



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

El Antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles
en el emporio comercial de Gamarra, 2017 - 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES:

Castillo Bravo, Pedro Ly (orcid.org/0000-0002-1614-6253)

Cruz Sarmiento, Andrea Karolay (orcid.org/0000-0001-8437-2597)

ASESOR:

Mgtr. Villa Córdova, Carlos Alberto (orcid.org/0000-0002-2678-649X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Integración Económica

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo con gran amor a nuestras familias, agradeciéndoles por el apoyo incondicional, por siempre darnos ese impulso para ser mejores cada día y así lograr con éxito nuestra carrera.

Agradecimiento

Le agradecemos a Dios, por brindarnos la fuerza necesaria para poder seguir este camino y así brindarles la siguiente información, agradecemos también a nuestro asesor por enseñarnos a realizar correctamente los trabajos.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CARLOS ALBERTO VILLA CÓRDOVA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "El Antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles en el comercio de Gamarra, 2017 - 2021", cuyos autores son CRUZ SARMIENTO ANDREA KAROLAY, CASTILLO BRAVO PEDRO LY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12.00%, 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, 23 de Junio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CARLOS ALBERTO VILLA CÓRDOVA DNI: 10192698 ORCID: 0000-0002-2678-649X	Firmado electrónicamente por: CVILLACO el 28-06- 2023 20:43:54

Código documento Trilce: TRI - 0549003





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, CRUZ SARMIENTO ANDREA KAROLAY, CASTILLO BRAVO PEDRO LY estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "El Antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra, 2017 - 2021", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

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

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

Nombres y Apellidos	Firma
ANDREA KAROLAY CRUZ SARMIENTO DNI: 72030735 ORCID: 0000-0001-8437-2597	Firmado electrónicamente por: ACRUZS1 el 23-08- 2023 22:38:40
PEDRO LY CASTILLO BRAVO DNI: 71655314 ORCID: 0000-0002-1614-6253	Firmado electrónicamente por: PCASTILLOB el 23-08- 2023 20:34:58

Código documento Trilce: TRI - 0549001

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de Originalidad de los Autores	iv
Declaratoria de Autenticidad del Asesor	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	ix
Resumen	xi
Abstract	xii
I.INTRODUCCIÓN	1
II.MARCO TEÓRICO	6
III.METODOLOGÍA	13
3.1 Tipo y diseño de investigación	13
3.2 Variables y operalización	14
3.3 Población, muestra y muestreo	23
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
3.5 Procesamientos	29
3.6 Método de análisis de datos	31
3.7 Aspectos éticos	32
IV. RESULTADOS	33
V. DISCUSIÓN	60
VI. CONCLUSIÓN	66
VII. RECOMENDACIONES	
REFERENCIAS	
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla N° 1: Alpha de Cronbach de la variable El Antidumping	30
Tabla N° 2: Alpha de Cronbach de la variable Nivel de productividad	31
Tabla N°3: Alpha de Cronbach de las variables El Antidumping y nivel de productividad.	31
Tabla N°4: Resultados de la relación del indicador oferta y la variable El Antidumping.	32
Tabla N°5: Resultados de la relación del indicador unidades monetarias y la dimensión precio	33
Tabla N°6: Resultados de la relación del indicador entradas de nuevos productos y la dimensión precio	34
Tabla N°7: Resultados de la relación del indicador factor determinante en los productos y la dimensión precio	35
Tabla N°8: Resultados de la relación del indicador ámbito textil y la variable El Antidumping	36
Tabla N°9: Resultados de la relación del indicador mercado actual y la dimensión mercado	37
Tabla N°10: Resultados de la relación del indicador mercado potencial y la dimensión mercado	38
Tabla N°11: Resultados de la relación del indicador abastecimiento de productos y la dimensión mercado	39
Tabla N°12: Resultados de la relación del indicador comercialización de productos y la variable El Antidumping	40
Tabla N°13: Resultados de la relación del indicador beneficios de las empresas y la dimensión políticas arancelarias	41
Tabla N°14: Resultados de la relación del indicador condiciones económicas y la dimensión política arancelarias	42
Tabla N°15: Resultados de la relación del indicador buena calidad y la variable Nivel de productividad	43
Tabla N°16: Resultados de la relación del indicador productos que cumplen con las características y la dimensión del producto	44

Tabla N°17: Resultados de la relación del indicador productos flexibles o modificables y la dimensión producto	45
Tabla N°18: Resultados de la relación del indicador área de ventas y la variable Nivel de productividad	46
Tabla N°19: Resultados de la relación del indicador equipamientos para los procesos y la dimensión infraestructura	47
Tabla N°20: Resultados de la relación del indicador implementación para su renovación y mantenimiento y la dimensión infraestructura	48
Tabla N°21: Resultados de la relación del indicador buena innovación y la variable Nivel de productividad	49
Tabla N°22: Resultados de la relación del indicador diseño y la dimensión innovación	50
Tabla N°23: Resultados de la relación del indicador acabado de los productos y la dimensión innovación	51
Tabla N°24: Prueba de normalidad	52
Tabla N°25: Correlación de Spearman de nivel de productividad y Nivel de productividad	53
Tabla N°26: Correlación de Spearman de Nivel de productividad y Precio	54
Tabla N°27: Correlación de Spearman de Nivel de productividad y Merca	56
Tabla N°28: Correlación de Spearman de Nivel de productividad y Políticas arancelarias	57

Índice de gráficos y figuras

Gráfico 1: La oferta de telas importada de china es lo que determina el precio	33
Gráfico 2: Las unidades monetarias a pagar son las correctas para las telas provenientes de china	34
Gráfico 3: Las entradas de los nuevos productos chinos al momento de validar, con las restricciones son suficientes.	35
Gráfico 4: El precio es el único factor determinante en el consumidor para los productos de origen chino	36
Gráfico 5: Perú es el mercado potencial en el ámbito textil	37
Gráfico 6: Existe consumidores potenciales que pueden ampliar el mercado actual	38
Gráfico 7: China consta de un mercado potencial para las exportaciones de sus productos a Perú	39
Gráfico 8: Existe un mercado no abastecido en telas dentro del Perú	40
Gráfico 9: Las políticas arancelarias ayudan en la comercialización de productos	41
Gráfico 10: Las políticas arancelarias dan beneficios a las empresas	42
Gráfico 11: Las políticas arancelarias ayudan a mejorar las condiciones económicas	43
Gráfico 12: Los productos peruanos son de buena calidad	44
Gráfico 13: El producto cumple con todas las características y funciones que el cliente necesita	45

Gráfico 14: El producto es flexible o modificable para adaptarlo a nuevas necesidades	46
Gráfico 15: La infraestructura para el área de ventas en la exhibición atraen al cliente	47
Gráfico 16: El ambiente donde se realizan las actividades tiene los equipamientos necesarios para los procesos	48
Gráfico 17: Los ambientes donde se realizan las actividades tienen un programa implementado para su renovación y mantenimiento	49
Gráfico 18: Perú tiene una buena innovación de prendas de vestir	50
Gráfico 19: Los productos peruanos tienen un buen diseño	51
Gráfico 20: El acabado de los productos peruanos es minuciosamente	52
Gráfico 21: Prueba de normalidad	53

Resumen

En el presente trabajo titulado: “El antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles en el Emporio comercial de Gamarra 2017-2021”, nuestro objetivo es informar sobre lo relevante e importante a tener en cuenta sobre el antidumping y el nivel de productividad de las empresas dedicadas al sector de confecciones situadas en el emporio de Gamarra comparadas con las prendas traídas de China, con el fin de resolver en cómo afecta el posicionamiento, desarrollo y productividad; teniendo en cuenta que la mayoría de las empresas no tiene una información a profundidad para realizar un planeamiento en el ámbito empresarial.

Esta investigación es de nivel descriptivo, de tipo no experimental, transversal-cuantitativa en la cual no se manipula ninguna información acerca de las variables, teniendo en cuenta la autenticidad de cada autor en sus investigaciones pasadas.

Se concluyó con la presente investigación que la entrada de mercancías en Perú se realiza con costos muy por debajo del precio del producto nacional, incide nocivamente en el desarrollo del sector de confección, así como en la situación del mercado interno; logrando así un resultado negativo como es la limitación en su capacidad productiva, la capacidad de competencia, el cierre de fábricas en el sector textil y por ende el desempleo de los trabajadores, todo esto provocando el estancamiento de la economía de nuestro país; por lo que se requiere mayor atención por parte del Estado y sus respectivas entidades en el control de este tipo de mercancías y su regulación, a fin de salvaguardar nuestra industria nacional.

Palabras clave: Antidumping, nivel de productividad, textil.

Abstract

In the present work entitled: "Antidumping and the level of productivity of textile companies in the Gamarra Commercial Emporium 2017-2021", the objective is to inform about what is relevant and important to take into account about antidumping in the competition of companies dedicated to the clothing sector located in the Gamarra emporium compared with the garments brought from China, in order to resolve how it affects positioning, development and productivity; taking into account that most companies do not have in-depth information to carry out planning in the business field.

This research is descriptive, non-experimental, cross-qualitative in which no information about the variables is manipulated, taking into account the authenticity of each author in their past research.

It was concluded with the present investigation that the entry of merchandise in Peru is carried out with costs well below the price of the national product, it has a harmful impact on the development of the clothing sector, as well as on the situation of the internal market; thus achieving a negative result such as the limitation in its productive capacity, the ability to compete, the closure of factories in the textile sector and therefore the unemployment of workers, all this causing the stagnation of the economy of our country; Therefore, greater attention is required on the part of the State and its respective entities in the control of this type of merchandise and its regulation, in order to safeguard our national industry.

Keywords: Antidumping, productivity level, textile.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el tema del "antidumping" y el "nivel de productividad" es un objeto de amplio debate a nivel nacional como internacional todo esto debido a su gran importancia en la situación económica actual. En el marco de una investigación realizada, se ha evaluado los conocimientos de los empresarios sobre variables como las medidas antidumping y el nivel de productividad, se analizó cómo estas variables afectan a Perú y su economía.

El "dumping" es todo aquello referente a la práctica de empresas que exportan productos a precios inferiores a los que tienen en su país de origen. Los acuerdos antidumping que no regulan directamente con acciones de las empresas, sino que se centran en cómo los gobiernos responden al dumping, estableciendo disciplinas y normas al respecto (ICEX, 2020).

En Perú, se han implementado regulaciones relacionadas con el dumping a través de decretos supremos. El D.S. N°133-91-EF fue uno de los primeros decretos emitidos en Perú para abordar este tema. Además, se estableció el Reglamento Antidumping en Perú mediante el D. S. N°0006-23, posteriormente se modificó por el D.S. N°2009. Estas regulaciones se basan en los acuerdos generales sobre el arancel aduanero y el comercio de 1994, específicamente en el Artículo VI de dichos acuerdos. Es importante destacar que estas regulaciones se aplican a todos los países integrantes de la (OMC) (Soto, 2017).

La Resolución N°007-2022 INDECOPI desencadenó la investigación sobre las importaciones de tejidos provenientes de China. Esta medida se tomó luego de verificar que una de las solicitudes presentadas cumplía con los requisitos del tratado antidumping al presentar seis pruebas sólidas de dumping en las importaciones de tejidos, así como alegar daño por parte de la empresa nacional denunciante.

La industria de confecciones son una de las actividades primordiales a nivel nacional en el Perú, contribuyendo con el 1.3% del PIB general y el 8.9% de toda la producción dedicada a la producción. Es uno de los sectores más trascendental dentro del PIB manufacturero, siendo superado únicamente por el sector de

actividades extractivas, que aporta el 10%. La industria textil genera una cantidad significativa de empleo, brindando más de 500 mil puestos de trabajo, principalmente en micro y pequeñas empresas (Instituto Nacional de Estadísticas e Informática, 2017).

La industria textil en Perú ha experimentado una reducción significativa en su producción y productividad interna en los últimos cinco años. Una de las causas fundamentales de esta situación es la importación de productos textiles procedentes de Asia, los cuales tienen precios más económicos y se benefician de vacíos legales dejados por los tratados de libre comercio y una carga impositiva más baja. Esto ha despertado el interés de numerosos empresarios del sector, quienes ven la oportunidad de obtener mayores beneficios al optar por la importación en lugar de promover el consumo de productos nacionales. (Chan,2019).

Asimismo, la internacionalización de las economías ha generado un entorno desafiante para los países en crecimiento, asumiendo los costos asociados con la protección de sus economías, especialmente en comparación con naciones más avanzadas que tienen una posición más sólida en los mercados internacionales y producen manufacturas de mayor rendimiento.

En este marco de la (TLC) firmado con China, se establecieron medidas para proteger la producción nacional de posibles amenazas. Sin embargo, a pesar de la implementación de medidas antidumping por parte de INDECOPI en 2013 como respuesta a la competencia desleal proveniente de China, estas medidas fueron retiradas a mediados de 2015 a través de la resolución N° 297-2013/CFD 1, argumentando la falta de suficiente evidencia de que las importaciones chinas estuvieran afectando a al producto nacional. Esta decisión generó preocupación en la industria textil y de confección, que se hacen frente a una competencia desleal proveniente de China.

En el acuerdo comercial aduanero manifestado en este tratado, se estableció que ambos países contribuirán con la aduana en caso de surgir dudas sobre el precio declarado. Sin embargo, en los últimos años, no se ha cumplido adecuadamente con esta disposición. La competencia proveniente de China, una potencia en el

mercado textil y de confecciones, afecta considerablemente la industria textil, según resalta la Sociedad de Comercio Exterior del Perú.

Las economías del G20 experimentaron una disminución del 25% en el número de investigaciones antidumping abiertas en comparación con el año anterior, y el 75% de estas investigaciones se centraron en China. A nivel global, las investigaciones abiertas por el Grupo de los 20 en relación con el antidumping disminuyeron en un 25% en comparación con el año anterior, según la OMC en 2021.

Una consecuencia significativa de esa situación fue la entrada ilegal de productos, especialmente de otros países asiáticos, a Perú a precios considerablemente inferiores a los del mercado actual. Este fenómeno se conoce como dumping y ha tenido un efecto negativo en su desarrollo sostenible y el equilibrio de la economía nacional. Los fabricantes peruanos están preocupados por el gran aumento en el comercio de prendas y telas a precios muy bajos provenientes de China, lo cual ha provocado despidos y una competencia totalmente desleal en la industria textil.

Por lo tanto, es necesario abordar esta problemática de manera efectiva y tomar medidas para proteger la industria nacional. Esto implica fortalecer y mejorar las políticas y regulaciones existentes, así como implementar medidas antidumping más eficientes y contundentes. Además, se debe promover el consumo de productos nacionales y brindar apoyo a los fabricantes locales para que puedan concursar en igualdad de condiciones.

Asimismo, se requiere una mayor cooperación internacional, especialmente con países como China, para garantizar el cumplimiento de los acuerdos comerciales y aduaneros. Esto incluye verificar y controlar adecuadamente los precios declarados en las importaciones, de modo que se evite la competencia desleal y se proteja la economía nacional.

En conclusión, a este estudio, se planteó la siguiente problemática general: ¿Cómo se relaciona el antidumping y nivel de productividad de las empresas textiles, 2017-2021?, Continuando se especifica los problemas: 1) ¿Se relaciona el antidumping en los precios de las empresas textiles, 2017-2021?, 2) ¿Se relaciona el antidumping

en el mercado de las empresas textiles,2017-2021?,3) ¿Se relaciona el nivel de productividad en las políticas arancelarias de las empresas textiles,2017-2021?

La investigación tiene una validez teórica, que se da mediante teorías científicas o fuentes de información que nos acepten establecer la relación entre el antidumping y el nivel de productividad del sector textiles de Gamarra,2017-2021, dicha investigación dispone de las disciplinas sociales, nacionales y académicas englobándose en el campo de estudio, esta información sirve como guía para otras investigaciones.

Se justifica metodológicamente al cumplir con el uso de métodos científicos, así como seguir las pautas del manual APA para un control adecuado. El uso del método científico se emplea para recopilar datos e incorporar información que permita analizar las diversas problemáticas surgidas en la actividad empresarial y contribuir así a su desarrollo.

La justificación teórica se utiliza teorías científicas que son respaldadas por fuentes confiables. Los contenidos de las variables se citan adecuadamente, lo cual permitió comprender el impacto del antidumping y el nivel de productividad en Gamarra. Además, esta investigación busca ser relevante para la sociedad, el país y el ámbito científico, y servir como antecedente para futuros investigadores en esta línea de estudio.

El principal objetivo general fue; Si se determina la relación entre el antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles,2017-2021,Dentro de ello se consideraron los objetivos específicos, Si se determina la relación entre el antidumping en el precio de las empresas textiles,2021-2021, Si se determina la relación entre el antidumping en el mercado de las empresas textiles,2017-2021, Determinar la relación que existe el nivel de productividad en las políticas arancelarias de las empresas textiles en el comercio de Gamarra,2021-2021.

La hipótesis general de esta investigación plantea fue, si el antidumping se relaciona en el nivel de productividad de las empresas, 2017-2021. Además, se plantean hipótesis específicas que son las siguientes: 1) El antidumping se

relaciona en los precios de las empresas textiles, 2017-2021, 2) El antidumping se relaciona en el mercado de las empresas textiles,2017-2021, 3) El nivel de productividad se relaciona en las políticas arancelarias de la empresa,2017- 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Sampaio (2018), en su investigación titulada “Antidumping law and Practice of China, indica que el objetivo principal es reconocer el uso de los mecanismos de defensa comercial, como las medidas antidumping, por parte de China, especialmente después de su ingreso a la OMC. El enfoque de la investigación se centró en examinar crecimiento económico y el aumento de sus exportaciones al mundo, específicamente en el contexto de las investigaciones antidumping iniciadas por países importadores de productos chinos. se utilizó una investigación metodológica que involucró el resumen, análisis de datos, estadísticas relacionadas con las investigaciones antidumping y las medidas impuestas a los productos chinos. La investigación llevó a la conclusión que la eliminación de las restricciones antidumping ha permitido a China experimentar un notable crecimiento económico y aumentar sus exportaciones sin limitaciones. Estos hallazgos sugieren una correlación en el aumento de las exportaciones y el uso de mecanismos de defensa comercial, como las medidas antidumping. En cuanto al análisis del impacto del rápido crecimiento económico de China en su nivel de productividad, se examinó el crecimiento económico y el aumento de las exportaciones de China, considerando la productividad de las empresas y su capacidad para obtener servicios de manera eficiente.

Beltrán y Nieto (2018), en su artículo nombrado “Incidencias del antidumping en los EE. UU en las actividades del sector servicios de offshoring en Colombia,” se enfocaron en analizar las causas del dumping social en el marco de la globalización y la fragmentación de la producción en el comercio internacional, específicamente enfocándose en los efectos que tiene en los países avanzados. Se examinaron las posibles políticas estadounidenses que podrían desalentar el dumping social, El objetivo fue comprender las implicaciones laborales de la deslocalización y la subcontratación desde la perspectiva de los países avanzados. En los resultados se resaltó cual fue la importancia del nivel de productividad como una variable clave en relación con el dumping social. Se argumentó que los bajos salarios en los países en desarrollo no son necesariamente resultado de prácticas de explotación, sino que reflejan un bajo nivel de productividad en comparación con los países avanzados. Esto proporciona una ventaja competitiva a los países en

desarrollo en términos de costos laborales, lo que puede llevar al dumping social. Asimismo, se destacó que la globalización y la fragmentación de la producción han facilitado el aumento del dumping. Estas empresas de las naciones desarrolladas aprovechan la ventaja comparativa en costos laborales para subcontratar servicios en países con menores estándares laborales y sociales. Esto resulta en condiciones laborales precarias, largas jornadas no remuneradas y falta de protección social para los trabajadores en esos países.

Silviera (2018), en su investigación titulada "Una nota sobre las medidas antidumping en Brasil", abordó las medidas antidumping en insumos industriales en Brasil y su impacto en los sectores de menor nivel en las cadenas productivas. Se buscó medir el impacto de estas medidas en el potencial de la industria nacional en Brasil, centrándose específicamente en los sectores menos desarrollados de la cadena productiva. El estudio utilizó un enfoque que involucró el análisis de datos y estadísticas relacionadas con la implementación y eliminación de medidas antidumping en Brasil, si bien las medidas antidumping pueden tener efectos negativos en las industrias manufactureras en general, en el caso específico de la industria textil se observó una influencia favorable en el aumento de la producción. Esto sugiere que, a pesar de las posibles desventajas para los sectores menos desarrollados, las medidas antidumping han contribuido al crecimiento de la producción en la industria textil, tanto a nivel global como en Brasil. La variable del nivel de productividad puede estar relacionada con el análisis de casos de antidumping, ya que las empresas que practican el dumping a menudo argumentan que sus bajos precios se deben a una mayor productividad en comparación con sus competidores. Sin embargo, el nivel de productividad por sí solo no determina la validez de una medida antidumping. Otros factores, como el impacto en la industria doméstica, también se deben tener en cuenta durante la investigación y evaluación de casos de antidumping.

Tafur (2017), en su investigación titulada "Unfair competition dumping and exports of Chinese clothing", su objetivo fue examinar todos los efectos de la competencia desleal, así como las exportaciones de ropa china en las industrias textiles de países desarrollados, centrándose en cómo estas prácticas afectan a las pequeñas empresas textiles y su capacidad para competir con la industria china

altamente protegida. Se empleó una metodología que incluyó el análisis de datos y estadísticas relacionadas con las exportaciones de textiles chinos, Estos resultados indican que las exportaciones de textiles chinos han experimentado un notable incremento, lo que ha llevado a que China se convierta en el principal proveedor mundial. Esta situación perjudica especialmente a la industria nacional, especialmente a las pequeñas empresas textiles, que se ven obligadas a competir con una industria china altamente protegida. Además, se examinó el impacto de la eliminación del arancel antidumping, observando los precios en países geográficamente cercanos a Perú que actualmente no cuentan con medidas de protección comercial. Sin embargo, no se mencionan los hallazgos específicos relacionados con el impacto de la eliminación del arancel antidumping en las pequeñas empresas textiles o en la industria nacional en general.

Von (2017), en su artículo titulado "When cheap is expensive", se enfocó en mostrar el impacto negativo del dumping en las empresas establecidas, especialmente en el sector de productos textiles y confecciones, se analiza para comprender su repercusión económica y comercial en las empresas nacionales. Sus estadísticas relacionadas con las importaciones de textiles y confecciones, así como en el estudio de casos y situaciones específicas. El objetivo era identificar y examinar los factores que contribuyen al dumping, como los bajos costos de producción y los impuestos reducidos pagados por los productos importados. Los resultados de la investigación destacaron las desventajas significativas que el dumping genera para las empresas locales. Los productos importados se comercializan a precios considerablemente más bajos en comparación con los productos nacionales, lo que crea una competencia desleal y dificulta la situación para las empresas locales que no pueden competir de manera justa en términos de precios. Aunque inicialmente los consumidores pueden beneficiarse de los precios bajos de los productos importados, es importante considerar los efectos a largo plazo en la economía y la industria local.

Sofjan (2017), en su artículo titulado "Tratado de L.C de Indonesia en el impacto económico: una tesis doctoral en la Universidad de Burdeos en economía y finanzas ".", señaló que la finalidad de su investigación fue analizar el impacto económico del TLC de Indonesia, se centra en examinar la relación existente entre

la liberalización del comercio y el crecimiento tanto de las importaciones como de las exportaciones en el país. Se utilizó una metodología que consistió en un modelo general de cointegración y un análisis de corrección de errores para examinar las relaciones entre las variables económicas a lo largo del tiempo y evaluar los efectos a corto y largo plazo. El estudio realizó un análisis exhaustivo de la relación entre la liberalización del comercio, el crecimiento económico y el comercio internacional de importaciones y exportaciones en Indonesia. Se buscó comprender cómo la apertura comercial y el desarrollo del PIB influyen en el comercio internacional del país. Los resultados destacaron la importancia de la relación entre el PIB de Indonesia y las importaciones, revelando que un aumento en el PIB del país se traduce en un incremento significativo de las importaciones. Estos hallazgos indican que la liberalización del comercio puede generar impactos positivos en el desarrollo económico y el comercio internacional de Indonesia. En resumen, este estudio resalta la relevancia de la liberalización del comercio en el marco del tratado de libre comercio de Indonesia y su influencia en el crecimiento económico y el comercio a nivel internacional. Los resultados obtenidos respaldan la idea de que la apertura comercial puede beneficiar el desarrollo económico del país al fomentar un mayor acceso a mercados internacionales y estimular la productividad de las empresas al enfrentar la competencia global. Sin embargo, es importante tener en cuenta la necesidad de implementar medidas adecuadas, como el control del dumping, para proteger a las empresas nacionales de prácticas comerciales injustas.

Portocarrero (2017), en su artículo titulado "Implementación de las medidas antidumping en el contexto del Tratado de Libre Comercio entre Perú y China para el sector textil en el año 2017", tuvo como objetivo realizar un análisis jurídico de las prácticas desleales de comercio, con un enfoque específico en el dumping y su impacto en el sector textil. Para esto, se utilizó un enfoque que abarcó el análisis de las normativas internas correspondientes y la legislación comparada, con el fin de examinar diversas definiciones de dumping, su evolución histórica y las sanciones aplicadas a las importaciones chinas. Además, se implementó un enfoque práctico mediante un trabajo de campo que incluyó la aplicación de un cuestionario a responsables, miembros de la sociedad y comerciantes de Gamarra.

La metodología que se utilizó fue descriptiva-analítica, lo que permitió un examen detallado de las normativas y legislaciones relacionadas con el dumping. Asimismo, se recopiló información a través del trabajo de campo realizado con cuestionarios, lo que brindó una perspectiva práctica sobre las sensaciones y experiencias de los actores involucrados. Los resultados obtenidos condujeron a la conclusión de la necesidad de establecer lineamientos y alternativas legislativas que puedan proteger de manera efectiva al sector textil de Gamarra frente a las prácticas indiscriminadas de dumping. El análisis jurídico de las normativas y legislaciones, junto con la recopilación de información a través del trabajo de campo, proporcionaron una base sólida para comprender el impacto del dumping en el sector textil y generar propuestas concretas para salvaguardar a las industrias vulnerables.

Trujillo y Peña (2020), en su investigación nombrada "Impacto del dumping en la competitividad de las empresas de confecciones de prendas de vestir en el Emporio Comercial de Gamarra durante el año 2016", realizaron una investigación enfocada en analizar los efectos del dumping dedicadas a las confecciones textiles. Se consideró que la falta de regulación normativa en relación al dumping muchas empresas aprovechan las oportunidades y perjudican al producto peruano. La investigación fue descriptiva y explicativa, se buscó información que permitiera aclarar las investigaciones. Se examinó la relación entre el riesgo del dumping y la competitividad, y los resultados mostraron una correlación negativa entre ellos. Esto sugiere que cuando existe un alto riesgo de dumping, se observa una disminución en la competencia dentro del sector de confecciones de prendas de vestir. Como conclusión de la investigación, se concluyó que la entrada de mercancías con precios dumping da un efecto negativo para las empresas de confección textil en el crecimiento. Además, se observaron impactos negativos en el posicionamiento en los mercados interno y externo, así como en la utilidad percibida por las empresas. En cuanto a la variable del antidumping, se menciona que las empresas productoras de telas en el emporio no sienten resguardo por el Estado peruano debido a la incorporación de productos chinos a precios bajos y sin mayor inspección. Esto implica que la falta de medidas antidumping efectivas puede

dificultar la protección del sector textil local y afectar negativamente su nivel de productividad.

Huamán (2021), su estudio titulado "Restricciones comerciales en la importación de productos chinos a Perú" realizó un análisis de las barreras comerciales asociadas a las importaciones de productos procedentes de China en el territorio peruano. El enfoque se centró en examinar las barreras comerciales existentes y su impacto en diversas industrias nacionales. El objetivo principal consistió en evaluar la presencia significativa de productos provenientes de China en el mercado peruano y analizar el impacto que esto genera en las industrias locales. La metodología utilizada incluyó la recopilación de datos y evidencias relacionadas con las importaciones de productos chinos, así como un análisis de las barreras comerciales existentes, como aranceles, cuotas de importación y regulaciones técnicas y sanitarias. Se buscó determinar cómo estas barreras afectan el nivel de productividad de las industrias nacionales. Se concluyó que, si las importaciones chinas ingresan al mercado peruano a precios más bajos y sin restricciones significativas, esto puede generar una competencia desleal que dificulta la capacidad de las industrias locales para mantener altos niveles de productividad. Además, se encontró que la variable del antidumping es relevante en este contexto, ya que las prácticas de dumping pueden afectar negativamente la competencia en términos de precios y calidad. Los resultados obtenidos resaltaron la importancia de establecer tanto barreras comerciales arancelarias como no arancelarias como medida de protección para las industrias nacionales frente a los impactos negativos de las importaciones chinas. Además, se examinaron los resultados económicos y sociales de esta situación, subrayando la importancia de establecer medidas de protección para salvaguardar la competitividad y el desarrollo de las industrias locales.

Zavala (2021), en su investigación titulada "Impacto del COVID-19 en pequeñas y medianas empresas del Perú", tuvo como objetivo comprender cómo la pandemia ha afectado a las empresas Pymes en el país y cómo ha llevado a replantear su funcionamiento. Se empleó un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo de corte transversal, sin llevar a cabo experimentos. La población objetivo consistió en 1,865 Pymes registradas como Empresas Individuales de

Responsabilidad Limitada en Gamarra, Lima, Perú. Se eligió una muestra de 319 empresas y se recolectaron datos mediante una encuesta en línea que constaba de 16 preguntas con una escala politómica. Los resultados obtenidos revelaron que el 64% de las empresas mantuvieron sus operaciones a pesar de la pandemia, mientras que el 77% experimentó una disminución en sus ventas. Además, el 66% de las empresas utilizó nuevos métodos de ventas, el 43% implementó el trabajo mixto y el 60% brindó capacitación a sus trabajadores. En términos de nivel de productividad, la disminución en las ventas experimentada por el 77% de las empresas sugiere que su capacidad productiva puede haber sido afectada negativamente. Una disminución en las ventas puede implicar una menor producción o una utilización menos eficiente de los recursos disponibles.

Puris (2018), en su artículo titulado “Características de las empresas del Emporio de Gamarra 2017”, tuvo como principal objetivo examinar el crecimiento y desarrollo económico de Gamarra a lo largo del tiempo, especialmente en términos de productividad y economía. Para lograr este objetivo, se utilizaron datos proporcionados por el INEI, así como información suministrada por la SUNAT y encuestas realizadas por el Sistema Estadístico Nacional (SEN). El enfoque se centra en analizar las particularidades en la productividad y utilidad de las PYMES ubicadas en Gamarra. La metodología utilizada en la investigación implicó investigar datos sobre el número de establecimientos dedicados a actividades económicas en Gamarra utilizando información correspondiente al año 2017. Se utilizó información proveniente de fuentes oficiales y se aplicaron encuestas para obtener datos adicionales. Los resultados obtenidos indicaron que en el año 2017 había aproximadamente 39 mil establecimientos dedicados a actividades económicas en Gamarra. Además, se destacó el crecimiento continuo que ha experimentado Gamarra en términos de productividad y economía a lo largo del tiempo.

Julca (2020), en su investigación titulada “Planeamiento tributario y su incidencia en el crecimiento económico de las Mypes textiles en el emporio comercial de Gamarra – La Victoria 2019”, tuvieron como objetivo principal de este estudio fue determinar la relación entre el enfoque tributario de las micro y pequeñas empresas (Mypes) en Gamarra y su impacto en la productividad, los

procesos de mejora, el posicionamiento en el mercado y el crecimiento económico. Se utilizó un enfoque de investigación no experimental y transversal, con un nivel descriptivo y correlacional. La población de estudio comprendió un total de 24,000 Mypes textiles ubicadas en Gamarra, y se seleccionó una muestra de 67 Mypes textiles para recopilar datos a través de encuestas. Estas encuestas fueron previamente validadas por tres expertos para garantizar su confiabilidad. Adicionalmente, se examinó la confiabilidad del instrumento mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. Los datos recopilados fueron analizados utilizando la prueba de correlación de Rho de Spearman, que permitió determinar la correlación entre el planeamiento tributario y las variables mencionadas. Los hallazgos revelaron una correlación estadísticamente significativa entre ambas variables, con un coeficiente de correlación de 0.620 y un valor p de 0.000. Estos resultados indican que tener una estrategia tributaria sólida tiene un efecto positivo en la productividad, los procesos de mejora, el posicionamiento en el mercado y el crecimiento económico de las pequeñas y medianas empresas textiles en el Emporio de Gamarra.

En cuanto a la teoría del antidumping, Sandkamp (2020), en relación a la teoría del antidumping, se destaca que esta medida es ampliamente utilizada como una herramienta de protección comercial para preservar el mercado. Evalúa el impacto en los negocios, los precios y su aplicación implica un nivel de complejidad, ya que a menudo se considera una respuesta al aumento de las importaciones.

En relación a las dimensiones del antidumping está el precio, al respecto Cruz (2017) mencionó que el precio de un producto, al ser vendido en el país importador, es menor que el precio al que se vende en el mercado del país exportador. Esto define al precio como el valor monetario obtenido por un bien o servicio, el valor intercambiado en beneficio del consumidor. De igual forma. Kotler (2017) añadió que “es el monto de efectivo que se llega a cobrar por un servicio, así también como por un producto, se le denomina precio”.

Los indicadores que avalan la teoría del precio son: (1) Oferta: Porter (2020), señala que la oferta es una promoción que se brinda al cliente y puede producir y poner a disposición. Además, la oferta incluye aspectos como la innovación, la eficiencia en la producción, la diferenciación y la capacidad para que el consumidor

quede satisfecho. En resumen, la oferta desempeña un papel fundamental en el éxito empresarial al ofrecer productos, servicios de calidad, innovadores y que satisfacen las necesidades del mercado. Además, la oferta es un factor clave en la competitividad empresarial, ya que influye en la atracción de clientes, la generación de beneficios económicos. (2) Unidades monetarias: Keynes (2019), indica que las unidades monetarias no solo tienen la función de medir el valor de bienes y servicios, sino que también desempeñan un papel crucial en la fijación de precios y la toma de decisiones económicas. Estas unidades permiten la comparación de precios relativos entre diferentes bienes y servicios, lo que facilita el intercambio y el comercio en una economía. En resumen, las unidades monetarias son una medida de valor utilizada para cuantificar y comparar los precios de bienes y servicios en una economía. Son fundamentales en la determinación de precios, el intercambio económico y tienen un impacto en la estabilidad económica en general.

Como segunda dimensión está el mercado, Gregory (2021) indicó que “el mercado es un grupo de ofertas y demandas por un bien. Los compradores establecen la demanda y el vendedor presenta una oferta de un producto o servicio”, donde dan a fijar una fecha y un lugar para una reunión y poder establecer los precios. De igual forma, Philip (2020) determina que el mercado “es una totalidad de clientes consumidores potenciales de un producto y es una segmentación donde se determina las oportunidades de lograr o dirigir los objetivos de la compañía” (p.10).

Los indicadores que avalan la teoría de mercado son: (1) Consumidores reales: Philip Kotler (2018), señala que los consumidores reales son la base fundamental de cualquier mercado y son quienes generan la demanda de productos y servicios. Su comportamiento de compra está influenciado por diversos factores, como sus necesidades y deseos, su poder adquisitivo, su percepción de valor, sus preferencias y su entorno social y cultural. En síntesis, los consumidores reales son personas o grupos que compran y utilizan productos o servicios con el fin de satisfacer sus necesidades. (2) Consumidores potenciales: Drucker (2018), señala que los consumidores potenciales representan una ocasión de mercado para las empresas, ya que tienen el potencial de convertirse en consumidores reales. Estos consumidores pueden mostrar interés en un producto o servicio específico, pero

aún no han tomado la decisión de compra por diversas razones, como falta de conocimiento, barreras económicas o preferencias por otros competidores. En resumen, los consumidores potenciales son aquellos individuos o grupos que tienen la capacidad y la disposición de adquirir un producto o servicio, pero aún no lo han hecho. Identificar y atraer a estos consumidores potenciales es fundamental para las empresas, ya que representan una oportunidad de mercado para convertirse en consumidores reales a través de estrategias de marketing efectivas.

Como tercera dimensión están las Políticas Arancelarias, González (2021) determina que la política arancelaria se acopla con la política comercial del Perú, esto se determinó para dar un buen desarrollo el comercio exterior y tener una mejor vida. Teniendo al arancel como tributo, su propósito es solucionar los gastos públicos, haciéndose cargo de un papel fiscal por el estado a través de la SUNAT. De igual forma, Flores (2019) determinó que es la medida que implementa el estado dentro de sus facultades para dirigir el exterior como mecanismos y herramientas de control de bienes y servicios dando apoyo a las industrias nacionales ante los ingresos de productos extranjeros.

Así mismo, Gómez (2020) determinó que las políticas arancelarias son reglas que permiten medir mediante decretos y resoluciones, de una importación y exportación de productos los tributos que deben de pagar las mercaderías que ingresen al país. Por tanto, las políticas arancelarias siguen siendo una medida de protección que generalmente fuera directo a las importaciones de mercaderías del comercio exterior.

Los indicadores que ratifican la teoría de las políticas arancelarias son: (1) Comercialización de productos: Philip Kotler (2018), señala que la comercialización de productos implica determinar las necesidades y deseos del mercado objetivo, diseñar productos que satisfagan esas necesidades, establecer estrategias de precios adecuadas, desarrollar planes de promoción efectivos y asegurar una distribución eficiente de los productos a través de canales de venta adecuados. (2) Condiciones económicas: Maynard (2019), señala que las condiciones económicas incluyen aspectos como el empleo, el crecimiento de producto interno bruto (PIB), los tipos de interés, la política fiscal y monetaria, entre otros. Estos elementos son

los responsables de influir en la salud y el rendimiento global de la economía, así como en las oportunidades y desafíos que se presentan tanto para las empresas como para los individuos.

De acuerdo a las teorías sobre productividad, se considera que es un concepto que abarca tanto bienes como servicios y refleja la calidad del proceso de producción (Kazukiyo, 2019). El nivel de productividad se refiere a las acciones emprendidas para alcanzar los objetivos de una empresa y se representa mediante un indicador que determina la cantidad de productos o servicios generados por cada recurso utilizado en su proceso de fabricación. (Bohórquez ,2017).

La productividad se asocia con la dimensión producto, al respecto Rojas (2017) sostuvo que un servicio o producto es más sencillo de brindar cuando es palpable, dado que los clientes compran un producto de acuerdo con la satisfacción a las necesidades que tienen, es por ello que la compañía se basa en las necesidades de los consumidores, de manera que el producto llegue a colmar sus expectativas y tiene mayor satisfacción a sus clientes.

Los indicadores que respaldan el nivel de producto son: (1) Calidad: Juran (2021), señaló que la calidad se basa en tres aspectos fundamentales: adecuación al uso, conformidad con las especificaciones y satisfacción del cliente. La adecuación al uso determina que el producto cumpla dicha satisfacción a la necesidad del cliente. (2) Bienes y servicios: Kotler (2020), indicó que la distinción entre bienes y servicios se basa en su naturaleza física o intangible, pero en muchos casos, existe una interrelación entre ambos. Por ejemplo, la compra de un automóvil no solo implica adquirir un bien tangible, sino también el servicio de mantenimiento y reparación que lo acompaña. Es por ello, que en la actualidad se ha observado un crecimiento significativo en la importancia de los servicios, incluso en industrias tradicionalmente enfocadas en la producción de bienes.

De igual forma, la productividad también se acopla con la dimensión Infraestructura, al respecto Karl (2021) mencionó que es una base material de la sociedad que da a conocer una estructura social, la variación social y el crecimiento. Garantizando la relación entre la producción y las fuerzas productivas. Además, López (2019) definió a la infraestructura como un concepto marxista que hace

alusión a la estructura económica de la sociedad que repercute sobre la superestructura.

Así mismo, las teorías que avalan la dimensión infraestructura son: (1) Área de ventas: se refiere a la región geográfica, mercado o segmento específico en el cual una empresa o negocio dirige sus esfuerzos de comercialización y ventas. Esta área puede estar delimitada por factores como la ubicación geográfica, las características demográficas de los consumidores, los canales de distribución utilizados y los objetivos estratégicos de la empresa. American Marketing Asociación (AMA, 2017). (2) Actividades de equipamiento: Drucker (2017), señaló que las actividades de equipamiento abarcan una amplia gama de elementos, como instalaciones, maquinaria, equipo de cómputo, herramientas y sistemas de información. Estos recursos son indispensables para el desempeño de las operaciones y la prestación de los bienes o servicios de una organización. (3) Renovación y mantenimiento: Wireman (2020), recalcó que el mantenimiento es esencial para mantener los activos en funcionamiento, pero la renovación es igualmente importante para asegurar que esos activos sigan siendo relevantes y eficientes en un entorno en constante cambio.

Respecto a la teoría de la Innovación, Manual de Oslo (OECD) destacó que una innovación o modernización consiste en implementar una nueva mejora a un producto servicio o bien, o añadir un nuevo diseño de innovación llevadas a cabo en los negocios. Asimismo, Drucker (2021) consideró que "el adelanto sistemático comprende en un objetivo y su investigación organizada, los cambios que este genera y de un estudio de las oportunidades que pueden ofrecer, para una futura innovación social y económica".

Los indicadores que avalaron la teoría innovación son: (1) Diseño: Norman (2018), señaló que el diseño es el proceso de concebir, planificar y crear soluciones concretas para satisfacer necesidades humanas. Se trata de dar forma y estructura a los objetos, espacios, servicios y experiencias de manera que sean funcionales, estéticamente agradables y satisfactorios para los usuarios. El diseño implica considerar aspectos como la usabilidad, la ergonomía, la estética, la sostenibilidad y la accesibilidad. (2) Acabado de productos: Ramos (2021), contrastó que el

acabado de productos es el último acto de amor que se le brinda a un objeto, donde se pone especial atención en los detalles para lograr la perfección estética y funcional. En resumen, la importancia del acabado de productos como una etapa final en la que se dedica atención meticulosa a los detalles para alcanzar la perfección estética y funcional del objeto.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Esta investigación es de enfoque cuantitativo y de tipo básica. De acuerdo con Sampieri (2021), determinó que la investigación es examinar la relación que tienen dos a más variables. En este aspecto, se procuró medir y analizar la conexión entre el antidumping y el nivel de productividad sobre la textilería ubicada en Gamarra durante el período de 2017 a 2021.

El enfoque cuantitativo permitió obtener datos numéricos precisos que a su vez permitirán realizar análisis estadísticos para examinar la conexión entre las variables y avalar nuestras conclusiones. A través de esta investigación, se pretendió contribuir al conocimiento y comprensión de la relación entre el Antidumping y la productividad en el contexto textil de Gamarra. (Arias, 2021)

3.1.2 Diseño de investigación:

Esta investigación es de tipo no experimental, porque dichas variables no son manipulables, Se utiliza un diseño de investigación cuantitativo. Kerlinger y Lee (2017) las investigaciones no experimentales son investigaciones empíricas y sintéticas en una observación directa entre las variables independientes, ya que su ocurrencia o manipulación ha tenido lugar en la naturaleza.

Transversal: Arias (2021) indica cómo mostrar colección información sobre un tiempo específico, excepto que se proporciona solo una vez, esto se describe a lo largo de la investigación

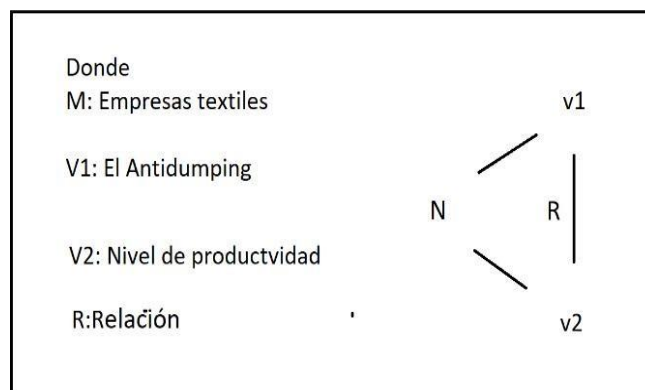
En este estudio, se emplean métodos correlacionales con el fin de estudiar la conexión que existe entre dos o más conceptos. Estos métodos permiten identificar categorías o variables dentro de la muestra o un texto específico. (Hernández, et. al.,2014).

La investigación fue descriptiva, Guevara et al. (2020) refirió que su objetivo principal es la indagación y la explicación de características relevantes de conjuntos similares de fenómenos. Esto se logra mediante la utilización de procedimientos

sistemáticos que aprueban el estudio del comportamiento de los fenómenos en cuestión. En resumen, esta investigación se enfoca en hechos concretos y se caracteriza por una interpretación adecuada de los mismos.

Figura 1:

Diseño metodológico



Elaboración propia del grupo

3.2. Variables y operacionalización

“Las variables son atributos que pueden tomar diferentes valores dentro de un conjunto determinado, y su cambio o variación puede ser cuantificable” (Grau,2017, p.93). “La operacionalización agiliza el proceso de medición lo que hace que sea más precisa y confiable, lo que lleva a completar con éxito la investigación “. (Córdova, Ávila u Bauce, 2018, p.54)

- Variable Independiente: El Antidumping
- Variable Dependiente: Nivel de productividad

Definición operacional de la variable Antidumping: Se refiere a una situación de discriminación de precios a nivel global, donde el valor de un producto, cuando se calcula en el país importador, es considerablemente inferior al precio al que se vende ese mismo producto en el mercado del país de origen. Las dimensiones son: precio, mercado y políticas arancelarias.

Definición operacional de la variable Nivel de productividad: Es una acción que se realiza para lograr cumplir un objetivo de las empresas, determinando un indicador que se encarga de llevar a cabo de cuanto son las cantidades que se llega a producir en dicha elaboración. Las dimensiones son: producto, infraestructura e innovación.

Indicadores de la variable Antidumping: Oferta, unidades monetarias, consumidores reales, consumidores potenciales, comercialización de productos y condiciones económicas.

Indicadores del Nivel de productividad: Calidad, área de ventas, actividades de equipamiento bienes y servicios, renovación y mantenimiento, actividades de innovación, diseño y acabado del producto.

Escala de medición: Se analizó a través de la medición ordinal con escala de Likert, asignando un valor numérico a cada opción: Siempre (5), Casi siempre (4), Algunas veces (3), Casi Nunca (2), Nunca (1)

Operalización de variables

Tabla 1.

O. Variable El Antidumping

Variable	dimensiones	ítems	Escala (Likert)
El Antidumping	precio	1,2,3,4	siempre Casi siempre Algunas veces Nunca Casi nunca
	mercado	5,6,7,8	
	Políticas arancelarias	9,10,11	

Tabla 2

O. Variable Nivel de Productividad

Variables	Dimensiones	Ítems	Escala (Likert)
Nivel de productividad	Producto	1,2,3	siempre
	Infraestructura	4,5,6	Casi siempre
	innovación	7,8,9	Algunas veces
			Nunca
			Casi nunca

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

Se determino a 380 empresarios de Gamarra. Se determinó que la población serán solamente empresarios en el rubro textil. La población se refiere al número total de personas o cosas que comparten características similares y que son objeto de estudio con el propósito de identificar diferencias significativas. (Bernal ,2017)

El centro comercial Gamarra, se encuentra localizado en el distrito de La Victoria, cuenta con alrededor de 24 mil establecimientos, de los cuales 15.527 están especializados en la industria textil, lo que corresponde al 65% del total de unidades económicas, (INEI ,2017).

En el contexto de este estudio, se llevó a cabo una investigación con el objetivo de obtener datos precisos sobre la cantidad de comerciantes incluidos en la unidad de estudio, se procedió a realizar una consulta a los representantes de la Municipalidad de La Victoria. El objetivo fue obtener información fiable acerca del número de empresas textiles. Durante la visita, se obtuvo la oportunidad de reunirse con la directiva quien está a cargo de la contabilidad de las empresas formales en el sector textil de la zona. De acuerdo a los datos presentados se obtuvo un total de 32 mil empresas dedicadas al sector textil.

Sin embargo, debido a los impactos de la pandemia, muchas empresas tuvieron que cerrar. En el año 2019, después de la pandemia, se logró observar una disminución en la cantidad de empresas, alcanzando un total de 22'000 en el Emporio de Gamarra. Actualmente, la cifra ha aumentado nuevamente y se estima

que hay 24 mil emporios comerciales en el rubro textil en la zona. Estos datos proporcionados por la Municipalidad de La Victoria fueron de gran relevancia para la presente investigación, ya que permitieron conocer el tamaño de la población de empresas textiles en el Emporio C.G y establecer el marco de referencia para la unidad de investigación.

La aplicación de criterios ha permitido identificar a todos los individuos que cumplen con el requisito que formarán parte del tema de análisis, Quispe (2021) tener en claro los criterios para que se pueda procesar y elegir correctamente como una guía para los investigadores y así minimiza los errores y garantiza realmente.

- ✓ **Criterios de inclusión:** trabajadores del área administrativa de la textilería de Gamarra, de las empresas formales y actividades operativas dedicadas a la industria textil.
- ✓ **Criterios exclusión:** No se tomaron en cuenta a los comerciantes informales tampoco se tomaron en cuenta, así como a las empresas informales que no han sido registradas públicamente.

3.3.2. Muestra

Dada la siguiente investigación, la técnica será realizada con los empresarios de las empresas textiles de Asociación de confeccionistas del sector textil en Gamarra, para ello se realizaron las siguientes fórmulas para obtener el tamaño de la muestra.

Sabino (2018) define que la muestra solo es una porción representativa de un conjunto más grande, que es la población, y tiene características propias. Por lo general una población es igual en la medida que sus miembros tienen una igualdad entre sí en cuanto a sus características.

Para obtener la muestra finita se determinó un conjunto de procedimientos que se aplican con el objetivo de calcular la cantidad adecuada de individuos que deben participar en una investigación limitada. La muestra es una agrupación de

ciertas operaciones que se dan para poder realizar o estudiar distribuciones y determinados caracteres de la totalidad de una población. (Tamayo 2021, p.176).

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{e^2} + \frac{Z^2 P (1 - P)}{e^2}$$

N= El tamaño poblacional es 380 empresarios en el emporio comercial de Gamarra

Z= Confianza 1.96

P= Proporción es de 0.5

e= Precisión o error máximo 0.05

n= Tamaño de muestra

3.3.3. Muestreo

Censal es una estrategia empleada cuando resulta impracticable realizar un censo completo debido al tamaño de la población. En lugar de encuestar a todos los individuos, se elige una muestra representativa que permita obtener conclusiones válidas acerca de la población en general.

Arias (2021) señala que el muestreo censal implica el cálculo de una muestra adecuada para aplicar una encuesta. Se aplico métodos estadísticos para que el modelo sea característico de dicha población objetivo en términos de sus relevancias particulares.

Al aplicar el muestreo censal, se elige una muestra que refleje las características y la diversidad de la población en estudio de manera proporcional. Para determinar la muestra se tiene que examinar la dimensión de la población, como también las características demográficas, geográficas y otras variables relevantes. De esta manera, se busca asegurar que la muestra refleje de manera adecuada las cualidades de la población.

En resumen, el muestreo censal es una técnica que permite obtener conclusiones válidas sobre una población total cuando esta es demasiado grande para realizar un censo completo. Al utilizar una muestra representativa y realizar cálculos adecuados, se obtienen resultados que tienen la capacidad de ser extrapolados y generalizados a la población en su totalidad.

3.3.4 Unidad de análisis

Se emplea la recopilación de datos, elementos y los indicadores como sustitutos de las variables que el investigador pretende medir. Estos elementos son seleccionados en función del nivel de frecuencia que se desea investigar. La recopilación de datos es un proceso esencial en la investigación, ya que permite obtener información relevante y significativa para abordar las preguntas de investigación planteadas. En lugar de medir directamente las variables de interés, se utilizan indicadores o elementos que se consideran representativos de dichas variables.

La selección de los indicadores o elementos se basa en la comprensión teórica y conceptual del fenómeno estudiado, así como en la disponibilidad y accesibilidad de los datos. Estos indicadores deben ser capaces de proporcionar información válida y confiable sobre las variables que se desean medir. (Matas 2018, p. 38-47).

3.4. Técnicas y instrumentos de recolección de datos

En este estudio, se utilizó un cuestionario como medio de recolección de datos. el cual consistió en una serie de preguntas cuidadosamente diseñadas para obtener información precisa sobre las variables implementadas en esta investigación.

En cuanto al tipo de instrumento, el cuestionario se puede clasificar como un instrumento de medición de escala ordinal. Las preguntas del cuestionario se estructuraron utilizando una escala de Likert, donde los participantes debían seleccionar una opción en una escala que iba desde Siempre (5), Casi siempre (4), Algunas veces (3), Casi Nunca (2), Nunca (1) Esta escala permite obtener una

medida de la actitud o percepción de los participantes en relación con los conceptos abordados en la investigación.

El uso de una escala ordinal en el cuestionario permite una clasificación ordenada de las respuestas, lo que facilita el análisis estadístico posterior. Además, este tipo de instrumento permite capturar diferentes niveles de acuerdo o frecuencia en las respuestas, lo que proporciona mayor precisión en la medición de las variables de interés.

Es importante mencionar que el diseño y estructura específica del cuestionario utilizado en esta investigación fue validado previamente en la literatura académica y adaptado al contexto del estudio para asegurar su confiabilidad y validez en la recopilación de datos.

El instrumento consiste en realizar ciertas cantidades de preguntas que sean claras y precisas, y sus respuestas sean igual a las informaciones obtenidas. Según Cisneros, A (2022). Se señala que las técnicas utilizadas en la investigación varían según el estudio, el objetivo y el uso que se le dará a la técnica seleccionada. En la mayoría de los casos, tanto en investigaciones cuantitativas como cualitativas, el cuestionario es la técnica más ampliamente empleada. Este instrumento se diseña con una serie de preguntas específicas de acuerdo con los objetivos del investigador y desempeña un rol importante en la investigación (p. 1178).

En este estudio en particular, se hizo una serie de 20 preguntas y utiliza la escala de Likert para medir las respuestas. Según Arias (2019) La encuesta es un sistema que nos da información que implica seleccionar una muestra de entidades relacionadas con un tema específico. El encargado de la encuesta prepara de antemano un cuestionario que no causa cambios o perturbaciones en el entorno o fenómeno en el cual se recopila la información. (p. 73)

La información se presentó en forma de tripletas, gráficos, tablas o textos.

La validez de este proyecto de investigación será examinada por 3 expertos en validación de instrumentos en el tema. La validación de instrumentos es un

proceso crucial en la investigación, ya que permite garantizar la credibilidad y fiabilidad de los instrumentos utilizados para recopilar datos.

Al involucrar a expertos en la validación de instrumentos, se busca obtener una evaluación objetiva y rigurosa de los instrumentos utilizados en el estudio. Estos expertos poseen un conocimiento profundo en el tema y cuentan con la experiencia necesaria para analizar los instrumentos utilizados, identificar posibles sesgos o problemas metodológicos, y evaluar su adecuación para medir las variables de interés.

La participación de estos expertos contribuye a fortalecer la validez del estudio, ya que su evaluación y aprobación brinda respaldo a la calidad de los instrumentos utilizados. Esto a su vez aumenta la confianza en los hallazgos obtenidos y las conclusiones extraídas de esta investigación.

Tabla 1: Cuadro de Validez

NOMBRE DEL VALIDADOR	GRADO	PORCENTAJE
Mg. Quispe Medina, Víctor	Formulación, E.G de Proyectos de Inversión	70%
Dr. Pasache Ramos, Máximo Fidel	Ingeniero economista	85%
Armando Leiva Tarazona	Economista	75%

Baptista (2021) señala que la confiabilidad del instrumento de medición puede ser evaluada utilizando diferentes métodos, siendo uno de los más utilizados el coeficiente Alpha de Cronbach. Este coeficiente representa una medida de consistencia interna que refleja la confiabilidad del instrumento al medir un constructo específico. Se basa en la correlación entre los diferentes ítems o preguntas del instrumento y proporciona una estimación de la consistencia de las respuestas obtenidas. Un valor de Alpha de Cronbach cercano a 1 indica una alta

confiabilidad del instrumento, mientras que valores más bajos sugieren una menor consistencia interna.

3.5. Procedimiento

En el marco de esta investigación, se implementó un método estructurado para recopilar información de manera sistemática, que constó de varias etapas y la participación de diferentes personas. A continuación, se detalla el procedimiento utilizado:

Definición de fuentes confiables: Se estableció una selección de bibliotecas virtuales, repositorios virtuales, tesis, revistas y artículos. Esto garantizó la obtención de información verídica y precisa.

Búsqueda y recopilación de literatura: Se llevó a cabo una exhaustiva investigación en diversas fuentes seleccionadas, con el uso de palabras relacionadas con el tema bajo investigación. La búsqueda se dividió en varias etapas con el objetivo de obtener una amplia variedad de información relevante. Se accedió a literatura pertinente a través de datos académicas y búsqueda especializados.

Evaluación de la cantidad de información: se realizó una evaluación crítica de los recursos obtenidos para determinar su relevancia y calidad. Se tuvieron en cuenta factores como la reputación de las fuentes, la autoridad de los autores, el rigor del proceso de revisión y la relevancia de las indagaciones.

Extracción y organización de datos: Se extrajeron los datos relevantes de los recursos seleccionados y se organizaron en función de su pertinencia para el tema de investigación. Se utilizaron herramientas como resúmenes, tablas y citas bibliográficas para capturar la información esencial.

Análisis y síntesis de la información: Se realizó un análisis detallado de los datos recopilados para identificar patrones, tendencias y relaciones entre los diferentes hallazgos. La información se sintetizó de manera coherente y se establecieron conexiones con otros temas de investigación para obtener un conocimiento amplio.

Los elementos necesarios para la toma de información incluyen acceso a bibliotecas virtuales y repositorios, herramientas de búsqueda en línea, criterios de selección y evaluación de fuentes, así como habilidades de análisis y síntesis por parte del equipo de investigación.

En esta investigación, se siguió un procedimiento estructurado para la recopilación de información, el cual comprendió diversas etapas y contó con la participación de distintas personas. A continuación, se describe detalladamente el procedimiento utilizado:

Selección de fuentes confiables: Se realizó una cuidadosa selección de bibliotecas virtuales, repositorios virtuales, tesis, revistas y artículos indexados provenientes de fuentes reconocidas y confiables en el ámbito académico. Esto aseguró la obtención de información verídica y precisa.

Se llevó a cabo una exhaustiva búsqueda en las fuentes seleccionadas utilizando términos clave relacionados con el tema de investigación. Esta búsqueda se llevó a cabo en varias etapas para garantizar la inclusión de una amplia gama de temas relevantes. Se accedió a la literatura pertinente mediante el uso de bases de datos científicos y motores de búsqueda especializados.

Evaluación exhaustiva de los recursos recopilados para determinar su pertinencia y calidad. Se tuvieron en cuenta aspectos como la reputación de las fuentes, la autoridad de los autores, el riguroso proceso de revisión por expertos y la actualidad de la información.

Extracción y organización de datos: Se extrajeron los datos pertinentes de los recursos seleccionados y se organizaron de acuerdo a su relevancia para el tema de investigación. Se emplearon herramientas como resúmenes, tablas y citas bibliográficas para capturar la información esencial.

Análisis y síntesis de la información: Se realizó un análisis detallado de los datos recopilados con el objetivo de identificar patrones, tendencias y relaciones entre los diferentes hallazgos. La información fue sintetizada de manera coherente

y se establecieron conexiones con otros temas de investigación para obtener un conocimiento integral.

La recopilación de información fue realizada por un equipo de investigación compuesto por estudiantes especializados en el tema de estudio. Estos estudiantes recibieron supervisión y orientación por parte de los investigadores principales, quienes son expertos en el campo de estudio. El equipo de investigación se reunió regularmente para discutir el progreso, intercambiar ideas, asegurar la calidad y consistencia de la información recopilada.

Los elementos necesarios para la toma de información incluyeron el acceso a bibliotecas virtuales y repositorios, herramientas de búsqueda en línea, criterios de selección y evaluación de fuentes, así como habilidades de análisis y síntesis por parte del equipo de investigación.

3.6. Método de análisis de datos

Se empleó el método científico para abordar la problemática relacionada con el Emporio comercial de Gamarra y buscar una solución. La obtención de información se realizó mediante la aplicación de un cuestionario utilizando una escala de Likert. Los datos recopilados fueron procesados utilizando el software Microsoft Office Excel y posteriormente analizados con SPSS V25.

Para analizar la relación entre las medidas antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles, se aplicaron técnicas estadísticas adicionales. Se llevó a cabo un análisis de varianza (ANOVA) con el propósito de evaluar la existencia de diferencias significativas en la productividad entre dos grupos de empresas: aquellas que estaban sujetas a medidas antidumping y aquellas que no lo estaban.

Adicionalmente, se realizó un análisis de regresión utilizando un árbol de regresión con el fin de examinar la influencia de distintas variables en la productividad de las empresas textiles. Esto permitió identificar qué factores tienen mayor impacto en la productividad y cómo se relacionaban con las medidas antidumping.

El uso de estas técnicas estadísticas proporcionó una mayor comprensión de la relación entre las medidas antidumping, la productividad y otras variables relevantes en el contexto del Emporio comercial de Gamarra.

3.7. Aspectos éticos

Se siguió rigurosamente los códigos éticos establecidos por la Universidad César Vallejo para garantizar el respeto y protección de los derechos de los participantes involucrados en el estudio. Se emplearon métodos científicos rigurosos en todas las etapas de la investigación, desde el análisis de los resultados hasta el diseño del estudio.

Durante el proceso de investigación, se utilizó en manual (APA 7) para desarrollar la narración de la investigación correctamente a los autores y asegurar la integridad académica del trabajo. Esto permitió reconocer y valorar la contribución de los estudios previos en el campo de investigación y mantener altos estándares de calidad en la presentación de referencias bibliográficas.

IV. RESULTADO

4.1. Análisis de confiabilidad del instrumento

V.1: El Antidumping

R. Procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	380	100.
	Excluido	0	,0
	Total	380	100.

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

Fuente: Elaboración propia del grupo

Tabla 1

Alpha de Cronbach V.1 El Antidumping

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,811	11

Fuente: Elaboración propia del grupo

Se emplearon 11 ítems del instrumento de investigación en una muestra de 380 empresarios textiles. Se estableció un nivel de confiabilidad del 95% y se obtuvo una precisión de 0,811, la cual supera el umbral mínimo aceptable de 0,7. Por lo tanto, podemos concluir que nuestro estudio es válido y se encuentra dentro de un rango favorable de precisión

Variable 2: Nivel de productividad

R. Procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	380	100.
	Excluido	0	,0

Total	380	100,
-------	-----	------

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

Fuente: Elaboración propia del grupo

Tabla 2

Alpha de Cronbach V.2 Nivel de productividad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,744	9

Se seleccionaron 9 ítems del instrumento de investigación y se aplicaron a una muestra de 380 empresarios textiles. El nivel de confiabilidad utilizado fue del 95%. Como resultado, se obtuvo una precisión de 0,744, la cual supera el valor mínimo aceptable de 0,7. Por lo tanto, podemos concluir que nuestro estudio es válido y se encuentra en un rango aceptable de precisión.

Resultados Globales: Variable El Antidumping e Nivel de productividad

R. Procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	380	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	380	100,0

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

Fuente: Elaboración propia del grupo

Tabla 3

Alpha de Cronbach de las V. 1Y 2 El Antidumping y Nivel de productividad.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,892	20

Fuente: Elaboración propia del grupo

El cuestionario se hizo con 20 ítems fue aplicado a una muestra de 380 empresarios, lo cual aseguró un nivel de confiabilidad del 95%. Los resultados obtenidos revelaron una precisión de 0,892, superando el umbral aceptable de 0,7. Por lo tanto, podemos afirmar que nuestro estudio es válido y se encuentra dentro de los límites aceptables.

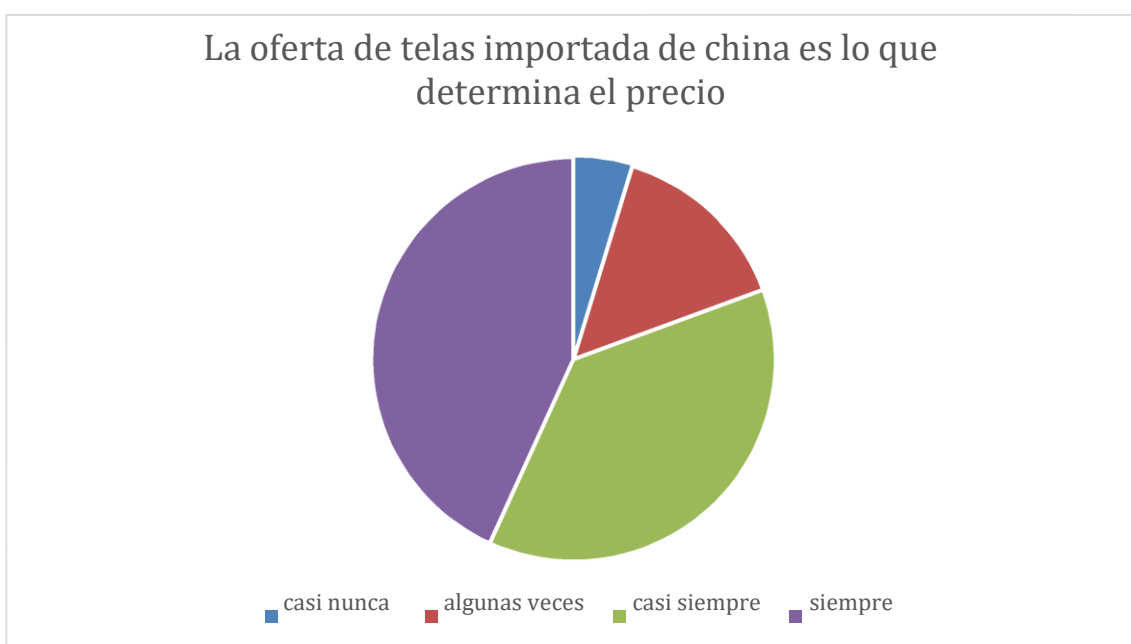
4.2 Tabla de frecuencia

Tabla 4

Indicador oferta y la variable El Antidumping.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	18	4,7	4,7	4,7
	Algunas veces	56	14,7	14,7	19,5
	Casi siempre	142	37,4	37,4	56,8
	Siempre	164	43,2	43,2	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 1: La oferta de telas importada de china es lo que determina el precio



En la tabla 6 y figura 1. El 43.16 % de los empresarios textiles indicaron que la oferta de telas importadas siempre determina el precio, 37.37% indicaron que casi siempre, 14.74% algunas veces y el 4,74% Casi nunca.

Tabla 5

Indicador unidades monetarias y la dimensión precio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	37	9,7	9,7	9,7
	Casi siempre	143	37,6	37,6	47,4
	Siempre	200	52,6	52,6	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 2: Las unidades monetarias a pagar son las correctas para las telas provenientes de china



Los empresarios indicaron que el 52,63% que las unidades monetarias a pagar de telas proveniente de china siempre son las correctas y el 37,63% casi siempre, el 10% marcaron algunas veces.

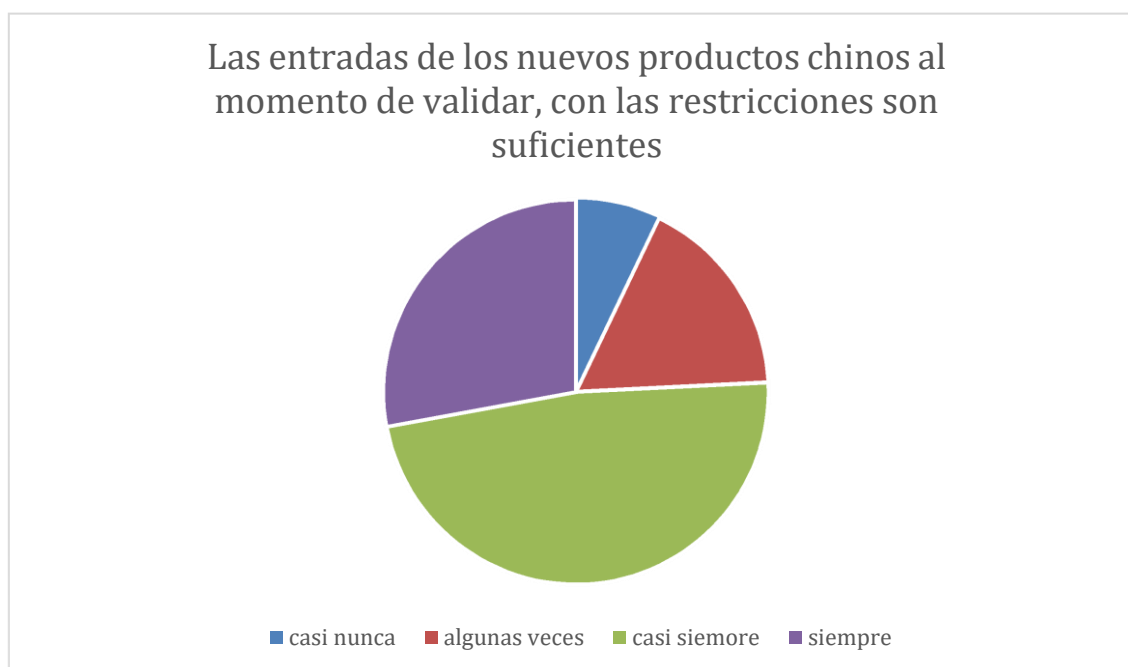
Tabla 6

Indicador entradas de nuevos productos y la dimensión precio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	27	7,1	7,1	7,1
	Algunas veces	65	17,1	17,1	24,2
	Casi siempre	182	47,9	47,9	72,1
	Siempre	106	27,9	27,9	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 3:

Las entradas de los nuevos productos chinos al momento de validar, con las restricciones son suficientes.



En el gráfico podemos apreciar que el 27,89% de las entradas de nuevos productos chinos de las restricciones que siempre es suficiente y el 47,89% casi siempre, el 17,11% determinaron algunas veces y el 7,11% marcaron casi nunca ante esta pregunta.

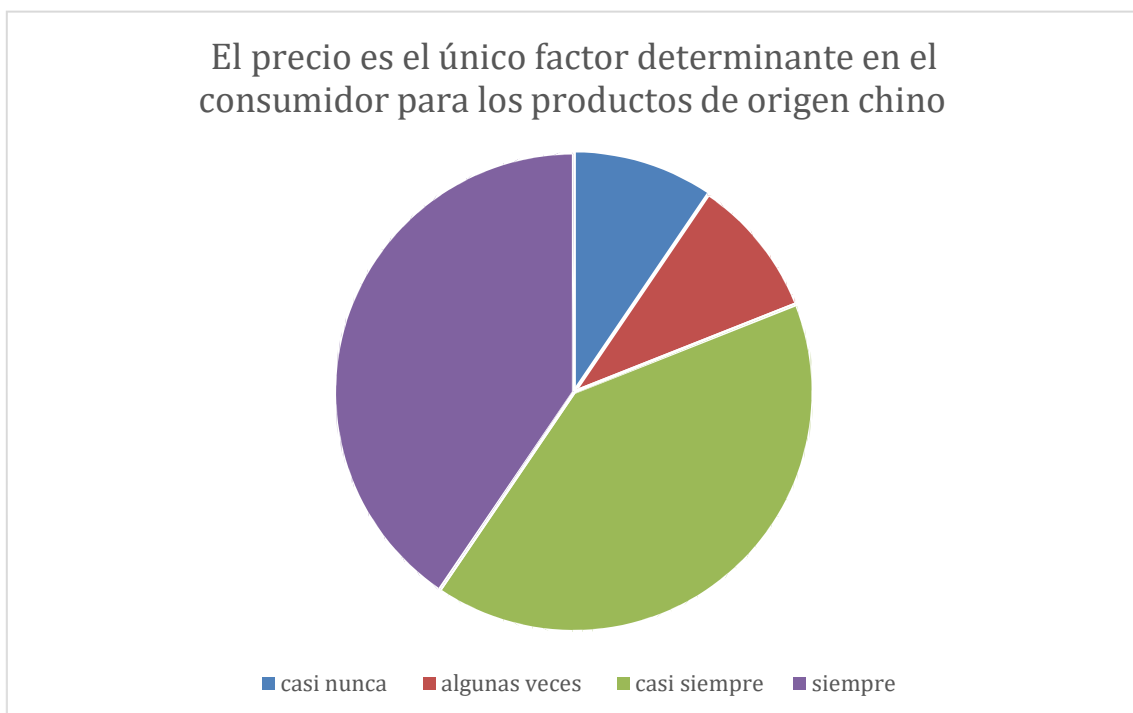
Tabla 7

Indicador factor determinante en los productos y la dimensión precio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	36	9,5	9,5	9,5
	Algunas veces	36	9,5	9,5	18,9
	Casi siempre	154	40,5	40,5	59,5
	Siempre	154	40,5	40,5	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 4

: *El precio es el único factor determinante en el consumidor para los productos de origen chino*



El 40,53% de los empresarios que se les cuestionó, indican que siempre y el 40,53% casi siempre, pero también podemos observar el 9,47% marcaron en desacuerdo y casi nunca, para ellos no es un factor importante.

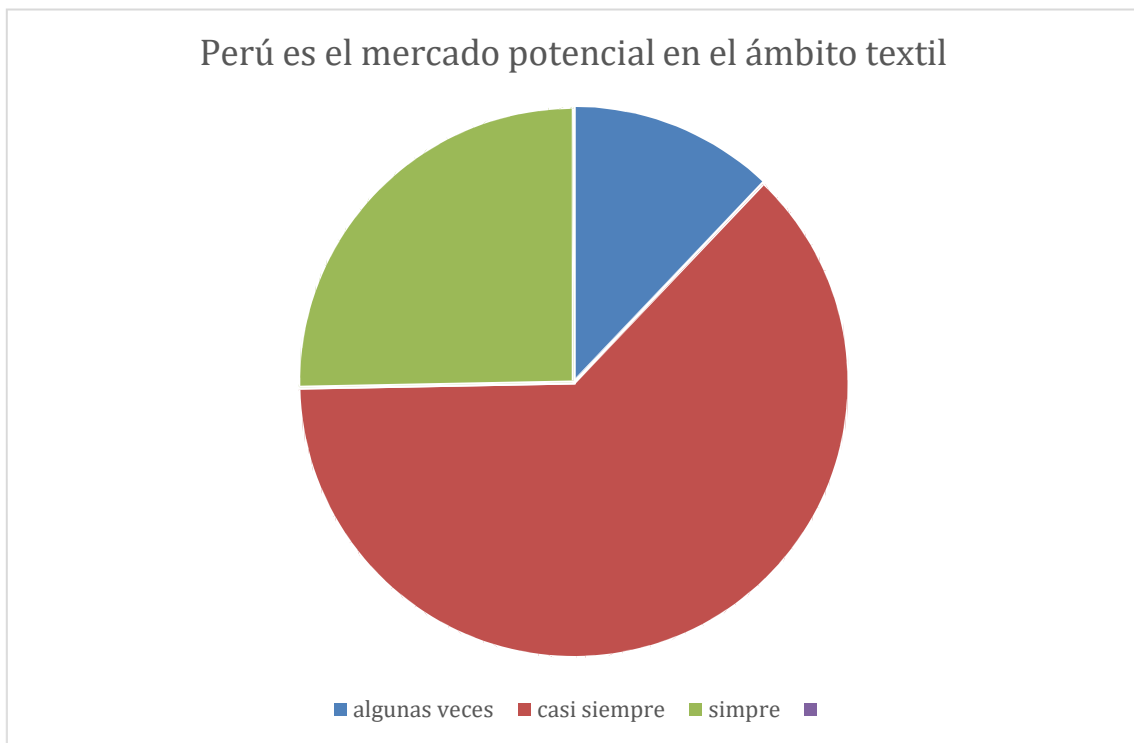
Tabla 8

indicador ámbito textil y la variable El Antidumping

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	46	12,1	12,1	12,1
	Casi siempre	238	62,6	62,6	74,7
	Siempre	96	25,3	25,3	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 5:

Perú es el mercado potencial en el ámbito textil



Se observa en el gráfico que el 12,11% de ellos es algunas veces, el 62,63% es casi siempre y el 25,26% consideraron que el Perú siempre es un mercado potencial.

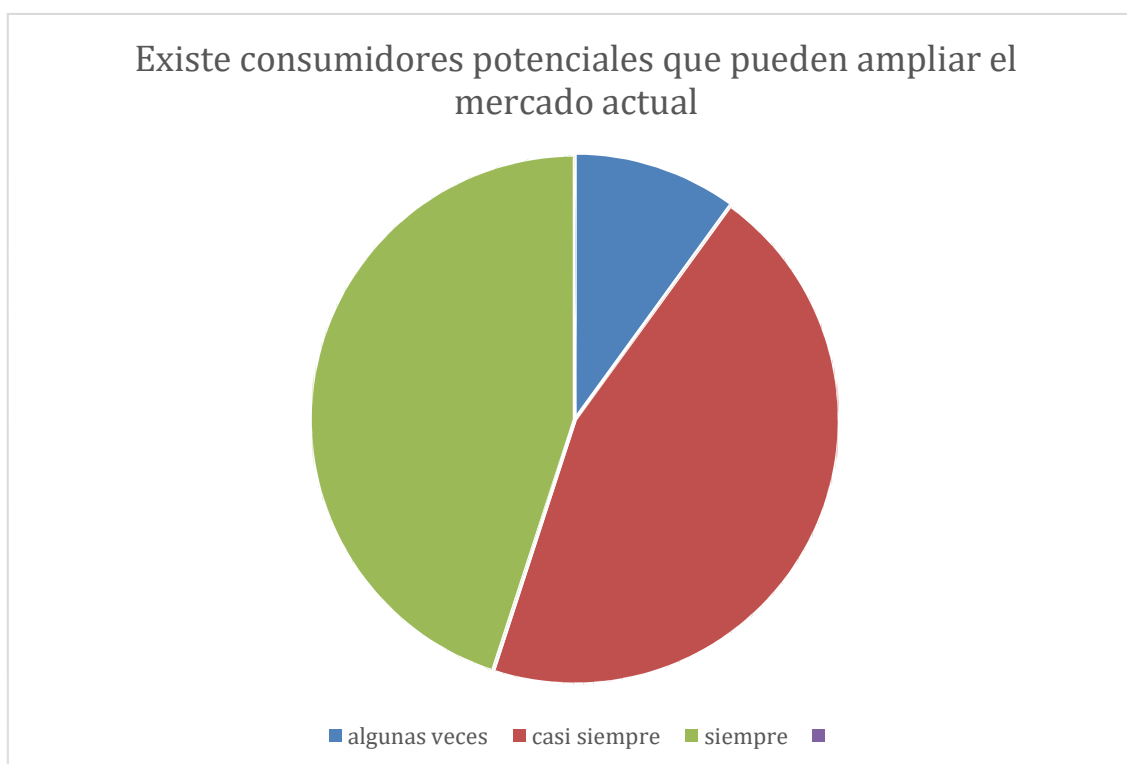
Tabla 9

indicador mercado actual y la dimensión mercado

		Frecuencia		Porcentaje	Porcentaje
			Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Algunas veces	38	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	171	45,0	45,0	55,0
	Siempre	171	45,0	45,0	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 6:

Existe consumidores potenciales que pueden ampliar el mercado actual



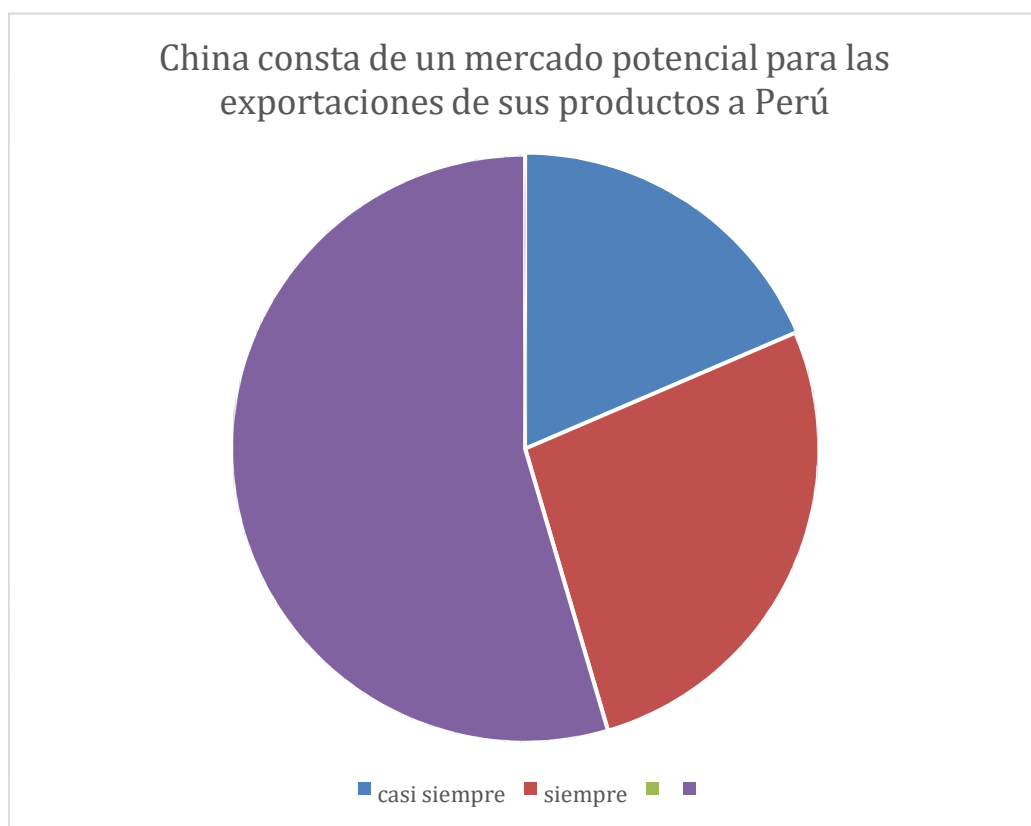
En este gráfico podemos observar que los empresarios el 45% de los encuestadores marcaron siempre y casi siempre el 45%, solo el 10% marcaron algunas veces en la pregunta.

Tabla 10
indicador mercado potencial y la dimensión mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	155	40,8	40,8	40,8
	Siempre	225	59,2	59,2	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 7:

China consta de un mercado potencial para las exportaciones de sus productos a Perú



Mediante la gráfica podemos apreciar que los empresarios dieron como resultado 59,21% que siempre los chinos constan de un mercado potencial y el 40,79% marcaron casi siempre.

Tabla 11

Indicador abastecimiento de productos y la dimensión mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	27	7,1	7,1	7,1
	Casi siempre	248	65,3	65,3	72,4
	Siempre	105	27,6	27,6	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 8:

Existe un mercado no abastecido en telas dentro del Perú



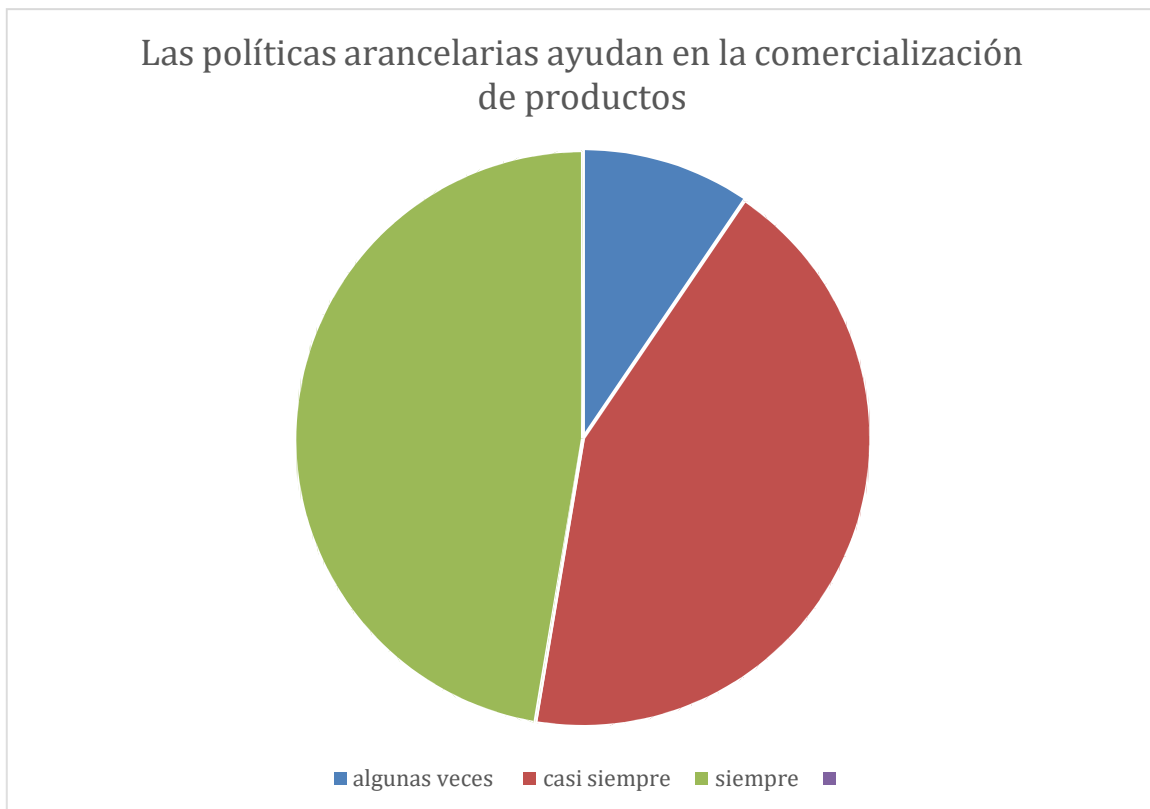
En el gráfico podemos apreciar que los empresarios indicaron el 27,63% que siempre existe un mercado no obstante de telas dentro del Perú y el 65,26% casi siempre y el 7,11% marcaron algunas veces.

Tabla 12

indicador comercialización de productos y la variable El Antidumping.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	36	9,5	9,5	9,5
	Casi siempre	164	43,2	43,2	52,6
	Siempre	180	47,4	47,4	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 9: *Las políticas arancelarias ayudan en la comercialización de productos*



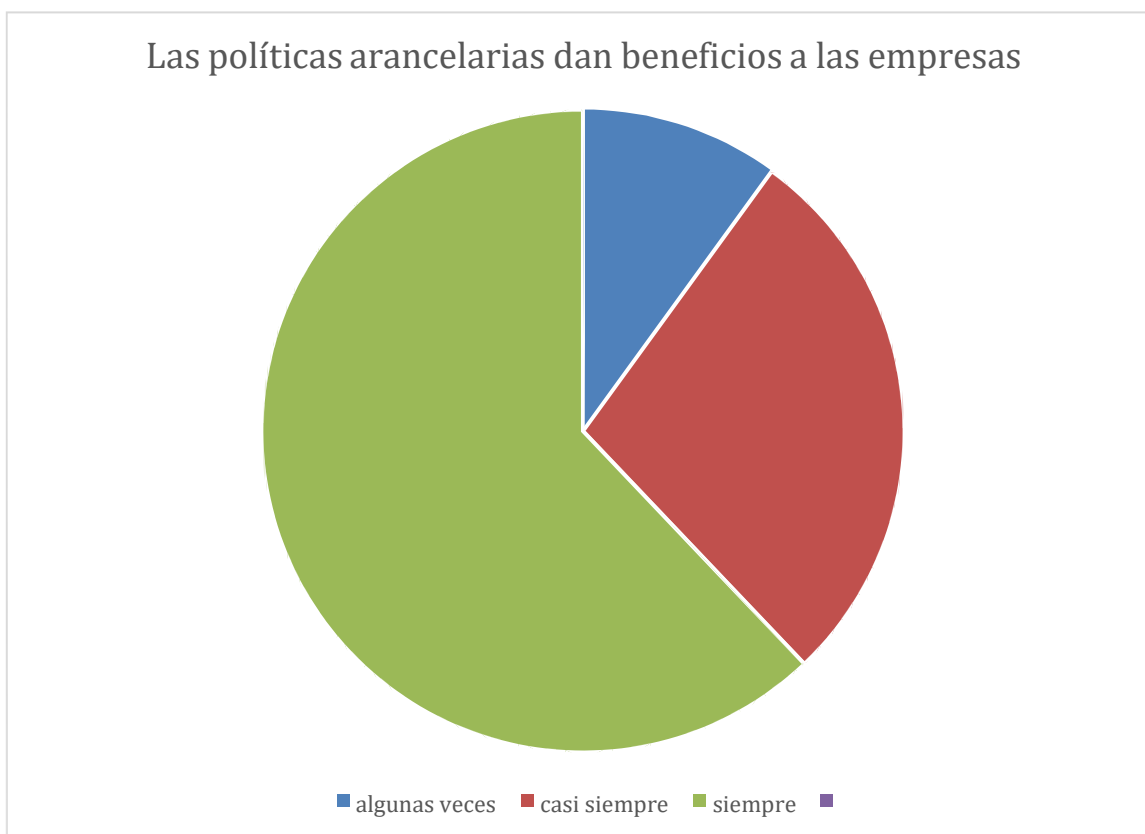
Los empresarios encuestados indicaron el 47,37% que siempre las políticas arancelarias ayudan en la comercialización de productos y el 43,16% casi siempre y el 9,47% marcaron algunas veces.

Tabla 13

indicador beneficios de las empresas y la dimensión políticas arancelarias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	38	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	106	27,9	27,9	37,9
	Siempre	236	62,1	62,1	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 10: *Las políticas arancelarias dan beneficios a las empresas*



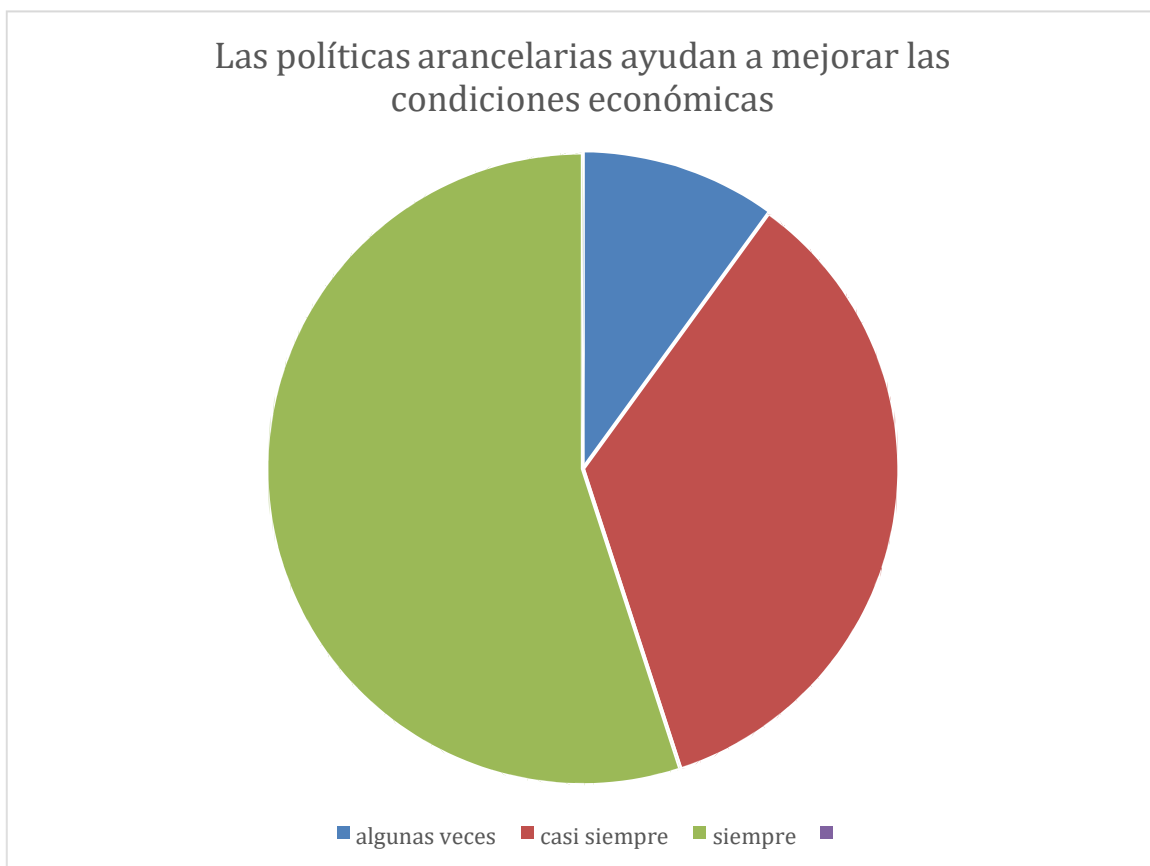
De acuerdo al gráfico de barras se verifica que el 62,11% que las políticas arancelarias siempre dan beneficios a las empresas y el 27,89% casi siempre y el 10% marcaron algunas veces.

Tabla 14

indicador condiciones económicas y la dimensión política arancelarias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	38	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	133	35,0	35,0	45,0
	Siempre	209	55,0	55,0	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 11: *Las políticas arancelarias ayudan a mejorar las condiciones económicas*



Los empresarios indican el 55.00% que las políticas arancelarias siempre ayudan a mejorar las condiciones económicas y el 35,00% casi siempre y el 10% marcaron algunas veces.

Tabla de frecuencia - Nivel de productividad

Tabla 15

indicador buena calidad y la variable Nivel de productividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	37	9,7	9,7	9,7
	Casi siempre	143	37,6	37,6	47,4
	Siempre	200	52,6	52,6	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 12: *Los productos peruanos son de buena calidad*



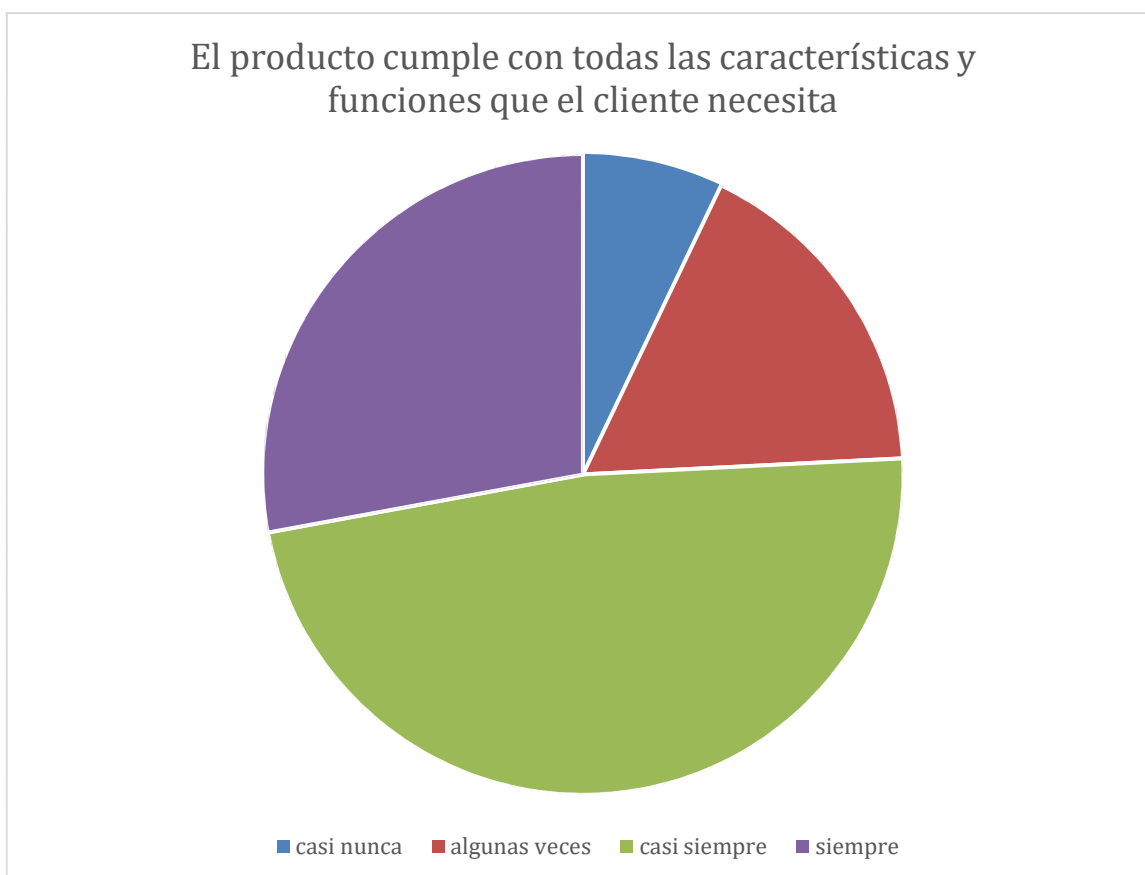
Los empresarios indicaron que los productos peruanos siempre son de buena calidad dando como resultado 52,63%, el 37,63% casi siempre y el 9,74% marcaron algunas veces.

Tabla 16

indicador productos que cumplen con las características y la dimensión del producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	27	7,1	7,1	7,1
	Algunas veces	65	17,1	17,1	24,2
	Casi siempre	182	47,9	47,9	72,1
	Siempre	106	27,9	27,9	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 13: El *producto cumple con todas las características y funciones que el cliente necesita*



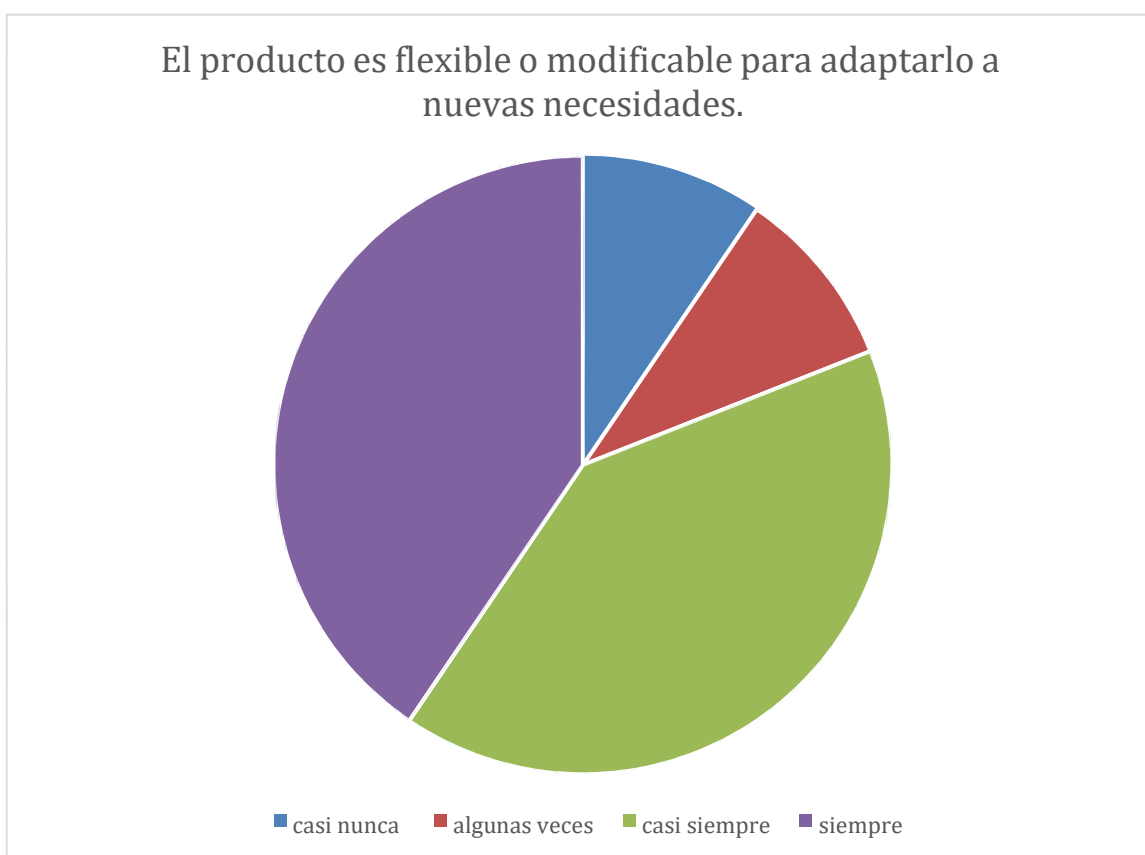
En el gráfico podemos observar que el 27,89% los productos siempre cumplen con todas las características a lo que necesita el cliente, 47,89% casi siempre, el 17,11% algunas veces y el 7,11% marcaron casi nunca.

Tabla 17

indicador productos flexibles o modificables y la dimensión producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	36	9,5	9,5	9,5
	Algunas veces	36	9,5	9,5	18,9
	Casi siempre	154	40,5	40,5	59,5
	Siempre	154	40,5	40,5	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 14: *El producto es flexible o modificable para adaptarlo a nuevas necesidades.*



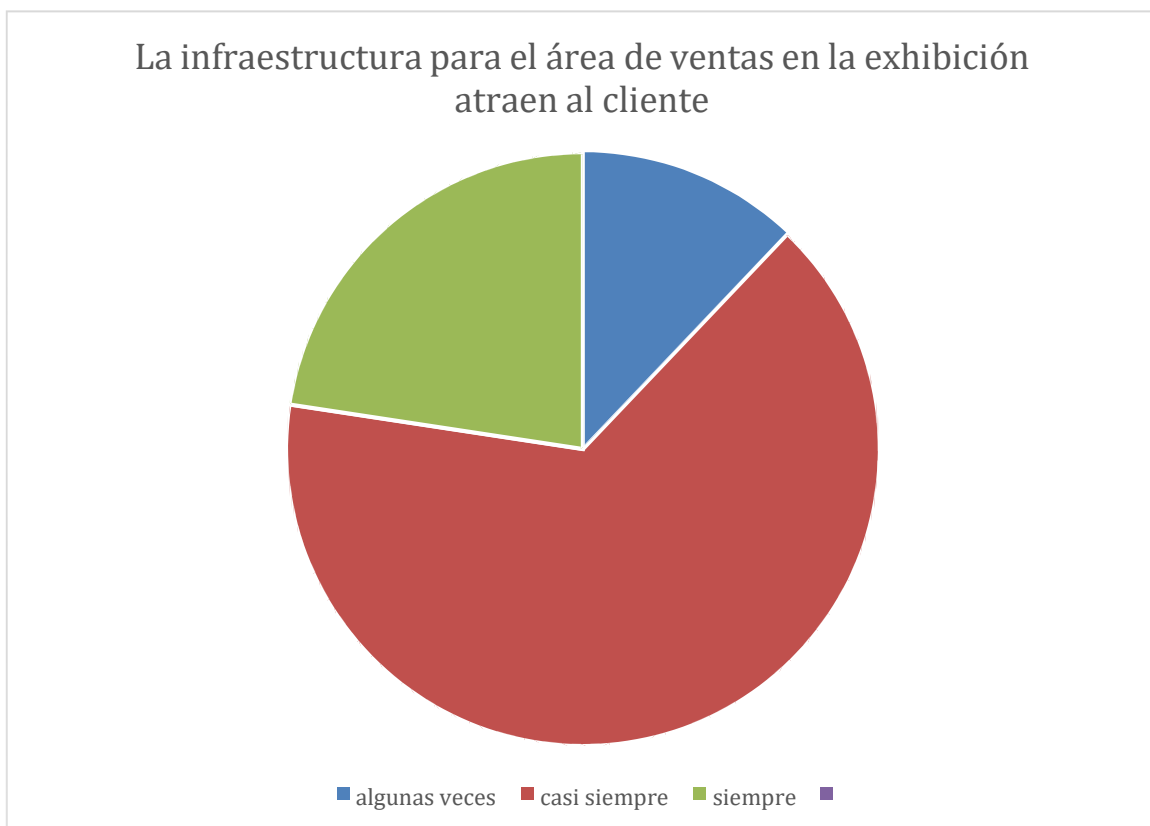
Según la figura se concreta que el 40,53% los productos siempre son modificables a las nuevas necesidades, 40,53% casi siempre, el 9,47% algunas veces y el 9,47% marcaron casi nunca.

Tabla 18

indicador área de ventas y la variable Nivel de productividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	46	12,1	12,1	12,1
	Casi siempre	248	65,3	65,3	77,4
	Siempre	86	22,6	22,6	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 15: *La infraestructura para el área de ventas en la exhibición atraen al cliente*



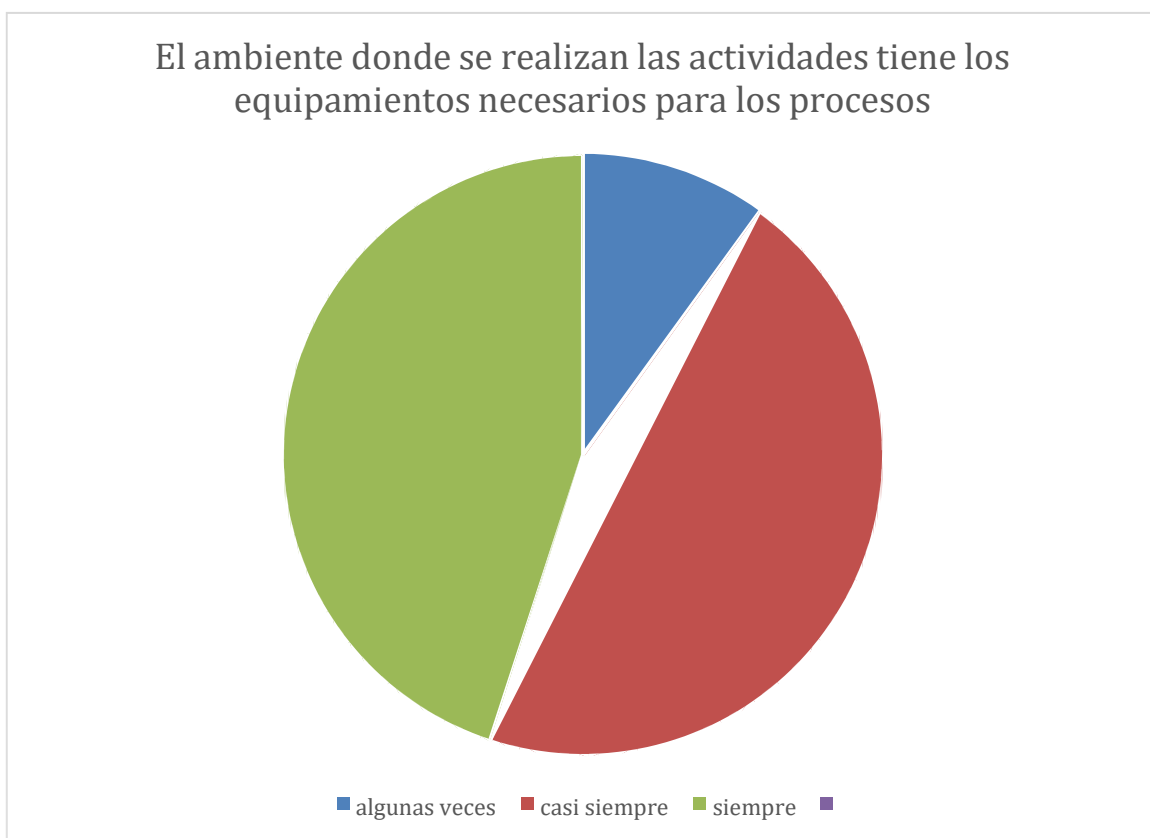
Podemos observar que el 22,63% las infraestructuras para el área de venta siempre atraen al cliente y el 65,26% casi siempre y el 12,11% marcaron algunas veces.

Tabla 19

indicador equipamientos para los procesos y la dimensión infraestructura

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	38	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	171	45,0	45,0	55,0
	Siempre	171	45,0	45,0	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 16: *El ambiente donde se realizan las actividades tiene los equipamientos necesarios para los procesos*



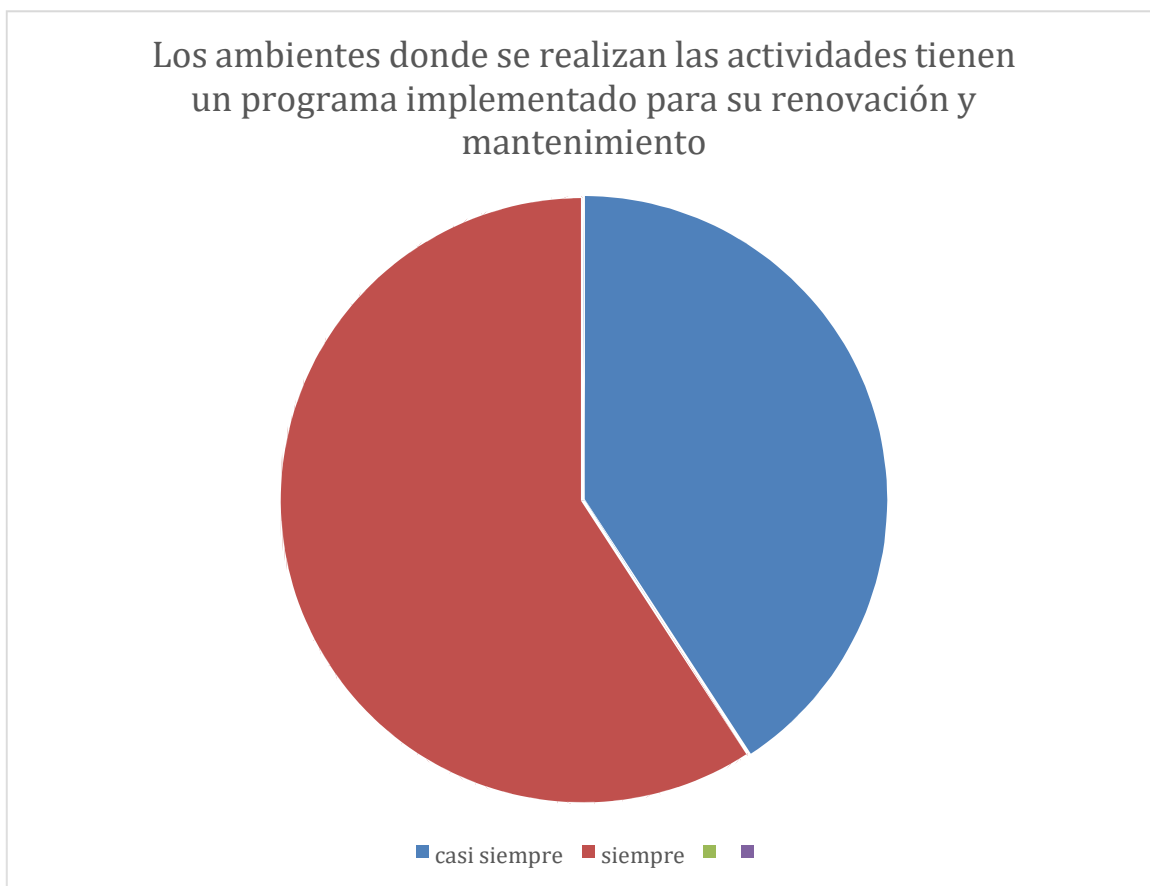
Se observa en el gráfico que el 45,00% los ambientes donde se realizan las actividades siempre cuentan con equipamientos necesarios, el 45,00% casi siempre y el 10% marcaron algunas veces.

Tabla 20

indicador implementación para su renovación y mantenimiento y la dimensión infraestructura

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	155	40,8	40,8	40,8
	Siempre	225	59,2	59,2	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 17: *Los ambientes donde se realizan las actividades tienen un programa implementado para su renovación y mantenimiento*



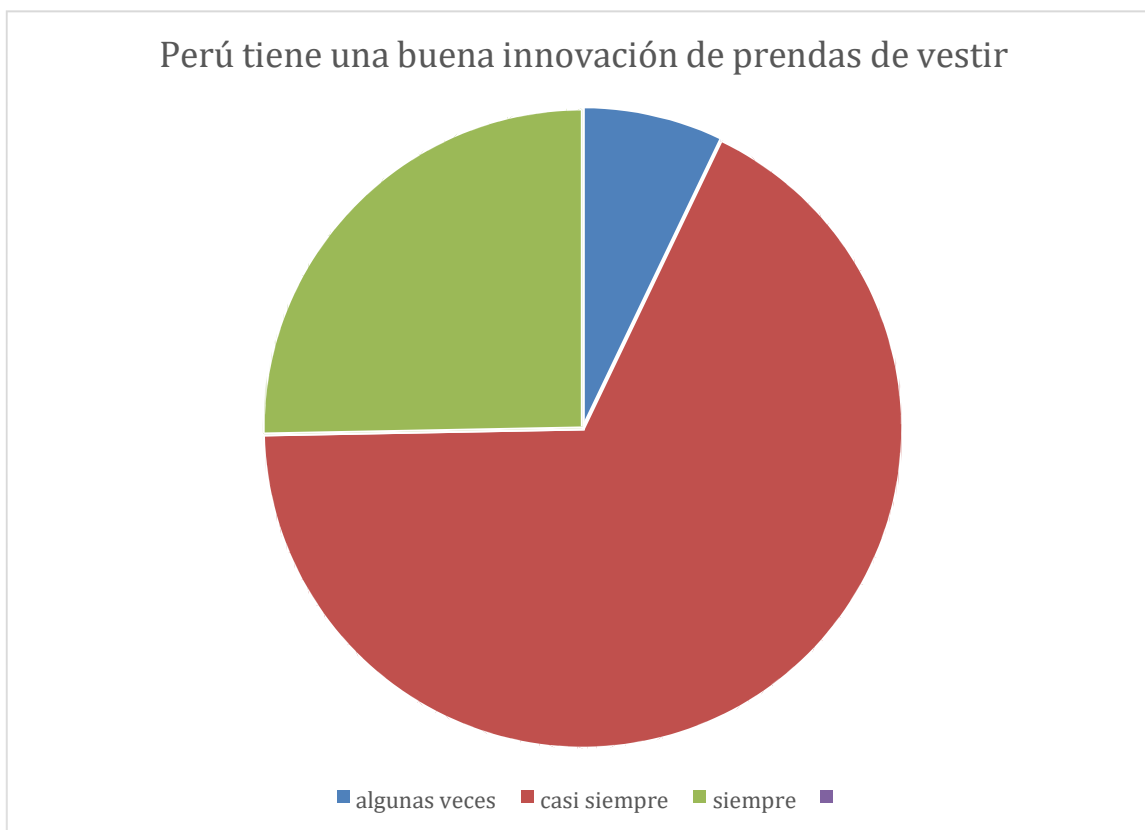
Los empresarios indicaron el 59,21% que los ambientes donde se hacen las actividades siempre tienen implementos para su renovación y mantenimiento, el 40,79% marcaron casi siempre.

Tabla 21

indicador buena innovación y la variable Nivel de productividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	27	7,1	7,1	7,1
	Casi siempre	257	67,6	67,6	74,7
	Siempre	96	25,3	25,3	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 18: *Perú tiene una buena innovación de prendas de vestir*



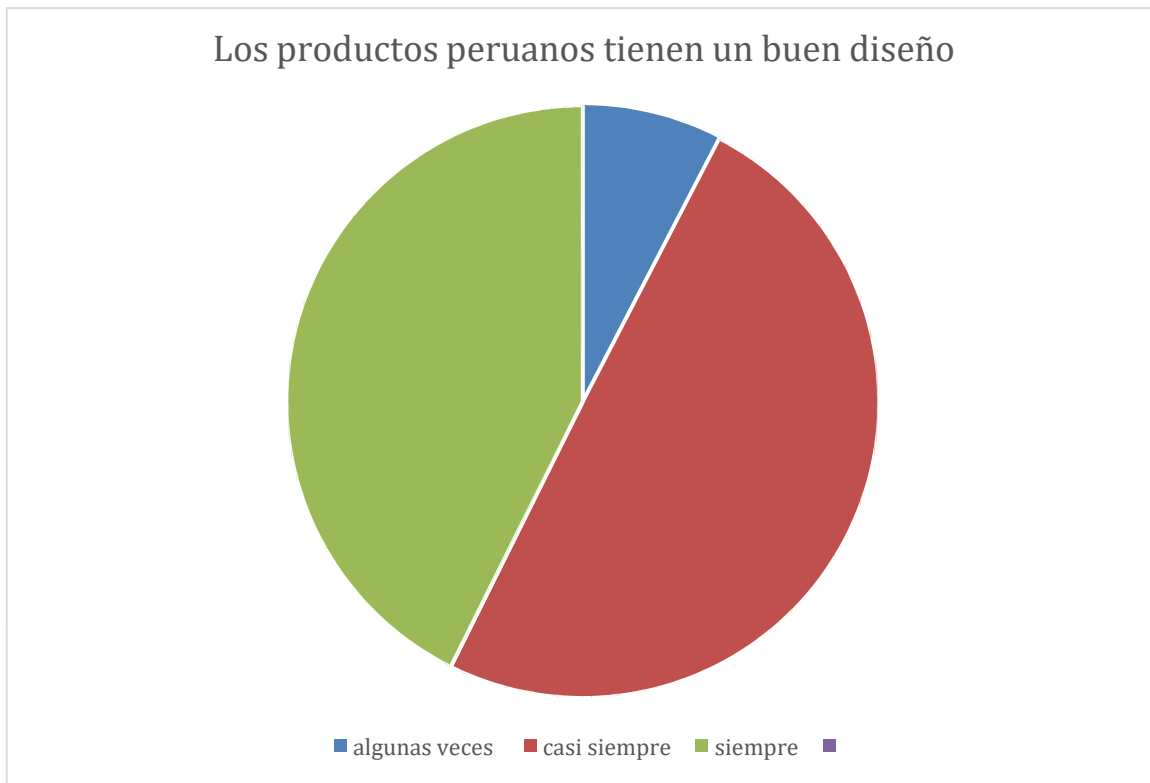
Como podemos observar el 25,26% los peruanos siempre tienen una buena innovación de prendas de vestir, el 67,63% casi siempre y el 7,11% marcaron algunas veces.

Tabla 22
indicador diseño y la dimensión innovación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	Algunas veces	29	7,6	7,6	7,6
	Casi siempre	189	49,7	49,7	57,4
	Siempre	162	42,6	42,6	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 19: *Los productos peruanos tienen un buen diseño*



Se observa que los empresarios indicaron el 42,63% que los productos peruanos siempre tienen un buen diseño, el 49,74% casi siempre y el 7,63% marcaron algunas veces

Tabla 23

indicador acabado de los productos y la dimensión innovación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	47	12,4	12,4	12,4
	Casi siempre	154	40,5	40,5	52,9
	Siempre	179	47,1	47,1	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Gráfico 20: *El acabado de los productos peruanos es minuciosamente detallado*



Como se observa en el gráfico el 47,11% indicaron que el acabado de los productos siempre es minuciosamente detallado, el 40,53% casi siempre y el 12,37% marcaron algunas veces.

4.3 Validación de Hipótesis

Prueba de normalidad

En el presente estudio, se utilizó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov para evaluar si la muestra de 380 empresarios cumple con una distribución normal. Esta prueba se emplea para determinar si los datos se ajustan a una distribución paramétrica o no paramétrica.

Cuando el valor obtenido es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, lo que indica que las variables y dimensiones no siguen una distribución normal ni asimétrica. En estos casos, se requiere utilizar una prueba no paramétrica para el análisis correspondiente.

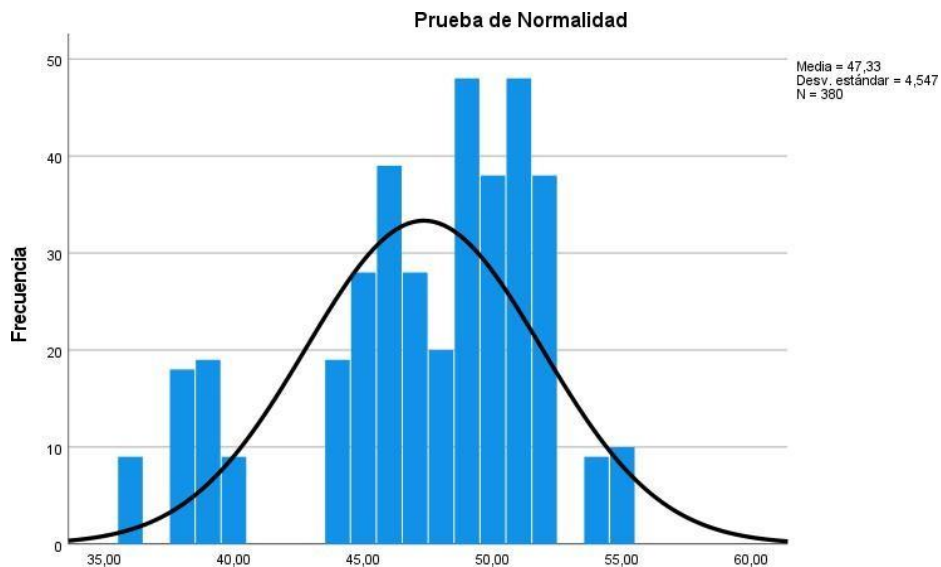
Tabla 24

Prueba de normalidad utilizando el Kolmogorov – Smirnov

	K	gl	Sig. ()
Variable 1. Antidumping	,146	380	.01
D1. Precio	,142	380	.01
D2. Mercado	,182	380	.01
D3. Políticas arancelarias	,243	380	.01
Variable 2. Nivel de productividad	,192	380	.01

Gráfico 21

Prueba de normalidad



En la tabla 24 y Figura 21, se realizó un análisis de normalidad en las variables y dimensiones relacionadas con el Antidumping, revelando una distribución no normal ($p\text{-value} = 0.001 < 0.05$). En consecuencia, se aplicó un método no paramétrico, específicamente el coeficiente de correlación de Rho-Spearman.

Prueba de la hipótesis general:

H1: El antidumping se relaciona con el nivel de productividad de las empresas textiles ,2017-2021.

H0: El antidumping no se relaciona con el nivel de productividad de las empresas textiles ,2017-2021.

N.C:95%

Significación:05.

Tabla 25

Correlación de S. de El Antidumping y Nivel de Productividad

			V1. Antidumping	V2. Nivel de productividad
Rho De Spearman	V1. El antidumping	Coeficiente de correlación	1,000	,910**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	380	380
	V2. Nivel de productividad	Coeficiente de correlación	,910**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	380	380

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

En relación a la hipótesis general, se pudo observar una C. Positiva muy fuerte entre las variables, ya que se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman (Rho) de 0.910. Además, la significancia fue de 0.000, lo cual es menor a 0.05, lo que implica que se acepta la hipótesis alternativa.

Prueba de Hipótesis Específica N°1:

H1: El precio se relaciona con el antidumping de las empresas textiles 2017-2021.

H0: El precio no se relaciona con el antidumping de las empresas textiles 2017-2021.

Es relevante destacar que la hipótesis alternativa debe presentar un valor inferior a 0,05 para ser considerada válida, lo que implica automáticamente el rechazo de la hipótesis nula.

N.C:95%

Significación:05.

Tabla 26

Correlación de Spearman de El antidumping y Precio

			ANTIDUMPING	PRECIO
Rho de	D1. Precio	Coeficiente de correlación	1,000	,813**
		Sig. (bilateral)	.	,000

Spearman	N	380	380
V1	Coeficiente de correlación	,813**	1,000
El Antidumping	Sig.(bilateral)	,000	
	N	380	380

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

Con respecto a la hipótesis específica N°1, Se observa que existe correlación positiva alta entre el precio y el antidumping, debido a que se halló un Rho Spearman = .813, asimismo, la significancia fue .000 < 0.05, indicando que se acepta la hipótesis alterna.

Prueba de Hipótesis Específica N°2:

H1: El mercado se relaciona significativamente con el antidumping de las empresas textiles del emporio comercial de Gamarra 2017-2021.

H0: El mercado no se relaciona significativamente con el antidumping de las empresas textiles del emporio comercial de Gamarra 2017-2021.

N.C:95%

Significación:05.

Tabla 27

Correlación de Spearman de El antidumping y Mercado

		ANTIDUMPING	MERCADO
Rho de Spearman	D2. Mercado	Coeficiente de correlación 1,000	,825**
		Sig. (bilateral)	.
		N	380
V1	El Antidumping	Coeficiente de correlación ,825**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	380

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

Con respecto a la hipótesis específica N°2, se observó una correlación positiva y significativa entre el mercado y las medidas antidumping, con un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.825 ($p < 0.05$). Estos resultados respaldan la aceptación de la hipótesis alternativa.

Prueba de Hipótesis Específica N°3:

H1: Las políticas arancelarias se relacionan con el nivel de productividad de las empresas textiles, 2017-2021.

H0: Las políticas arancelarias no se relacionan con el nivel de productividad de las empresas textiles,2017-2021.

Tabla 28

Correlación de Spearman de Nivel de productividad y Políticas arancelarias

			N. P	P. A
Rho de Spearman	D3. Políticas arancelarias	Coefficiente de correlación	1,000	,510**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	380	380
	V2. Nivel de productividad	Coefficiente de correlación	,510**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	380	380

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

Con respecto a la hipótesis específica N°3. Se encontró una correlación positiva moderada entre las políticas arancelarias y la productividad, con un coeficiente de correlación de Rho Spearman de .510 ($p < 0.05$). Estos resultados respaldan la aceptación de la hipótesis alternativa.

V. DISCUSIÓN

Es ver si existe relación entre antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra,2017-2021. Además, al determinare el alfa de Cronbach para ambas variables en conjunto, se obtuvo un valor de (0.910; sig=0,0000 < 0,01), lo cual indica un alto nivel de fiabilidad y confiabilidad de la encuesta. De acuerdo a ello se aprueba la hipótesis alterna general, mencionando: El antidumping se relaciona en el nivel de productividad de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra,2017-2021 Así mismo, la productividad depende de capa empresario para ofrecer productos de calidad, precios competitivos y una amplia variedad de opciones a los consumidores. Sin embargo, las prácticas de antidumping reducen la capacidad de los productos nacionales. Esto no solo afecta su capacidad de crecimiento y expansión, sino también su capacidad para el crecimiento económico local y nacional.

El resultado es semejante al encontrado por Huamán (2021) destacando la presencia de productos chinos en el mercado peruano y el impacto que esto puede tener en las industrias nacionales. Ambos mencionan la implementación de barreras comerciales para proteger a las industrias locales.

Por otra parte, Julca (2020) el resultado que obtuvo en su investigación, nos menciona si tiene un planteamiento tributario bueno, aumenta el crecimiento de la economía, permitiéndoles generar más ingresos a largo plazo. Además, les ayuda a difundir a difundir a distintos lugares, tanto por la calidad y por el producto. El correcto manejo de las obligaciones tributarias contribuye a adquirir medidas adecuadas para estimular y mejorar la productividad. Los recursos internos y externos, incluido el recurso humano, desempeñan un papel significativo. Esto lleva a muchas empresas, para que tengan un buen ingreso, una buena distribución, y teniendo un desarrollo para expandirse adecuadamente.

Hipótesis específica N° 1: Se muestra que el antidumping se relaciona en los precios de las empresas textiles de Gamarra,2017-2021, que sale como resultado (0.813, sig= 0,400<0,590) esto significa que concuerda entre el antidumping y el precio en las empresas textiles en el emporio comercial de gamarra,2017-2021. donde que el antidumping es una barrera comercial que favorece a los países, y retiene a exportar productos a un precio de fábrica y hace restricciones de mercaderías que tengan precios dumping.

El resultado semejante fue encontrado por Trujillo y Peña (2020) examinando la relación entre el riesgo del dumping y la competitividad, y los resultados mostraron una correlación negativa entre ellos, se determinó que muchas empresas tienen bajos ingresos, motivo a ello es el dumping, que esto ofrece un precio más bajo en el mercado extranjero de lo que se vendería en el mercado nacional, lo cual genera una competencia desleal. Además, el dumping tiene la facilidad de reducir producciones nacionales dando con un precio de fábrica a los mercados importadores, lo que impide que las empresas de Gamarra puedan expandirse y posicionarse de manera favorable en todos los lugares.

Por otro lado, Huamán (2021) obtuvo como resultado en su investigación que las importaciones a precios más bajos y sin restricciones significativas, como en el caso del dumping, generan preocupaciones en las industrias locales. Esta competencia desleal daría un ingreso económico bajo a muchas empresas nacionales para mantener altos niveles de productividad. Como respuesta a esta situación, los países suelen implementar barreras comerciales, tanto arancelarias como no arancelarias, para proteger a las industrias locales. Estas barreras pueden incluir la imposición de aranceles, cuotas de importación y regulaciones técnicas y sanitarias más estrictas para los productos importados. El objetivo de estas medidas es nivelar el campo de juego y garantizar que las empresas nacionales tengan una oportunidad justa de competir. Destacando que el uso de barreras comerciales es un tema controvertido que favorece a la economía al país destinado. Al implementar estas medidas, se busca proteger y desarrollar las industrias locales, pero también pueden llevar a una menor eficiencia económica y precios más altos para los consumidores.

Hipótesis específica N° 2: se evidencio que, si existe relación entre el antidumping y el mercado de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra, 2017-2021, con un valor moderado 0.825, por tanto, se observa que tiene una correlación moderada donde que el antidumping puede ayudar de manera positiva, esto tiene una correlación ya que el antidumping siempre va de la mano con el mercado

El resultado es semejante al encontrado por Tafur (2017) que en su investigación señala el dumping como desafío debido a la información imperfecta disponible. Aunque se ha buscado que las investigaciones antidumping sean justas, existe la

posibilidad de que se tomen decisiones sesgadas. Específicamente, en el caso de China como economía no de mercado, se menciona que ha reemplazado un sesgo de acuerdo al dumping (subestimación) con otro (sobreestimación). Además, destaca que las medidas antidumping pueden alterar significativamente los flujos comerciales bilaterales. El porcentaje de importaciones sujetas a medidas antidumping no es un indicador adecuado de los efectos de los derechos antidumping en el comercio. En cambio, se sugiere que una medida más apropiada es calcular el impacto de los derechos antidumping en los flujos comerciales bilaterales. El estudio muestra que la imposición de 21 derechos antidumping entre 1995 y 1998 provocó una disminución en los flujos comerciales entre China y la Unión Europea. Se estima que, sin la imposición de esos derechos, las exportaciones chinas a la UE habrían sido más de un 3% mayores durante ese período.

Por otro lado, Von (2017) en su artículo nos da a conocer que el dumping ha traído consigo un impacto negativo a muchas empresas, esto generalmente se establece a los productores fabricantes de textiles, las prendas nacionales a perdido su valor, dado a las importaciones que china brinda sus productos con un precio de fábrica llamado dumping.

Así mismo Portocarrero (2017) en los resultados arrojados en su investigación que Perú en el tratado de la TLC con china puede protegerse de manera efectiva contra las prácticas de dumping mediante la implementación de lineamientos y alternativas legislativas adecuadas. El estudio se centró en el análisis jurídico de por lo productos chinos de acuerdo a la resolución N°297 dado por el INDECOPI, examinando cómo estas sanciones pueden contrarrestar el impacto negativo del dumping en el sector textil de Gamarra. Además, se llevó a cabo un análisis comparativo de la legislación nacional e internacional relacionada con el dumping y las sanciones comerciales, con el fin de identificar mejores prácticas y enfoques. Por otra parte, destacaron la importancia de establecer medidas legales y regulatorias sólidas para proteger al sector textil peruano de las prácticas desleales de comercio, como el dumping. Las sanciones emitidas por INDECOPI a las exportaciones chinas se identificaron como una herramienta efectiva para contrarrestar el impacto negativo del dumping en el sector textil de Gamarra.

Hipótesis específica N° 3: Existe una relación entre el nivel de productividad y las políticas arancelarias en las empresas textiles del emporio comercial de Gamarra durante el período 2017-2021.

Para validar esta hipótesis, se encuestó a 380 empresarios dedicadas a la textilera de Gamarra. Se mostro una relación significativa entre las variables mencionadas anteriormente. Se visualiza que ahí una relación entre la política arancelaria y la productividad, que da como resultado Rh Spearman de 0.510 ($p < 0.05$), donde aquí se acepta la hipótesis alternativa.

Los hallazgos sugieren que las políticas arancelarias implementadas puedan dar un uso favorable a los productos de las empresas textiles. Es decir, cuando se establecen políticas arancelarias favorables, se observa el crecimiento económico en las empresas. Esto puede ser atribuido al estímulo de inversiones, la promoción de una competencia justa y la protección contra prácticas desleales como el dumping.

Es importante tener en cuenta que otros factores también pueden influir en la productividad de las empresas textiles, como la tecnología utilizada, la calidad y el buen trato. Sin embargo, estos resultados resaltan la importancia de implementar políticas arancelarias adecuadas que favorezcan un entorno propicio para el crecimiento y la mejora de la productividad en el sector textil de Gamarra.

Por otro lado, Puris (2018) en su investigación nos menciona que el crecimiento y desarrollo de Gamarra a perdido su valor de sus productos por las importados de China. Sin embargo, muchas empresas han logrado mantenerse a flote debido a su capacidad para adaptarse a las circunstancias y aplicar estrategias empresariales efectivas.

Estos hallazgos son relevantes en relación a nuestra investigación, ya que también hemos identificado la importancia de las políticas arancelarias en el sector textil y en el crecimiento de las economías. La competencia con los productos importados de China es un factor que puede influir en la necesidad de implementar políticas arancelarias adecuadas para proteger y promover el crecimiento de las empresas textiles locales. Respalando la idea de las entradas de productos chinos en Gamarra ha generado desafíos para las empresas locales, pero también resalta la importancia de las estrategias empresariales y las políticas arancelarias para mantener con un alto crecimiento.

Así mismo, Zavala (2021), en su investigación concluyó que las pequeñas y medianas empresas estudiadas experimentaron un impacto por el COVID-19 en términos de disminución de la demanda, ventas, productividad y rentabilidad. Estos resultados evidencian los desafíos significativos que enfrentan las empresas cuando se dio el Covid-19 adaptarse y buscar nuevas estrategias para mantenerse operativas y sobrevivir en un entorno incierto y en constante cambio. En este sentido, se destaca la implementación de nuevas modalidades de ventas, como ventas en línea, entrega a domicilio y adopción de plataformas de comercio electrónico, como una medida para adaptarse a las restricciones y cambios en el comportamiento del consumidor.

Entre las fortalezas, al optar por un diseño no experimental, se evitó cualquier tipo de intervención en las variables, lo que permitió evaluar la relación entre estas de manera natural.

VI. CONCLUSIÓN

1. Que la derogación de los derechos antidumping ha logrado que el sector textil peruano pueda competir de manera igualitaria con las importaciones de tejidos chinos, por lo que, de no seguir vigentes tales derechos, perjudicaron en gran manera a dicho sector. La entrada de las importaciones chinas con precio dumping no solo generaría estancamiento en el desarrollo de la rama productora nacional, sino que también una restricción en sus precios internos.
2. Se determinó que la industria textil en el nivel de la productividad China es mucho más grande que la del Perú, esto evidencia la importancia que se le da a la producción en dicho país, operando a través de economías de escala, permitiendo esto el incremento en su producción y la reducción en los costos de la misma.
3. Se llegó a determinar que el dumping fomenta la limitación en el desarrollo en las industrias textiles; no obstante, aparte del dumping también se llegaron a encontrar otros factores que afectan negativamente su libre funcionamiento, tales como; el incentivar a sus trabajadores, la buena organización empresarial y también se podrían citar a los compradores, los proveedores, los cuales también influyen fuertemente en el desarrollo empresarial.
4. Se concluye que el antidumping es una herramienta muy valiosa que sirve para poder mellar el efectivo nocivo que tiene la diferencia de precios dentro de una industria nacional e internacional. Nos da conocer de cómo ha afectado en la textilería peruana, generalmente en Gamarra.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que si en un futuro, se tratase la renovación del TLC con China, se pueda establecer de manera más enfática la defensa de los productos del sector textil peruano; de tal manera que se pueda evitar el ingreso de más productos con precio dumping y así continuar con el crecimiento de la industria textil en el Perú.
2. Se aconseja mantener los derechos antidumping, para que las importaciones textiles chinas mantengan un margen menor en comparación con lo producido por la industria peruana. Así como también comparar tales prácticas con las de otros países en Latinoamérica que sancionan las malas acciones por parte de los importadores
3. Se incita el aprovechamiento de los TLC pactados con distintos países para enfocarse en el reconocimiento de la calidad textil que se tiene en el Perú, desde materias primas hasta el algodón peruano mundialmente conocido. Fomentar talleres que busquen otorgar capacitación técnica en cada departamento, dando conocimiento acerca de cada producto hecho por la industria de confección, así como el establecer ferias a nivel nacional como internacional.
4. Se sugieres que el Perú tenga un poco más de consideración en la parte textil al momento de hacer la producción y trabajando con productos de buena calidad, ya que muchos peruanos prefieren la calidad de la importación porque tiene un buen acabado y el material es bueno.

REFERENCIAS

- Alexis. E. y Nelly. E. (2020). Metodología de investigación educativa (descriptiva, experimental, participativa y de investigación-acción. file:///C:/Users//Downloads/DialnetMetodologiasDeInvestigacionEducativaDescriptivasEx-7591592%20(2).pdf
- Arias (2021) Proyecto de tesis guía para la elaboración. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Beltrán y Nieto (2018) Incidencias de las políticas antidumping social de Estados Unidos en actividades de offshoring del sector servicios BPO&O en Colombia:https://doi.org/ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1198&context=finanzas_comercio
- Bernal (2017) Metodología de investigación. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Baptista (2018) Metodología de investigación. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Bohórquez (2019) La hermenéutica en el desarrollo de la investigación educativa en el siglo XX. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6280160>
- Cruz (2017) Modelo propuesto. <https://1library.co/article/modelo-propuesto-cruz-aplicaci%C3%B3n-teor%C3%ADa-trade-off.z31n7eey>
- Cabrera, W. Rodríguez, N. (2017), Tratado de libre comercio entre Perú y China y su incidencia en la variación de las importaciones y exportaciones en el sector textil peruano: análisis antes y después de la firma del TLC, 2008 – 2014,<http://.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/88/TESIS%20N%c2%b0%202003.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cruz, N. y Zelada, G. (2017).La subvaluación de las importaciones de China en los productos textiles: camisas de algodón para hombres y su impacto en la recaudación tributaria del año 2015, 2017: <http://.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/199/TESIS%20N%c2%b0%2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carrillo, E. (2017). Plan de importación de tela Poliéster desde Shanghái-China a Ecuador, 2017: Universidad de Las Américas (UDLA) <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/7347/1/UDLA-EC-TTEI-2017-17.pdf>
- CÁMARA DE COMERCIO LIMA (CCL) (2017) Medidas Anti-Dumping a China. Lima. Cámara de Comercio Lima, recuperado de <https://n9.cl/wdfr>
- Drucker (2018) Innovador maestro de la administración de empresas. <https://www.redalyc.org/pdf/4096/409634344005.pdf>

- Espinoza, E. (2018). El problema de investigación. Revista Conrado, 14 (64) ,22-32 <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/808/816>
- Gutiérrez (2020) Referencia de alguna de las publicaciones. <https://www.uv.es/angel.gutierrez/textos.html>
- Gregory (2020) El concepto de marketing, pasado y presente perspectivas. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942516002.pdf>
- Huamán (2021). Barreras comerciales en la importación de productos chinos al Perú. [i:///C:/Users/doi.uri/DialnetBarrerasComercialesEnLaImportacionDeProductosChino-8217203%20\(4\).pdf](i:///C:/Users/doi.uri/DialnetBarrerasComercialesEnLaImportacionDeProductosChino-8217203%20(4).pdf)
- Julca (2020) El crecimiento de las micro y pequeñas empresas (Mypes) del sector textil en el Emporio Comercial de Gamarra durante el año 2019. Recuperado de https://bitstream/handle/20.500.12692/56364/Julca_QAYSD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Karl (2017) Una propuesta para su reconstrucción. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-50492017000100107
- Kotler (2017) Análisis de oferta y demanda y su incidencia en determinar los precios bienes y servicios de la economía. <http://doi.uri.edu.ec/bitstream/48000/9009/1/ECUACE-2016-EC CD00014.pdf>
- Kerlinger y Lee (2017) El proyecto de investigación o cómo plantear un estudio científico. <file:///C:/Users//Downloads/yc,+4938-16446-1-CE.pdf>
- López, M. (2018), Intercambio comercial del Perú antes y después de los Acuerdos de Libres Comercio, 2018: Universidad de Montevideo <https://revistas.unat.edu.pe/index.php/RevTaya/article/view/47/47>
- La República (2017), recuperado el 10 de abril del 2017 <https://n9.cl/w3hnl>
- López (2019) Infraestructuras que determinan su viabilidad. <https://doir.uri.com/2019/02/18/infraestructura-que-determina-su-viabilidad>
- Ministerio del Ambiente (2017), Memoria Anual Ministerio Del Ambiente, recuperado de <https://n9.cl/qp20a>
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC) (2017) Sitio web oficial de la OMC; Contiene información técnica sobre las medidas antidumping, recuperado de <https://n9.cl/knv1>
- Portocarrero (2017) Facultad de derechos antidumping en el marco del TLC Perú china para el sector textil periodo 2012-2013. <https://.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500%20VICTORIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Philip (2002) La productividad como elemento esencial para la competitividad en el sector agropecuario del departamento del Magdalena. <https://doi.uri.edu.co/server/api/core/bitstreams/43d0fbb3-b47e-4417-893b-1692c0d4cf43/content>
- Puris (2017), "Características de las empresas del emporio comercial de gamarra 2017", recuperado de https://handle/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1555/
- Quispe (2021) Investigación e innovación metodológica. <http://doi.uri.blogspot.com/2017/09/poblacion>
- Reynosa (2018). Trabajo de investigación. Teoría, metodología y práctica. Es un material académico didáctico. <https://www.aacademica.org/ern/12.pdf>
- Ríos, A., (2018), El dumping, como práctica desleal en el comercio internacional mexicano, 2018: Universidad Nacional Autónoma de México. http://doi.uri/docs/materiales/dra-rios/10_EL_DUMPING_COMO_PRACTICA_DESLEAL.pdf
- Sabino (2017) Marco metodológico. Recuperado de <http://handle.urbe.edu/tesispub/0063522/cap03.pdf>
- Stanton y Walker (2017) Marketing fundament's marketing-stanton-14edi.pdf <https://doi.uri.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Salamanca, A. (2017), Un análisis del impacto económico de las importaciones a China desde África, 2017: Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/46142/1/T39524.pdf>
- Shupingahua, K. (2017), Consecuencias de la práctica del dumping en la importación de confecciones chinas en la producción de prendas de vestir de la empresa Inversiones Full Moda y Estilos S.A.C., 2016: Universidad Tecnológica del Perú. https://doi.uri/Shupingahua_Tesis_Titulo%20Profesional_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=
- Sandkamp (2020) El antidumping es una herramienta de protección comercial. https://doi.org/article/eeeinecon/v_3a123_3ay_3a2020_3ai_3ac_3as002219962030026x.htm
- Sampieri (2021) Definición del alcance de la investigación a realizar: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa. <https://doi.org/blogs.-exploratorio-descriptivo-correlacional-o-explicativo/>
- Seminario (2017). La industria textil está desapareciendo, recuperado de <https://n9.cl/4tazt>
- Sampaio (2018), "Antidumping law and Practice of China" presentó un examen del rápido crecimiento económico de China a lo largo de los años, junto con el

notable aumento de sus exportaciones hacia el resto del mundo
<https://doi.uri.gob.pe/index.php/rcpi/article/view/88/94>

Silviera (2021) "Una nota sobre las medidas antidumping en Brasil" aborda la concentración de medidas
<https://doi.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=s:/WT/DS/355-6.pdf&Open=True>

Sofjan (2017), "Tratado de libre comercio de Indonesia en el impacto económico":. Recuperado de https://doi.uri/20.500.12724/13240/Vivar_Coronado_Andrea_Sof%C3%ADa.pdf?sequence=1

Tamayo (2012) La población en una investigación. <https://doi.uri/2013/08/que-es-la-poblacion.html>

Trujillo y Peña (2020). Efectos del dumping en la competitividad de las empresas de confecciones de prendas de vestir del emporio comercial de Gamarra, año 2016. <https://doi.uri.edu.pe/ojs/index.php/vestsc/article/view/283/255>

Tafur (2021) "Unfair competition dumping and exports of Chinese clothing" recuperado de <https://www.unescap.org/sites/default/d8files/6%20Mai.pdf>

Von, A. (06/11/2017). Dumping: cuando lo barato sale caro. La República. Recuperado de <https://n9.cl/vls2>

Zavala (2021). Análisis exhaustivo sobre el impacto del Covid-19 en la productividad y rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Perú, con un enfoque particular en el contexto de Gamarra. <https://doi.org/index.php/rcs/article/view/36991/40114>

ANEXOS

ANEXO 1

Matriz de Operalización de variables

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
El Antidumping y el Nivel de Productividad de la Empresas textiles en el Emporio comercial de gamarra,2017 - 2021					
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable 1 Independent e: Antidumping	Sandkamp (2020) nos dice que el antidumping es una herramienta de protección comercial más utilizada para proteger el mercado. Éste evalúa el impacto en el negocio y los precios, nivel de complejidad, ya que a menudo se identifica como una respuesta al aumento del importe.	Es una situación de discriminación internacional de precios: el precio de un producto, cuando se vende en el país importador, es inferior al precio a que se vende ese producto en el mercado del país exportador.	PRECIO	1,2,3,4	NOMINAL ORDINAL
			MERCADO	5,6,7,8	
			POLÍTICAS ARANCELARIAS	9,10,11	
Variable 2 dependiente: Nivel de productividad	Para Kazukiyo (2019), la productividad es una expresión de la fuerza productiva y da cuenta del momento cualitativo del proceso de producción.	Es el conjunto de acciones que se realizan para lograr cumplir con los objetivos de la empresa, corresponde a un indicador que define cuántos productos o servicios se han llegado a producir por cada uno de los recursos utilizados en su elaboración	PRODUCTO	1,2,3	NOMINAL ORDINAL
			INFRAESTRUCTURA	4,5,6	
			INNOVACIÓN	7,8,9	

**ANEXO 02:
Matriz de Consistencia**

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
El Antidumping y el Nivel de Productividad de la Empresas textiles en el Emporio comercial de gamarra,2017 - 2021							
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	variables e indicadores				
Problema General: ¿Cómo se relaciona el antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra,2017-2021?	Objetivo General: Determinar la relación que existe entre el antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra, 2017-2021	Hipótesis General El antidumping se relaciona en el nivel de productividad de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra,2017-2021	variable 1 : El Antidumping				
			Dimensiones	Indicadores	items	Escala de medición	niveles o rangos
			Precio	. Oferta . Unidades monetarias	1,2,3,4	Escala de Likert (1) Siempre (2) Casi siempre (3) Algunas veces (4) casi nunca (5) Nunca	ordinal
			Mercado	. Consumidores reales . Consumidores potenciales	5,6,7,8		
Políticas arancelarias	.Comercialización de productos . Condiciones económicas	9,10,11					
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	variable 2: Nivel de productividad				
1. ¿Cómo se relaciona el antidumping en los precios de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra,2017-2021?	1.Determinar la relación que existe entre el antidumping en los precios de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra 2017-2021	1.El antidumping se relaciona en los precios de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra,2017-2021	Dimensione	Indicadores	items	Escala de medición	niveles o rangos
			Producto	. Calidad . Bienes y servicios	1,2,3	Escala de Likert (1) Siempre	ordinal

<p>2. ¿Cómo se relaciona el antidumping en el mercado de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra,2021-2021?</p>	<p>2.Determina la relación que existe entre el antidumping en el mercado de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra, 2017-2021</p>	<p>2.El antidumping se relaciona en el mercado de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra,2017-2021.</p>	<p>Infraestructura</p>	<p>. Área de ventas . Actividades de equipamiento . Renovación y mantenimiento</p>	<p>4,5,6</p>	<p>(2) Casi siempre (3) Algunas veces (4) casi nunca</p>	<p>ordinal</p>
<p>3. ¿Cómo se relaciona el nivel de productividad en las políticas arancelarias de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra,2021-2021?</p>	<p>3.Determinar la relación que existe entre el nivel de productividad en las políticas arancelarias de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra, 2017-2021</p>	<p>3.El nivel de productividad se relaciona en las políticas arancelarias de la empresa textiles en el emporio comercial de Gamarra,2017-2021.</p>	<p>Innovación</p>	<p>. Actividades de innovación . Diseño . Acabado del producto</p>	<p>7,8,9</p>	<p>(5) Nunca</p>	<p>ordinal</p>
<p>TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</p>	<p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p>	<p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</p>	<p>ESTADÍSTICAS A UTILIZAR</p>				
<p>Tipo: aplicada, cuantitativo, Alcance: Descriptivo -Correlacional Diseño: No experimental, transversal, correlacional</p>	<p>Población: tamaño de la población es de 24 mil Tipo de muestreo: censal Tamaño de muestra: 40 empresarios</p>	<p>Variable 1: Antidumping Técnicas: Encuesta. Instrumentos: Cuestionario Autores: Sandkamp Año: 2020 Monitoreo: ventaja competitiva Forma de Administración: Grupal</p> <p>Variable 2: Nivel de productividad Técnicas: Encuesta. Instrumentos: Cuestionario Autor: Kazukiyo Año: 2019 Monitoreo: ventaja competitiva forma de Administración: Grupal</p>	<p>DESCRIPTIVA: Ingresar las respuestas del cuestionario en una matriz de Excel que se exportará al programa estadístico SPSS el cuál brindará el alfa de Cronbach que indica el grado de confiabilidad del instrumento.</p> <p>INFERENCIAL: Se usará el estadístico Rho de spearman para conocer la asociación lineal de las variables cuantitativas y nivel de significancia con el fin de alcanzar los objetivos y afirmar las hipótesis nula o alterna de la presente investigación</p>				

Anexo N°3**CUESTIONARIO: EL ANTIDUMPING Y EL NIVEL DE PRODUCTIVIDAD**

Escala de valoración: Siempre (5), Casi siempre (4), Algunas veces (3), Casi Nunca (2),
Nunca (1)

ANTIDUMPING					
1. PRECIO					Escala
		1	2		5
1.	La oferta de telas importada de china es lo que determina el precio				
2.	las unidades monetarias a pagar son las correctas para las telas provenientes de china				
3.	Las entradas de los nuevos productos chinos al momento de validar, con las restricciones son suficientes.				
4.	El precio es el único factor determinante en el consumidor para los productos de origen chino				
2. MERCADO					Escala
5.	Perú es el mercado potencial en el ámbito textil				
6.	Existe consumidores potenciales que pueden ampliar el mercado actual				
7.	China consta de un mercado potencial para las exportaciones de sus productos a Perú				
8.	Existe un mercado no abastecido en telas dentro del Perú				
3. POLÍTICAS ARANCELARIAS					Escala
9.	Las políticas arancelarias ayudan en la comercialización de productos				
10.	Las políticas arancelarias dan beneficios a las empresas				
11.	Las políticas arancelarias ayudan a mejorar las condiciones económicas				
NIVEL DE PRODUCTIVIDAD					
1. PRODUCTO					Escala
		1	2		5
1	Los productos peruanos son de buena calidad				
2	El producto cumple con todas las características y funciones que el cliente necesita				
3	El producto es flexible o modificable para adaptarlo a nuevas necesidades				
2. INFRAESTRUCTURA					Escala
4	La infraestructura para el área de ventas en la exhibición atrae al cliente				
5	El ambiente donde se realizan las actividades tiene los equipamientos necesarios para los procesos				
6	Los ambientes donde se realizan las actividades tienen un programa implementado para su renovación y mantenimiento.				
3. INNOVACIÓN					Escala
7	Perú tiene una buena innovación de prendas de vestir				
8	Los productos peruanos tienen un buen diseño				
9	El acabado de los productos peruanos es minuciosamente detallado				

Elaboración propia

Anexo 4: Instrumentos de correlación de datos

Cuestionario " El Antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra 2017 - 2021"

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de negocios Internacionales de la Universidad Cesar Vallejo, los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo : Determinar la relación que existe entre el antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles del emporio comercial de Gamarra 2017-2021. Asimismo autorizo para que los resultados de la presente investigación se publique a través del repositorio institucional de la Universidad César vallejo..

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo :
acruzs1@ucvvirtual.edu.pe

1.La oferta de telas importada de china es lo que determina el precio

- Siempre (5)
- Casi siempre (4)
- Algunas veces (3)
- Casi nunca (2)
- Nunca (1)

2.Las unidades monetarias a pagar son las correctas para las telas provenientes de china

- Siempre(5)
- Casi siempre (4)
- Algunas veces (3)
- Casi nunca (2)
- Nunca (1)

3. Las entradas de los nuevos productos chinos al momento de validat, con las resuicciones son suficientes.

Siempre (5)

Casi siempre (4)

A veces (3)

Casi nunca (2)

Nunca (1)

4. El precio es el único factor determinante en el consumo de para los productos de origen chino

Siempre (5)

Casi siempre (4)

A veces (3)

Casi nunca (2)

Nunca (1)

5. Perú es el mercado potencial en el ámbito textil

Siempre (5)

Casi siempre (4)

A veces (3)

Casi nunca (2)

Nunca (1)

6. Existe considerable potencial que pueden ampliar el mercado actual

- Siempre (5)
- Casi siempre (4)
- Algunas veces (3)
- Casi nunca (2)
- Nunca (1)

7. China consta de un mercado potencial para las exportaciones de sus productos a Perú

- Siempre (5)
- Casi siempre (4)
- Algunas veces (3)
- Casi nunca (2)
- Nunca (1)

8. Existe un mercado no abastecido en telas dentro del Perú

- Siempre (5)
- Casi siempre (4)
- Algunas veces (3)
- Casi nunca (2)
- Nunca (1)

9. Las políticas arancelarias ayudan en la comercialización de productos

- Siempre (5)
- Casi siempre (4)
- Algunas veces (3)
- Casi nunca (2)
- Nunca (1)

10. Las políticas arancelarias dan beneficiosa las emp,esas

Si ofC)t• (5)

Cui ,i<mp,• (4)

IJgun,svRCtt (3)

e..l.....,00 <Zl

..,fē, (1)

11. Las políticas arancelarias ayuda a <ora< las condiciones económicas

Slotrc>t•(5)

C11h14mp,t (4)

IJgunH •—t (3)

C11l.....co(2)

<• (1)

1. Los productos peruanos u do buena calidad

Slotrc>t•(5)

C:11l t'4mp,o(4)

,Jgu... .___ (3)

CHl.....co(Z)

..,fe• (1)

2. Los productos peruanos son confiables

Siempre (5)

Casi siempre (4)

A veces (3)

Casi nunca (2)

Nunca (1)

3. El producto es flexible o modificable para adaptarlo a nuestras necesidades

Siempre (5)

Casi siempre (4)

A veces (3)

Casi nunca (2)

Nunca (1)

4. La infraestructura para el área de ventas en la exhibición atrae al cliente

Siempre (5)

Casi siempre (4)

A veces (3)

Casi nunca (2)

Nunca (1)

5. El ambiente donde se realizan las actividades tiene los equipamientos necesarios para los procesos

Siempre (5)

Casi siempre (4)

Algunas veces (3)

Casi nunca (2)

Nunca (1)

6. Los ambientes donde se realizan las actividades tienen un programa implementado para su innovación y mantenimiento.

Siempre (5)

Casi siempre (4)

Algunas veces (3)

Casi nunca (2)

Nunca (1)

7. Existen buenas prácticas de innovación de productos, servicios, procesos, etc.

Siempre (5)

Casi siempre (4)

Algunas veces (3)

Casi nunca (2)

Nunca (1)

8. Los productos peruanos tienen un buen diseño

Siempre (5)

Casi siempre (4)

Algunas veces (3)

Casi nunca (2)

Nunca (1)

9. El acabado de los productos peruanos es minuciosamente detallado

Siempre (5)

Casi siempre (4)

Algunas veces (3)

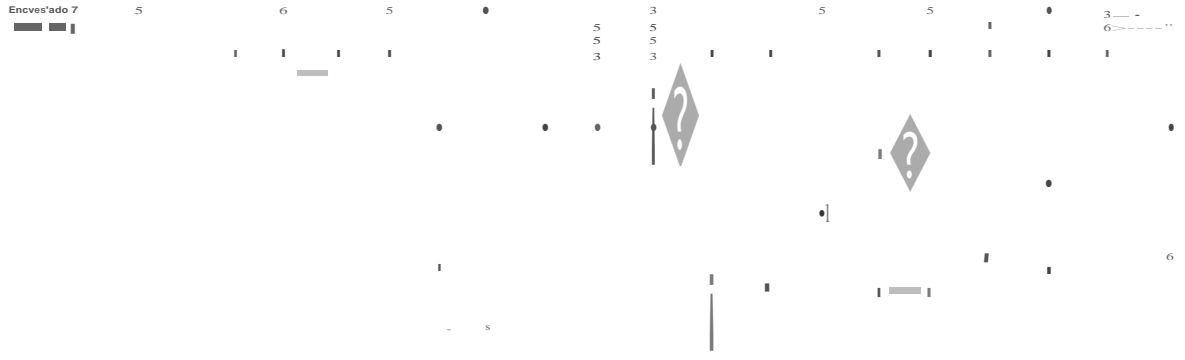
Casi nunca (2)

Nunca (1)

	PRECIO	ANTIDUMPING MERCADO			PARANCELARIAS			PROOUCIO	N. DE PRODUCTIVIDAD INFRAESTRUCTURA ¹⁷				INNOVACIÓN	
Encves'ado 1		5	5	5	5	6		5	4	5	3	5	3	
Encves'ado 3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	

■ ■ ■

		3	3	3				4	3			4	3
--	--	---	---	---	--	--	--	---	---	--	--	---	---



Encves'ado 9	3		6										
--------------	---	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



Ello	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
ves1Zdo 26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
Eftcv-111do 24	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Encves1Zdo 25	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Eftc																				
Encves11do 71	4																			
Encves1Zdo 23	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Encves11do 29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Encves1Zdo 10			5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Encves11do 31		2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Encves1Zdo 32	5		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Encves0dQ 33	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Encves1Zdo 34		4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Encves11do 35																				
Encves11do 36																				
Encves11do 39		5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Encves11do 40																				
Encves11do 41																				
Encves11do 42																				
Encves11do 43																				
Encves11do 44																				
Encves11do 45																				
Encves1Zdo 46																				

Encves11do 45	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
Encves11do 46	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3
Encves11do 47	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4
Encves11do 4a	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
Encves11do 49	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4
Encves11do 80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Encves11do 51	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
Encves11do 52	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
Encves11do 53	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
Encves11do 54	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
Encves11do 55	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5
Encves11do 56	3	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4
Encves11do 57	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
Encves11do 58	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5
Encves11do 59	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
Encves11do 60	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5

Encues — 61	4	5	3	5	4	5	5	3	5	5	5	3	5	4	5	5	3	4	4
Encuesab62	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5
Encues — 63	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5
Encuesab64	2	4	2	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3
Encuesbdo 65	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
Encuesado 66	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Encues — fi/	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3
Encues — &I	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4
Encues — 611	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
Encuesab70	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
Encues — 71	2	4	2	2	3	4	5	4	5	5	4	4	2	2	3	4	5	4	5
Encuesima	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5
Encuesbdo 73	3	4	2	2	3	4	4	4	3	5	5	4	2	2	3	4	4	4	3
Encues — 74	4	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5
Encues — 75	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5
Encues — 76	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5
EncuesBdo 77	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
Encuesado 73	4	5	3	2	4	4	5	4	3	5	5	5	3	2	4	4	5	4	5
Encues — 79	4	5	3	2	4	4	5	5	4	5	5	5	3	2	4	4	5	4	4
Encuesado ao	3	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4
Encuesbdo 81	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
Encues — 82	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4
Encues — 83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
EncuesBdo 84	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3
Encuesao 85	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4
Encuesado 86	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3
Encues — 87	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	3	4
Encues a» M	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5
Encues — 89	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4
Encues — 90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Encues — 91	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
Encues a» 92	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5

f.llcuestido 355	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	6	3	4	4	4	5	4	6	6
f.llcuestido 356	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	6	6	4	4	4	3	5	4	6	6
f.llcuestido 357	5	5	6	4	6	6	4	6	5	5	4	6	6	4	6	5	4	5	6	4
f.llcuestido 354	4	5	3	2	4	4	5	4	3	5	6	6	3	2	4	4	5	4	6	6
f.llcuestido 359	4	6	3	2	4	4	5	6	4	5	6	6	3	2	4	4	5	4	4	4
f.llcuestido 360	J	4	3	6	4	4	5	4	4	4	6	4	3	6	4	4	6	4	4	4
f.llcues1aoo 361	3	4	6	4	6	5	4	5	4	6	4	4	5	4	4	6	4	5	5	4
f.llcues1aoo 362	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	6	4	4	5	4	3	4	4	3	4
f.llcues1aoo 363	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
f.llcues1aoo 364	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3
f.llcues1aoo 365	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
f.llcues1aoo 36S	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3
f.llcues1ado3/SI	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4
f.llcues1aoo J6a	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
f.llcuestido 369	7	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4
f.llcuestido 370	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
f.llcuestido 371	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
f.llcuestido 371	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
f.llcuestido 373	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
f.llcuestido 374	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
f.llcuestido 375	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5
f.llcuesi.oo 376	3	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4
f.llcuesi.oo 377	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
Elcuesi.oo 378	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5
Elcuestido 379	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
Elcuesi.oo 380	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5

Anexo 5: Modelo de consentimiento informado



Lima, 22 de Mayo del 2023

Señor:
Mgr. Castilla Jibaja Leonardo
Coordinador de la E.P. de Negocios Internacionales campus ATE
Universidad César Vallejo
Presente.-

Asunto: Desarrollo de Proyecto de Investigación en pares

Nosotros, CRUZ SARMIENTO ANDREA KAROLAY con DNI N° 72030735 , código de estudiante N° 6700279970 , y CASTILLO BRAVO PEDRO LY con DNI N°71655314, código de estudiante N° 7002493427, alumnos del X ciclo de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, a la fecha matriculados en la asignatura de Desarrollo de Proyectos de Investigación, nos presentamos ante usted y exponemos:

ESTE DOCUMENTO NO HA SIDO REDACTADO EN ESTA NOTARIA

Que, el título de nuestro Desarrollo del Proyecto de Investigación es "El Antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra 2017 - 2021 " y siendo requisito para aprobar la asignatura, la elaboración y sustentación del Proyecto de Investigación/Informe de investigación; y estando contemplado en el acápite 10.2.21 (Proyecto de Investigación) y 10.2.36 (Desarrollo del Proyecto de Investigación) de la Directiva de Investigación aprobada con RVI N° 066-2023-VI-UCV de fecha 22 de marzo del 2023. Existiendo la posibilidad de elaborar el trabajo de investigación en forma individual o en pares, NOS COMPROMETEMOS a elaborar nuestro Desarrollo del proyecto de Investigación hasta el final. Es decir, hasta concluir satisfactoriamente el DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN en el X ciclo. En caso una de las partes abajo firmantes desista, deberá ceder en libertad y voluntad los derechos de información a la otra parte que decide continuar con la investigación.

En conformidad a lo expuesto, procedemos a firmar.

CRUZ SARMIENTO, ANDREA KAROLAY
DNI 72030735



Huella digital

CASTILLO BRAVO, PEDRO LY
DNI 71655314



Huella digital

CERTIFICACION
AL REVERSO



CERTIFICACIÓN

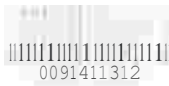
LA NOTARIA PÚBLICA DEL ESTADO DE MÉXICO, NOTARIA PÚBLICA DE LA CIUDAD DE QUILMÉ, LAS
FIRMAS QUE APARECEN EN EL PRESENTE DOCUMENTO CORRESPONDEN A: ---
ANOR. KAROLAY CRUZ SARMILATO, IDENTIFICADA CON C.C.O.C. (CÓDIGO NACIONAL
DE IDENTIFICACIÓN) NÚMERO ---
PROCESADO EN EL REGISTRO PÚBLICO DE LA CIUDAD DE QUILMÉ, CON
FECHA DE OTORGAMIENTO 01/05/2014 ---
OBJETO: CONSTITUCIÓN DE LA SOLICITUD DEL DISTRITO DE LA TRAZA DE LA
CARTERA NOTARIAL, LOCALIZADA EN LA ... y ... EL CONTENIDO DEL
DOCUMENTO --- 7-5-7 ---
EN LA CIUDAD DE QUILMÉ, EL DÍA CINCO DE MAYO DE DOS MIL VEINTIUNOS.



NOTARIA
SARAJI ADELLA

[Handwritten Signature]
NOTARIA PÚBLICA DEL ESTADO DE MÉXICO
CIUDAD DE QUILMÉ





NOTARIA
 SEKULA DELGADO LJUBICA NADA
 SERVICIO DE AUTENTICACIÓN E IDENTIFICACIÓN BIOMÉTRICA

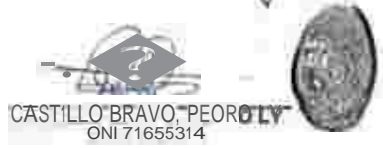


ONI 71655314
 Primer Apellido CASTILLO
 Segundo Apellido BRAVO
 Nombres PEDRO LY



INFORMACIÓN PERSONAL

CORRESPONDE
 u pffmeta lnore\$10n d0<lilor <>pruroda
 noa p.etOn daclat ptur.lda
 corre.ponde 81 ONI consultado.



INFORMACIÓN DE CONSULTA

OPR: T8:2761
 Fecha de Transacción: 05-05-2023
 Eficacia: 10093560391 • SQQ.n.A
 Dif. GA001.JIaCAN/OA

VERIFICACIÓN O CONSULTA

Puede Verificar la información en la URL:
 https://m1c10biometrico.ni.gob.cl/portal/verificacion.do
 Número de Consulta: 0001411312





0091411430



NOTARIA

SERVICIO DE IDENTIFICACIÓN BIOMÉTRICA



INFORMACIÓN PERSONAL

DNI 72030735
 Primer Apellido CRUZ
 Segundo Apellido SARMIENTO
 Nombres ANDRÉS KAROLAY



Primer Apellido
 Segundo Apellido
 Nombres



CORRESPONDE

La información personal coincide con la registrada en el ONI consultado. La información personal coincide con la registrada en el ONI consultado.



CRUZ SARMIENTO, ANDRÉS KAROLAY
 DNI 72030735

INFORMACIÓN DE CONSULTA

MOR: 11/21391 Jtcsetu
 N: Hw=
 fecha de Transacción: 14/05/2023
 Entidad: 1 - SEKTILIA
 0-1GADOU\$1CANAOA

VERIFICACION DE CONSULTA

Al leer la información se verifica en:
 el ONI biométrico con el número de identificación biométrica 0091411430
 Nombre de Consulta: 0111411430



Anexo N°6: Validación por juicio de expertos

NOMBRE DEL VALIDADOR	GRADO	
QUISPE MEDINA, VICTOR	Doctor	ACEPTADO
PASACHE RAMOS, MAXIMO FIDEL	Doctor	ACEPTADO
ARMANDO LEIVA TARAZONA	Doctor	ACEPTADO

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable 1: El Antidumping

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	
DIMENSIÓN 1: PRECIO														
1	La oferta de telas importada de china es lo que determina el precio			X									X	
2	Las unidades monetarias a pagar son las correctas para las telasprovenientes de china													
3	Las entradas de los nuevos productos chinos al momento de validar, con las restricciones son suficientes.													
4	El precio es el único factor determinante en el consumidor para los productos de origen chino													
DIMENSIÓN 2: MERCADO														
5	Perú es el mercado potencial en el ámbito textil													
6	Existe consumidores potenciales que pueden ampliar el mercado actual													
7	China consta de un mercado potencial para las exportaciones de sus productos a Perú													
8	Existe un mercado no abastecido en telas dentro del Perú													
DIMENSIÓN 3: POLITICAS ARANCELARIAS														
9	Las políticas arancelarias ayudan en la comercialización de productos													
10	Las políticas arancelarias dan beneficios a las empresas													
11	Las políticas arancelarias ayudan a mejorar las condiciones económicas													

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [x] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador: **DNI:**

Especialidad del validador: **Negocios Internacionales**

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Firma del Experto Informante

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable 2: Nivel de productividad

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
DIMENSIÓN 1: PRODUCTO														
1	Los productos peruanos son de buena calidad			X				X					X	
2	Los productos peruanos son confiables													
3	El producto es flexible o modificable para adaptarlo a nuevas necesidades													
DIMENSIÓN 2: INFRAESTRUCTURA														
4	La infraestructura para el área ventas en la exhibición atraen al cliente													
5	El ambiente donde se realizan las actividades tiene los equipamientos necesarios para los procesos													
6	Los ambientes donde se realizan las actividades tienen un programa implementado para su renovación y mantenimiento.													
DIMENSIÓN 3: INNOVACIÓN														
7	Perú tiene una buena innovación de prendas de vestir													
8	Los productos peruanos tienen un buen diseño													
9	El acabado de los productos peruanos es minuciosamente detallado													

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: **DNI:**.....

Especialidad del validador: Negocios Internacionales

Lima 25 de Abril del 2023

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**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

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Quispe Medina, Víctor

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos; asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Escuela de Negocios Internacionales de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder realizar el Desarrollo del Proyecto de Investigación del X ciclo.

El título del proyecto de investigación es: El Antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra, 2017 - 2021 y siendo imprescindible contar con la participación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recorro ante su connotada experiencia en la línea de investigación "Integración económica"

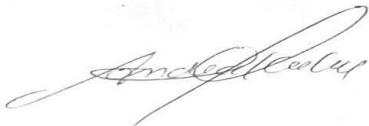
El expediente de validación que lo hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización.
- Matriz de consistencia.
- Instrumento de recolección de datos.
- Protocolo de evaluación del instrumento.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

En conformidad a lo expuesto, procedemos a firmar.



CRUZ SARMIENTO, ANDREA KAROLAY
DNI 72030735



CASTILLO BRAVO, PEDRO LY
DNI 71655314

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DAIDS GENERALES

- 1.1. Título y Objetivo del instrumento: "Cuestionario de Validación de la Escala de Fomación, Evaluación y Gestión de Proyectos de Investigación en la UCV"
- 1.2. Estructura del instrumento: "Estructura de Fomación, Evaluación y Gestión de Proyectos de Investigación en la UCV"
- 1.3. Cargo e Institución donde labora: OTC de EP de Nuevos Tecnólogos en la UCV
- 1.4. Nombre del Instrumento: "Escala de Validación de la Escala de Fomación, Evaluación y Gestión de Proyectos de Investigación en la UCV"
- 1.5. Autor del Instrumento: Cruz, Sarmiento, Artalejo, Karot, y Casabruna Bravo Pardo

II ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE INFORME

INDICADORES

CRITERIOS



a. ARIALAO	Criterios cerrados	III, IO, Q15o	X
OIJETMOAO	Criterios de medición cerrados y l, q, Q		X
PIFTIN/HCIA	Criterios de medición abiertos		!

... Ciudad



INDICADOR	CRITERIO	VALIDACIÓN	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR
VALIDACIÓN DE CONTENIDO	Contenido de los ítems	Bastante	3			
VALIDACIÓN DE ESTRUCTURA	Forma de los ítems	Bastante	3			
VALIDACIÓN DE INTENCIONALIDAD	Intención de los ítems	Bastante	3			
VALIDACIÓN DE FIABILIDAD	Fiabilidad de los ítems	Bastante				
VALIDACIÓN DE CONFIABILIDAD	Confiabilidad de los ítems	Bastante				

CONSISTENCIA	Los ítems de la escala en el cuestionario	!
COHERENCIA	Los ítems de la escala en el cuestionario	3
FIABILIDAD	Los ítems de la escala en el cuestionario	!
MOMEDIO DE VALORACION		70%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:



Lim3. 25 de Abril del 2023

Firma de experto informante

ONt 28298732

Teléfono: 974444758

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: ARMANDO LEIVA TARAZONA

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos; asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Escuela de Negocios Internacionales de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder realizar el Desarrollo del Proyecto de Investigación del X ciclo.

El título del proyecto de investigación es: El Antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra, 2017 - 2021 y siendo imprescindible contar con la participación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recorro ante su connotada experiencia en la línea de investigación "Integración económica"

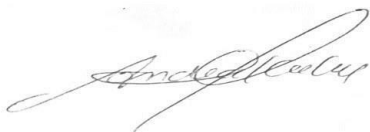
El expediente de validación que lo hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización.
- Matriz de consistencia.
- Instrumento de recolección de datos.
- Protocolo de evaluación del instrumento.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

En conformidad a lo expuesto, procedemos a firmar.



CRUZ SARMIENTO, ANDREA KAROLAY
DNI 72030735



CASTILLO BRAVO, PEDRO LY
DNI 71655314

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. **PATOS GJ;NF:BALES.**

- 1.1. **◆** eDldos y nontires del Wcnaa,, '8) Or: L4liwa Tara.mna .t,maRSo
- 1.2. Especialidad dd Valldadar: Ear,,,i,i.
- 1.3. C.IIIO e Inslit...On donde labora: OTC en la UCV
- 1.4. Nombre del Instrumento motio de la evaluacit.n: El Antidumping y el Nivel da Productividad de la Empresas textiles en el Empoñoc.comercial de gamarra 2017 - 2021
- 1.5. JliJtot del inSlmMb: CruzS.almier'tO Ñ'l.Oéa Katt,lavy C;a\$ta. bravo Péd'O Iy

INDICADORES	CRITERIOS	■	■	■	■	■
II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:						
CURIDAO	Esta bmtJaocon ◆ apropiado					X
OBJETMDAD	Esla e. resadod! manera a:tleferteyIOglca					I
PERTINENCIA	Rttpencl a lit ncom ◆ / externas de la Inv... ◆					I
ACnJAUOAO	Ea11 ICHWICIO patl ' * * '11 15 ◆ y esta... de las variables					I
ORGANIZAQON	COft1)ftndt lo9 asptdot en calidad y diridld..					X
SUFICIENQA	Tiene ◆ ii " " - acsuoo,n y m dmeff'Jiones.					I
INTENQONAUADA	e. a na 119 esrat ◆ que ... r.r...lo deta iwe, ◆ CMfiellfa que 101 IW111 U.m.IldOI tn t'h					I
	Cc:in:mefa la ...					I

CONSISTENCIA insnmento sen 10dos y cada u.o popos dei
e---- 11111.'rMH'-----

COHERENQA l'dNfltr*) Idto.ildo.. lipo de \IUMII) -
... ◆ se ◆ elnsrunenlo

METODOLOGIA ...cmi(Jtfa que 109 lwmt midn 10 qut
inf'afencie medi'

PROMEDIO DE VALORM:ION

I
75%

III. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspecto\$ Endra que madifcat, l'laemertar O\$Upr!Wen los i'srunentos de ilvestigaciOn?
Mejorar la claridad de las preguntas del cuestionario

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

75%

Lima, 25 de junio dd 2023


Firma de Experto Informante
DNI: 43319433
Teléfono: 986581407

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: PASACHE RAMOS, MAXIMO FIDEL

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos; asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Escuela de Negocios Internacionales de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder realizar el Desarrollo del Proyecto de Investigación del X ciclo.

El título del proyecto de investigación es: El Antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra, 2017 - 2021 y siendo imprescindible contar con la participación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recorro ante su connotada experiencia en la línea de investigación "Integración económica"

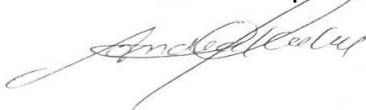
El expediente de validación que lo hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización.
- Matriz de consistencia.
- Instrumento de recolección de datos.
- Protocolo de evaluación del instrumento.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

En conformidad a lo expuesto, procedemos a firmar.



CRUZ SARMIENTO, ANDREA KAROLAY
DNI 72030735



CASTILLO BRAVO, PEDROLY
DNI 71655314

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1. Apellidos y nombres del irto,manle: PASACHE RAMOS MAXIMO FIDEL

1.1. Especialidad del Valdador: Ingeniero Economista– Doctor en Administración

2. Cargo e Insititución de labra:UCV lina Norte

3. Nombre del Instrumento motwo de la evaluación: El Antid...nping y el Nivel de Productividad de la Empresas textiles en el Emporio comercial de gamarra, 2017-2021

4. Autor del InsirUmenlo: Cruz SarmienloAná'ea Karolay y Casti llobravo PedroLy

II. ASPfCJO\$.PF.VAI,IPACIÓN.FINFOBMF.

INDICADORES	CRITERIOS	Califica 1-20%	Regula 2-40%	Siendo 4-60%	Muy bueno 6-80%	Excelente 8-100%
CLARIDAD	Debe formularse con lenguaje apropiado					
OBJETIVIDAD	Debe expresarse de manera concisa y clara					
PERTINENCIA	Debe estar relacionada con el tema de la investigación					
ACTUALIDAD	Debe ser actual y relevante					
ORGANIZACIÓN	Debe estar bien organizada y estructurada					
REFERENCIA	Debe referirse a obras, artículos, libros, etc.					
INTENCIONALIDAD	Debe tener un propósito claro					
CONTINUIDAD	Debe ser coherente y consistente					
CONCORDANCIA	Debe estar de acuerdo con el tema de la investigación					
METODOLOGÍA	Debe ser adecuada y apropiada					
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

Opinión de aplicación: CM. OUpMI•MbINt dlinvest ?

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lima, 25 de junio del 2022

.....6

Firma de experto informarce

DNI: 07903360

Teléfono: 98599141



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Dictamen para Sustentación

LIMA., 23 de ... del 2023

El Jurado encargado de evaluar la Tesis presentado por los autores CRUZ SARMIENTO ANDREA KAROLAY, CASTILLO BRAVO PEDRO LY de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES, cuyo Título es "El Antidumping y el nivel de productividad de las empresas textiles en el comercio de Gamarra, 2017 - 2021". damos fe de que hemos revisado el documento antes mencionado, luego que los estudiantes levantado todas las observaciones realizadas por el jurado, y por lo tanto está APTA para su defensa en la respectiva sustentación.

Firmado electrónicamente por: MMICHCAM
el 13 Jul 2023 16:41:14

MARY HELLEN MARIELA MICHCA
MAGUIÑA
PRESIDENTE

Firmado electrónicamente por:
MROMEROLL el 13 Jul 2023 16:30:10

MICHAEL ALEXANDER ROMERO
LLERENA
SECRETARIO

Firmado electrónicamente por: CVILLACO el 13 Jul
2023 16:35:03

CARLOS ALBERTO VILLA CORDOVA
VOCAL

Código documento Trilce: TRI • 0549004