

Análisis del impacto del Dumping en la competitividad de confecciones del Emporio Gamarra

Analysis of the impact of Dumping on the competitiveness of garment manufacturers in the Emporio Gamarra

Análise do impacto do dumping na competitividade das confecções do Emporio Gamarra

Gabriela Janett Oroncoy Vilca

gaby_ov.92@hotmail.com

<https://orcid.org/0009-0002-0851-3487>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria
Lima - Perú

<http://doi.org/10.59659/impulso.v.4i8.45>

Artículo recibido 03 de junio de 2024 / Arbitrado 28 de junio de 2024 / Aceptado 29 de septiembre 2024 / Publicado 20 de octubre de 2024

RESUMEN

El dumping socava la competitividad de las empresas de confecciones de prendas de vestir. La presente investigación tiene como objetivo analizar el impacto del dumping en la competitividad comercial de las empresas de confecciones de prendas de vestir del Emporio Comercial de Gamarra, en Perú. La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo no experimental, clasificado como investigación aplicada, con un enfoque descriptivo y explicativo. La muestra estuvo conformada por 60 empresas. Los principales resultados muestran que el dumping representa una amenaza grave para la competitividad, el 57% de los encuestados considera el impacto como malo y regular. El 47% valora de bien la competitividad comercial de las empresas. Se concluye que las empresas de confecciones de prendas de vestir son conscientes de que el dumping representa una amenaza grave para la competitividad, lo que podría afectar negativamente su rendimiento en un mercado cada vez más consciente de la sostenibilidad.

Palabras clave: Dumping; empresas; sector textil; confecciones de prendas de vestir; competitividad comercial.

ABSTRACT

The objective of the study was to determine the relationship between strategic forecast management Dumping undermines the competitiveness of clothing manufacturing companies. The present research

aims to analyze the impact of dumping on the commercial competitiveness of clothing manufacturing companies in the Gamarra Commercial Emporium, in Peru. The research was carried out using a non-experimental quantitative approach, classified as applied research, with a descriptive and explanatory focus. The sample consisted of 60 companies. The main results show that dumping represents a serious threat to competitiveness, with 57% of respondents considering the impact as bad and average. 47% rate the commercial competitiveness of companies as good. It is concluded that clothing manufacturing companies are aware that dumping represents a serious threat to competitiveness, which could negatively affect their performance in a market that is increasingly aware of sustainability.

Keywords: Planning, strategic forecast management, organizational development, executing unit, police.

RESUMO

Dumping mina a competitividade das empresas de confecção de roupas. Esta pesquisa tem como objetivo analisar o impacto do dumping na competitividade comercial das empresas de confecção de roupas do Empório Comercial de Gamarra, no Peru. A pesquisa foi realizada sob uma abordagem quantitativa não experimental, classificada como pesquisa aplicada, com enfoques descritivos e explicativos. A amostra foi composta por 60 empresas. Os principais resultados mostram que o dumping representa uma ameaça grave à competitividade, com 57% dos entrevistados considerando o impacto como negativo ou regular. Além disso, 47% avaliam positivamente a competitividade comercial das empresas. Conclui-se que as empresas de confecção de roupas estão cientes de que o dumping representa uma ameaça grave à competitividade, o que pode afetar negativamente seu desempenho em um mercado cada vez mais consciente da sustentabilidade.

Palavras chave: Despejo; empresas; setor têxtil; confecção de vestuário; competitividade comercial.

INTRODUCCIÓN

Las medidas antidumping son herramientas comerciales correctivas fundamentales utilizadas por los países miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Estas medidas permiten a los gobiernos imponer aranceles adicionales a productos importados que se venden a precios inferiores a su valor normal en el país de origen, lo que puede dañar a las industrias locales. El Acuerdo Antidumping de la OMC establece procedimientos claros para investigar y determinar la existencia de dumping, así como el daño a la industria nacional y la relación causal entre ambos. Al implementar estas medidas, los países buscan proteger su mercado interno y asegurar condiciones de competencia justas, promoviendo la estabilidad económica y el desarrollo sostenible de sus industrias (Reyes y Peña, 2020).

Según Tafur (2015), el dumping, como práctica comercial desleal, permite a empresas, ya sean eficientes o ineficientes, quebrar a sus competidores y monopolizar el mercado. Esta situación causa un daño significativo a las economías nacionales, ya que puede resultar en la eliminación injustificada de empresas eficientes, que son motores de empleo y desarrollo. Por lo tanto, los países se adhieren a la Organización Mundial del Comercio (OMC), cuya membresía proporciona

un marco regulatorio y un sistema de solución de diferencias que busca promover un comercio justo y equilibrado entre las naciones, beneficiando tanto a productores como a consumidores.

En este contexto, Abad (2002) sostiene que el antidumping se utiliza como una forma de proteccionismo para salvaguardar las industrias nacionales. Rodríguez (1998) propone la implementación de un sistema que incluya la expedición de un "certificado fair trade", con el objetivo de garantizar condiciones más equitativas en el comercio internacional. Asimismo, Zenere (2013) menciona una experiencia en Argentina, donde se utilizan mecanismos antidumping para combatir la competencia desleal y proteger la producción nacional. Otros estudios, como los de Ramírez (2018), abordan la normativa nacional, aunque afirman que resulta insuficiente para garantizar la efectividad en la aplicación de los derechos antidumping. Según Díaz (2016), existe una relación significativa entre la aplicación de los derechos antidumping y la rentabilidad en las empresas textiles.

Por su parte, Rojas (2020) afirma que el sector textil-confecciones es una de las actividades industriales más dinámicas, influenciada por la situación económica tanto a nivel mundial como nacional. Este sector no solo genera empleo, sino que también desempeña un papel crucial en el desarrollo de pequeñas y medianas empresas. El Centro Comercial Gamarra es considerado el fenómeno económico y social contemporáneo más complejo y significativo en Perú, destacándose como el emporio comercial e industrial más grande del país y América Latina en la fabricación de textiles y confecciones de prendas de vestir. Su relevancia radica en su capacidad para adaptarse a las tendencias del consumidor y fomentar la innovación en el diseño y la producción.

Según Berrios (2014), el dumping es una práctica comercial por la cual las empresas de un país exportan sus productos a un precio que está por debajo del que normalmente se vende en su propio mercado, o cuando el precio es menor al costo promedio de su producción. También la práctica de vender productos a precios inferiores a su costo de producción ha generado serias distorsiones en el mercado local, comprometiendo la viabilidad de las empresas nacionales. En el Emporio Gamarra, centro neurálgico de la industria textil peruana, el dumping ha afectado el crecimiento, la rentabilidad y la estabilidad laboral, provocando el cierre de muchas empresas y un aumento en el desempleo.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) (2021), el sector textil y de confecciones ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años en Perú, contribuyendo de manera importante al Producto Interno Bruto (PIB) y al empleo. Sin embargo, este crecimiento enfrenta amenazas por la competencia desleal de productos importados a precios bajos. Por lo tanto, es fundamental realizar estudios que permitan comprender el impacto del dumping en la competitividad comercial de las empresas de confecciones del Emporio Comercial de Gamarra. Además, es necesario identificar estrategias efectivas de mitigación que permitan a estas empresas adaptarse y prosperar en un entorno comercial cada vez más desafiante.

Al respecto, Salas y Oviedo (2022) afirman que, en la actualidad, el sector textil de confecciones de prendas de vestir sigue enfrentando problemas en la reducción de sus ventas. Esto se debe al acelerado incremento del volumen de importaciones de productos terminados a precios

de dumping provenientes de China. Esta práctica desleal está ocasionando una considerable disminución de los ingresos en las empresas textiles peruanas, lo que impacta negativamente en la economía local y en el empleo. Por lo tanto, es urgente implementar medidas efectivas para proteger la industria nacional y fomentar su desarrollo sostenible.

Por lo tanto, el autor de este trabajo considera que la práctica del dumping podría socavar la viabilidad económica de las empresas textiles, lo que representa una preocupación significativa para el desarrollo económico y social del país. Es crucial analizar cómo esta práctica desleal afecta la rentabilidad y la capacidad de estas empresas para generar empleo, así como explorar estrategias efectivas para mitigar sus efectos y fortalecer la industria nacional. En este contexto, es fundamental evaluar el impacto de las importaciones a precios de dumping en la industria local y proponer medidas que fortalezcan la competitividad de las empresas peruanas.

El presente artículo tiene como objetivo principal llevar a cabo un análisis exhaustivo del impacto del dumping en la competitividad comercial de las empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir en el reconocido Emporio Comercial de Gamarra, ubicado en Perú. Este estudio pretende no solo examinar cómo las prácticas de dumping afectan la competitividad de las empresas locales en un mercado altamente dinámico y competitivo, sino también comprender las implicaciones económicas, comerciales y sociales que estas prácticas desleales pueden tener en el tejido empresarial de la región.

METODO

Se llevó a cabo un estudio cuantitativo no experimental, clasificado como investigación aplicada, con un enfoque descriptivo y explicativo. El diseño es transversal, recolectando datos en un único momento para analizar la relación entre múltiples variables en el contexto de los empresarios del emporio comercial de Gamarra.

Para el cálculo de la muestra con población conocida, se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1) \cdot e^2 + Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{68,1884}{1,1354}$$

$$n = 60$$

La muestra estuvo conformada por 60 empresas del Emporio Comercial de Gamarra de la ciudad de Lima.

Se utilizó un cuestionario como instrumento de recolección de datos, el cual se estructuró en 15 preguntas estructuradas en dos variables. De estas, 15 preguntas están dirigidas a evaluar la variable "Impacto del dumping" y las otras 15 a la variable "Competitividad comercial".

El análisis estadístico de la percepción del impacto del dumping se realizó mediante una prueba de X^2 para la comparación de proporciones encontradas en el número de percepciones malo, regular y bueno asumida por los participantes sobre el impacto del dumping en las empresas. Además, para conocer la magnitud de las diferencias entre las proporciones se empleó el método ajustado de Bonferroni, la significación para ambas pruebas se estableció para $p < 0.05$. Los análisis se realizaron, utilizando el software R versión 4.3.2 (2023-10-31) -- "Eye Holes" Copyright (C) 2023.

Se empleó una escala de Likert con cinco opciones de respuesta. Se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un resultado superior a 0.90 en ambos cuestionarios, como se muestra en la Tabla 1. Esto indica un buen grado de confiabilidad de los instrumentos, ya que el valor es superior a 0.7.

Tabla 1.

Análisis de fiabilidad de los cuestionarios.

Cuestionario	Alfa de Cronbach	N de elementos
Impacto del dumping	0.927	15
Competitividad Comercial	0.913	15

RESULTADOS

La tabla 2, presenta los resultados sobre el impacto del dumping en las empresas de confecciones de prendas de vestir del Emporio Comercial de Gamarra. De un total de 60 encuestados, el 15% calificó el impacto como "malo", mientras que el 42% lo consideró "regular" y el 43% lo evaluó como "bueno". Estos resultados sugieren una percepción mayoritariamente positiva del impacto del dumping, con un 85% de las empresas reportando efectos regulares o buenos. Estos resultados son apoyados por el análisis estadístico el cual muestra diferencias significativas para $p < 0.001086$ entre aquellos que consideran que el impacto es malo (15%) y los que creen que es positivo (85%), indicando que las diferencias en las percepciones son estadísticamente relevantes. Esto implica que las empresas están conscientes de las implicaciones del dumping en su rendimiento, lo que podría influir en sus estrategias comerciales y en la necesidad de medidas de protección ante la competencia desleal.

Tabla 2.

Impacto del dumping según empresas de confecciones de prendas de vestir del Emporio Comercial de Gamarra.

Percepción	Frecuencia	Porcentaje (%)	X^2	p
Malo	9	15a	13.65	0.001086
Regular	25	42b		
Bueno	26	43b		
Total	60	100		

Subíndices distintos difieren para $p < 0.05$

La tabla 3 muestra la percepción del impacto social según las empresas de confecciones de prendas de vestir del Emporio Comercial de Gamarra. De un total de 60 encuestados, el 15% calificó el impacto como "malo", mientras que el 43% lo consideró "regular" y el 42% lo evaluó como "bueno". Estos resultados indican que, aunque una parte significativa de las empresas percibe el impacto social de manera negativa, la mayoría tiene una visión más positiva o neutral (85%). El análisis estadístico revela un valor de χ^2 que indica que las diferencias en las percepciones son estadísticamente significativas, entre los que tienen una percepción negativa y aquellos que manifiestan una percepción positiva. Esto implica que el impacto social del dumping no solo es relevante para las empresas, sino que también podría influir en su desarrollo y sostenibilidad en el mercado, destacando la necesidad de estrategias para mitigar efectos negativos y potenciar los positivos.

Tabla 3.

Impacto social según empresas de confecciones de prendas de vestir del Emporio Comercial de Gamarra.

Percepción	Frecuencia	Porcentaje (%)	χ^2	p
Malo	9	15a	13.65	0.001086
Regular	26	43b		
Bueno	25	42b		
Total	60	100		

Subíndices distintos difieren para $p < 0.05$

Los resultados presentados en la tabla 4, relacionados con el impacto ambiental de las empresas, revelan una percepción variada entre los encuestados: el 14.0% considera que su impacto es negativo, expresando preocupaciones sobre sus prácticas actuales; el 43.0% lo califica como regular, lo que indica un margen significativo para mejorar hacia la sostenibilidad; y otro 43.0% afirma tener un impacto positivo, lo que indica la implementación de prácticas responsables. Esta diversidad de percepciones pone de manifiesto la necesidad de desarrollar estrategias que fortalezcan las iniciativas ambientales positivas y aborden las inquietudes de aquellas empresas que son percibidas como negativas, promoviendo así un enfoque más sostenible en el sector.

Tabla 4.

Impacto ambiental según empresas de confecciones de prendas de vestir del Emporio Comercial de Gamarra.

Percepción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Malo	8	14
Regular	26	43
Bueno	26	43
Total	60	100

En la tabla 5, se presenta los resultados sobre la competitividad comercial de las empresas de confecciones de prendas de vestir del Emporio Comercial de Gamarra. Los resultados indican que el 13% de los encuestados considera que su competitividad comercial es mala, lo que representa a 8 compañías que expresan preocupaciones significativas sobre su posicionamiento en el mercado. Por otro lado, un 40% califica su competitividad como regular, indicando que hay espacio para mejorar en sus estrategias comerciales. En contraste, la mayoría de los participantes, el 47%, ve su competitividad comercial como buena, lo que evidencia que han implementado prácticas efectivas para hacer frente a los desafíos del sector empresarial.

Tabla 5.

Competitividad comercial según empresas de confecciones de prendas de vestir del Emporio Comercial de Gamarra.

Percepción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Malo	8	13
Regular	24	40
Bueno	28	47
Total	60	100

En lo concerniente a la pregunta sobre innovación tecnológica en las empresas de confecciones del Emporio Comercial de Gamarra, los resultados presentados en la tabla 6 revelan que la mayoría de estas entidades se encuentran en un nivel regular a bueno en cuanto a la adopción de nuevas tecnologías. El 40% de las firmas fueron calificadas como buenas en este aspecto, mientras que el 47% se ubicó en un nivel regular. Solo un 13% de indica que presenta un nivel malo de innovación tecnológica, lo que podría representar una desventaja competitiva en un mercado cada vez más digitalizado. Estos resultados muestran que, si bien se han dado pasos importantes hacia la modernización de los procesos productivos y administrativos, aún queda trabajo por hacer para que la industria de la confección en Gamarra pueda aprovechar al máximo los beneficios que ofrecen las nuevas tecnologías, tabla 6.

Tabla 6.

Innovación tecnológica según empresas de confecciones de prendas de vestir del Emporio Comercial de Gamarra.

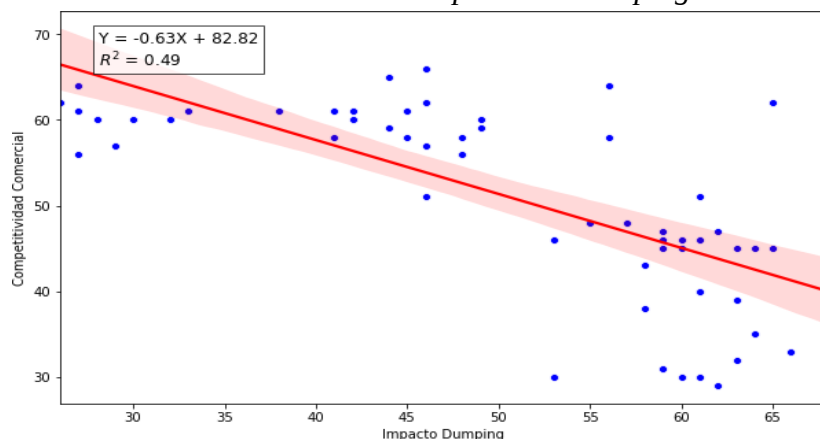
Percepción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Malo	8	13
Regular	28	47
Bueno	24	40
Total	60	100

En la figura 1, se ilustra cómo las prácticas de dumping afectan negativamente a las empresas de confecciones en el Emporio Comercial de Gamarra, evidenciada por la pendiente negativa de la recta de regresión. Esto indica que, por cada unidad que disminuye el Impacto del

dumping, la competitividad aumenta en promedio 82.82 puntos. Además, el coeficiente de determinación (R^2) es de 0.49, lo que significa que el 49% de las variaciones en la competitividad se deben a los cambios en el Impacto del dumping. Estos resultados subrayan la urgencia de implementar políticas antidumping efectivas para proteger a las empresas locales y fomentar un entorno de competencia justa en el sector textil. Además, se resalta la necesidad de implementar políticas antidumping efectivas para proteger a las empresas locales y fomentar un entorno de competencia justa en el sector textil.

Figura 1.

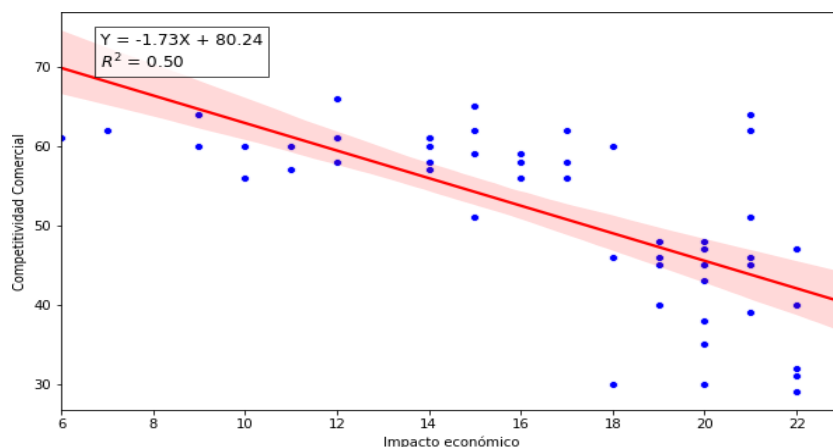
Análisis de la incidencia del Impacto del dumping en la Competitividad Comercial.



En la figura 2, se observa una relación negativa entre el Impacto económico y la competitividad comercial, evidenciada por la pendiente negativa de la recta de regresión. Esto indica que, por cada unidad que disminuye el Impacto económico, la Competitividad Comercial aumenta en promedio 80.24 puntos. Además, el coeficiente de determinación (R^2) es de 0.50, lo que significa que el 50% de las variaciones en la Competitividad Comercial se deben a cambios en el Impacto económico. Estos resultados subrayan la importancia de un entorno económico favorable para mejorar la competitividad en el sector.

Figura 2

Análisis de la incidencia del Impacto económico en la competitividad comercial.



DISCUSIÓN

Se concuerda con Reyes y Peña (2020), quienes mencionan el impacto del dumping en las empresas de producción textil. En sus hallazgos, señalan que el ingreso de mercancías a precios inferiores a los de productos similares en el país de fabricación afecta negativamente el crecimiento del sector de confecciones de prendas de vestir. Esta situación impacta el posicionamiento en los mercados interno y externo, así como las utilidades de las empresas. Como consecuencia, surgen problemas como el desempleo, la reducción de la capacidad productiva y competitiva, y el cierre de fábricas, lo que genera inestabilidad económica en el país.

Quispe (2017) hace referencia a un estudio que determina los efectos económicos y comerciales en la industria nacional debido a la elusión de derechos antidumping o compensatorios a través de modalidades no contempladas en la legislación peruana. Estas modalidades incluyen importar productos con modificaciones menores, declarar que provienen de un tercer país no afectado, o alterar los canales de comercialización. Como resultado, entre 2003 y 2016, se eludió el pago de derechos antidumping aplicados a ciertos productos, lo que impactó negativamente en la industria nacional.

Se coincide con Berríos (2014) al afirmar que la creciente influencia económica de China ha generado una asimetría comercial que ha impactado negativamente uno de los sectores más importantes de Perú: el de textiles y confecciones. Esta situación se manifiesta en la predominancia de las importaciones chinas de productos manufacturados, las cuales han desplazado a la producción local, creando un desequilibrio en las relaciones comerciales y afectando la competitividad de la industria nacional.

En relación con el impacto ambiental de las empresas del sector textil-confecciones, es relevante destacar el estudio de Vanegas (2021), que analiza 34 empresas en Colombia. Sus hallazgos indican que se requiere un mayor acompañamiento en la implementación de estrategias de gestión ambiental dentro de sus procesos. Además, subrayan que este sector necesita adaptar su infraestructura para desarrollar áreas productivas que controlen los factores ambientales generados, a fin de cumplir con la normativa legal ambiental.

Se concuerda con Huiman (2022) destaca en su investigación sobre la industria textil la necesidad de que las empresas adopten prácticas más sostenibles. Afirma que deben seleccionar materias primas e insumos con un menor impacto ambiental negativo, incorporar materiales reciclados en sus procesos productivos, implementar el ecodiseño y capacitar a su personal en la gestión de residuos sólidos y en buenas prácticas de ecoeficiencia, orientadas a minimizar la generación de residuos sólidos.

Se coincide con Vettori et al. (2022), en que en la industria textil de Perú no existe una política efectiva para la eliminación de los residuos sólidos generados por esta industria ni de sus productos. Sin embargo, algunas empresas peruanas, como Industria Textil del Pacífico y Textil del Valle, están comprometidas con una producción más sostenible, ética y socialmente responsable, así como con la protección del medio ambiente. Además, el estudio destaca que las empresas que comercializan prendas de vestir tienen una responsabilidad social significativa, no solo en términos de producción, sino también en la gestión de sus residuos y en el impacto que generan en las comunidades donde operan. Este compromiso con la sostenibilidad es crucial para el futuro del sector y para la salud del planeta, ya que contribuye a la creación de un entorno más limpio y equitativo, beneficiando tanto a los consumidores como a los trabajadores de la industria.

En lo tocante a la competitividad comercial en la empresa de confecciones de prendas, Reyes y Peña (2020) hacen referencia al impacto negativo de las mercancías con precios inferiores a los de productos similares en Perú. También revelan que esta situación afecta no solo el posicionamiento en los mercados interno y externo, sino también la rentabilidad de las empresas. Además, se generan problemas como el desempleo, la reducción de la capacidad productiva y competitiva, así como la quiebra de muchas empresas del sector textil. La competencia desleal de productos importados a precios bajos pone en riesgo la sostenibilidad de las empresas, lo que resalta la necesidad de implementar medidas que protejan a la industria nacional y fomenten su desarrollo.

Respecto a la innovación tecnológica en las empresas de confecciones de prendas de vestir, al igual que en esta investigación, Benavides y Parra (2022), aseveran que es fundamental realizar inversiones en tecnología de vanguardia que optimicen los procesos productivos y faciliten la creación de nuevos productos. Estas inversiones deben ir acompañadas de capacitación y desarrollo de habilidades del personal para aprovechar al máximo el potencial de las nuevas tecnologías. Además, las empresas de prendas de vestir deben estar atentas a las tendencias del mercado y adaptar sus procesos y productos para satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores.

Se concuerda con Cutipa et al. (2021), en su estudio revelan que la intensidad de innovación en el sector textil es moderada-alta, destacan el modelo de negocio, seguido de productos y mercados. También destacan que las empresas deben intensificar sus innovaciones a todos los niveles, lo que implica un proceso iterativo de imaginación, creatividad y "creación de valor". Una gestión adecuada de este proceso es esencial para la supervivencia y el aumento de la productividad de las empresas exportadoras.

Se coincide con Reyes y Peña (2020) en que su investigación demuestra que el dumping afecta negativamente la competitividad de las empresas de confecciones de prendas de vestir en el Emporio

Comercial de Gamarra, según los resultados de la encuesta realizada a dichos empresarios. No obstante, además del dumping, existen otros factores que influyen en la competitividad, tales como la disponibilidad de recursos tecnológicos, la calidad de los productos y el capital humano, que también impactan en el desempeño de las empresas del sector.

Finalmente, Giraldo et al. (2018), hacen mención al entorno económico favorable para mejorar la competitividad en el sector textil. Los autores resaltan que es crucial para la competitividad de este sector. También mencionan estabilidad macroeconómica, políticas gubernamentales de apoyo, acceso a financiamiento y una infraestructura adecuada le permiten a las empresas textiles operar de manera eficiente, innovar y expandirse. Además, un entorno propicio fomenta la inversión, el crecimiento y la generación de empleos.

CONCLUSIONES

El estudio muestra que las empresas del Emporio Comercial de Gamarra son conscientes de que el dumping representa una amenaza para su competitividad. El 57% de los encuestados considera que el impacto es negativo o regular. Esto implica que su rendimiento podría verse afectado por el dumping, lo que a su vez podría influir en sus estrategias comerciales y en la necesidad de implementar medidas de protección contra la competencia desleal.

Se confirma la necesidad de implementar estrategias que fortalezcan las iniciativas ambientales positivas y aborden las inquietudes de las empresas con percepciones negativas. Esto promoverá un enfoque más sostenible en el sector de confección, garantizando un desarrollo responsable y mejorando la competitividad en un mercado cada vez más consciente de la sostenibilidad.

Se resalta la urgencia de implementar políticas antidumping efectivas para proteger a las empresas locales y fomentar una competencia justa en el sector textil. Es fundamental que las autoridades refuercen las leyes antidumping, promuevan prácticas comerciales equitativas y aumenten la transparencia en el mercado. Estas acciones son esenciales para mitigar los efectos negativos del dumping y apoyar la sostenibilidad de la industria de confecciones en Gamarra.

REFERENCIAS

- Abad, J. (2002). Impacto de las políticas antidumping en el proceso de integración de la Comunidad Andina. [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <http://repositorionew.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2442/1/T-0227-MRI-Abad-Impacto.pdf>
- Benavides, Z. y Parra, C. (2022). Desarrollo tecnológico y de innovación en talleres de confección. Revisión de literatura. *Revista REDIPE*, 11(6):211-24. <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/1848>
- Cutipa, A., Escobar, F., y Valreymond, D. (2020). La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas exportadores de artesanía textil. *Revista EAN*, (89), 155-176. <https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2848>

- Díaz Hinostroza, N. E. (2016). Derechos antidumping y su relación con la rentabilidad de las empresas textiles del distrito de la Victoria en el año 2015. [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. Lima, Perú. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/2930/Diaz_HNE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Griraldo, M., Milena, A., Tapasco, L. (2018). Factores de Competitividad Empresarial del sector textil de la ciudad de Pereira. Fundación Universitaria Preandina, <https://digitk.areandina.edu.co/server/api/core/bitstreams/497f7929-18a3-4a55-ba03-83c434cde444/content>
- Huiman, A. (2022). Los residuos peligrosos generados en la industria textil peruana para el caso de la Alta costura, fibra de alpaca y curtiembre. *Revista Del Instituto De investigación De La Facultad De Minas, Metalurgia Y Ciencias geográficas*, 25(49), 115-133. <https://doi.org/10.15381/iigeo.v25i49.21097>
- Quispe, R. (2017). La elusión de derechos antidumping y compensatorios en el Perú durante el periodo 2003 – 2016 y sus efectos económicos y comerciales sobre la industria nacional. [Tesis de maestría, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622775/Quispe_mr.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Ramírez, A. (2018). Los derechos antidumping como medidas aplicadas para corregir las distorsiones en el mercado. [Tesis de grado, Universidad Católica del Perú], 36. (PUCP, Ed.) Lima, Perú. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/11773>
- Reyes, E., y Peña, J. (2020). Efectos del dumping en la competitividad de las empresas de confecciones de prendas de vestir del emporio comercial de Gamarra, año 2016. *Revista VERITAS ET SCIENTIA - UPT*, 9(1), 112 – 121. <https://doi.org/10.47796/ves.v9i1.283>
- Rodríguez, M. (1998). El régimen jurídico de los derechos antidumping en la Comunidad Europea. [Tesis de maestría, Universidad de Oviedo], 604. Oviedo, España. <https://www.educacion.gob.es/teseo/mostrarRef.do?ref=197538>
- Rojas, M. (2020). El principal emporio del país desde la perspectiva de sus trabajadores. Edit. Universidad Nacional Mayor de San Andrés. https://www.academia.edu/37220624/Gamarra_invisible_El_principal_emporio_del_pa%C3%ADs_visto_desde_sus_trabajadores
- Salas, A, y Oviedo, M. (2022). Impacto del dumping en la importación de confecciones en el emporio comercial de Gamarra – Lima 2020. [Tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola], Perú. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/f07dc5abc33a-430a-989a-ecd511ed69ca/content>
- Tafur, A. (2015). La competencia desleal – dumping y las importaciones de confecciones textiles Chinas. [Tesis Doctoral, Universidad San Martín de Porres], Perú https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/1841/tafur_la.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vanegas, L. (2015). Factores ambientales del sector textil en el Valle de Aburrá. *Revista Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad*, 12, (22), <https://doi.org/10.22430/21457778.1426>

- De Vettori, D., Huarag, E., Carbajal, C., y Riveros Enciso, N. V. (2022). Los impactos ambientales y jurídicos de la industria textil en el derecho de la moda. *Revista Lumen*, 18(2), 79–91. <https://doi.org/10.33539/lumen.2022.v18n2.2678>
- Zenere, Y. (2013). Instrumentos de defensa comercial: derechos antidumping en Argentina. *Revista RECORDIP*, 1(1). <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/recordip/article/view/4773>