



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA UNIDAD
ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

ESTUDIO DEL DESPLAZAMIENTO DE LA OFERTA EN LAS TARIFAS MENSUALES
DE LLAMADAS A LARGA DISTANCIA DE LA EMPRESA TELEFONÍA CLARO

TRABAJO PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

AUTORA:

CUENCA SAAVEDRA XIMENA ELIZABETH

MACHALA - EL ORO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, CUENCA SAAVEDRA XIMENA ELIZABETH, con C.I. 0705835841, estudiante de la carrera de ECONOMÍA MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, en calidad de Autora del siguiente trabajo de titulación ESTUDIO DEL DESPLAZAMIENTO DE LA OFERTA EN LAS TARIFAS MENSUALES DE LLAMADAS A LARGA DISTANCIA DE LA EMPRESA TELEFONÍA CLARO

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.

- Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
 - a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-Compartir Igual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.

 - b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autor(a) la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 14 de noviembre de 2015

CUENCA SAAVEDRA XIMENA
ELIZABETH C.I.
0705835841

FRONTISPICIO

“ESTUDIO DEL DESPLAZAMIENTO DE LA OFERTA EN LAS TARIFAS MENSUALES DE LLAMADAS A LARGA DISTANCIA DE LA EMPRESA TELEFONIA CLARO”

Autora:

Ximena Elizabeth Cuenca Saavedra

Tutor Académico:

Econ. Holger Bejarano Copo. MBA.

RESUMEN

Determinar la oferta de la tarifa de telefonía que aplica la empresa claro a cada uno en sus planes tarifarios, el cual se tomó como referencia el libro de microeconomía de 3 edición de Ben S. Bernanke, Robert H. Frank página 26, para la realización del caso para así poder resolver con resultados eficientes y eficaces; para analizar el ejercicio la metodología que se empleo es la de teórico y práctico lo cual lo teórico se basa en la oferta, demanda y las determinantes de la oferta, y lo practico en el manejo de las ecuaciones de primer grado, soluciones de métodos. La tarifa mensual más conveniente es de \$ 4,00 y con la tarifa de 0,20centavos por minuto; como conclusión podemos decir que el plan de tarifas de llamadas a larga distancia el cual tiene variaciones dependiendo a los precios ya la cantidad de minutos. Lo que sugerimos a la empresa de telefonía claro que la tarifa de llamadas a larga distancias debe conservar una tarifa mensual y tarifa por minutos adecuada para que sus usuarios se sienta satisfechos de utilizar los servicios de la empresa.

Palabras Claves:

Llamadas, tarifas, oferta, variación, cantidad de minutos.

FRONTISPIECE

“STUDY OF MOVING THE OFFER MONTHLY RATES OF LONG DISTANCE CALLS TO THE TELEPHONE COMPANY CLEAR”

Author:

Ximena Elizabeth Cuenca Saavedra

Academic Advisor:

Econ. Holger Bejarano Coop. MBA.

ABSTRACT

To determine the rate offer telephony company applying clear to everyone in their tariff plans, which was taken as reference book microeconomics 3 edition of Ben S. Bernanke, Robert H. Frank page 26, for performing Case in order to solve efficient and effective results; to analyze the exercise the methodology used is that of theory and practice which theoretical based on supply, demand and supply determinants, and practice in the management of linear equations, solution methods. The most convenient monthly fee is \$ 4.00 and the per minute rate 0,20centavos; In conclusion we can say that the rate plan long distance calls which has variations depending on prices and the number of minutes. What we suggest to the company of course telephony call rate long distances must maintain a monthly fee and fee for adequate minutes for your users feel delighted to use the services of the company.

Keywords:

Calls, tariffs, supply, variation, number of minutes.

SECCION DE CONTENIDOS.

INTRODUCCIÓN

1.1 Contextualización:

“En la última etapa de los siglos XX surge la telefonía celular que entra con gran superación en el mercado de la voz, este nuevo servicio que aparece ya con una positiva nacionalización, obtiene una lucidez en menos de 8 años y ingresa de lleno en competitividad con la telefonía fija”.(Torero, 2000). Con la compañía de teléfono claro los servicios emprenden a caracterizarse, de experimento lo cual alcanzado ocupar un gran lugar en el mercado lo cual hace que sea más competitiva con las demás empresas.

“Con el paso de los años el servicio de telefonía móvil pasó de ser un servicio lujoso a una herramienta básica y necesaria de comunicación masiva, consolidándose en la actualidad como uno de los sectores de desarrollo económico con más proyección, lo que en la actualidad desembocó en más líneas celulares que habitantes en el territorio nacional”.(Armas & Amado, 2014). En estos tiempos la empresa de telefonía ha tenido una acogida por todos los naciones lo cual no solo es por lujos sino por una necesidad de informarse.

“Al haberse establecido mediante ley que todos los servicios de telecomunicaciones se brindarán en régimen de libre competencia, y finalizando el período de exclusividad regulada que gozaban las empresas de telefonía fija de propiedad estatal, se abrió la posibilidad de que nuevas empresas de telefonía fija ingresen a competir en el mercado”.(Segovia, Sanches, 2009). La empresa telefónica ha incursionado en el mercado en todo el mundo y con el tiempo ha desempeñado un papel muy importante en la sociedad de las personas cual es una herramienta de trabajo para poderse comunicar en los diferentes lugares de los países.

“El desarrollo de las telecomunicaciones ha permitido un despliegue de nuevos servicios que ha impulsado la evolución de las formas de comunicación a nivel mundial”. (Angles, 2012). En el Ecuador la telefonía claro se ha posesionado en el mercado con una gran aceptación por los servicios eficientes y eficaces, por las promociones que aplican para que sus clientes se sientan beneficiados el cual es prestada por la mencionada empresa.

Es muy importante saber que la telefonía claro ha utilizado libres estrategias de mercado disponible, por lo tanto para la realización de mi trabajo tuve que analizar cuáles son los planes tarifarios de llamadas a larga distancia dependiendo al precio mensual y la cantidad de minutos, que ofrece y que favorecen a los clientes o usuarios que utilizan de la telefonía celular.

1.2 Indicadores del problema:

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” (Guerrien, 2008). La tarifa es el valor que se fijan para pagar por la utilización de un servicio público o privado.

Desplazamiento: “Si se producen modificaciones diferentes al precio se produce un desplazamiento de la curva, es decir que al mismo precio habrá más o menos interesados en ofertar mayor o menor cantidad ofrecida en el mercado” (Paul Krugman, 2008). El desplazamiento trata sobre los cambios que se producen en la cantidad ofertada

Variación: “Cambio que hace que algo o alguien sea diferente en cierto aspecto de lo que era la variación de los precios se debe a la inflación” (Mir, 2008). Es sobre los cambios que hacen los individuos de precios que se pueden mover en las diferentes entidades.

Precio: “El precio podemos designar al cancelación o un valor establecido a la adquisición de artículos de cualquiera producto y de servicios prestados necesariamente” (Viejo, 2013). Es el valor monetario que se paga por la adquisición de un bien y servicio en los diferentes medios.

Oferta: “Es la distintas cantidades de un bien o servicio que los productores estan dispuesto llevar al mercado a distintos precios manteniendose los demas determinantes invariables”. (Obando, 2000). Se conoce como oferta a la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio establecido sin afectar sus determinantes.

Oligopolio: “El monopolio se basa que entra al mercado con empresas con un pequeño número de vendedores, por lo cual una industria de oligopolio está al tanto de sus competidores, dado que las disposiciones de una compañía afectan o causan proyecciones en las disposiciones de las nuevas, se crea un entorno de medida en el conjunto de oferentes, con lo cual deja de estar en competitividad de lo que ofrecen” (Vives, 2001). Este es un mercado dominado por un pequeño número de vendedores o prestadores de servicio, el cual siempre está pendiente de los pasos de su competencia.

Mercado: “El mercado tiene su origen en la antigüedad, incluso antes de la aparición del dinero, en aquellos momentos las transacciones se hacían en base a intercambios, es explicar que en ese texto es como se lleva a cabo con satisfacción las compras y las ventas donde intervienen la oferta y la demanda.” (Barberá, 2002). Al hablar de mercado es un ambiente social que propicia las condiciones para el intercambio de bienes y servicios es decir a través de los ofertantes y de los demandantes.

1.3 Objetivo General:

Determinar la oferta de las tarifas telefónica que aplica en la empresa claro en cada uno de sus planes tarifarios.

1.4 Ventaja Competitiva:

La ventaja competitiva de la empresa de telefonía claro ha incursionado satisfactoriamente en el mercado. Por lo tanto al realizar el trabajo he analizado cual sería el plan de tarifas de llamadas a larga distancia que es sostenible para que la empresa de telefonía de claro establezca el precio y la cantidad de minutos que sea la adecuada, para que determine en el mercado la cual sea una ventaja muy importante ante sus competidores y así sus clientes o usuarios se sientan satisfechos con la empresa.

“En la actualidad el mundo de las actividades comerciales, las compañías o industrias conviene ser muy profesionales al momento de competir, solo así alcanzaran instituirse en los mercados presentes donde hay una gran rivalidad competitiva entre ellas.”(Monge, 2010). En nuestro país gran variedad de negocios cual se van innovando cada día, por lo tanto la empresa telefonía claro debe tener una calidad de competencia para que así ingrese al mercado y sea acogida satisfactoriamente; ya que existen poderosas empresas que son fuertes competidores.

“No puede ninguna empresa estar compitiendo sin misión, sin objetivos, sin metas y sin las estrategias necesarias para poder lograr esos objetivos, de esta manera es exigente para los propietarios o directivos que dicha decisión sea minuciosamente analizada”.(Monge, 2010). Es decir que tiene como técnicas a todos los niveles de la empresa y debe caer en cuenta sus características, particularidades y los recursos y capacidades con que cuenta la empresa y las estrategias deben ser reales y alcanzables de lo contrario la empresa no podrá llevarla a cabo.

“Para iniciar y conservar la excelencia competitiva, esto es el total que una empresa o industria que obtiene instaurar para sus consumidores, introduce un conocimiento renovador a cada precio que está en estar al tanto las comienzos aleatorios para implantar ventajas sobre los competidores mediante el estudio de cada uno de los movimientos que se ejecutan en la empresa, para el esquema, la producción, marketing y distribución de productos”.(Porter, 2008). Para poder establecer una ventaja competitiva debemos como empresa edificar estrategias innovadoras para poder así crear ventajas sobre los competidores para ello realizamos un estudio de mercado para analizar por qué parte del mercado podemos incursionar y como sería la acogida de los clientes.

DESARROLLO

La empresa celular claro presenta un plan de tarifas de llamadas a larga distancia que nos cobra \$ 5,00 al mes más 0,10 centavos por minuto. 1.- ¿Cuánto deberíamos pagar por mes en el que gastáramos 45 minutos por llamadas de larga distancia? 2.- ¿Cuál es la cuota fija y tarifa por minuto si a una cantidad de 30 minutos es \$ 30,00 y de 15 minutos es de \$ 24,00? 3.- Muestre como varía el plan de facturación si la fija bajara de \$ 4,00 a \$ 2,00 y si bajara de 0,20 a 0,10 centavos.

“En el estudio de la economía involucra no sólo enfocarnos en la teoría sino también en su aplicación. Sin aplicación sólo nos quedamos en los modelos, los cuales funcionan sobre supuestos que en muchas ocasiones no coinciden con en la realidad”.(Reverón, 2013).

1.- ¿Cuánto deberíamos pagar por mes en el que gastáramos 45 minutos por llamadas de larga distancia?

Una ecuación es una sencilla expresión matemática que describe la relación entre dos variables o más, que son cantidades que pueden tomar diferentes valores de un intervalo determinado. El tipo más común de una ecuación con el que trabajaremos contiene dos tipos de variables: variable dependiente y variable independiente. En este ejemplo, la variable dependiente es el costo de nuestra factura telefónica mensual y la variable independiente es la variable de la que depende nuestra factura, a saber, el volumen de llamadas de larga distancia que realicemos al mes. Nuestra factura también depende de la tarifa de \$ 5 mensuales y del cobro de 10 centavos por minuto.

“La oferta se la utiliza para darnos a conocer sobre los sueños que poseen los productores en instalar establecidas cantidades de un producto en el mercado, esos montos constarán en la función del costo o precio que establece el mercado obteniendo que los únicos los elementos diferentes al monto del bien; que logren intervenir en el procedimiento de la oferta se conservan constantes”.(Rodríguez, 2013).

Una vez que hemos identificado la variable dependiente y la independiente, elegimos sencillos símbolos para representarlas. En los cursos de álgebra, normalmente se utiliza el símbolo X para representar la variable independiente y el símbolo Y para representar la variable dependiente. Sin embargo, a muchas personas les resulta más fácil recordar que representan las variables si eligen símbolos relacionados directamente con las cantidades que representan las variables. Así, en este ejemplo, podríamos, utilizar F para representar la *factura* mensual en dólares y T para representar el *tiempo* total en minutos que dedicamos durante el mes a realizar llamadas de larga distancia. Una vez identificadas las variables relevantes y elegidos los símbolos para representarlas, estamos ya en condiciones de formular la ecuación que las relacionan:

$$F=5 + 0,10T$$

Para calcular la factura mensual correspondiente a 45 minutos de llamadas, sustituimos T por 45 minutos en la ecuación. $F = 5 + 0,1 T$.

$$F = 5 + 0,1(45) = \$9,5$$

2.- ¿Cuál es la cuota fija y tarifa por minuto si a una cantidad de 30 minutos es \$ 30,00 y de 15 minutos es de \$ 24,00?

“La ley de la oferta afirma que cuando el precio se incrementa, se incrementa la cantidad ofrecida; por cantidad ofrecida queremos decir la cantidad de algún bien que un individuo o grupos de individuos específico que ofrece a otros durante determinada unidad de tiempo”. (LANDSBURG, 2001).

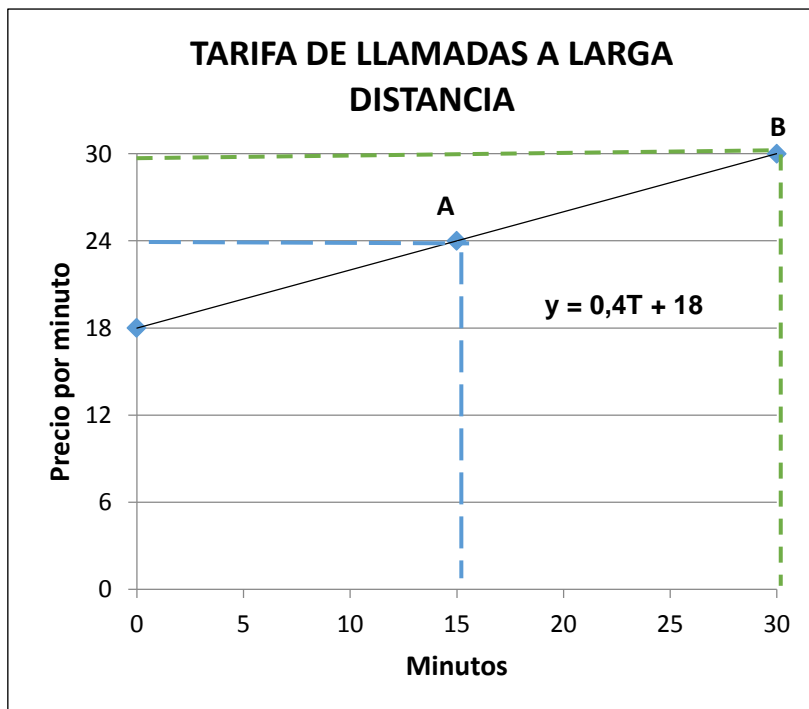


Gráfico N°01.- Determinación de la cuota fija (Autora, 2015)

Análisis: Calculando la pendiente por medio de los puntos A y B, en este caso entre esos dos puntos el precio es de $30 - 24 = 6$ y los minutos es de $30 - 15 = 15$ por lo que la pendiente es igual precio / minutos es decir $6 / 15 = 0,40$ centavos, que en este caso sería la tarifa por minuto en este plan de cuota fija mensual es de \$18,00 .

$$Y = 18 + 0,40T$$

3.- Muestre como varía el plan de facturación si la cuota fija bajara de \$ 4,00 a \$ 2,00 y si bajara de 0,20 a 0,10 centavos.

“Un desplazamiento de la curva de la oferta representa a una variación de la cantidad ofertada para cualquier nivel de los precios” (Varichon, 2009).

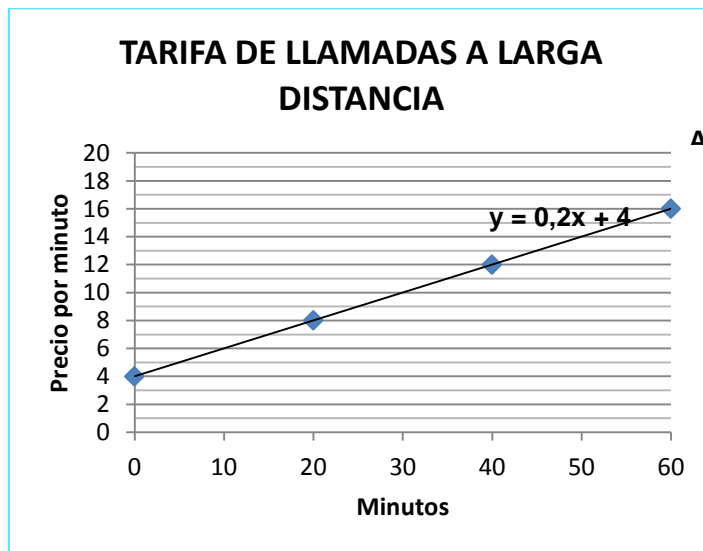


Gráfico N°02.- Plan de facturación cuota fija \$4 (Autora, 2015)

Análisis: Observando este gráfico N°02 nos podemos dar cuenta que la empresa de telefonía claro le conviene esta tarifa de mensual de \$4,00 con una tarifa de minutos 0,20centavos, por el cual tiene un incremento en la cantidad ofertada como igual al precio.

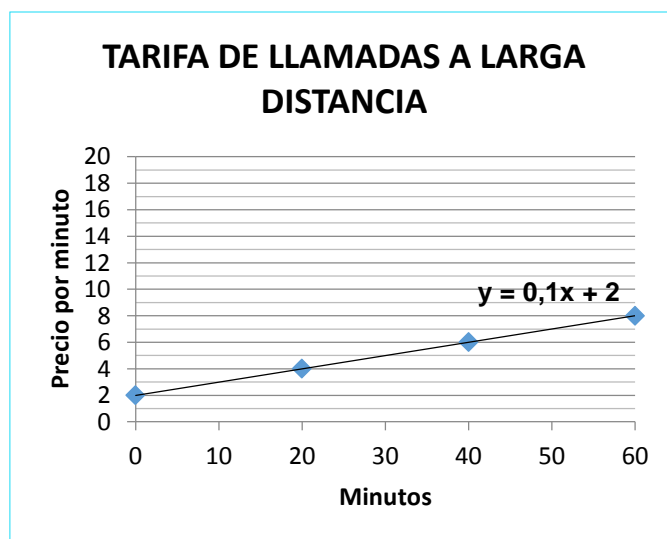


Gráfico N°03.- Plan de facturación cuota fija \$2 (Autora, 2015)

Análisis: Analizando el siguiente gráfico lo que podemos apreciar que la empresa claro tiene como tarifa mensual \$2,00 y una tarifa de minutos de 0.10 centavos, no es tan favorable por lo que el precio de tarifas es menor a relación con el gráfico anterior, el cual solo tuviera un crecimiento menor con relación al anterior.

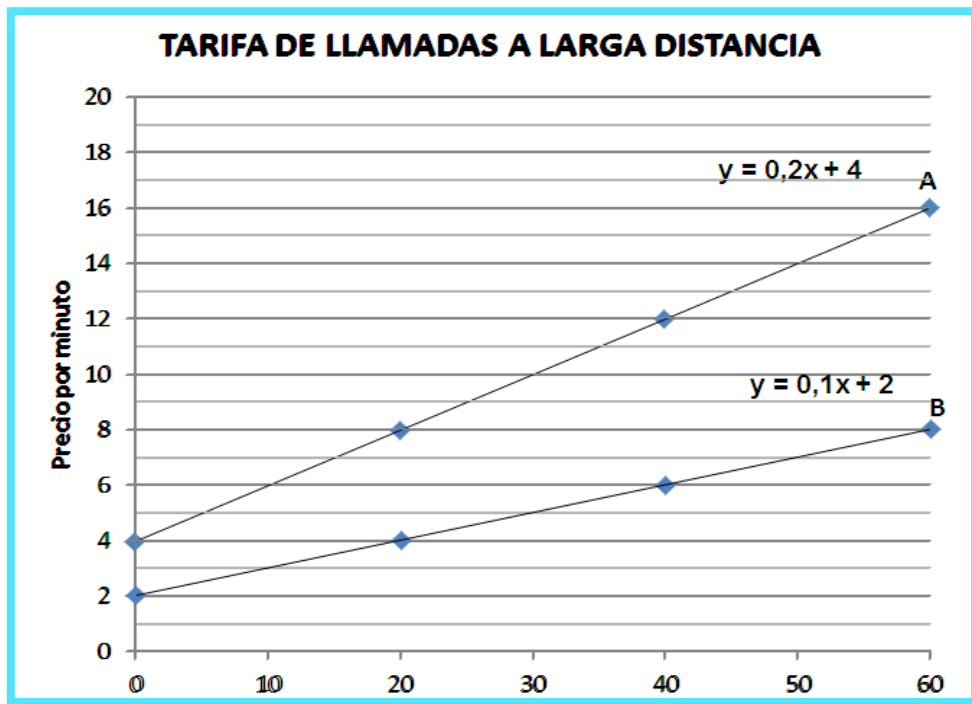


Gráfico N° 04.- Plan de facturación (Autora, 2015)

Análisis: Comparando las dos curvas de la oferta nos podemos dar cuenta que la más beneficiosa para la empresa es la de tarifa mensual \$4,00 y la tarifa por minuto 0,20 centavos, por el cual tendrá un crecimiento adecuado. En cambio la tarifa mensual de \$2,00 y la tarifa por minuto de 0.10 centavos no están beneficio por que tendremos un desarrollo menor que el anterior es decir que captaríamos precios favorables para la evolución de la telefonía, por lo tanto como empresa debemos quedarnos con la tarifa de $Y = 4 + 0.20T$.

CONCLUSION

La empresa de telefonía claro para incursionar al mercado hace estratégicamente un estudio de mercado, por lo que estudia cuáles son sus competidores y que ventajas debe tener para poder tener la aceptación de los clientes para ello utiliza estrategias favorables como tener un buen servicio que tenga una buena calidad. Es este trabajo la telefonía claro plantea unos precios de tarifa mensual y tarifa por minutos por lo tanto proyecta un valor de tarifas para establecer cuál sería la más beneficiosa para el crecimiento de la misma lo que ha logrado posesionarse en el mercado, si nos podemos dar que la cuota fija mensual es de \$ 4,00y en el plan de tarifas aumenta con 0,20 centavos, es el más favorable a diferencia de los \$2,00 y 0,10 centavos por minuto por si nos damos cuenta la tarifa de 4 dólares hace que la cantidad ofertada aumenta en cambio el de 2 dólares hace que disminuya la cantidad ofrecida y eso como empresa no nos convendría porque no tuviéramos un evolución favorable y los cuales en los resultados mostrados en el informe revela cuales son los valores representativos que la telefonía debe proyectar para las tarifas fijas mensuales y para las tarifas de minutos, lo que cual va tener una gran acogida por los clientes que utilizan los planes tarifarios para realizar llamadas a larga distancia.

SECCION DE REFERENCIAS

- Angles, C. (2012). Plan estratégico para el sector de telefonía fija en el Peru. Retrieved from http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4607/ANGLES_ECHEANDIA_GODOY_SOLANO_TELEFONIA_FIJA.pdf?sequence=1

- Armas, K. M. L. De, & Amado, & C. A. (2014). Error @ web.a.ebscohost.com. Retrieved from <http://web.a.ebscohost.com/bsi/viewarticle?data=dGJyMPPp44rp2/dV0+njjsfk5le46bRMta2xUbKk63nn5Kx68d++UK2rrUqup7I4t7CvS7iotDi/w6SM8Nfsi9/Z8oHt5Od8u6O2SrW/tlC1r64+6tfsf7vb7D7i2Lt68t6kjN/du1nMnN+Gu6e3SLWrtU2unOSH8OPfjLvm4n7E6+qE0tv2jAAA&hid=4212>

- LANDSBURG, S. E. (2001). TEORIA DE LOS PRECIOS CON APLICACIONES. Retrieved from [http://www.fce.austral.edu.ar/aplic/webSIA/webSIA2004.nsf/6905fd7e3ce10eca03256e0b0056c5b9/78677631d620ed2a03257cf500719c46/\\$FILE/Landsburg_Cap1.pdf](http://www.fce.austral.edu.ar/aplic/webSIA/webSIA2004.nsf/6905fd7e3ce10eca03256e0b0056c5b9/78677631d620ed2a03257cf500719c46/$FILE/Landsburg_Cap1.pdf)

- Monge, E. C. (2010). Url @ Www.Google.Com.Ec. Retrieved from http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0CCYQFjAD&url=http://medicinauniversitaria.uanl.mx/49/pdf/9_b_iologia.pdf&ei=f1vFU9_PF--_sQTi0YGoBg&usg=AFQjCNGVyHL5gsInmz2VX0w5INvW9k-AjQ&bvm=bv.70810081,d.cW

- Porter, M. (2008). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. Retrieved from <http://books.google.de/books?hl=de&lr=&id=H9ReAijCK8cC&oi=fnd&pg=PR15&dq=Porter,+M.E.+1985.+Competitive+Advantage.+New+York,+NY:+The+Free+Press.&ots=p81BOKbX8G&sig=EL82FV6WB5IU14tp9ELkXdqHVnl>

- Reverón, G. A. A. (2013). Scielo @ Www.Scielo.Org.Mx. *Revista IUS*. Retrieved from http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342010000400005

- Rodriguez, J. A. P. (2013). INTRODUCCION AL ESTUDIO DE LA TEORIA DE LA DEMANDA DELA OFERTA Y DEL MERCADO. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Segovia, Sanches, E. (2009). 751 @ repositorio.uasb.edu.ec. Retrieved from <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/751>

- Torero, M. (2000). *Logros y retos en el sector telecomunicaciones: Un balance a seis años de la privatización en el bienestar de los consumidores urbanos de*

telefonía fija. Lima: GRADE, documento de trabajo. Retrieved from <http://cies.org.pe/files/active/0/PM9927.pdf>

- Varichon, A. (2009). Books @ Books.Google.Es. *Colores: Historia de Su Significado Y Fabricación*. Retrieved from <https://books.google.es/books?id=krRzPgAACAAJ&dq=colores+historia+de+su+significado+y+fabricacion+anne+varichon&hl=es&sa=X&ei=LbknVcyQK6bY7AaF2oG4DA&ved=0CCAQ6AEwAA>

- Barberá, R. (2002). *Practica de Microeconomia Interna*. Madrid: ESIC.

- Guerrien, B. (2008). *Microeconomia*. Paris: MAIA.

- Mir, M. C. (2008). *Introduccion a la Microeconomia*. Madrid, Bogota, Mexico: Medica Panamericana.

- Obando, J. R. (2000). *Elementos de la Microeconomia*. Costa Rica: Euned.

- Paul Krugman, M. L. (2008). *FUNDAMENTOS DE ECONOMIA*. Mexico: Reverte.

- Viejo, T. F. (2013). *Prácticas y conceptos básicos de microeconomía*. Madrid: Esic.

- Vives, X. (2001). *Precios y Oligopolio*. España: Antoni Bosch.

List of sources

Document [Empresa Claro \(terminado\).docx \(D15768474\)](#)
 Submitted 2015-10-20 09:16 (-05:00)
 Submitted by hbejarano@utmachala.edu.ec
 Receiver hbejarano.ytmac@analysis.ukund.com
 Message [urkund ximena Show full message](#)

0% of this approx. 7 pages long document consists of text present in 8 sources.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
 UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS
 EMPRESARIALES CARRERA DE ECONOMÍA
 MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL
 "ESTUDIO DEL DESPLAZAMIENTO DE LA
 OFERTA EN LAS TARIFAS MENSUALES DE
 LLAMADAS A LARGA DISTANCIA DE LA
 EMPRESA CLARO" EXAMEN DE GRADO DE
 CARÁCTER COMPLEJO PARA LA
 OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA
 MENCION EN GESTIÓN EMPRESARIAL
 AUTORA: XIMENA ELIZABETH CUENCA
 SAAVEDRA C.I. 0705835041 TUTOR
 ACADÉMICO: ECON. HOLGER FABRIZIO
 BEJARANO COPO MACHALA, OCTUBRE
 2015 "ESTUDIO DEL DESPLAZAMIENTO DE
 LA OFERTA EN LAS TARIFAS MENSUALES DE
 LLAMADAS A LARGA DISTANCIA DE LA
 EMPRESA CLARO" Autora Ximena Elizabeth
 Cuenca Saavedra C.I: 0705835041
 Ximelinda_90@hotmail.com Tutor
 Académico Econ. Holger Fabrízio Bejarano
 Copo C.I. 0703311373

hbejarano@utmachala.edu.ec Machala,
 Octubre 2015 FRONTISPICIO "ESTUDIO DEL
 DESPLAZAMIENTO DE LA OFERTA EN LAS
 TARIFAS MENSUALES DE LLAMADAS A
 LARGA DISTANCIA DE LA EMPRESA
 TELEFONIA CLARO" Autora: Ximena
 Elizabeth Cuenca Saavedra Tutor
 Académico: Econ. Holger Bejarano Copo
 RESUMEN Determinar la oferta de la tarifa
 de telefonía que aplica la empresa claro a
 cada uno en sus planes tarifarios, el cual se
 tomó como referencia el libro de
 microeconomía de 3 edición de Ben S.