



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**LÍNEAS MÓVILES EN SERVICIO Y LAS IMPORTACIONES
PERUANAS DE CELULARES DURANTE EL PERIODO 2013-2017**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

ESPINOZA SEVILLANO, ANTIA ROSA

ASESOR:

MGTR. GUERRA BENDEZÚ, CARLOS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:


Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) ESPINOZA SEVILLANO, ANITA ROSA, cuyo título es: LÍNEAS MÓVILES EN SERVICIO Y LAS IMPORTACIONES PERUANAS DE CELULARES DURANTE EL PERÍODO 2013-2017. Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 14 (número) Catorce (letras).

Lima, 17 de Diciembre de 2018



.....
MARQUEZ CARO, FERNANDO
PRESIDENTE



.....
GUERRA BENDEZÚ, CARLOS
SECRETARIO



.....
NOBLECILLA SAAVEDRA, CARMEN
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a mis padres por ser los seres que más amo. A los profesores por sus críticas constructivas y consejos en cada clase.

Agradecimiento

Le agradezco a Dios por cada enseñanza que me ha dado y ser mi apoyo en todo momento. A mis padres y hermana, por su comprensión, ayuda y motivación. A mis profesores por su paciencia y tiempo brindado en mi formación

Declaratoria de autenticidad

Yo, Antia Rosa Espinoza Sevillano con DNI N° 73147012 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 26 de noviembre del 2018



Espinoza Sevillano, Antia Rosa

Presentación

Señores miembros del Jurado:

El cumplimiento del reglamento de grados y títulos en la Universidad Cesar Vallejo presenta ante ustedes la tesis titulada: “Líneas móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Negocios Internacionales.

Este presente trabajo de investigación consta de siete capítulos, en el primer capítulo se establece y describe el problema de la investigación con relación a las variables, en el segundo capítulo desarrollamos la metodología de la investigación, en el tercer capítulo se presentan los resultados, en el cuarto capítulo realizamos la discusión, en el quinto capítulo se desarrolla las conclusiones, en el sexto capítulo se establece las recomendaciones, y por último en el séptimo capítulo se presentan las referencias.

Antia Rosa Espinoza Sevillano

ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria	03
Agradecimiento	04
Declaratoria de Autenticidad	05
Presentación	06
Índice	09
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad Problemática	13
1.2 Trabajos Previos	14
1.3 Teorías relacionada al tema	18
1.4 Formulación	23
1.4.1 Problema General	23
1.4.2 Problemas Específicos	23
1.5 Justificación del estudio	23
1.6 Objetivos	24
1.6.1 Objetivo General	24
1.6.1 Objetivos Específicas	24
1.7 Hipótesis	24
1.7.1 Hipótesis General	24
1.7.2 Hipótesis Específicas	25
II. MÉTODO	
2.1 Diseño de investigación	26
2.2 Variables, operacionalización	27
2.3 Población y muestra	29
2.4 Técnicas instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	29
2.5 Métodos de análisis de datos	29
2.7 Aspectos éticos	29
III. RESULTADOS	
3.1 Resultado de las líneas móviles en servicio	30
3.2 Resultado de las importaciones de celulares	41

3.3 Resultados de correlación	43
IV. DISCUSIÓN	46
V. CONCLUSIÓN	48
VI. RECOMENDACIONES	49
VII. BIBLIOGRAFÍA	50
ANEXOS	

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1: Cantidad de líneas móviles en servicio durante el periodo 2013-2017	31
Tabla 2: Cantidad de líneas móviles en servicio por empresa durante los años 2013-2017	33
Tabla 3: Participación en las líneas móviles en servicio durante el año 2017	34
Tabla 4: Variación en las líneas móviles en servicio de la empresa Telefónica del Perú S.A.A. entre los años 2013 al 2017	36
Tabla 5: Variación en las líneas móviles en servicio de la empresa América móvil Perú S.A.C. entre los años 2013-2017	37
Tabla 6: Variación en las líneas móviles en servicio de la empresa Entel Perú S.A. entre los años 2013-2017	38
Tabla 7: Variación en las líneas móviles en servicio de la empresa Viettel Perú S.A. entre los años 2013-2017	40
Tabla 8: Variación en las líneas móviles en servicio de la empresa Incacel Movil S.A. entre los años 2013-2017	41
Tabla 9: Valor CIF de las importaciones peruanas de celulares entre los años 2013-2017, en millones de US\$	42
Tabla 10: Cantidad de celulares importados entre los años 2013-2017	44
Tabla 11. Relación entre las líneas móviles en servicio y la cantidad de celulares importados al Perú durante el periodo 2013-2017	46
Tabla 12. Relación entre las líneas móviles en servicio y el valor CIF de las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017	47

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Cantidad de líneas móviles en servicio durante los años 2013 al 2017	32
Figura 2. Cantidad de líneas móviles en servicio por empresa durante los años 2013-2017	33
Figura 3. Participación en las líneas móviles en servicio durante los años 2013-2017	35
Figura 4. Cantidad de líneas móviles en servicio de la empresa Telefónica del Perú S.A.A. entre los años 2013 al 2017	36
Figura 5. Cantidad de líneas móviles en servicio de la empresa América móvil Perú S.A.C. entre los años 2013-2017	
Figura 6. Cantidad de líneas móviles en servicio de la empresa Entel Perú S.A. entre los años 2013-2017	38
Figura 7. Cantidad de las líneas móviles en servicio de la empresa Viettel Perú S.A. entre los años 2013-2017	39
Figura 8. Cantidad de líneas móviles en servicio de la empresa Incacel Movil S.A. entre los años 2013-2017	40
Figura 9. Valor CIF de las importaciones peruanas de celulares entre los años 2013-2017, en millones de US\$	42
Figura 10. Cantidad de celulares importados entre los años 2013-2017	43
	44

RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de mostrar la relación entre las líneas móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013 - 2017. Por tal razón, la presente investigación ha recopilado información relevante para conocer como se encuentra relacionada el mercado de telecomunicaciones con el comercio exterior mediante el empleo de la variable: líneas móviles. La variable líneas móviles fue medida mediante los indicadores de la cantidad de líneas móviles de cada una de las empresas que cuentan con líneas operativas en el Perú. Igualmente, la variable importación se midió a través de los indicadores de valor de las importaciones y cantidad de celulares importados con el objetivo de comparar las cifras que maneja cada uno de ellos, así como, el desempeño que han venido teniendo en los 5 años de estudio,

Así pues, acorde a los resultados obtenidos en la investigación, se concluye que no hay relación entre las líneas móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017.

Palabras claves: Telefonía móvil, línea móvil, Importación, celulares

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the objective of showing the relationship between the mobile lines in service and the Peruvian cell phone imports during the 2013-2017 period. For this reason, the present investigation has compiled relevant information to know how the telecommunications market is related to foreign trade through the use of the variable: mobile lines. The mobile lines variable was measured by the indicators of the number of mobile lines of each of the companies that have operating lines in Peru. Likewise, the import variable was measured through the import value indicators and the number of imported cell phones with the objective of comparing the figures that each of them handles, as well as the performance they have been having in the 5 years of study,

Thus, according to the results obtained in the investigation, it is concluded that there is no relationship between mobile lines in service and Peruvian cellular imports during the 2013-2017 period.

Keywords: Mobile telephony, mobile line, Import, cell phones

I. INTRODUCCIÓN

31.1 Realidad Problemática

En la última década, el servicio de telecomunicaciones en el mundo ha estado en constante crecimiento y cambio, la tecnología hace que el mercado de consumo sea muy dinámico y la conectividad sea parte de la vida del ser humano. Las redes de comunicación cada vez son más grandes y la gente tiene acceso a la información de momento y de primera mano.

Anteriormente el comercio entre países era muy restringido por las distancias y los costos que generaban, no se conocían los desarrollos industriales, comerciales y de servicios del otro lado del continente no permitiendo que la demanda de los nuevos productos y servicios sean consumidos a nivel mundial. La globalización ha hecho que esta situación quede en el pasado, ahora muchos países del mundo muestran un incremento en sus importaciones con origen de distintas partes del globo. El Perú no fue ajeno a los cambios mundiales, las importaciones han ido en aumento y cada vez ingresan más productos tecnológicos que ayudan a mejorar la comunicación entre las diversas ciudades del país.

Los celulares son los equipos que la mayoría de la población del mundo usa para comunicarse, progresivamente se ha convertido en parte de un accesorio indispensable para la vida. Estos son más accesibles, prácticos y multifuncionales. Los consumidores están muy atentos a lo último en tecnología que los ayude a tener una vida más práctica. Ellos buscan equipos que puedan satisfacer sus necesidades y que estén de moda. Mientras más nuevo mejor, suele ser una frase muy oída en este sector y las marcas de teléfonos móviles lo tienen muy presente. Ellos han llevado a que el comercio de este producto este muy activo desde su lanzamiento al mercado. No hay año en el que no se lanza un nuevo modelo con nuevas características, que logra mover nuevamente los negocios internacionales.

Los celulares son el medio por donde se brinda algunos de los servicios de las empresas de telecomunicaciones, por ejemplo, las líneas móviles. Si un usuario quiere adquirir una línea necesita tener un celular para poder usarla. Esto a convertido a las empresas de telecomunicaciones en importadores de teléfonos inteligentes, pues saben que una manera de ganar clientes es tener el paquete completo a la venta.

Existe una gran competencia en el sector de telecomunicaciones por la llegada de nuevos operadores al país, contando actualmente con 5 empresas. Cada empresa que ingresa al mercado lo ha hecho con su propia estrategia, sin embargo, todos compiten en

promociones que ofrecen a los clientes adquirir celulares a un bajo precio sumado a un paquete de servicios que mejor se adecue al usuario, es decir, con la condición de contratar la línea móvil de su empresa. Normalmente, los buenos precios para adquirir un equipo nuevo te obligan a firmar un contrato por un periodo de tiempo, usuario pospago, lo que te obliga a mantenerte en ese operador por el periodo de tiempo estimulado en dicho documento, haciendo frente a la portabilidad. Además, en el mismo año se modificó la norma que obliga a que los operadores vendan celulares desbloqueados, es decir, que el cliente puede usar el celular comprado de una empresa diferente al de la línea móvil.

Las empresas que se han visto obligados a estar siempre primeros, están pendientes de los nuevos lanzamientos de celulares para importarlos, instalarlos en cada punto de venta y lanzar la promoción. Buscan atraer al cliente mediante el último teléfono móvil lanzado al mercado. Por otro lado, el usuario que no tiene contrato vigente está pendiente de que operador ofrece el último celular o una mejor tarifa de servicios al que tiene.

Todo esto ha generado un movimiento constante en la cantidad de líneas móviles en servicio que tiene cada operador. Además, en el 2014 Claro y Movistar, las principales empresas de telecomunicaciones, compraron el 64% del total de celulares importados al país (Comercio, párr. 2, 8 de septiembre del 2014). Por tanto, si los principales compradores han sufrido pérdidas de líneas, es probable que sus importaciones hayan bajado. Esta es la razón de esta investigación mostrar la relación entre las líneas móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013 -2017.

1.2 Trabajos Previos

Azuero (2014) presentó su tesis a la Universidad de Guayaquil para optar el título de licenciado en Economía titulado “Impacto en el consumo del aumento en los aranceles a celulares en Ecuador período 2007-2011”. El objetivo general fue examinar el impacto en el consumo de celulares de los aranceles en el Ecuador durante el periodo 2007-2011. Dicha investigación utilizó dos enfoques cualitativo y cuantitativo, tipo relacional trabajando el consumo de teléfonos móviles y las tasas arancelarias. Para el primer enfoque uso como instrumento las encuestas elaborado por la plataforma Survey Monkey a la población ecuatoriana entre 20 a 50 años con una muestra de 65 personas. Para el segundo, usa el método estadístico a través de cuadros y gráficos. Se llegó a la conclusión que los aranceles

afectan directamente al precio del teléfono móvil, sin embargo, el consumo no disminuyó por parte de la población.

Parte de su análisis de la tesis está en base a las importaciones de celulares de Ecuador y a la cantidad de usuarios que tiene cada empresa de telecomunicaciones del país. Esto nos brinda definiciones que ayudan a la presente investigación, pues son parte del estudio.

Galarza (2015) en su tesis sustenta a la Universidad de Guayaquil para obtener el grado de magister en Tributación Y Finanzas titulado “Las medidas restrictivas a la importación de celulares y su impacto en el consumo, tributación y utilidades de las empresas de telecomunicaciones en el Ecuador, durante el periodo 2010 – 2012.” Tuvo como objetivo general analizar el impacto de las medidas restrictivas a la importación de celulares en el consumo, tributación y utilidades de las empresas de telecomunicaciones en el Ecuador, durante el periodo 2010 – 2012. El diseño de estudio es no experimental, descriptivo. Se utilizó como instrumento una base de datos para recolectar información lo suficientemente necesaria. Se concluyó que dichas barreras a la importación de celulares como las cuotas, los aranceles y certificaciones, no han generado mayor impacto en lo que son las ganancias de las empresas seleccionadas y la recaudación de impuestos, pero sí, una reducción en sus ventas. Esto se vio reflejado en la caída de las importaciones en el 2012 a causa de las restricciones.

En esta tesis se muestra como las mayores empresas importadores de celulares son las encargadas de brindar el servicio de telecomunicaciones, lo cual, fue motivo para que el autor estudiara si las medidas restrictivas a la compra internacional afectaron sus ventas y ganancias de las compañías. Por tanto, la tesis concluye que las ganancias no se vieron afectadas pues buscaron otras alternativas, pero si las importaciones de los teléfonos inteligentes.

Jiménez (2011) presentó su tesis a la Universidad de Chile para optar el título de magister en Gestión de Operaciones titulado “Análisis y pronósticos de demanda para telefonía móvil.” Tuvo como objetivo general diseñar y analizar un modelo de predicción de demanda para mejorar la planificación de las compras. El proceso de investigación que se utilizó fue la extracción no trivial de información que reside de manera implícita en los datos. La técnica utilizada fue la recolección de datos. Se concluyó que las variables están fuertemente relacionadas con la elección de algún modelo de telefonía celular pues el cliente

es vulnerable al precio y esto afecta directamente a la demanda, dejando a un segundo plano los tipos y características de cada móvil.

El autor muestra que aspectos son importantes para los clientes al momento de comprar un celular, lo cual, señala que es el precio quién termina de decir la compra del producto. Por tanto, el modelo a aplicar en mejorar la demanda de algún equipo celular debe considerar como una fuerte característica, el precio.

Arias (2011) presentó su investigación a la Universidad Jorge Tadeo Lozano para optar el título de especialista en Gerencia de Mercadeo titulado “Influencia de los smartphones en los estilos de vida de los jóvenes universitarios y jóvenes ejecutivos en la ciudad de Bogotá.” Tuvo como objetivo general identificar cómo influyó el uso de Smartphone en el estilo de vida de los estudiantes universitarios y profesionales jóvenes que viven en la ciudad de Bogotá en los estratos 3,4,5,6. El proceso de investigación que se utilizó fue el método descriptivo aplicado a un grupo de jóvenes. Se trabajó con una muestra de 400 jóvenes Estudiantes y jóvenes ejecutivos, con edades entre 17 y 30 años, de los estratos 3-4-5-6 de la ciudad de Bogotá que tengan Smartphone. La técnica fue una encuesta vía internet dirigida a la comunidad que está relacionada a la investigación. En la conclusión se demostró que las marcas reconocidas de Smartphone son parte fundamental en la selección de este producto, a medida que ha ido creciendo la variedad y la tecnología en los Smartphone, crece el interés por adquirir un posible status dentro del grupo social al que pertenecen y el aumento del aislamiento o el bajo contacto personal entre los usuarios.

Los teléfonos inteligentes son parte del estilo de vida de un joven universitario o ejecutivo, tal como lo comprueba esta investigación, basándose en las marcas, en el uso de aplicativos y el tiempo que le dedican al aparato. En consecuencia, la tendencia a seguir comprando este producto se sigue manteniendo y cada vez el de mayor valor.

Mora (2015), sustenta su tesis titulado “Los determinantes de acceso a la telefonía móvil en el Perú rural 2007-2012” a la Pontífice Universidad Católica del Perú para obtener el título profesional de Economía. Su principal objetivo fue identificar y analizar la influencia que ha tenido el crecimiento, en territorio, la oferta del servicio móvil y una serie de factores socioeconómicos sobre al acceso efectivo de las familias e individuos a este servicio en localidades rurales. Además, se empleó una investigación no experimental, longitudinal, descriptivo y explicativa. En este trabajo se concluye que existe un crecimiento

considerable en número de localidades y distritos que cuentan con el servicio móvil, sin embargo, se observa que hay una importante brecha de acceso incluso en zonas que hay cobertura, lo cual deriva, ciertamente de la situación económica y las preferencias de los hogares e individuos.

Esta investigación aclara la situación en la que muchas zonas alejadas de la capital aun no cuentan con algún servicio móvil ni un celular. También, indica que aun las empresas operadoras de telecomunicaciones no se concentran en llevar coberturas a más centros poblados.

Palomino y Walde (2016), presentan su tesis titulada “Efectos de la portabilidad numérica en el mercado de la telefonía móvil: una aproximación cuantitativa” a la Universidad del Pacífico para optar el título profesional en el Grado Académico de Magíster en Regulación de Servicios Públicos y Gestión de Infraestructura. Tuvo como objetivo conocer analizar la relación entre la portabilidad numérica con el mercado de la telefonía móvil y dilucidar si la portabilidad numérica móvil tuvo un efecto positivo en los consumidores. Fue una investigación no experimental, descriptivo-correlacional, en base al análisis de datos y aplicando el método switching costs. Se llegó a la conclusión que el número de portaciones no es lo suficientemente importante aún respecto al total de usuarios móviles como para anunciar que el efecto fue positivo, además se espera que un futuro crezca estas portaciones y se aumente el consumo de teléfonos inteligentes.

Geldres y Nolasco (2015) presenta su tesis a la Pontífice Universidad Católica del Perú titulado “Modelo de comportamiento de compra de smartphones: caso generación z en Los Olivos” para optar el título profesional en Gestión Empresarial. Su principal objetivo fue conocer las características más relevantes del comportamiento de compra de smartphones y servicio de telefónico móvil en los adolescentes de la generación Z en Los Olivos en base al modelo de los Momentos de la verdad. El diseño de investigación es experimental de alcance exploratorio. Se trabajó con una población 27,769 personas y una muestra de 400 personas. La técnica usada fue un cuestionario. Se concluyó que antes de una compra los estudiantes hacen una búsqueda de información de los equipos disponible y en tendencia que vayan con sus necesidades, luego van a un proceso de negociación con sus padres y si esto es satisfactorio la mayoría va al punto de venta para corroborar la información encontrada y adquirir el producto. Asimismo, los jóvenes consideran que los servicios promocionados por

las empresas de telecomunicaciones no están acorde a sus necesidades, no encuentran información de la operadora y no pueden hacer reclamos.

Esto muestra la necesidad de contar con un celular a una edad temprana, van en busca de información ellos mismos para luego transmitirlos a sus padres. Las operadoras no ayudan a encontrar las necesidades que los estudiantes estarían dispuestos a adquirir.

Ventura (2016), sustenta su tesis titulado “Factores que determinan la demanda de consumo de los usuarios de telefonía móvil en el departamento de Ancash” a la Universidad Nacional de Trujillo para obtener el título profesional de Economista, Su principal objetivo fue determinar los factores que influyen en la demanda de consumo de los usuarios de telefonía móvil en la ciudad de Chimbote 2014. Asimismo, el autor empleó un diseño no experimental, transversal y correlacional. Su técnica fue la recopilación de datos. Se concluye que los factores que determinan la demanda de consumo de los usuarios de telefonía móvil que resultaron significativos en las tres empresas de estudio fueron la renta del servicio, el IPC, la edad y el sexo del consumidor.

1.3 Teorías relacionadas al tema

La teoría de la instrumentalización

Según el filósofo Andrew Feenberg los avances en tecnología deben ser necesariamente analizada en dos niveles, el de nuestra original relación funcional con la realidad y el del diseño e implementación, considerando que en ambos niveles intervienen cuestiones objetivas y subjetivas El primero indica que el objeto es observado y visto para que es su utilidad en nuestra realidad, y el segundo es para que puedo ser si se le hace alguna transformación más drástica (Gustavo, 2010, párr. 5)

Sistema de telefonía celular de abonado

Consiste en la conexión de terminales telefónicos como los celulares a dos hilos de la red telefónica conmutada a la red celular. Este sistema se puede instalar en lugares móviles o fijos usando terminales de abonado, públicos, módems, entre otros. Además, la operación se interpreta como colgados y descolgados, marcación, tonos de marcación y ocupados, señales de conexión o descolgado (Marcombo, 1998, p.65).

Pobreza y acceso a la telefonía en América Latina y el Caribe

Hernán (2007, p.15), señala que “la demanda de servicios móviles en la base de la pirámide de ingresos es relativamente inelástica a variaciones tarifarias”. Todo esto se da por los gastos que están teniendo la población de bajos recursos en adquirir un aparato y servicio de telefonía móvil pues, ven los beneficios que estos servicios le pueden generar. Sin embargo, siguen existiendo dificultades para adquirirlo como la capacidad de compra, ya que, no hay una variedad de servicios para los pobres que los lleva a desanimarse en formar parte de la red móvil. Este problema tiene relación directa con las tarifas que se manejan en las operadoras.

La competencia que muestra el Perú en el sector de telecomunicaciones está llevando a que el mercado baje sus precios y genere una variedad de promociones por ganar y mantener a los clientes, no obstante, esto aún no es suficiente para abarcar a todo el país.

Teoría de la ventaja comparativa

Las naciones se especializan en los bienes que son eficientes en términos relativos más no necesariamente en cuestiones absolutas. Para la explicación de la teoría se da el supuesto de que Estados Unidos y Japón producen solo ordenadores y trigo. El primer país necesita solo 100 horas para producir un ordenador y 5 horas de trabajo para una tonelada de trigo. Mientras Japón necesita 120 horas y 8 horas para producir los mismos bienes respectivamente. A un simple análisis Estados Unidos es más eficiente y cuenta con una ventaja absoluta por requerir menos horas de trabajo, pero a pesar de lo mencionado, sigue importando ordenadores de Japón. Esto se debe al costo relativo que tiene Japón en relación con el costo de producción de una tonelada de trigo. Mientras el país Nipón necesita 15 veces más horas de trabajo en comparación con la producción de una tonelada de trigo, Estados Unidos necesita 20 veces más (Stiglitz y Walsh, 2002, p.75).

Por tanto, se muestra que muchos países deciden importar un bien, que a pesar de que puedan fabricarlo, su costo de producción no representa una ventaja comparativa.

Teoría de Proporciones factoriales

Pertenciente a Heckscher y Ohlin, señalan la relación entre la ventaja comparativa y las dotaciones sobresalientes que tienen en los factores productivos en un mercado internacional de bienes con competencia perfecta. Por tanto, un país exportará un bien que utilice los

factores productivos que cuente con abundancia, mientras importará un bien que para fabricarlo necesita unos factores productivos que cuenta con escasez (Bajo, 1991, p.109) Estos factores pueden ser el trabajo, el capital, la tecnología y la tierra.

Esta teoría complementa a la anterior, la ventaja competitiva, se enfoca también en el capital que cuenta un país para producir un determinado producto. Señala que la importación sucede cuando hay una escasez en el país.

Según Mercado (2000), menciona en su teoría de Mercadotecnia Internacional Importación – Exportación, recalca los conocimientos técnicos que debe tener el importador o consignatario para tener una correcta importación y así, generar mayores utilidades para las empresas. Asimismo, recalca que las importaciones son importantes para mantener el equilibrio en la balanza comercial y este no genere problemas (p.22).

La teoría de Linder

Por otro lado, la teoría de Linder señala lo siguiente:

Se exporta lo que se produce lo que se consume, y este consumo depende de la renta per cápita, por lo tanto el comercio se realiza entre países muy similares de renta per cápita. Sin embargo, no existe tal relación entre consumo – producción dentro del marco del comercio internacional, ya que se puede consumir muchas unidades de un tipo de producto y producir pocas unidades de este producto, ya que el resto se pueden importar (Criterio Libre, 18 de marzo del 2008, p. 83).

Los autores Daniels, Radebaugh y Sullivan (2013) mencionan que la importación es la compra de un producto o servicio a un país extranjero. Comenta también a la importación de bienes como sencilla y la de servicios, por su intangibilidad, asume varias formas, por ejemplo, la instalación de equipos de energía nuclear en Suecia por la empresa francesa Areva, a pesar de que es un bien no perecedero, se califica como una importación de servicio de Suecia (p.492).

Asimismo, según Comercio y Aduanas de México (11 de abril del 2012, párr. 4) “la decisión de importar surge por dos razones principales: la escasez de producción del producto en el mercado interno y el bajo costo económico de importar ante costos altos de producción o comercialización en el país”. Esta claro, que ante esas necesidades un país o empresario ve la oportunidad de comprar al extranjero para el mercado interno.

Según Gavelán (1999, p. 117) “el costo de importación está constituido por el precio original de compra, más todos los gastos incurridos para poner el producto importado en el almacén de la empresa”. Dependerá del incoterms de la factura para considerar los otros gastos, ya que, el valor del documento de cobro puede solo incluir solo el valor de la mercancía, o todos los gastos de importación. El término internacional se acuerda entre el vendedor y comprador para todas las transacciones. Además, varían dependiendo el medio de transporte que se use para llevarlo a su destino.

Asimismo, Rojas et al. (2005, pp. 71-72) señala que “el costo de importación se define como el valor internado del producto puesto en bodega. Es decir, el costo de importación es igual al precio CIF más los gastos asociados al pago de arancel, financiamiento, descarga, mermas y otros”.

Marco Conceptual

En el marco conceptual, se dará a conocer las definiciones, conceptos y líneas que enmarcan a esta investigación, brindando una mejor explicación de los términos que se están utilizando. A continuación, se dará a conocer algunos términos que componen esta investigación.

Valor CIF

Es el valor del equipo, los gastos de despacho en origen, el flete y el seguro hasta el puerto o aeropuerto en destino.

OSIPTEL

Según El Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones - OSIPTEL, “es un organismo público especializado, regulador y descentralizado adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros, que cuenta con autonomía técnica, administrativa, económica y financiera” (2016, pár. 1). Esta encargado de regular y supervisar los servicios telecomunicaciones en el Perú.

Líneas móviles

Son espacios que te alquila la empresa dueña de la banda que son las empresas de telecomunicaciones para brindar el servicio de telefonía.

Teléfono Inteligente

Consiste en un dispositivo electrónico que tiene las funciones de un celular, llamar y enviar mensajes, con características de un computador permitiendo descargar aplicaciones que amplían más sus funciones. Estas pueden ser desarrolladas por la misma marca o terceros (Pino, 2013, p. 76). Además, cada año se encuentran en constante innovación y mejora, llegando a satisfacer más necesidades a diferentes clientes.

Mercado

Según Samuelson y Nordhaus (2005, p.25), “el mecanismo a través del cual los vendedores y compradores interactúan para determinar precios e intercambiar Bienes y servicios” se denomina mercado. Por tanto, es el lugar en donde se negocia, se intercambia y se relacionan el comprador y el vendedor. El constante movimiento del mercado va depender de las dos fuerzas que los conforman: la oferta y la demanda.

Incoterms

Calderón indica que “son fórmulas abreviadas que definen lugar de entrega, incorporándose obligaciones derivadas para el vendedor y comprador, que forman parte del contrato de compraventa internacional de mercancías, por voluntad de las partes”. Es usual que se trabaje en las negociaciones con un precio incoterms, por ejemplo, precio CIF; para esto se debe conocer cuando asume la responsabilidad el comprador. Existen 11 incoterms conocidos por todo el mundo.

Empresa de telecomunicaciones

Son entidades que brindan servicios de telecomunicaciones, los cuales según la OMC pueden ser básicas o de valor añadido: el primero está conformado por los servicios básicos como el de telefonía o transmisión de datos, mientras que en el segundo, el proveedor le genera un mejora al servicio de acuerdo a las exigencia del cliente como análisis de datos (2018, p. 2).

Tecnología

Para Porter (2010), las organizaciones utilizan una gran variedad de tecnología para desarrollar sus funciones; todo lo que hacen esta dado por algún tipo de tecnología, que a pesar que unos dominen más. La importancia de usar la tecnología en el mercado ayuda a

influir decisivamente en la competencia, presentando un mayor posicionamiento y trabajo frente a las otras (p.198).

1.4 Formulación del Problema

1.4.1 Problema General

¿Existe relación entre líneas móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017?

1.4.2 Problemas Específicos

1. ¿Existe relación entre líneas móviles en servicio y la cantidad de celulares importados al Perú durante el periodo 2013-2017?
2. ¿Existe relación entre líneas móviles en servicio y el valor de las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017?

1.5 Justificación del estudio

La investigación tiene una justificación teórica, práctica y metodológica, en ese sentido:

Justificación Teórica: Se considera que será útil para profesionales que estudian el sector de telecomunicaciones y el comercio exterior, ya que, brindará ayuda para ver como el mercado interno se relaciona con el sector de comercio internacional del Perú. Asimismo, conocer como un producto tecnológico podría ocupar un lugar significativo en las importaciones peruanas. De esta manera, servirá para próximas investigaciones.

Justificación Práctica: En el ámbito práctico, el resultado de este proyecto de investigación tendrá como utilidad generar toma de decisiones respecto a aprovechar la situación del bien importado para generar una oportunidad de negocio, tomar precauciones ante cualquier situación que pueda cambiar la relación que se tiene con la demanda y para las estrategias de marketing que quieran implementar las empresas operadoras.

Justificación Social: Se justifica socialmente porque se busca conocer como el mercado interno ha estado relacionándose con la importación de celulares y conocer si lo han estado favoreciendo. También, conocer como esa sociedad informada constantemente de las nuevas creaciones e innovaciones, empieza a solicitar el producto mejorado en el país, a pesar que

ya cuentan con una que cubra las mismas necesidades. De igual manera, saber como la telefonía móvil ha estado creciendo en los últimos años mostrando el avance de acceso a tecnología de la población.

Justificación Metodológica: Se justifica metodológicamente porque se busca tener un conocimiento más claro y sintetizado sobre las importaciones de celulares, pues al conocer la demanda interna real del equipo se pondrá de manifiesto su relación con la compra internacional.

La presente investigación es de enfoque cuantitativa ya que no se manipulará ninguna de las dos variables planteadas, asimismo, esta investigación será manejada por el software SPSS en su última versión, y a la confiabilidad y validez que serán respaldados por diversos expertos, además del uso de un instrumento basados en indicadores en relación a las variables que ayudará a recolectar datos del año 2013 al 2017, lo que permitirá conocer si el nivel de relación se mantiene constante.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Mostrar la relación entre las líneas móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013 -2017.

1.6.2 Objetivos Específicos

1. Mostrar la relación entre líneas móviles en servicio y la cantidad de celulares importados al Perú durante el periodo 2013-2017.
2. Mostrar la relación entre líneas móviles en servicio y el valor de las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017.

1.7 Hipótesis

1.7.1 Hipótesis General

La relación entre las líneas móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017 es significativa.

1.7.2 Hipótesis Específicas

1. La relación entre líneas móviles en servicio y la cantidad de celulares importados al Perú durante el periodo 2013-2017 es significativa.
2. La relación entre líneas móviles en servicio y el valor de las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017 es significativa.

A continuación, la explicación del método usado para la presente investigación.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

El tipo de la presente investigación es aplicativo pues se pretende responder a la pregunta planteada y comprobar la hipótesis dada para luego aplicar estrategias según el resultado obtenido.

El presente trabajado es de enfoque cuantitativo, ya que, se utiliza variables medibles, y la recolección de datos se fundamenta en esta medición, además se ponen a prueba hipótesis que explican y señalan los resultados en base a métodos estadísticos.

Teniendo en cuenta a Hernández, Fernández y Baptista (2014) argumentan que se utiliza la recolección de datos partiendo en base a una idea delimitada, estableciendo previamente hipótesis para luego demostrar y aprobar teorías (p. 4).

Esta investigación tiene un diseño no experimental debido a que no se manipuló ninguna de las dos variables sin ser alteradas para luego analizarlas, y longitudinal porque se trabajará en un periodo de tiempo.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que la investigación no experimental es un estudio y observación de los problemas que se manifiestan en la realidad sobre las variables, pero sin alterar o manipularlas para después ser analizados (p. 152).

De igual manera, mencionan que los diseños longitudinales se encargan de recolectar información a través del tiempo en un periodo, para luego ser inferidos. Tales puntos o periodos por lo general se indican desde un principio (p. 154).

El nivel que se utilizó es descriptivo - correlacional, ya que solo se mediará el grado de relación entre cada una de las variables; líneas móviles e importación, a su vez pretenderá responder a las interrogantes que se formulen en la investigación.

Empleando las palabras de Hernández, Fernández y Bautista (2014), la investigación descriptiva va en busca de detallar las propiedades y características más resaltantes del problema que se está trabajando. En términos generales, describe la tendencia de la población (p. 92). Por otro lado, añaden que los estudios correlacionales tienen como finalidad conocer la relación o asociación que existe entre las variables en una muestra o situación en particular (p. 93).

2.2 Variables, Operacionalización

Las variables son características o cualidades de estudio de una investigación, además de ser datos que sufre variación dentro de una escala, recorrido o intervalo.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) indica que las variables son propiedades que pueden variar y que esas variaciones son capaces de medirse o ser observadas (p. 105).

Por otra parte, Carrasco (2008) manifiesta que las variables son características o aspectos cuantitativos y cualitativos, que por lo general son objeto de búsqueda con respecto a la unidad de análisis (p. 220).

Operacionalización de una variable

La Operacionalización es el proceso donde la variable se descompone o desglosa de conceptos abstractos a términos más concretos, que a su vez deberán ser observables y medibles, en este caso en dimensiones, indicadores e ítems.

Desde la posición de Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiestan que es la descomposición de la variable en sub términos que pueden ser verificables y medibles, transitando la variable en dimensiones a indicadores y por último en ítems (p. 211).

Para Carrasco (2008) señala que es un proceso metodológico que consta en la descomposición deductiva de las variables que forma el problema, pues parte de lo más general a lo más específico (p. 226).

Matriz Operacional					
Variables	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Método
Lineas móviles	Son espacios que se alquila la empresa dueña de la banda que son las empresas de telecomunicaciones para brindar el servicio de telefonía.	Esta red se constituye básicamente en torno a dos tipos de elementos: <ul style="list-style-type: none"> •Estaciones base: son las encargadas de transmitir y recibir la señal. •Centrales de conmutación: son las que permiten la conexión entre dos terminales concretos. Las estaciones base se disponen creando una gran malla con forma de célula o celda que responde a un esquema que permite la reutilización de un determinado conjunto de frecuencias asignadas en distintas celdas (Basterretche, 2007, p.9).	América Móvil Perú S.A.C.	Cantidad de líneas móviles en servicio	En la presente investigación se utilizó el estudio descriptivo-correlacional estadístico, por medio de recolección, organización, análisis e interpretación de datos de las líneas móviles y las importaciones de celulares, donde se explican los resultados obtenidos a través de la recopilación de datos de las fuentes electrónicas.
			Entel Perú S.A.	Cantidad de líneas móviles en servicio	
			Incacel Móvil S.A.	Cantidad de líneas móviles en servicio	
			Telefónica del Perú S.A.A.	Cantidad de líneas móviles en servicio	
			Viettel Perú S.A.C.	Cantidad de líneas móviles en servicio	
Importaciones	Los autores Daniels, Radebaugh y Sullivan (2013) mencionan que la importación es la compra de un producto o servicio a un país diferente. (p.492).	Se coordina con el proveedor para determinar el incoterms. Luego se contacta con una agencia de carga que traslade la mercancía y en paralelo el proveedor envía los documentos necesarios para la nacionalización. Dichos documentos son entregados al agente aduanero y se realiza la declaración ante aduana, se paga los impuestos, se espera el levante y se retira la mercadería del puerto o almacén	Cantidad de celulares	Cantidad de celulares importados	
			Valor	Valor CIF de las importaciones de celulares	

2.3 Población y muestra

En esta investigación la población está conformada por empresas importadoras de celulares en Lima metropolitana. Se toma datos de hechos transcurridos entre los años 2013-2017 de fuentes confiables como Aduanet y Osiptel. Hernández (2014, p.152) nos dice que la investigación no experimental también es llamada ex post-facto donde se puede describir y relacionar las variables en su contexto real.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

En esta investigación se utilizó la técnica de la observación, de los documentos y datos estadísticos a los que se ha tenido acceso, se ha buscado cuidadosa y críticamente la información obtenida de fuentes primarias y secundarias de acuerdo a nuestros objetivos planteados, registrando los datos observados para posteriormente ser analizados e interpretados. Se uso la Guía de análisis documentario para la recopilación de datos

La investigación es ex post facto. La confiabilidad corresponde a los datos estadísticos existentes. El tipo de investigación es descriptiva.

De acuerdo con Carrasco (2005) señala que son procedimientos que guían las actividades a cada una de las etapas de la investigación, con el fin de obtener datos que pueden ser utilizados y aplicados (p. 274).

2.5 Métodos de análisis de datos

Una vez recogidos los datos fueron organizados a través del tipo de organización agrupada ya que se emplearon cuadros y tablas de acuerdo a los datos obtenidos de los indicadores: valor, volumen y precio, tanto de exportación como importación. Los resultados obtenidos se presentaron a través de cuadros, gráfico de barras; y finalmente se describieron a través de gráficos de línea de tendencia.

2.6 Aspectos éticos

La consignación de los datos recogidos en la presente investigación fue presentada en base a la Norma APA en su 6ta edición y se da fe de que todas las fuentes citadas en esta investigación están de acuerdo a estas normas.

III. RESULTADOS

3.1 Resultado de las líneas móviles en servicio

A. Resultado de la cantidad de líneas móviles en servicio

La tabla número 1 muestra la cantidad de líneas móviles a nivel nacional por año, de igual manera, para un mayor análisis, se detalla la variación (expresados en términos porcentuales) que se logró con respecto al año anterior.

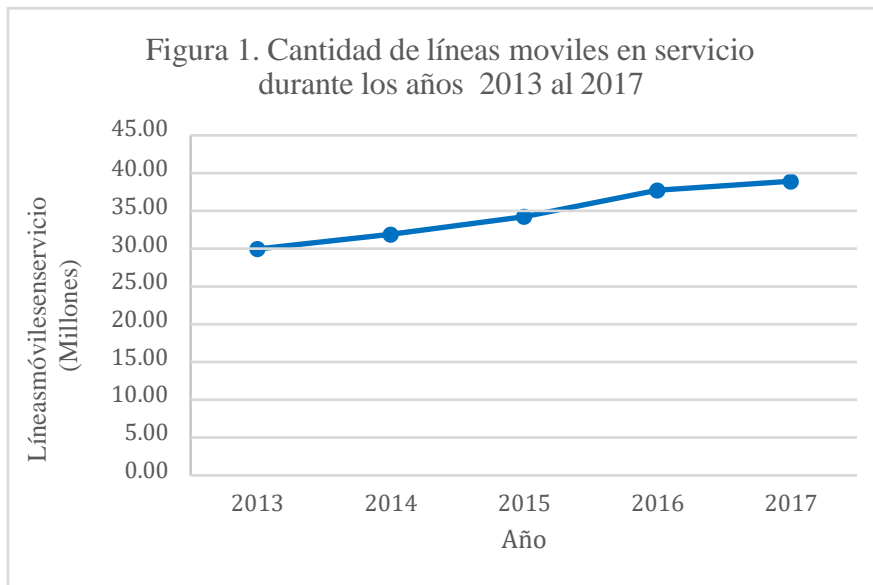
*Tabla 1 Cantidad de líneas móviles en servicio
Durante el periodo 2013 al 2017*

Año	Total nacional (Millones)	Variación
2013	29.95	-
2014	31.88	6.42%
2015	34.24	7.40%
2016	37.72	10.18%
2017	38.92	3.17%

Fuente: OSIPTEL

Esta tabla indica que en los años 2014, 2015 y 2016 se tuvo un crecimiento ascendente en la cantidad de líneas móviles en servicio, pues varían con respecto al año anterior en un 6.42%, 7.40% y 10.18% respectivamente; siendo el año 2016 el de mayor variación representando más de 37 millones de líneas móviles. Por otro lado, se observa una desaceleración en el año 2017 con un 3.17% a comparación del año anterior, representando la menor variación,

La figura 1, muestra el comportamiento de la cantidad de líneas móviles en servicio entre el periodo 2013-2017.



Fuente: OSIPTEL

La figura muestra un crecimiento constante en la cantidad de líneas móviles desde el año 2013 al 2017. Esto se ve acelerado desde el 2014, por la llegada de los nuevos competidores al mercado de telecomunicaciones Entel y Bitel, que volvieron al mercado más dinámico potenciando el segmento de postpago. Además, se puede decir que en cuatro años se visualiza un incrementado de casi 10 millones de líneas en servicio, 5 millones aproximadamente cada dos años.

Por otro lado, el año 2017 el crecimiento fue leve. Según Movistar el sector móvil cayó en un 22,7% por el bajo consumo en planes postpago y menores ventas de equipos un -8.2%. Sumado a que las principales empresas de telecomunicaciones, Movistar y Claro, están buscando mantener a sus clientes y evitar que porten a otros, enfocándose en mejorar su servicio.

B. Resultados de líneas móviles en servicio por empresa

La tabla número 2 indica la cantidad de líneas móviles en servicio por empresa durante los años 2013 al 2014, expresadas en millones para un mejor análisis.

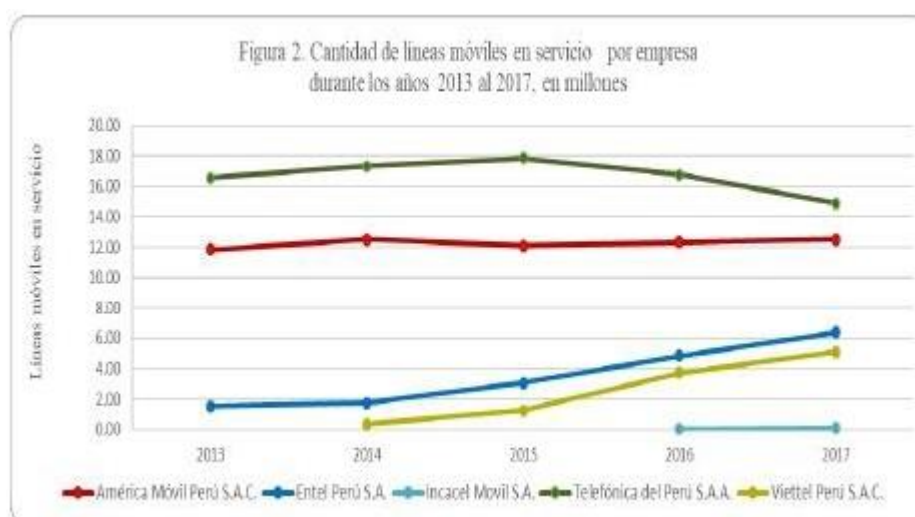
*Tabla 2 Cantidad de líneas móviles en servicio por empresa
Durante los años 2013 al 2017
(Millones)*

AÑO	2013	2014	2015	2016	2017
América Móvil Perú S.A.C.	11.86	12.50	12.08	12.31	12.51
Entel Perú S.A.	1.53	1.74	3.08	4.85	6.37
Incacel Movil S.A.	-	-	-	0.06	0.09
Telefónica del Perú S.A.A.	16.57	17.32	17.84	16.79	14.87
Viettel Perú S.A.C.		0.32	1.23	3.71	5.08

Fuente: OSIPTEL

La tabla señala que la principal operadora de telecomunicaciones es Telefónica, que en el año 2015 llegó a tener más de 17.84 millones de líneas móviles activas. Sin embargo, también es la que más ha perdido, ya que, pasó a tener 14.87 millones de líneas móviles en el año 2017. América Móvil es el segundo en la lista, teniendo 12.51 líneas móviles en el año 2017, monto que le costó recuperar dos años, pues en el 2015 bajó de 12.50 millones a 12.08 millones. Entel y Viettel aparecen con montos ascendentes cada año, ocupando el tercer y cuarto lugar respectivamente. El operador que muestra datos desde el 2016, Incacel, solo ha llegado a 0.09 millones; siendo el de menor cantidad del mercado.

En la figura 2, se indica la cantidad de líneas móviles en servicio por empresa durante los años 2013-2017.



Fuente: OSIPTEL

En la figura, se puede observar que a pesar que Telefónica ha tenido una gran caída desde el 2015, la amplia diferencia que tuvo con su rival más cercado le ha permitido mantenerse como el primero. Del otro lado, Entel y Viettel empiezan a crecer más rápido ese mismo año que Telefónica pierde líneas móviles en servicio. La diferencia entre ambos es casi un millón desde el 2016, donde empiezan a crecer paralelamente. Esto es debido a la portabilidad, que ha provocado que muchos usuarios de Telefónica se cambien a otros operadores que les ofrecen mejores opciones en el servicio. En cambio, América Móvil a permanecido cerca de la línea de los 12 millones en los últimos 5 años, solo en el 2015 tuvo una pequeña caída. El único competidor que no da señales de un crecimiento notorio y se mantiene en una línea casi paralela es Incacel.

C. Resultados de la participación de líneas móviles en servicio

La tabla número 3 muestra el resultado de la participación de líneas móviles en servicio durante el año 2017.

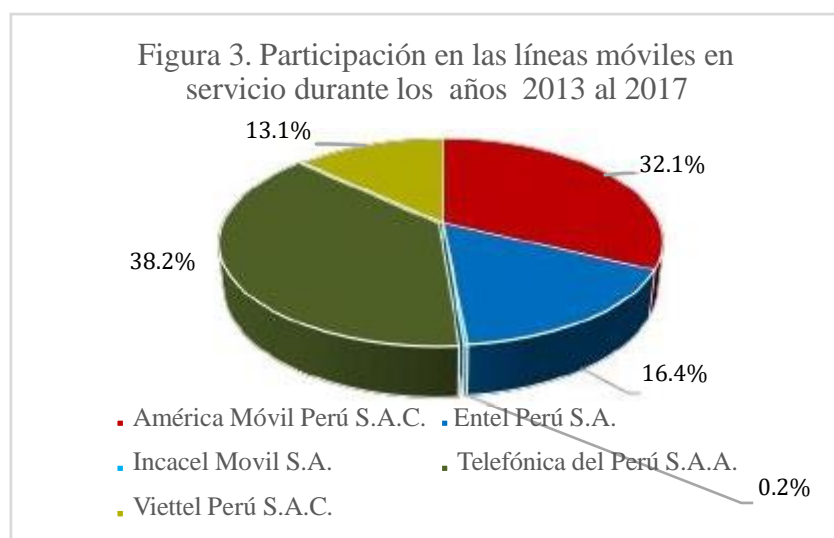
Tabla 3 Participación en las líneas móviles en servicio durante el año 2017

Año	Líneas Móviles en servicio	Porcentaje (%)
América Móvil Perú S.A.C.	12,506,551	32.1%
Entel Perú S.A.	6,371,929	16.4%
Incacel Movil S.A.	86,516	0.2%
Telefónica del Perú S.A.A.	14,865,510	38.2%
Viettel Perú S.A.C.	5,084,880	13.1%
Total nacional	38,915,386	100.0%

Fuente: OSIPTEL

La tabla indica que en el año 2017 Telefónica ocupó el primer lugar como operador de telecomunicaciones con mayores líneas móviles en servicio, teniendo 14,865,510 líneas en actividad. Solo le divide de América Móvil un poco más de 2,000,000 de líneas, pues cuenta con 12,506,551 líneas. Entel y Viettel ocupan casi el 30% del total, sumando 11,456,809 líneas. En tanto, Incacel solo cuenta con 86,516 líneas en servicio.

En la figura 3 se visualiza la participación de las empresas de telecomunicaciones en líneas móviles en servicio durante el año 2017.



La figura muestra a Telefónica con el mayor porcentaje del mercado un 38.2%, seguido de América Móvil que representa el 32.1%. Ambos suman más del 70% del total del mercado de líneas móviles. Estas organizaciones han estado siempre dominando el mercado, pues han sido por varios años los únicos proveedores del servicio. Entel y Bitel llegan casi al 30% de la partición del sector de telecomunicaciones, han logrado obtener más clientes cada año que en algún momento fueron de los otros competidores. Incacel no llega ni al 1% de participación.

D. Resultados de líneas móviles en servicio en la empresa Telefónica del Perú S.A.A.

La tabla número 4 indica la cantidad de líneas móviles en servicio de la empresa Telefónica del Perú S.A.A. entre los años 2013 al 2017, de igual manera, la variación en porcentaje con respecto al año anterior.

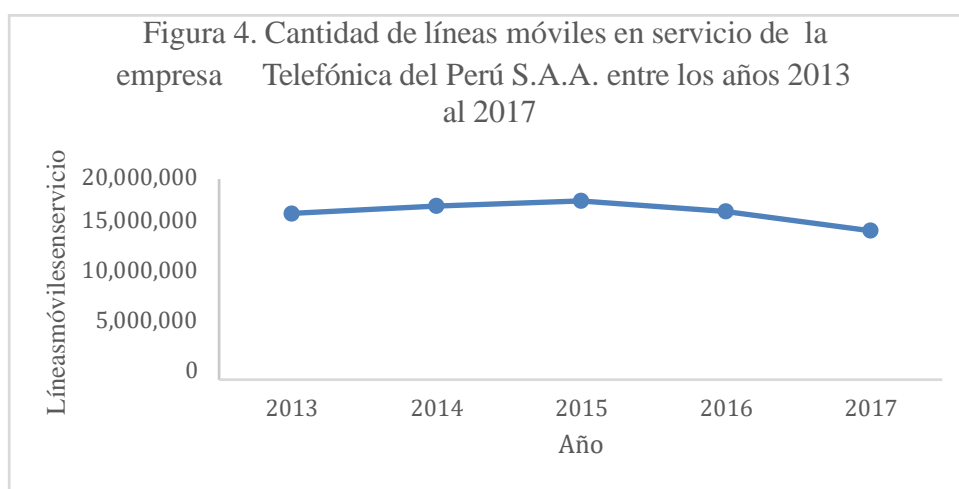
Tabla 4 Variación en las líneas móviles en servicio de la empresa Telefónica del Perú S.A.A. entre los años 2013 al 2017

Año	Líneas Móviles en servicio	Variación (%)
2013	16,571,403	-
2014	17,318,798	4.5%
2015	17,841,861	3.0%
2016	16,787,153	-5.9%
2017	14,865,510	-11.4%

Fuente: OSIPTEL

La tabla revela que en el año 2014 Telefónica tuvo su mejor porcentaje de variación con un 4.5%. Su último año de crecimiento fue en el año 2015 con un 3% de variación en comparación con el año anterior. Desde ahí ha refleja caídas en la cantidad de líneas móviles que dispones llegando a variar en un -11.4% en el año 2017 respecto al año anterior. En el 2014 contaba con 17,318,798 líneas en servicio, pero para el año 2017 paso a tener 14,865,510.

La figura número 4 señala la cantidad de líneas en servicio de la empresa Telefónica del Perú S.A.A. entre los años 2013 al 2017.



Fuente: OSIPTEL

Se muestra en la figura un crecimiento entre los años 2014 y 2015 de aproximadamente 2 millones de líneas móviles, pero, para los otros dos siguientes años 2016 y 2017 hubo una caída de casi 3 millones de líneas móviles. Esto se dio lugar, directamente por las modificaciones y lanzamiento de medidas para usar la portabilidad con mayor facilidad. Siendo Telefónica la empresa con más clientes a nivel nacional en el sector móvil, sufrió también más pérdidas. Los usuarios empezaron a migrar en masa por la falta de descuido en la atención y tarifas que brindaba.

F. Resultados de líneas móviles en servicio en la empresa América Móvil Perú S.A.C.

La tabla número 5 indica la cantidad de líneas móviles en servicio en la empresa América Móvil Perú S.A.C entre los años 2013 al 2017. Para una mejor comprensión se especifica la variación (en términos porcentuales) con respecto a los años anteriores.

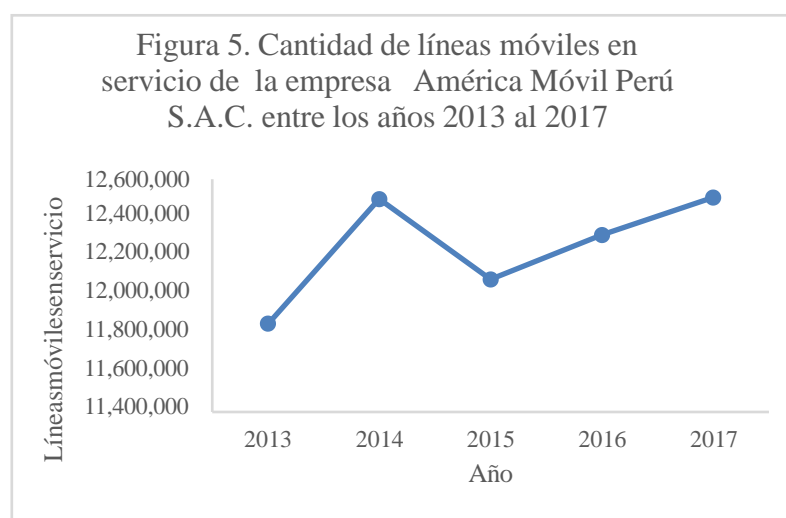
Tabla 5 Variación en las líneas móviles en servicio de la empresa América Móvil Perú S.A.C. entre los años 2013 al 2017

Año	Líneas Móviles en servicio	Variación (%)
2013	11,855,181	-
2014	12,498,250	5.4%
2015	12,084,005	-3.3%
2016	12,312,758	1.9%
2017	12,506,551	1.6%

Fuente: OSIPTEL

Se señala en la tabla que en el año 2014 se tuvo la mejor variación en comparación con los demás, incrementando en un 5.4%. No obstante, en el año siguiente presentó un decrecimiento de un -3.3% con respecto al año anterior, reduciendo las líneas móviles de 12,498,250 a 12,084,005. Los años 2016 y 2017 fueron aumentando las líneas en 12,312,758 y 12,506,551 respectivamente.

La figura 5 muestra la cantidad de líneas móviles en servicio de la empresa América Móvil Perú S.A.C. entre los años 2013 al 2017.



Fuente: OSIPTEL

En la figura se observa un gran crecimiento para el año 2014, pues en ese entonces la competencia no era tan fuerte, además América Móvil había ganado varias líneas móviles

en otras regiones de Lima que lo colocaban en el primer lugar en 19 de ellas. Sin embargo, el siguiente año pierde líneas casi igual que las que ganó el año anterior, lo cual, acontece por medidas que facilitan la portabilidad. Para los años 2016 y 2017, se recuperó cada 200,000 líneas por año, gracias a la intensa campaña de planes todo ilimitado.

G. Resultados de líneas móviles en servicio en la empresa Entel Perú S.A.

La tabla número 6 indica la cantidad de líneas móviles en servicio de la empresa Entel Perú S.A. entre los años 2013 al 2017 incluyendo el porcentaje de variación en comparación al año anterior.

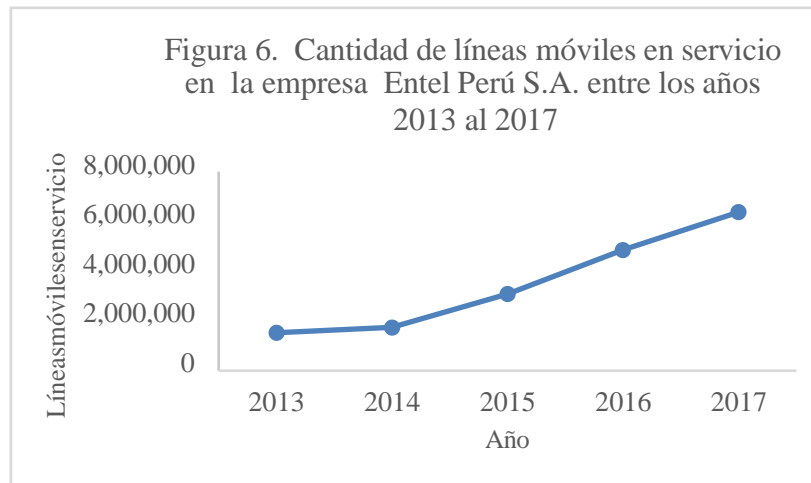
Tabla 6 Variación en las líneas móviles en servicio de la empresa Entel Perú S.A. entre los años 2013 al 2017

Año	Líneas Móviles en servicio	Variación (%)
2013	1,527,264	-
2014	1,737,115	13.7%
2015	3,078,863	77.2%
2016	4,846,671	57.4%
2017	6,371,929	31.5%

Fuente: OSIPTEL

Se observa en la tabla que en el año 2015 tuvo un incremento en un 77.2% respecto al año 2014, lo cual, le llevó a obtener 3,078,863 líneas móviles. En el año 2016 y 2017 continuó creciendo, pero en menor medida. En el primero aumentó en un 57.4% con respecto al año anterior, que en total sumó 4,846,671 líneas móviles. Para el año 2017 obtuvo 6,371,929 líneas, siendo el monto mayor de todos los años.

La figura 6 detalla la cantidad de líneas móviles en servicio de la empresa Entel Perú S.A. entre los años 2013 al 2017.



Fuente: OSIPTEL

La figura señala una línea creciente a partir del año 2014 justo cuando se relanza la portabilidad numérica. Entel fue el más beneficiado con la migración de los usuarios pues, en el 2015 fue el único operador en tener un saldo positivo por el uso de este beneficio. Además, para los años 2016 y 2017 la compañía a sabido presentar buenos planes de paquetes de servicios aún bajo precio, que le ha servido para captar a nuevos clientes.

H. Resultados de líneas móviles en servicio en la empresa Viettel Perú S.A.C.

La tabla número 7 detalla la cantidad de líneas móviles en servicio de la empresa Viettel Perú S.A.C. entre los años 2013 al 2017. Adicional, se presenta la variación que estas representan en comparación a los años anteriores.

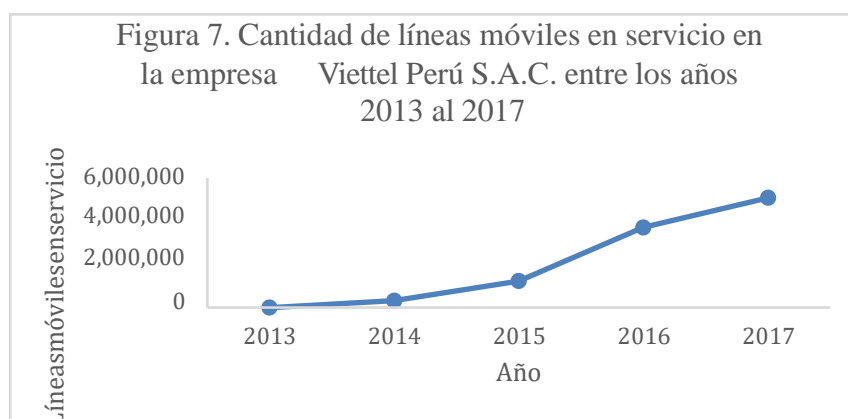
Tabla 7 Variación en las líneas móviles en servicio en la empresa Viettel Perú S.A.C. entre los años 2013 al 2017

Año	Líneas Móviles en servicio	Variación (%)
2013	-	-
2014	322,826	-
2015	1,231,081	281.3%
2016	3,714,832	201.8%
2017	5,084,880	36.9%

Fuente: OSIPTEL

La tabla anuncia que Viettel ingresó al mercado a partir del año 2014 donde solo captó a 322,826 líneas. Para el año siguiente obtuvo una variación de 281.3% y para el 2016 en 201.8% tomando en cuenta la cantidad de líneas móviles del año anterior. Aunque las variaciones son muy positivas, los montos en líneas solo llegaron a 1,231,081 y 3,714,832 respectivamente. Ya para el 2017, cerró con 5,084,880 línea activas.

La figura 7 detalla la cantidad de líneas móviles en servicio de la empresa Viettel Perú S.A.C. entre los años 2013 al 2017.



Fuente: OSIPTEL

En la figura se visualiza como en el 2014 el crecimiento de líneas móviles fue muy bajo porque ingresó al mercado a mitad del año mencionado. A partir del 2016 su crecimiento se acelera llegando casi a los 4,000,000 de líneas en servicio, gracias a su impulso de ganar clientes en las zonas del interior del país donde los otros competidores no llegan. A pesar de esto hubo una desaceleración en el año 2017 por la pérdida de miles de clientes que decidieron cambiarse a otra operadora.

I. Resultados de líneas móviles en servicio en la empresa Incacel Movil Perú S.A.C.

La tabla número 8 muestra la cantidad de líneas móviles en servicio de la empresa Incacel Movil S.A. en el periodo 2013 al 2017. Además, considera la variación con el año anterior.

Tabla 8 Variación en las líneas móviles en servicio de la empresa Incacel Movil S.A. entre los años 2013 al 2017

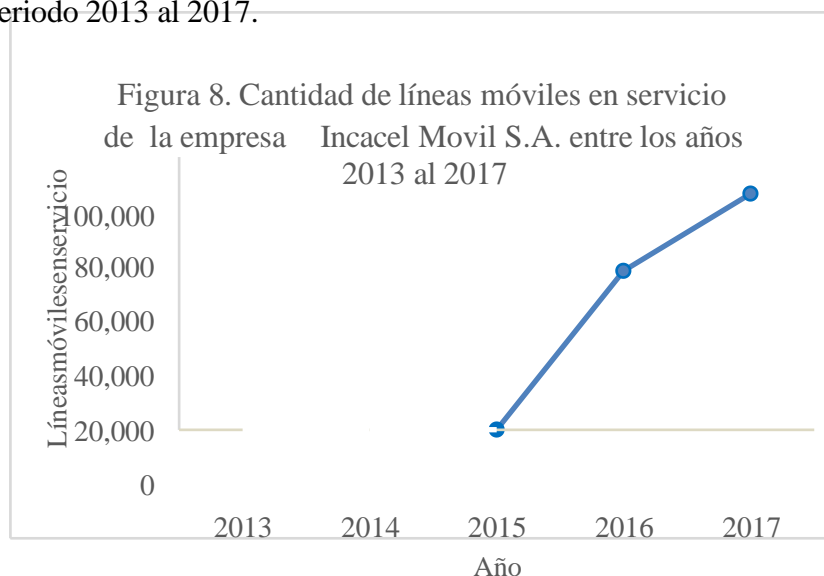
Año	Líneas Móviles en servicio	Variación (%)
2013	-	-
2014	-	-
2015	-	-
2016	58,283	-
2017	86,516	48.4%

La tabla anuncia que Incacel recién muestra datos desde el año 2016, llegando a obtener 58,283 líneas móviles en servicio. Para el año 2017, solo tuvo una variación de 48.4% respecto al año anterior llegando a 86,516 líneas.

Fuente: OSIPTEL

muestra datos desde el año 2016, llegando a obtener 58,283 líneas móviles en servicio. Para el año 2017, solo tuvo una variación de 48.4% respecto al año anterior llegando a 86,516 líneas.

La figura 8 muestra la cantidad de líneas móviles en servicio de la empresa Incacel Movil S.A. en el periodo 2013 al 2017.



Fuente: OSIPTEL

En la figura se observa como la empresa Incacel recién inició actividad en el Perú en el año 2016. A pesar que tiene una línea ascendente, la cantidad de líneas móviles en servicio es muy poco. Dicha empresa, aun no define su plan para ingresar con fuerza al mercado, pues no hay promoción de su marca hasta el momento. Actualmente, se está dedicando a instalar teléfonos fijos para recarga de líneas prepago.

3.2 Resultado de las importaciones de celulares

A. Valor CIF de las importaciones

La tabla 9 indica el valor de las importaciones peruanas de celulares entre los años 2013 al 2017, expresados en millones de dólares americanos. Asimismo, para un mejor entendimiento se coloca el porcentaje de variación respecto al año anterior.

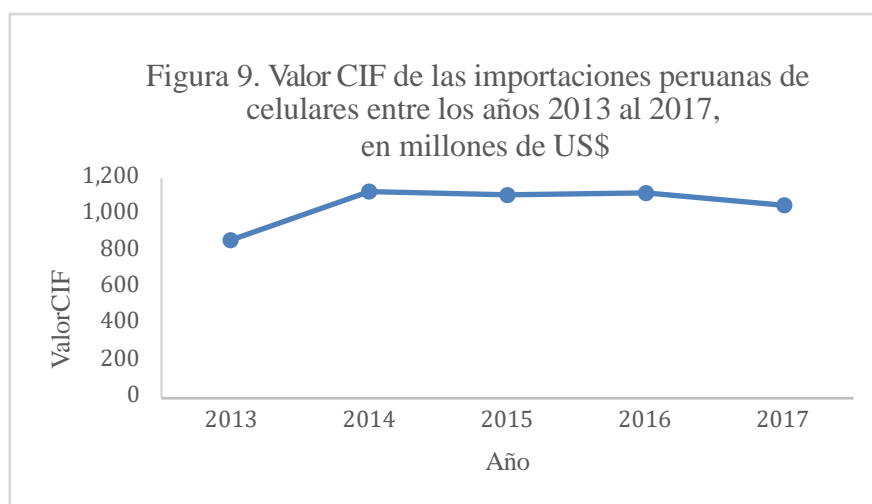
Tabla 9 Valor CIF de las importaciones peruanas de celulares entre los años 2013 al 2017, en millones de US\$

Año	Valor CIF	Variación
2013	862	-
2014	1,127	30.7%
2015	1,108	-1.6%
2016	1,118	0.9%
2017	1,052	-5.9%

Fuente: SUNAT

En la tabla se presenta en el año 2013 un valor CIF de 862 millones de dólares americanos, que luego varió en el año 2014 en un 30.7% en positivo; lo cual, llegó a completar los 1,127 millones de dólares en importaciones peruanas de celulares. Por otro lado, el año 2015 y 2017 hubo una variación negativa en -1.6% y -5.9% respectivamente, siendo la última la de menor variación. Aunque en el 2016 hubo un aumento en 0.9% a comparación del año anterior, esta cifra no pudo superar el monto alcanzado en el 2014, sumando solo 1,118 millones de dólares.

La figura 9 anuncia el valor CIF de las importaciones peruanas de celulares entre los años 2013 al 2017 expresados en millones de dólares americanos.



Fuente: SUNAT

La figura muestra un crecimiento del 2013 al 2014 en más de 200 millones de dólares americanos, lo cual, se debe a la mayor demanda de teléfonos inteligentes y al aumento de la penetración de los equipos en zonas urbanas. En el 2015 se tuvo un leve retroceso, esto se generó a nivel mundial y el Perú no fue ajeno a ello. La reducción de la importación no solo de celulares básicos, sino también de smartphones hicieron una reducción en el valor de las importaciones más notoria. Esta situación siguió dándose en los primeros meses del 2016 permitiéndole solo un leve incremento. Sin embargo, en el 2017 nuevamente hubo caída más notoria por la tendencia de la reducción de consumo de celulares, y por el contexto político del país.

B. Cantidad de celulares importados

La tabla número 10 detalla la cantidad de celulares importados entre los años 2013 al 2017 y el porcentaje de valor variado respecto al año anterior.

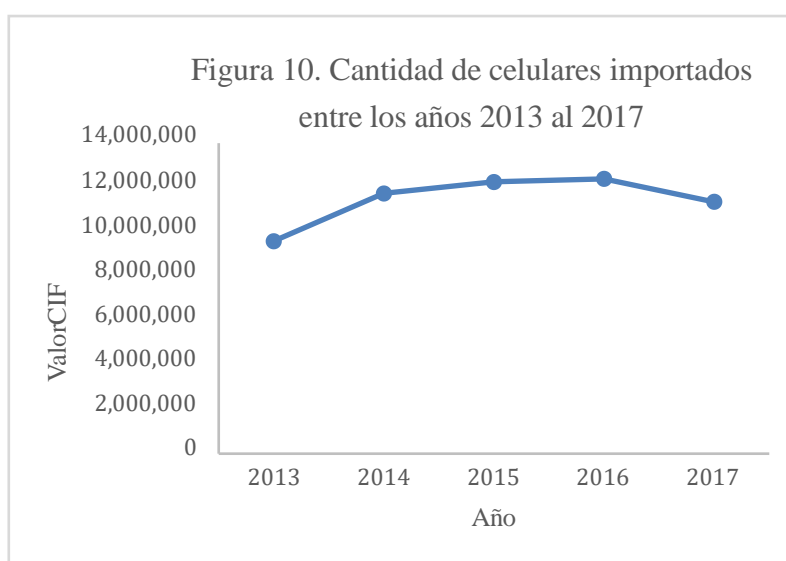
Tabla 10 Cantidad de celulares importados entre los años 2013 al 2017

Año	Cantidad de celulares	Variación
2013	9,584,563	-
2014	11,737,999	22.5%
2015	12,259,552	4.4%
2016	12,391,701	1.1%
2017	11,351,739	-8.4%

Fuente: SUNAT

Se anuncia en la tabla como la cantidad de celulares creció en un 22.5% en el año 2014 respecto al año anterior pasando de 9,584,563 a 11,737,999 líneas móviles en servicio, convirtiéndose en el año con mayor crecimiento. Igualmente, en los años 2015 y 2016 hubo un crecimiento, pero muy bajo de 4,4% y 1,1% respectivamente. Para el año siguiente, 2017, las cantidades cayeron en un -8,4% tomando como base el año anterior; reduciendo a 11,351,739 celulares importados.

La figura 10 describe la cantidad de celulares importados entre los años 2013 al 2017.



Fuente: SUNAT

En la figura aparece una línea que inicio con una orientación creciente entre los años 2013, 2015 y 2016 que venía contrayéndose, todo causado por la reducción del consumo de celulares. Las promociones y la competencia mantienen al mercado muy dinámico, trayendo equipos más asequibles para el público. Sin embargo, para el año 2017 el número cayó en 1 millón menos de celulares importados respecto al año anterior. Este escenario fue compartido a nivel mundial, ocasionando que los operadores de telecomunicaciones tuvieran una reducción en sus ventas por equipos.

3.3 Resultados de correlación.

A. Resultados de correlación entre la cantidad de líneas móviles y el valor CIF de las importaciones de celulares.

Prueba de correlación de Pearson

A continuación, se muestran las pruebas de hipótesis estadísticas para la correlación de las variables líneas móviles y las importaciones de celulares.

Se plantea las hipótesis estadísticas para el contraste de la hipótesis específica 1 referida a la relación entre líneas móviles en servicio y la cantidad de celulares importados al Perú durante el periodo 2013-2017 es significativa.

Correlación entre las líneas móviles y la cantidad de celulares importados:

H₀: No existe correlación entre las líneas móviles y la cantidad de celulares importados.

H₁: Existe correlación entre las líneas móviles y la cantidad de celulares importados.

Según los resultados de la tabla 12 no hay evidencia para rechazar la hipótesis nula, esto se debió a el valor del estadístico de correlación de Pearson es igual a 0.183 menor, cuyo valor fue menor a 0.5.

Tabla 11 Relación entre líneas móviles en servicio y la cantidad de celulares importados al Perú durante el periodo 2013-2017

Correlaciones			
		CANTIDAD DE LINEAS MOVILES	CANTIDAD DE CELULARES IMPORTADOS
CANTIDAD DE LINEAS MOVILES	Correlación de Pearson	1	0.183
	Sig. (bilateral)		0.161
	N	60	60
CANTIDAD DE CELULARES IMPORTADOS	Correlación de Pearson	0.183	1
	Sig. (bilateral)	0.161	
	N	60	60

Fuente: SUNAT

B. Resultados de correlación entre la cantidad de líneas móviles y la cantidad de celulares.

Prueba de correlación de Pearson

A continuación, se muestran las pruebas de hipótesis estadísticas para la correlación de las variables líneas móviles y la cantidad de celulares importados.

Se plantea las hipótesis estadísticas para el contraste de la hipótesis específica 1 referida a la relación entre líneas móviles en servicio y el valor de las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017 es significativa.

Correlación entre las líneas móviles y el valor CIF de las importaciones peruanas de celulares 2013-2017:

H₀: No existe correlación entre las líneas móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017.

H₁: Existe correlación entre las líneas móviles y el valor CIF de las importaciones peruanas de celulares 2013-2017.

Según los resultados de la tabla 13 no hay evidencia para rechazar la hipótesis nula, esto se debió a el valor del estadístico de correlación de Pearson es igual a 0.183 menor, cuyo valor fue menor a 0.5.

Tabla 12 Relación entre líneas móviles en servicio y el valor CIF de las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017

		Correlaciones	
		VALOR CIF DE LAS IMPORTACIONES	CANTIDAD DE CELULARES IMPORTADOS
CANTIDAD DE CELULARES IMPORTADOS	Correlación	DE CELULARES	DE CELULARES
LINEAS MOVILES	de Pearson	1	0.187
	Sig. (bilateral)		0.120
	N	60	60
CANTIDAD DE CELULARES IMPORTADOS	Correlación	0.187	1
	de Pearson		
	Sig. (bilateral)	0.120	
	N	60	<u>60</u>

Hipótesis general

No hay relación entre las líneas móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017.

IV. DISCUSIÓN

Mora (2016), en su tesis llega a la conclusión de que aún falta llegar a muchas zonas rurales del país a pesar del trabajo de las empresas operadoras en avanzar su cobertura, y que influye fuertemente la situación económica del hogar para adquirir el servicio. Esto guarda relación con la situación que muestran los resultados, pues cuando llegaron las nuevas empresas de telecomunicaciones empezaron a invertir en mejorar la telefonía móvil y en expandirla a más zonas del país; el caso más notorio es Viettel quien antes de lanzar sus promociones decidió instalar sus redes en zonas donde los principales operadores no llegaban, lo cual, generó que la cantidad de líneas móviles en servicio aumentaran considerablemente año tras año. Sin embargo, baja el crecimiento cuando en el año 2017 deciden enfocar su inversión en mantener a sus clientes para evitar que porten a otra empresa, renovando su tecnología en zonas donde ya están instalados. Esto generó un bajo crecimiento de solo 3.17% en líneas móviles a comparación del año anterior. Asimismo, el crecimiento económico del año 2017 fue menor a lo proyectado por el Ministerio de Economía y Finanzas.

La portabilidad ha traído como consecuencia mucha dinámica en el mercado de telefonía móvil sumado al ingreso de nuevos competidores. Como se observa en los resultados, las líneas móviles del principal operador de telecomunicaciones Telefónica, ha perdido casi 3 millones de clientes en los dos últimos años de estudio; lo más probable es que hayan migrado a las otras empresas. Entel y Viettel han conseguido juntos casi el 30% del mercado de telefonía. Todo muestra que la cantidad de usuarios de las líneas móviles se mantiene pero están cambiando de operador, por lo que, aun no se visualiza un crecimiento notorio en el sector por efectos de este beneficio. Palomino y Walde (2016) en su tesis comparte este resultado, pues concluye que el número de portaciones no es lo suficientemente importante todavía para la cantidad de líneas móviles que se tiene, y espera que un futuro aumente las portaciones y el consumo de teléfonos inteligentes. Por tanto, las importaciones de celulares también se ven afectados por este sistema como lo indican los resultados, han estado disminuyendo tanto en valor como en cantidad.

Galarza (2015) en su tesis concluye que las medidas restrictivas afectaron a las importaciones de celulares, pero no a las ganancias de las empresas operadoras, que son las principales importadoras en ese país pues buscaron otras alternativas. Esta podría ser la razón por la que las empresas de telecomunicaciones concentran más sus fuerzas en el servicio que en comprar en grandes cantidades celulares de última tecnología. A pesar, que no crece como

antes el sector de telefonía móvil, sigue creciendo. Los resultados muestran un crecimiento constante en líneas móviles más no en las importaciones de celulares.

Para el caso de Incacel, una empresa que entro en reemplazo de Virgin, no ha dado indicios de competidor en el mercado. Se encuentra desde el 2016 pero no ha hecho su lanzamiento oficial en los medios de comunicación acerca de los servicios que brinda, solo está con los clientes heredados por la anterior empresa.

V. CONCLUSIONES

1. En conclusión, ha quedado demostrado que no hay relación entre las líneas móviles y la cantidad de celulares importados al Perú en el periodo del 2013-2017, ya que, la significancia obtenida por el método de Pearson ha sido mayor a 0.05. Es por ello que los principales importadores de celulares están perdiendo líneas móviles por la portabilidad que permite al cliente mantener su número de línea en un operador distinto. A pesar de las intensas promociones ofertándose un nuevo equipo a bajo precio a cambio que migres a esa empresa, no hicieron que aumenten las importaciones.
2. Asimismo, ha quedado demostrado que no hay relación las líneas móviles y el valor de las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017, ya que, la significancia obtenida por el método de Pearson ha sido mayor a 0.05. De manera que el mercado ha dejado de comprar equipos de diferentes precios o características. El cliente está evaluando el servicio y no va solo en busca de un nuevo celular. Además, nuestra economía está creciendo lento y el mercado está mostrando ese comportamiento.
3. Finalmente, ha quedado demostrado que hay relación entre líneas móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que las empresas de telecomunicaciones no centren sus estrategias en solo adquirir teléfonos celulares y luego ofrecerlos a cambio de que ingresen a su red. Sino más bien a ampliar su cobertura en el país para ir en busca de nuevos clientes.
2. Es recomendable que el estado impulse el uso de la tecnología en los negocios a los empresarios que se ubican fuera de la capital. Además, que invierta en llevar las redes de comunicaciones a los distintos poblados del país, pues les abrirá las puertas a comunicarse con empresarios de todo el mundo. En consecuencia, los operadores de telecomunicación podrán ofrecer no solo las líneas móviles sino otros servicios como el internet móvil llevando consigo los teléfonos inteligentes que brindan más opciones que los comunes.
3. Se recomienda que se unan las empresas de telecomunicaciones con el Estado para invertir en la instalación de más redes de poblados donde aún no llega la señal. Esto sería un desarrollo para las ciudades beneficiadas y una ventaja para la operadora, pues brindaría su servicio e importaría más celulares para la venta.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, M. (2011). *Influencia de los smartphones en los estilos de vida de los jóvenes universitarios y jóvenes ejecutivos en la ciudad de Bogotá*. (Tesis de maestría). Universidad Jorge Tadeo Lozano. Bogotá.
- Azuero, R. (2014). *Impacto en el consumo del aumento en los aranceles a celulares en Ecuador período 2007-2011*. (Tesis de licenciamiento). Universidad de Guayaquil. Ecuador.
- Banco de la reserva del Perú. (2006). *Inflación*. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Concurso-Escolar/2006/Concurso-Escolar-2006-Material-1.pdf>
- Bajo, O. (1991). *Teorías del Comercio Internacional*. Barcelona: Antoni Bosh S.A.
- Barrantes, Roxana (2007) Oportunidades Móviles: Pobreza y acceso a la telefonía en América Latina y el Caribe – El caso de Perú. DIRSI – IEP. Lima.
- Bolívar, M. et al. (2005). *El libro blanco del azúcar*. Chile: RIL Editores
- Centro Internacional de Formación. (2012). *Conceptos y definiciones; desempleo y personas*. [Diapositivas]. Recuperado de <http://recap.itcilo.org/es/documentos/files-imt2/es/dg6>
- Calderón, C. (2010). *Incoterms 2010*. Recuperado de <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=745FEC42-9A2E-4370-90AC-E96E1B51A55D.PDF>
- Carrasco, S. (2013). *Metodología de la Investigación Científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. (3ª ed.). Lima, Perú: San Marcos.
- Comercio. (4 de noviembre del 2017). Así evoluciona el negocio de la telefonía móvil en el Perú. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/evoluciona-negocio-telefonía-movil-peru-noticia-470898>
- Comercio y Aduanas. (11 de abril del 2012). *Concepto: Que es importar*. Recuperado de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/que-es-importar/>

- Criterio Libre (18 de Marzo del 2008). Paul krugman y el nuevo comercio internacional.
Recuperado de
<http://www.unilibre.edu.co/CriterioLibre/images/revistas/8/CriterioLibre8art05.pdf>.
- Damián, M. (2014). *Factores determinantes de la demanda de importaciones en el Perú durante el período 1998-2012*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Recuperado de:
<http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1606/BC-TES-TMP-482.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Daniels, John., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2013). *Negocios Internacionales*. (14ª. Ed.). Pearson Educación. México.
- Escobar, L. (2016). *La economía peruana y la importación de vehículos nuevos procedentes de Corea del Sur, 2010-2015*. (Tesis de licenciamiento). Recuperada de
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1619/Escobar_ALA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fernández, Q. (2013). *La innovación tecnológica: creación, difusión y adaptación de las TIC*. Barcelona: Editorial UOC.
- Fischer, L y Espejo J. (2011). *Mercadotecnia*. (4ª ed). México: Litográfica Ingramex
- Galarza, M (2015). *Las medidas restrictivas a la importación de celulares y su impacto en el consumo, tributación y utilidades de las empresas de telecomunicaciones en el Ecuador, durante el periodo 2010 – 2012*. (Tesis de maestría). Universidad de Guayaquil. Recuperado de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7860/1/TESIS%20%20LISTA%20-ING.%20%20MARITZA%20GALARZA.pdf>
- Geldres, M. y Nolasco, E. (2015). *Modelo de comportamiento de compra de smartphones: caso generación z en Los Olivos*. Pontífice Universidad Católica del Perú. Recuperado de:
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6850/GELDRES_NOLASCO_MODELO_SMARTPHONES.pdf?sequence=1
- Goñi, N. (2008). *El precio variable clave en el marketing*. México: Pearson educación.

- Hernández, A. (Enero-Marzo de 1996). *El estudio del crecimiento de las poblaciones humanas*. *Revista Científica de América Latina, el Caribe, España y Portugal* (10). Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/112/11201002.pdf>.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ª ed.). México D.F.: Mc Graw Hill Education.
- Herrera, W. (Enero 2003). *La población (Segundo elemento constitutivo del Estado colombiano)*. *Revista de derecho* (19). Recuperado de <file:///C:/Users/Guadalupe%20Maricielo/Downloads/Dialnet-LaPoblacionSegundoElementoConstitutivoDelEstadoCol-2348030.pdf>
- Institución de nutrición y Centro América y Panamá. (2002) *Canasta Básica*. Recuperado de <http://www.incap.int/sisvan/index.php/es/areas-tematicas/herramientas-operacionales-de-apoyo/canasta-basica>
- Jiménez, D. (2011). *Análisis Y Pronósticos De Demanda Para Telefonía Móvil*. (Tesis de maestría). Universidad de Chile. Recupera de http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2011/cf-jimenez_dl/pdfAmont/cf-jimenez_dl.pdf
- Kotler, P y Armstrong, G. (2012) *Marketing*. (14ª ed). México: Pearson educación.
- Marcombo. (1998). *Telecomunicaciones Móviles*. (2ªed.). Barcelona: Marcombo.
- Mercado, S. (2008). *Comercio Internacional. Mercadotecnia Internacional: Importación – Exportación*. (5ª Ed.). Editorial Limusa: México.
- Mora, C. (2015). *Los determinantes de acceso a la telefonía móvil en el Perú rural 2007-2012*. (Tesis de Licenciado). Universidad Pontífice Universidad La Católica del Perú. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/7324/MORA_RUIZ_CESAR_DAVID_DETERMINANTES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mollá, A., Berenguer, G., Gómez, M. y Quintanilla, I. (2006). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: Editorial UOC.
- Nicholson, W. y Snyder, C. (2015). *Teoría Microeconómica: Principios básicos y ampliaciones*. 11ª ed. México: Cengage Learning Editores S.A.

- Organización Mundial del Comercio. (2018). *Servicios de telecomunicaciones*. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/telecom_s/telecom_s.htm
- OSIPTEL. (2016). Quienes somos. Recuperado de <https://www.osiptel.gob.pe/categoria/quienessomos>
- Parkin, M y Loría, E. (2015). *Microeconomía versión para Latinoamérica*. (11ª ed.). México: Pearson Educación.
- Palomino, P. y Walde, F. (2016). *Efectos de la portabilidad numérica en el mercado de la telefonía móvil: una aproximación cuantitativa*. (Tesis de Maestría). Universidad del Pacífico. Recuperado de http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1727/Peter_Tesis_Maestria_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pina, E. (2013). *Uso eficaz del teléfono*. Recuperado de <http://www.digitaliapublishing.com/visor/37733>
- Porter, M. (2010). *Ventaja Competitiva*. (8ª ed.). Madrid, España: Pirámide.
- Puértolas, J. y Llorante, L. (2013). *Microeconomía interactiva II: Teoría del consumidor y equilibrio general*. Madrid: España.
- Quispe, U. (2008). *Microeconomía práctica*. (3ª ed) . Lima: Editorial san marcos.
- Rivas, J y Grande, E. (2010). *Comportamiento del consumidor: Decisiones y estrategia de marketing*. 6ª ed. Madrid: Esic editorial.
- Rodas, A. y Rodas, C.(2008). *Economía Básica*. (5ª ed). México: Editorial Limusa.
- Rosales, J. (2000). *Elementos de Microeconomía*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=62gNCThG6EwC&pg=PA25&dq=demanda+definicion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiQl4ra0ZXcAhUQx1kKHct3CC0Q6AEIMzAC#v=onepage&q=demanda%20definicion&f=false>
- Santesmases, M. (2012). *Marketing conceptos y estrategias*. (6ª ed). Madrid: Ediciones Pirámide.

- Salazar, N. (2011). *Gestión estratégica de la demanda*. Bogotá, Colombia: CESA
- Smith, A. (2015). *La riqueza de las naciones*. (3a ed.). Madrid: Alianza editorial.
- Stiglitz, J y Walsh C. (2002). *Macroeconomía*. (3ª ed.). España: Ariel.
- Tapia, M. y González, A. (2014). *Regiones fronterizas, migración y los desafíos para los Estados nacionales latinoamericanos*. Chile: Ril editores.
- Vargas, G. (2006). *Introducción a la teoría económica un enfoque latinoamericano*.
Recuperado de
<https://books.google.com.pe/books?id=u1DFsje4IMcC&pg=PA10&dq=escasez+definicion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwirovGo5ZLcAhWE3FMKHQ-EAo8Q6AEILDAB#v=onepage&q=escasez%20definicion&f=false>
- Ventura, H. (2016). *Factores que determinan la demanda de consumo de los usuarios de telefonía móvil en el departamento de Ancash*. (Tesis de Licenciado). Universidad Nacional de Trujillo, Recuperado de
http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4760/villanuevaflores_florita.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vicente, S. (2015). *Introducción a la macroeconomía*. Recuperado de
file:///C:/Users/Guadalupe%20Maricielo/Downloads/8.3_El_concepto_del_desempleo_.pdf

ANEXOS

Matriz de consistencia						
Líneas Móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017						
OBJETO DE ESTUDIO	PROBLEMA DE	OBJETIVOS DE	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Líneas Móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares	Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Líneas móviles	América Móvil Perú S.A.C.	Cantidad de líneas móviles
	¿Existe relación entre líneas móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017 ?	Mostrar la relación entre las líneas móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013 -2017	La relación entre las líneas móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017 es significativa.		Entel Perú S.A.	Cantidad de líneas móviles
					Incael Móvil S.A.	Cantidad de líneas móviles
					Teléfono del Perú S.A.A.	Cantidad de líneas móviles
					Vitel Perú S.A.C.	Cantidad de líneas móviles
	Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Importaciones	Cantidad de celulares	Cantidad de celulares importados
	¿Existe relación entre líneas móviles en servicio y la cantidad de celulares importados al Perú durante el periodo 2013-2017 ?	Mostrar la relación entre líneas móviles en servicio y la cantidad de celulares importados al Perú durante el periodo 2013-2017	La relación entre líneas móviles en servicio y la cantidad de celulares importados al Perú durante el periodo 2013-2017 es significativa.			
	¿Existe relación entre líneas móviles en servicio y el valor de las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017?	Mostrar la relación entre líneas móviles en servicio y el valor de las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017	La relación entre líneas móviles en servicio y el valor de las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017 es significativa.		Valor	Valor CF de las importaciones de celulares



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, Guerra Bendezú Carlos Andrés, docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo Lima norte, revisor (a) de la tesis titulada "Lineas móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017", del (de la) estudiante Espinoza Sevillano Antia Rosa constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Lima, 15 de Diciembre del 2018

Firma

Guerra Bendezú, Carlos Andres

DNI: 09726163

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

LÍNEAS MÓVILES EN SERVICIO Y LAS IMPORTACIONES
PERUANAS DE CELULARES DURANTE EL PERIODO 2013-2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR:

ESPINOZA SEVILLANO, ANITA ROSA

ASESOR:

GUERRA BENDEZÚ, CARLOS

Resumen de coincidencias

21 %

Coincidencia 1 de 7
Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

- 1 Entregado a Universidad... 13 %
- 2 repositorio.univalle.pe 3 %
- 3 www.citadela.edu.pe 1 %
- 4 www.conectadela.org 1 %
- 5 Entregado a Pontificia... <1 %
- 6 Entregado a ISM Inm... <1 %
- 7 Entregado a EP 1988 S... <1 %
- 8 Entregado a Universidad... <1 %
- 9 Entregado a FOD <1 %
- 10 es.aldehano.net <1 %

Activar Windows
Ver > 11 Entregado a Em... <1 %



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Espinoza Sevillano, Antia Rosa

INFORME TÍTULADO:

“Lineas Móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017”.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 1/712/2018

NOTA O MENCIÓN: 14



LIMBE FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)
Espinoza Sevillano, Antia Rosa
D.N.I. : 73147012
Domicilio : Mz c lotes 21 Asoc. Villa Los Olivos
Teléfono : Fijo : Móvil : 953588597
E-mail : antiaespi@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales
Escuela : Negocios Internacionales
Carrera : Negocios Internacionales
Título : Licenciado en Negocios Internacionales

Tesis de Post Grado

Maestría

Grado :
Mención :

Doctorado

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:
Espinoza Sevillano Antia Rosa

Título de la tesis:

"Líneas Móviles en servicio y las importaciones peruanas de celulares durante el periodo 2013-2017"

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma : 

Fecha : 17/12/2018