16:

**Correlaciones**

			DIMENSION_3 (Agrupada)	DIMENSION_6 (Agrupada)
Rho de Spearman	DIMENSION_3 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,244
		Sig. (bilateral)	.	,087
		N	50	50
	DIMENSION_6 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,244	1,000
		Sig. (bilateral)	,087	.
		N	50	50

la sig. = 0.087 <  $\alpha$  = 0.05; no están relacionadas, al comprar la hipótesis y se determinó que las variables están relacionadas.

**Conclusión:** Antidumping no está bien relaciona práctica desleal en empresas comercializadoras de textiles, Comas año 2021.

## V. DISCUSIÓN

Esta investigación es considerada todas las teorías que se obtuvieron en el trabajo, las herramientas que se planteó en las estadísticas

Hipótesis General: El análisis que se obtuvo de la variable Antidumping está satisfecho con 56%. Eso quiere decir que el Antidumping tiene un vínculo con la rentabilidad.

Por otro lado, la variable Rentabilidad del 100% se obtuvo un buen resultado que se obtuvo un 56% de las encuestas obtenidas de la empresa comercializadoras de textiles Comas 2021 eso quiere decir que investiga satisfacer a los importadores de cada empresa.

De los antecedentes de investigación, Montellanos (2018), dice que las empresas comerciales debemos cuidar y proteger a todas las empresas cerámicos para así obtener buenas rentabilidades nacionales.

En cuanto al 1er supuesto específico. Bajo este supuesto, el valor del coeficiente Rho de Spearman en el Cuadro 14 para el cálculo de la relación entre el antidumping y la dimensión de utilidad es cercano a 0,090.

Debido a la hipótesis específica 2: en esta hipótesis, el análisis se realizó en dos correlaciones; Tabla no. 15 para el cálculo de la relación entre el anti -sumergido estratégico y el tamaño de los beneficios

En cuanto a la hipótesis específica 3: En esta hipótesis se analizan dos relaciones, en la tabla de cálculo 16 de la relación entre la dimensión estrategia antidumping y el comportamiento desleal.

## **VI. CONCLUSIONES**

1. Se obtuvo resultados que, si concuerdan resultados entre relación de Antidumping de textilerías Comas, coeficiente Rho de Spearman se planteó para ver si hay conferencia entre variables.
2. Se analizó entre los resultados que el objetivo específico 1, no existe una relación entre Antidumping con la Utilidad de las empresas textileras del distrito Comas, el coeficiente Rho de Spearman.
3. Se obtuvo el resultado del objetivo específico 2, que hay correlación entre Antidumping con el beneficio de las empresas textileras del distrito Comas, el coeficiente Rho de Spearman.
4. El objetivo específico 3, no tienen una relación Antidumping con la práctica desleal de las empresas textileras del distrito Comas, el coeficiente Rho de Spearman.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. Se prevén medidas más estrictas y medidas antidumping para los productos para que las empresas no perjudiquen a sus competidores que son exportadores con precios bajos.
2. Recomendamos que la Oficina de Control de Dumping y Subsidios del Indecop colabore con la Dirección General de Impuestos, trate de no influir en los precios, porque sólo causan perjuicios.
3. Se aconseja a las empresas textiles, independientemente de que sean fabricantes, que sean conscientes de las prácticas desleales de dumping para hacer frente a los problemas cotidianos.
4. Se recomienda a la Sociedad Nacional de Industrias promover los productos textiles peruanos y con ello velar para que no excedan los precios.

## I. REFERENCIA

- Acosta, M., Vidaurre, W. (2020). ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA TRUJILLO GOOL. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12802/7732>
- Camones, Y. (2021). CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD EN LA MICRO EMPRESA DE SERVICIO RESTAURANTE EL HORNO E.I.R.L. – PROVINCIA DE HUARAZ, 2019. Recuperado de:.....  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/21516/FINANCAIMIENTO\\_RENTABILIDAD\\_CAMONES\\_MORALES\\_YOHANY\\_EMELY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/21516/FINANCAIMIENTO_RENTABILIDAD_CAMONES_MORALES_YOHANY_EMELY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Contreras, M., Miranda, D. (2019). “Incidencia de la aplicación del impuesto antidumping en la producción nacional del calzado en el Perú, durante el periodo 2012 -2017”. Recuperado de: [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2195/Maria%20Contreras\\_Diana%20Miranda\\_Trabajo%20de%20Investigacion\\_Bachiller\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2195/Maria%20Contreras_Diana%20Miranda_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Concepción, L. (2020). “Marketing viral y rentabilidad en zapatería Leydi, Chancay, 2018” Recuperado de: [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV\\_75b604170647b632dfe22f00897c4ffe](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_75b604170647b632dfe22f00897c4ffe)
- Chuquilín, Y., Toribio, R. (2017). Costos de producción y rentabilidad de la empresa confección de calzado Rutsbel, El Porvenir, 2016. Recuperado de: <http://repositorio.uct.edu.pe/handle/123456789/257>
- Díaz, H., Ebill, D. (2018). Tasas compensatorias antidumping y la importación del calzado chino hacia el mercado peruano en el periodo 2010 – 2015. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/504>
- Fernández, J., Reyes, F. (2018). en su tesis titulada: Estudio del Procedimiento del Análisis Técnico por expiración de los Derechos Antidumping en FACUSA, 2011-2015. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/36726>

- Huayhua, F. (2018). en su tesis titulada: El antidumping y la importación de calzado deportivo desde China al Perú en los años 2014 al 2017. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/35503>
- Montellanos, M (2015). "Antidumping y su influencia en la rentabilidad de las empresas comerciales de cerámicos nacionales en el distrito de San Martín de Porres, 2015". Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/15947>
- Ramos, F. (2020). Rentabilidad de diez centros odontológicos privados en Lima Metropolitana. Recuperado de: [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPC\\_13512b0edeaa8909890c07a0be3b4b0c](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPC_13512b0edeaa8909890c07a0be3b4b0c)
- Rojas, S. (2017). "LA GESTIÓN DE VENTAS Y LA RENTABILIDAD" Recuperado de: <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2597>
- Salvador, L. (2018). "INSTRUMENTOS DE POLÍTICA COMERCIAL (ANTIDUMPING – ANTI SUBVENCIONES). UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS "Recuperado de: [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25740/total\\_pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25740/total_pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Solis, M. (2020). DETERMINANTES DE LAS DECISIONES DE ANTIDUMPING EN MÉXICO, 1987-2000. Recuperado de: [https://repositorio.colmex.mx/concern/theses/1r66j147v?f%5Bcenter\\_sim%5D%5B%5D=Centro+de+Estudios+Econ%C3%B3micos&f%5Btype\\_of\\_illustrations\\_sim%5D%5B%5D=gr%C3%A1ficas&locale=es&per\\_page=100](https://repositorio.colmex.mx/concern/theses/1r66j147v?f%5Bcenter_sim%5D%5B%5D=Centro+de+Estudios+Econ%C3%B3micos&f%5Btype_of_illustrations_sim%5D%5B%5D=gr%C3%A1ficas&locale=es&per_page=100)

# ANEXOS

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: ANTIDUMPING

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSION 1</b>								
1	El mercado nacional se ha visto en crecimiento, ello por las medidas Antidumping tomadas	X		X		X		
2	El Antidumping favorece la venta de mercancía nacional	X		X		X		
3	El Antidumping ha reducido significativamente la competencia desleal	X		X		X		
<b>DIMENSION 2</b>								
4	El antidumping beneficia a la Empresa importadora.	X		X		X		
5	El antidumping no beneficia a las Empresa exportadoras.	X		X		X		
<b>DIMENSION 3</b>								
6	Las restricciones a las importaciones es una implementación gracias al Antidumping	X		X		X		
7	Los aranceles es una buena medida Antidumping contra la práctica desleal.	X		X		X		
8	La salvaguardia es un buen mecanismo de defensa tomada como medida Antidumping contra la práctica desleal.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable [ X ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. COSTILLA CASTILLO PEDRO CONSTANTE DNI: 09925834

Especialidad del validador: CPC. DOCTOR EN ADMINISTRACION

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

FIRMADO

-----  
Firma del Experto Informante.

Activa  
Ve a Cor

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: RENTABILIDAD

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSION 1</b>								
1	La rentabilidad se ve incrementada si el costo de un bien es bajo	X		X		X		
2	Los egresos provenientes de la venta de bienes benefician la rentabilidad de las empresas	X		X		X		
3	El valor agregado a los bienes o servicios beneficia a la rentabilidad de las empresas	X		X		X		
<b>DIMENSION 2</b>								
4	El beneficio económico afecta la rentabilidad de las empresas con respecto a un periodo anterior	X		X		X		
5	El beneficio tributario contribuye significativamente en la rentabilidad de las empresas	X		X		X		
6	Los gastos y tributos afectan la rentabilidad de las empresas	X		X		X		
<b>DIMENSION 3</b>								
13	La ganancia generada en el periodo determina si un negocio es rentable	X		X		X		
14	La pérdida generada en el periodo determina que un negocio no es rentable	X		X		X		
15	La utilidad bruta determina que tan rentable es un bien o servicio	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable [ X ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: COSTILLA CASTILLO PEDRO CONSTANTE      DNI: 09925834

Especialidad del validador: CPC. DOCTOR EN ADMINISTRACION

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

21 de 06 del 2022

FIRMADO

-----  
Firma del Experto Informante.

Ac  
Ve a

**CUADRO DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES**

**Antidumping y la Rentabilidad de las empresas comercializadoras de textiles, Comas año 2021.**

HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
El Antidumping se relacionan con la Rentabilidad en las empresas comercializadores de textiles del distrito La Victoria, año 2021.	ANTIDUMPING	Paez G. (2020), es una política comercial empleada por los Estados. Esto, con el fin de impedir que productos extranjeros sean vendidos en el mercado local a un precio menor al coste de fabricación. Evitando así, un perjuicio a la industria local por competencia desleal. El antidumping constituye una práctica proteccionista.	Práctica desleal	Venta de Mercancía Mercado Nacional Competencia Desleal
			Politica comercial	importaciones
				exportaciones
	Practica proteccionista	Restricciones		
		Aranceles		
	RENTABILIDAD	Gitman L. (2009), es el beneficio de una inversión el cual puede provenir de diferentes fuentes, siendo los más frecuentes los intereses o dividendos, las cuales tienen una denominación como fuentes de renta, otra fuente de rentabilidad, es mediante la utilidad obtenida por medio de la comercialización de un bien o servicio obtenido a un costo menor a su valor de venta, a esta fuente se le denomina ganancias de capital. (p.90)	Bien o Servicio	Costos Ingresos Valor Agregado Valor Neto
			Beneficio	Contable Económico Tributario Gastos y Tributos
			Utilidad	Ganancia Pérdida Utilidad Bruta Utilidad Neta

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

Antidumping y la Rentabilidad de las empresas comercializadoras de textiles, la victoria año 2021.

<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPOTESIS</b>
<b>GENERAL</b>	<b>GENERAL</b>	<b>GENERAL</b>
¿De que manera el Antidumping se relacionan con la Rentabilidad en las empresas comercializadores de textiles del distrito la victoria, año 2021?	Determinar de que manera el Antidumping se relacionan con la Rentabilidad en las empresas comercializadores de textiles del distrito la victoria, año 2021.	El Antidumping se relacionan con la Rentabilidad en las empresas comercializadores de textiles del distrito la victoria, año 2021.
<b>ESPECIFICO</b>	<b>ESPECIFICO</b>	<b>ESPECIFICO</b>
¿De que manera el Antidumping se relacionan con la Utilidad en las empresas comercializadores de textiles del distrito la victoria, año 2021?	Determinar de que manera el Antidumping se relacionan con la Utilidad en las empresas comercializadores de textiles del distrito la victoria, año 2021.	El Antidumping se relacionan con la Utilidad en las empresas comercializadores de textiles del distrito la victoria, año 2021.
¿De que manera el antidumping se relaciona con el beneficio en las empresas comercializadores de textiles del distrito la victoria, año 2021?	Determinar de que manera el Antidumping se relacionan con el beneficio en las empresas comercializadores de textiles del distrito la victoria, año 2021.	El Antidumping se relacionan con el beneficio en las empresas comercializadores de textiles del distrito la victoria, año 2021
¿De que manera la Rentabilidad se relaciona con la practica desleal en las empresas comercializadores de textiles del distrito la victoria, año 2021?	Determinar de que manera la Rentabilidad se relacionan con la practica desleal en las empresas comercializadores de textiles del distrito la victoria, año 2021.	La Rentabilidad se relacionan con la practica desleal en las empresas comercializadores de textiles del distrito la victoria, año 2021

## Encuesta

Variable 1: Antidumping

Dimensiones	Indicadores	Items	Niveles o rangos
Practica desleal	Venta de mercancía	El mercado nacional se ha visto en crecimiento, ello por las medidas Antidumping tomadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>
	Mercado nacional	El Antidumping favorece la venta de mercancía nacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>
	Competencia desleal	El Antidumping ha reducido significativamente la competencia desleal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>
Política comercial	Importaciones	El antidumping beneficia a la Empresa importadora.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>
	Exportaciones	El antidumping no beneficia a las Empresa exportadoras.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>

Practica proteccionistas	Restricciones	Las restricciones a las importaciones es una implementación gracias al Antidumping	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>
	Aranceles	Los aranceles es una buena medida Antidumping contra la práctica desleal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>
	Salvaguardia	La salvaguardia es un buen mecanismo de defensa tomada como medida Antidumping contra la práctica desleal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>

Variable 2: Rentabilidad



Dimensiones	Indicadores	Items	Niveles o rangos
Bien o servicio	Costos	La rentabilidad se ve incrementada si el costo de un bien es bajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>
	Egresos	Los egresos provenientes de la venta de bienes benefician la rentabilidad de las empresas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>

Beneficio	Valor agregado	El valor agregado a los bienes o servicios beneficia a la rentabilidad de las empresas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>
	Económico	El beneficio económico afecta la rentabilidad de las empresas con respecto a un periodo anterior	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>
	Tributario	El beneficio tributario contribuye significativamente en la rentabilidad de las empresas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>
Utilidad	Gastos y tributos	Los gastos y tributos afectan la rentabilidad de las empresas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>
	Ganancia	La ganancia generada en el periodo determina si un negocio es rentable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>
Utilidad	Pérdida	La pérdida generada en el periodo determina que un negocio no es rentable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Totalmente de acuerdo</li> </ul>

Activar Windows

Ve a Configuración para activar Wind



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, COSTILLA CASTILLO PEDRO CONSTANTE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "ANTIDUMPING Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE TEXTILES, COMAS AÑO 2021", cuyos autores son TARDEO QUISPE RODOLFO, CAMACHO MENDOZA MARIA CRISTINA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22.00%, 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.

LIMA, 10 de Julio del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
COSTILLA CASTILLO PEDRO CONSTANTE <b>DNI:</b> 09925834 <b>ORCID:</b> 0000-0002-1727-9883	Firmado electrónicamente por: PCOSTILLACA el 14- 07-2022 17:40:06

Código documento Trilce: TRI - 0332759