



UNAP



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**ANÁLISIS DE LOS PLANES CONTRATADOS
EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR
IQUITOS, EN EL PERIODO 2013 - 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**AUTOR (ES): ROSARIO ADILIA RAMÍREZ PAREDES
LUIS HERNANDO PEREIRA CACHIQUE**

**ASESOR (ES): Dr. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR
Mgr. JORGE LUIS ARRUÉ FLORES**

IQUITOS – PERÚ

2019



UNAP

Escuela de Postgrado "JOSÉ TORRES VÁSQUEZ"
Oficina de Asuntos Académicos



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
059-2018-OAA-EPG-UNAP

Con **Resolución Directoral N° 1022-2018-EPG-UNAP**, se autoriza la sustentación de la tesis: "ANÁLISIS DE LOS PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, EN EL PERIODO 2013 - 2017", designando como jurados a los siguientes profesionales:

Dr. Beny Pasquel Flores	Presidente
Dr. Víctor Arturo Jesús Castillo Canani	Miembro
Mgr. Manuel Ignacio Núñez Horna	Miembro

A los Dieciocho días del mes de Octubre de 2018, a horas 04:00 p.m., en el Auditorio de la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, se constituyó el Jurado Evaluador y dictaminador, para presenciar y evaluar la sustentación de la tesis: "ANÁLISIS DE LOS PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, EN EL PERIODO 2013 - 2017", presentado por los señores **Rosario Adilia Ramírez Paredes y Luis Hernando Pereira Cachique**, como requisito para optar el Grado Académico de **Maestro en Gestión Empresarial**, que otorga la UNAP de acuerdo a la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

Después de haber escuchado la sustentación y luego de formuladas las preguntas, éstas fueron:

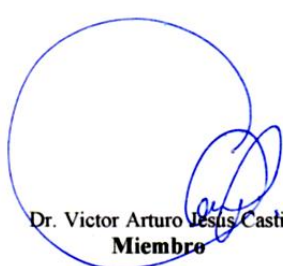
.....RESPONDIDAS SATISFACTORIAMENTE.....

El Jurado, después de la deliberación correspondiente en privado, llegó a las siguientes conclusiones, la sustentación es:

1. Aprobado como: a) Excelente () b) Muy bueno c) Bueno ()
2. Desaprobado: ()

Observaciones : NINGUNA.....
.....
.....

A Continuación, el Presidente del Jurado, da por concluida la sustentación, siendo las 6:00 p.m. del Dieciocho de Octubre del 2018; con lo cual, se le declara a las sustentantes AP.TOS para recibir el Grado Académico de **Maestro en Gestión Empresarial**.


Dr. Víctor Arturo Jesús Castillo Canani
Miembro


Dr. Beny Pasquel Flores
Presidente


Mgr. Manuel Ignacio Núñez Horna
Miembro


TESIS APROBADA EN SUSTENTACIÓN PÚBLICA DEL DÍA 18 DEL MES DE OCTUBRE DEL AÑO 2018, A HORAS 6.00 P.M., EN EL AUDITORIO DE LA ESCUELA DE POSTGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONÍA PERUANA, EN LA CIUDAD DE IQUITOS – PERÚ.




.....
Dr. BENY PASQUEL FLORES
Presidente



.....
Dr. VÍCTOR ARTURO JESÚS CASTILLO CANANI
Miembro



.....
Mgr. MANUEL IGNACIO NUÑEZ HORNA
Miembro



.....
Dr. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR
Asesor



.....
Mgr. JORGE LUIS ARRUE FLORES
Asesor

DEDICATORIA

Agradezco mucho a mis padres por el apoyo constante, por sentar en mí la base de responsabilidad y deseo de superación, pero sobre todo por estar siempre a mi lado motivándome para concluir cada una de las metas que me propongo.

Agradezco a mis hijos, por haber sido quien me motivó a seguir con el objetivo de culminar la maestría y a mis compañeros promocionales por la confianza y el apoyo brindado durante el tiempo que realizamos nuestra maestría.

Rosario Adilia Ramírez Paredes

Dedicado; en primer lugar, a Dios, fuente de motivación e inspiración en mi vida. También dedicado a Andy Luis, mi hijo, que representa todo en mi vida, motor y motivo de mi gran esfuerzo y dedicación. A Estela mi querida madre dedico, esta tesis magistral, ya que, sin sus palabras de aliento y sus muestras de cariño, nada hubiese podido ser.

Luis Hernando Pereira Cachique

RECONOCIMIENTO

Agradecemos a Dios nuestro creador, por guiarnos y bendecirnos en nuestro día a día, por darnos la fortaleza, la sabiduría y la capacidad de desarrollarnos como personas y profesionales, por proteger nuestro camino y cuidar de los nuestros.

A nuestros queridos padres, por estar siempre apoyándonos, ejemplo de lucha, dedicación y fortaleza.

Así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.

A nuestro Asesor de Tesis, **Dr. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR**, por su tiempo y dedicación. Su amplio conocimiento, sus experiencias, por la calidad de profesional y persona que es, sus consejos, y su motivación han sido primordiales para lo que hemos desarrollado. Estamos sumamente agradecidos con él, ya que hemos aprendido mucho por intermedio suyo varios ámbitos que nos han permitido tener una mejor visión tanto de manera profesional como humana.

Los Autores.

ANÁLISIS DE LOS PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, EN EL PERIODO 2013 – 2017.

Rosario Adilia Ramírez Paredes
Luis Hernando Pereira Cachique

RESUMEN

La telefonía celular en la ciudad de Iquitos cuenta con cuatro operadores: Movistar, Claro, Bitel y Entel. De ellos, Movistar tiene aproximadamente el 50% del mercado basada en la hegemonía de la empresa Telefónica del Perú SAA. El operador Claro ocupa el segundo lugar gracias a la mayor cobertura, seguido de Bitel que es una empresa joven pues tiene muy pocos años en el mercado, pero con un rápido crecimiento, basado en tarifas económicas y buen servicio. El cuarto lugar es para Entel que recién ingresa al mercado local. El objetivo de la presente tesis magistral es analizar los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 – 2017. Por lo cual, realizamos el reciente estudio de forma Descriptivo y de un planteamiento No Experimental, considerando los tipos de planes contratados, el número de planes, así como el valor monetario, y la morosidad incurrida por los clientes. También se analiza el comportamiento de la morosidad. En relación al tipo de planes, existen básicamente dos: pre pago y post pago. Respecto al número de planes, la mayoría de los clientes contrataron pre pago llegando a alcanzar la suma de 12,261,841.00; equivalente al 88.38% del total de planes. Los planes post pago solo fueron 1,612,021.00 y significó el 11.62%. Una situación diferente se encuentra cuando se analizan los valores monetarios de cada plan; aquí, el primer lugar es ocupado por los planes post pago que alcanzó el monto de S/. 118,733,200.00 representando el 53.58% del valor total, mientras que los pre pago llegaron a sumar S/. 102,873,389.00 (46.42% del total). Además, se pudo observar que los planes pre pago tuvieron un comportamiento variable durante la serie en estudio, habiendo crecido los tres primeros años desde 2,134,632.00 contratos el año 2013 hasta 2,628,696.00 el año 2015, para luego contraerse en los dos años siguiente cerrando el año 2017 con 2,464,545.00 contratos. La morosidad estuvo asociada a los planes post pago, ya que los pre pago no cuentan con el servicio si antes no recargan; es decir, la naturaleza misma de los planes pre pago hacen que no caigan en morosidad. La morosidad tuvo un comportamiento decreciente año a año, habiendo alcanzado la suma de S/. 1,197,957.60 el año 2013 para luego terminar el año 2017 con el monto de S/. 926,448.60.

Palabras Clave: Telefonía Celular, Planes Contratados, Planes Post Pago, Planes Pre Pago, Morosidad, Análisis de Tendencia.

ANALYSIS OF THE PLANS CONTRACTED IN MOVISTAR IQUITOS CELLULAR TELEPHONE, IN THE PERIOD 2013 – 2017.

Rosario Adilia Ramírez Paredes
Luis Hernando Pereira Cachique

ABSTRACT

Cellular telephony in the city of Iquitos has four operators: Movistar, Claro, Bitel and Entel. Of these, Movistar has approximately 50% of the market based on the hegemony of the Telefónica del Perú SAA company. The Claro operator ranks second thanks to the greater coverage, followed by Bitel, which is a young company since it has only a few years in the market, but with a rapid growth, based on economic rates and good service. The fourth place is for Entel that has just entered the local market. The objective of the present master's thesis is to analyze the plans contracted in mobile telephony of Movistar Iquitos, in the period 2013 - 2017. Therefore, we conducted the recent study in a descriptive way and a non-experimental approach, considering the types of plans contracted, the number of plans, as well as the monetary value, and the delinquency incurred by customers. The behavior of delinquency is also analyzed. In relation to the type of plans, there are basically two: pre-payment and post-payment. Regarding the number of plans, most clients contracted pre-payment, reaching a total of 12,261,841.00; equivalent to 88.38% of total plans. The post-payment plans were only 1,612,021.00 and represented 11.62%. A different situation is found when analyzing the monetary values of each plan; Here, the first place is occupied by post-payment plans that reached the amount of S /. 118,733,200.00 representing 53.58% of the total value, while the pre-payments reached a total of S /. 102,873,389.00 (46.42% of the total). In addition, it was observed that the pre-paid plans had a variable behavior during the series under study, having grown the first three years from 2,134,632.00 contracts in 2013 to 2,628,696.00 in 2015, and then contracting in the following two years, closing the year 2017 with 2,464,545.00 contracts. Late payment was associated with the post-payment plans, since the pre-payment do not have the service if they do not recharge beforehand; that is to say, the very nature of pre-paid plans means that they do not fall into arrears. Late payment had a decreasing behavior year after year, having reached the sum of S /. 1,197,957.60 in 2013 to then finish the year 2017 with the amount of S /. 926,448.60.

Key Words: Cellular Telephony, Contracted Plans, Post Payment Plans, Pre Payment Plans, Late Payments, Trend Analysis.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	<u>Pág.</u>
ACTA DE SUSTENTACION.....	ii
HOJA DE APROBACION.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RECONOCIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
CAPÍTULO I	
1.1. Introducción.....	01
1.2. Problemas de Investigación.....	02
1.2.1. Problema General.....	03
1.2.2. Problemas Especificas.....	04
1.3. Objetivos.....	04
1.3.1. Objetivo General.....	04
1.3.2. Objetivos Específicos.....	05
CAPÍTULO II	
2.1. Marco Teórico.....	06
2.1.1. Antecedentes.....	06
2.1.2. Bases Teóricas.....	15
2.1.3. Marco Conceptual.....	26
2.2. Definiciones Operacionales.....	41
2.2.1. Variables.....	41
2.2.2. Indicadores e Índices.....	41
2.3. Hipótesis.....	42
2.3.1. Hipótesis General.....	42

2.3.2. Hipótesis Específicas.....	42
CAPÍTULO III	
3.1. Método de Investigación.....	43
3.2. Diseños de Investigación.....	43
3.3. Población y Muestra.....	43
3.4. Técnicas e Instrumentos.....	44
3.5. Procedimiento de Recolección de Datos.....	44
3.6. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos.....	45
3.7. Protección de los Derechos Humanos.....	45
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	
4.1. Planes Contratados en Telefonía Celular.....	46
4.2. Planes Post Pago.....	51
4.3. Planes Pre Pago.....	56
4.4. Morosidad de los Planes Contratados.....	61
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	67
CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	74
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES.....	76
CAPÍTULO VIII: RECOMENDACIONES.....	78
CAPÍTULO IX: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	79

ÍNDICE DE CUADROS

	<u>Pág.</u>
Cuadro 01. Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013	46
Cuadro 02. Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2014	47
Cuadro 03. Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2015	48
Cuadro 04. Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2016	49
Cuadro 05. Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2017	50
Cuadro 06. Planes Post Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013	51
Cuadro 07. Planes Post Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2014	52
Cuadro 08. Planes Post Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2015	53
Cuadro 09. Planes Post Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2016	54
Cuadro 10. Planes Post Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2017	55
Cuadro 11. Planes Pre Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013	56
Cuadro 12. Planes Pre Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2014	57
Cuadro 13. Planes Pre Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2015	58
Cuadro 14. Planes Pre Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2016	59
Cuadro 15. Planes Pre Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2017	60

Cuadro 16.	Morosidad de Los Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013	61
Cuadro 17.	Morosidad de Los Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2014	62
Cuadro 18.	Morosidad de Los Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2015	63
Cuadro 19.	Morosidad de Los Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2016	64
Cuadro 20.	Morosidad de Los Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2017	65
Cuadro 21.	Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013-2017	68
Cuadro 22.	Número de Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013 – 2017	69
Cuadro 23.	Monto de Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013 – 2017	70
Cuadro 24.	Número de Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013 – 2017	71
Cuadro 25.	Morosidad de los Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013 - 2017 (S/.)	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<u>Pág.</u>
Gráfico 01. Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013	46
Gráfico 02. Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2014	47
Gráfico 03. Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2015	48
Gráfico 04. Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2016	49
Gráfico 05. Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2017	50
Gráfico 06. Planes Post Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013	51
Gráfico 07. Planes Post Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2014	52
Gráfico 08. Planes Post Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2015	53
Gráfico 09. Planes Post Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2016	54
Gráfico 10. Planes Post Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2017	55
Gráfico 11. Planes Pre Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013	56
Gráfico 12. Planes Pre Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2014	58
Gráfico 13. Planes Pre Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2015	59
Gráfico 14. Planes Pre Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2016	60
Gráfico 15. Planes Pre Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2017	61

Gráfico 16.	Morosidad de Los Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013	62
Gráfico 17.	Morosidad de Los Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2014	63
Gráfico 18.	Morosidad de Los Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2015	64
Gráfico 19.	Morosidad de Los Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2016	65
Gráfico 20.	Morosidad de Los Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2017	66
Gráfico 21.	Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013-2017	68
Gráfico 22.	Número de Planes Contratados en Telefonía Celular De Movistar Iquitos, Periodo 2013-2017	70
Gráfico 23.	Monto de Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013 – 2017	70
Gráfico 24.	Número de Planes Pre Pago Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos, Periodo 2013 – 2017	72
Gráfico 25.	Morosidad de los Planes Contratados en Telefonía Celular de movistar Iquitos, Periodo 2013 – 2017.	73

CAPÍTULO I

1.1. INTRODUCCIÓN.

La telefonía celular en la ciudad de Iquitos es ofertada por cuatro proveedores: Movistar, Claro, Bitel y Entel. Actualmente, el mercado es liderado por Movistar con un poco menos del 50% pero cada vez viene cediendo más terreno a la competencia. El segundo lugar es para Claro, cuyo crecimiento se cimienta en la mayor cobertura a nivel nacional. El tercer lugar es para Bitel, que es la operadora más joven del mercado pero que muestra un rápido crecimiento por las tarifas y planes económicos que posee. Finalmente, se encuentra Entel, que es el último en ingresar y que no acaba de acomodarse.

Movistar Iquitos ofrece dos tipos de planes: pre pago y post pago, los que han mostrado diferente evolución en los últimos cinco años. Inicialmente, el plan post pago contenía el mayor número de planes contratados, pero el año 2017 lideraba los planes pre pago. La morosidad que presenta la telefonía celular de Movistar Iquitos durante el periodo 2013 – 2017, es originado por los planes post pago, ya que, con los pre pagos, si no paga no tiene línea; en tal sentido, no existe morosidad.

Por otro lado, es preciso señalar que Movistar pertenece a Telefónica del Perú SAA., empresa concesionaria que tiene el poder de mercado para manejar las tarifas y las condiciones, pero que al mismo tiempo la ha convertido en una ineficiente, trasladando esa ineficiencia a los precios que tienen que pagar los consumidores finales.

Es así que en esta tesis de maestría se aborda el problema de manera científica siguiendo todos los pasos y etapas planteados por la metodología, apoyándose en estudios previos y teorías existentes que le dan el marco necesario para desarrollarla, para que se puedan validar las hipótesis.

1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

La ciudad de Iquitos cuenta con un sistema de telecomunicaciones limitadas teniendo un avance tardo a comparación de otras ciudades del Perú, que si cuentan con un sistema digital (fibra óptica), y en la ciudad de Iquitos utilizan la tecnología de Radio Enlace. Dicho sistema de Radio Enlace tiene constante caída de señal que en la actualidad afectan a las entidades, empresas e instituciones del sector público y privado, afectando a los usuarios y clientes de las líneas post pago (líneas que generan recibos mensuales).

Los sistemas de comunicación en Iquitos contienen transmisión de información, fotos, figuras, grabación de videos, además de otras formas de mensajería de formas instantáneas, la rapidez de la conexión a internet y el modo de conexión (dial-up, cable, satélite, Wi-Fi) puede perjudicar la forma de enviar y recepcionar la información, teniendo en cuenta el sistema de la ciudad que es de 3G y en algunos distritos la tecnología de 4G (centro de Iquitos). Esto afecta mucho a la empresa Movistar en los ingresos mensuales y la participación en el mercado.

Algunos distritos de la ciudad de Iquitos cuentan con conexiones lentas y/o intermitentes sin poder obtener un servicio de calidad. Así mismo, también tiene puntos altos y bajos con el servicio de llamadas y de voz. Teniendo mayoritariamente la ciudad una población de clientes pre pago, que evitan que sus líneas generen recibos mensuales, siendo uno de los factores que el servicio que brinda la empresa Movistar no es óptimo, y para evitar reclamos mensuales con la empresa en referencia buscan tener mayor facilidad y rapidez en la comunicación y la factibilidad de la activación de la línea. Más que todo buscan generar líneas que ingresen recargas en sus líneas celulares para no tener condiciones o contratos vigentes con las líneas, muy diferente a las líneas post pago que, si generan recibos mensuales ya que cuentan con paquetes de datos, minutos adicionales y sobre todo ilimitados con el mismo operador, este producto es más que

todos dirigido a las empresas corporativas o personas con posibilidades de un pago mensual (previa evaluación crediticia).

En estos dos últimos años, la opción de realizar la portabilidad de números telefónicos fue un buen recurso para los clientes y/o usuarios de la empresa Movistar migrando a otras empresas de telecomunicaciones en este caso a la competencia (Claro, Entel y Bitel) tratando de encontrar una mejor calidad referente al servicio con un mínimo de interrupciones referente al servicio. Hay algunas zonas rurales que aún no cuentan con asequibilidad a las torres o líneas de fibra óptica, estas cifras van disminuyendo año a año a razón que las formas de telecomunicaciones se están expandiendo Se tiene como en las fronteras del territorio amazónico.

1.2.1. PROBLEMA GENERAL.

Telefónica del Perú a través de la empresa Movistar realiza su actividad mediante dos (02) Retail de Atención al Cliente de manera presencial, un (01) Call Center que se encuentra en la ciudad de Lima, tres (03) Agencias Autorizadas, una (01) agencia distribuidora y quinientos (500) lugares de ventas. La red de telefonía Celular de la ciudad de Iquitos no cuenta con un sistema óptimo como en la ciudad de Lima, lugar donde cuentan con la tecnología de fibra óptica garantizando la rapidez y eficiencia de los procesos de ventas.

El sistema de ventas que se utiliza para las altas nuevas líneas Post Pago y Pre Pago es con biometría, (sistema conectado a la Reniec). Para adquirir los planes de Post Pago y Pre Pago, tiene que pasar por el biométrico de acuerdo a los dispuesto por OSITEL. En los planes Post Pago cuentan con paquete de voz, datos ilimitados la facilidad que cuenta con los Cambios de Equipos de acuerdo a su plan, obteniendo facilidades de pago, en desventaja tiene la pre pago que, si es limitado los paquetes de datos, voz y megas, sin tener opción a realizar cambio de equipos por no tener un plan que genere recibos

mensuales. La tecnología que cuenta la ciudad de Iquitos hace que los clientes cada día realicen migraciones a pre pago o portabilidad a otras operadoras. Los clientes muchas veces adquieren los planes Pre Pagos para evitar cobros mensuales que generen deudas, ya que, con las constantes caídas de la red, evitan tener reclamos por las incidencias que se presentan.

Por lo tanto, el Problema General se plantea de la siguiente forma:

¿Cuál es el análisis de los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 - 2017?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.

1. ¿Cuál fue el comportamiento de los planes contratados en Post Pago en relación al total de planes en telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 2017?
2. ¿Cuál fue la tendencia de los planes contratados en Pre Pago de telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 - 2017?
3. ¿Cuál fue el comportamiento de la morosidad de los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 – 2017?

1.3. OBJETIVOS.

1.3.1. OBJETIVO GENERAL.

Analizar los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 – 2017.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Determinar el comportamiento de los planes contratados en Post Pago en relación al total de planes en telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 2017.
2. Demostrar la tendencia de los planes contratados en Pre Pago de telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 - 2017.
3. Evidenciar el comportamiento de la morosidad de los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 – 2017.

CAPÍTULO II

2.1. MARCO TEÓRICO.

2.1.1. ANTECEDENTES.

Montes, H. (2017), en la tesis de maestría denominada **“Nivel de Satisfacción de los Clientes de Telefonía Celular de Claro en la Ciudad de Iquitos, Periodo Diciembre 2016”**, que tuvo la asesoría del Dr. Freddy Martín Pinedo Manzur, sustentada en el Programa de Maestría en Gestión Empresarial de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, dan a conocer que los clientes de Claro consideran como “Bueno” el nivel de satisfacción en Iquitos, de acuerdo a la respuesta del 74.77% de los encuestados, en el periodo diciembre 2016; asimismo, señalaron como determinantes en el nivel de satisfacción de los clientes, siendo puntos fundamentales para que ellos se mantengan en Claro. En cambio, el “Trato Recibido” no influye en el nivel de satisfacción; es decir, pueden recibir un trato bueno o indiferente, pero eso no va a hacer que continúen con el operador. En ese mismo sentido, cuando se cruzaron las respuestas entre el costo del plan y el servicio recibido, los encuestados consideraron como “Adecuada” la relación. Del mismo modo, la relación entre el nivel de satisfacción y la calidad del servicio, dio como resultado que los encuestados dijieran que el nivel de satisfacción es “Bueno” (80.45%), y califican de “Buena” (88.34%) la calidad del servicio. El perfil del cliente de Claro responde a las siguientes características: tienen “Entre 18 – 28 años” (33.03%); son de sexo “Masculino” (51.83%); cuentan con instrucción “Técnica” (39.00%); y provienen del distrito de Iquitos (58.72%); 6) Otros datos de importancia son; consideran como “Cómodas” (42.66%) las instalaciones; la persona que lo atendió “Sí” (99.08%) conoce su trabajo; están “Satisfechos” (72.94%) por el trato recibido; y

consideran “Normal” (46.33%) el tiempo de espera para ser atendidos; 7) En ese mismo sentido: el tipo de plan contratado es “Postpago” (73.85%); el plan contratado le otorga “Mayores Beneficios” (63.30%) que otro igual brindado por operadores diferentes que se encuentran en el mercado; consideran que el principal diferenciador es la “Mayor Cobertura” (43.48%); y es “Muy Probable” (37.61%) que el cliente recomiendo un producto o servicio de Claro a otras personas”. Lo señalada línea arriba destaca la importancia del estudio, razón por la cual es tomada como antecedente; además, evalúa los niveles de satisfacción por la tarifa pagada y el servicio recibido, siendo el principal diferenciador la mayor cobertura de Claro ante el pago de tarifas similares.

Zevallos, M. (2016), desarrolló la tesis para obtener el grado de maestro, que lleva por nombre **“Análisis del Nivel de Satisfacción de los Usuarios de Telefonía Móvil de Movistar en la Ciudad de Iquitos, Periodo Diciembre 2015”**, asesorada por el Dr. Freddy Martín Pinedo Manzur, en el Programa de Maestría en Gestión Empresarial. La autora expresa que existen tres operadores de telefonía celular en la ciudad de Iquitos pero que el mayor número de clientes están con Movistar, debido a que fue la primera operadora en este mercado y tienen un poder monopólico. Pero, esta situación de poder de mercado le está llevando a la ineficiencia y falta de competitividad ya que la cobertura no es muy buena, sobre todo para conectar los pueblos de la Amazonía que se hallan muy alejados; además, las tarifas son ligeramente superiores a la de los otros operadores. En ese aspecto, el operador Claro tiene muy buena cobertura y llega los pueblos más alejados. El último operador que ingreso al mercado loreto fue Bitel, y una de las principales características es la tarifa baja. Un diferenciador de Movistar respecto a los demás está referido a los servicios complementarios, como por ejemplo la cantidad de megas, acceso a internet ilimitado,

whatsapp sin límites, entre otros. También, Movistar otorga equipos de última generación de manera “gratuita” a los usuarios, pero con ajustes tarifarios que lo que hacen es cargar el precio a las mensualidades. Aparte del tema tecnológico, se debe mencionar que el trato no es el adecuado causando molestias al usuario, tal es así que el 59.93% lo calificaron de “Regular”. En ese mismo sentido, el 75.56% de los encuestados consideró el grado de satisfacción como “Regular”. Todo ello hizo que, cuando se dio la norma que permitía migrar de un cliente a otro, la que tuvo mayor pérdida fue justamente Movistar. Este trabajo es considerado como uno de los pioneros sobre telefonía celular en Iquitos, en tal sentido es recogido como marco teórico para la presente tesis de maestría.

Rubiños, R. y Rubiños, Sh. (2015), ejecutaron la tesis de maestría **“Análisis del Nivel de Satisfacción de los Usuarios del Operador de Telefonía Móvil BITEL en la Ciudad de Iquitos, Periodo 2015”**, que contó con la asesoría del Dr. Freddy Martín Pinedo Manzur. Entre las conclusiones destacan que los clientes de Bitel señalaron: 1) Estar satisfechos a plenitud en un 74.52%; de los cuales dieron el calificativo “Bueno” (64,89%) y “Muy Bueno” (9.62%); 2) Las características del servicio que fueron tomados por los encuestados para dar ese calificativo sobresale que el 62.22% expresa que la calidad del servicio es buena, así como la velocidad con que puede navegar en internet (40.74%), siendo el costo de la tarifa el adecuado (51.85%); 3) Los usuarios del operador móvil Bitel de la ciudad de Iquitos consideran que el plan contratado les otorga mayores beneficios (66.67%) que uno de tarifa más o menos similar pero que es cobrado por los otros operadores (Movistar, Claro), en el periodo 2015”; además, el grado de satisfacción es considerado como “Bueno” (69.77%); 4) Los usuarios de telefonía móvil del operador Bitel en la ciudad de Iquitos, manifiestan que el costo del plan es “Económico” (51.85%), y el grado de satisfacción

“Bueno” (65.42%); 5) Otras características del usuario del servicio de telefonía móvil de Bitel son: los usuarios tienen entre 18 – 28 años (32.69%), viven en el distrito de Iquitos (48.56%), son de sexo masculino (64.00%), y tienen educación universitaria (41.83%); 6) Además, los usuarios manifiestan que en la primera visita a la tienda de Bitel compraron el equipo y contrataron el servicio (55.77%), nunca devolvieron un equipo por falla de fábrica (66.35%), las instalaciones de la tienda son cómodas (46.15%), la persona que lo atendió conoce el servicio que vende (85.58%) y el trato recibido por el personal fue amable y cordial (81.25%); 7) Asimismo, los usuarios se encuentran satisfechos por la calidad de las llamadas que realizan y reciben (57.69%), la velocidad del servicio de internet es buena (38.46%), tienen buena cobertura (51.92%), el plan contratado es post pago control (74.04%), consideran que el precio del plan es económico (51.44%), reciben mayores beneficios que la competencia (62.02%), ese beneficio está relacionado a la mayor velocidad de internet (53.49%), y la calidad en general del servicio recibido es bueno (48.08%)”. Los resultados conseguidos en este estudio hacen que sean tomados como parte de los antecedentes, pues en esta también se estudian los niveles de satisfacción de los clientes por las tarifas cobradas en relación al servicio recibido, tema que es de suma importancia porque el precio sigue siendo el determinante de la demanda en primer orden.

Dichter & Neyra, Research Network (2015), en la publicación denominada **“Satisfacción con los operadores de Telefonía Móvil en el Perú”** menciona que:

Hay una elevada vinculación de satisfacción y sugerencias en las empresas operadoras de telecomunicaciones móviles en el Perú, por ello las marcas tienen que estar pendientes de las críticas positivas y negativas de sus redes sociales, las operadoras de telecomunicación Movistar y Entel refieren un grado superior de

satisfacción al Benchmark regional D&N del segmento, gracias al vínculo entre satisfacción y deseo de cambio, esperando que ambas empresas de telecomunicación tengan la mayor cantidad porcentual de clientes y usuarios fieles a la marca. Los problemas en la señal y la cobertura restringida son las principales razones por la que no sugieren a su operador de telefonía móvil en el Perú. Las referencias que se tiene de las empresas de telecomunicaciones en el ámbito regional nos señala que en el segmento de telefonía móviles el desafío es mayor porque tienen que mantener sus nichos de mercado totalmente satisfecho y/o contentos. Esto se debe a causas que están relacionadas a la gran magnitud de clientes que manejan, la cual resulta dificultoso atender todas sus necesidades; reforzando las variables de mayor preponderancia, como la señal, cobertura en llamadas, atención al cliente y mejorar la imagen de telefonía móvil en Perú, existe la posibilidad de acrecentar los niveles de satisfacción y frenar el exceso de los operadores

La tesis que se menciona tiene relación con la actual tesis magistral en razón a que, se busca identificar la tendencia de los planes contratados que determinan la satisfacción de los clientes en la empresa movistar de Iquitos en el periodo 2013-2017.

Huamaní, E. (2014), en la publicación titulada **“Iquitos Tan Lejos y Tan Cerca: Un Siglo De Telecomunicaciones En La Amazonía”**, da a conocer que “el sistema de comunicación moderno se inauguró en el Perú con la instalación del servicio telegráfico (1867), la llegada del cable telefónico (1875) y la inauguración de la telefonía (1888), pero el desarrollo desigual de las regiones hizo que estos servicios tuvieran procesos diversos, tal el caso de la Amazonía. la ciudad de Iquitos, aún pequeña, experimentó la hora del progreso recién con el auge del caucho, entre 1885 y 1914. un mundo aparte, Iquitos, pasaría en poco tiempo de poblado a gran

ciudad.” Iquitos dio un salto en su desarrollo el 9 de noviembre de 1897, al convertirse en la capital del departamento de Loreto. Se comprenderá el impacto que tuvo la intercomunicación Lima-Iquitos en toda la Amazonía. Pero ¿era Iquitos toda la Amazonía? En cierto modo sí, concentraba todo dado su inmenso crecimiento, convertida casi en una ciudad europea con servicios múltiples, comercio y un sinfín de inmigrantes, al grado que se dio el lujo de tener un ferrocarril urbano. Sin embargo, dado el inmenso potencial de la intercomunicación por radiotelegrafía en el desarrollo regional, no se detuvo ahí el progreso. Entre 1921 y 1930, bajo la administración de la Compañía Marconi, se construyeron muchas más estaciones en todo el Perú y la Amazonía no podía ser la excepción. Con el régimen que empezó el 28 de julio de 1990 se creó un nuevo marco político y jurídico para liberalizar la economía y promover la inversión privada, proceso en el que se incluyó a la CPTSA y a ENTEL Perú. Como correlato, se aprobó una nueva ley de telecomunicaciones, y poco después la Compañía Peruana de Teléfonos - Telefónica del Perú, adquirió acciones tanto de la CPTSA como de ENTEL Perú. Esta nueva empresa se haría cargo de materializar las obras pendientes en telecomunicaciones. La concesión tiene un plazo de veinte años, a partir del 27 de junio de 1994. Los cambios se dejaron sentir de inmediato. Las regiones del país conocieron de pronto un rápido crecimiento en el servicio telefónico y en las telecomunicaciones en general. Hacia fines de 1995 las cifras son elocuentes: 21 144 líneas en Loreto, 7 624 en San Martín y 5 376 en Ucayali. Un correlato de dicho contexto fue la notable disminución del tiempo de espera para contar con el servicio. La digitalización se acercaba a la Amazonía, lo que se vislumbra en la instalación de los primeros radioenlaces digitales: Cusco-Sicuani, Jaén-Chachapoyas, Chachapoyas-Bagua Grande, Chachapoyas-Bagua Chica, Huancayo-Jauja, Tarma-San Ramón y San Ramón-La Merced. De igual modo, se siente la cercanía de la fibra óptica

cuando se inaugura el tramo Lima-Trujillo, de 614 km, que soporta sistemas de 565 Mbps y de 140 Mbps. Era solo el comienzo de un vasto plan de digitalización del sistema y de cubrir con fibra óptica el territorio nacional. La Amazonía no sería ajena a dicho progreso. Al finalizar la primera década de la concesión, en 2004, era evidente que todo había cambiado en el mundo de las telecomunicaciones. No solo en términos de crecimiento del servicio sino en la llegada de nuevas tecnologías. Iquitos lo sintió tan de cerca como otras regiones. Lo nuevo está representado en la telefonía móvil, primero en la ciudad y luego en el vasto territorio. Llegaron internet, intranet, la televisión por cable, la red digital de servicios integrados (RDSI) y las redes de banda ancha. Incluso el paisaje urbano se vio cambiado cuando se establecieron antenas por doquier, cabinas, locutorios y personal calificado y no calificado involucrado en los servicios. Muy pronto se empezó a ver esto también en las provincias del vasto Loreto, luego en el campo, en los distritos. Algunas cifras pueden ilustrar mejor los avances a diez años de la liberalización del sistema telefónico: telefonía fija en miles de líneas: 1 722 en 2001, 1 815 en 2002, 1 869 en 2003 y 2 156 en 2004; telefonía de uso público en miles de líneas: 96 en 2001, 107 en 2002, 116 en 2003 y 129 en 2004; usuarios de banda ancha (cablenet y ADSL): 7 237 en 2001, 34 389 en 2002, 90 689 en 2003) y 205 425 en 2004). Las regiones conocieron mucho de la tecnología de punta poco tiempo después que Lima. Iquitos participa de este crecimiento desde el comienzo. En cuanto a telefonía básica, en 1995 se implementó la primera central digital y se crearon otras tres centrales en la ciudad. A la fecha hay veinte mil usuarios en toda la ciudad. En telefonía móvil, en 1994 se instaló la primera central analógica móvil de tráfico local; en 1998 se instaló la primera estación base celular (EBC) en la central Iquitos; en 2008, las primeras EBC modernas (con controlador para en rutar tráfico local). El internet por línea telefónica (Speedy), en 2009 se lanzó el internet satelital para

clientes residenciales (256 Kbps), y la empresa cuenta con 679 clientes aproximadamente. Lo que sigue es historia reciente: crecimiento y diversificación de los servicios, encumbramiento de la telefonía móvil, exigencia de capacidad y calidad, redes de banda ancha y telefonía sobre protocolo de internet (IP), así como la introducción en medios académicos e incluso locales en general de nuevos conceptos como comercio electrónico y gobierno electrónico, el uso intensivo de internet con aplicativos como correo electrónico y “redes sociales”. Como colofón del proceso, la llegada de la banda ancha a Iquitos el 17 de marzo de 2014 cierra un ciclo en la historia de las telecomunicaciones en la Amazonía. Los iquiteños ya podrán decir: Iquitos y la Amazonía, tan lejos y tan cerca del Perú y del mundo. Y es que la geografía existe, es una vital realidad, pero existe también el ingenio y la voluntad del hombre para reducir las distancias. La información antes mencionada se vincula con la presente tesis magistral, para conocer la evolución que hubo de la telecomunicación en la ciudad de Iquitos.

Fernández, I. (2012), presentó la tesis de pre grado denominada **“Estudio de la Calidad de Servicio de las Redes Móviles en el Perú”**, en donde señala con precisión “la identificación y descripción de los problemas que abarca el servicio de telefonía celular en el Perú, analizados desde el punto de vista tecnológico y desde la perspectiva del usuario, realiza una comparación entre los operadores nacionales; y, finalmente, concluye que 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 relación de esta tesis de pregrado con la presente tesis magistral en el comportamiento que han tenido los planes de

telefonía móviles en relación al servicio que se brinda a los usuarios y así mismo tener buenas referencias con el plan que se eligió.

Vallejo, G. (2011), publicó el libro que lleva por título: **“Servicio al Cliente De La Teoría A La Practica”**. El autor tiene 18 años conviviendo muy de cerca todo el tema del servicio al cliente. Lo que percibe de las organizaciones es que su principal prioridad es el cliente, pero ello solo queda en teoría. Esos escenarios, entre otras, hicieron que Vallejo y a Fernando Sánchez publicar el libro „Un paso adelante: cómo lograr la ventaja competitiva a través del servicio al cliente“.

El libro, publicado por Editorial Norma, según Gabriel Vallejo, plantea un diagrama donde que el cliente este primero en la estructura de la organización. Concordante Vallejo y Sánchez, tratan en el texto de revelar el mundo del servicio desde la óptica práctica. Cuando le hacen la pregunta a alguien referente a una experiencia grata recibido en los últimos tres días, piensa de 15 a 20 minutos, pero al preguntarle por experiencia negativa emergen muchos ejemplos. Dice Vallejo, antes de hablar de secreto para una buena atención al cliente se debe hablar de una relación lógica y una forma de pensar. Tratar del mismo modo que se mide ahorro de costos o el volumen de ventas, midamos el nivel de satisfacción del cliente ya que permitirá la subsistencia de la empresa en el mercado. Este libro nos muestra que, si el cliente es la razón de ser de la empresa se tiene que diseñar estrategias y organizar su estructura pensando en el cliente mas no pensando en la empresa en sí, ya que ello se ve en la mayoría de los casos. Necesariamente en el comité de presidencia donde se habla de temas comerciales y flujos de caja, también se hable de satisfacción al cliente. También menciona que un área de servicio al cliente no tiene el poder de cambiar los métodos y procesos para comprender bien al cliente. Al cliente no le afecta si le dicen si tiene la razón o no - Señala vallejo - él quiere tres cosas

primordiales: información clara, comunicación precisa y solución a los daños que pudieran haber ocurrido.

La presente publicación tiene relación con la presente tesis magistral dado que la satisfacción del cliente estará en el servicio que se le brindará a través de los planes de telefonía móvil que permitirá ver el comportamiento con la empresa operadora.

2.1.2. BASES TEÓRICAS.

Cruz, L. (2007), en “La Teoría del Consumo Móvil” propone que las personas realicen sus transacciones mediante un teléfono móvil relacionándolo a sus apreciaciones utilitarias y su determinación de compra. La “Teoría del Consumo Móvil” nos muestra que las personas utilizan los productos y servicios básicos mediante el uso de productos secundarios. Las personas al comprarse un teléfono celular o cualquier producto y servicio tecnológico de información – comunicación, exponiéndose a consumir productos y servicios esenciales que se publican por medio de las referidas tecnologías. Es por ello que esta teoría sustenta que son la impresión de utilidad, innovación y de eficiencia las que definen el consumo final de productos y servicios que se publicitan y venden mediante los teléfonos móviles. El primer trayecto contiene: sensación de innovación → tendencia al consumo → utilización de internet móvil. Parecido al caso de las personas que logran tener un teléfono de alta gama de múltiples funciones que los expone y los lleva acceder y consumir ofertas de temporada. También, este modelo de cliente adquiere un teléfono solo ciertas y/o algunas funciones. Ocurre también que el consumidor adquiera un teléfono celular solo para una función específica de escuchar música digitalizado en formato mp3 y no se interesa por promociones vigentes o de temporadas. Pudiéramos decir que las novedades tecnológicas interpretadas en varias funciones dan valor agregado para los usuarios que pueden

llevarlos a un consumo de segundo plano. El segundo trayecto indica: sensación de innovación → tendencia al consumo → utilización de internet móvil. Asimismo, examinar el impacto de las nuevas tecnologías en el comportamiento humano, el segundo trayecto demuestra la relación entre una innovación y su beneficio como determinantes de la decisión y consumo móvil. La impresión de uso por ser una variable que muestra la selección y categorización de los elementos que influyen en la determinación de consumo y posterior compra de productos o servicios. Un individuo que adquiere un teléfono móvil de última tecnología se diferencia del individuo que busca beneficios secundarios obtenidos del uso de tecnologías. Tratándose de un consumidor potencial que consigue alguna tecnología para consumir productos y servicios únicos de la red o flujo elitista de comunicación. Un individuo que adquiere archivos en mp3 que se encuentran en tiendas virtuales, conseguirá un teléfono móvil que esté conectado a una tienda virtual. El tercer trayecto indica: sensación de innovación → sensación de eficiencia tendencia al consumo → uso de internet móvil. El comportamiento del cliente, que se explica en este tercer trayecto, muestra a una persona entretenido en la compra y venta de productos y servicios. Necesariamente, la sensación de eficiencia recomienda el uso de una tecnología ventajas comparativas. Una persona que supervisa el área de ventas se hará de un teléfono móvil por su funcionalidad siempre y cuando conciba que dichas funciones le permitan supervisar y/o controlar a sus vendedores. Resumiendo, la “Teoría del Consumo Móvil” indica el resultado indirecto de sensación de una innovación tecnológica sobre adquirir productos y servicios mediante dicha tecnología móvil. Indica la conexión entre las TIC con las personas saturadas diferentes actividades, de individuos que realizan compras y personas que realizan su trabajo como por ejemplo supervisor o vendedor. La “Teoría del Consumo Móvil” muestra el uso del

internet móvil a partir de un proceso cognitivo que inicia perceptualmente y termina conductualmente.

Llaguno, J. & Maqueda, J. (1995), ponen de manifiesto la "**Ley de Engel**" que Presume que la elasticidad de la demanda de prestación de servicio correspondiente a la resta es superior a uno. Si hay aumento de la renta habrá mayor cuantía en la demanda de servicios. Ley que ha promovido una fuente de explicación de la evolución del sector servicios. Esta es una teoría económica, una indagación empírica, llevado a cabo por primera por el estadístico alemán Ernst Engel (1821-1896), vio que, con un conjunto dado de preferencias y gustos, si incrementan los ingresos, la cantidad del ingreso consumido en alimentación disminuye, incluso cuando es probable que el consumo real en alimentación crezca en términos absolutos. Mejor dicho, la elasticidad ingreso de la demanda de alimentos sea menor a 1 y esto ha dado pie a que los consumidores aumentan sus gastos de alimentos, en proporción, menos de lo que aumentan sus ingresos. Llaguno, J. & Maqueda, J. (1995) hacen mención sobre la teoría que enfrenta la demanda de servicios. Señala que cuando el mercado genera servicios donde varían y se altera la jerarquía de preferencias del cliente, se crean medios de sustituir la demanda, siendo que dichos servicios podrán ser sustituidos por productos o por otros servicios de mejor estructura de precios. Aquí se hace énfasis que las personas siempre buscan la comodidad y que cuando el mercado va a generar servicios que satisfagan mejor que los productos, pues los clientes van a preferir los servicios, siempre y cuando tengan una mejor estructura de precios.

Serrano, M. (1982), en "**La Teoría de la Comunicación**" Aprende la habilidad que tienen algunos seres vivos de interactuar con otros seres vivos haciendo un intercambio de información. La Teoría de la comunicación es una consideración científica muy nueva, pero, en

cambio, su propósito de estudio –LA COMUNICACIÓN- es una actividad de tiempos pasados: la aptitud para utilizar esa información al interactuar lo tienen especies animales que precedieron al hombre en millones de años. Para simplificar el análisis, denominare “Actor de la comunicación” a cualquier ser vivo de la misma especie o especies distintas utilizando la información. La comunicación, al ser parte de la interacción, implica la intervención de al menos dos actores. En la condición comunicativa, los actores toman ubicaciones distintas y al transcurrir del suceso comunicativo realiza diferentes funciones. Cuando sea indispensable tener en cuenta dichas diferencias, usare la terminología «Ego» para citar al primer actor que en una determinada acción es el que inicia el intercambio comunicativo, y «Alter» («Alteres») para relacionar al Actor (o Actores) que es esa misma acción resulta ser requerida comunicativamente por el ego¹. El uso de la información es una capacidad que se manifiesta muy prematuro en las especies cuya conducta invoca a la interacción; mas no es la interacción de mayor antigüedad en la historia de la evolución. Hay un sinnúmero de seres vivos capaces de interactuar con otros, donde solo intercambian materia o energía, que aún están en el desarrollo al estado evolutivo que les capacita, asimismo, para utilizar el intercambio de información. Las especies que lograron la capacidad de interactuar mediante la comunicación se diferencian biológicamente ya que tienen órganos especiales para poder realizar el trabajo que necesita el intercambio de información; y se diferencian conductualmente ya que poseen patrones de comportamiento idóneo para que esa función genere información. Sin dichos órganos, y si dichas pautas, no sería permisible que la interacción entre los seres vivos del giro desde el simple intercambio de materia y energía, a intercambiar la información. El estudio de cuáles son las condiciones imprescindibles, de carácter biológico y de carácter conductual, para que le sea favorable a un animal realizar un comportamiento

comunicativo, permite identificar en la naturaleza a los actores de la comunicación, dentro del grupo de los seres vivos. En el resultado, la teoría de la comunicación contemplará a la aptitud para comunicar en todo ser vivo la capacidad de comunicarse con otro ser vivo, utilizando el comportamiento de comunicación. Esta expresión tan sencilla refiere a un campo muy amplio. Trata de aclarar que basándose en “un comportamiento comunicativo” y en que difiere de otros modos de interacción. La primera parte de este libro se orienta alrededor de esos análisis.

Cooper, M. (1979), en la “Teoría Sobre la Telefonía Celular”, nos indica la fabricación y funciones del primer teléfono celular. Es considerado como el padre de la telefonía celular. Introdujo el primer radioteléfono, en 1973, en los Estados Unidos, cuando trabajaba para Motorola; sin embargo, no fue hasta 1979 que aparecieron los primeros sistemas comerciales en Tokio, Japón por la compañía NTT. Para 1981, los países nórdicos introdujeron un sistema celular similar a AMPS (Advanced Mobile Phone System). Por otra parte, en Estados Unidos, gracias a que la empresa reguladora de ese país admitió reglas para la creación de un servicio comercial de telefonía celular, en 1983 se operó el primer sistema comercial en la ciudad de Chicago. Desde este punto de partida, en algunos países se dispersó la telefonía celular como una alternativa a la telefonía convencional inalámbrica. Dicha tecnología tuvo gran aprobación, ya que a los pocos años de haberse iniciado el servicio empezó a saturarse. Entonces, se tuvo la necesidad de desarrollar e implantar nuevas formas de acceso múltiple al canal y transformar los sistemas analógicos a digitales, con el objetivo de dar espacio a más usuarios. El gran propósito del sistema celular es la partición de la ciudad en pequeñas células o celdas. Ello permitirá la reutilización de frecuencias a través de la ciudad, con ello miles de personas pueden utilizar los teléfonos al mismo tiempo. En un procedimiento

tradicional de telefonía análoga de los Estados Unidos, la compañía recibe cerca de 800 frecuencias para usar en cada ciudad. La compañía distribuye la ciudad en celdas. Cada celda generalmente tiene un área de 26 kilómetros cuadrados. Las celdas son normalmente esquematizadas como hexágonos (figuras de seis lados), en una gran rejilla de hexágonos. Cada celda cuenta con una estación base que consta de una torre y un pequeño edificio que contiene el equipo de radio. Cada celda es un sistema análogo que emplea un séptimo de los canales de voz disponibles. Eso es, una celda, más las seis celdas que la rodean en un arreglo hexagonal, cada una empleando un séptimo de los canales disponibles para que cada celda tenga un grupo único de frecuencias y no haya colisiones: un proveedor de servicio celular típicamente recibe 832 radio frecuencias para utilizar en una ciudad. Cada teléfono celular utiliza dos frecuencias por llamada, por lo que típicamente hay 395 canales de voz por portador de señal. (las 42 frecuencias restantes son utilizadas como canales de control). Por lo tanto, cada celda tiene alrededor de 56 canales de voz disponibles. En otras palabras, en cualquier celda, pueden hablar 56 personas en sus teléfonos celulares al mismo tiempo. Con la emisión digital, el número de canales disponibles aumenta. Por ejemplo, el sistema digital TDMA puede acarrear el triple de llamadas en cada celda, alrededor de 168 canales disponibles simultáneamente. Los teléfonos celulares cuentan por dentro transmisores de bajo poder. Muchos teléfonos celulares tienen dos intensidades de señal: 0.6 watts y 3.0 watts (comparando, la mayoría de los radios de banda civil transmiten a 4 watts). La estación central también transmite a bajo poder. Los transmisores de bajo poder tienen dos ventajas: Las transmisiones de la base central y de los teléfonos en la misma celda no salen de ésta. Por ello, cada celda puede reutilizar las mismas 56 frecuencias a través de la ciudad. El consumo de energía del teléfono celular, que generalmente funciona con baterías, es relativamente bajo. Una baja

energía significa baterías más pequeñas, lo cual hace posibles los teléfonos celulares. La tecnología celular requiere un gran número de bases o estaciones en una ciudad de cualquier tamaño. Una ciudad grande puede llegar a tener cientos de torres. Cada ciudad requiere tener una oficina principal la cual maneja todas las conexiones telefónicas a teléfonos convencionales, y controla todas las estaciones de la región. Para apartar una etapa de la otra, la telefonía celular se ha caracterizado por contar con diferentes generaciones. La “Primera Generación” (1G) de la telefonía móvil hizo su aparición en 1979 y se caracterizó por ser analógica y solamente para voz. La calidad de los enlaces fue muy baja, tenían baja velocidad (2400 bauds). En cuanto a la transferencia entre celdas, era muy imprecisa ya que contaban con una baja capacidad (basadas en FDMA, Frequency Division Multiple Access) y, además, no existía seguridad. La tecnología preponderante de esta generación es AMPS (Advanced Mobile Phone System). La “Segunda Generación” (2G) apareció hasta 1990 y a diferencia de la primera se caracterizó por ser digital. El sistema 2G utiliza protocolos de codificación más sofisticados y se usa en los sistemas de telefonía celular actuales. Las tecnologías sobresalientes son: GSM (Global System por Mobile Communications); IS-136 (conocido también como TIA/EIA136 o ANSI-136) y CDMA (Code Division Multiple Access) y PDC (Personal Digital Communications), éste último utilizado en Japón. Los protocolos empleados en los sistemas 2G soportan velocidades de información más altas por voz, pero restringidos en comunicación de datos. Se pueden ofrecer servicios auxiliares, como datos, fax y SMS (Short Message Service). La mayoría de los protocolos de 2G ofrecen diferentes niveles de encriptación. En Estados Unidos y otros países se le conoce a 2G como PCS (Personal Communication Services). La “Tercera Generación” (3G) se caracteriza por contener a la convergencia de voz y datos con acceso inalámbrico a Internet; en otras palabras, es apta para aplicaciones multimedia y altas

transmisiones de datos. Los protocolos empleados en los sistemas 3G resisten altas velocidades de información y están enfocados para aplicaciones más allá de la voz como audio (mp3), video en movimiento, videoconferencia y acceso rápido a internet, sólo por nombrar algunos. Las redes 3G empezaron a operar en el 2001 en Japón, por NTT DoCoMo; en Europa y parte de Asia en el 2002, posteriormente en Estados Unidos y otros países. También, los sistemas 3G alcanzan velocidades de hasta 384 kbps, permitiendo una movilidad total a usuarios, viajando a 120 kilómetros por hora en ambientes exteriores. También alcanzará una velocidad máxima de 2 Mbps, permitiendo una movilidad limitada a usuarios, caminando a menos de 10 kilómetros por hora en ambientes estacionarios de corto alcance o en interiores. En relación a las predicciones sobre la cantidad de usuarios que podría albergar 3G, The Yankee Group indico que en el 2004 había más de 1,150 millones en el mundo, comparados con los 700 millones que hubo en el 2000. Dichas cifras anticipan un gran número de capital involucrado en la telefonía inalámbrica, lo que con mayor razón las compañías fabricantes de tecnología, así como su capital en 3G. Los proveedores de servicios de telecomunicaciones están dispuestos a invertir

Karl, A. & Carlzon, J. (1941), centran su **“Teoría En Vender Al Cliente Lo Que Realmente Desea Comprar”**, su metodología la basan en diez principios a saber:

- Conocer al cliente según sus preferencias y como persona.
- Aplicar los momentos de verdad a la formación de la opinión, de la calidad en el servicio, el producto y el costo. Jan Carlzon dice que “Un momento de verdad es cada instante en que un cliente toma contacto con la persona o sistema que da el servicio”; Carlzon indicaba que “Cada uno de esos instantes ofrecía una

oportunidad ya sea para mejorar la percepción que tiene el cliente del servicio ofrecido o destruirla”

- Manejar la libreta de calificaciones del cliente.
- Investigar la percepción de los clientes.
- Reconocer al cliente.
- Hablar frente a frente.
- Manejar las encuestas centradas en el ¿cuándo?, ¿Por qué? Y ¿Cómo?
- Analizar la información.
- Hacer propuestas.
- Cerrar el ciclo.

Karl Albrecht aporta al servicio el modelo de los triángulos internos y externos, donde sustenta la teoría del servicio. Estos revelan los elementos esenciales de la administración de los servicios y la interrelación de los mismos. En la parte superior del triángulo esta la estrategia del servicio, la cual está definido por la explicación de estándares de servicio, y la interrelación de los mismos. En la parte alta del triángulo está la estrategia del servicio, la cual está definida por la enunciación de Estándares de servicio, y la explicación de funciones del personal del servicio. Tanto los estándares y la explicación de funciones cumplen un papel sumamente importante en el desarrollo de evaluación de desempeño de los trabajadores. Al lado derecho del triángulo se presenta las personas que da los servicios, esto comprende a los trabajadores de primera línea, los trabajadores secundarios que pueden o tener trato con el cliente y la persona gerencial, que supervisa la entera operación del servicio.

La parte izquierda del triángulo gráfica el sistema que admite al trabajador dar el servicio al cliente: Las facilidades físicas, políticas, procedimientos, métodos, estándares de servicios, sistemas de cómputo y el sistema de comunicaciones debe decir fuerte y claro al cliente: “este sistema está aquí para adaptarse a sus necesidades”. Finalmente, el triángulo evidencia el componente más importante

en el modelo: el cliente. Es para el cliente que todos los otros elementos existen. Todos ellos llegan a componer la completa experiencia de servicio del cliente. Por otro lado, aporta dos conceptos sobre la calidad, apuntando a la cadena de valor.

Para medir la calidad en el servicio Albretch desarrolla siete puntos:

- Capacidad de respuesta
- Atención
- Comunicación fluida, entendible y a tiempo
- Accesibilidad para quitar la incertidumbre
- Amabilidad en la atención y en el trato
- Credibilidad expresada en ellos
- Comprensión en las necesidades y expectativas del cliente

Por su parte, Carlzon aporta a la teoría lo que son los momentos de verdad, y se llama así a cada momento en que un cliente hace contacto con la persona o sistema que da el servicio. Este autor indicaba que cada uno de estos instantes ofrecía una oportunidad de mejorar la apreciación que tiene el cliente del servicio brindado, o destruirla. Con la creación de los momentos de la verdad, este autor desarrollo un sistema de administración de la calidad, para empresas fundamentalmente de servicios. Este programa se trata de momentos en que los trabajadores de una organización tienen con sus clientes momentos que duran aproximadamente 15 segundos, y son empleados para dar un servicio. La empresa confía en que el trabajador lograra causarle una buena impresión al cliente, y toda la organización se pone en peligro, y depende de las capacidades del empleado, para con el cliente. No importan que tan grande o prestigiosa sea la empresa, todo dependerá de la forma en que el trabajador que este frente al cliente actué, ya sea libre o con carisma o, todo lo contrario. Otro punto desarrollado por este autor es la pirámide invertida, que consiste en invertir el organigrama tradicional con el jefe arriba y los subordinados abajo para que así el jefe funcione como apoyo y soporte del resto de la organización. Es

al cliente al que se pone en la parte más alta del organigrama, simbolizando la jerarquía del cliente. Es indispensable que todos los trabajadores sientan que son muy importante dentro de la organización, así que considera la motivación como pieza principal para lograr la calidad a través de las personas.

Schumpeter, J. (1939), dio a conocer la **“Teoría del Empresario Innovador”**. Según esta teoría, el procedimiento económico procura a estar en una posición de igualdad en la que los ingresos de las unidades económicas de producción son semejantes a los costes de producción más el salario del empresario. A ello se le denomina ganancia ordinaria, en el que no existe ganancia como renta residual de la economía. Cuando el empresario aplica innovaciones, como por ejemplo la venta de un producto nuevo, varía la situación de equilibrio anterior, generando una situación de progreso económico en donde que existirá un poder de monopolio momentáneo, consiguiéndose unos beneficios extraordinarios hasta que aparezca la imitación de otras empresas vuelva a restablecer el equilibrio. La innovación genera el desequilibrio, ya que, con el transcurrir del tiempo, distintos empresarios (imitadores) seducidos por el alto beneficio, penetran imitaciones disputando con el empresario innovador, la cual provocará que las ganancias extraordinarias disminuyan hasta volver a la situación de igualdad en la que habrá beneficios ordinarios. El beneficio empresarial representa, por lo tanto, la remuneración por el riesgo que asume el empresario por haber sido competente para realizar una innovación aplicable al mercado. No obstante, el empresario no tiene por qué ser necesariamente la persona que soporte el riesgo, sino más bien sería el propietario o quien concede el crédito, ya que son los que sufren las pérdidas si la empresa fracasa.

Indiscutiblemente que en este proceso de cambio tecnológico: invención, innovación e invención, Schumpeter, coloca al

empresario como función principal y característica del progreso técnico que origina el desarrollo económico y los avances sociales.

2.1.3. MARCO CONCEPTUAL.

a) Abonado.

Persona que, mediante cuota, tiene derecho a un servicio continuado o periódico: han aumentado considerablemente los abonados de Telefónica. Persona que compra un abono para asistir a un espectáculo un determinado número de veces: la plaza de toros de las Ventas tiene muchos abonados.

b) Banda Ancha.

En telecomunicaciones, se conoce como banda ancha a la transmisión de datos simétricos por la cual se envían simultáneamente varias piezas de información, con el objeto de incrementar la velocidad de transmisión efectiva. En ingeniería de redes este término se utiliza también para los métodos en donde dos o más señales comparten un medio de transmisión. Al concepto de banda ancha hay que atribuirle otras características, además de la velocidad, como son la interactividad, digitalización y conexión o capacidad de acceso (función primordial de la banda ancha).

c) Calidad.

Es una herramienta básica e importante para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que la misma sea comparada con cualquier otra de su misma especie. La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación

mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse en el contexto que se esté considerando, por ejemplo, la calidad del servicio postal, del servicio dental, del producto, de vida, etc.

d) Celular Móvil.

La telefonía móvil o telefonía celular es un medio de comunicación inalámbrico a través de ondas electromagnéticas. Como cliente de este tipo de redes, se utiliza un dispositivo denominado teléfono móvil o teléfono celular. En la mayor parte de Hispanoamérica se prefiere la denominación teléfono celular o simplemente celular, aunque en Cuba se dice de ambas formas, y mientras que en España es más común el término teléfono móvil o simplemente móvil.

e) Comunicación.

También se utiliza en el sentido de conexión entre dos puntos, por ejemplo, el medio de transporte que realiza la comunicación entre dos ciudades o los medios técnicos de comunicación (telecomunicaciones).

f) Conectividad.

Es la capacidad de un dispositivo (operador móvil) de poder ser conectado a un ordenador personal u otro dispositivo electrónico, en forma automática.

g) Cliente.

Un Cliente es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto. Del latín “Cliens” nos encontramos en la historia a un cliente como aquel bajo la responsabilidad de otro, este otro

ofrecía servicios de protección, transporte y resguardo en todo momento, las indicaciones se debían cumplir bajo regímenes específicos de orden para que pudieran ser ejecutadas tal cual al pie de la letra. Un cliente desea que se le sea atendido a la medida de la exigencia por quien presta la colaboración. Hay varios tipos de clientes, todos de acuerdo al tipo de compra o servicio que solicitan.

h) Enlace Radio.

Cantidad de bienes y servicios creadas por la economía de un país en un periodo determinado, dentro de los límites geográficos de un país, medidos a precios de comprador final.

i) Fibra Óptica.

Es un eficaz medio físico para transmitir datos de un lugar a otro, a velocidades superiores y cubriendo distancias mayores que otros medios, como los inalámbricos o los cables de cobre, como tal, la fibra óptica está constituida por un núcleo transparente de vidrio puro con un revestimiento que le proporciona un menor índice de refracción, lo que significa que las señales de luz se mantengan dentro del núcleo y puedan viajar grandes distancias sin dispersarse. Por este motivo, hoy en día ya hay cables de fibra óptica que atraviesan mares y océanos. Asimismo, existen diferentes tipos de fibra óptica dependiendo del uso para el que se la vaya a destinar. En este sentido, puede encontrar aplicación en el campo de las telecomunicaciones y la informática para la transmisión de datos a grandes distancias y con mayor ancho de banda.

j) Grado de Satisfacción.

Sensación del usuario del operador móvil, de ser atendido adecuadamente contemplando no solo el buen trato, sino

también, la rapidez, oportunidad, celeridad, ética, moralidad y que sea escuchado cuando lo requiera.

k) Internet.

Se trata de un sistema de redes informáticas interconectadas mediante distintos medios de conexión, que ofrece una gran diversidad de servicios y recursos, como, por ejemplo, el acceso a plataformas digitales.

l) Móvil.

Un teléfono móvil, también conocido como celular, es aquel que carece de cables y que se puede trasladar sin que se registren inconvenientes en la comunicación. El funcionamiento de este tipo de teléfono está dado por ondas de radios que le permiten acceder a las antenas que conforman la red de la telefonía móvil.

m) Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL).

Es un organismo especializado del Estado Peruano que regula y supervisa el mercado de servicios públicos de telecomunicaciones; y vela por los derechos del usuario. OSIPTEL desempeña labores regulatorias y promueve la competencia entre las empresas operadoras garantizando el acceso al mercado y a la infraestructura en condiciones de igualdad. También regula el mercado de los servicios de telecomunicaciones, dictando normas para lograr el equilibrio en los sistemas tarifarios, interconexión, estándares de calidad y condiciones de uso de los servicios, entre otros. OSIPTEL resuelve los reclamos presentados por los usuarios, cuando no están de acuerdo con la solución que dictaminaron las empresas operadoras en primera instancia. Además, soluciona por la vía administrativa los conflictos y las controversias que surjan entre

las empresas operadoras, y verifica que las empresas operadoras cumplan con sus obligaciones legales, contractuales o técnicas. En caso no cumplan, establece sanciones para las empresas infractoras. OSIPTEL también brinda orientación a la ciudadanía sobre sus derechos y obligaciones como usuarios de los servicios públicos de telecomunicaciones, así como también sobre el procedimiento de reclamos, entre otros trámites.

n) Portabilidad.

La Portabilidad Numérica (PN) se refiere a la posibilidad de que un cliente pueda mantener su número de teléfono, de línea fija o móvil, cuando decide cambiar de una compañía de teléfonos a otra compañía distinta de teléfonos o cuando se cambia de localidad o dirección. Esta transferencia de número en la mayoría de los casos está limitada por restricciones geográficas, área de cobertura o aspectos tecnológicos. La portabilidad del número significa, en términos simples, que cada usuario pasa a ser dueño de su número telefónico permitiendo que se cambie de compañía sin perder el número que posee.

o) Post Pago.

Tienen Facturación, algunas tienen rpm otras no, cuentan con un ciclo de facturación, pueden ser planes control o línea abierta. La forma de comunicación es con los minutos del plan tarifario, recargas, límite de crédito, paquetes, etc. Si tienen un contrato por el servicio 6 meses y también acuerdo por adquisición de equipo 12 o 18 meses.

p) Pre Pago.

Tarjeta de prepago. Una tarjeta de prepago más conocida como tarjeta prepagada es aquella en la cual se anticipa el importe del consumo que se realizará con la tarjeta. Se efectúa una carga de

dinero en la tarjeta y pueden realizarse operaciones hasta consumir el total del importe cargado.

q) Planes.

Los nuevos planes de Movistar tienen un ilimitado para el usuario. Planes todo ilimitado desde 149 soles. Planes con Movistar Play ilimitado y megas internacionales desde 119, Planes con FunPack ilimitado, llamadas todo destino desde S/ 69. Además, todos los planes vienen con llamadas a RPM y Teléfonos fijos Movistar ilimitadas.

r) Radio Enlace.

Se denomina radio enlace a cualquier interconexión entre los terminales de telecomunicaciones efectuados por ondas electromagnéticas. Además, si los terminales son fijos, el servicio se lo denomina como tal y si algún terminal es móvil, se lo denomina dentro de los servicios de esas características.

s) Red de Telecomunicaciones.

Una red de telecomunicaciones consiste en múltiples estaciones de receptores y transmisores interligados que intercambian información. La red más amplia y conocida es la Internet. Otras redes más pequeñas son las redes telefónicas y radioemisiones privadas.

t) Sistema de Telecomunicaciones.

Es un sistema de telecomunicaciones, generalmente se utilizan cables, fibra óptica, o campos electromagnéticos para la transición de las señales de telecomunicaciones. Las áreas libres de transmisión y recepción de datos por campos electromagnéticos se conoce como Wireless y Radio.

u) Tarifas.

La tarifa es el precio que pagan los usuarios o consumidores de un servicio público al Estado o al concesionario a cambio de la prestación del servicio. En principio, esta tarifa la fija el concesionario libremente. Sin embargo, en los casos en los que lo determina la ley, la Administración fija un precio máximo o tarifa legal, generalmente en colaboración con el concesionario.

v) Telecomunicaciones.

Las telecomunicaciones son la transmisión a distancia de datos de información por medios electrónicos y/o tecnológicos. Los datos de información son transportados a los circuitos de telecomunicaciones mediante señales eléctricas. Un circuito básico de telecomunicación consiste en dos estaciones, cada una equipada con un receptor y un transmisor, que se pueden combinar para crear un transceptor.

w) Usuario.

Un usuario es aquel terminal de acceso que tiene una persona para poder ingresar en un software, bien sea en la red o de manera local, un usuario de computadora está conformado por un nombre clave y una contraseña la cual es personal, al momento de entrar en el sistema, el usuario vera solo la información contenida en su perfil. Cuando otro usuario entra al sistema, vera otros datos, pero nunca los que el usuario anterior estaba mirando.

MARCO LEGAL.

a) Decreto Supremo N° 009- 2017-IN.

Aprueban Reglamento del Decreto Legislativo N° 1338, Decreto Legislativo que crea el Registro Nacional de Equipos Terminales Móviles para la Seguridad, orientado a la prevención y combate del comercio ilegal de equipos terminales móviles y al fortalecimiento de la seguridad ciudadana.

Que, mediante Decreto Supremo N° 343-2016-EF se aprobó la operación de endeudamiento externo a ser acordada entre el Ministerio de Economía y Finanzas y la Corporación Andina de Fomento - CAF, hasta por la suma de US\$ 80 804 249,96 (OCHENTA MILLONES OCHOCIENTOS CUATRO MIL DOSCIENTOS CUARENTA Y NUEVE Y 96/100 DOLARES AMERICANOS), destinada a cofinanciar la Concesión del Primer Componente Obras Mayores de Afianzamiento Hídrico y de Infraestructura para Irrigación de las pampas de Sigwas, del Proyecto Majes Sigwas - II Etapa; Que, el artículo 4 del citado Decreto Supremo dispone que el Ministerio de Economía y Finanzas, a través de la Dirección General de Endeudamiento y Tesoro Público, traspasa al Gobierno Regional del Departamento de Arequipa, los recursos de la citada operación de endeudamiento externo, mediante un Convenio de Traspaso de Recursos, a ser suscrito con dicho Gobierno Regional, el mismo que es aprobado por resolución ministerial de Economía y Finanzas, y en el que se establecen, adicionalmente, los términos y condiciones relacionados con la atención del respectivo servicio de la deuda; Que, asimismo el artículo 6 del Decreto Supremo N° 343-2016-EF señala que el servicio de amortización, intereses, comisiones y demás gastos que ocasione la referida operación de endeudamiento externo, es atendido por el Ministerio de Economía y Finanzas con cargo a los recursos que para tal efecto transfiera el Gobierno Regional del Departamento de Arequipa; Que, la Décimo Sexta Disposición Complementaria y Transitoria del Texto Único Ordenado de la Ley N° 28563, Ley General del Sistema Nacional de Endeudamiento, aprobado mediante Decreto Supremo N° 008-2014-EF, señala que los pagos a favor

del Gobierno Nacional, correspondiente a compromisos de deuda generados en el marco de las operaciones realizadas bajo el ámbito del Sistema Nacional de Endeudamiento, es efectuado a través de un fideicomiso; estableciéndose en dicha norma que cuando el otorgamiento de los recursos previstos para efectuar dichos pagos se realice mediante Asignaciones Financieras, la Dirección General de Endeudamiento y Tesoro Público está facultada a deducir los montos necesarios para atender las referidas obligaciones y transferirlo directamente a las cuentas previstas para el pago del servicio de deuda; Que, sobre el particular han opinado favorablemente la Dirección General de Endeudamiento y Tesoro Público, y la Oficina General de Asesoría Jurídica del Ministerio de Economía y Finanzas; De conformidad con lo dispuesto en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 28563, Ley General del Sistema Nacional de Endeudamiento, aprobado mediante Decreto Supremo N° 008-2014-EF y el Decreto Supremo N° 343-2016-EF.

b) Decreto Supremo N° 002-2017-MTC.

Decreto Supremo que modifica el Decreto Supremo N° 003-2016-MTC con relación al plazo de implementación del Sistema de Verificación Biométrica de Huella Dactilar por parte de los Operadores Móviles con Red y Operadores Móviles Virtuales.

Que, mediante Decreto Supremo N° 024-2010-MTC, modificado por el Decreto Supremo N° 023-2014-MTC, se aprueba el procedimiento para la subsanación de la información consignada en el Registro de Abonados Pre pago, con la finalidad que las empresas operadoras de los servicios públicos móviles cumplan con identificar debidamente a los abonados que contratan sus servicios, en especial bajo la modalidad de prepago; Que, asimismo, a través del Decreto Supremo N° 003-2016-MTC, se modifica el Decreto Supremo N° 023-2014-MTC, el cual dispone la utilización del Mecanismo Biométrico para validar la identidad de los abonados de los servicios públicos móviles prepago; Que, mediante la Cuarta Disposición Complementaria Final del Decreto Supremo N° 003-2016-MTC, se dispone

que hasta el 1 de enero de 2020 se realiza la implementación progresiva por parte de los Operadores Móviles Virtuales y los Operadores Móviles con Red que inicien operaciones comerciales con posterioridad a la fecha de entrada en vigencia de dicho Decreto Supremo, precisando que tienen un plazo de doce meses, contado desde la fecha en que inicien operaciones, para implementar progresivamente el referido sistema; Que, asimismo, en la citada Disposición se estableció el plazo para la validación de la identidad de sus abonados, a través del Sistema de Verificación Biométrica de Huella Dactilar en los supuestos detallados en la Primera Disposición Complementaria Final del Decreto Supremo N° 023-2014-MTC, otorgando a los referidos operadores el plazo máximo de seis meses contado desde la finalización de los primeros doce meses de operaciones comerciales; Que, el Decreto Legislativo N° 1338, mediante el cual se crea el Registro Nacional de Equipos Terminales Móviles para la Seguridad, orientado a la prevención y combate del comercio ilegal de equipos terminales móviles y al fortalecimiento de la seguridad ciudadana, establece en el literal a) del numeral 8.1 de su artículo 8, la obligación de las empresas operadoras de servicios públicos móviles de telecomunicaciones de verificar plenamente la identidad de quien contrata dichos servicios mediante el sistema de verificación biométrica de huella dactilar, lo cual también comprende a los Operadores Móviles Virtuales y a los nuevos Operadores Móviles con Red; Que, en esa línea, es imprescindible adoptar mayores medidas para garantizar el proceso de contratación de los servicios públicos móviles de telecomunicaciones, así como asegurar la veracidad de contenido del registro privado de abonados de las empresas concesionarias de dichos servicios; Que, de manera adicional, es necesario reducir las posibilidades de empleo de líneas móviles en prácticas irregulares durante el plazo de implementación del Sistema de Verificación Biométrica de Huella Dactilar por parte de los operadores móviles virtuales y operadores móviles con red que vienen operando a la fecha, así como de aquellos que inicien operaciones a futuro; De conformidad con el artículo 118 de la Constitución Política del Perú, el Texto Único Ordenado de la Ley de

Telecomunicaciones, aprobado por Decreto Supremo N° 013-93-TCC, el Texto Único Ordenado de su Reglamento General, aprobado por Decreto Supremo N° 020-2007-MTC y, el Decreto Supremo N° 024-2010-MTC, que aprueba el procedimiento para la subsanación de la información consignada en el Registro de Abonados Pre pago modificado por los Decretos Supremos N° 023-2014-MTC y N° 003-2016-MTC.

c) Decreto Supremo N° 024-2010-MTC.

Se aprobó el procedimiento para la subsanación de los datos consignados en el Registro de Abonados Pre Pago. El objetivo común fue reducir el número de delitos que se realizaban al usar los celulares pre pago como medios para ejecutar extorsiones, estafas y robos, que eran dirigidos por delincuentes recluidos en los penales. En julio del 2010 existían en el país aproximadamente seis millones de celulares pre pago que no estaban registrados o que estaban mal registrados. Hasta marzo del 2011, la mayoría de usuarios logró registrar sus líneas, quedando sólo 911,286 líneas pre pago sin identificar, las que, finalmente, fueron eliminadas. Para lograr un registro adecuado de las líneas, se ejecutó un plan de información oportuna y directa, con plazos específicos para que los usuarios se adecuaron a las exigencias de la norma. En la campaña se incluyeron mensajes de voz que recordaban a los usuarios sobre la obligación de registrarse o subsanar sus datos en las empresas operadoras.

d) Ley N° 28999 – Ley De La Portabilidad Numérica En Los Servicios De Telefonía Móviles.

Establece que el objetivo principal es que todo usuario tiene derecho a mantener su número móvil, aun cuando cambie de empresa operadora.

Las condiciones técnicas, económicas y administrativas que demande la portabilidad numérica serán determinadas por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones y por el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL).

e) **Ley N° 29022 – Ley Para La Expansión De Infraestructura En Telecomunicaciones.**

Esta Ley tiene como objetivo principal establecer un régimen especial y temporal en todo el territorio nacional, especialmente en áreas rurales, lugares de preferente interés social y zonas de frontera, para la instalación y desarrollo de la infraestructura necesaria para la prestación de servicios públicos de telecomunicaciones, al considerar estos servicios de interés y de necesidad pública como base fundamental para la integración de los peruanos y el desarrollo social y económico del país.

f) **Ley N° 28737 – Adecuan el Texto Único Ordenado del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones a la Ley que establece la Concesión Única para la prestación de servicios públicos de telecomunicaciones.**

La presente ley establece que las Telecomunicaciones, como vehículo de pacificación y desarrollo, en sus distintas formas y modalidades, se rigen por la presente Ley, por los reglamentos que la complementan y por las disposiciones emanadas de la autoridad competente con sujeción a lo establecido en los tratados y acuerdos internacionales de Telecomunicaciones de los que el Perú es parte. Solamente quedan exceptuados de los alcances de esta norma, aquellos servicios de telecomunicaciones declarados expresamente excluidos por esta Ley. El Estado promueve la convergencia de redes y servicios, facilitando la interoperabilidad de diferentes plataformas de red, así como la prestación de diversos servicios y aplicaciones sobre una misma plataforma tecnológica, reconociendo a la convergencia como un elemento fundamental para el desarrollo de la Sociedad de la Información y la integración de las diferentes regiones del país.

g) Ley N° 30083 - Competencia En El Mercado De Servicios Públicos Móviles.

Establece las medidas para fortalecer la competencia en el mercado de los Servicios Públicos Móviles a través de la participación de operadores móviles virtuales para facilitar el acceso a las zonas rurales del país o a las declaradas de interés social, y de esa forma fortalecer la competencia en el mercado. Esta nueva ley responde al interés público y nacional de ampliar el acceso a las telecomunicaciones e incluir a las poblaciones rurales más alejadas, siendo complementaria a la Ley de la Banda Ancha, dada la necesidad de que los peruanos avancen hacia la sociedad del conocimiento, tal como lo hacen las sociedades modernas en los países más avanzados.

h) Ley N° 29571 - Código De Protección Y Defensa Del Consumidor.

Tiene la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. Protege al consumidor que se encuentre directa o indirectamente expuesto o comprendido por una relación de consumo. El Estado protege la salud y seguridad de los consumidores a través de una normativa apropiada y actualizada, fomentando la participación de todos los estamentos públicos o privados. Para tal efecto, promueve el establecimiento de las normas reglamentarias para la producción y comercialización de productos y servicios y fiscaliza su cumplimiento a través de los organismos competentes. Con esta finalidad, impulsa y apoya el desarrollo de la normalización, a efectos de obtener los mejores estándares en beneficio y bienestar del consumidor.

i) Resolución Ministerial N° 825-2014-MTC-03 - Aprueba el Reglamento de la Ley N° 30083, Ley que Establece Medidas para Fortalecer la Competencia en el Mercado de los Servicios.

El objeto de la presente Ley es fortalecer la competencia, dinamizar y expandir el mercado de los servicios públicos móviles mediante la inserción de los denominados operadores móviles virtuales y los operadores de infraestructura móvil rural. La operación de los operadores móviles virtuales y los operadores de infraestructura móvil rural es de interés público y social, por tanto, obligatoria. La presente Ley es de aplicación para los concesionarios de servicios públicos móviles, así como para cualquier persona natural o jurídica que desee brindar servicios como operador móvil o se encuentre inmersa en alguna etapa de la provisión de dichos servicios.

j) Ley N° 27336 – Ley de Desarrollo de Funciones y Facultades del OSIPTEL.

Es objeto de la presente Ley: 1) Definir y delimitar las facultades del Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL), para supervisar y sancionar a las personas naturales o jurídicas que prestan servicios públicos de telecomunicaciones, en lo que respecta a su competencia. 2) Establecer las instancias competentes para los respectivos procedimientos administrativos. Para efectos de la presente norma, se entiende por: Acción de Supervisión. - A todo acto de funcionario de OSIPTEL que, bajo cualquier modalidad, tenga por objeto verificar el cumplimiento de cualquiera de las obligaciones, resoluciones o mandatos a que se refiere la supervisión. Entidades Supervisadas. - A todas las personas naturales o jurídicas que presten servicios públicos de telecomunicaciones. Instancias Competentes de OSIPTEL. - a. Al Consejo Directivo, la Presidencia y la Gerencia General de OSIPTEL; b. Los cuerpos colegiados a que se refiere el Reglamento General para la solución de controversias en la vía administrativa; c. Al Tribunal Arbitral a que se refiere el Reglamento de Arbitraje de OSIPTEL; d. Al Tribunal Administrativo de Solución de Controversias, encargado de resolver en segunda instancia los procedimientos administrativos que se ventilen ante el OSIPTEL para resolver controversias entre las entidades supervisadas; y e. Al Tribunal Administrativo de Solución de Reclamos de Usuarios (TRASU).

Supervisión. - Al conjunto de actividades que desarrolla OSIPTEL para verificar el cumplimiento de las obligaciones legales, contractuales o técnicas por parte de las entidades supervisadas. La supervisión puede asimismo estar dirigida a verificar el cumplimiento de determinado mandato o resolución de OSIPTEL o de cualquier otra obligación que se encuentre a cargo de la entidad supervisada, dentro del ámbito de su competencia.

k) Decreto Legislativo N° 702 - Ley de Telecomunicaciones.

Las normas vigentes en materia de telecomunicaciones han establecido un régimen monopólico que ha impedido invertir a empresarios peruanos y extranjeros en este importante sector de desarrollo económico y social. Este contexto legal ha originado un ostensible retraso en el desarrollo de los servicios, perjudicando directamente a los usuarios y al país, especialmente a los pobladores de los lugares más apartados de los centros urbanos, muchos de los cuales constituyen hoy zonas de emergencia; Es importante revertir la situación anterior mediante el uso de medios de comunicación social que difundan sus transmisiones y programas, también en esas zonas, con el objeto de permitir (*) RECTIFICADO POR FE DE ERRATAS (1)forjar una conciencia nacional que contrarreste la propaganda disociadora de los grupos subversivos, a su vez comprometidos con el narcotráfico. Además, en esta lucha por la pacificación nacional, la sociedad peruana en su conjunto requiere de los mejores y más eficaces medios de comunicación. En tanto se expida una nueva Ley General de Telecomunicaciones que norme en toda su amplitud el universo de las telecomunicaciones en el país, se hace preciso establecer reglas claras de administración y operación de los distintos servicios de telecomunicación promoviendo la inversión privada y extranjera, eliminando las prácticas monopólicas, controlistas y restrictivas de la libre competencia en la prestación de estos servicios y garantizar seguridades de inversión.

l) Decreto Supremo No. 013-93-TCC. - Texto Único Ordenado de la Ley de Telecomunicaciones.

Que mediante Decreto Legislativo No. 702, se aprobó las Normas que Regulan la Promoción de Inversión Privada en Telecomunicaciones; Que habiéndose dictado normas modificatorias y complementarias de las Normas aprobadas por el Decreto Legislativo No 702, resulta necesario aprobar el Texto Único Ordenado, conforme a lo establecido con el Decreto Ley No. 26096, denominándose "Ley de Telecomunicaciones". De conformidad con lo dispuesto en el Decreto Ley No. 26096.

2.2. DEFINICIONES OPERACIONALES.

2.2.1. VARIABLES.

a) Variable Dependiente (Y)

Y : Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos.

b) Variables Independientes (X)

X₁ : Planes Post Pago.

X₂ : Planes Pre Pago.

X₃ : Morosidad de los Planes Contratados.

2.2.2. INDICADORES E ÍNDICES.

VARIABLES	INDICADORES	ÍNDICES
Independientes (X):		
1. Planes Contratados en Telefonía Celular de Movistar Iquitos	1. Cantidad de planes contratados en Post Pago	➤ Más del 50% ➤ Igual a 50% ➤ Menos de 50%
	2. Cantidad de planes contratados en Pre Pago	➤ Más del 50% ➤ Igual a 50% ➤ Menos de 50%

Dependientes (Y):		
1. Planes Post Pago	1. Participación de los planes Post Pago en las Ventas Totales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto ➤ Medio ➤ Bajo
2. Planes Pre Pago	1. Tendencia de los planes Pre Pago	<ul style="list-style-type: none"> ➤Creciente ➤Decreciente ➤Ninguna
3. Morosidad de los Planes Contratados	1. Comportamiento de la morosidad de los planes contratados	<ul style="list-style-type: none"> ➤Creciente ➤Decreciente ➤Ninguna

2.3. HIPÓTESIS.

2.3.1. HIPÓTESIS GENERAL.

Los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 – 2017, fueron: Post Pago y Pre Pago.

2.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.

1. Los planes contratados en Post Pago en relación al total de planes lideran las ventas en telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 – 2017.
2. Los planes contratados en Pre Pago de telefonía celular de Movistar Iquitos tienen una tendencia creciente, en el periodo 2013 – 2017.
3. La morosidad de los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 – 2017, tuvo un comportamiento creciente.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA.

3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.

De acuerdo con la relevancia u objetivo de la investigación, el presente análisis es Descriptivo, porque se busca analizar los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 - 2017, acorde como se presentaron.

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

El diseño que se utilizó en la presente investigación fue el No Experimental, ya que no se sometió a ningún experimento a los componentes de la investigación, tampoco se alteró el entorno. Se reunió la información de los archivos existentes de la empresa Movistar y en OSIPTEL de la Región Loreto.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.

POBLACIÓN.

La población del estudio en mención abarcó a los registros estadísticos de los 97,689 clientes de planes Post Pago, y 1,829.182 de clientes de planes Pre Pago de la empresa Telefonía Móviles de la Empresa Movistar en la ciudad de Iquitos, registrados al 31 de diciembre del 2017.

MUESTRA.

En ese sentido la muestra es igual a la población en estudio; quiere decir, todos los datos estadísticos de los 97,689 clientes de planes Post Pago, y 1,829.182 clientes de planes Pre Pago de la empresa Telefonía Móviles de la Empresa Movistar en la ciudad de Iquitos. Al 31 de diciembre del 2017.

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

La técnica que se utilizó en la presente tesis fue verificación de información secundaria; es decir, la revisión de los registros estadísticos de los clientes de planes Post Pago y Pre Pago, de telefonía celular de la empresa Movistar de la ciudad de Iquitos.

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

El instrumento que utilizamos en la presente tesis fue básicamente la indagación y captura de la información de los registros estadísticos de los clientes de los planes Post Pago y Pre Pago, de telefonía celular de la empresa Movistar de la ciudad de Iquitos, en el periodo 2013 – 2017.

3.5. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

El procedimiento de recolección de datos se desarrolló del siguiente modo:

- Se pidió autorización al Jefe Zonal de la empresa Movistar – Iquitos para acceder a los archivos y registros estadísticos de la institución.
- Se hizo una revisión en los archivos, de las referencias de los clientes y/o usuario de los Planes Post y Pre pago de Telefonía Móviles de la Empresa Movistar en la Ciudad de Iquitos en los Periodos 2013 - 2017.
- Se identificaron y recopilaron los registros de los planes de los clientes y/o usuarios, en el periodo 2013 – 2017.
- El tiempo de recolectar los datos tuvo una duración de 30 días aproximadamente, durante el cual se hizo un filtro de los registros e información existente para quedarnos con la información y/o datos de interés de la investigación.
- La información obtenida es de estricta confidencialidad, para ser usada exclusivamente para esta investigación.
- Ya terminada la recolección de la información procedimos a elaborar la base de datos para su estudio estadístico respectivo.

- Para finalizar procedimos a elaborar el informe final de la presente tesis, para la sustentación correspondiente.

3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.

- Toda la información que se recolecto, lo procesamos en una hoja de cálculo Excel para Windows.
- Luego procedimos a analizar los datos, para ello se realizó un análisis univariado.
- También, utilizamos las frecuencias simples y relativas, media, moda y otras herramientas estadígrafos para un buen análisis.
- Finalmente elaboramos los cuadros y gráficos indispensables para mostrar la información de las variables estudiadas.
- Posteriormente procedimos a elaborar el informe final de la tesis, para la sustentación correspondiente.

3.7. PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS.

No se utilizó Población y Muestra, ya que utilizamos y/o revisamos series históricas, fue un trabajo de gabinete. Por ello no aplica protección de los Derechos Humanos en el presente estudio.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS.

El resultado del presente estudio se dio a través del análisis de los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos en el periodo 2013 – 2017, destacando el detalle de la conformación de planes post pago y pre pago, y la evolución de la morosidad. A continuación, el detalle:

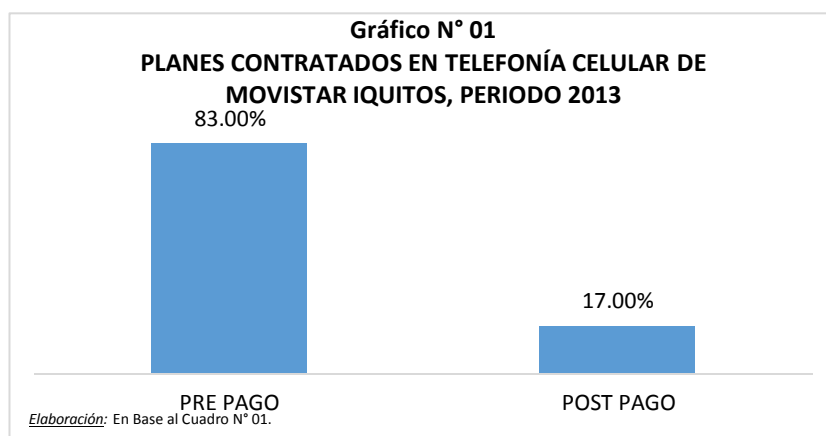
4.1. PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR.

De acuerdo con lo observado en el Cuadro N° 01, los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos en el periodo 2013, asciende a 2,578,320.00 con un valor de S/. 71,951,400.00. En cuanto a número de planes, los pre pagos representan el 82.79% y los post pago 17.21%; pero en valores, pre pago significa el 83.00% y post pago el 17.00%.

Cuadro N° 01
**PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR
DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2013**

PLAN	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
PRE PAGO	2,134,632.00	32,019,480.00	83.00%
POST PAGO	443,688.00	39,931,920.00	17.00%
TOTAL	2,578,320.00	71,951,400.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.

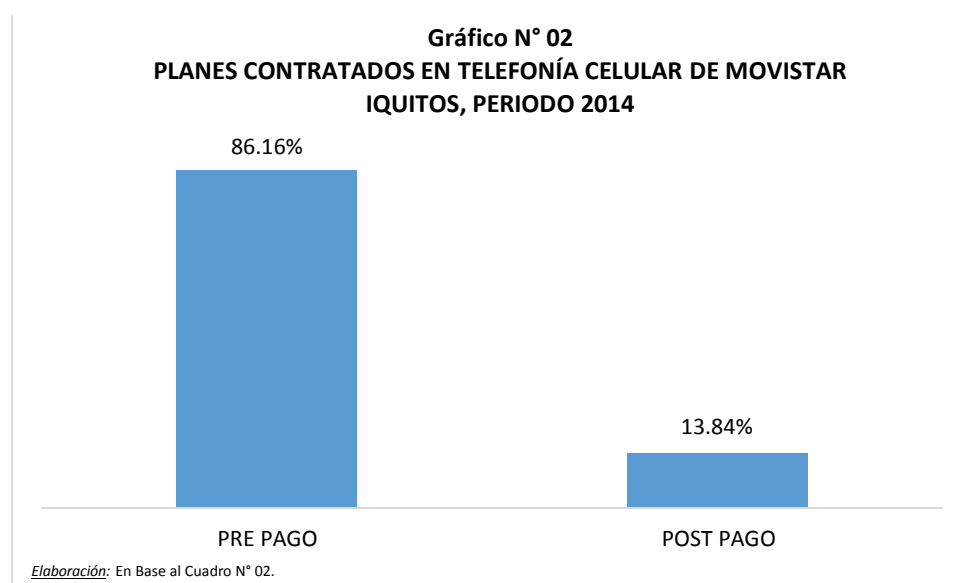


El año 2014, los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos se incrementaron en el número de planes (11.07%), pero en valores sufrieron un descenso considerable (-31.26%) debido a los menores montos tanto en pre pago como en post pago. En cuanto al número de planes, los planes pre pago subieron en 15.60% respecto al año pasado, pasando de 2,134,632.00 a 2,467,562.00; en cambio, los planes post pago descendieron -10.69% habiéndose reducido de 443,668.00 a la cantidad de 396,255. En relación al valor de los planes contratados, los planes pre pago descendieron -38.35% en relación al año 2013, cayendo de S/. 32,019,480.00 a S/. 19,740,496.00; de la misma forma, los planes post pago cayeron de S/. 39,931,920.00 a S/. 29,719,125.00 significando una reducción de -25.58%. Comparando con el número total de planes contratados, pre pago representó el 86.16% y post pago el 13.84%.

Cuadro N° 02
PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR
DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2014

PLAN	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
PRE PAGO	2,467,562.00	19,740,496.00	86.16%
POST PAGO	396,255.00	29,719,125.00	13.84%
TOTAL	2,863,817.00	49,459,621.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.



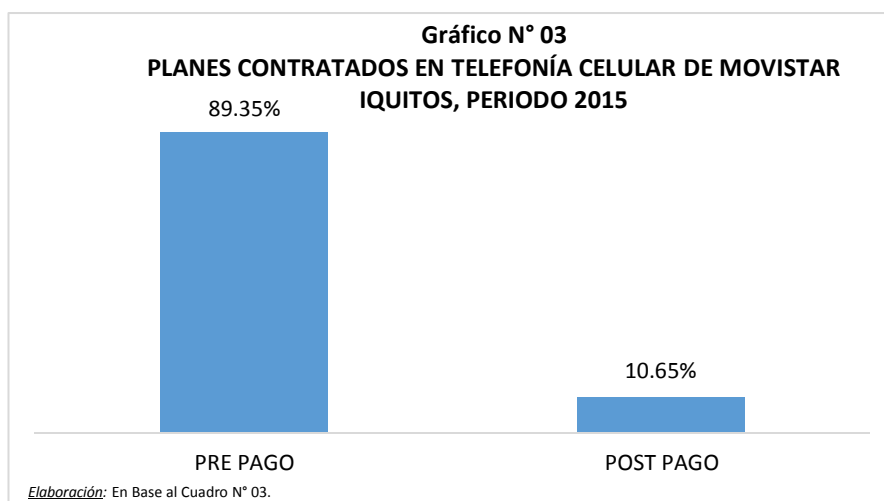
En el Cuadro N° 03, se puede observar los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos correspondientes al año 2015, notándose que el número de planes se incrementó en 2.73% respecto al año anterior; en sentido contrario, el valor de los planes contratados se contrajo en -16.32% en comparación con el año 2014 habiéndose cerrado con un monto de S/. 41,388,998.00. El análisis pormenorizado del número de planes muestra que los pre pago crecieron en 6.53% respecto al 2014, alcanzando 2,628,696 planes; pero, lo opuesto sucedió con los planes post pago que registraron una reducción de -20.95%, cayendo de 396,255.00 a 313,222.00 planes. El estudio del valor de los planes contratados da como resultado que el plan pre pago sumó el monto de S/. 21,029,568.00; superior en 6.53% respecto al 2014; y los planes post pago S/. 20,359,430.00; menor en -31.49%. En relación al total de número de planes, los pre pagos representan el 89.35% y los post pago el 10.65%.

Cuadro N° 03

PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2015

PLAN	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
PRE PAGO	2,628,696.00	21,029,568.00	89.35%
POST PAGO	313,222.00	20,359,430.00	10.65%
TOTAL	2,941,918.00	41,388,998.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.

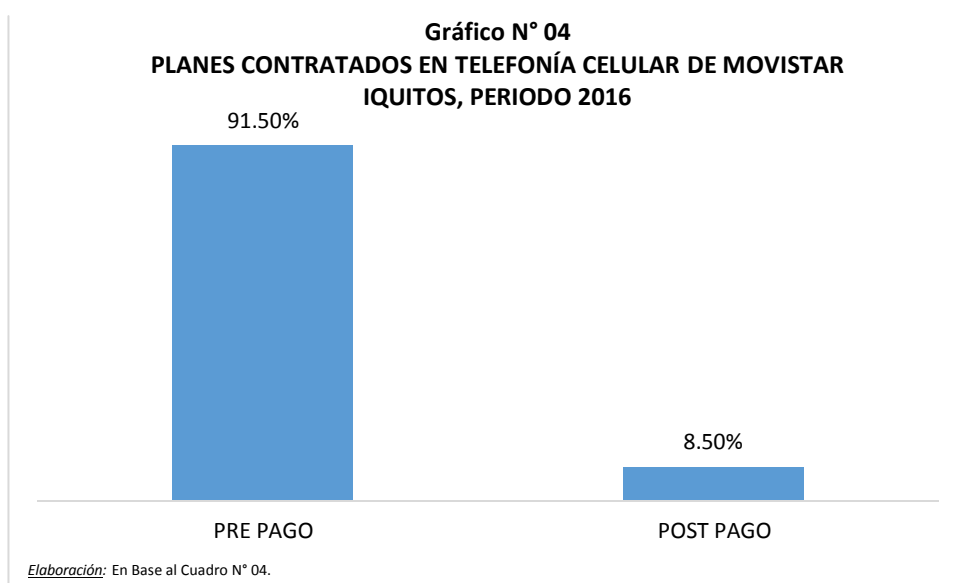


El año 2016, el número de planes contratados ascendió a 2,804,679.00; inferior en -4.66% al año anterior; y el valor de los planes fue de S/. 28,319,775.00; mostrando una caída de -31.58% comparativamente al año pasado. El detalle del número de planes pone en evidencia que los pre pago cayeron en -2.37% respecto al 2015 llegando a un número de 2,566,406.00 planes; siguiendo esa misma tendencia, los post pago se contrajeron en -23.93% cerrando con 238,273 planes. Analizando el valor de los planes contratados, se puede ver que los pre pago alcanzaron el monto de S/. 12,832,030.00 confirmando una drástica caída de -38.98% comparando con el año 2015; al igual que los planes post pago que se redujeron en -23.93% al haber sumado el valor de tan solo S/. 15,487,745.00. Por último, el número total de planes contratados está conformado mayoritariamente por los pre pagos con el 91.50%; mientras que los post pago el 8.50%.

Cuadro N° 04
PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR
DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2016

PLAN	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
PRE PAGO	2,566,406.00	12,832,030.00	91.50%
POST PAGO	238,273.00	15,487,745.00	8.50%
TOTAL	2,804,679.00	28,319,775.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.

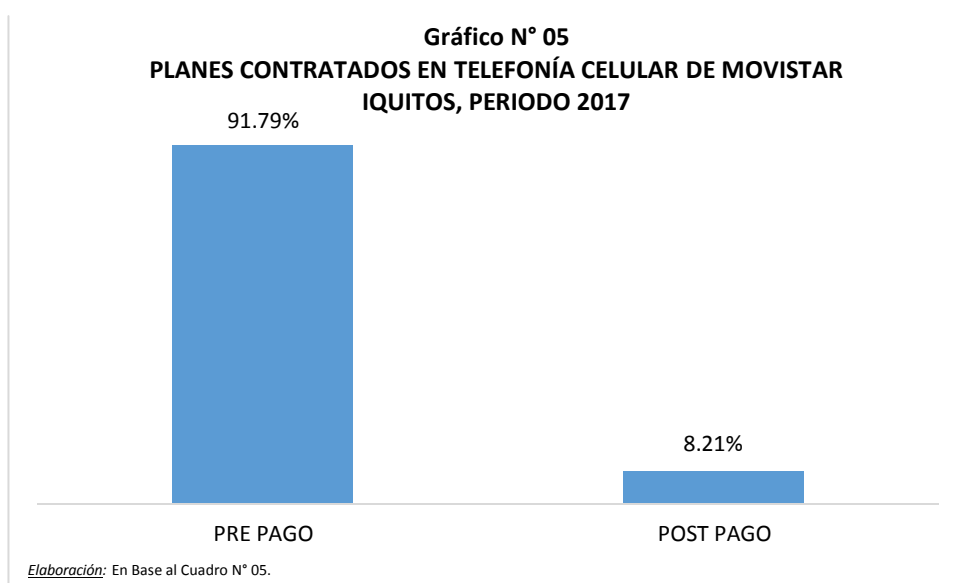


El año 2017 fue el último año de la serie en estudio, periodo en el que el número de planes contratados fue 2,685,128.00 inferior en -4.26% en comparación con el año 2016. Pero, el valor de los planes contratados tuvo un incremento de 7.65% sumando el monto de S/. 30,486,795.00. El detalle del número de planes contratados muestra que los pre pago registraron 2,464,545.00; menos -3.97% en relación al año 2016; mientras que los post pago registraron una caída mayor de -7.42%. Por otro lado, el valor de los planes contratados expone que los pre pago sumaron S/. 17,251,815.00; superior en 34.44% comparativamente con el 2016. El valor de los planes post pago ascendió a S/. 13,234,980.00; menor en -14.55% al año pasado. De acuerdo al total de planes contratados, los pre pagos significaron el 91.79% y los post pago 8.21%

Cuadro N° 05
PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR
DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2017

PLAN	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
PRE PAGO	2,464,545.00	17,251,815.00	91.79%
POST PAGO	220,583.00	13,234,980.00	8.21%
TOTAL	2,685,128.00	30,486,795.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.



4.2. PLANES POST PAGO.

Los planes post pago el año 2013 fueron de 443,688.00 con un valor de S/. 39,931,920.00; y enero fue el mes que más se contrataron llegando a registrarse 39,318.00 planes por un monto de S/. 3,538,620.00; equivalente al 8.86% del total.

Cuadro N° 06

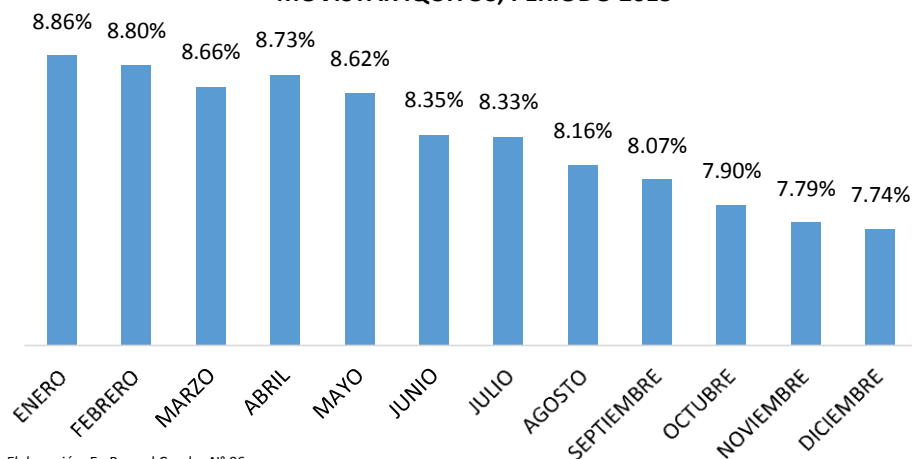
PLANES POST PAGO CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2013

MESES	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	39,318.00	3,538,620.00	8.86%
FEBRERO	39,027.00	3,512,430.00	8.80%
MARZO	38,404.00	3,456,360.00	8.66%
ABRIL	38,750.00	3,487,500.00	8.73%
MAYO	38,227.00	3,440,430.00	8.62%
JUNIO	37,042.00	3,333,780.00	8.35%
JULIO	36,977.00	3,327,930.00	8.33%
AGOSTO	36,192.00	3,257,280.00	8.16%
SEPTIEMBRE	35,788.00	3,220,920.00	8.07%
OCTUBRE	35,051.00	3,154,590.00	7.90%
NOVIEMBRE	34,558.00	3,110,220.00	7.79%
DICIEMBRE	34,354.00	3,091,860.00	7.74%
TOTAL	443,688.00	39,931,920.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.

Gráfico N° 06

PLANES POST PAGO CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2013



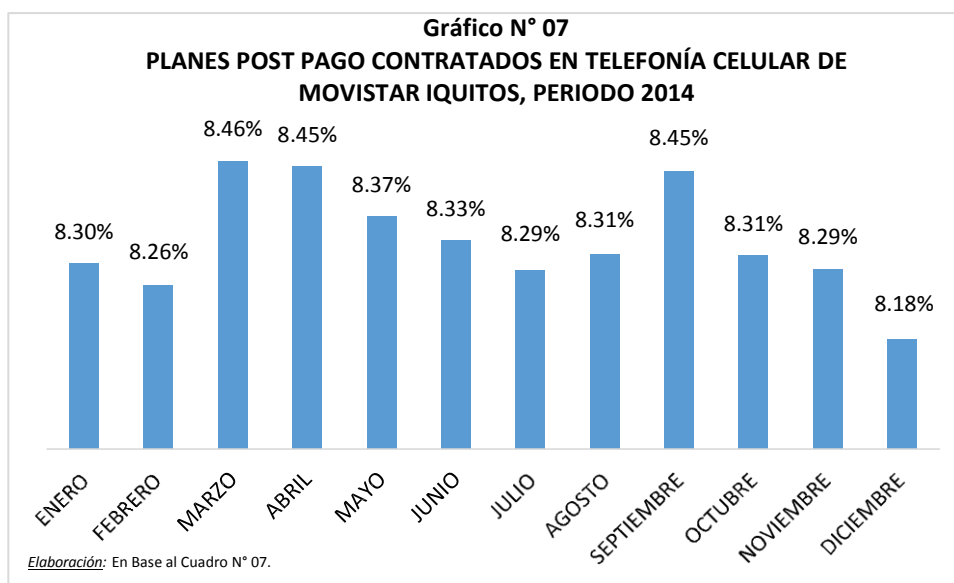
Elaboración: En Base al Cuadro N° 06.

El año 2014, los planes post pago contratados fueron 396,255.00 por un monto de S/. 29,719,125.00. En el mes de marzo se contrató el mayor número de planes llegando a 33,530.00 por la suma de S/. 2,514,750.00 equivalente al 8.46% del total; seguido de abril con el 8.45%.

Cuadro N° 07
PLANES POST PAGO CONTRATADOS EN TELEFONÍA
CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2014

MESES	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	32,879.00	2,465,925.00	8.30%
FEBRERO	32,741.00	2,455,575.00	8.26%
MARZO	33,530.00	2,514,750.00	8.46%
ABRIL	33,498.00	2,512,350.00	8.45%
MAYO	33,175.00	2,488,125.00	8.37%
JUNIO	33,025.00	2,476,875.00	8.33%
JULIO	32,835.00	2,462,625.00	8.29%
AGOSTO	32,940.00	2,470,500.00	8.31%
SEPTIEMBRE	33,466.00	2,509,950.00	8.45%
OCTUBRE	32,929.00	2,469,675.00	8.31%
NOVIEMBRE	32,842.00	2,463,150.00	8.29%
DICIEMBRE	32,395.00	2,429,625.00	8.18%
TOTAL	396,255.00	29,719,125.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.

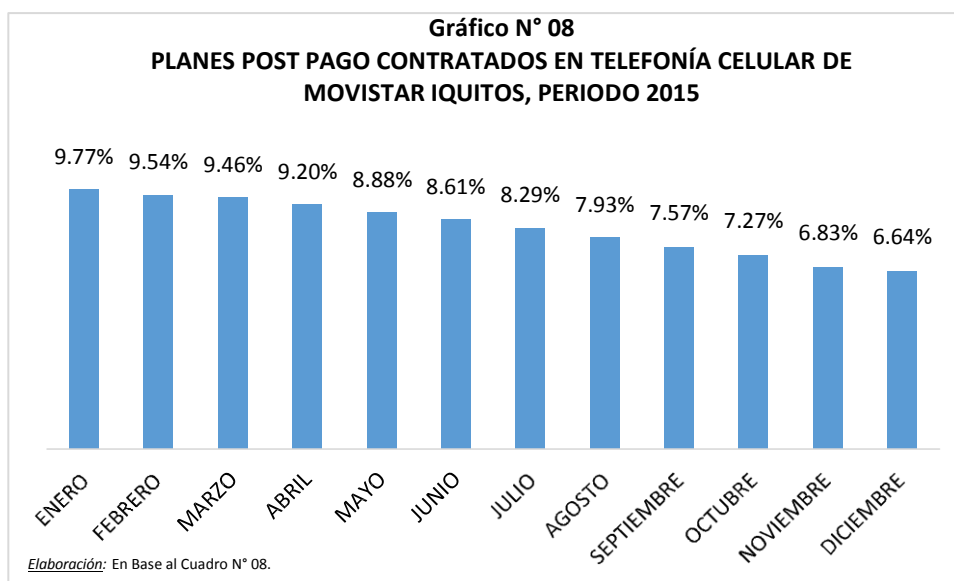


En el periodo 2015, los planes post pago contratados fueron 313,222.00 valorizados en S/. 20,359,430.00. Enero fue el mes con el mayor número de planes contratados con 30,595.00 con un monto de S/. 1,988,675.00 que equivale al 9.77% del total, seguido de febrero con el 9.54%.

Cuadro N° 08
PLANES POST PAGO CONTRATADOS EN TELEFONÍA
CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2015

MESES	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	30,595.00	1,988,675.00	9.77%
FEBRERO	29,889.00	1,942,785.00	9.54%
MARZO	29,616.00	1,925,040.00	9.46%
ABRIL	28,815.00	1,872,975.00	9.20%
MAYO	27,823.00	1,808,495.00	8.88%
JUNIO	26,971.00	1,753,115.00	8.61%
JULIO	25,980.00	1,688,700.00	8.29%
AGOSTO	24,853.00	1,615,445.00	7.93%
SEPTIEMBRE	23,709.00	1,541,085.00	7.57%
OCTUBRE	22,773.00	1,480,245.00	7.27%
NOVIEMBRE	21,386.00	1,390,090.00	6.83%
DICIEMBRE	20,812.00	1,352,780.00	6.64%
TOTAL	313,222.00	20,359,430.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.

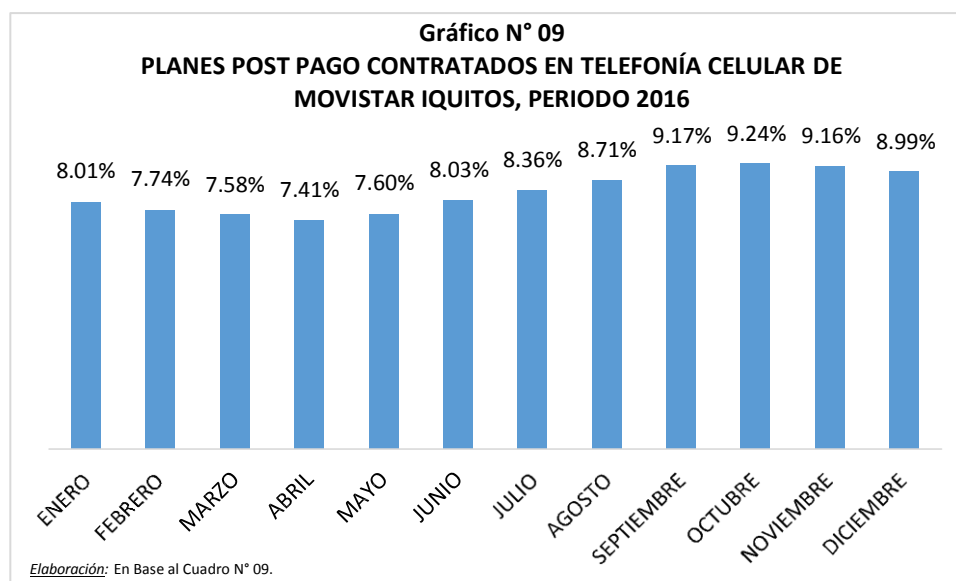


De acuerdo con el Cuadro N° 09, los planes post pago contratados el año 2016 sumaron 238,273.00 equivalente al monto de S/. 15,487,745.00. En el mes de octubre el número de planes ascendió a 22,014.00 con un valor de S/. 1,430,910.00 y representa el 9.24% del total, mientras que septiembre fue de 9.17% del total.

Cuadro N° 09
**PLANES POST PAGO CONTRATADOS EN TELEFONÍA
CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2016**

MESES	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	19,077.00	1,240,005.00	8.01%
FEBRERO	18,437.00	1,198,405.00	7.74%
MARZO	18,068.00	1,174,420.00	7.58%
ABRIL	17,648.00	1,147,120.00	7.41%
MAYO	18,108.00	1,177,020.00	7.60%
JUNIO	19,128.00	1,243,320.00	8.03%
JULIO	19,930.00	1,295,450.00	8.36%
AGOSTO	20,758.00	1,349,270.00	8.71%
SEPTIEMBRE	21,852.00	1,420,380.00	9.17%
OCTUBRE	22,014.00	1,430,910.00	9.24%
NOVIEMBRE	21,830.00	1,418,950.00	9.16%
DICIEMBRE	21,423.00	1,392,495.00	8.99%
TOTAL	238,273.00	15,487,745.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.

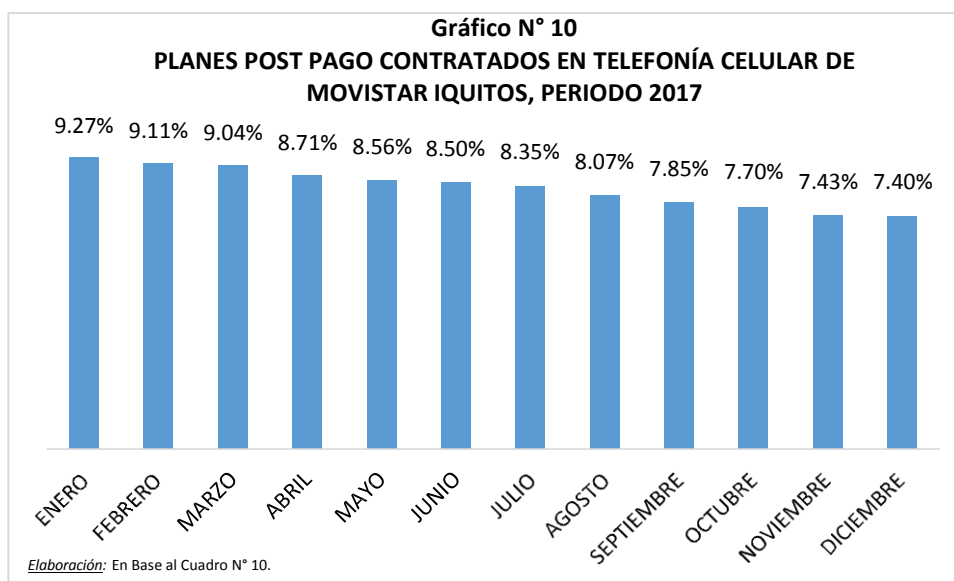


El periodo 2017, los planes post pago contratados fueron 220,583.00 equivalente a S/. 13,234,980.00. el mes de enero registró el mayor número de planes ascendiendo a 20,456.00 por un valor de S/. 1,227,360.00 y que representa el 9.27% del total, seguido por el mes de febrero con el 9.11%.

Cuadro N° 10
PLANES POST PAGO CONTRATADOS EN TELEFONÍA
CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2017

MESES	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	20,456.00	1,227,360.00	9.27%
FEBRERO	20,090.00	1,205,400.00	9.11%
MARZO	19,939.00	1,196,340.00	9.04%
ABRIL	19,217.00	1,153,020.00	8.71%
MAYO	18,892.00	1,133,520.00	8.56%
JUNIO	18,742.00	1,124,520.00	8.50%
JULIO	18,429.00	1,105,740.00	8.35%
AGOSTO	17,793.00	1,067,580.00	8.07%
SEPTIEMBRE	17,324.00	1,039,440.00	7.85%
OCTUBRE	16,980.00	1,018,800.00	7.70%
NOVIEMBRE	16,393.00	983,580.00	7.43%
DICIEMBRE	16,328.00	979,680.00	7.40%
TOTAL	220,583.00	13,234,980.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.



4.3. PLANES PRE PAGO.

Los planes pre pago contratados en el periodo 2013 ascendieron a 2,134,632.00 y sumaron un valor de S/. 32,019,480.00. El mes con mayor número de contratos fue diciembre con 191,009.00; los mismos que fueron valorizados en S/. 2,865,135.00 y que representa el 8.95% del total; seguidos de noviembre con el 8.65% del total.

Cuadro N° 11

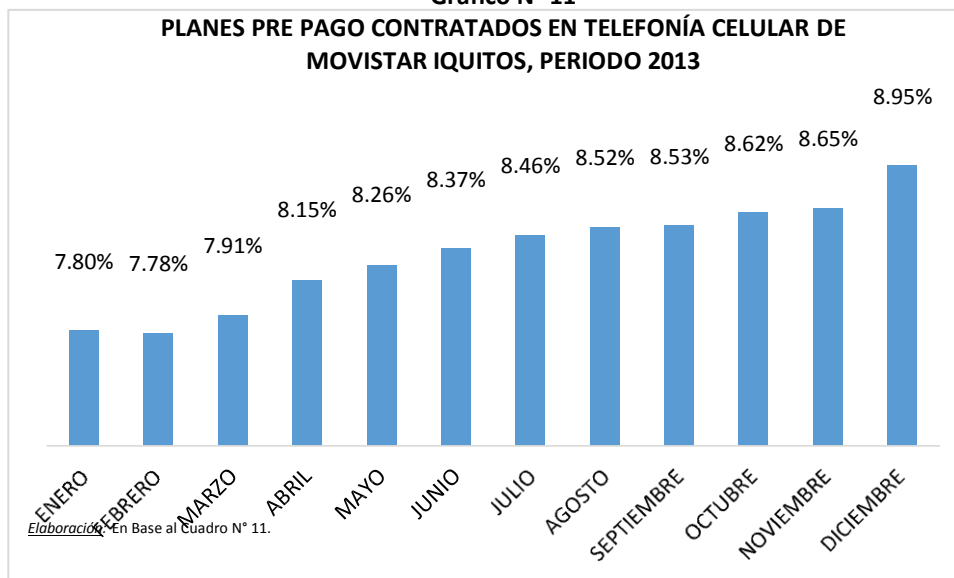
PLANES PRE PAGO CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2013

MESES	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	166,577.00	2,498,655.00	7.80%
FEBRERO	166,109.00	2,491,635.00	7.78%
MARZO	168,810.00	2,532,150.00	7.91%
ABRIL	173,995.00	2,609,925.00	8.15%
MAYO	176,224.00	2,643,360.00	8.26%
JUNIO	178,652.00	2,679,780.00	8.37%
JULIO	180,685.00	2,710,275.00	8.46%
AGOSTO	181,882.00	2,728,230.00	8.52%
SEPTIEMBRE	182,056.00	2,730,840.00	8.53%
OCTUBRE	183,973.00	2,759,595.00	8.62%
NOVIEMBRE	184,660.00	2,769,900.00	8.65%
DICIEMBRE	191,009.00	2,865,135.00	8.95%
TOTAL	2,134,632.00	32,019,480.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.

Gráfico N° 11

PLANES PRE PAGO CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2013

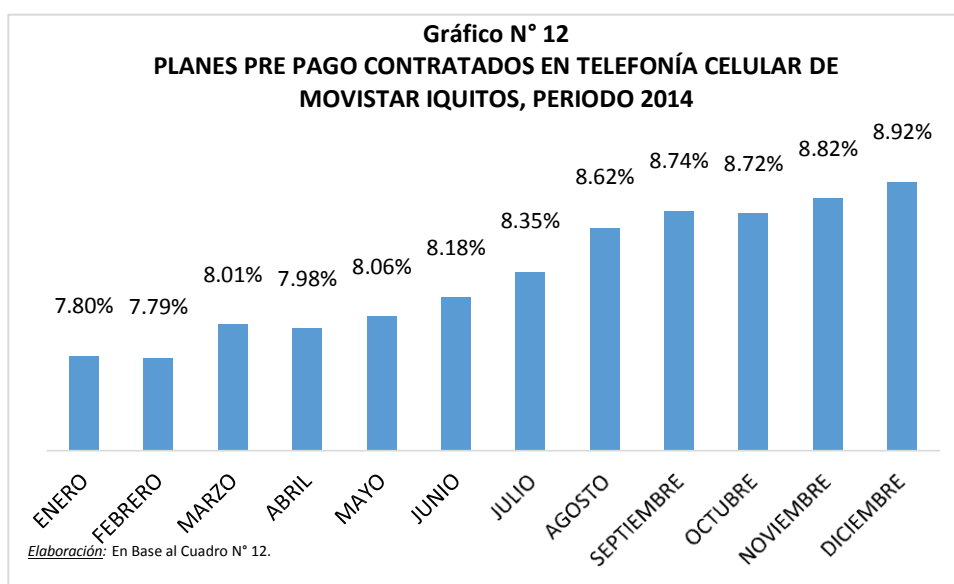


En el periodo 2014, los planes pre pago contratados fue de 2,467,562.00 valorizados en S/. 19,740,496.00. El mes con el mayor número de planes fue diciembre con 220,113.00 por un monto de S/. 1,760,904.00; que representa el 8.92%. Mientras que noviembre ocupó el segundo lugar con el 8.82%.

Cuadro N° 12
PLANES PRE PAGO CONTRATADOS EN TELEFONÍA
CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2014

MESES	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	192,547.00	1,540,376.00	7.80%
FEBRERO	192,319.00	1,538,552.00	7.79%
MARZO	197,657.00	1,581,256.00	8.01%
ABRIL	196,994.00	1,575,952.00	7.98%
MAYO	198,842.00	1,590,736.00	8.06%
JUNIO	201,888.00	1,615,104.00	8.18%
JULIO	206,016.00	1,648,128.00	8.35%
AGOSTO	212,803.00	1,702,424.00	8.62%
SEPTIEMBRE	215,599.00	1,724,792.00	8.74%
OCTUBRE	215,199.00	1,721,592.00	8.72%
NOVIEMBRE	217,585.00	1,740,680.00	8.82%
DICIEMBRE	220,113.00	1,760,904.00	8.92%
TOTAL	2,467,562.00	19,740,496.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.

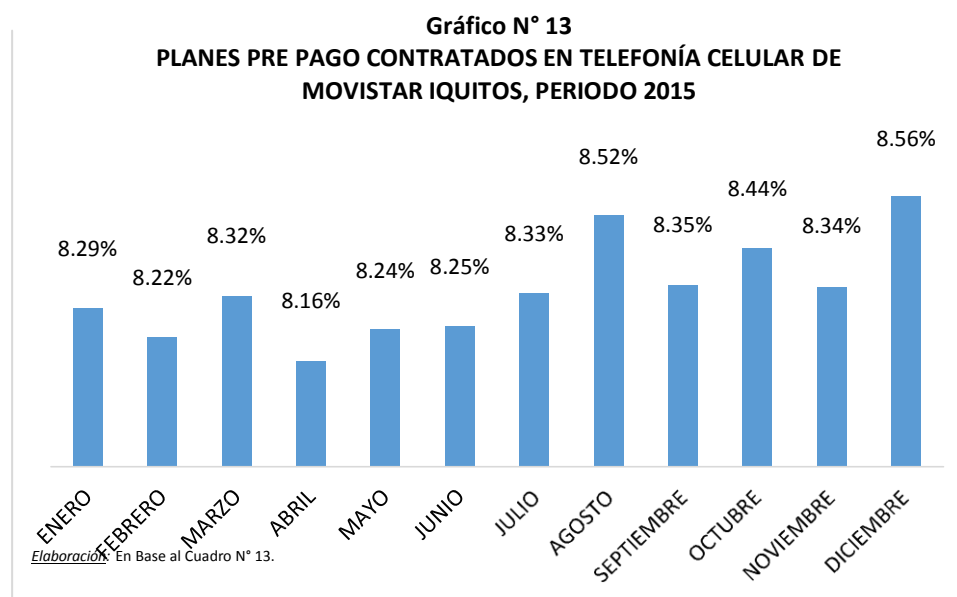


En el Cuadro N° 13, se observa que los planes pre pago contratados fueron de 2,628,696.00 con un valor de S/. 21,029,568.00. El mes con más planes contratados fue diciembre con 225,130.00 que ascendió a S/. 1,801,040.00 que significó el 8.56% del total. La segunda ubicación fue para el mes de agosto con el 8.52% del total.

Cuadro N° 13
PLANES PRE PAGO CONTRATADOS EN TELEFONÍA
CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2015

MESES	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	217,891.00	1,743,128.00	8.29%
FEBRERO	216,036.00	1,728,288.00	8.22%
MARZO	218,712.00	1,749,696.00	8.32%
ABRIL	214,446.00	1,715,568.00	8.16%
MAYO	216,518.00	1,732,144.00	8.24%
JUNIO	216,753.00	1,734,024.00	8.25%
JULIO	218,859.00	1,750,872.00	8.33%
AGOSTO	223,906.00	1,791,248.00	8.52%
SEPTIEMBRE	219,371.00	1,754,968.00	8.35%
OCTUBRE	221,784.00	1,774,272.00	8.44%
NOVIEMBRE	219,290.00	1,754,320.00	8.34%
DICIEMBRE	225,130.00	1,801,040.00	8.56%
TOTAL	2,628,696.00	21,029,568.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.



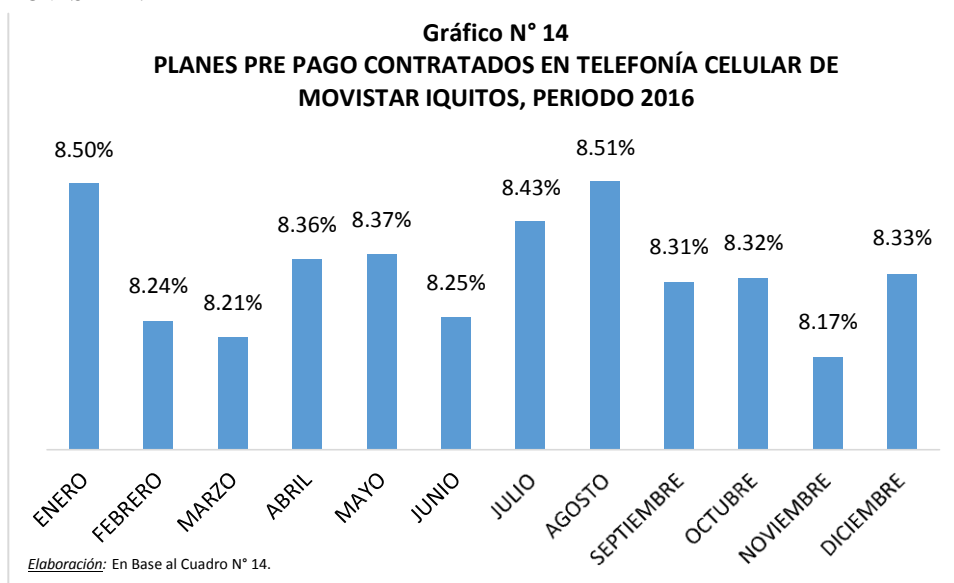
El número de planes contratados el año 2016 fue de 2,566,406.00 por un valor que asciende a S/. 12,832,030.00; siendo agosto el mes con el mayor número de contratos pues llegó a 218,281.00 valorizados en S/. 1,091,405.00 y que representa el 8.51% del total. El segundo mayor mes fue enero con 218,143.00 planes contratados por un monto de S/. 1,090,715.00 (8.50%).

Cuadro N° 14

PLANES PRE PAGO CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2016

MESES	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	218,143.00	1,090,715.00	8.50%
FEBRERO	211,506.00	1,057,530.00	8.24%
MARZO	210,724.00	1,053,620.00	8.21%
ABRIL	214,478.00	1,072,390.00	8.36%
MAYO	214,738.00	1,073,690.00	8.37%
JUNIO	211,704.00	1,058,520.00	8.25%
JULIO	216,316.00	1,081,580.00	8.43%
AGOSTO	218,281.00	1,091,405.00	8.51%
SEPTIEMBRE	213,384.00	1,066,920.00	8.31%
OCTUBRE	213,599.00	1,067,995.00	8.32%
NOVIEMBRE	209,753.00	1,048,765.00	8.17%
DICIEMBRE	213,780.00	1,068,900.00	8.33%
TOTAL	2,566,406.00	12,832,030.00	100.00%

Fuente:
MOVISTAR.

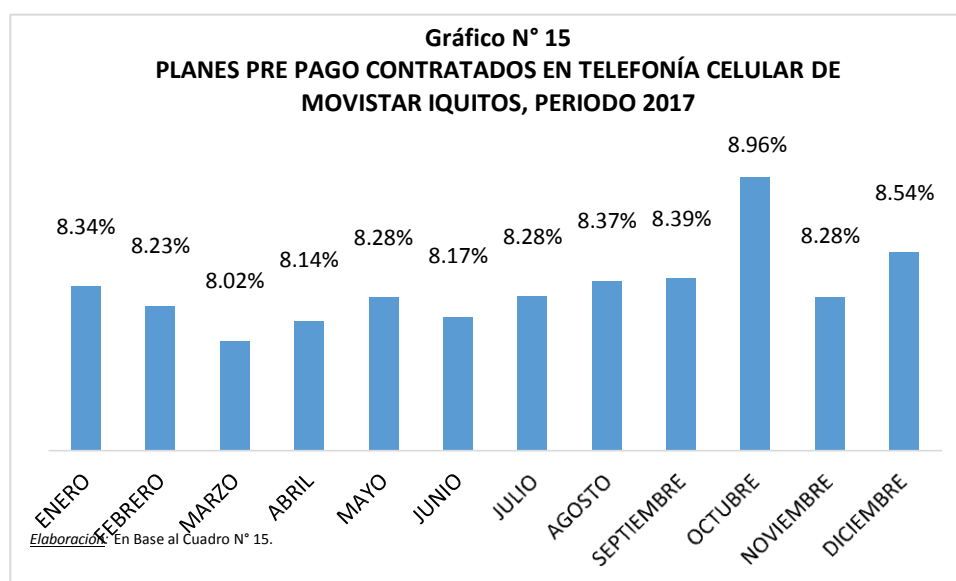


Finalmente, los planes pre pago contratados el año 2017 fueron de 2,464,545.00 por un monto de S/. 17,251,815.00. El primer lugar fue ocupado por el mes de octubre con 220,945.00 planes equivalentes a un monto de S/. 1,546,615.00 (8.96%), seguido por diciembre con el 8.54% del total.

Cuadro N° 15
PLANES PRE PAGO CONTRATADOS EN TELEFONÍA
CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2017

MESES	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	205,551.00	1,438,857.00	8.34%
FEBRERO	202,830.00	1,419,810.00	8.23%
MARZO	197,758.00	1,384,306.00	8.02%
ABRIL	200,649.00	1,404,543.00	8.14%
MAYO	204,009.00	1,428,063.00	8.28%
JUNIO	201,233.00	1,408,631.00	8.17%
JULIO	204,116.00	1,428,812.00	8.28%
AGOSTO	206,332.00	1,444,324.00	8.37%
SEPTIEMBRE	206,704.00	1,446,928.00	8.39%
OCTUBRE	220,945.00	1,546,615.00	8.96%
NOVIEMBRE	204,051.00	1,428,357.00	8.28%
DICIEMBRE	210,367.00	1,472,569.00	8.54%
TOTAL	2,464,545.00	17,251,815.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.



4.4. MOROSIDAD DE LOS PLANES CONTRATADOS.

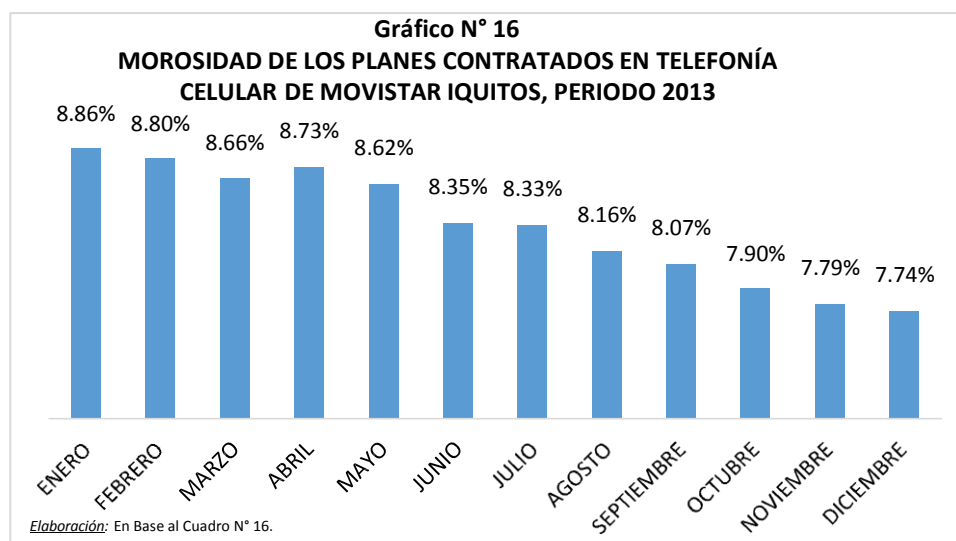
La morosidad de los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos en el año 2013 ascendió a S/. 1,197,957.60; correspondiente a los planes post pago en un 100%. El mes con mayor morosidad fue enero con la cifra de S/. 106,158.00 significando el 8.86% de la morosidad total del año. El segundo lugar ocupa febrero con S/. 105,372.90 (8.80% del total).

Cuadro N° 16

MOROSIDAD DE LOS PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2013

MESES	PRE PAGO (S/.)	POST PAGO (S/.)	MOROSIDAD TOTAL (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	0.00	106,158.60	106,158.60	8.86%
FEBRERO	0.00	105,372.90	105,372.90	8.80%
MARZO	0.00	103,690.80	103,690.80	8.66%
ABRIL	0.00	104,625.00	104,625.00	8.73%
MAYO	0.00	103,212.90	103,212.90	8.62%
JUNIO	0.00	100,013.40	100,013.40	8.35%
JULIO	0.00	99,837.90	99,837.90	8.33%
AGOSTO	0.00	97,718.40	97,718.40	8.16%
SEPTIEMBRE	0.00	96,627.60	96,627.60	8.07%
OCTUBRE	0.00	94,637.70	94,637.70	7.90%
NOVIEMBRE	0.00	93,306.60	93,306.60	7.79%
DICIEMBRE	0.00	92,755.80	92,755.80	7.74%
TOTAL	0.00	1,197,957.60	1,197,957.60	100.00%

Fuente: MOVISTAR.



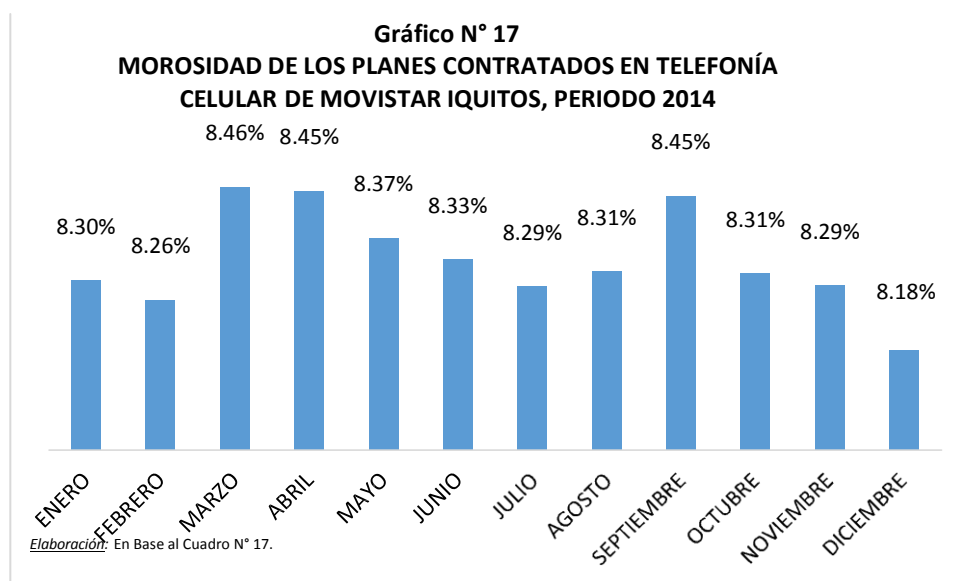
En el periodo 2014, la morosidad ascendió a S/. 1,188,765.00; menor en - 0.77% respecto al año anterior, correspondiendo todo a planes post pago. El mes con más morosidad fue marzo con el monto de S/. 100,590.00; representando el 8.46% de la morosidad total.

Cuadro N° 17

MOROSIDAD DE LOS PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2014

MESES	PRE PAGO (S/.)	POST PAGO (S/.)	MOROSIDAD TOTAL (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	0.00	98,637.00	98,637.00	8.30%
FEBRERO	0.00	98,223.00	98,223.00	8.26%
MARZO	0.00	100,590.00	100,590.00	8.46%
ABRIL	0.00	100,494.00	100,494.00	8.45%
MAYO	0.00	99,525.00	99,525.00	8.37%
JUNIO	0.00	99,075.00	99,075.00	8.33%
JULIO	0.00	98,505.00	98,505.00	8.29%
AGOSTO	0.00	98,820.00	98,820.00	8.31%
SEPTIEMBRE	0.00	100,398.00	100,398.00	8.45%
OCTUBRE	0.00	98,787.00	98,787.00	8.31%
NOVIEMBRE	0.00	98,526.00	98,526.00	8.29%
DICIEMBRE	0.00	97,185.00	97,185.00	8.18%
TOTAL	0.00	1,188,765.00	1,188,765.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.

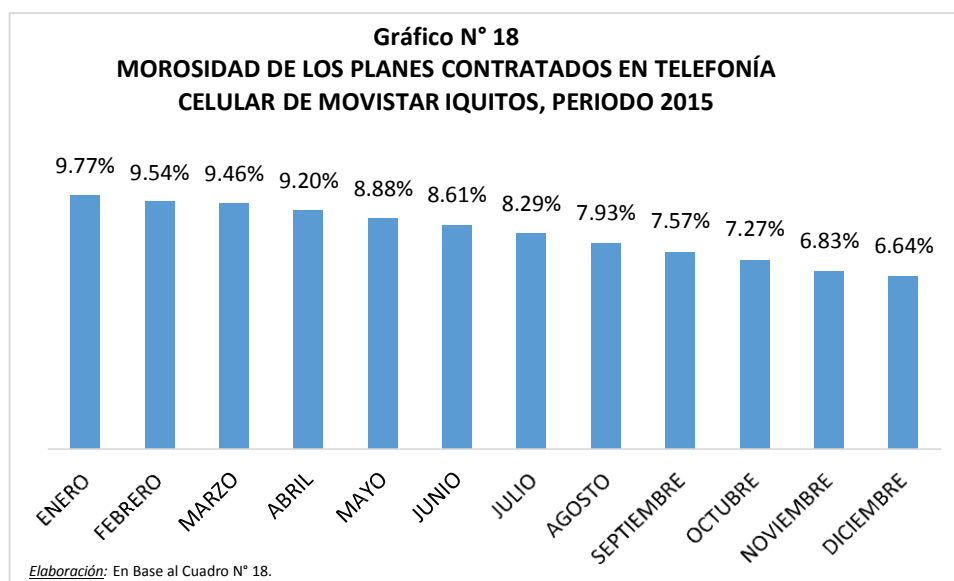


La morosidad del periodo 2015 alcanzó el monto de S/. 1,017,971.50; inferior en -14.37% al monto del año pasado. Nuevamente, el mes con mayor morosidad fue enero al haberse registrado la suma de S/. 99,433.75; valor que significó el 9.77% de la morosidad total, seguido de febrero con 9.54%.

Cuadro N° 18
MOROSIDAD DE LOS PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA
CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2015

MESES	PRE PAGO (S/.)	POST PAGO (S/.)	MOROSIDAD TOTAL (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	0.00	99,433.75	99,433.75	9.77%
FEBRERO	0.00	97,139.25	97,139.25	9.54%
MARZO	0.00	96,252.00	96,252.00	9.46%
ABRIL	0.00	93,648.75	93,648.75	9.20%
MAYO	0.00	90,424.75	90,424.75	8.88%
JUNIO	0.00	87,655.75	87,655.75	8.61%
JULIO	0.00	84,435.00	84,435.00	8.29%
AGOSTO	0.00	80,772.25	80,772.25	7.93%
SEPTIEMBRE	0.00	77,054.25	77,054.25	7.57%
OCTUBRE	0.00	74,012.25	74,012.25	7.27%
NOVIEMBRE	0.00	69,504.50	69,504.50	6.83%
DICIEMBRE	0.00	67,639.00	67,639.00	6.64%
TOTAL	0.00	1,017,971.50	1,017,971.50	100.00%

Fuente: MOVISTAR.

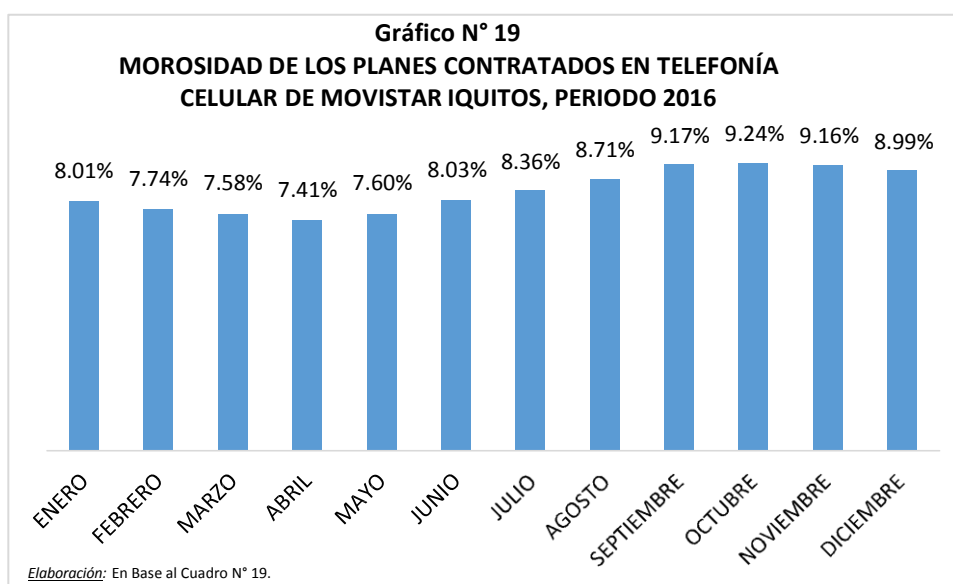


El año 2016, la morosidad se redujo en -8.71% comparativamente con el año 2015, al haber alcanzado la cifra de S/. 929,264.70. La mayor morosidad se registró en el mes de octubre con S/. 85,854.60 que representó el 9.24% del total; seguido de septiembre con el monto de S/. 85,222.80 (9.17%).

Cuadro N° 19
MOROSIDAD DE LOS PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA
CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2016

MESES	PRE PAGO (S/.)	POST PAGO (S/.)	MOROSIDAD TOTAL (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	0.00	74,400.30	74,400.30	8.01%
FEBRERO	0.00	71,904.30	71,904.30	7.74%
MARZO	0.00	70,465.20	70,465.20	7.58%
ABRIL	0.00	68,827.20	68,827.20	7.41%
MAYO	0.00	70,621.20	70,621.20	7.60%
JUNIO	0.00	74,599.20	74,599.20	8.03%
JULIO	0.00	77,727.00	77,727.00	8.36%
AGOSTO	0.00	80,956.20	80,956.20	8.71%
SEPTIEMBRE	0.00	85,222.80	85,222.80	9.17%
OCTUBRE	0.00	85,854.60	85,854.60	9.24%
NOVIEMBRE	0.00	85,137.00	85,137.00	9.16%
DICIEMBRE	0.00	83,549.70	83,549.70	8.99%
TOTAL	0.00	929,264.70	929,264.70	100.00%

Fuente: MOVISTAR.

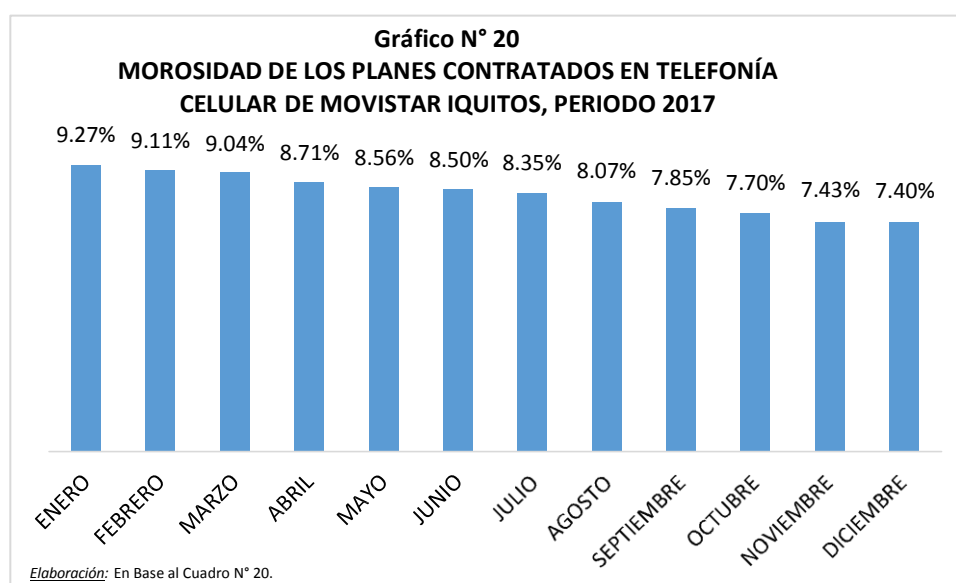


El periodo 2017, la morosidad mantuvo una tendencia decreciente al haberse reducido en -0.30% registrándose la suma de S/. 926,448.60. Enero fue el mes con mayor morosidad al haber ascendido a S/. 85,915.20; cifra que representa el 9.27% del total; seguido por el mes de febrero con 9.11%.

Cuadro N° 20
MOROSIDAD DE LOS PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA
CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2017

MESES	PRE PAGO (S/.)	POST PAGO (S/.)	MOROSIDAD TOTAL (S/.)	PORCENTAJE (%)
ENERO	0.00	85,915.20	85,915.20	9.27%
FEBRERO	0.00	84,378.00	84,378.00	9.11%
MARZO	0.00	83,743.80	83,743.80	9.04%
ABRIL	0.00	80,711.40	80,711.40	8.71%
MAYO	0.00	79,346.40	79,346.40	8.56%
JUNIO	0.00	78,716.40	78,716.40	8.50%
JULIO	0.00	77,401.80	77,401.80	8.35%
AGOSTO	0.00	74,730.60	74,730.60	8.07%
SEPTIEMBRE	0.00	72,760.80	72,760.80	7.85%
OCTUBRE	0.00	71,316.00	71,316.00	7.70%
NOVIEMBRE	0.00	68,850.60	68,850.60	7.43%
DICIEMBRE	0.00	68,577.60	68,577.60	7.40%
TOTAL	0.00	926,448.60	926,448.60	100.00%

Fuente: MOVISTAR.



CAPÍTULO V

DISCUSIÓN.

La telefonía celular en el Perú en general y en Iquitos en particular, ha cobrado importancia notable constituyéndose en un artículo indispensable en la vida y los negocios de las personas. Debido a ello, es cada vez menor la demanda de líneas fijas optándose por demandar teléfonos celulares.

Actualmente en Iquitos, la demanda es por planes post pago y planes pre pago que, tal como su nombre lo indica, en el primer caso. Las mensualidades son pagadas al final del mes, o al inicio, pero luego de haber consumido el servicio; en cambio, los planes pre pago, se tiene que comprar el inicialmente el servicio para poder usarlo, y recargar cada que éste se agote. Como se puede notar, la morosidad solo afecta a los planes post pago, ya que los pre pago tienen que pagar por adelantado. También, el segmento de telefonía celular enfrenta una pugna muy agresiva por todos los operadores, tanto así que ascienden a cuatro (04) en la ciudad de Iquitos ((Movistar, Claro, Bitel y Entel), que cuentan con planes y tarifas diferentes para así lograr la mayor cantidad de números de clientes. De manera complementaria, se dio la “Ley de Portabilidad Numérica”, para que el usuario migre de un operador a otro si es que no se encuentra a gusto con el servicio ofrecido. A pesar de ello, Movistar sigue liderando el mercado, pero cada vez con menor participación, debido al avance que muestra la competencia.

Con este propósito, se lleva a cabo la presente tesis magistral que muestra el análisis de los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos, durante el periodo 2013 - 2017. De manera complementaria, se analiza también el comportamiento de la morosidad, análisis que afecta únicamente a los planes post pago, ya que no es aplicable a los pre pagos por su naturaleza misma de contrato.

Por tal percepción, no encontramos la mejor forma de plantear la controversia que utilizando la validación de las hipótesis.

5.1. VALIDACIÓN DE HIPÓTESIS.

5.1.1. HIPÓTESIS GENERAL.

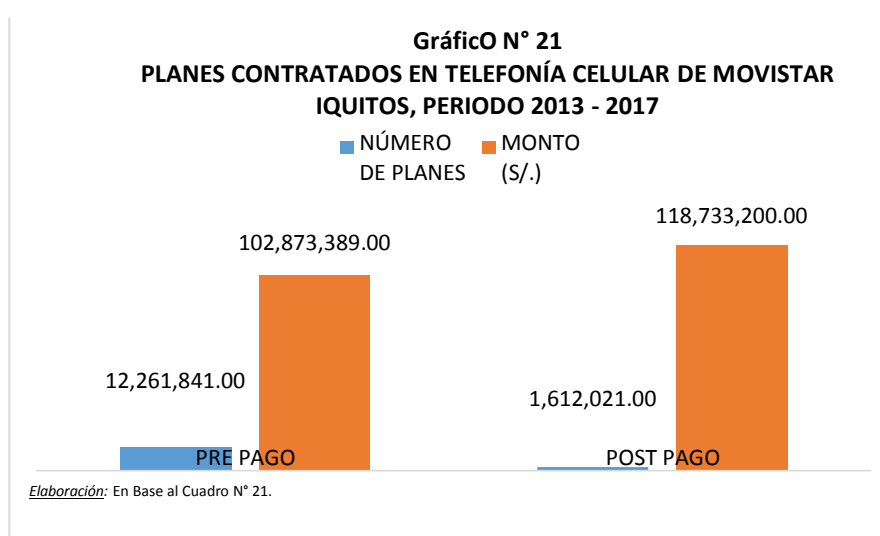
“Los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 – 2017, fueron: Post Pago y Pre Pago”.

Como se observa en el cuadro N° 21, los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos durante el periodo 2013 – 2017, fueron dos: Pre Pago y Post Pago. Bajo la modalidad de Pre Pago se contrató la cantidad de 12,261,841.00 planes por un valor de S/. 102,873,389.00; en cambio, en la modalidad Post Pago, el número de planes contratados ascendió a 1,612,021.00 valorizados en S/. 118,733,200.00. En tal sentido, en la serie en estudio se contrataron 13,873,862.00 por un monto de S/. 221,606,589.

Cuadro N° 21
**PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA
CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO
2013 - 2017**

PLAN	NÚMERO DE PLANES	MONTO (S/.)
PRE PAGO	12,261,841.00	102,873,389.00
POST PAGO	1,612,021.00	118,733,200.00
TOTAL	13,873,862.00	221,606,589.00

Fuente: MOVISTAR.



CONCLUSIÓN:

SE ACEPTA LA HIPÓTESIS GENERAL, TODA VEZ QUE LOS PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, EN EL PERIODO 2013 – 2017, FUERON: POST PAGO Y PRE PAGO.

5.1.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.

1° Hipótesis Específica: “Los planes contratados en Post Pago en relación al total de planes, lideran las ventas en telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 – 2017”.

Como se puede observar en el cuadro N° 22, se contrataron 13,873,862.00 planes de telefonía celular de Movistar Iquitos durante el periodo 2013 – 2017, de los cuales el 88.38% (12,261,841.00 planes) correspondió a planes Pre Pago. Los planes Post Pago sumaron 1,612,021.00 planes equivalentes al 11.62% de la totalidad.

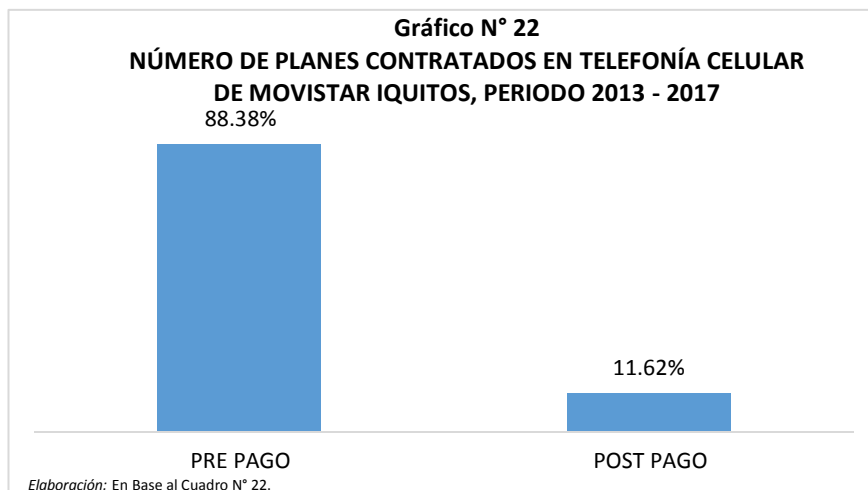
En ese sentido, podemos sostener que los usuarios optaron por planes Pre Pago de manera mayoritaria (88.38%), y en menor medida por los planes Post Pago (11.62% del total).

Cuadro N° 22

**NÚMERO DE PLANES CONTRATADOS EN
TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR
IQUITOS, PERIODO 2013 – 2017**

PLAN	NÚMERO DE PLANES	PORCENTAJE (%)
PRE PAGO	12,261,841.00	88.38%
POST PAGO	1,612,021.00	11.62%
TOTAL	13,873,862.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.

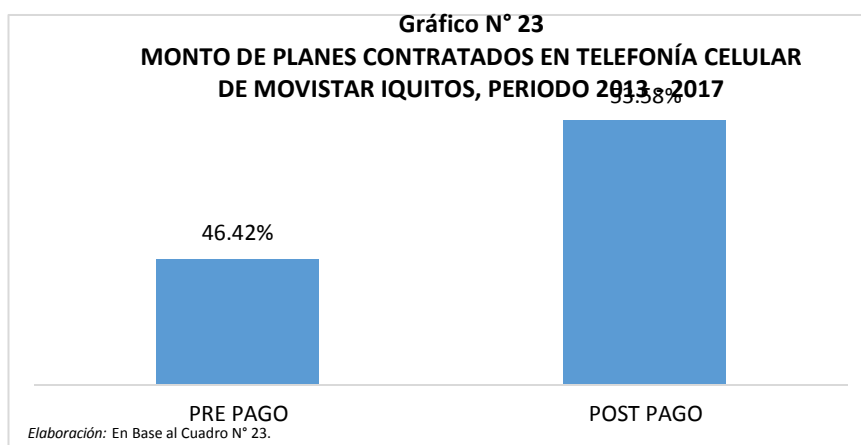


Por otro lado, en el Cuadro N° 23, se observa el valor de los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos durante el periodo 2013 – 2017, el mismo que ascendió a la suma de S/. 221,606,589.00; de ese monto, el 53.58% corresponde a los planes Post Pago por un valor de S/. 118,733,200.00; y los Pre Pago al 46.42% (S/. 102,873,389.00).

Cuadro N° 23
MONTO DE PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2013 - 2017

PLAN	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
PRE PAGO	102,873,389.00	46.42%
POST PAGO	118,733,200.00	53.58%
TOTAL	221,606,589.00	100.00%

Fuente: MOVISTAR.



CONCLUSIÓN:

SE RECHAZA PARCIALMENTE LA 1° HIPÓTESIS ESPECÍFICA, EN EL SENTIDO QUE, EN CUANTO AL NÚMERO DE PLANES CONTRATADOS SE REFIERE, LOS PLANES PRE PAGO LIDERAN LA HEGEMONÍA CON EL 88.38% DEL TOTAL; EN CAMBIO LOS PLANES POST PAGO SOLO REPRESENTAN EL 11.62%. PERO, SE ACEPTA PARCIALMENTE LA 1° HIPÓTESIS ESPECÍFICA CUANDO EL ANÁLISIS SE REALIZA DE ACUERDO AL VALOR MONETARIO QUE CADA UNA DE ELLAS REPRESENTA; ASÍ, LOS PLANES POST PAGO CONSTITUYEN EL 53.58% DEL TOTAL, Y LOS POST PAGO TAN SOLO EL 46.42%.

2° Hipótesis Específica: “Los planes contratados en Pre Pago de telefonía celular de Movistar Iquitos tienen una tendencia creciente, en el periodo 2013 – 2017”.

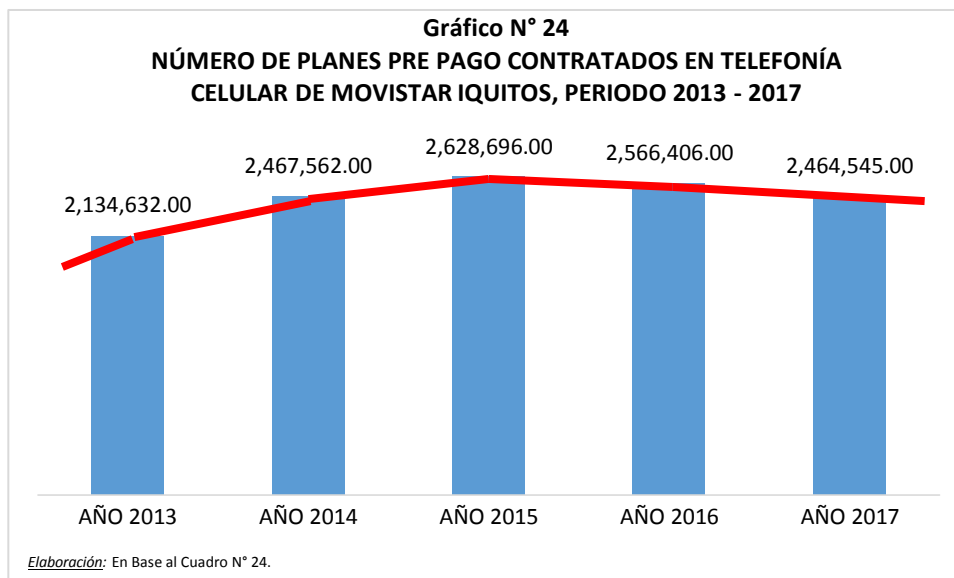
En el Cuadro N° 24, se puede ver el número de planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos durante el periodo 2013 – 2017, notándose que los planes Pre Pago crecieron en los tres primeros años, pasando de 2,134,632.00 el año 2013, a 2,628,696.00 el año 2015; para luego comenzar a caer de manera sostenida los dos años siguientes, para cerrar finalmente el año 2017 con 2,464,545.00; pudiéndose afirmar que el comportamiento fue variable.

Cuadro N° 24

NÚMERO DE PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2013 – 2017

PLAN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
PRE PAGO	2,134,632.00	2,467,562.00	2,628,696.00	2,566,406.00	2,464,545.00
POST PAGO	443,688.00	396,255.00	313,222.00	238,273.00	220,583.00
TOTAL	2,578,320.00	2,863,817.00	2,941,918.00	2,804,679.00	2,685,128.00

Fuente: MOVISTAR.



CONCLUSIÓN:

SE RECHAZA LA 2° HIPÓTESIS ESPECÍFICA EN EL SENTIDO QUE, LOS PLANES CONTRATADOS DE TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, TIENEN UNA TENDENCIA VARIABLE EN EL PERIODO 2013 – 2017, Y NO CRECIENTE COMO SEÑALA LA 2° HIPÓTESIS

3° Hipótesis Específica: “La morosidad de los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos, en el periodo 2013 – 2017, tuvo un comportamiento creciente”.

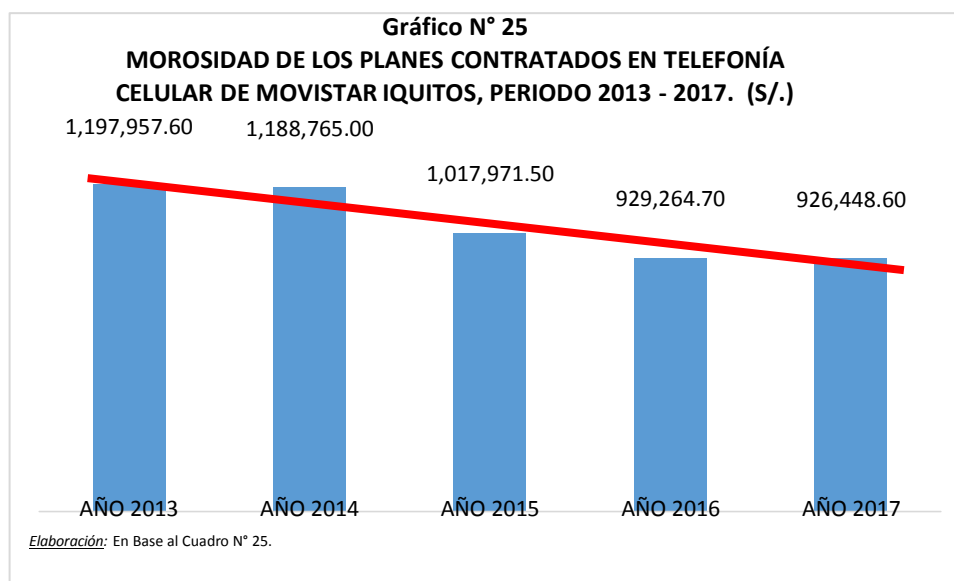
En el Cuadro N° 25 se puede ver la morosidad de los planes contratados en telefonía celular de Movistar Iquitos en el periodo 2013 – 2017, notándose que el 100% de morosidad es originada por los planes Post Pago, ya que, con los planes Pre Pago, si no paga simplemente no tiene línea y no existe morosidad. Concordante a ello, en el Gráfico N° 25 se puede constatar que la morosidad tuvo una tendencia decreciente año a año, partiendo del año 2013, periodo en que ascendió a S/. 1,197,957.60 para continuar con la tendencia decreciente en todo el periodo cerrando el año 2017 con S/. 926,448.60; por lo que se puede afirmar que la tendencia fue decreciente.

Cuadro N° 25

MOROSIDAD DE LOS PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS, PERIODO 2013 - 2017 (S/.)

PLAN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
PRE PAGO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
POST PAGO	1,197,957.60	1,188,765.00	1,017,971.50	929,264.70	926,448.60
TOTAL	1,197,957.60	1,188,765.00	1,017,971.50	929,264.70	926,448.60

Fuente: MOVISTAR.



CONCLUSIÓN: SE RECHAZA LA 3° HIPÓTESIS ESPECÍFICA, DEBIDO A QUE LA MOROSIDAD DE LOS PLANES CONTRATADOS EN TELEFONÍA CELULAR DE MOVISTAR IQUITOS EN EL PERIODO 2013 – 2017, TUVO UN COMPORTAMIENTO DECRECIENTE, Y NO CRECIENTE COMO PLANTEÓ LA 3° HIPÓTESIS.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA.

Movistar es el operador de telefonía celular que tiene la mayor cantidad de usuarios en Iquitos, pero la percepción es que se trata de una empresa ineficiente que tiene el dominio de mercado por la concesión de las telecomunicaciones que posee su propietaria Telefónica del Perú SAA. Los demás operadores de telefonía móvil han ido avanzando en el mercado gracias a diversas fortalezas, como por ejemplo la mayor cobertura de Claro, las tarifas más baratas de Bitel, entre otras.

Sin embargo, Movistar tiene que reaccionar de manera urgente para poder frenar la mayor participación de la competencia en el mercado, y para ello es necesario que aplique diferentes estrategias que le permitan reposicionarse o consolidar su participación. De acuerdo con el análisis realizado en el Capítulo anterior, se plantean las siguientes propuestas con el objetivo de mejorarlas:

1. Al haberse evidenciado que los planes pre pago prevalecen sobre los post pago; es decir, que el grueso de usuarios optó por adquirir planes pre pago, se propone analizar la implementación de tarifas aún más económicas a las ya existentes, por periodos cortos, que brinde acceso no solo a la telefonía celular sino también a internet, whatsapp, mensajería, etc.
2. Telefónica del Perú SAA. tiene que llevar adelante inversiones tecnológicas en antenas y equipos que le permitan extender la cobertura y mejorar la calidad de la comunicación, caso contrario los usuarios seguirán migrando a la competencia; y los nuevos, ni siquiera lo tomarán en cuenta. Existen soluciones prácticas y no muy caras, como la presentada por Bitel que, a través de un dispositivo externo inalámbrico puede conectar al usuario a internet a buena velocidad, mejor que la ofrecida por Movistar y, como la amazonia es vasta, se necesita estar interconectado en el medio rural. Además, se debe señalar que el costo mensual es relativamente barato.

3. Otra forma eficiente de mantener cautivo a los clientes es tener disponibles equipos modernos conforme a los avances tecnológicos, a precios razonables. Como es sabido, el negocio de los operadores de telefonía celular no está en la venta de los equipos sino en el plan tarifario a contratar, ya que por medio de éste se recupera el costo del equipo en el muy corto plazo.

4. En relación con los planes post pago, se debe efectuar una mejor evaluación del cliente para evitar caer en morosidad. Los ejecutivos de venta de Movistar deben constituirse en asesores comerciales para ayudar a elegir el plan y el equipo adecuado a sus ingresos. De esta manera, se estaría asegurando el pago oportuno de evitando caer en morosidad.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES.

1. La oferta de planes de telefonía celular de Movistar Iquitos está conformada básicamente por dos: Post Pago y Pre Pago. Durante el periodo 2013 – 2017, Los planes Post Pago contratados alcanzaron la cantidad de 1,612,021.00 valorizados en S/. 118,733,200.00; y por su parte los Pre Pago sumaron 12,261,841.00 planes por un valor de S/. 102,873,389.00.
2. Durante el periodo 2013 – 2017, el número de planes de telefonía celular de Movistar Iquitos fue de 13,873,862.00 contratos, de los cuales 12,261,841.00 correspondieron a planes Pre Pago, representando el 88.38% del total. En ese mismo sentido, los planes Post Pago llegaron a 1,612,021.00 planes equivalentes al 11.62% del total. En conclusión, los usuarios optaron por planes Pre Pago de manera mayoritaria (88.38%), y en menor medida por los planes Post Pago (11.62% del total).
3. Cuando se analizaron los planes de acuerdo con el valor monetario que representa cada uno de ellos, se pudo observar que los Post Pago registraron el valor de S/. 118,733,200.00; equivalente al 53.58% del total. En cambio, los planes Pre Pago sumaron el monto de S/. 102,873,389.00 que representa el 46.42% del valor total.
4. Concordante con las conclusiones anteriores, se puede afirmar que los planes Pre Pago lideraron el mercado de la telefonía celular de Movistar Iquitos por el número de contratos, al representar el 88.38% del total. Pero, de acuerdo con el valor de los planes contratados, el mercado es liderado por los planes Post Pago con el 53.58% del valor total.
5. Los planes Pre Pago contratados tuvieron un comportamiento variable durante la serie en estudio, habiendo crecido de manera sostenida del 2013 al 2015 para luego decaer en los dos últimos años. El año 2015 se registró el

mayor número de contratos que fue de 2,628,696.00; para que al final del 2017 se cierre con 2,464,545.00.

6. La morosidad estuvo ligada únicamente a los planes Post Pago, ya que los planes Pre Pago, por su naturaleza misma, no incurren en ella, pues si no recargan simplemente no tienen línea. La morosidad tuvo un comportamiento decreciente año a año pasando de S/. 1,197,957.60 el año 2013, para continuar reduciéndose en los años posteriores hasta cerrar el año 2017 con S/. 926,448.60. De acuerdo a la validación de gráfica de tendencias se concluye que ésta fue decreciente.

CAPÍTULO VIII

RECOMENDACIONES.

1. Debido a la situación crítica que viene atravesando la región Loreto producto de la caída de la producción y el precio internacional del petróleo, así como de las exportaciones de madera, entre otros aspectos, ha traído como consecuencia que el mercado de telefonía celular de Movistar Iquitos cambie en cuanto a los planes contratados, pues en los primeros años los usuarios preferían planes post pago los que fueron cambiados por planes pre pago. En tal sentido, se recomienda que las estrategias para captar más clientes y fidelizarlos estén dirigidas a este segmento. De manera complementaria, se recomienda identificar otro tipo de características para hacer más efectiva la estrategia, tales como edad de los clientes, sexo, nivel de instrucción, nivel de ingresos, etc.
2. Se recomienda que Movistar Iquitos lleve adelante campañas más agresivas para conseguir clientes, ya que los otros operadores de telefonía móvil vienen ganando terreno a pasos agigantados. Esta campaña tiene que ir seguida de una mejora notable del servicio brindado
3. Se recomienda que la empresa Movistar lleve adelante inversiones para dotar de mejor servicio a los clientes, consistente en mayor cobertura y velocidad de conexión. Del mismo modo, las tarifas y planes deben ser asequibles, de tal manera que sientan que la mejora del servicio no viene acompañada de un incremento de las tarifas.
4. Se recomienda mantener un stock actualizado de equipos celulares a precios accesibles, ya que los clientes frecuentemente solicitan renovación. El costo adicional del equipo debe ser cargado en los planes mensuales, para recuperar en el más breve plazo. Como es sabido, en el negocio de telefonía celular, el equipo es tan solo un atractivo para que el cliente decida la compra, pero la verdadera utilidad está en las tarifas cobradas por cada plan. Así que el tema es que el cliente permanezca el mayor tiempo posible en el plan.

CAPÍTULO IX

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Arrué, J. (2014). “Análisis de la Calidad del Servicio de Atención en la Oficina Desconcentrada de Osiptel Loreto desde la Percepción del Usuario, Período Junio a Setiembre de 2014”. (Tesis Magistral). Iquitos: Programa de Maestría en Gestión Empresarial, de la Escuela de Post Grado, de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

Dichter & Neyra, Research Network. (2015). “Satisfacción con los operadores de Telefonía Móvil en el Perú”. (Publicación). Perú: Research Network.

Fernández, I. (2012). “Estudio de la Calidad de Servicio de las Redes Móviles en el Perú”. (Tesis de Grado). Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Fisher, I. (1930). “Teoría del Capital y la Inversión”. (Texto). EE. UU.: Fondo Editorial de la Universidad de Yale, Estados Unidos de Norteamérica.

Greenspan, A. (1999). “Teoría del Crecimiento”. (Investigación científica). EE. UU.: Departamento de Economía de la Universidad de Boston.

Huamaní, E. (2014). “Iquitos Tan Lejos y Tan Cerca: Un Siglo De Telecomunicaciones En La Amazonía”. (Publicación). Lima: Universidad Nacional de Ingeniería.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI. (2013). “Seguros de Vida en el Perú, ¿Cómo Tomar la Mejor Decisión Frente a las Opciones Que Ofrece el Mercado?”. (Segundo informe de consultoría). Perú: Fondo Editorial de INDECOPI.

Lucas, R. (1995). “Sobre los Mecanismos de Desarrollo Económico”. (Investigación científica). EE. UU.: Departamento de Economía de la Universidad de Chicago.

Montes, H. (2017). “Nivel de Satisfacción de los Clientes de Telefonía Celular de Claro en la Ciudad de Iquitos, Periodo Diciembre 2016”. (Tesis Magistral). Iquitos: Programa de Maestría en Gestión empresarial, de la Escuela de Post Grado, de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

Pinedo, M. (2010). “Estudio Socio – Económico y Demográfico de la Población de la Región Loreto, Periodo 2007 – 2008”. (Trabajo de Investigación). Iquitos: Oficina General de Investigación; Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios; Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

Pinedo, M. (2010). “Determinación de la Línea Base de Pobreza en la Periferia de la Ciudad de Iquitos, Periodo 2008”. (Trabajo de Investigación). Iquitos: Oficina General de Investigación; Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios; Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

Ponce, S. (2013). “Inversión Pública y Desarrollo Económico Regional”. (Tesis Magistral). Lima: Escuela de Post Grado de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Rubiños R. & Rubiños, Sh. (2015). “Análisis del Nivel de Satisfacción de los Usuarios del Operador de Telefonía Móvil BITEL en la Ciudad de Iquitos, Periodo 2015”. (Tesis Magistral). Iquitos: Programa de Maestría en Gestión Empresarial, de la Escuela de Post Grado, de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

Sen, A. (1998). “Teorías del Desarrollo a Principios del Siglo XXI”. (Investigación científica). EE. UU.: Departamento de Economía, de la Universidad de Harvard.

Vallejo, G. (2011). “Servicio al Cliente De La Teoría A La Practica”. (Libro). Editorial Norma. Colombia: Universidad Externado de Colombia.

Zapata, J. (2011). “Teoría Sobre Servicio Al Cliente”. (Investigación científica). Editorial del Fondo de Cultura Económica.

Zevallos, M. (2016). “Análisis del Nivel de Satisfacción de los Usuarios de Telefonía Móvil de Movistar en la Ciudad de Iquitos, Periodo Diciembre 2015”. (Tesis Magistral). Iquitos: Programa de Maestría en Gestión Empresarial, de la Escuela de Post Grado, de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.