

**UNIVERSIDAD AUTONOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMIA**

“DEMANDA DE KOLESTON EN LA CIUDAD DE TARIJA”

Por:

CARMIÑA VANIA BALDERRAMA PONCE

Tesis, presentada a consideración de la “UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Economía.

**ABRIL 2014
TARIJA – BOLIVIA**

VºBº

.....
Lic. Alberto Tomas Gordillo Fernandez
PROFESOR GUIA

..... Lic. Carlos Cabrera Iñiguez DECANO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANACIERAS Lic. Ronald Delgado Barrera VICEDECANO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
--	---

APROBADA POR:

TRIBUNAL:

.....
Lic. José Luis Porcel Marquina

.....
Lic. Carlos Rodríguez Ortega

El tribunal calificador del presente trabajo de tesis no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas siendo responsabilidad única de la autora.

DEDICATORIA

A mi esposo y mis hijos que son mi mayor tesoro.

AGRADECIMIENTOS

A todos los que me impulsaron y de alguna manera aportaron para que pudiera culminar mi carrera profesional...Mi Madre.

A todo el personal docente, por las enseñanzas impartidas durante los años de estudio y el apoyo que siempre me brindaron. ¡Gracias!

CONTENIDO

Advertencia	
Dedicatorias	
Agradecimientos	
Resumen	
	Página
1. Introducción	1
2. Planteamiento del Problema.....	1
3. Justificación del Tema.....	2
4. Objetivos	2
4.1 Objetivo General	2
4.2 Objetivo Específico.....	3
5. Hipótesis.....	3

CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

1.1 Demanda	4
1.1.1 Preferencias de la Demanda.....	4
1.1.1.1 Curvas de Indiferencia	4
1.1.1.1.1 Tiene Pendiente Negativa	4
1.1.1.1.2 No puede Intersectarse	5
1.1.1.1.3 Cobertura de las Curvas de Indiferencia	5
1.1.1.1.4 Convexidad y Concavidad	5
1.2. Óptimo del Consumidor.....	6
1.3. Determinantes de la Demanda	7
1.4. Elasticidad Precio.....	9
1.5 Relación Consumo Ingreso	14
1.6 Estructura de Mercado	15

CAPÍTULO II

MÉTODOLOGÍA

2.1 Método	17
2.1.1 Método Científico	17
2.1.2 Tipo de Investigación.....	17
2.1.2.1 Investigación Exploratoria	17
2.1.2.2 Investigación Descriptiva.....	18
2.1.3 Técnica Estadística.....	18
2.1.3.1 Recolección de la Información de Fuente Secundaria	18
2.1.3.2 Recolección de la Información de Fuente Primaria	18
2.1.3.3 Objetivo de la Encuesta.....	19
2.1.3.4 Definición de la Población	19
2.2. Encuesta Piloto.....	19
2.2.1 Diseño de la Muestra.....	20
2.2.2 Determinación del Tamaño de la Muestra	20
2.2.3 Estratificación de la Zona en Estudio.....	21
2.2.4 Cálculo del Tamaño de Muestra	21
2.2.5 Determinación de la Muestra	23
2.2.6 Cálculo de Tamaño de Muestra para cada Estrato	24
2.3 Datos	24
2.3.1 Definición de las Variables	24
2.3.1.1 Variable Dependiente.....	25
2.3.1.2 Variable Independiente	25

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1 Introducción	26
3.1.1 Aspectos Generales de la Ciudad de Tarija.....	26
3.1.1.1 Ubicación Geográfica de la Ciudad	27
3.1.1.2 Uso del Suelo	29

	Página
3.1.1.3 Descripción Fisiográfica	29
3.1.1.4 Aspectos Socioeconómico Área Urbana.....	30
3.1.1.5 Actividades Económicas	31
3.1.1.6 Desarrollo Social.....	33
3.2 Demanda de Kolestón en la Ciudad de Tarija.....	38
3.2.1 Sistema de comercialización	39
3.2.2 Lugar donde Generalmente Compran Los Tintes	40
3.3. Características de la demanda	41
3.3.1. Preferencias Tinte.....	41
3.3.2. Determinantes de la Demanda	42
3.3.3. Causas que Afectan la Disminución de la Demanda	43
3.3.4. Preferencia por Origen del Producto.....	44
3.3.5. Calificación de los consumidores de Kolestón en Tarija	45
3.4 Relación de Variables con la Demanda de Kolestón	46
3.4.1. Relación del Consumo de Kolestón con respecto a la edad.....	46
3.4.2. Relación del consumo con respecto al Ingreso	47
3.4.3. Relación de Consumo con el Nivel de Instrucción Kit Kolestón.....	49
3.4.4 Relación de Consumo con el Nivel de Instrucción Single.....	49
3.4.5 Relación del Consumo y Precio	50
3.5. Satisfacción que genera el Uso de Kolestón	51
3.6. La Demanda de Tintes	53
3.6.1 Los Precios y la competencia de Kolestón en el Mercado de la Ciudad de Tarija.....	54

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones	56
4.2 Recomendaciones.....	58
BIBLIOGRAFÍA	59

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 1 Encuesta Piloto por Distritos	19
Cuadro N° 2 Ingreso Bruto (En Bs)	20
Cuadro N° 3 Población Ciudad Capital de Tarija Según Sexo	21
Cuadro N° 4 Tamaño de Muestra por Estratos (Barrios).....	24
Cuadro N° 5 Tasa Media de Crecimiento Anual de la Población.....	31
Cuadro N° 6 Actividades Económicas en la Ciudad de Tarija	32
Cuadro N° 7 Ciudad de Tarija: Número de Matriculados	33
Cuadro N° 8 Número de Viviendas según Departamento 2001 y 2012	35
Cuadro N° 9 Lugar Donde Generalmente Compran “Los Tintes”	40
Cuadro N° 10 Preferencia del Consumidor por tipo de tinte y sexo.....	41
Cuadro N° 11 Determinantes que Impulsan La Demanda.....	42
Cuadro N° 12 Razones por las cuales dejarían de consumir.....	43
Cuadro N° 13 Elección del Producto Según Origen	44
Cuadro N° 14 Calificación de los Productos de Belleza “Wella”	45
Cuadro N° 15 Kit Koleston.....	47
Cuadro N° 16 Relación de Consumidores con el Ingreso.....	48
Cuadro N° 17 Consumo en relación con el nivel de Instrucción Kit Koleston	49
Cuadro N° 18 Consumo en relación con el nivel de Instrucción Single.....	50
Cuadro N° 19 Satisfacción que genera el uso de Koleston en el Desempeño Profesional y Personal.....	52
Cuadro N° 20 Grado de Preferencia en uso de tintes.....	53
Cuadro N° 21 Razones por las que no consumen tintes	53
Cuadro N° 22 Demanda Actual Según Tipo de Tintes	54
Cuadro N° 23 Precio en el Mercado de Tinte y Cantidad Mensual.....	55

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico N° 1 Pendiente Negativa	4
Gráfico N° 2 Convexidad y Concavidad	6
Gráfico N° 3 Óptimo del Consumidor	7
Gráfico N° 4 Ruta de Expansión del Ingreso	16
Gráfico N° 5 Lugar de Compra por nivel de Importancia.....	40
Gráfico N° 6 Tipos de tintes que utiliza	41
Gráfico N° 7 Determinantes de la Demanda	42
Gráfico N° 8 Razones que impulsan al Comprador a dejar de consumir	44
Gráfico N° 9 Elección por los tintes extranjeros y nacionales	45
Gráfico N° 10 Calificación de los productos de Belleza	46
Gráfico N° 11 Relación de Consumo Mes y la Edad	47
Gráfico N° 12 Relación de Consumidores con el Ingreso.....	48
Gráfico N° 13 Relación Precio Consumo Kolestón	50
Gráfico N° 14 Relación Precio Consumo Single	51
Gráfico N° 15 Nivel Beneficio Kolestón.....	52