

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

CARRERA DE ECONOMÍA



**“PRINCIPALES DETERMINANTES DE LA DEMANDA DE QUESO EN LA
CIUDAD DE TARIJA, GESTIÓN 2019”**

Por:

ALEJANDRA AQUINO GASPAR

Trabajo de Investigación de Taller de Grado II presentado a consideración de la
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para
optar por el Grado Académico de Licenciatura en ECONOMÍA.

TARIJA – BOLIVIA

GESTIÓN 2019

El Tribunal Calificador de la presente Tesis, no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el mismo, siendo estas de responsabilidad del autor.

DEDICATORIA

A mi familia, quienes han estado siempre a mi lado brindándome su apoyo incondicional en cada una de las etapas de mi vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida y por los padres que me dio, quienes nunca han dejado de creer en mí, por los triunfos y los momentos difíciles, que me han enseñado a valorarlos cada día más y a nuestros docentes tutores quienes fueron de gran apoyo.

PENSAMIENTO

“En todos los asuntos humanos hay esfuerzos, y hay resultados, y la fortaleza del esfuerzo es la medida del resultado”

James Allende

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

PENSAMIENTO

RESUMEN

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	4
1.3. OBJETIVOS.....	5
1.3.1. Objetivo General.....	5
1.3.2. Objetivos Específicos	5
1.4. PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS 6	
1.4.1. Variables	6
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1. ESTUDIO DE MERCADO.....	7
2.2. MERCADO.....	8
2.3. CLASES DE MERCADO.....	10
2.4. MERCADO META.....	11
2.5. OFERTA.....	12
2.6. DEMANDA.....	13
2.7. DEMANDA POTENCIAL.....	14
2.8. CURVA DE DEMANDA.....	15
2.9. CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA.....	15
2.10. ELASTICIDAD DE LA DEMANDA.....	16
2.11. CONSUMO.....	16
2.12. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	17
2.13. PRECIO.....	17
2.14. FIJAR EL PRECIO DE UN PRODUCTO.....	17
2.15. INGRESO.....	18

2.16. TEORIA DE LA PRODUCCIÓN	19
2.17. PROCESO DE PRODUCCIÓN	19
2.18. COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO	20
2.19. AGENTES DE MERCADEO	21
2.20. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	22
2.21. PRODUCTO	22
2.22. QUESO	22
2.23. HISTORIA DEL QUESO	24
2.24. VALOR NUTRICIONAL DEL QUESO	25
2.25. CLASIFICACIÓN DE LOS QUESOS SEGÚN SU PROCESO DE ELABORACIÓN	26
2.26. PRODUCCIÓN DE QUESO	27
3. METODOLOGÍA	30
3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.1.1. Enfoque de investigación	30
3.1.2. Tipo de investigación	30
3.1.3. Método de investigación	30
3.1.4. Método deductivo	31
3.1.5. Método inductivo	31
3.1.6. Método estadístico	31
4. RESULTADOS	36
4.1.1. Situación económica de Bolivia y Tarija	36
4.1.2. Identificación del producto en estudio y características de la demanda potencial	37
4.2.1. Número de viviendas en la ciudad de Tarija	38
4.2.2. Tamaño promedio de las familias en la ciudad de Tarija	39
4.2.3. Situación del empleo en la ciudad de Tarija	40
4.3.1. Consumo de queso en la ciudad de Tarija	41
4.3.2. Integrantes de las familias con mayor consumo de queso	42
4.3.3. Aspectos importantes que consideran las familias de la ciudad de Tarija al momento de comprar queso	43
4.3.4. Queso de preferencia en las familias en la ciudad de Tarija	44
4.3.5. Lugar donde las familias frecuentemente compran queso	45
4.3.6. Precio que paga una familia al adquirir un kilogramo de queso	46

4.3.7. Meses del año con mayor frecuencia de consumo de queso en la ciudad de Tarija.....	47
4.3.8. Frecuencia y cantidad de queso que consumen las familias de la ciudad de Tarija	48
4.4.1. Ingreso familiar mensual.....	49
4.4.2. Si el ingreso mensual de su familia incrementa, ¿incrementaría el consumo de este producto en su familia?.....	50
4.4.3. Si el precio del producto baja el consumo de queso incrementa	51
4.4.4. Determinantes de la demanda que influyen al momento de comprar queso	52
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	53
5.1. CONCLUSIONES	53
5.2. RECOMENDACIONES	55