

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



**“FACTORES QUE DETERMINAN EL CONSUMO DE VINO
TINTO COMÚN EN LA CIUDAD DE TARIJA PERIODO 2022”**

POR:

WILLIAM JOAQUIN CAVERO NUÑEZ

Trabajo de investigación de la materia de Taller de Grado II, presentado a consideración de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho, como requisito para optar el grado académico de Licenciado en Economía.

Tarija – Bolivia

2023

Vo. Bo.

M.Sc. Lic. José Berdeja Taboada

**DIR. DEPTOS. ADM. CONJUNTA TEORIA ECONOMICA, ECONOMIA
APLICADA Y ESTADISTICA**

M. Sc Lic. Paul Bejarano Carrasco

DECANO DE FCE Y F.

M. Sc. Victor Vaca Jerez

VICEDECANO DE FCE Y F.

APROBADO POR:

M.Sc. Lic. Tomas Gordillo Fernández

PROFESOR GUIA

Lic. Lorenzo Rosso Caisiri

TRIBUNAL

M.Sc. Lic. Issac De La Cruz Gómez

TRIBUNAL

El Tribunal Calificador del presente trabajo de grado no se solidariza ni responsabiliza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el mismo siendo esta responsabilidad del autor.

DEDICATORIA

El presente trabajo de especialidad se la dedico a mi familia, que gracias a su apoyo incondicional pude concluir esta etapa en mi vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser el pilar fundamental en mi vida.

A mis docentes por todo el tiempo y esfuerzo invertido en mi formación.

INDICE

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	xiii
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Planteamiento del Problema.....	2
1.2. Formulación del Problema.....	3
1.3. Objetivos.....	3
1.3.1. Objetivo General.....	3
1.3.2. Objetivos Específicos.....	3
1.4. Localización.....	4
1.5. Justificación.....	4
1.6. Hipótesis.....	4
1.7. Variables.....	4
1.7.1. Variable Dependiente.....	5
1.7.2. Variables Independientes.....	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO.....	6
2.1 El consumo.....	6
2.1.1 Tipos de consumo.....	6
2.1.2 Características del consumo.....	6

2.1.3.	Evolución del consumo.	7
2.2	La Demanda.....	7
2.3	Curva de la Demanda	8
2.3.1	Determinantes de la Curva de la Demanda	9
2.2.1.1.	Ingresos y su Relación con la Demanda.....	9
2.2.1.2.	Precio y su Relación con la Demanda	10
2.2.1.3.	Población y su Relación con la Demanda	10
2.2.1.4.	Ingresos y su Relación con la Demanda.....	10
2.2.1.5.	Gustos y Preferencias	11
2.2.1.6.	Precios del bien en cuestión.....	11
2.2.1.7.	El precio de los bienes relacionados.....	12
2.2.1.8.	Renta disponible	12
2.2.1.9.	Desplazamientos y movimientos de la curva de demanda	13
2.4	Mercados	13
2.4.1	Competencia Perfecta.....	14
2.5	Factores sociales.....	15
2.6	Factores económicos.....	15
CAPÍTULO III		16
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		16
3.1.	Población y muestra	17
3.1.1	Población	17
3.1.2.	Muestra	17
3.2.	Métodos de la Investigación.....	21

3.2.2.	Método Deductivo	21
3.2.3.	Método Inductivo	21
3.2.4.	Método Analítico.....	21
3.2.5.	Método Estadístico	21
3.1.1.	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	22
CAPÍTULO IV		17
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....		17
4.1.	Características generales de la población en estudio de Tarija	23
4.1.1.	La provincia de Cercado.....	23
4.2.	Características e Historia de las Tierras Del Valle Central	25
4.3.	Producción De Uva Del Departamento	25
4.4.	Ruta Del Vino.....	27
4.5.	Contrabando, Como afecta a la Producción Vitivinícola del Departamento	28
4.6.	CENAVIT	29
4.7.	Fiestas Tradicionales	29
4.8.	Factores del consumo de vino tinto según encuestas	33
4.8.1.	Distribución de la población según consumo de vino tinto.....	34
4.8.2	Motivos por los cuales no consumen vino tinto común	35
4.8.3	Distribución de los consumidores según edad	37
4.8.4	Consumidores según genero.....	38
4.8.5	Consumidores según número de miembros por familia.....	39
4.8.6	Consumidores según estado civil.	40
4.8.7	Distribución de los consumidores por nivel de educación	41

4.8.8	Consumidores según ocupación	42
4.8.9	Consumidores según consumo de bienes sustitutos	43
4.8.10	Consumidores según el bien con que complementan el consumo de vino. ..	44
4.8.11	Consumidores según marca de vino tinto común consumen	45
4.8.12	Consumidores según motivo por el cual consumen una marca de vino.....	46
4.8.13	Consumidores según nivel de ingresos	47
4.8.14	Consumidores según precio que pagan por cada botella de vino.....	48
4.8.15	Consumidores según gasto en vino tinto común por mes	49
4.8.16	Consumidores según frecuencia de consumo de vino.....	50
4.8.17	Consumidores según cantidad de botellas consumidas a lo largo del mes. ..	51
4.8.18	Genero de consumidores según cantidad de botellas de vino consumidas en un mes con el género de los consumidores.....	52
4.8.19	Edad del consumidor según cantidad de botellas de vino consumidas en un mes	53
4.8.20	Cantidad de botellas consumidas en un mes según estado civil de los consumidores.....	54
4.8.21	Número de miembros en la familia del consumidor según la cantidad de botellas de vino consumida en un mes.....	55
4.8.22	Cantidad de botellas consumidas en un mes según nivel de educación de los consumidores.....	56
4.8.23	Cantidad de botellas de vino consumidas según ocupación de los consumidores	57
4.8.24	Cantidad de botellas consumidas en un mes según nivel de ingresos de los consumidores.....	58

4.8.25	Cantidad de botellas de vino consumidas en un mes según precio promedio individual de cada botella.....	59
4.8.26	Cantidad de botellas de vino consumidas en un mes en relación a la marca elegida por parte de los consumidores.....	60
4.8.27	Análisis de Medidas de Tendencia Central y Medidas de Dispersión	61
4.8.28	Tablas resumen	64
4.9	Conclusiones de tablas y graficas.....	65
CAPÍTULO V.....		66
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		66
5.1.	Conclusiones	67
5.2.	Recomendaciones	67
Bibliografía.....		58
Anexos		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	20
Tabla 2	35
Tabla 3	37
Tabla 4	38
Tabla 5	44
Tabla 6	47
Tabla 7	48
Tabla 8	52
Tabla 9	53
Tabla 10	54
Tabla 11	55
Tabla 12	56
Tabla 13	57
Tabla 14	58
Tabla 15	59
Tabla 16	60
Tabla 17	61
Tabla 18	62
Tabla 19	63
Tabla 20	64

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	34
Gráfico 2.....	36
Gráfico 3.....	39
Gráfico 4.....	40
Gráfico 5.....	41
Gráfico 6.....	42
Gráfico 7.....	43
Gráfico 8.....	45
Gráfico 9.....	46
Gráfico 10.....	49
Gráfico 11.....	50
Gráfico 12.....	51