

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMÍA**



**“PRINCIPALES DETERMINANTES DE LA DEMANDA DE VINO TINTO
COMÚN KOHLBERG EN LA CIUDAD DE TARIJA, PERIODO PRIMER
SEMESTRE GESTIÓN 2021”**

Por:

ALEXANDER PACO VARGAS

Trabajo de Tesis de grado presentado a consideración de la "UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO", como requisito para optar el Grado académico de Licenciatura en Economía.

Gestión 2021

TARIJA – BOLIVIA

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado especialmente a mis queridos padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; este logro se los debo a ellos, que me formaron con reglas y con algunas libertades, pero al final de cuentas, me motivaron constantemente para alcanzar una de mis metas. A todas las personas que me ayudaron y apoyaron con mi Tesis. También a los que me dijeron que no me dé por vencido y siga adelante.

ÍNDICE

Contenido	Pág.
1 INTRODUCCIÓN	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2 JUSTIFICACIÓN	4
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	5
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
1.4 HIPÓTESIS	6
2 MARCO TEÓRICO	7
2.1 MERCADO.....	7
2.1.1 Clasificación de los mercados	7
2.2 LEY DE LA DEMANDA.....	8
2.3 DEMANDA	8
2.3.1 La curva de la demanda.....	9
2.4 DETERMINANTES DE LA CURVA DE DEMANDA.....	10
2.4.1 El Precio	11
2.4.2 Ingreso del consumidor	11
2.4.3 Población.....	12
2.4.4 Las preferencias del consumidor	13
2.4.5 Precios de los Bienes Relacionados	13
2.4.6 Expectativas de los consumidores con relación a los precios y a la renta.....	14
2.5 CAMBIOS DE LA DEMANDA Y CANTIDAD DEMANDADA	14
2.6 CONSUMO.....	18
2.7 LA CURVA DE LA DEMANDA QUEBRADA	20
2.8 VARIACIONES DE LA RENTA: EFECTOS SOBRE LA DECISIÓN DEL CONSUMIDOR.....	22
3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	27

3.3	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	27
3.3.1	MÉTODO CIENTÍFICO.....	27
3.3.2	MÉTODO DEDUCTIVO.....	27
3.4	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	28
3.4.1	ALCANCE TEMPORAL.....	28
3.4.2	ALCANCE ESPACIAL	28
3.5	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	28
3.5.1	POBLACIÓN	28
3.5.2	MUESTRA.....	28
3.6	MÉTODO Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	31
3.6.1	MÉTODO ESTADÍSTICO	31
3.6.2	DATOS OBTENIDOS DE FUENTES PRIMARIAS	31
3.6.3	DATOS OBTENIDOS DE FUENTES SECUNDARIAS	31
3.7	DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES A SER ESTUDIADAS	32
3.8	DESCRIPCIÓN DEL LEVANTAMIENTO DE DATOS.....	34
3.9	TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS.....	34
4	ANÁLISIS DE RESULTADOS	35
4.1	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA CIUDAD DE TARIJA.....	35
4.1.1	GEOGRAFÍA	36
4.1.2	CLIMA	38
4.1.3	ECONOMÍA	39
4.1.4	INSTRUMENTOS TÍPICOS	40
4.1.5	COMIDAS TÍPICAS	40
4.1.6	FIESTAS TRADICIONALES	42
4.1.7	UNIVERSIDADES Y INSTITUTOS TÉCNICOS TECNOLÓGICOS	42
4.1.8	ADMINISTRACIÓN	43
4.1.9	ORDENANZA MUNICIPAL 067/2011.-REGLAMENTO DE OTB´S PARA LA CIUDAD DE TARIJA Y LA PROVINCIA CERCADO	43
4.1.10	DISTRITOS URBANOS Y RURALES DEL MUNICIPIO DE TARIJA	45
4.2	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS ENCUESTADOS	49
4.2.1	JEFE DE FAMILIA	49
4.2.2	GÉNERO.....	50
4.2.3	EDAD.....	50

4.2.4	CATEGORÍA OCUPACIONAL DEL JEFE DE FAMILIA	51
4.2.5	TAMAÑO FAMILIAR	52
4.2.6	FAMILIAS SEGÚN INGRESO	53
4.2.7	CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	56
4.2.8	CONSUMO DE VINO.....	58
4.3	DETERMINACIÓN DE LOS PRINCIPALES DETERMINANTES DE LA DEMANDA DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG EN LA CIUDAD DE TARIJA.	62
4.3.1	DEMANDA DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG EN LA CIUDAD DE TARIJA.....	62
4.3.2	PRECIO DEL VINO TINTO COMÚN KOHLBERG EN LA CIUDAD DE TARIJA. 63	63
4.3.3	DEMANDA DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG EN LA CIUDAD DE TARIJA SEGÚN NIVEL DE INGRESO DE LOS CONSUMIDORES	64
4.3.4	DEMANDA DE LOS BIENES RELACIONADOS A LA DEMANDA DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG	65
4.4	CONDUCTA DE LOS CONSUMIDORES DE LA CIUDAD DE TARIJA ANTE LA VARIACIÓN DE LOS DISTINTOS DETERMINANTES DE LA DEMANDA DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG.....	68
4.4.1	VARIACIÓN EN EL PRECIO DEL VINO TINTO COMÚN KOHLBERG....	68
4.4.2	VARIACIÓN EN LOS INGRESOS DE LOS CONSUMIDORES	69
4.4.3	ANTE GUSTOS Y PREFERENCIAS	72
4.4.4	VARIACIÓN EN LOS PRECIOS DE LOS BIENES SUSTITUTOS Y DE LOS BIENES COMPLEMENTARIOS	74
4.4.5	EXPECTATIVAS DE LOS CONSUMIDORES DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG.....	77
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
5.1	CONCLUSIONES	78
5.2	RECOMENDACIONES	80

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1. ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO	42
TABLA N° 2. FAMILIAS SEGÚN NÚMERO DE INTEGRANTES	44
TABLA N° 3. FAMILIAS SEGÚN NÚMERO DE MIEMBROS CONSUMIDORES DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS.....	48
TABLA N° 4. ENCUESTADOS SEGÚN CONSUMO DE TIPO DE BEBIDA ALCOHÓLICA	49
TABLA N° 5. PREFERENCIA DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN TIPO DE VINO TINTO	51
TABLA N° 6. PREFERENCIA DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN MARCA DE VINO TINTO ...	51
TABLA N° 7. FAMILIAS SEGÚN NÚMERO DE MIEMBROS CONSUMIDORES DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG	53
TABLA N° 8. ENCUESTADOS SEGÚN CANTIDAD DE BOTELLAS CONSUMIDAS DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG POR MES.....	54
TABLA N° 9. ENCUESTADOS SEGÚN PRECIO DEL VINO TINTO COMÚN KOHLBERG	55
TABLA N° 10. CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN INGRESO PROMEDIO FAMILIAR	56
TABLA N° 11. CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG EN LOS ENCUESTADOS SEGÚN INGRESO PROMEDIO FAMILIAR	57
TABLA N° 12. ENCUESTADOS SEGÚN CONSUMO DE PLATOS TRADICIONALES COMPLEMENTARIOS AL VINO TINTO COMÚN KOHLBERG.....	58
TABLA N° 13. ENCUESTADOS SEGÚN PRECIO DEL PRODUCTO SUSTITUTO AL VINO TINTO COMÚN KOHLBERG	59
TABLA N° 14. CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG CUANDO INCREMENTA EL INGRESO	61
TABLA N° 15. EFECTO EN EL CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG CUANDO DISMINUYE EL INGRESO.	63
TABLA N° 16. ENCUESTADOS SEGÚN LUGAR DE COMPRA DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG	64
TABLA N° 17. EFECTO EN EL CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG CUANDO DISMINUYE EL PRECIO DEL PRODUCTO SUSTITUTO.....	67
TABLA N° 18. EFECTO EN EL CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG CUANDO DISMINUYE EL PRECIO DE LAS BEBIDAS COMPLEMENTARIAS	68
TABLA N° 19. EFECTO EN EL CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG CUANDO DISMINUYE EL PRECIO DEL PLATO TRADICIONAL	69
TABLA N° 20. EFECTO EN EL CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG CUANDO EXISTE UNA PROMOCIÓN	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1. CURVA TÍPICA DE DEMANDA	10
GRÁFICO N° 2. LA DEMANDA Y LA CANTIDAD DEMANDADA	15
GRÁFICO N° 3. CURVA DE DEMANDA QUEBRADA.....	20
GRÁFICO N° 4. CURVA DE DEMANDA QUEBRADA.....	21
GRÁFICO N° 5. JEFE DE FAMILIA SEGÚN LOS ENCUESTADOS POR PARENTESCO DE CONSANGUINIDAD	41
GRÁFICO N° 6. ENCUESTADOS SEGÚN EDAD	42
GRÁFICO N° 7. OCUPACIÓN DEL JEFE DE FAMILIA	43
GRÁFICO N° 8. FAMILIAS SEGÚN NÚMERO DE INTEGRANTES MAYORES DE 18 AÑOS .45	
GRÁFICO N° 9. FAMILIAS SEGÚN NÚMERO DE INTEGRANTES QUE CONTRIBUYEN AL INGRESO FAMILIAR.....	46
GRÁFICO N° 10. FAMILIAS SEGÚN INGRESO PROMEDIO FAMILIAR AL MES	47
GRÁFICO N° 11. ENCUESTADOS SEGÚN CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS	48
GRÁFICO N° 12. CONSUMO DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN TIPO DE VINO	50
GRÁFICO N° 13. ENCUESTADOS SEGÚN CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG	53
GRÁFICO N° 14. ENCUESTADOS SEGÚN FRECUENCIA DE CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG	54
GRÁFICO N° 15. ENCUESTADOS SEGÚN CONSUMO DE BEBIDAS COMPLEMENTARIAS AL VINO TINTO COMÚN KOHLBERG	57
GRÁFICO N° 16. ENCUESTADOS SEGÚN TIPO DE VINO SUSTITUTO	59
GRÁFICO N° 17. EFECTO EN EL CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG CUANDO INCREMENTA EL PRECIO	60
GRÁFICO N° 18. EFECTO EN EL CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG CUANDO DISMINUYE EL PRECIO	61
GRÁFICO N° 19. EFECTO EN EL CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG CUANDO INCREMENTA EL INGRESO.	62
GRÁFICO N° 20. PREFERENCIA DE COMPRA DEL VINO TINTO COMÚN KOHLBERG CUANDO DISMINUYE EL INGRESO SEGÚN LOS ENCUESTADOS.....	62
GRÁFICO N° 21. ENCUESTADOS SEGÚN FACTOR DE PREFERENCIA DE CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG	64
GRÁFICO N° 22. CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG SEGÚN EVENTO FESTIVO	65
GRÁFICO N° 23. EFECTO EN EL CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG CUANDO INCREMENTA EL PRECIO DEL PRODUCTO SUSTITUTO.....	66
GRÁFICO N° 24. EFECTO EN EL CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG CUANDO INCREMENTA EL PRECIO DE LAS BEBIDAS COMPLEMENTARIAS	67
GRÁFICO N° 25. EFECTO EN EL CONSUMO DE VINO TINTO COMÚN KOHLBERG CUANDO INCREMENTA EL PRECIO DEL PLATO TRADICIONAL	68