



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Economía y Negocios Internacionales

“La influencia de la libre competencia en el rubro de la telefonía móvil en la ciudad de Lima entre los años 2015 – 2019”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Economía y Negocios Internacionales

Autor:

Cabrera Ubillus, Kevin Arnold

Asesor:

Mg. Meneses Crispín Angel Renato

Lima
2020

Tabla de contenido

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN	5
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	6
CAPITULO II. METODOLOGÍA	10
CAPÍTULO III. RESULTADOS	11
CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES	17
REFERENCIAS	18
ANEXOS	19

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a la facultad de Negocios, en especial a la carrera Economía y negocios internacionales, agradezco a todos los profesores por ayudarme a ser un profesional competente y capaz, también lo dedico a mi familia, que son el pilar de mi vida y mi motivo a ser mejor cada día.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por el sacrificio por brindarme educación, los valores y principios que me ayudan a siempre seguir mis anhelos formando la persona que soy en la actualidad. Ese sacrificio de siempre querer apoyar a su hijo, formarlo y que siempre salga adelante. A ellos muchas gracias de todo corazón padres amados.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación pretende determinar el impacto de la libre competencia dentro del rubro de la telefonía móvil desde el 2015 al 2019 en la ciudad de Lima, la presente tesis nace como indicio del efecto de la globalización en los servicios de telefonía móvil y como este mercado va iterando constantemente con el desarrollo de nuevas tecnologías, para esto se recurrirá a diferentes herramientas tales como Ebsco, Redalyc y Scielo, los criterios de elegibilidad son artículos con un periodo no menor a 5 años de la fecha de investigación, es importante resaltar que el método de síntesis estará acorde a la relevancia de la información y la orientación del tema de investigación.

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación nace a partir de los escasos conocimientos en libre competencia y del querer aprender más sobre esta variable económica e informar a la sociedad la importancia de la libre competencia en el bienestar del consumidor dentro del rubro de la telefonía móvil.

Por otro lado la esencia de esta investigación radica en que nos brindará los conocimientos suficientes para saber cuál ha sido la influencia de la libre competencia en la telefonía móvil, a nosotros como estudiantes universitarios nos sirve para conocer como el mercado que se abre a través de la telefonía y las señales de internet nos permiten arribar a nuevos horizontes comerciales y el poder estar interconectados, poder acceder a cursos virtuales, acceder a video conferencias desde el móvil. Debemos de conocer este tipo de libre competencia porque nos permite acceder a diversos servicios de internet o de telefonía móvil a precios bajos para poder cumplir con nuestras obligaciones como estudiantes, la misma globalización nos obliga a tomar conocimiento de lo cambiante que es el medio con la libre competencia. Hoy en día las universidades están incluyendo cada vez más las clases virtuales y el tener conocimiento de estos temas hará que estemos preparados para afrontar los cambios que nos depara la globalización.

Es decir la sociedad es afectada por la globalización y la interacción de los agentes económicos un ejemplo claro de esto es el e-commerce que es un método de compra-venta de bienes, productos o servicios de manera online. De hecho, esta modalidad se ha vuelto muy popular con el auge de internet y la banda ancha, así como el creciente interés de los usuarios al comprar por internet, siendo estudiantes esto nos beneficia de gran manera ya que el e-commerce tiene una serie de ventajas sobre el comercio tradicional. Por lo tanto, es de vital importancia que la sociedad conozca sobre los efectos de la libre competencia y globalización para así poder adaptarse óptimamente al mundo.

En consecuencia, esta investigación beneficiará a todo tipo de personas que quieran tener un mayor criterio cuando se expresan en materia de libre competencia sobre todo en el rubro de la telefonía móvil. Además, servirá como una base de estudios posteriores a esta investigación.

En resumidas cuentas, la relevancia de esta investigación se encuentra en analizar la influencia de la libre competencia en el rubro de la telefonía móvil en la ciudad de Lima entre los años 2015 y 2019, derivado del impacto de esta en la cobertura y las empresas.

Planteamiento del problema

Realidad problemática

La telefonía móvil a nivel mundial ha tenido un enorme crecimiento a pesar de que este mercado en algunos países este saturado o tenga mercados maduros. Pero estos hechos están estrechamente relacionados con el crecimiento mundial es por esto que Telesemana (2015) afirma que en el 2003 la penetración de la telefonía móvil fue de un 13 % y en el 2008 llego con una penetración del 47 % y se espera que para el 2020 tenga una penetración mundial del 56 %. Esto quiere decir que la telefonía móvil está llegando o está siendo más accesible para diferentes personas de todo el mundo y que este crecimiento de la accesibilidad está estrechamente relacionado con el crecimiento económico de los países.

Este crecimiento económico es un efecto de la globalización que genera un proceso de integración económica a ritmo que apertura los mercados globales. Una evidencia clara del efecto de la globalización es el e-commerce que se da mediante varias modalidades. Según el portal conexiónEsan (2015) afirma que hay 5 tipos de modalidades de comercio electrónico, el primero es el Business to Client (B2C) que significa empresa –clientes, este es un tipo de comercio electrónico directo. Por otro lado está el Bussiness to bussiness (B2B) donde los clientes y los proveedores del servicio son empresas, también hay otra modalidad la cual es llamada Business to Employee (B2E) el cual consiste en que una empresa ofrece precios especiales a sus empleados, este tipo de comercio electrónico tiende a incentivar la fidelización de los empleados .Pero el comercio electrónico no es solo exclusivo para las empresas sino también para los consumidores, esta forma es el (C2C) “consumer to consumer”, el cual consiste en el en que los consumidores exponen sus productos a otros consumidores estos productos suelen ser mayormente de segunda mano. Una última modalidad de comercio electrónico es el Government to Consumer (G2C) el cual se refiere los trámites en línea que se dan entre los consumidores y su gobierno.

Este ejemplo nos enriquece en el ámbito de la evolución de los mercados producto de la globalización y la nueva tecnología, pero nosotros nos centramos en un efecto claro de la globalización la cual es la libre competencia y como esta afecta a la telefonía móvil. Es por esto que en la actualidad 8 de cada 10 personas en el mundo tienen acceso a un teléfono móvil según el “informe de sobre el desarrollo mundial” del Banco mundial (2017). Incluso nos dice que casi el 70 % de quienes se encuentran en la posición más baja de la escala económica poseen un celular. Es decir que la telefonía móvil es accesible a la mayoría de las personas. Pero, a pesar de esto en países sub desarrollados a África del sur de Sahara solo tiene un acceso el 73 % de la población. Esto pasa en mucho otros países por esto que el Banco Mundial estima que cerca de 200 millones de personas no tienen acceso a la telefonía móvil.

Cabrera Ubillus, K.

Asimismo, en América latina en los años 90 tener un teléfono móvil era todo un lujo pero en la actualidad la telefonía móvil ha alcanzado una penetración de 112% según El País (2016, párr. .4) .Esto nos quiere decir que hay más conexiones que personas en América Latina. Esto lo podemos corroborar en un informe del banco mundial que nos dice que Latinoamérica lidera la expansión de celulares en el mundo. Además, que El 84% de los hogares latinoamericanos están suscritos a un servicio de telefonía móvil.

Del mismo modo según el Comercio (2015), la telefonía móvil al Perú llegó en 1990 como un producto de elite y solo el 3% de la población nacional tenía teléfono fijo. El nacimiento del servicio de telefonía móvil solo se dio en algunos distritos de Lima. Los primeros equipos de telefonía móvil que se ofrecieron eran de la marca Novatel y eran de uso exclusivo. En la actualidad, El mercado nacional de la telefonía móvil abarca 31 millones 860 mil líneas, esto quiere decir que la mayoría de las personas tiene acceso a un teléfono móvil.

En síntesis, hoy en día el acceso a la telefonía móvil va de la mano al crecimiento mundial, lo cual es producto de una mayor globalización. Apertura de mercado, libre competencia, permitiendo una mayor accesibilidad y disponibilidad. Es decir, permitiendo una mayor comunicación, por lo tanto un mayor bienestar personal.

Formulación del problema

Formulación del problema General

- ¿Cuál es la influencia de la libre competencia en el rubro de la telefonía móvil en el departamento de Lima entre los años 2015 y 2019?

Formulación de los problemas Específicos

- ¿Cuál es la influencia de la libre competencia en las empresas de telefonía móvil entre los años 2015y 2019?
- ¿Cuál es la influencia de la libre competencia en la cobertura de telefonía móvil en la ciudad de Lima entre los años 2015y 2019?

Objetivos

1.1. Objetivo General

- Describir la influencia de la libre en el rubro de la telefonía móvil en el departamento de Lima entre los años 2015 y 2019

1.2. Objetivos Específicos

- Dar a conocer cuál es la influencia de la libre competencia en las empresas de telefonía móvil entre los años 2015y 2019
- Informar sobre la influencia libre competencia en la cobertura de telefonía móvil en la ciudad de Lima entre los años 2015- 2019

CAPITULO II. METODOLOGÍA

Nuestro tipo de estudio es una” revisión sistemática de la literatura científica “, donde se tiene como pregunta de investigación ¿Cuál es la influencia de la libre competencia en la cobertura de la telefonía móvil entre los años 2015-2019?

Para detallar los criterios de selección de inclusión de documentos nos basamos por cumplimiento de año, que estén dentro de los 5 años pactados para el cumplimiento del análisis, también se toma en cuenta la calidad de la información y estatus de la publicación. En el caso de exclusión de documentos, se descartará los documentos que no cumplen con los años de antigüedad, provienen de fuentes dudosas, información repetitiva y las que se desvían del tema.

En el caso de los documentos duplicados se escogerá al documento que cumple con la información que este acorde a los objetivos de la presente investigación.

Teniendo en cuenta para la investigación de nuestro tema, acudimos a buscar artículos provenientes de fuentes confiables, tales como los servidores de Google Académico, Redalyc, Dialnet Plus, Refseek , donde las palabras claves fueron las esenciales para nuestra búsqueda.

Para el proceso de clasificación se elaboró un documento Excel, donde se creó una tabla con columnas que se encuentran especificadas con el objeto de estudio para cada artículo como por ejemplo: Título, revistas, Año, Fuente, Página, Link, Resumen, Afiliaciones, Palabras Claves , Métodos de enseñanza.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

La telefonía móvil es un elemento necesario para la sociedad y podemos decir que es esencial para el desarrollo de esta. Es por esto que debemos conocer cuáles son las principales variables que afectan el consumo de la telefonía móvil. En este sentido para La Magíster Daniela Loreto Jiménez Lillo (2012) a través de su tesis “ *Análisis y pronósticos de demanda para la telefonía móvil*”. El objetivo de este estudio fue diseñar y analizar un modelo de predicción de demanda para mejorar la planificación de las compras. En este sentido Jiménez considera utilizar un modelo que optimice la planificación de las compras. Además, cuenta como objetivo específico Identificar los atributos principales que generan la toma de decisión de los clientes. Este es el punto que nos interesa como motivo de investigación es por esto que Jiménez afirma que a lo largo del tiempo se hace una mayor presión a las herramientas que se utilizan para pronosticar la demanda. Esto también involucra preocuparse por los precios, calidad y el valor agregado del producto, además el valor que toman estas variables en los consumidores. Por ello, las empresas están en la obligación de realizar pronósticos para saber cuáles serán la influencia de estas variables y tomar decisiones acertadas. En síntesis este estudio establece que la telefonía móvil sigue experimentando un crecimiento importante, lo cual no hace suponer que la industria cambia continuamente, con respecto a la demanda y que es difícil predecir lo que ocurrirá. A través de los diferentes modelos de pronóstico se comprobó que no hay independencia entre los tipos y características de los teléfonos en estudio, sino más bien las cifras indican que ambas variables están fuertemente relacionadas en la predicción de un modelo, es decir, el cliente es vulnerable al precio y esto impacta directamente la demanda.

Finalmente este estudio nos permitió comprender el principal factor que se toma en cuenta cuando una persona quiere adquirir un servicio de telefonía móvil cual es el precio y a partir de esto se constata una de las más grandes leyes económicas la cual es la demanda.

Otro trabajo del Doctor Juan José Romero Guzmán (2013) denominado “ Ejecución y cumplimiento de un marco normativo de libre competencia: influencias y opciones de diseño ” afirma que la creencia que la competencia en los mercados es un elemento esencial en el desarrollo económico de los países está cada vez más acendrada y que hoy más de cien países cuentan con una institucionalidad y legislación específica de libre competencia.

Por otro lado, este trabajo tiene una metodología fundamentalmente, de carácter analítico–conceptual, sin perjuicio de las consideraciones empírico–descriptivas. Asimismo, a las reflexiones que puedan hacerse, el estudio no es uno de tipo histórico sino por el contrario. Además, esta recopilación tiene como objetivo Proponer y desarrollar un marco analítico conceptual que permita visualizar y valorar diversos factores relevantes que influyen en la ejecución y cumplimiento de legislaciones de libre competencia. Finalmente, este estudio concluyó que al referirse a la ejecución y cumplimiento de un marco normativo de libre competencia implica abordar una disciplina jurídico-económica de carácter global y que la noción de libre competencia en los mercados no es pacífica. Sin perjuicio de lo anterior, se comparte la apreciación de que el fin consistente en alcanzar mayores niveles de eficiencia económica a través, de procesos de rivalidad entre los agentes económicos de un mercado, constituye la esencia de la noción y de los beneficios que se atribuyen a la libre competencia, al menos desde un punto de vista económico. No obstante, se ha explicado que no es lo mismo promover el bienestar del consumidor que el bienestar total, pudiendo, en ocasiones, lograrse un tipo de bienestar mas no el otro.

Esta investigación resulta importante porque nos muestra que el marco legal de libre competencia es importante ya que beneficia al consumidor, producto mismo de la interacción de los agentes económicos. Además, este estudio ayudó a los autores de esta investigación a entender la importancia de la libre competencia y su impacto en el desarrollo de los países.

Rodrigo Gustavo Freile Flores (2013) en su tesis previa a la obtención del grado de Licenciado con el título “Diseño de un plan de marketing para el posicionamiento de la empresa MAKROCEL en la región 1, dedicada a la comercialización de la tecnología, equipos y telefonía celular, de la operadora claro ubicada de la ciudad de Quito ” - Ecuador. El objetivo fue desarrollar un plan de Marketing que permite que MACROKTEL siga liderando en las telecomunicaciones en la ciudad de Quito. Esta investigación fue probabilística y con un diseño exploratorio y concluyente. El autor concluyó y demostró que Macrokel tiene que mejorar la calidad de atención al cliente para así poder captar más clientela, además de utilizar óptimamente sus sucursales para así que sus clientes puedan optimizar su tiempo. Esta investigación contribuye así que la competencia en el rubro de la telefonía móvil es demasiado y es por eso que las diferentes empresas deben adaptarse al mercado y poder así generar estrategias como las de marketing, finanzas y estudios de mercados para poder así generar un mejor servicio al cliente, y captar más demanda de estos.

Magaly Faride Herrera Girado (2012) en su tesis para optar el título de maestría en economía con el título “*Difusión de la Telefonía Móvil en Colombia* “. Colombia. Demostró mediante el modelo Gompertz que el nivel de saturación es de 105% de penetración del servicio de telefonía móvil e inclusive Cabrera Ubillus, K.

considera el nivel de penetración puede llegar hasta el 110.5%. Este estudio permite corroborar que el crecimiento de la telefonía móvil no tan solo se ha dado en Perú sino en otros países como es el caso de Colombia.

Jorge Alejandro Mier Hernández (2013) en su tesis para optar el grado de doctor titulada “*El control de las prácticas restrictivas de la competencia en el comercio internacional*”. La presente investigación tuvo un Método de camino al pensamiento científico para la búsqueda de la enseñanza. Además, tuvo como objetivo desarrollar una amplia investigación interdisciplinaria de la competencia económica internacional y la regulación, que permita analizar su realidad jurídica, económica, política, social. La conclusión del presente estudio es que la competencia como principio rector de toda economía de mercado incorpora un elemento esencial para el crecimiento económico con importantes consecuencias sociales al permitir desarrollo de las libertades individuales y que la defensa de la competencia es una pieza fundamental en los sistemas jurídicos ya que se debe evitar que las empresas distorsionen el mercado detrimento el bienestar del consumidor. Este antecedente contribuye a que la libre competencia es un objetivo primordial a nivel internacional, y que esto debe tener un fundamento jurídico, y así que esta interacción entre agentes económicos se retribuya en bienestar para el consumidor.

3.2. ANTECEDENTES NACIONALES

CHÁVEZ O. (2015) En su tesis titulada: *“La función de la transparencia frente a prácticas colusorias en las compras públicas: la restricción de la información como fomento de la libre competencia”*. (Tesis de Magister). Esta investigación tiene como conclusiones que la competencia es el esfuerzo de las empresas por obtener una ventaja en el mercado mediante la mejora de la oferta dirigida a la clientela. La característica principal del mercado competitivo es que los vendedores y compradores actúan de manera independiente. Además, que la teoría económica sostiene que la competencia constituye la manera más eficiente de asignar los recursos disponibles en el mercado. Por tanto, el derecho de la competencia prohíbe a las empresas que lleguen a un acuerdo sobre las condiciones de lo ofertado a sus clientes, es decir evitar que pacten respecto de aspectos tales como el precio, la cuantía de producción, el grado de innovación, el número de competidores o las zonas en que están presentes, porque ello debe ser resultado de la ley de la oferta y la demanda. Esta investigación no presenta recomendaciones.

La presente investigación constituye otro dato importante que nos afirma que la competencia es la mejor manera para la asignación de recursos. Por otro lado, también concluye que las empresas al actuar de forma independiente optimizan el mercado.

Por otro lado, Mora C. (2015). En su tesis titulada: *Los determinantes de acceso a la telefonía móvil en el Perú rural 2007-2012*. (Tesis de Licenciatura). Concluye que los hogares ubicados en distritos rurales en los cuales se ha ofertado el servicio durante más tiempo, o existe un mayor número de operadores, incrementan sus probabilidades de poseer teléfonos móviles incluso después de controlar por otras características relevantes. La señal de un distrito en un ámbito rural no necesariamente alcanza a todos los hogares presentes; sin embargo, la sola presencia en localidades cercanas los beneficia debido a los efectos de las externalidades de red. Además, esta investigación refleja que, en los hogares rurales con miembros jóvenes y adolescentes, con mayor nivel educativo y mejores condiciones económicas, la probabilidad de acceso se ve incrementada. Por otro lado, el presente autor también concluye que la competencia logra incrementar la probabilidad de adquisición de un móvil de un año a otro hasta en 10 puntos porcentuales cuando existen tres firmas oferentes en el distrito rural. Finalmente concluyo que ha quedado reflejado el hecho de que la inversión en infraestructura es necesaria para expandir la oferta de señal de telefonía móvil en las zonas rurales del Perú, así como la existencia de mayor competencia, tiene un impacto positivo sobre el acceso efectivo de la población, se deben diseñar nuevos mecanismos, o

reajustar los existentes, que promuevan la inversión en dichos ámbitos, especialmente en redes de transporte que facilitan la expansión de la cobertura.

La presente investigación es importante ya que nos dice que los principales determinantes de los accesos a la telefonía móvil del Perú son la competencia, el tiempo del servicio, la cantidad de empresas y la presencia de localidades cercanas.

Además, LOAIZA R. (2015) en su tesis titulada: *Estrategias de precios confusos y poder de mercado: Un análisis de corte transversal para el mercado de Telecomunicaciones Móviles Peruano.* (Tesis de Magister). Concluyo que la mayor competencia genera menor uso de estrategias de precios confusos, esto se debe a que precisamente una mayor competencia reduce el poder de mercado de las empresas, por lo que los usuarios ganan mayor capacidad de negociación. Luego, al tener menor poder de mercado, las empresas reducen el uso de estrategias de precios confusos, pues cambian su estrategia por mejorar su oferta frente a sus competidores. La primera recomendación de política que permite recoger esta investigación es que la arista que deben tratar de abordar las autoridades, para lograr que los consumidores se acerquen a las elecciones óptimas, es la de limitar el poder de mercado de las empresas a través de la promoción de una mayor competencia.

Esta investigación resulta importante ya que nos ha ayudado a entender que la competencia reduce los precios confusos y por lo tanto el poder de mercado de las empresas y esto optimiza a que generen estrategias a sus competidores. Además que las autoridades adecuadas deben limitar el poder de mercado a través de la libre competencia.

Además, Ortiz H. (2013) en su tesis titulada “*Determinantes del crecimiento de la telefonía móvil en américa latina*” (Tesis de Magister) Tiene como objetivo evaluar el efecto de los principales determinantes del crecimiento del sector en una muestra de países latinoamericanos. Concluye que la telefonía móvil, según una serie de estudios del sector, está sujeta a importantes efectos de red. Asimismo, la industria está afecta a una serie de innovaciones tecnológicas que determinaron el proceso de difusión además que la mayoría de resultados van de acuerdo a lo esperado y señalado por la literatura de difusión móvil. Por otro lado, también concluye que el PBI per cápita, la densidad demográfica, y la penetración de la telefonía fija impactan de manera positiva a la penetración móvil en los países latinoamericanos bajo estudio. Además, que la competencia ha sido un factor importante en la difusión de la tecnología celular. En particular la presencia de al menos dos empresas que presten los servicios móviles en un país tuvo un efecto positivo y significativo en el crecimiento de la penetración móvil. Finalmente, en el marco en el marco regulatorio juega un papel importante en el desarrollo de la industria

Cabrera Ubillus, K.

de telecomunicaciones y en la reducción del déficit de infraestructura. Por ello, es deseable tener un marco regulatorio sólido y que incentive la competencia con el fin de tener resultados que permitan obtener un mayor bienestar a la sociedad.

El antecedente contribuye sí a reforzar que la libre competencia ha sido uno de los factores más importantes para el crecimiento de la telefonía móvil y que el marco regulatorio juega un papel importante para la promoción de la libre competencia.

Finalmente, DEL PILAR FERNÁNDEZ I. (2012) en su tesis titulada: *“Estudio de la calidad de servicio de las redes móviles en el Perú”*. (Tesis de Bachiller) Perú. Tiene como objetivo mejorar la calidad de servicio en las redes móviles. Concluye que es necesario proteger los intereses de los usuarios/clientes de los servicios de telecomunicaciones, promoviendo la competencia leal y buscar un equilibrio entre las inversiones que los operadores realizan y el grado de satisfacción de los usuarios/clientes. Una buena gestión de la calidad del servicio favorece tanto al usuario como al proveedor, pues le garantiza al primero el buen funcionamiento del servicio que está adquiriendo mientras que al segundo le da la posibilidad de quedar bien con sus clientes y superar a la competencia.

La presente investigación es importante porque nos muestra según el enfoque de la investigadora como mejorar el servicio de las redes móviles del Perú, colocando como una de las prioridades los intereses de los consumidores y un equilibrio entre las operaciones del proceso y la satisfacción de los clientes para así lograr fidelizar a los clientes superando a las competencias dando un servicio de calidad.

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES

La presente revisión de la libre competencia dentro del rubro de la telefonía concluyo que :

- La libre competencia es un objetivo primordial internacional ya que esta impacta directamente con el crecimiento económico y con la aspiración de ser un país desarrollado o no. Para esto se debe tener bases jurídicas y marco regulatorio a la altura de lo que se busca.
- La libre competencia es la mejor manera para la asignación de recursos, ya que las empresas actúan de forma independiente optimizando el mercado, reduciendo los precios confusos y por lo tanto el poder del mercado logrando optimizar estrategias competitivas tales como mejorar el servicio y atención al cliente para ganar mercado
- Los principales determinantes de los accesos a la telefonía móvil del Perú son la competencia, el tiempo del servicio, la cantidad de empresas y la presencia de localidades cercanas. En este sentido es importante recalcar que existe una continua dependencia entre precio y demanda en el mercado de telefonía móvil.
- Es importante destacar que desde el lado del ofertante una de las prioridades es generar un equilibrio entre las operaciones del proceso y la satisfacción de los clientes para así lograr fidelizar a los clientes superando a las competencias dando un servicio de calidad.

REFERENCIAS

- Arevalo, F. D. (2013). Evaluación del servicio de internet con acceso móvil en el Ecuador . Sangolquí.
- Ayrton, W. (1897). Sixty years of submarine telegraphy.
- comercio, E. (2 de Febrero de 2015). La historia de la revolución de la telefonía móvil en el Perú. El comercio , pág. 1.
- FLOWER, R. L. (2015). Un análisis de corte transversal para el mercado de. Lima-Perú .
- Giraldo, M. F. (2012). “Difusión de la Telefonía Móvil en Colombia”. Rosario.
- Guzmán, J. J. (2013). EJECUCIÓN Y CUMPLIMIENTO DE UN MARCO NORMATIVO DE LIBRE COMPETENCIA: INFLUENCIAS Y OPCIONES DE DISEÑO. Salamanca .
- Hernández, J. A. (2013). El control de las prácticas restrictivas de la competencia en el comercio. Madrid.
- Horacio. (25 de Abril de 2006). CBC Economía. Obtenido de Competencia Perfecta-Imperfecta: <http://cbc-eco.blogspot.pe/2006/04/competencia-perfecta-imperfecta-clase.html>
- Junco, G. d. (2001). Prácticas de la Gestión Empresarial. Madrid España: MC GRAW HILL.
- LEZAMETA, I. C. (2012). ESTUDIO DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS REDES MÓVILES EN EL PERÚ. Lima.
- LILLO, D. L. (2012). ANÁLISIS Y PRONÓSTICOS DE DEMANDA PARA. Santiago de Chile.
- Mankiw, N. G. (2002). Principios de Economía. España: Mc Graw Hill.
- Rieckhof, C. C. (Enero de 22 de 2014). Entelequia. Obtenido de El modelo económico peruano - Análisis y perspectivas: <http://nospinozah.blogspot.pe/2014/01/el-modelo-economico-peruano-por-carlos.html>
- Romero, R. (2008). Marketing. Argentina.
- Ruiz, C. D. (2015). Los determinantes de acceso a la telefonía móvil en el. Lima.
- Ruiz, H. O. (2013). DETERMINANTES DEL CRECIMIENTO DE LA TELEFONÍA MÓVIL EN. Lima.

ANEXOS

Anexo 1. Variables

Tipo de Variable	
Independiente	Libre competencia
Dependiente	Telefonía Móvil
Interviniente	Lugar :Lima
Año :2015- 2019	

Anexo 2. Operativización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Libre competencia	La libre competencia representa la libertad de decisión de los que participan en el mercado, en un contexto en el que las reglas de juego son claras para todos y se cumplen efectivamente.	La libre competencia funciona como una mano invisible en la asignación de recursos	Modelo económico	Abierto
				Cerrado
			Oferta	Curva de la oferta: Relación entre precio y cantidad
			Demanda	Curva de la demanda: Relación entre precio y cantidad
Telefonía Móvil	Sistema de comunicación para la transmisión de sonidos a larga distancia.	El uso de la telefonía móvil es un proceso vital para la comunicación permitiendo el desarrollo individual y societario	Empresas	Cantidad
				Estrategias
			Cobertura	Amplitud