

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS  
CARRERA DE ECONOMIA**



**“FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA DE VINO TINTO ARANJUEZ  
TERRUÑO EN LA CIUDAD DE TARIJA”**

**PERIODO 2023**

**POR:**

**UNIV. GALEAN GIRA DANIELA CINDY**

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

**GESTIÓN 2023**

**TARIJA – BOLIVIA**

## INDICE

INTRODUCCION.....	8
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
2 JUSTIFICACIÓN.....	12
3 OBJETIVOS.....	13
3.1 OBJETIVO GENERAL .....	13
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	13
4 HIPÓTESIS.....	14
5 DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES .....	14
5.1 VARIABLE DEPENDIENTE .....	14
5.2 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	14
6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	15
6.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN .....	15
6.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
6.2.1 ALCANCE TEMPORAL.....	16
6.2.2 ALCANCE ESPACIAL.....	16
6.3 MÉTODO.....	17
6.3.1 MÉTODO INDUCTIVO.....	17
6.3.2 MÉTODO DEDUCTIVO.....	17
6.3.3 MÉTODO ANALÍTICO.....	18

6.3.4	<i>MÉTODO ESTADÍSTICO</i> .....	18
6.3.5	<i>MÉTODO CIENTÍFICO</i> .....	19
CAPÍTULO II.....		20
MARCO TEÓRICO .....		20
2	MARCO TEÓRICO .....	21
2.1	DEFINICIÓN DE DEMANDA.....	21
2.2	FUNCIÓN DE DEMANDA.....	21
2.3	LA CURVA DE LA DEMANDA .....	22
<b>2.3.1</b>	<b>DETERMINANTES DE LA CURVA DE LA DEMANDA</b> .....	<b>23</b>
2.4	PRECIO DEL BIEN EN CUESTIÓN.....	24
2.4.1	<i>PRECIO DE LOS BIENES RELACIONADOS</i> .....	24
2.4.2	<i>BIENES SUSTITUTIVOS PERFECTOS</i> .....	25
2.4.3	<i>BIENES COMPLEMENTARIOS PERFECTOS</i> .....	25
2.5	LA RENTA DISPONIBLE.....	25
2.6	LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR .....	26
2.7	LAS EXPECTATIVAS .....	26
2.8	POBLACIÓN .....	26
2.9	INGRESO Y SU RELACIÓN CON LA DEMANDA .....	26
2.9.1	<i>PREFERENCIAS Y SU RELACIÓN CON LA DEMANDA</i> .....	27
2.9.2	<i>CAMBIOS EN LA CURVA DE DEMANDA</i> .....	27
<b>2.10</b>	<b>POBLACIÓN Y SU RELACIÓN CON LA DEMANDA</b> .....	<b>27</b>
2.11	CARACTERÍSTICAS DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA .....	28

I.	LA CURVA DE DEMANDA DEL INDIVIDUO .....	28
II.	CURVAS DE DEMANDA DEL MERCADO .....	28
2.12	LA DUALIDAD EN LA TEORÍA DEL CONSUMIDOR.....	29
2.13	LA MAXIMIZACIÓN DE LA UTILIDAD .....	30
2.14	DE LA DEMANDA INDIVIDUAL A LA DEMANDA DEL MERCADO .....	30
2.15	DESPLAZAMIENTO DE LA DEMANDA .....	30
2.16	TASA MARGINAL DE SUSTITUCIÓN .....	31
2.16.1	<i>LA RELACIÓN MARGINAL DE SUSTITUCIÓN</i> .....	31
2.17	“LA DEMANDA DE MERCADO DE UN PRODUCTO” .....	32
2.18	VARIACIONES DE LA RENTA .....	33
2.19	VARIACIONES DEL PRECIO DE UN BIEN .....	33
2.20	LA CURVA INGRESO-CONSUMO Y LA CURVA ENGEL .....	34
2.21	EL EFECTO-RENTA Y EL EFECTO-SUSTITUCIÓN .....	34
2.22	DEFINICIÓN DE UN BIEN .....	35
2.22.1	<i>BIEN NORMAL</i> .....	35
2.22.2	<i>PRECIO</i> .....	35
2.22.3	<i>EQUILIBRIO DEL CONSUMIDOR</i> .....	35
2.23	DERIVACIÓN DE LA CURVA DE DEMANDA DE UN INDIVIDUO .....	36
2.24	EL EFECTO DE SUSTITUCIÓN Y EL EFECTO DE INGRESO.....	36
2.25	MERCADO.....	37
2.26	CLASIFICACIÓN DE LOS MERCADOS.....	37
	CAPÍTULO III .....	38

METODOLOGÍA PARA LA RECOPIACION DE INFORMACION.....	38
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	39
3.1.2 DATOS.....	39
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	39
3.2.1 POBLACIÓN.....	39
3.2.2 MUESTRA.....	39
3.3 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA .....	40
3.3.1 TIPOS DE MUESTRA.....	40
3.3.2 MUESTRAS PROBABILÍSTICAS .....	40
3.4 MÉTODOS DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA.....	40
3.4.1 Muestreo Aleatorio Simple.....	40
3.4.2 Muestreo Estratificado .....	40
3.5 POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE TARIJA SEGÚN DISTRITOS Y BARRIOS.....	42
3.6 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	44
3.7 MUESTREO ALEATORIO SIMPLE .....	44
3.8 ASIGNACIÓN PROPORCIONAL.....	45
3.9 MÉTODO Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	46
3.9.1 LEVANTAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	46
3.9.2 MÉTODO ESTADÍSTICO .....	46
3.9.3 DATOS OBTENIDOS DE FUENTES PRIMARIAS .....	47
3.9.4 DATOS OBTENIDOS DE FUENTES SECUNDARIAS .....	47
3.9.5 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	47
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>48</b>

ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	49
4.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA POBLACIÓN .....	49
4.1.1 <i>Distribución de la población según Edad</i> .....	49
4.1.2 <i>Distribución de la población según género</i> .....	50
4.1.3 <i>Distribución de la población según nivel de educación</i> .....	51
4.1.4 <i>Categoría ocupacional de la población</i> .....	52
<b>4.1.5 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN INGRESO</b> .....	<b>53</b>
4.2 CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA DE VINO .....	54
4.2.1 <i>Consumo de vino</i> .....	54
4.2.2 <i>Frecuencia con la que se consume el vino</i> .....	55
4.2.3 <i>Ocasiones en las cuales consume vino</i> .....	56
4.2.4 <i>Tipo de vino que se consume mas</i> .....	57
4.2.5 <i>Marcas de vino tinto que prefieren</i> .....	57
4.2.6 <i>Bienes complementarios</i> .....	58
4.2.7 <i>Productos sustitutos del vino</i> .....	59
4.2.8 <i>Demanda de vino según tipo de vino tinto</i> .....	60
4.2.9 <i>Razones que influyen a la hora de comprar vino</i> .....	61
4.2.10 <i>Gustos en la demanda del vino tinto</i> .....	62
4.3 ¿AH TENIDO LA EXPERIENCIA DE PROBAR VINO TINTO ARANJUEZ TERRUÑO? .....	63
4.3.1 <i>¿Cuánto califica la experiencia de probar vino tinto Aranjuez terruño?</i> .....	63
4.3.2 <i>Cantidad de vino tinto Aranjuez terruño que consume al mes</i> .....	64
4.3.3 <i>Preferencia de vino tinto Aranjuez terruño según genero de sexo</i> .....	65

4.3.4	<i>Preferencia de vino tinto Aranjuez terruño según edad.....</i>	66
4.3.5	<i>Preferencia de vino tinto Aranjuez terruño según nivel de educación.....</i>	66
4.3.6	<i>Preferencia de vino tinto Aranjuez terruño según categoría de ocupación.....</i>	67
4.3.7	<i>Preferencia de vino tinto Aranjuez terruño según nivel de ingreso .....</i>	68
4.3.8	<i>Gustos y preferencias por las cuales prefieren el vino tinto Aranjuez terruño .....</i>	68
4.3.9	<i>¿Recomendaría el vino tinto Aranjuez terruño? .....</i>	69
4.3.10	<i>Precio por el cual se paga por una botella de vino tinto Aranjuez Terruño .....</i>	70
4.3.11	<i>Como considera el precio del vino tinto Aranjuez terruño .....</i>	71
4.3.12	<i>Lugar de donde compra el vino tinto Aranjuez terruño .....</i>	71
4.3.13	<i>Se encuentra satisfecho con la calidad del vino tinto terruño Aranjuez.....</i>	72
5.1	<b>FACTORES RELACIONADOS AL CONSUMO DE VINO TINTO ARANJUEZ</b>	
	<b>TERRUÑO .....</b>	73
5.1.1	<i>Relación entre ingreso mensual y la demanda de vino tinto Aranjuez terruño .....</i>	73
5.1.2	<i>Relación entre precio y la demanda de vino tinto Aranjuez terruño .....</i>	75
5.1.3	<i>Relación entre la edad y la demanda de vino tinto Aranjuez terruño.....</i>	76
5.1.4	<i>Relación de categoría ocupacional y demanda de vino Aranjuez .....</i>	77
5.1.5	<i>Relación entre el nivel Educativo y la demanda de vino tinto Aranjuez Terruño..</i>	79
5.1.6	<i>Relación entre el género de sexo y la demanda de vino tinto Aranjuez Terruño ...</i>	80
5.1.7	<i>Relación entre los gustos, preferencias y la demanda de vino tinto Aranjuez</i>	
	<i>Terruño</i>	81
	<b>CONCLUSION .....</b>	83
	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	86
	<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	87