



Universidad Católica Andrés Bello
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Comunicaciones Publicitarias
Trabajo Especial de Grado

**Investigación de mercado para identificar los atributos que debe tener
un nuevo juguete didáctico infantil**

Tesistas:

GIL Galué, Andrea Milagros,

SALAZAR Gil, Jemilly

Tutor:

EZENARRO, Jorge

Caracas, 06 de septiembre de 2010

Formato G:

Planilla de evaluación

Fecha: _____

Escuela de Comunicación Social

Universidad Católica Andrés Bello

En nuestro carácter de Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado:

dejamos constancia de que una vez revisado y sometido éste a presentación y evaluación, se le otorga la siguiente calificación:

Calificación Final: En números _____ En letras: _____

Observaciones _____

Nombre:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

Firma:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

“A nuestros padres”

AGRADECIMIENTOS

A Jorge Ezenarro por las conversaciones de pasillos, por su dedicación y por habernos guiado en este camino.

Andrea y Jemilly

A ti Andrea, por tu compañía, sabiduría y amistad, por haber estado al lado desde el inicio hasta el final de nuestro recorrido universitario.

Jemilly Salazar

A Jemilly – Ñeñe- por haber sido mi compañera y amiga durante estos cinco años.

Andrea M. Gil

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTOS	ii
INDICE GENERAL	iii
INDICE DE TABLAS Y ANEXOS.....	v
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. EL PROBLEMA.....	3
III. MARCO CONCEPTUAL	6
3.3.1 Tipos de variables para segmentar mercados.....	8
3.3.1.1 Variables demográficas.....	8
3.3.1.2 Variables socioeconómicas.....	8
3.3.1.3 Variables psicográficas	8
3.3.2 Condiciones para una segmentación eficaz.....	9
3.5.1 Comportamiento de compra	10
3.5.2 Involucramiento	11
3.7.1 Publicidad	12
3.7.1.1 Comunicación boca a boca	12
3.7.2 Precio	13
3.8.1 Implicación del Género	13
3.8.1.1 Cómo influye el género en el juego	13
3.8.2 Niñez intermedia. Edad escolar primaria	14
3.8.2.1. Modelo Octogonal a lo largo del ciclo vital.....	18
3.8.3 Enfoque del procesamiento de información: Memoria y otras habilidades para el procesamiento.....	20
3.8.3.1 Procesos y capacidades básicas.....	20
3.8.3.2 Metamemoria: comprensión de la memoria.....	21
3.8.3.3 Mnemotecnia: estrategias para recordar	21
3.8.3.4 Atención selectiva	21
3.8.3.5 Procesamiento de la información y tareas piagetianas.....	22
3.8.3.6 Vocabulario, gramática y sintaxis	22
3.8.3.7 Pragmática.....	22
3.8.3.8 Lectoescritura.....	23
IV. MARCO REFERENCIAL	24
4.3.1 Juguete educativo	27
4.3.1.1 Juguete didáctico	28
V. MÉTODO	29
5.3.1 Definición conceptual.....	30
5.3.2 Definición operacional	31
5.4.1 Encuesta a padres	34

5.4.2 Entrevista a padres.....	38
5.4.3 Focus Group	38
5.5.1 Unidad de análisis	42
5.5.2 Población	42
5.6.1 Tipo de muestreo.....	43
5.6.2 Muestra.....	43
5.6.3 Tamaño muestral.....	44
5.7.2 Ajustes al instrumento	45
VI. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	51
6.1.1 Encuestas.....	51
6.1.2 Porcentajes y frecuencias para cada categoría de respuesta de cada pregunta.....	57
6.1.3 Cruce de Sexo con todas las variables.....	59
6.1.4 Cruce de Edad con todas las variables.....	60
6.1.4.1 Cruce con variables nominales.....	60
6.1.4.2 Cruce con variables escalares	65
6.1.3 Cruce de variables escalares con variables escalares	65
6.1.4 Cruce de variables nominales con variables escalares.....	66
6.1.5 Análisis estadísticos escalares	87
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	114
BIBLIOGRAFÍA.....	120

ÍNDICE DE TABLAS Y ANEXOS

Índice de tablas

Tabla 1. Definiciones de las ocho áreas del modelo MOIDI.....	18
Tabla 2. Operacionalización de variables.....	31
Tabla 3. Entrevistas sujetos: 1, 2, 3 y 4	88
Tabla 4. Entrevistas sujetos: 5, 6, 7 y 8	93
Tabla 5. <i>Focus Group</i> niñas Colegio Emil Friedman	97
Tabla 6. <i>Focus Group</i> niños Colegio Emil Friedman.....	99
Tabla 7. <i>Focus Group</i> niñas Colegio Los Arrayanes.....	101
Tabla 8. <i>Focus Group</i> niños Colegio Los Arrayanes.....	103

Índice de anexos

Anexo 1. <i>Actividad de dibujos realizados en los Focus Group</i>	122
--------------------------------------------------------------------------	-----

I. INTRODUCCIÓN

Para Jiménez, Dinello y Alvarado (2004), los juegos representan el centro del aprendizaje de todo niño, ya que es a través de ellos y los juguetes, que los niños pueden desarrollar de una manera atractiva, para ellos, la generación de habilidades y conocimientos básicos para su formación integral. Los juguetes que tienen ésta característica como fin último son conocidos como juguetes educativos y dentro de ellos encontramos específicamente a los juguetes didácticos, sobre los cuales va dirigida la investigación.

El presente trabajo se realizó bajo la modalidad *Estudio de mercado*, definida por el Manual del Tesista de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello. Concretamente este estudio busca concluir con la identificación de los atributos que debe tener un nuevo juguete didáctico para niños de seis años y seis meses a siete años y siete meses de edad.

Esta investigación de mercado, como modelo de aproximación, que lo que busca es delimitar las características del target y las particularidades de los productos, está basada en los padres o representantes, y niños y niñas de primer grado, de los colegios Emil Friedman y Los Arrayanes, del Este del Área Metropolitana de Caracas, de los estratos socioeconómicos B y C.

Para el cumplimiento de los objetivos planteados en la investigación, se realizaron encuestas y entrevistas a los padres y representantes de la muestra expuesta anteriormente y *focus group* con los niños y niñas de primer grado de los colegios mencionados. Con los tres instrumentos fue posible conocer las actitudes, percepciones, preferencias y costumbres del público objetivo en cuanto a los juguetes infantiles, tanto educativos como aquellos utilizados para simple diversión. Así como el comportamiento de compra de los padres y representantes, es decir, el proceso por el cual suelen canalizar las peticiones que los niños les hacen sobre los juguetes que desean.

Ésta investigación presenta un marco conceptual en el que se expone la terminología básica para el entendimiento del trabajo especial de grado, principalmente para el conocimiento de las características de los niños de la edad en estudio. Así como un marco contextual en el que se puede conseguir toda la información necesaria sobre los juegos y juguetes, que son la vía natural de los aprendizajes de los niños.

II. EL PROBLEMA

2.1 Descripción de la situación del Problema

Basados en la premisa de que los niños representan en una sociedad su futuro, se establece que es de suma importancia ofrecerles para su formación y crecimiento los mejores productos que representen importantes herramientas de desarrollo en cada fase de su vida infantil.

Esta investigación busca conocer, a través de un estudio de mercado, cuáles son los atributos, que tanto los padres como los niños de los colegios Emil Friedman y Los Arrayanes, del Este del Área Metropolitana de Caracas, de los estratos socioeconómicos B y C, valoran en un juguete infantil. Para así, posteriormente, determinar el potencial de venta de un nuevo juguete.

Es importante resaltar que la investigación de mercado es un modelo de aproximación y lo que busca es delimitar las características del target y las particularidades de los productos.

Para el desarrollo de esta investigación se estudió cuáles son las actitudes, percepciones, costumbres y preferencias del público objetivo sobre el producto en cuestión. Así como cuáles son los factores de compra de los padres. De esta manera se pudo establecer de una forma objetiva las exigencias que debe cumplir un nuevo juguete para su éxito en el mercado actual.

2.2 Objetivo General

Identificar los atributos que debe tener un nuevo juguete educativo para niños y niñas, entre seis años y seis meses a siete años y seis meses de edad, de los estratos socioeconómicos B y C, en los colegios Emil Friedman y Los Arrayanes, del sector Este del área Metropolitana de Caracas.

2.3 Objetivos Específicos

1. Estudiar el segmento del mercado objetivo.
2. Determinar las percepciones del público objetivo sobre los juguetes.
3. Estudiar el comportamiento de compra del público objetivo.

2.4 Justificación de la investigación

La calidad de las decisiones de mercadeo depende, en gran medida, de la información disponible para la persona que toma las decisiones (Márquez, 1992), por ello al momento de pensar en la posibilidad de introducir en el mercado un nuevo producto es importante hacer un estudio que englobe todos los factores que pueden influir en la aceptación o rechazo del mismo.

La investigación busca identificar los atributos que debe tener un nuevo juguete infantil –para darles a los consumidores un producto de calidad que satisfaga sus deseos- a través del conocimiento de las preferencias, costumbres, percepciones y actitudes del público objetivo.

Para ello se debe hacer una investigación exhaustiva tanto de los compradores –se refiere a los padres quienes tienen el poder de compra- como de los consumidores –los niños, quienes disfrutarán del juguete- basada en encuestas, entrevistas y *focus group*.

2.5 Delimitación de la investigación

El proyecto se llevó a cabo en la zona Este del Área Metropolitana de Caracas-Venezuela, debido a limitantes de transporte y de tiempo para investigar en otras ciudades del país. En el período transcurrido entre octubre 2009 y junio 2010.

La muestra del estudio fueron niños entre seis años y seis meses a siete años y seis meses de edad, y sus padres o representantes, aproximadamente de 26 a 70 años, de clases socioeconómicas B y C.

A lo largo del proyecto se investigó las actitudes, percepciones, costumbres y preferencias del público objetivo sobre los juguetes infantiles, con la finalidad de identificar cuáles son los atributos que debe tener un nuevo juguete didáctico en el mercado actual.

III. MARCO CONCEPTUAL

3.1 Mercado

Kotler y Armstrong definen mercado como:

Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio. El tamaño del mercado depende del número de personas que comparten la misma necesidad, que disponen de recursos necesarios que ofrecer a cambio y que están dispuestas a entregar dichos recursos para obtener lo que desean. (Kotler y Armstrong, 2006, p. 10).

Para Santesmases (1996) el mercado es un conjunto de personas, individuales u organizadas, que necesitan o desean un producto o servicio determinado y que tienen la capacidad económica y legal para comprarlo.

A su vez, Stanton lo explica como “personas con necesidades por satisfacer, dinero que gastar y la voluntad de gastarlo” (Stanton, 1982, p.78). Por otro lado, Wells y Burnett delimitan el mercado como el “área del país, grupo de personas o la demanda, a nivel general, del producto” (Wells y Burnett, 1996, p.106).

3.2 Investigación de mercado

La investigación de mercado es “la recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia. Comienza con la definición del problema y termina con un informe y recomendaciones de acción” (Lehmann, 1994, p.3).

Para Wells y Burnett (1996), también es una investigación de todos los elementos de la combinación de mercadotecnia. No obstante, los autores agregan: “se utiliza para identificar las necesidades del consumidor, desarrollar productos nuevos, evaluar los niveles de precios, evaluar los métodos de distribución y probar la efectividad de las diversas estrategias de promoción”. (Wells y Burnett, 1996, p. 242).

Según la Asociación Americana de Mercadotecnia la investigación de mercados es:

La función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el experto en mercadotecnia, a través de la información: información utilizada para identificar y definir oportunidades y problemas de mercadotecnia; generar, depurar y evaluar las acciones de mercadotecnia; verificar el desempeño de la misma, y mejorar la comprensión del concepto de mercadotecnia como un proceso. (Asociación Americana de Mercadotecnia, 1987; cp. Lehmann, 1994, p.3).

Por otra parte, añade que la investigación de mercados especifica la información necesaria para afrontar dichos problemas; diseña el método específico para recopilar información; maneja e implementa el proceso de compilación de datos; analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus implicaciones (Lehmann, 1994).

3.3 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado divide a los consumidores potenciales de un producto en particular en diversos submercados o segmentos, cada uno de los cuales tiende a compartir una o más características significativas. (Wells y Burnett, 1996). Kotler y Armstrong lo definen de la misma manera: “división del mercado en grupos individuales con necesidades, características, y comportamientos comunes

(...) que podrían requerir productos o combinaciones de marketing específicas”. (Kotler y Armstrong, 2006, p.249).

Santesmases define la segmentación como:

Proceso de división del mercadeo en subgrupos homogéneos con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa (Santesmases, 1996, p.212).

Stanton reafirma los conceptos expuestos anteriormente a través de su definición de segmentación de mercado “es el proceso de tomar el mercado total, heterogéneo para un producto, y dividirlo en varios submercados o segmentos, cada uno de los cuales es homogéneo en todos sus aspectos”. (Stanton, 1982, p.79).

3.3.1 Tipos de variables para segmentar mercados

3.3.1.1 Variables demográficas

Son aquellas que agrupan “elementos de descripción objetiva acerca de los individuos y de las familias; incluyen edad, ingresos, número de miembros en la familia y estado del empleo”. (Assael, 1999, p.616).

3.3.1.2 Variables socioeconómicas

Son aquellas que “se relacionan a la situación económica de la persona o familia entrevistada”. (Lehmann, 1944, p.144).

3.3.1.3 Variables psicográficas

Son las “características psicológicas del consumidor que se pueden cuantificar. Dichas características están representadas por dos clases de variables: estilo de vida y personalidad”. (Assael, 1999, p.616).

3.3.2 Condiciones para una segmentación eficaz

Kotler y Armstrong (2006) definen cinco requisitos que deben tener los segmentos para que éstos resulten eficaces:

- **Mesurables:** el tamaño, el poder adquisitivo y los perfiles de los segmentos deben poder medirse.
- **Accesibles:** se debe poder acceder y atender de forma efectiva a los segmentos.
- **Sustanciales:** los segmentos de mercado deben ser lo suficientemente grandes o rentables como para atenderlos.
- **Diferenciables:** los segmentos se deben poder distinguir conceptualmente, y deben responder de forma diferente a distintos elementos del marketing mix y de programas de marketing.
- **Accionables:** se deben poder diseñar programas efectivos para atraer y atender a los distintos segmentos.

3.4 Público objetivo

Toda investigación de mercado se basa en la recopilación de información necesaria para el desarrollo de nuevos productos que satisfagan las necesidades del consumidor. Con base en esta premisa se puede establecer que el público objetivo es uno de los elementos principales de toda investigación de mercado.

Es un “conjunto de compradores con necesidades o características comunes al que la empresa decide atender”. (Kotler y Armstrong, 2006, p.746). Para Kleppner, la audiencia es el grupo que compone los prospectos presentes y potenciales para un producto o servicio (Kleppner, 2005, p.739).

3.5 Conducta del consumidor

Se define como “las actividades relacionadas de manera directa con la obtención, consumo y eliminación de productos y servicios, entre ellas los procesos de decisión proceden y siguen a estas acciones” (O’ Guinn, Allen y Semenik, 1999, p.119).

Según Santesmases el comportamiento del consumidor “se refiere al conjunto de actividades que lleva a cabo una persona o una organización desde que tiene una necesidad hasta el momento que efectúa la compra y usa, posteriormente, el producto” (Santesmases, 1996, p.246). El autor añade que el estudio de este comportamiento también contiene el análisis de todos los factores que influyen en las acciones que se realizan.

Para razón de la investigación, las actividades que conllevan al consumo de un juguete están repartidas entre el niño y los padres o representantes del mismo. Entonces en el análisis de los factores que influyen en el proceso y llevan a la acción y el consumo final, serán estudiados desde ambas partes: cuando es el padre el que impulsa la compra y la lleva a cabo para su uso en el niño, y cuando es el niño quien impulsa la compra a través del padre, para su consumo final.

3.5.1 Comportamiento de compra

Para Lambim (2003) desde el punto de vista del marketing, el comportamiento de compra abarca todas las actividades que preceden, acompañan o siguen a las decisiones de compra. El individuo u organización participa de forma activa en la toma de decisiones para elegir opciones de forma sistemática y no aleatoriamente. El comportamiento de compra es un proceso de solución de problemas.

Igualmente, Kotler y Armstrong (2006) definen el comportamiento de compra como aquel que realizan los individuos y hogares que adquieren bienes y servicios para su consumo personal.

Por otra parte, Assael (1999) define el comportamiento de compra de una manera más extensa: la tipología de decisiones de compra del consumidor presenta dos dimensiones: (1) la extensión de la decisión que se toma y (2) el grado de involucramiento en la compra. La primera representa una serie continua de decisiones que se toman hasta formar un hábito. Los consumidores pueden decidir con base en un proceso cognoscitivo (de pensamiento) de búsqueda y evaluación de información sobre las opciones de marca.

La segunda dimensión describe una serie continua desde compras con alto nivel de involucramiento hasta las de bajo nivel de involucramiento.

De igual manera, Wells distingue la toma de decisiones como un proceso de poca o mucha participación. (1) Proceso de decisión con mucha participación: decisiones que requieren un proceso de participación en la compra con búsqueda de información y comparación de producto. (2) Proceso de decisión con poca participación: decisiones que implican una deliberación inmediata; inclusive algunas veces las compras se hacen por impulso. (Wells y Burnett, 1996).

3.5.2 Involucramiento

“Es el grado de pertinencia percibido y la importancia personal que acompaña a la elección de ciertos productos o servicios dentro de un contexto particular.” (O’Guinn, Allen y Semenik, 2007, p.179). Por su parte, Assael define éste involucramiento situacional como el “compromiso temporal con el producto, el cual se suscita sólo en situaciones específicas, como ocurren cuando es necesario tomar una decisión.” (Assael, 1999, p. 622).

3.6 Calidad

En el libro *Marketing*, de Kotler y Armstrong, se define calidad como la “capacidad del producto para desarrollar sus funciones, que incluye la duración, su precisión, la facilidad de utilización y reparación del mismo, y otros atributos de gran importancia.” (Kotler y Armstrong, 2006, p.738).

COVENIN (Norma venezolana sobre seguridad de los juguetes), en su primera parte (propiedades mecánicas y físicas), especifica los métodos y requisitos de ensayo que se deben realizar para determinar los estándares de calidad de los juguetes destinados a los niños menores de 14 años.

Dichos requisitos varían en función de la edad del niño y del juguete en sí. Estas exigencias se fundamentan en los riesgos que pueda presentar el objeto y en las capacidades mentales y/o físicas que se espera tenga el niño para manipular el juguete. (COVENIN, 2001)

3.7 P's del mercadeo

3.7.1 Publicidad

“Es la comunicación impersonal pagada por un anunciante identificado que usa los medios de comunicación con el fin de persuadir a una audiencia, o influir en ella.” (Wells, Burnett y Moriarty, 1996, p.12). Igualmente, Kotler y Armstrong la definen como “toda comunicación no personal y pagada para la presentación y promoción de ideas, bienes o servicios por cuenta de una empresa identificada.” (Kotler y Armstrong, 2006, p.521).

Por otro lado, O' Guinn, Allen y Semenik, definen publicidad como “un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con el objeto de persuadir.” (O' Guinn, Allen y Semenik, 1999, p. 06).

3.7.1.1 Comunicación boca a boca

Assael define este tipo de publicidad como “comunicación interpersonal entre dos o más individuos, tales como los miembros de un grupo de referencia o un cliente y un vendedor. La gente ejerce influencia de compra a través de dicha comunicación.” (Assael, 1999, p.616). Siguiendo éste concepto, Kotler y Armstrong explican que la influencia boca a boca es “una comunicación personal sobre un producto que tiene lugar entre el público objetivo y sus vecinos, amigos, familiares y colegas.” (Kotler y Armstrong, 2006, p.501).

3.7.2 Precio

Según Kotler y Armstrong el precio es la “cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio... es la suma de todos los valores que los consumidores entregan a cambio de los beneficios que obtienen por poseer o utilizar un producto o servicio.” (Kotler y Armstrong, 2006, p.361).

3.8 Desarrollo de los niños entre seis años y seis meses a siete años y seis meses.

3.8.1 Implicación del Género

Género, es la expresión sexual de la biología sexual, la elección afectiva o ambas, la cual representa una diferenciación en el consumo, hasta el punto en que la diferencia puede representar una cultura de género. (O' Guinn, Allen y Semenik, 1999).

En la medida en que hombres y mujeres son el producto de socializaciones distintas, seguirán siendo diferentes en algunos aspectos. Sin embargo, no existe una lista definitiva de diferencia de géneros en el consumo, ya que la expresión de este, como cualquier otro aspecto de tipo social, depende de la situación y las circunstancias sociales. (O' Guinn, Allen y Semenik, 1999, p.147).

3.8.1.1 Cómo influye el género en el juego

Según Bjorklund y Pellegrini (2002), los niños participan más en juegos físicos que las niñas. Varones y hembras tienen la misma probabilidad de jugar con objetos, sólo que los varones los utilizan de una forma más fuerte (Smith, 2005). Por su parte, las niñas suelen utilizar los objetos para hacer cosas, como rompecabezas y elementos artísticos, mientras que los niños es más probable que los utilicen como armas (Pelligrini y Gustafson, 2005).

Las diferencias del género en el juego tienen más influencia a través del grupo de pares de los niños que la misma biología o los adultos. Como lo expresa Smith: “aunque la biología (hormonas sexuales), identificación de géneros y reforzamiento adulto parecen influir las diferencias de género en el juego, la influencia del grupo pares quizá sea más poderosa.” (Smith, 2005; c.p. Papalia, Wendkos y Duskin, 2009, p. 342).

Los varones prefieren los juegos físicos activos y en exteriores dentro de grandes grupos de diversas edades; las niñas prefieren juegos tranquilos y armoniosos con otra compañera de juego. Los niños juegan de manera espontánea en aceras, calles o lotes baldíos; las niñas eligen actividades más estructuradas y supervisadas por adultos (Benenson, 1993; Bjorklund y Pellegrini, 2002; Fabes, Martin y Hanish, 2003; Serbin, Moller, Gulko, Powlishta y Colburne, 1994; Smith, 2005; c.p. Papalia, Wendkos y Duskin, 2009, p. 342).

Normalmente las niñas intervienen más en juegos dramáticos que los niños. Igualmente, las historias que crean, por lo general, se basan en las relaciones sociales y en los roles domésticos. Por su parte, los varones participan mayormente en juegos que implican roles competitivos y dominantes, como los juegos de batallas. (Papalia, Wendkos y Duskin, 2009). Fabes (2003) afirma que en los grupos mixtos, los juegos de los niños tienden a relacionarse con actividades masculinas.

3.8.2 Niñez intermedia. Edad escolar primaria

En su libro, Papalia (2001) subdivide las características de los niños en esta edad en El Desarrollo físico y cognitivo en la niñez intermedia:

Para Papalia (2001) en el desarrollo motor los niños son cada vez más fuertes, más rápidos y más coordinados. En esta etapa les complace poner a prueba sus cuerpos y aprender nuevas habilidades. Asegura que cerca del 10%

del juego libre corresponde al *juego rudo*, juego vigoroso que incluye luchas, patadas, revolcones, sujeciones y a veces persecuciones.

Asimismo Nunes (2002) asegura que incorporan ahora los conocimientos sistematizados, toman conciencia de sus actos y despiertan a un mundo de interacción con sus semejantes, lo que los lleva a que los ejercicios físicos en función de su desarrollo se transformen pronto en prácticas deportivas, ya que comienzan a tener finalidades por medio de esfuerzos conjuntos.

Nunes establece:

A partir de esta edad, las diversiones, la práctica deportiva, los juegos, sean juegos de construcción, o descubrimientos, o agrupaciones, o comunicación, o musicales, lo mismo que los juguetes, siempre se presentan como forma de interacción social, provistos de reglas. Las reglas tienen como característica el ser convenciones coyunturales nacidas de las necesidades y de las relaciones mutuas. Antes de los 6, 7 años, el niño prefería estar junto con otros niños, pero sin lograr coordinar sus esfuerzos para realizar la tarea en común. A partir de esta edad, se va liberando de su carácter egocéntrico propio de su edad y va aumentando su coeficiente de confianza en sí mismo y en el otro. Va tomando conciencia de la vida social, expandiéndose desde su yo hacia el 'nosotros'. (Nunes, 2002, p.42, comillas en el original).

En cuanto al desarrollo cognitivo de los niños en esta etapa, Nunes (2002) explica:

El niño comienza a pensar inteligentemente, con alguna lógica. Comienza a entender el mundo más objetivamente y a tener conciencia de sus actos,

discerniendo lo verdadero de lo equivocado. En esta fase los juegos se transforman en construcciones adaptadas, que continuamente exigen un trabajo efectivo y participativo en el proceso de aprendizaje que comienza a sistematizar el conocimiento existente. (Nunes, 2002, p. 40).

Y continúa:

A partir de los siete años, aproximadamente, el niño alcanza un nivel neurológico de madurez suficiente que permite al cerebro la coordinación a un mismo tiempo de innumerables dimensiones de los objetos (longitud, forma, altura, espacio, movimiento), lo mismo que percibir, discriminar y relacionar centenares de detalles de orden visual o auditivo y asociarlos y combinarlos, para configurar nuevas estructuras. (Nunes, 2002, p.41).

Para el autor en esta etapa la creatividad para el niño comienza a ser algo intencional y objetivado que funciona como rompimiento de estructuras rígidas. El niño se siente capaz de romper continuamente los esquemas. Y la escuela representa para el niño la esencia de su formación. En esta práctica educativa, los juegos se convierten en actividades serias-trabajo- sin perder por ello la satisfacción y el placer de realizar y buscar tal conocimiento.

En su libro Desarrollo Humano, Papalia (2001) trata el aspecto cognitivo de los niños, fundamentado en la comprensión de:

- Espacio: su capacidad para utilizar los mapas y modelos como para transmitir la información espacial mejoran con la edad (Gauvain, 1993).
- Causalidad: el juicio acerca de la causa y el efecto mejora durante la niñez intermedia.

- **Categorización:** los niños demuestran que comprenden: La *seriación*, su capacidad para organizar los objetos según una dimensión. La *inferencia transitiva*, la comprensión de la relación entre dos objetos conociendo la relación de cada uno de ellos con un tercero. Y la *inclusión de clase*, la comprensión de la relación entre un todo y sus partes. Esta capacidad para categorizar ayuda a los niños a pensar lógicamente. De acuerdo con Piaget los niños en esta etapa de las operaciones concretas utilizan el *razonamiento inductivo*, aquel que avanza desde las observaciones particulares sobre los miembros de una clase a una conclusión general acerca de la misma. El *razonamiento deductivo* que parte de una premisa general respecto a una clase y llega a una conclusión sobre un miembro o miembros particulares de la misma.
- **Conservación:** al solucionar diversos problemas de conservación, los niños en esta etapa pueden elaborar mentalmente sus respuestas; no precisan medir o pesar los objetos. El término de Piaget *desfase horizontal*, incapacidad de un niño para transferir el aprendizaje acerca de un tipo de conservación hacia otro, motivo por el cual el niño domina diferentes tipos de tareas de conservación a distintas edades.
- **Números y matemáticas:** los niños inventan intuitivamente estrategias para sumar, contando con los dedos o utilizando otros objetos. A los seis o siete años, muchos niños pueden contar mentalmente.

León, 2007, define en su libro *Secuencias de Desarrollo Infantil Integral*, el significado del desarrollo infantil integral como:

Desarrollo infantil integral: proceso de cambios evolutivos que acontecen durante la infancia y niñez, producto de la interacción factores orgánicos, ambientales, instruccionales y decisiones personales, que se describen con base en indicadores organizados por el grado de complejidad, formando secuencias que

representan el proceso de adquisición de competencias a categorizar prioritariamente en 8 áreas interrelacionadas: física; motora (gruesa y fina); sexual; cognitiva; afectiva; social; moral y del lenguaje. (León, 2007, p.81).

3.8.2.1. Modelo Octogonal a lo largo del ciclo vital

Según León (2007), el modelo octogonal es una figura geométrica que tiene forma de octógono en la que la persona en desarrollo se encuentra en el centro, e interactúa en forma constante y bidireccional con tres óvalos:

1. A la izquierda el ambiente familiar: contexto que acompaña la individualidad del proceso a lo largo de toda su vida
2. A la derecha el ambiente escolar: surge una novena dimensión, el área académica, que tiene la misión de servir como termómetro que indica el grado en el que los niños están resolviendo adecuadamente sus tareas de desarrollo integral.
3. Ambiente comunitario: el lugar en donde nos corresponde desarrollarnos. El cual da especificidad sociocultural al proceso de desarrollo humano integral.

Igualmente, León, conceptualiza las definiciones de las ocho áreas que se interrelacionan en el modelo del MOIDI (Modelo Octogonal Integrador del Desarrollo Infantil). (León, 2007, p.89).

Tabla 1. Definiciones de las ocho áreas del modelo MOIDI

Área del desarrollo Infantil	Definición Formal León, 2007	Definición Divulgativa Medina y León, 1996 León y Pérez, 2007
Físico: crece y madura	Proceso secuenciado de cambios en el crecimiento y en la maduración, representados mediante parámetros morfológicos	Cambios en las medidas del cuerpo y en la maduración de los aparatos y sistemas del organismo

	y funcionales	
Motor: controla su cuerpo	Proceso de adquisición de destrezas cada vez más complejas en la actividad del cuerpo y de sus movimientos a nivel locomotor, no locomotor (motor grueso) y manipulativo (motor fino)	Cambios que permiten el control del cuerpo y de los movimientos de las partes grandes del cuerpo, como la cabeza, tronco, brazos y piernas (grueso) y las partes pequeñas como las manos y los dedos (fino)
Sexual: reconoce su género	Proceso biopsicosocial que determina la construcción de un modelo representativo y explicativo de la sexualidad humana, cuya expresión cognitiva, emocional y conductual cristaliza en un patrón de conducta sexual	Cambios que se construyen bajo influencia sociocultural que le permite definir un patrón de identificación sexual y un comportamiento responsable como adulto de su sexo
Cognitivo: descubre al mundo que lo rodea	Proceso de cambios en los mecanismos que posibilitan el conocimiento y la adaptación al medio: percibir, atender, discriminar, memorizar, conceptualizar, razonar, resolver problemas y tomar decisiones	Adquisición de competencias que le permiten conocer el mundo que lo rodea y adaptarse a su medio
Afectivo: logra seguridad, autonomía e integridad	Proceso de cambio que permiten definir el sistema del yo; esto es, la integración entre el autoconcepto, el autocontrol y la autoestima	Cambios internos que le permiten establecer relaciones seguras, lograr autonomía, identidad y estabilidad en la vida
Social: interactúa con su entorno	Proceso de adquisición de destrezas que permiten al niño comportarse de conformidad con las expectativas de sus grupos de referencia, valiéndose por sí mismo e interactuando adecuadamente con personas de diferentes edades	Adquisición de competencias que le permiten interactuar con otros niños y adultos y desarrollar la capacidad de autodominio para desenvolverse en su familia, escuela y comunidad
Moral: aprende valores	Proceso de interiorización de normas morales familiares, escolares y socioculturales, que	Construcción de un sistema de valores con base en los modelos que selecciona de sus ambientes,

	después de una elaboración personal, el niño transforma en su sistema de valores	el cual expresa mediante su comportamiento
Lenguaje: disfruta comunicándose con los demás	Proceso de adquisición de un sistema lingüístico que permite al niño comunicarse consigo mismo y con los demás	Adquisición de un sistema que le permite comunicarse desde que nace y comprender a los que le rodean mediante vocalizaciones, gestos, palabras y producciones.

3.8.3 Enfoque del procesamiento de información: Memoria y otras habilidades para el procesamiento

A medida que los niños avanzan a través de los años escolares, progresan constantemente sus capacidades para procesar y retener información. Comprenden mejor cómo funciona la memoria y este conocimiento les permite emplear estrategias o planes deliberados que les ayudan a recordar. Además, a medida que su conocimiento se expande son más conscientes de cuáles clases de información son importantes para prestarles atención y confiarlas a la memoria. (Papalia, Wendkos, y Duskin, 2005, p. 338).

3.8.3.1 Procesos y capacidades básicas

Los teóricos del procesamiento de información consideran que la memoria es un sistema de clasificación que consta de tres pasos o procesos: *codificación* – procesos por el cual la información es preparada para su almacenamiento a largo plazo y posterior recuperación-, *almacenamiento* –retención de los recuerdos para su futuro uso- y *recuperación*-proceso a través del cual se accede o evoca la información almacenada en la memoria-. Los modelos de procesamiento de información representan a la mente a través de tres *depósitos*: *memoria sensorial*, *memoria de trabajo* y *memoria a largo plazo*. La capacidad de la memoria de

trabajo aumenta rápidamente en la niñez intermedia (Cowan, Nugent, Elliott, Ponomarev y Saults, 1999). A los cinco o seis años, los niños generalmente recuerdan sólo dos dígitos, el adolescente normal recuerda seis. (Papalia, Wendkos y Duskin, 2005).

Durante esta etapa mejora el tiempo de reacción y la velocidad de procesamientos de tareas tales como: relacionar imágenes, sumar números mentalmente y evocar información espacial. (Papalia, Wendkos y Duskin, 2005).

3.8.3.2 Metamemoria: comprensión de la memoria

Se refiere a la comprensión de los procesos de la memoria. Entre los 5 y 7 años, los lóbulos frontales del cerebro muestran un importante desarrollo y reorganización, lo que hace posible la metamemoria. (Janowsky y Carper, 1996; c.p. Papalia, Wendkos y Duskin, 2005).

3.8.3.3 Mnemotecnia: estrategias para recordar

Son técnicas que ayudan a la memoria, la más común de éstas tanto en niños como en adultos es el uso de *ayudas externas para la memoria*. Otras son *el ensayo* –para conservar un elemento en la memoria de trabajo a través de la repetición consciente-, *la organización*-clasificar el material que va a ser recordado- y *la elaboración*-realizar asociaciones mentales que incluyen los elementos que deben ser recordados-. A medida que se hacen mayores, los niños desarrollan mejores estrategias ya que aprenden a utilizarlas más eficazmente. (Papalia, Wendkos y Duskin, 2005).

3.8.3.4 Atención selectiva

Los niños en esta etapa pueden concentrarse durante mayor tiempo, enfocarse en la información que necesitan y descartar la irrelevante. Se cree que esta creciente capacidad para controlar la intrusión de los pensamientos y asociaciones se debe a la maduración neurológica. (Papalia, Wendkos y Duskin, 2005).

3.8.3.5 Procesamiento de la información y tareas piagetianas

Las mejoras en la memoria pueden contribuir al dominio de las tareas de conservación. La memoria de trabajo de los niños menores se encuentra tan limitada que aunque sean capaces de dominar el concepto de la conservación, es posible que no sean capaces de recordar toda la información relevante. (Siegler y Richards, 1982; c.p.Papalia, Wendkos y Duskin, 2005).

3.8.3.6 Vocabulario, gramática y sintaxis

A medida que el vocabulario se amplía durante los años escolares, los niños emplean cada vez verbos más precisos para describir una acción. Aprenden no sólo a utilizar un número mucho mayor de palabras sino a seleccionar el término adecuado para cada uso particular. Hasta los 9 años de edad y posiblemente después, la comprensión de los niños sobre las reglas de sintaxis (organización de las palabras en frases y oraciones) se torna más sofisticada. (Papalia, Wendkos y Duskin, 2005).

3.8.3.7 Pragmática

Durante los años escolares, la mayoría de los niños dominan las reglas básicas de la forma y el significado, asimismo son más capaces de considerar el punto de vista de otra persona y de participar en el intercambio social. (Papalia, Wendkos y Duskin, 2005).

Asimismo, son muy conscientes del poder y la autoridad de los adultos, suelen dirigirse a sus progenitores de forma diferente así como a otros adultos, planteando más exigencias y participando en una conversación menos extendida.

Los autores afirman que cuando relatan historias, generalmente no las inventan, es más probable que narren una experiencia personal. La mayoría pueden repetir la trama de un libro, película o programa de televisión cortos. Comienzan a describir los motivos y las asociaciones causales. (Papalia, Wendkos, y Duskin, 2005).

3.8.3.8 Lectoescritura

Según (Papalia, Wendkos y Duskin, 2005) aprender a leer y a escribir libera a los niños de las limitaciones de la comunicación frente a frente.

- En el caso de la lectura: a medida que el reconocimiento de las palabras se hace más rápido y automático, los niños pueden enfocarse en el significado de los que leen y buscar inferencias y conexiones.
- Y en la escritura: la adquisición de la habilidad para escribir es paralela al desarrollo de la lectura. A medida que los niños aprenden a convertir la palabra escrita en hablada, descubren que también pueden revertir el proceso, que pueden utilizar las palabras escritas para manifestarse.

IV. MARCO REFERENCIAL

4.1 *Lúdica*

Según Jiménez, Dinello y Alvarado (2004) la lúdica como parte fundamental del desarrollo humano no es una ciencia, sino más bien es una actitud:

Es una forma de estar en la vida, y de relacionarse con ella en esos espacios cotidianos en que se produce disfrute, goce, acompañado de la distensión que producen actividades simbólicas e imaginarias como el juego, la chanza, el sentido del humor, el arte y otra serie de actividades (sexo, baile, amor, afecto) que se producen cuando interactuamos sin más recompensa que la gratitud que producen dichos eventos. (Jiménez, Dinello y Alvarado, 2004, p.15-16).

Los objetivos de la lúdica se fundamentan en la estimulación de las relaciones cognoscitivas, afectivas, verbales, psicomotoras, sociales, la medición socializadora del conocimiento y la provocación de una reacción activa, crítica y creativa. (Nunes, 2002).

4.2 *Juego*

Para Jiménez, Dinello y Alvarado (2004), el juego es “una actividad libre – sujeto activo y no obligado- desprovista de un interés material, situada en un momento témporo–espacial, abierta a la heterogeneidad de interrelaciones; es principalmente un alegre campo de nuevos aprendizajes” (p.54). Por otra parte, añaden que el juego “es un ámbito de formación (cultural y moral) de las nuevas generaciones”. (p 55).

Para Huizinga el juego es:

Una acción o actividad voluntaria, realizada dentro de ciertos límites fijados de tiempo y espacio, que siguen una regla libremente aceptada, pero completamente imperiosa, provista de un fin en sí misma, acompañada de un sentimiento de tensión y de alegría y de una conciencia de ser algo diferente de lo que es en la vida corriente. (Huizinga, 1938; cp. Bandet y Sarazonas, 1972, p. 16).

Por otro lado, Wallon lo define como: “toda ocupación que no tiene otra finalidad que ella misma (...) Si a menudo resulta de esto un aprendizaje funcional, es porque sí, sin ser perseguido, sin la intención de la meta que permitirán alcanzar”. (Wallon, 1969; cp. Bandet y Sarazonas, 1972, p.21)

Por su parte, Caillois (1967; cp. Bandet y Sarazonas, 1972), define el juego desde la forma que éste adopta como actividad:

- Libre: ya que el jugador no puede ser obligado sin que el juego pierda con rapidez su naturaleza de diversión.
- Separada: restringida a límites de espacio y de tiempo rigurosos y señalados de antemano.
- Incierta: ya que no se puede determinar el desarrollo que va a tomar, y su resultado no se puede obtener con anterioridad.
- Improductiva: ya que no crea nuevos elementos.
- Regulada: sometida a convenios que privan las leyes ordinarias.
- Ficticia: ya que se trata de una consciencia secundaria distinta a la realidad.

Según Bandet y Sarazonas (1972) una de las particularidades del juego de los niños es su espontaneidad, ya que el infante que se pasa todo el tiempo jugando, ignora que realiza esta actividad. En segundo lugar, se coloca el juego en el terreno de la ficción o de la ilusión, en donde todo, con imaginación, es posible para los niños. Otro rasgo característico del juego, es que éste es visto como la primera introducción a las formas sociales: “la aparición de reglas, la necesidad de tener en cuenta a los compañeros de juegos, le muestran al niño la existencia de prohibiciones y le obligan a tomar conciencia de los demás” (p. 24).

Por último, toda la personalidad del niño se expresa en su juego, enunciado que Jean Château define con mayor claridad: “ser uno mismo, es la meta del juego; y ser uno mismo es, casi siempre, ser más que uno; de esta forma, el juego, que es una prueba de personalidad, se convierte también en la conquista de sí”. (Château, s.f; cp. Bandet y Sarazonas, 1972, p.23).

4.3 Juguete

Borotav define el juguete como “el accesorio que constituye por sí mismo el elemento suficiente del juego”. Del mismo modo, Pinon expresa:

El juguete provoca el impulso de actividad que en seguida va a ser el juego, lo sostiene, y es función de su asociación con el juego. Un objeto concebido como juguete y que sirva para otro fin, y no se emplea para jugar, no es un juguete, en última instancia. Sólo el empleo confiere al juguete su carácter definitivo. (Borotav; cp. Bandet y Sarazonas, 1972, p.31).

Para Jiménez, Dinello y Alvarado (2004) el juguete es la vía natural de los aprendizajes.

Para Nunes (2002) el juguete es parte de la vida del niño, y afirma que es, probablemente, el elemento central de toda su actividad lingüística, al hacer posible el uso del habla, del pensamiento y de la imaginación.

Según CONVENIN, un juguete es “cualquier producto o material diseñado o claramente destinado para uso en juegos de niños menores de 14 años de edad.” (Norma venezolana sobre seguridad de los juguetes. Parte 1. Propiedades mecánicas y físicas, 2001, p.7)

Pinon (s.f; cp. Bandet y Sarazonas, 1972) clasifica los juguetes de la siguiente manera:

- Juguetes que expresan elementales medios de acción sobre la materia.
- Juguetes que imitan los medios de transporte.
- Juguetes que imitan las técnicas de fabricación.
- Juguetes que imitan las técnicas de adquisición.
- Juguetes que imitan las técnicas de consumo.
- Juguetes que imitan el medio ambiente natural.
- Juguetes que imitan el ejercicio del arte.
- Juguetes en relación con una imitación de la vida religiosa o de diversas ceremonias.
- Juguetes que se inspiran en el mundo fantástico.
- Juegos al azar.

4.3.1 Juguete educativo

Muchielli define el juguete educativo de la siguiente manera: “es una utilización del interés espontáneo en una meta de adquisición metódica de un conocimiento y de un saber-hacer dejado hasta el momento a la casualidad de los tanteos”. (Muchielli, s.f ; cp. Bandet y Sarazonas, 1972, p.122).

4.3.1.1 *Juguete didáctico*

Los juguetes didácticos son una categoría de los juguetes educativos. Éstos son fabricados en función de un objetivo preciso, pero normalmente responden a dos tipos de actividades mentales: un análisis y una síntesis a partir de un material que gusta al escolar y que, puede servirle para ayudar a la memoria. (Bandet y Sarazonas, 1972).

En contraposición a ello, Jiménez, Dinello y Alvarado (2004) afirman que:

Asumir el juego desde el punto de vista didáctico, implica que éste sea utilizado en muchos casos para manipular y controlar a los niños, dentro de ambientes escolares en los cuales se aprende jugando; violando de esta forma la esencia y las características del juego como experiencia cultural y como experiencia ligada a la vida. (Jiménez, Dinello y Alvarado, 2004, p.79).

Para Bandet y Sarazonas, 1972, los tipos de juguetes didácticos son:

- Los que permiten el desarrollo de la motricidad gruesa.
- Los que desarrollan la motricidad fina.
- Los que favorecen la afectividad.
- Los que permiten el descubrimiento de uno mismo y de los demás:
 - Imitación.
 - Expresión.
 - Comunicación.
- Los que facilitan el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas.

V. MÉTODO

5.1 Modalidad

Según el Manual del Tesista de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, 2008, la investigación se catalogó bajo la modalidad *Estudios de mercado*, debido a que el fin último del proyecto es identificar los atributos que debe tener un nuevo juguete infantil.

Con base en esto, la investigación de mercado se define como “la recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia. Comienza con la definición del problema y termina con un informe y recomendaciones de acción” (Lehmann, 1994, p.3).

5.2 Diseño y tipo de investigación

Según Sabino, el diseño de una investigación se refiere a un plan coherente de trabajo para recabar y analizar los datos que nos acercan al conocimiento de la realidad en estudio. Con base a ello, el trabajo de grado se insertó en la categoría *no experimental de campo*, ya que se utilizaron “informaciones o datos primarios, obtenidos directamente de la realidad” (Sabino, 2002, p.67). Estos se recogieron a través de encuestas y focus group realizados a la muestra.

Según Kerlinger y Lee en su libro *Investigación del Comportamiento*, este diseño, *No Experimental*, se refiere a una indagación empírica en la que “no es posible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los participantes o tratamientos debido a que la naturaleza de las variables es tal que imposibilita su manipulación.” (Kerlinger y Lee, 1988, p.420).

En función del tipo de conocimiento que se obtuvo, la investigación fue de tipo *exploratoria*, ya que se ha dado una visión general y aproximada del objeto en estudio. (Sabino, 2002).

En el libro *Publicidad, Principios y Prácticas* (1996), de Wells, Burnett y Moriarty, se define el tipo de investigación *Exploratoria* como una investigación a través de la cual se busca un panorama nuevo, el cual, tal vez más adelante, requiera de una investigación más formal y del desarrollo de una estrategia nueva.

5.3 Diseño de las variables de investigación

Por variable se entiende “cualquier característica o cualidad de la realidad que es susceptible de asumir diferentes valores”. (Sabino, 2002, p.52).

5.3.1 Definición conceptual

- Variables demográficas: “elementos de descripción objetiva acerca de los individuos y de las familias; incluye n edad, ingresos, número de miembros en la familia y estado del empleo”. (Assael, 1999, p.616).
- Variables socioeconómicas: son aquellas que “se relacionan a la situación económica de la persona o familia entrevistada”. (Lehmann, 1944, p.144).
- Variables psicográficas: “características psicológicas del consumidor que se pueden cuantificar. Dichas características están representadas por dos clases de variables: estilo de vida y personalidad”. (Assael, 1999, p.616).
- Publicidad: “es la comunicación impersonal pagada por un anunciante identificado que usa los medios de comunicación con el fin de persuadir a una audiencia, o influir en ella”. (Wells, Burnett y Moriarty, 1996, p.12).
- Precio: “cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio... es la suma de todos los valores que los consumidores entregan a cambio de los beneficios que obtienen por poseer o utilizar un producto o servicio”. (Kotler y Armstrong, 2006, p.361).
- Calidad: “capacidad del producto para desarrollar sus funciones, que incluye la duración, su precisión, la facilidad de utilización y reparación del mismo, y otros atributos de gran importancia”. (Kotler y Armstrong, 2006, p.738).
- Comunicación boca a boca: “comunicación interpersonal entre dos o más individuos, tales como los miembros de un grupo de referencia o un cliente

y un vendedor. La gente ejerce influencia de compra a través de dicha comunicación”. (Assael, 1999, p.616).

- Involucramiento: “es el grado de pertinencia percibido y la importancia personal que acompaña a la elección de ciertos productos o servicios dentro de un contexto particular.” (O’Guinn, Allen y Semenik, 2007, p.179).

5.3.2 Definición operacional

Tabla 2. Operacionalización de variables

Objetivo	Dimensiones	Variables	Indicadores	Items	Instrumento	Muestra
Estudiar el segmento de mercado objetivo	Segmento de mercado	Demográficas	Sexo	M/F	Encuesta	Hombres y mujeres de 26 a 70 años de edad, residentes de la zona Este del Área Metropolitana de Caracas.
			Edad	Años cumplidos		
		Socioeconómicas	Zona de residencia	Localidad	Encuesta	Y niños de ambos sexos, de 6 años y medio a 7 años y medio de edad, residentes de la zona Este del Área Metropolitana de Caracas.
			Ocupación	Empleado Desempleado		
			Nivel de estudio alcanzado	Analfabeta Básico Bachiller TSU Universitario Postgrado		
			Ingreso mensual familiar	Más de 9.001 Bs.F. De 6.401 Bs.F. a		

				<p>9.000 Bs.F.</p> <p>De 3.801 Bs.F. a 6.400 Bs.F.</p> <p>De 1.201 Bs.F. a 3.800 Bs.F.</p> <p>Menos de 1.200 Bs.F.</p> <p>Apartamento</p> <p>Quinta</p> <p>Otro</p> <p>Propia</p> <p>Alquilada</p> <p>Otro</p>	
		Psicográficas	Actividades	<p>¿Qué actividades extracurriculares realiza el niño?</p> <p>¿Cuál es el grado de involucramiento que usted tiene en los juegos de su hijo? ¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo?</p> <p>¿Qué te gusta hacer normalmente?</p>	Encuesta
			Intereses	<p>¿Qué considera a la hora de comprar un juguete?</p> <p>¿Qué tiene que</p>	<i>Focus Group</i>

				tener un juguete nuevo para que te guste?		
			Opiniones	¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo? Si la respuesta es sí ¿por qué?		
Determinar las percepciones de los juguetes del público objetivo	Percepción	Publicidad	Recuerdo	¿Cómo se entera generalmente de la existencia de nuevos juguetes? Marque todas las que considere.	Encuesta <i>Focus Group</i>	Hombres y mujeres de 26 a 70 años de edad, residentes de la zona Este del Área Metropolitana de Caracas. Y niños de ambos sexos, de 6 años y medio a 7 años y medio de edad, residentes de la zona Este del Área Metropolitana de Caracas.
		Precio	Relación costo-beneficio	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?		
		Calidad	Relación costo – beneficio	¿En qué se basa su percepción de calidad de los juguetes?		
		Comunicación	Boca a boca Medios	¿Cómo se entera generalmente de la existencia de nuevos juguetes? Marque todas las que considere.		
Estudiar el comportamiento de compra del público objetivo	Comportamiento de compra	Nivel de involucramiento	Alto	Importancia Opciones de producto o marca	Encuesta	Hombres y mujeres de 26 a 70 años de edad, residentes de la zona Este del Área Metropolitana de Caracas.
			Bajo	Importancia Hábito		

5.4 Diseño del instrumento

Basados en el Modelo Octogonal del ciclo vital, en el que se determinan las ocho áreas específicas del desarrollo integral infantil y sus contextos de mayor influencia, es que se determinaron, por importancia, los instrumentos que guiaron la investigación.

En primer lugar, las encuestas y entrevistas a los padres, que representan el ambiente familiar directo del niño o niña, son quienes acompañan la individualidad del proceso y los influyen, a razón de la investigación, directamente en la fiscalización de la compra del juguete. Asimismo, el focus group llevado a cabo en los centros educativos y con sus compañeros de estudio, permiten preservar la importancia tanto del ambiente escolar como el de la comunidad; los cuales representan tanto el área de formación académica como el lugar en donde les corresponde desarrollarse, y que les aporta la especificidad sociocultural de desarrollo integral.

5.4.1 Encuesta a padres

Edad: ____

Sexo: M ____ F ____

Zona de residencia: Baruta ____ Sucre ____
 Chacao ____ El Hatillo ____
 Libertador ____ Foráneo ____

Trabaja: Sí ____ No ____

Nivel de estudio alcanzado: Analfabeta ____ TSU ____
 Básico ____ Universitario ____
 Bachiller ____ Postgrado ____

Ingreso mensual familiar: Más de 9.001 Bs.F. ____
De 6.401 Bs.F. a 9.000 Bs.F.
De 3.801 Bs.F. a 6.400 Bs.F.
De 1.201 Bs.F. a 3.800 Bs.F.
Menos de 1.200 Bs.F.

Tipo de vivienda: Apartamento ____
Quinta ____
Otro _____

Condición de la vivienda: Propia ____
Alquilada ____

¿Qué actividades extracurriculares realiza el niño?

Deportes ____ Ninguna ____ Tareas dirigidas ____
Artes ____ Otras _____
No sabe/No contesta ____

¿Cuál es el grado de involucramiento que usted tiene en los juegos de su hijo?

Juega con el niño ____ Sabe lo que juega el niño ____ Fomenta algún juego ____
Ninguno, no me involucro ____

¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo?

Nunca 1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____ 5 ____ 6 ____ Siempre

¿Qué considera a la hora de comprar un juguete?

- Costo ____ Funciones ____ Durabilidad ____
Marca ____ Aspecto físico ____ Recomendaciones ____
Grado de aprendizaje que va a tener su hijo ____
Grado de diversión que va a tener su hijo ____
Poder jugar con el niño mientras utiliza el juguete ____
Que el niño quiera el juguete ____
El riesgo de uso del juguete ____
Otros _____
No sabe/No contesta ____

¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo?

Sí ____ No ____ . Si su respuesta fue sí ¿Por qué?

- Para el desarrollo de la motricidad gruesa ____
Para el desarrollo de la motricidad fina ____
Para favorecer la afectividad ____
Para el descubrimiento de uno mismo y de los demás (imitación, expresión o comunicación) ____
Para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas ____

¿Cómo se entera generalmente de la existencia de nuevos juguetes?

Marque todas las que considere.

- Por la televisión ____ Prensa ____
Radio ____ Internet ____
Revistas ____ Lo escucho en el entorno familiar o escolar ____
Mi hijo me lo muestra y me lo pide ____
Voy directamente a la juguetería y lo veo ____
No sabe/No contesta ____

¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?

_____ Bs.F.

¿En qué se basa su percepción de calidad de los juguetes?

Durabilidad ____ Marca ____ Utilidad ____

Funciones ____ Riesgo de uso ____

Relación costo-beneficio ____

Materiales con los que están hechos ____

Otros _____

No sabe/No contesta ____

¿Quién impulsa, generalmente, la compra del juguete?

El niño ____ El maestro ____ Familia ____

Usted ____ Otro padre ____

Otro _____

No sabe/No contesta ____

¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?

No influye 1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____ 5 ____ 6 ____ Influye en su totalidad

Nombre las marcas de juguetes que compra.

¿En qué ocasiones compra juguetes a su hijo?

5.4.2 *Entrevista a padres*

A razón de la investigación se llevaron a cabo 8 entrevistas semiestructuradas a padres y representantes de los colegios Emil Friedman y los Arrayanes. Según Sampieri, Fernández y Baptista, una entrevista semiestructurada es aquella se que maneja como una guía de preguntas, en éstas, el entrevistador tiene la potestad de agregar nuevas preguntas en el momento que lo considere para obtener más información sobre el tema en estudio. (Sampieri, Fernández y Baptista, 2006).

La entrevista se enmarcó bajo las siguientes preguntas:

1. A la hora de comprar un juguete nuevo para su hijo o hija ¿De quién es la iniciativa?
2. ¿Quién escoge el juguete, usted o el niño o niña?
3. ¿Qué aspectos considera a la hora de comprar un nuevo juguete?
4. ¿Qué juegos juega usted con el niño o niña?
5. ¿Cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes?
6. Según su percepción como representante ¿Qué tipo de juguetes prefiere su niño o niña?
7. ¿Qué juegos promulgan?
8. ¿En qué medida dirigen la petición que el niño o niña hace del juguete?
9. Listado de los últimos juguetes que han comprado ¿Por qué?
10. ¿Recuerda que algún juguete que haya sido de gran importancia para el aprendizaje de su hijo o hija? ¿Cuál? ¿Por qué?

5.4.3 *Focus Group*

La técnica del Grupo Focal o *Focus Group*, implica entrevistar a dos o más personas al mismo tiempo. El tamaño del grupo focal debe ser lo suficientemente grande para generar diversos puntos de vista, pero lo suficientemente pequeño para ser manejable...Existe

un moderador que conduce la discusión de forma abierta y libre. (Kerlinger y Lee, 2002, p.637).

Según Kerlinger y Lee (2002) esta técnica tiene como objetivos: examinar las actitudes y el comportamiento de la gente, y descubrir lo que cada participante piensa sobre el tema que se discute.

Para estos autores las ventajas del *Focus Group* son:

- costo, pues cuesta muy poco organizarlos.
- El grupo focal también se realiza de forma rápida. Se dispone de las ideas de los entrevistados rápidamente y se realiza una video-filmación de las sesiones para su análisis posterior con mayor profundidad.
- Se obtiene la información de primera mano.

En cuanto a la investigación, este tipo de técnica le facilita a los investigadores un acercamiento directo con los niños y niñas, de una manera diferente y que pueda captar su atención, con el objetivo de discernir entre sus preferencias por los juguetes. Dentro de esta técnica existe la libertad de presentarles a los niños y niñas diferentes ejemplos en cuanto a las funciones del juguete, color, material, modo de uso, etc. (Kerlinger y Lee, 2002).

Se llevaron a cabo varias actividades que permitieron la discusión sobre el tema central: los juguetes.

En primer lugar se buscó realizar una actividad que permitiera romper el hielo con los niños y la persona mediadora, la cual fue una recreadora con experiencia en el manejo de niños de esta edad y su entretenimiento. Esta primera actividad constó de: La Pelota Preguntona y el juego de 1 2 3 Pollito Inglés, juegos divertidos con los que los niños ya se familiarizaban, esto permitía poder concentrarnos en hacer las preguntas claves mientras ellos se dejaban llevar por la actividad.

Dentro de estas actividades de le hicieron preguntas claves a los niños tales como:

- ¿Cuál es tu color favorito?
- ¿Cuál es tu juego o juguete favorito?
- ¿Con quienes juegas?
- ¿En qué lugar te gusta jugar más?
- ¿Cuál fue el último juguete que te regalaron?

Posteriormente, los niños llevaron a cabo una actividad en la que se les pidió que se pusieran de acuerdo y crearan una pequeña obra en la que cada uno debió imaginarse a su juguete ideal, uno que no existiera y que tuviera todas las características que ellos quisieran. Esto permitió presenciar la discusión abierta entre los niños sobre las características y funciones de sus juguetes, así como la interacción y respuesta de ellos a los mismos.

Para finalizar, a los niños se les entregó una hoja de papel blanca y se les puso a su disposición material vario para dibujar y colorear – colores, marcadores, colores de cera y tiza- el juguete que se imaginaran. Y además, a ese dibujo debían escribirle el nombre del juguete y sus funciones. Este dibujo era presentado y explicado por los niños de manera individual.

Esto permitió obtener un material de muestra sobre toda esta actividad llevada a cabo. Material que complementó el estudio posterior de las características físicas y funcionales de lo juguetes que se imaginaron los niños, en conjunto con el análisis de las explicaciones, discusiones y conversaciones, que quedaron registradas en las grabaciones.

Se llevaron a cabo cuatro (4) *Focus Groups* debido a que está establecido que su cantidad debe variar según las variables diferenciadoras; en el caso de la investigación realizada, la única variable diferenciadora era el Sexo, razón por la cual en cada unidad educativa se realizaron dos (2) grupos focales.

Los grupos focales fueron documentados únicamente mediante la grabación de las voces de los niños, sin ningún tipo de identificación personal, por

requisito y preservación del anonimato de los infantes de acuerdo con el artículo 65 de la Ley Orgánica del Niño, Niña y del Adolescente –LOPNA-.

Artículo 65. Derecho al honor, reputación, propia imagen, vida privada e intimidad familiar.

Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho al honor, reputación y propia imagen. Asimismo tienen derecho a la vida privada e intimidad de la vida familiar. Estos derechos no pueden ser objeto de injerencias arbitrarias o ilegales.

Parágrafo Primero. Se prohíbe exponer o divulgar, a través de cualquier medio, la imagen de los niños, niñas y adolescentes contra su voluntad o la de su padre, madre, representantes o responsables. Asimismo, se prohíbe exponer o divulgar datos, imágenes o informaciones, a través de cualquier medio, que lesionen el honor o la reputación de los niños, niñas y adolescentes o que constituyan injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada o intimidad familiar.

Parágrafo Segundo. Está prohibido exponer o divulgar, por cualquier medio, datos, informaciones o imágenes que permitan identificar, directa o indirectamente, a los niños, niñas y adolescentes que hayan sido sujetos activos o pasivos de hechos punibles, salvo autorización judicial fundada en razones de seguridad u orden público.

5.5 Población y Unidades de Análisis

5.5.1 Unidad de análisis

Padres y representantes de los estratos socio económicos B y C residentes del Área Metropolitana de Caracas.

Niños y niñas de los estratos socio económicos B y C, residentes del Área Metropolitana de Caracas.

5.5.2 Población

Según Wells, Burnett y Moriarty (1996), la población corresponde al conjunto de personas que son incluidas en un grupo asignado.

Para la investigación la población correspondió a:

Padres y representantes de 26 a 70 años de edad, de los estratos socio económicos B y C, y residentes de alguno de los cinco (5) municipios, Baruta, Chacao, Libertador, Sucre y El Hatillo, del Área Metropolitana de Caracas.

Niños y niñas de 6 años y medio a 7 años y medio de edad, de los estratos socio económicos B y C, y residentes de alguno de los cinco (5) municipios, Baruta, Chacao, Libertador, Sucre y El Hatillo, del Área Metropolitana de Caracas.

5.6 Diseño muestral

Para Kerlinger y Lee, muestrear significa “tomar una porción de una población o de un universo como representativa de esa población o universo.” (Kerlinger y Lee, 2002, p.148). Como representativa se entiende que la muestra “tiene aproximadamente las mismas características de la población, relevantes a la investigación en cuestión.” (Kerlinger y Lee, 2002, p.149).

5.6.1 Tipo de muestreo

Para la investigación, se seleccionó el tipo de muestreo *Intencional o Propositivo*, ya que éste se caracteriza por “el uso de juicios e intenciones deliberadas para obtener muestras representativas al incluir áreas o grupos que se presume son típicos en la muestra.” (Kerlinger y Lee, 2002, p.160).

Sampieri, Hernández y Baptista llaman a este tipo de muestreo *Por Conveniencia*, y lo definen como “simplemente casos disponibles a los cuales tenemos acceso.” (Sampieri, Fernández y Baptista, 2006, p.571).

Asimismo, según Kerlinger y Lee (2006) es un muestreo *No Probabilístico*, ya que en éste el énfasis radica en la persona que realiza el muestreo, que puede ocasionar, con su obrar, complicaciones nuevas e importantes. En este tipo de muestreo se proporciona el “uso del conocimiento, la experiencia y el cuidado al seleccionar las muestras. (Kerlinger y Lee, 2006, p. 160).

Por su parte, Sampieri, Fernández y Baptista afirman que en las muestras no probabilísticas “la elección de los sujetos no depende de que todos tengan la misma probabilidad de ser elegidos, sino de la decisión de un investigador o grupo de encuestadores.” (Sampieri, Fernández y Baptista, 2006, p.226).

5.6.2 Muestra

La muestra es un “segmento de población seleccionado para presentar al total de la población en la investigación comercial”. (Kotler y Armstrong, 2006, p.745).

Para finalidades de la investigación la muestra correspondió a:

Padres y representantes de 26 a 70 años de edad, de los estratos socio económicos B y C, y residentes de alguno de los cinco (5) municipios, Baruta, Chacao, Libertador, Sucre y El Hatillo, del Área Metropolitana de Caracas, y que sus hijos sean estudiantes de alguno de los colegios ubicados en el Este de la ciudad, Colegio Emil Friedman y Colegio Los Arrayanes.

Niños y niñas de 6 años y medio a 7 años y medio de edad, de los estratos socio económicos B y C, y residentes de alguno de los cinco (5) municipios, Baruta, Chacao, Libertador, Sucre y El Hatillo, del Área Metropolitana de Caracas, y estudiantes de alguno de los colegios ubicados en el Este de la ciudad, Colegio Emil Friedman y Colegio Los Arrayanes.

Los colegios en los que se trabajó, Colegio Emil Friedman y Colegio Los Arrayanes, fueron electos con base en las necesidades que se persiguieron dentro de la investigación, tales como los estratos socio económicos: B y C, y su ubicación en la zona Este del Área Metropolitana de Caracas.

5.6.3 Tamaño muestral

Para las encuestas a los padres, el tamaño muestral es de 150 personas, ya que esa es la cantidad de niños entre seis años y medio y siete años y medio que estudiaban actualmente en los colegios Emil Friedman y Los Arrayanes.

Se decidió que el tamaño muestral para las entrevistas a los padres fuera de 8 personas para evitar la saturación de la muestra.

El tamaño muestral para los focus group varió de 5 a 7 niños por sesión, con la finalidad de que las mismas fueran manejables con facilidad.

5.7. Validación de instrumento

Los instrumentos fueron validados por:

- **María Teresa Carabaño:**
Lic. en Comunicación Social, mención Publicidad. Master en Gestión de Marketing.

Actualmente, Marketing Intelligence Manager de Samsung.
- **Manuel Viera:**
Lic. En Publicidad.

Actualmente, Director de Cuentas de Tandem Group C.A.

- Magaly Salazar:
Lic. En Administración, mención Gerencia. Especialización en Publicidad y Mercadeo.

Actualmente, Gerente General de Materia Gris Comunicaciones Integrales.

5.7.2 Ajustes al instrumento

María Teresa Carabaño:

- Ampliar la escala económica.

Manuel Viera:

- Ampliar los tipos de vivienda, pues estos pueden cambiar dependiendo de la zona.
- Cohesionar la estructura de las preguntas, hay unas en primera persona y otras en tercera persona.

Magaly Salazar:

- Realizar descripción por género de los niños.
- Delimitar los datos socioeconómicos.

5.8 Procesamiento

Las encuestas fueron procesadas en el programa SW 18.0 (anteriormente conocido por SPSS).

5.9 Criterios de análisis

Los *Focus Group* y las encuestas se analizaron a través de una Matriz de Contenido en la cual aparece sólo lo pertinente a la investigación.

Las entrevistas y los *focus group* se encuentran en archivos de audio de los anexos.

Ejemplo de Matriz de Contenido:

	Sujeto 1	Sujeto 2
Tópicos		

Para las encuestas, se calcularon *Frecuencias y Porcentajes* para cada categoría de respuesta de cada pregunta.

Para las preguntas escalares se calculó:

- **Media:** llamada también promedio o media aritmética, se define como “el valor más representativo de la serie de valores, el punto de equilibrio, el centro de gravedad de la serie.” (Rivas, 1985, p.111).
- **Mediana:** es una medida de posición que se define como “el valor que divide una distribución de tal manera que quede a cada lado un número igual de términos.” (Rivas, 1985, p.140).
- **Moda:** se define como “el valor más alto de la serie, el que más se repite, el valor más típico.” (Rivas, 1985, p.171).
- **Desviación Típica:** se define como “la raíz cuadrada positiva del promedio aritmético de los cuadrados de los desvíos de los valores con respecto a su media aritmética.” (Rivas, 1985, p.186).
- **Asimetría:** Rivas (1985) define las medidas de asimetría como la cercanía o lejanía de una serie de valores a una distribución simétrica.

En una distribución simétrica, los datos de las series se encuentran dispuestos simétricamente en relación con sus promedios; además, coinciden la media, la mediana y el modo; de allí, que al paso que estas se alejan, se acentúa la asimetría de la serie. (Rivas, 1985, p.224).

- Curtosis: las medidas de curtosis tienen por función “determinar si la distribución de los términos de una serie corresponden a una curva normal o no.” (Rivas, 1985, p.226).

Se cruzaron las variables: edad y sexo, con todas las categorías de respuestas de la encuesta.

Para el cruce de variables se calculó:

- Coeficiente de contingencia: Spiegel lo define como “una medida del grado de relación, asociación o dependencia de las clasificaciones en una tabla de contingencia” (Spiegel, 1970, p. 204). Este coeficiente será calculado en las correlaciones entre variables nominales.

Junto al tutor Jorge Ezenarro, profesor del área de la metodología de la investigación, se categorizaron de la siguiente forma los resultados de las correlaciones:

- Entre 0 y 0,15 la relación es muy débil.
- Entre 0,16 y 0,30 la relación es baja.
- Entre 0,31 y 0,45 la relación es moderada débil.
- Entre 0,46 y 0,55 la relación es media.
- Entre 0,56 y 0,7 la relación es moderada fuerte.
- Entre 0,71 y 0,85 la relación es fuerte.
- Más de 0,85 la relación es muy fuerte.

Entre las variables nominales y escalares se calculará:

- Coeficiente ETA: “es una medida (...) apropiada para analizar los valores de una variable Y, en escala de intervalo o de razón, en los distintos grupos o subpoblaciones establecidas por los valores de otra variable X, cualitativa”. (Pedroza y Dicovskyi, 2007, p.54). Éste coeficiente toma valores entre 0 y 1; si los valores se acercan a 0, significa que la variable Y es independiente de la variable X. Por su parte, si los valores se acercan a 1, se indica la dependencia de Y sobre X.

Entre las escalares se calculará:

- Coeficiente de Correlación de Pearson:

Un coeficiente de correlación es “un índice número que refleja la relación entre dos variables; se expresa como un número entre -1.00 y +1.00 y aumenta su valor a medida que aumenta la cantidad de varianza que una variable comparte con otra.” (Salkind, 1999, p.223).

“El coeficiente de Pearson es el tipo de correlación de uso más frecuente.” (Salkind, 1999, p.225). Los autores Clifford y Stephenson describen el coeficiente de correlación de Pearson como:

El coeficiente de correlación producto-momento, que es la medida de asociación más comúnmente utilizada para datos merísticos y continuos; diseñado para medir la asociación entre pares de variables... La medida, como originalmente fue definida, mide la correlación entre un par de atributos dados. (Clifford y Stephenson, 1975; c.p Rodríguez, Álvarez y Bravo, 2001, p.57).

Las preguntas abiertas se cerraron creando Categorías de Respuestas bajo un criterio de similitud.

En la pregunta abierta “Nombra las marcas de juguetes que compra” se cerró bajo el criterio de súper marcas, las cuales estuvieron divididas con sus respectivas categorías, en:

- Mattel: Barbie, Fisher Price, Hot Wheels, American Girl y MatchBox.
- Kreisel: Disney.
- Nintendo: Wii.
- Lego.
- Hasbro: Tonka y Playskool.
- Educa Borrás.
- Leap Frog.

- Unicef.
- Sanrio: Hello Kity.
- Vtech
- Microsoft: Xbox.
- Tomi Tipi
- Imaginarium
- Magnetix
- Adidas
- Think Fun
- Ravens Burger
- Famosa: Nenuco.
- Mecano.
- Mamco Bandai.
- Manaplas
- Melucha
- Crayola
- Lakeshore.

En la pregunta abierta “¿En qué ocasiones le compra juguetes a su hijo?” se cerró a través de la siguiente categoría de eventos:

- Ocasiones especiales.
- Cumpleaños.
- Navidad: regalos de la familia, Santa Claus y el Niño Jesús.
- Fin de curso.
- Día del niño.
- Premio de motivación: cuando hace las tareas, tiene buenas notas y buen comportamiento.
- Vacaciones: cuando salimos de viaje.
- Ferias: ferias escolares.
- Cuando está enfermo.
- Después de los conciertos: conciertos como solista, la parada del niño en diciembre y concierto de fin de curso. El sistema educativo del Colegio Emil

Friedman está fuertemente complementado con la educación musical, la cual se le imparte al niño desde el primer día de clases en el que se le motiva a estudiar cualquiera de los instrumentos que estén en la disposición. Esta actividad complementaria incluye presentaciones a los padres en las diferentes orquestas del colegio y como solistas.

- Cuando salimos: los fines de semana en los paseos.
- Reyes Magos.
- Cuando los quiere: cuando lo pide y cuando está de moda algún juguete.
- Cuando los necesita: cuando los profesores lo solicitan.
- Primera Comunión.
- Cuando me provoca: cuando yo lo considere.
- Cuando tengo dinero.
- No hay ocasión específica.
- Siempre.

5.10 Limitaciones

La apatía de los padres y representantes para llenar la encuesta suministrada retrasó la investigación, ya que el análisis de los instrumentos se realizó una vez se obtuvieron todos los resultados.

Imposibilidad de filmar los *Focus Group*, por requisito y preservación del anonimato de los niños de acuerdo con el artículo 65 de la Ley Orgánica del Niño, Niña y del Adolescente –LOPNA-, lo que dificultó la transcripción de las respuestas de los infantes durante las distintas actividades.

VI. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.1 Análisis de resultados

6.1.1 Encuestas

Los resultados brutos que arrojaron las encuestas fueron:

Edad:

La mayoría de los encuestados, 53.4%, están entre los 36 y 42 años de edad.

Sexo:

- Femenino: 87%
- Masculino: 13%

Zona de residencia:

- Baruta: 63.6%
- Chacao: 8.2%
- Libertador: 10%
- Sucre: 5.5%
- El Hatillo: 12.7%

Situación laboral:

- Sí: 85.1%
- No: 14.9%

Nivel de estudio alcanzado:

- Básico: 0.9%
- Bachiller: 3.5%
- Técnico superior: 10.5%
- Universitario: 60.5%
- Posgrado: 24.6%

Ingreso mensual familiar:

- Más de 9.001 Bs.F.: 52.8%
- De 6.401 Bs.F. a 9.000 Bs.F.: 28.3%
- De 3.801 Bs.F. a 6.400 Bs.F.: 17%
- De 1.201 Bs.F. a 3.800 Bs.F.: 1.9%

Tipo de vivienda:

- Apartamento: 64.3%
- Quinta: 32.3%
- Otro: 3.5%

Condición de la vivienda:

- Propia: 91.1%
- Alquilada: 8.9%

¿Qué actividades extracurriculares realiza el niño?

Porcentajes de padres o representantes que respondieron afirmativamente:

- Deportes: 52.2%
- Actividades artísticas: 20.9%
- Tareas dirigidas: 20.9%
- No realiza alguna actividad extracurricular: 15.7%
- Otra actividad: 15.7%
- No sabe / no contesta: 1.7%

¿Cuál es el grado de involucramiento que usted tiene en los juegos de su hijo?

Porcentajes de padres o representantes que respondieron afirmativamente:

- Juega con el niño: 1.7%
- Sabe lo que juega el niño: 62.3%
- Fomenta algún juego: 20.2%
- No se involucra: 2.6%

¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo?

Porcentajes de padres o representantes que respondieron afirmativamente:

- 1: 0.9%
- 2: 0%
- 3: 4.4%
- 4: 9.6%
- 5: 28.9%
- 6: 56.1%

¿Qué considera a la hora de comprar un juguete?

Porcentajes de padres o representantes que respondieron afirmativamente:

- Costo: 42.1%
- Funciones: 62.3%
- Durabilidad: 36.8%
- Marca: 12.3%
- Aspecto físico: 14%
- Recomendaciones: 18.4%
- Grado de aprendizaje que va a tener el niño: 54.4%
- Grado de diversión que va a tener el niño: 38.6%
- Poder jugar con el niño mientras usa el juguete: 14%
- Que el niño quiera el juguete: 35.1%
- El riesgo de uso del juguete: 17.5%

¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo?

- Sí: 94.7%

¿Por qué le ha comprado juguetes didácticos a su hijo?

Porcentajes de padres o representantes que respondieron afirmativamente:

- Desarrollo de la motricidad gruesa: 18.9%
- Desarrollo de la motricidad fina: 33.3%
- Favorecer la afectividad: 6.3%

- Facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás: 18.9%
- Facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas: 72.1%

¿Cómo se entera generalmente de la existencia de nuevos juguetes?

Porcentajes de padres o representantes que respondieron afirmativamente:

- Televisión: 62.8%
- Radio: 4.4%
- Revistas: 10.6%
- Prensa: 2.7%
- Internet: 23%
- Familiares o amigos: 41.6%
- El hijo lo muestra y lo pide: 72.8%
- Va directamente a la juguetería y lo ve: 26.5%

¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?

La mayoría de los encuestados, 86.9%, considera justo pagar entre 100 y 300 Bs.F.

¿En qué se basa su percepción de calidad de los juguetes?

Porcentajes de padres o representantes que respondieron afirmativamente:

- Durabilidad: 40.7%
- Funciones: 46.9%
- Marca: 15.9%
- Riesgo de uso: 8%
- Utilidad: 41.6%
- Relación costo – beneficio: 32.7%
- Materiales del juguete: 32.7%

¿Quién impulsa generalmente la compra del juguete?

Porcentajes de padres o representantes que respondieron afirmativamente:

- El niño: 86.7%
- El padre: 29.2%
- El maestro: 1.8%
- La familia: 1.8%
- Otra persona: 0.9%

¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?

Porcentajes de padres o representantes que respondieron afirmativamente:

- 1: 33%
- 2: 11.6%
- 3: 14.3%
- 4: 22.3%
- 5: 7.1%
- 6: 11.6%

Nombre las marcas de juguetes que compra:

Porcentajes de padres o representantes que respondieron:

- Mattel: 79.4%
- Kreisel: 12.4%
- Nintendo: 17.5%
- Lego: 15.5%
- Hasbro: 8.6%
- Educa Borrás: 3.1%
- Leap Frog: 4.1%
- Unicef: 4.1%
- Sanrio: 2.1%
- Vtech: 1%
- Microsoft: 4.1%

- Tomi Tipi: 3.1%
- Imaginarium: 3.1%
- Magnetix: 1.1%
- Adidas: 1.1%
- Think Fun: 1.1%
- Ravens Burger: 1.1%
- Famosa: 1.1%
- Mecano: 1.1%
- Mamco Bandai: 2.1%
- Manaplas: 1%
- Melucha: 1%
- Crayola: 2.1%
- Lakeshore: 2%

¿En qué ocasiones compra juguetes a su hijo?

Porcentajes de padres o representantes que respondieron:

- Ocasiones especiales: 13.1%
- Cumpleaños: 61.7%
- Navidad: 60.7%
- Fin de curso: 10.3%
- Día del niño: 24.3%
- Premio de motivación: 19.6%
- Vacaciones: 1.9%
- Ferias: 0.9%
- Cuando está enfermo: 0.9%
- Después de los conciertos: 3.7%
- Cuando salimos: 1.9%
- Reyes Magos: 1.9%
- Cuando los quiere: 9.3%.
- Cuando los necesita: 0.9%
- Primera Comunión: 0.9%

- Cuando me provoca: 0.9%
- Cuando tengo dinero: 0.9%
- No hay ocasión específica: 5.6%
- Siempre: 1.9%

6.1.2 Porcentajes y frecuencias para cada categoría de respuesta de cada pregunta

El 64.8% de los padres, madres y representantes, que llenaron las encuestas estuvieron entre 36 y 44 años de edad, esto representó una distribución heterogénea normal. El 87% de las encuestas fue respondido por mujeres. En su mayoría viven en el Este de la ciudad, principalmente en el municipio Baruta, tienen un nivel universitario y trabajan. Más del 50% tiene un ingreso mensual de más de 9.001 Bs.F. y viven en apartamentos propios.

De las actividades extracurriculares que los niños y niñas realizan, deportes significó el 52.2% el resto tuvo una distribución equitativa entre: artísticas, tareas dirigidas y otras (idiomas, terapia del lenguaje, música, danza y modelaje).

El 62.3% de los padres, madres, o representantes, juegan con el niño, así como el 60.5% está al tanto de lo que juega el niño, y un 20.2% fomenta ciertos juegos.

El 85% de los encuestados ante la pregunta de que si tiene conocimiento sobre los juegos que lleva a cabo el niño o niña, consideró una escala del 1 al 6, el 5 y 6, siendo estos los correspondientes a “siempre”.

A la hora de comprar un juguete, los padres, madres o representantes, dividieron sus intereses entre: el 62.3% consideró relevante las funciones que lleva a cabo el juguete, el 54.4% el grado de aprendizaje que va a tener el niño o niña y el 42.1% considera el costo como un factor importante. De resto, en menor cantidad, también toman en cuenta el grado de diversión que va a tener el niño o niña, la durabilidad del juguete, que hayan recibido recomendaciones sobre el mismo, el hecho de que el niño o niña quiera el juguete, el riesgo que implique el

juguete, el poder compartir el juguete con el niño o niña, y finalmente, el aspecto físico del juguete, respectivamente.

En cuanto a los juguetes didácticos específicamente, el 94.7% afirmó haberlos comprado. Con respecto a la razón de la compra, el 72.1% de los encuestados señaló haberlo hecho para “facilitar el acceso al pensamiento lógico y descubrimiento de las reglas” de los niños o niñas. Asimismo, el resto se repartieron entre: 33.3% por el desarrollo de la motricidad fina, 18.9% el desarrollo de la motricidad gruesa, 18.9% facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás, y en última instancia, 6.3% para el favorecimiento de la afectividad, respectivamente.

Un 70.8% de padres, madres o representante, se enteran de la existencia de nuevos juguetes porque los niños o niñas se los muestra directamente. No obstante, también consideraron medios importantes, un 62.8% la televisión; familiares y amigos, un 41.6%; ir a la juguetería y verlo, un 26.5%; y el internet, un 23%. Por último en un 17.7% fueron escogidos la revista, la radio y la prensa.

En relación con lo que están dispuestos a gastar en un juguete didáctico, el 86.9% consideró valores entre 100 Bs.F. y 300 Bs.F., coincidiendo la mayoría con 150 Bs.F. y 200 Bs.F.

Entre los aspectos que creen que influyen en la calidad de un juguete el 46.9% consideró las funciones que realice el juguete; el 41.6% la utilidad; el 40.7% la durabilidad; el 32.7% la relación costo-beneficio; los materiales en que esté hecho, el 32.7%; la marca el 15.9%; y el riesgo de uso el 8%.

Se encontró que en un 86.7% de los padres, madres o representantes, consideran que es el niño o niña quien impulsa la compra del juguete. Posteriormente, se consideraron ellos como impulsores de la compra, en un 29.2%, y de resto al maestro, la familia y otros.

Sólo el 18.7% de los padres, madres o representantes, considera relevante la marca como algo que influya en la compra del juguete. No obstante entre las

marcas más importantes figuraron: Mattel (79.4%), Kreisel (12.4%), Nintendo (17.5%), Lego (15.5%), Hasbro (8.6%), y finalmente con menos del 5% estuvieron: Educa Borrás, Unicef, Sanrio, Vtech, Microsoft Xbox, Tomi Tipi, Manaplas, Melucha, Crayola, Lake Shore, Imaginarium, Magnetick, Adidas, Think Fun, Ravens Burger, Famosa, Meccano, Highteck y Mamco Bandai.

Los padres, madres o representantes, con respecto a la ocasión de compra de juguetes un 61.7% señaló los cumpleaños de los niños, y un 60.7% navidad. Asimismo, un 24.3% consideraron el día del niño, y un 19.6% como premio de motivación. De resto con menor importancia estuvieron: en ocasiones especiales, en el fin de curso, vacaciones, cuando está enfermo, después de un concierto, cuando salimos, Reyes Magos, cuando quiera, cuando lo necesite, cuando lo pida, cuando se tiene dinero, no hay ocasión específica y siempre.

6.1.3 Cruce de Sexo con todas las variables

En cuanto a la relación entre el sexo de los padres o representantes y el grado de involucramiento que tienen con los juegos del niño o niña, se encontró que no existe relación en ninguno de los casos: juega con el niño, sabe lo que juega el niño o fomenta algún juego; en todos ellos el coeficiente de contingencia fue considerado muy débil, con resultados entre 0 – 0.15.

Con respecto a la relación del sexo y qué es lo que consideran los padres, madres o representantes, a la hora de comprar un juguete, resultó que las en cuanto a la opción de funciones, existe una relación débil (valor: 0.275), asimismo con la opción de “marca del juguete” (valor: 0.242) y la opción de “recomendaciones” (valor: 0.16).

La relación con el sexo y si compran juguetes didácticos resultó ser muy débil, con un coeficiente de contingencia de 0.139. Entre sus opciones se obtuvo sólo una relación débil con respecto a la opción de comprar juguetes didácticos con el fin de “facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás”, en el resto de las opciones la relación fue muy débil.

De la relación entre el sexo y cómo se enteran los padres, madres o representantes, de la existencia de nuevos juguetes, arrojó un coeficiente de contingencia débil en cuanto a la opción de “lo escucho en el entorno familiar o escolar”. Para el resto de las categorías de respuestas sus valores se encontraron por debajo de 0.15 dejando una relación muy débil.

En el caso de la pregunta de: ¿En qué se basa su percepción de calidad de los juguetes? Se encontró que no hubo relación con la variable del sexo.

En cuanto a la ocasión de compra con respecto al sexo, existe una relación débil en: “le compro juguetes a mi hijo cuando salimos” con un valor del coeficiente de contingencia de 0.178 y en “siempre le compro juguetes a mi hijo” con un coeficiente de contingencia de 0.177.

6.1.4 Cruce de Edad con todas las variables

6.1.4.1 Cruce con variables nominales

Entre los 36 y 44 años de edad existe mayor tendencia en jugar con los niños o niñas, esta relación arrojó un valor de 0.513. Asimismo, en este mismo rango de edad los padres o representantes suelen saber lo que juegan los niños o niñas, relación que obtuvo un valor de 0.526. Sin embargo, es entre 40 y 44 años de edad que existe mayor tendencia por parte de los padres o representantes, a fomentar algún tipo de juego para los niños o niñas.

Los padres o representantes de edades comprendidas entre 36 y 42 años de edad sí tienen conocimientos de los juegos que lleva a cabo el niño o niña.

Con respecto a las consideraciones que tienen los padres o representantes a la hora de comprar un juguete y su edad, se encontró que:

- El costo es lo más relevante para los padres o representantes de edades comprendidas entre 41 y 46 años. Valor de la variable: 0.514.
- Las funciones es de importancia para los padres o representantes 36 a 44 años de edad. Valor de la variable: 0.559.

- La durabilidad la consideran los padres o representantes entre 40 y 41 años de edad. Valor de la variable: 0.483.
- La marca es más importante para los padres o representantes de 42 años de edad. Valor de la variable: 0.540.
- El aspecto físico lo asumen como importante los padres o representantes de 37 años de edad. Valor de la variable: 0.658.
- Las recomendaciones son importantes para los padres o representantes de 45 años de edad. Valor de la variable: 0.524.
- El grado de aprendizaje que va a tener el niño es un aspecto de relevancia para los padres o representantes de 37 a 42 años de edad. Valor de la variable: 0.499.
- El grado de diversión que va a tener el niño resulta importante para los padres o representantes de 36 a 42 años de edad. Valor de la variable: 0.548.
- El poder jugar con el niño es relevante para los padres o representantes de 37 años de edad. Valor de la variable: 0.511.
- Que el niño quiera el juguete, es tomado en cuenta como importante para los padres o representantes de 39 a 42 años de edad. Valor de la variable: 0.544.
- El riesgo de uso lo consideran los padres o representantes de 38 a 42 años de edad. Valor de la variable: 0.602.

La mayor parte de los padres o representantes que sí le han comprado juguetes didácticos a sus niños o niñas, se encuentran entre los 36 y 44 años de edad. Esta relación arrojó un valor de variable ETA: 0.498.

Con respecto a la edad y la finalidad de la compra de juguetes didácticos para el niño o niña, las respuestas se dividieron así:

- El desarrollo de la motricidad gruesa, fue considerado en mayoría por los padres o representantes de 44 años. Valor de la variable: 0.534.

- El desarrollo de la motricidad fina, es considerado de mayor importancia por los padres o representantes de edades comprendidas entre 39 a 44 años. Valor de la variable: 0.528.
- El favorecer la afectividad fue relevante para los padres o representantes de 37 años de edad. Valor de la variable: 0.578.
- El descubrimiento de uno mismo y de los demás, es un aspecto importante para los padres o representantes con edades entre 41 a 48 años de edad. Valor de la variable: 0.574.
- El facilitar el acceso al pensamiento lógico y el descubrimiento de las reglas es de mayor importancia para los padres o representantes que se encuentran entre 36 y 44 años de edad. Valor de la variable: 0.620.

En la relación entre la edad y el medio por el cual los padres o representantes se enteran de la existencia de nuevos juguetes se encontraron las siguientes relaciones:

- La televisión es un medio significativo para los padres o representantes de 36 a 44 años de edad. Valor de la variable: 0.436.
- La radio la consideran como importante los padres o representantes de 46 años de edad. Valor de la variable: 0.521.
- Las revistas son un medio importante para los padres o representantes de 46 años de edad. Valor de la variable: 0.574.
- La prensa es un medio de importancia para los padres o representantes de 36, 42 y 70 años de edad. Valor de la variable: 0.617.
- El internet lo consideran importante los padres o representantes de edades comprendidas de 42 a 45 años. Valor de la variable: 0.600.
- Los padres o representantes que lo escuchan en el entorno familiar o escolar, en su mayoría son los de edades comprendidas entre 37 a 45 años. Valor de la variable: 0.588.
- Los padres o representantes que consideran los juguetes que el niño o niña muestra y pide, están entre los 37 y 44 años de edad. Valor de la variable: 0.652.

- Los padres o representantes que van directamente a la juguetería y ven el juguete, están entre 37 a 42 años de edad. Valor de la variable: 0.478.

La relación entre la edad y la percepción de calidad de los juguetes arrojó los siguientes resultados:

- La durabilidad es de mayor importancia para los padres o representantes de 36 a 45 años de edad. Valor de la variable: 0.465.
- Las funciones son consideradas con mayor importancia por los padres o representantes de 36 a 44 años de edad. Valor de la variable: 0.462.
- La marca la consideran relevantes los padres o representantes de 42 años de edad. Valor de la variable: 0.541.
- El riesgo de uso resultó de mayor importancia para los padres o representantes de 41 años de edad. Valor de la variable: 0.578.
- La utilidad es un elemento importante para los padres o representantes de las edades comprendidas entre 39 y 42 años de edad. Valor de la variable: 0.621.
- La relación costo beneficio es tomada en cuenta primordialmente por los padres o representantes de 36 a 44 años de edad. Valor de la variable: 0.469.
- Los materiales con los que está hecho el juguete, es un punto relevante para los padres o representantes de 41, 42 y 45 años de edad. Valor de la variable: 0.493.

En la relación de la edad con respecto a la pregunta de ¿quién impulsa generalmente la compra del juguete? Se obtuvieron los siguientes resultados:

- Para los padres o representantes de edades entre 36 y 44 años, es el niño quien lo hace. Valor de la variable: 0.469.
- Para los padres o representantes de edades entre 37 y 42 años, es “usted” quien lo hace. Valor de la variable: 0.62.
- Para los padres o representantes de edades 38 y 48 años, es el maestro quien lo hace. Valor de la variable: 0.458.

- Para los padres o representantes de edades 36 y 42 años, es la familia quien lo hace. Valor de la variable: 0.282.

Los resultados de mayor importancia arrojados por el cruce de la variable edad con la pregunta sobre las ocasiones en las que se les compra juguetes a los niños o niñas, fueron los siguientes:

- Para los padres o representantes de 42 años, es en ocasiones especiales. Valor de la variable: 0.440.
- Para los padres o representantes de edades entre 36 y 44 años, es en los cumpleaños. Valor de la variable: 0.444.
- Para los padres o representantes de edades entre 37 y 42 años, es en navidad. Valor de la variable: 0.520.
- Para los padres o representantes de 37 años, es en el fin de curso. Valor de la variable: 0.460.
- Para los padres o representantes de 36 y 45 años, es en el día del niño. Valor de la variable: 0.430.
- Para los padres o representantes de 37 y 44 años, como premio para motivarlo. Valor de la variable: 0.479.
- Para los padres o representantes de 37 y 40 años, es en vacaciones. Valor de la variable: 0.353.
- Para los padres o representantes de 42 años, es en ferias. Valor de la variable: 0.285.
- Para los padres o representantes de 42 años, es cuando está enfermo. Valor de la variable: 0.285.
- Para los padres o representantes de 36 años, es después de los conciertos. Valor de la variable: 0.384.
- Para los padres o representantes de 48 años, es cuando salen. Valor de la variable: 0.492.
- Para los padres o representantes de 45 y 48 años, es en los Reyes Magos. Valor de la variable: 0.457.
- Para los padres o representantes de 36 años, es cuando el niño o niña lo quiere. Valor de la variable: 0.483.

- Para los padres o representantes de 40 años, es cuando le provoca al padre o representante. Valor de la variable: 0.376.
- Para los padres o representantes de 40 años, es cuando el padre o representante tiene dinero. Valor de la variable: 0.366.
- Para los padres o representantes de 30, 37, 39, 45, 46 y 48 años, no hay ocasión específica. Valor de la variable: 0.545.
- Para los padres o representantes de 43 y 55 años, es siempre. Valor de la variable: 0.786.

6.1.4.2 Cruce con variables escalares

En el cruce de la edad con la pregunta ¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? El valor de la correlación de Pearson fue: -0.074. Los padres o representantes de las edades 41 y 45, consideraron que 150 Bs.F. era el costo justo de un juguete didáctico. No obstante, los padres o representantes de 36 y 42 años de edad, consideran que lo justo es pagar 200 Bs.F. Por otro lado, los padres o representantes de 31 años de edad, consideraron que 300 Bs.F. es el precio justo para pagar por un juguete didáctico.

En cuanto al cruce de la edad con la pregunta ¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? El valor de la correlación de Pearson fue: 0.036. Se encontró que sí influye en mayor medida para los padres o representantes de 35, 42 y 44 años de edad.

6.1.3 Cruce de variables escalares con variables escalares

En el cruce de las preguntas: ¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? y ¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? El valor de la correlación de Pearson fue: -0.006. El resultado fue que los padres o representantes en los cuales no influye la marca en la compra del juguete, consideran que es justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. por el juguete didáctico. No obstante, aquéllos en los que la marca sí influye, consideran justo pagar entre 100 y 200 Bs.F.

6.1.4 Cruce de variables nominales con variables escalares

Cruce de ¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?
Con ¿Cuál es el grado de involucramiento que tengo en el juego de mi hijo?

- Opción: Juego con el niño.

Los padres o representantes que sí juegan con el niño o niña, consideran justo pagar entre 150 y 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Asimismo, quienes no juegan con el niño o niña, consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. El valor de ETA fue: 0.458.

- Opción: Sé lo que juega el niño.

Los padres o representantes que sí saben lo que juega el niño o niña, consideran justo pagar entre 200 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Asimismo, quienes no saben lo que juega el niño o niña, consideran justo pagar 150 y 200 Bs.F. por un juguete didáctico. El valor de ETA fue: 0.446.

- Opción: Fomenta algún juego.

Los padres o representantes que sí fomentan algún juego, consideran justo pagar 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Asimismo, quienes no fomentan algún juego, consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. El valor de ETA fue: 0.376.

- Opción: Ninguno, no me involucro en los juegos de mi hijo.

Los padres o representantes que no se involucran con los juegos niño o niña, consideran justo pagar 150 Bs.F. por un juguete didáctico. Asimismo, quienes sí se involucran en los juegos del niño o niña, consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. El valor de ETA fue: 0.218.

El cruce de ¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? Con ¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo? Arrojó que los padres o representantes que sí tienen conocimiento de los juegos que el niño o niña lleva a cabo, consideran que es justo pagar por un juguete didáctico entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.449.

Cruce de ¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?
Con ¿Qué considera a la hora de comprar un juguete?

- Opción: costo

Los padres o representantes que consideran esta opción, creen que es justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 200 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.482.

- Opción: funciones

Los padres o representantes que consideran esta opción, creen que es justo pagar entre 250 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.345.

- Opción: durabilidad

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 150 y 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.391.

- Opción: marca

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.215.

- Opción: aspecto físico

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 150 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.482.

- Opción: recomendaciones

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 150 y 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en

cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.401.

- Opción: grado de aprendizaje que va a tener su hijo

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 100 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.394.

- Opción: grado de diversión que va a tener su hijo

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 150 y 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.496.

- Opción: poder jugar con el niño mientras utiliza el juguete

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 250 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.483.

- Opción: que el niño quiera el juguete

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 150 y 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.330.

- Opción: el riesgo de uso del juguete

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 150 y 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.498.

El cruce de ¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? Con ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo? arrojó el resultado de que los padres o representantes que sí les han comprado juguetes didácticos a

sus hijos, consideran que es justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. El valor de ETA fue: 0.246.

Del cruce de ¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? Con ¿Por qué le ha comprado juguetes didácticos a su hijo? surgieron los siguientes resultados, según las opciones:

- Motricidad gruesa

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 200 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.313.

- Motricidad fina

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 250 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.336.

- Favorecer la afectividad

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 75 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.577.

- Facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.448.

- Facilitar el acceso al pensamiento lógico y el descubrimiento de las reglas

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 150 y 250 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar 200 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.453.

Del cruce de ¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? Con ¿Cómo se entera generalmente de la existencia de nuevos juguetes? surgieron los siguientes resultados, según las opciones:

- Televisión

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar 200 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.429.

- Radio

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.413.

- Revistas

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.378.

- Prensa

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 50 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 1.

- Internet

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.427.

- Entorno familiar o escolar

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 150 y 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.357.

- Mi hijo me lo muestra y me lo pide

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 200 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.325.

- Voy directamente a la juguetería y lo veo

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 200 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.348.

Del cruce de ¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? Con ¿En qué se basa su percepción de calidad de los juguetes? surgieron los siguientes resultados, según las opciones:

- Durabilidad

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 200 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.405.

- Funciones

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.447.

- Marca

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 100 y 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.195.

- Riesgo de uso

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 150 y 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.488.

- Utilidad

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 250 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.456.

- Relación costo beneficio

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 100 y 250 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.446.

- Materiales con los que está hecho

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 150 y 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en

cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.420.

Del cruce de ¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? Con ¿Quién impulsa generalmente la compra del juguete? surgieron los siguientes resultados, según las opciones:

- El niño

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar 150 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.472.

- Usted

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.366.

- La familia

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 250 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.269.

- Otra persona

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.245.

Del cruce de ¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? Con ¿En qué ocasiones le compra juguetes a su hijo? surgieron los siguientes resultados, según las opciones:

- Ocasiones especiales

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.335.

- Su cumpleaños

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 100 y 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 200 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.469.

- Navidad

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 200 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.421.

- Fin de curso

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.183.

- El día del niño

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 100 y 150 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.482.

- Como premio de motivación

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 100 y 250 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.483.

- Vacaciones

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 350 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.570.

- Ferias

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 200 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.216.

- Cuando está enfermo

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.255.

- Después de sus conciertos

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 50, 150 y 400 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.709.

- Cuando salimos

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 200 y 350 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 150 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.419.

- En Reyes Magos

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.255.

- Cuando el niño lo quiere

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 200 y 350 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.534.

- Cuando el niño lo necesita

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 80 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 1.

- En su primera comunión

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 100 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.297.

- Cuando me provoca

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 150 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.234.

- Cuando tengo dinero

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 150 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.234.

- No hay ocasión específica

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar 300 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.371.

- Siempre

Los padres o representantes que consideran esta opción creen que es justo pagar entre 200 y 250 Bs.F. por un juguete didáctico. Los que no tomaron en cuenta esta opción consideran justo pagar entre 100 y 300 Bs.F. El valor de ETA fue: 0.220.

Del cruce de ¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? Con ¿Cuál es el grado de involucramiento que usted tiene en los juegos de su hijo? surgieron los siguientes resultados, según las opciones:

- Juego con el niño

De los padres y representantes que eligieron esta opción, 40 consideran que la marca no influye en la compra del juguete. Por otro lado, 29 creen que sí. El valor de ETA fue: 0.156.

- Sé lo que juega el niño

De los padres y representantes que eligieron esta opción, 39 consideran que la marca no influye en la compra del juguete. Por otro lado, 29 creen que sí. El valor de ETA fue: 0.159.

- Fomenta algún juego

De los padres y representantes que eligieron esta opción, 10 consideran que la marca no influye en la compra del juguete. Por otro lado, 13 creen que sí. El valor de ETA fue: 0.212.

- No me involucro en los juegos de mi hijo

De los padres y representantes que eligieron esta opción, 3 consideran que la marca influye medianamente en la compra. El valor de ETA fue: 0.309.

Del cruce de ¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? Con ¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo? Se obtuvo que los de los padres o representantes que tienen conocimiento de los juegos que lleva a cabo el niño o niña, 52 considera que la marca no influye en la compra del juguete. Mientras que 43 sí consideran que la marca influye en la compra. El valor de ETA fue: 0.271.

Del cruce de ¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? Con ¿Qué es lo que considera a la hora de comprar un juguete? surgieron los siguientes resultados, según las opciones:

- Costo

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 27 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 19 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.116.

- Funciones

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 41 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 29 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.130.

- Durabilidad

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 22 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 18 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.189.

- Marca

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 3 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 11 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.399.

- Aspecto físico

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 7 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 8 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.224.

- Recomendaciones

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 15 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 6 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.169.

- Grado de aprendizaje que va a tener el niño

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 38 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 23 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.122.

- Grado de diversión que va a tener el niño

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 21 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 21 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.156.

- Poder jugar con el niño mientras utiliza el juguete

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 8 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 7 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.229.

- Que el niño quiera el juguete

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 17 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 22 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.275.

- Riesgo de uso

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 11 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 9 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.263.

Del cruce de ¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? Con ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo? resultó que de los padres o representantes que sí le han comprado juguetes didácticos a su niño o niña, 62 no consideran influyente la marca, mientras que 42 sí lo hacen. El valor de ETA fue: 0.180.

Del cruce de ¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? Con ¿Por qué le ha comprado juguetes didácticos a su hijo? surgieron los siguientes resultados, según las opciones:

- Motricidad gruesa

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 10 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 11 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.350.

- Motricidad fina

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 18 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 18 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.208.

- Favorecer la afectividad

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 5 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 2 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.177.

- Facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 11 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 10 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.186.

- Facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 37 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 31 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.198.

Del cruce de ¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? Con ¿Cómo se entera generalmente de la existencia de nuevos juguetes? surgieron los siguientes resultados, según las opciones:

- Televisión

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 37 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 33 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.187.

- Radio

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 3 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 2 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.169.

- Revista

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 6 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 6 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.282.

- Prensa

De los padres o representante que sí consideran esta opción, 3 sí creen que la marca influye en la compra de los juguetes. El valor de ETA fue: 0.347.

- Internet

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 13 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 13 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.152.

- Lo escucha en el entorno familiar y escolar

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 26 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 21 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.148.

- El niño lo muestra y lo pide

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 44 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 35 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.161.

- Va directamente a la juguetería y los ve

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 21 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 9 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.148.

Del cruce de ¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? Con ¿En qué se basa su percepción de calidad de los juguetes? surgieron los siguientes resultados, según las opciones:

- Durabilidad

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 25 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 20 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.157.

- Funciones

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 32 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 21 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.125.

- Marca

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 2 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 16 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.512.

- Riesgo de uso

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 7 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 2 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.153.

- Utilidad

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 33 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 14 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.264.

- Relación costo beneficio

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 21 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 15 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.264.

- Materiales con los que está hecho el juguete

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 21 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 16 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.197.

Del cruce de ¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? Con ¿Quién impulsa generalmente la compra del juguete? surgieron los siguientes resultados, según las opciones:

- El niño

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 53 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 41 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.102.

- Usted

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 19 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 13 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.193.

- El maestro

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 1 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 1 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.186.

- La familia

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 2 sí influye la marca en la compra del juguete. El valor de ETA fue: 0.257.

- Otra persona

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 1 no influye la marca en la compra del juguete. El valor de ETA fue: 0.135.

Del cruce de ¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? Con ¿En qué ocasiones le compra juguetes a su hijo? surgieron los siguientes resultados, según las opciones:

- Ocasiones especiales

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 7 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 6 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.107.

- En su cumpleaños

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 37 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 28 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.249.

- Navidad

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 37 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 27 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.213.

- Fin de curso

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 8 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 3 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.251.

- Día del niño

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 15 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 10 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.157.

- Premio para motivar al niño

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 12 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 8 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.139.

- Vacaciones

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 1 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 1 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.127.

- Ferias

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 1 no influye la marca en la compra del juguete. El valor de ETA fue: 0.261.

- Cuando el niño está enfermo

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 1 sí influye la marca en la compra del juguete. El valor de ETA fue: 0.341.

- Después de sus conciertos

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 3 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 1 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.200.

- Cuando salimos

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 1 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 1 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.127.

- Para Reyes Magos

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 2 no influye la marca en la compra del juguete. El valor de ETA fue: 0.185.

- Cuando los quiere

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 7 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 3 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.189.

- Cuando los necesita

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 1 no influye la marca en la compra del juguete. El valor de ETA fue: 0.261.

- En su primera comunión

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 1 no influye la marca en la compra del juguete. El valor de ETA fue: 0.261.

- Cuando me provoca

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 1 no influye la marca en la compra del juguete. El valor de ETA fue: 0.261.

- Cuando tengo dinero

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 1 no influye la marca en la compra del juguete. El valor de ETA fue: 0.261.

- No hay ocasión específica

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 4 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 2 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.203.

- Siempre

De los padres o representante que sí consideran esta opción, para 1 no influye la marca en la compra del juguete, mientras que para 1 sí lo hace. El valor de ETA fue: 0.204.

6.1.5 Análisis estadísticos escalares

Edad

- Media: 40.66
- Mediana: 40.00
- Moda: 42
- Desviación típica: 7.523
- Asimetría: 2.578
- Curtosis: 13.581

¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?

- Media: 204.94
- Mediana: 200.00
- Moda: 150
- Desviación típica: 87.149
- Asimetría: 0.263
- Curtosis: - 0.207

¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?

- Media: 2.94
- Mediana: 3.00
- Moda: 1
- Desviación típica: 1.736
- Asimetría: 0.340
- Curtosis: - 1.145

6.2 Entrevistas

Tabla 3. Entrevistas sujetos: 1, 2, 3 y 4

Preguntas	Individuo 1	Individuo 2	Individuo 3	Individuo 4
	Sexo: femenino. Colegio: Los Arrayanes.	Sexo: masculino. Colegio: Los Arrayanes.	Sexo: femenino. Colegio: Los Arrayanes.	Sexo: femenino Colegio: Los Arrayanes.
A la hora de comprar un juguete nuevo para su hijo o hija ¿De quién es la iniciativa?	“Mía o del papá, igual”	“Bueno ella normalmente cuando pasamos por un centro comercial y vemos una juguetería le encanta entrar a la juguetería y dice que le compren esto, que le compren lo otro, pero ella sabe que nada más los juguetes son para cumpleaños, navidad, ocasiones especiales y en ese caso, este, obviamente soy yo quien tiene la iniciativa”	“Siempre la iniciativa es de ella”	“De él”
¿Quién escoge el juguete, usted o el niño o niña?	“El niño lo escoge y nosotros por lo general lo que hacemos es revisar si el juguete está acorde con la edad del niño”	“Yo creo que es en conjunto, porque ella puede decir que si quiere esto o quiere aquello, y bueno dependiendo del tipo de juguete puede ser el juguete que ella escoge pero en otras ocasiones yo lo escojo por ella”	“Ella, primero ella siempre tiene súper claro qué quiere cuando va a la juguetería y si no lo tiene ella lo escoge”	“Yo intento que él lo escoja y si no estoy muy convencida trato de orientarlo hacia otro que de verdad piense yo que le puede servir un poco mejor” “Cuando a veces considero que o son muy para la edad de él o que están a veces por debajo de él, porque a veces

				se deja guiar por lo que tienen los amiguitos y a mí me parece que es muy chiquito y él ya tiene edad para otras cosas”.
¿Qué aspectos considera a la hora de comprar un nuevo juguete?	“Que sea educativo (...) bueno y que no sea muy costoso”	“En esta edad tiendo a buscar juguetes o que sean deportivos o que sean educativos (...) pueden ser o cuestiones de computadoras, educativos, de juegos de computadoras también puede ser, de esos electrónicos, estilo Wii y cosas de esas”	“Sobretudo que le vaya a durar mucho tiempo y que le vaya a distraer mucho tiempo”	“La edad del niño, y la edad que más o menos dice el juguete para lo que pueda hacer, y lo que pueda hacer él con el juguete. Si puede aprender, o si es medio violento (...)”
¿Qué juegos juega usted con el niño o niña?	“Con los juguetes que tiene en la casa”	“Normalmente montamos bicicleta, jugamos tenis, jugamos pelota”	“Juegos de dramatización, juegos de computadora, juegos de Nintendo”	“Armamos rompecabezas, cartas, a veces stop que es de escribir (...)”
¿Cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes?	“Por los mismos niños, este, cuando vas a la juguetería, eh ¿qué más así? Este, A veces hablando con las mamás también”	“Bueno simplemente uno va a las jugueterías y cuando ella entra uno da una vuelta... La juguetería siempre es lo mismo, entonces por internet uno muchas veces se entera de las cosas, o de los amigos (...) los amigos es una de las fuentes normalmente más importantes”	“Por la televisión”	“Por él. Comenta que un amiguito tiene tal cosa”
Según su percepción como	“Depende de las edades, por lo menos la mayor -7	“A ella le encanta los estilo de muñecas, y cosas de esas, las	“Pues yo diría que juegos de mesa, juegos electrónicos	“El que esté de moda, lo último que haya salido en

<p>representante ¿Qué tipo de juguetes prefiere su niño o niña?</p>	<p>años- prefiere juguetes más de mesa (...)"</p>	<p>cosas muy femeninas, también le gustan los juegos de Wii (...) a ella le gusta de todo, pero le gustan mucho los juegos femeninos"</p>	<p>(...) ya yo creo que un poco el juego no tanto, más que todo cosas electrónicas: juegos de computadora, juegos de Nintendo, Ipod, cámara fotográficas"</p>	<p>juguetes o uno que de verdad que a él le guste. Le encantan los legos, entonces esos por el tiempo no importa"</p>
<p>¿Qué juegos promulgan?</p>		<p>"Bueno sí, como te dije los juegos más educativos, por ejemplo, este le regalamos una laptop cuando pasó al segundo grado y bueno ya le dijimos donde está la wikipedia, donde si tiene dudas se mete aquí y escribe tal cosa. Cuando estaba más chiquita también le comprábamos software de estilo de motores y de lectora, y de todo esto, esos son los que más me gustan. Obviamente los familiares le compran todos los juegos que no sirven para nada, no mentira, son los juegos de las muñecas"</p>	<p>"En la casa yo trato un poco de que quite un poco esa parte tanto de electrónica y un poco más los juegos por lo menos de mesa que puedan traer algún tipo de conocimiento o cosas manuales de pintura para que desarrolle otras áreas"</p>	<p>"Los que los enseñan a pensar, los de armar, más que hay otros juegos que no me parecen adecuados que son más por moda que por lo que él pueda necesitar, querer, o que le puedan educar"</p>
<p>¿En qué medida dirigen la petición que el niño o niña hace del juguete?</p>	<p>"Depende si hay un motivo por estar en la juguetería para comprar el juguete, se ve el juguete y si es acorde a lo que te comenté antes de la edad y es</p>	<p>"Yo creo que este es un proceso de educación en torno a eso, porque cuando están más chiquitas es quiero esto, quiero esto, quiero esto cada vez que salimos, o</p>	<p>"Eso es difícil porque cuando están claros de lo que quieren no tienes como convencerlos". Se le preguntó: Si ellos quieren algo se lo</p>	<p>"Los llevo a la juguetería. A veces cuando les quiero comprar un juguete los llevo y ahí es cuando yo comienzo a orientarlos y a leer para qué es el</p>

	<p>educativo, este se compra, también depende del costo. Pero no regalas un juguete por regalarlo”</p>	<p>ven una propaganda o un comercial, o lo que fuera entonces es quiero esto, quiero esto, y la manera de enfrentar eso es que los juguetes son nada más para premios o para ocasiones especiales y hay que apreciar el dinero, que a los niños no se les puede dar de todo, y ya a ésta edad ella es consciente de esas cosas”</p>	<p>compran. “Lo más seguro es que sí, puede ser que se llegue a un acuerdo un poco de que si tu quieres esto pero también vamos a comprarte esto que también lo necesitas y vamos a probarlo a ver qué tal”</p>	<p>juguete también. Porque si son muy tontos o si son no muy de acuerdo a su edad trato de convencerlos por otro”</p>
<p>Listado de los últimos juguetes que han comprado ¿Por qué?</p>	<p>“Hay uno en inglés que es de Educat creo que es. Los de Natalie no fueron juguetes, fueron más relojes. Natalie ya no juega tanto con juguetes, sino juegos de mesas, cosas así como monopolio, pero esos ya están en la casa más que todo. Ya ahorita pide otro tipo de cosas: cd’s, películas también”</p>	<p>“Sí, el último fue una laptop, el penúltimo fue un juego de Wii, Mario Kart, y el antepenúltimo fue un microscopio, soy consistente con lo que digo (...)”</p>	<p>“El Wii, una Nintendo de esas pequeñitas, una cámara digital y un juego de mesa”</p>	<p>“El último que le compré fue un muñequito que se conecta a la computadora “el <i>funcky</i>” porque a él le gusta, crea mundos, a pesar de ser en la computadora, son para que ellos desarrollen e inventen y le creen unas historias. No sé muy bien cómo es el juego pero es algo así. Él le crea mundos, me dijo que le faltaba eso para crearle mundos. Llegó derecho y lo conectó, y yo no sé si lo volverá a utilizar, pero ese fue el último que le compré (...) No, no lo necesitaba, pero</p>

				le faltaba ese modelo de alguna manera para completar sus mundo y sus cosas que a él le gustan.”
¿Recuerda algún juguete que haya sido de gran importancia para el aprendizaje de su hijo o hija? ¿Cuál? ¿Por qué?	“Sí... Natalie jugaba mucho con ese -el señor papa-... y le encantaba mucho el de los cubos, de las formas que eran un cubo, ibas metiendo los tacos pero con la forma y los colores, ese le encantaba. Y... los Polly Pocket también le encantan”	“Bueno sí, hubo uno de computadora que era Reader Rabbit que le gustaba mucho los cuenticos y yo creo que eso le ayudo mucho para el interés de los cuentos porque eran animados... por ejemplo el de memoria también posiblemente, bueno el último que es la laptop que yo creo que esa poco a poco va a ir aprendiendo porque todavía es un mundo que no ha podido descubrir por completo y está todavía en ese aprendizaje”	“Bueno a veces me parece que a pesar de que hay mucha gente que está en contra de los juegos de tecnología y de Nintendo, hay muchos de Wii que son buenos para desarrollar por ejemplo el Wii ahora que tiene cosas de movimientos, que si para motricidad, para hacer ejercicios, a veces los ayudan con la psicomotricidad... creo que se le puede sacar un poco de partido”	“Yo creo que los legos. Los legos siempre, desde chiquiticos hasta todavía más grandes, son buenos porque los ayudan a construir y a inventar formas”

Tabla 4. Entrevistas sujetos: 5, 6, 7 y 8

Preguntas	Individuo 5	Individuo 6	Individuo 7	Individuo 8
	Sexo: masculino. Colegio: Emil Friedman.	Sexo: femenino. Colegio: Emil Friedman.	Sexo: femenino. Colegio: Emil Friedman.	Sexo: masculino. Colegio: Emil Friedman.
A la hora de comprar un juguete nuevo para su hijo o hija ¿De quién es la iniciativa?	“En la mayoría de los casos de los chamos, que son los que andan con la idea de que les compren siempre juguetes”	“La iniciativa casi siempre es de mi hija, que es la que ve la innovación”	“De la niña”	“De la niña”
¿Quién escoge el juguete, usted o el niño o niña?	“Cuando entra en una juguetería el agarra todos los juguetes, quiere todos los juguetes que están ahí, señala todos los juguetes, pero siempre el que está de moda, el que normalmente los amiguitos están comprando entonces quiere ese juguete igual que los amiguitos”	“Casi siempre soy yo la que lo escoge, basado en la utilidad que le vaya a dar al juguete”	“La niña”	“La mamá, generalmente la mamá”
¿Qué aspectos considera a la hora de comprar un nuevo juguete?	“Que se vaya más por la parte intelectual, juegos de mesa, ajedrez... pero terminan siendo videojuegos o bromas inútiles”	“Que no sea peligroso para ella, que vaya a pasar un rato agradable, que sea didacta, que vaya a sacar provecho del juguete”	“Que le sirva para su desarrollo mental, su destreza, que le llame a ella la atención para poder ella resolver cualquier situación”	“Primero que todo que la niña lo quiera, segundo que no haga daño que no haga iniciativas de peligro. Y como es una niña generalmente son”

	(...)"			muñecas"
¿Qué juegos juega usted con el niño o niña?	"Todos los que tiene él. Si tiene videojuego y quiere que juguemos, jugamos videojuegos. Si tiene juegos de mesa, jugamos juegos de mesa. Juegos como el ajedrez lo agarramos por iniciativa mía (...) Todos los juegos (...)"	"Con las muñecas, porque ella es pasión con las muñecas, jugamos juegos de mesa"	"Juegos de mesa"	"Generalmente juegos de mesa"
¿Cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes?	"En un 75% porque él me dice que hay un nuevo juguete en la calle. Y el resto porque uno ve televisión y ve la publicidad de los juguetes nuevos. Pero la mayoría de los casos él dice que hay un nuevo juguete y lo quiere"	"Cuando mi hija llega a decirme, o también por la televisión. En algunas ocasiones por medios impresos"	"Por la propaganda"	"Generalmente por televisión"
Según su percepción como representante ¿Qué tipo de juguetes prefiere su niño o niña?	"Realmente deportes, que sean más de deportes. Pelotas, bates, guantes. Juegos al aire libre. Después le gustarían juegos intelectuales como ajedrez, ludo, memoria, juegos que tengan que medio usar la cabeza. Y de último	"(...) le gustan los juguetes que la ayudan a pensar, los juegos de mesa, las muñecas, cosas con las que pueda ella crecer". "Por ejemplo para las muñecas, prefiere su muñeca e interactúa con ella, o sea, que de repente ella pasa a ser la mamá de la	"Bueno, a ella le gustan mucho los juegos de mesa, los juegos didácticos y lo que son las muñecas, las casas, las Barbies, los bebés, todo eso"	"Las muñecas"

	<p>los video juegos que a veces dicen que hay unos videojuegos que si les ponen aquello, más motores (...)</p> <p>Pero la mayoría de las veces escogen son los videojuegos o los inútiles, que uno no sabe qué son, unas cartas que tienen poderes súper mágicos y uno gasta mucho dinero en eso”.</p>	<p>muñeca (...) Ella se siente bien con ese juguete”.</p>		
¿Qué juegos promulgan?	“Deportes, puros juegos deportivos”	“Le gustan mucho las cartas, juegos de mesa, cuando está con las amiguitas ya inventa juegos más al aire libre, pelota, correr, la ere, stop, ese tipo de juegos”	“Lo que sea para ella para su desarrollo, para que aprenda. Cosas que tenga ella que construir, pintar, mover. Todo eso, artístico”	“Los juegos de mesa”
¿En qué medida dirigen la petición que el niño o niña hace del juguete?	“Yo automáticamente hay juegos que uno ve que uno sabe que no sirven para nada, son simplemente la broma nueva (...) el que supuestamente es mejor que el anterior pero es la misma estupidez (...) Más bien trato de decirle que no, que hay otro tipo de juego, o desvío la atención hacia otro,	“(…) dependiendo de la edad. En este momento que esté de acuerdo a lo que ella quiere. Que sea apto para su edad, que le vaya a dejar un beneficio en su momento (...)”	“Que lo utilice. Eso es lo que a mí me gusta, que ella me pida algo, que se lo compre y lo utilice. No de repente que porque ella lo vio en publicidad, entonces llegó y lo coloca ahí”	“Generalmente la estudiamos un poquito, le damos un poquito de largas, hacemos que ella participe de la compra del juguete con sus ahorros para que le duela, lo cuide y juegue con él en la medida que tenga oportunidad de jugar con su juguete”

	como rompecabezas cosas de esas, que de repente son más de hacer en conjunto y que de repente pudiera ser más de usar la cabeza. Si puedo agarrar y no comprárselo, no se lo compro (...)"			
Listado de los últimos juguetes que han comprado ¿Por qué?	<p>"(...) de lo último le compré una pelota de básquet. Cuando hubo la moda de las barajitas. Sí sé que la madre le compró una pelotica de "bakuban" (...) No quería pero se la compró"</p> <p>"Se pone con que él lo quiere, lo quiere. A veces, claro, es una manera, de cuando él dice que se porta bien, hace su tarea, y trae buenas notas, entonces él dice "yo quiero tal cosa" entonces una manera de premiar un poco el hecho de que está haciendo un esfuerzo estudiando."</p>	<p>"Cosas para su muñeca, en este caso la American Girl, se le compró la mesita para comer, un closet para guardar sus cositas, y ropa que le encanta para cambiar las pintas que tiene"</p> <p>"Ella se siente identificada con la muñeca que es parecida a ella. Una muñeca que es ella. Me pareció bien conito que tiene su cunita que ella jugara con su muñeca. Tiene amiguitas que tienen la misma muñeca, que comparten. Hacen reuniones con las muñecas inclusive"</p>	<p>"Las Barbies, porque le fascinan las Barbies, los vestidos. Todo lo que sea de colocarlo bonito. Y juegos de mesa."</p>	<p>"La American Girl, y todos los aditivos que trae la American Girl en distintas oportunidades obviamente porque no se puede comprar todo de una vez. Se le compra porque ella lo quiere, porque le gusta y porque las amiguitas lo tienen y ella lo ve en casa de las amiguitas y comparte con ese tipo de juguete la niña"</p>
¿Recuerda que algún juguete que haya sido de gran	<p>"(...) No, no relaciono ninguno (...)"</p>	<p>"(...) hubo un juego que le regalaron que le encantó, que tenía que ver con conociendo a</p>	<p>"(...) de armar de ponerse ella a tejer, todo lo que tiene que ver de desarrollo de</p>	<p>"sí, creo que lo que han sido las muñecas, las Barbies, la American Girl, es el cuido, yo</p>

importancia para el aprendizaje de su hijo o hija? ¿Cuál? ¿Por qué?		Venezuela, y tenía que marcar los Estados con sus capitales, le llamó la atención lo de la lucesita. Fue un juguete que le impactó. Y le sirvió muchísimo.”	destreza (...)”	creo que es el instinto maternal que ya traen las niñas, o sea naturales, es un instinto natural que tienen las niñas por jugar con ese tipo de juguetes”
---------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.3 Focus Group

Tabla 5. Focus Group niñas Colegio Emil Friedman

Preguntas	Niña 1	Niña 2	Niña 3	Niña 4	Niña 5	Niña 6	Niña 7
¿Cuál es tu color favorito?	Morado	Fucsia	Amarillo	Fucsia	Fucsia	Morado	Rosado
¿Con quién juegas?	Con Alexandra y más niños.	Con Mafe, Gala y María Ester – amigas-. A veces con mis hermanos.	Con Sebastián –amigo-	Con mi mejor amiga que es Faby. También juego con mi hermana.	Con mi hermana, con mis amigas, algunas veces juego sola y algunas veces mi mamá juega conmigo.	Con mi mejor amiga Victoria y con mis otras amigas. Juego con mi mamá.	Con Valeria, Ana Paola, Isabela, Edgar y Andrés Eloy – amigos-. Juego con mi mamá.
¿A qué juegas o con qué juegas?	A la ere.	A hacer guerra de almohadas con mi hermana. En el colegio juego con las	Con mi caballo (el que es una cabeza que tiene rueditas).	A los tacos, haciendo tarros. Computadora. American Girls.	Algunas veces juego en el computador Mis muñecas. El juego de	A la ere. Al escondite.	A la ere. A la cuerda. A las muñecas.

		American Girls.			“vamos”.		
¿Cuál fue el último juguete que te regalaron?	Un perro eléctrico de peluche	Una Blancanieves	Un caballo grande de juguete	Una libreta de Hello Kitty	Un libro de la Sirenita	Un Stich de peluche	Una libreta de High School Musical
Imagina tú juguete ideal ¿Cuál y cómo es?	Un perro de peluche	Un gato de peluche	Un gato de peluche	Un tigre	Un osito grande de peluche	Como una pega que se deja secar y se forma una pulsera	Un pollito.
Dibuja tú juguete ideal. Dinos su nombre, y describe al juguete y sus funciones.	<p>Lupito</p> <p>Lupito: el perro.</p> <p>Valeria: la mariposa.</p> <p>Florecita: la flor.</p> <p>Lupito trae comida. Es marrón y tiene una mancha blanca en el ojo.</p> <p>Florecita echa aire rico.</p> <p>Valeria va</p>	<p>Peter</p> <p>Es un gato como un robot, tú le dices lo que tú quieras y él te lo hace.</p>	<p>Coqui</p> <p>Es un caballo rebelde. Es mágico, te cumple deseos.</p>	<p>Panncita</p> <p>Es una pelota que si la tocas y dices un país vas a ese país.</p>	<p>Alfombra mágica</p> <p>La alfombra tira un polvo y hace volar a las personas y tú le pides lo que quieras y él te lo trae. Para que tire el polvo hay que darle a un botón. Es rosada.</p>	<p>Zube</p> <p>Este es una pulsera, este es un secador, estas son unas pinturas que se ven como goma que después las pones en la figura, las dejas en es secador y se ponen así. Hace pulseras, collares y animales. Viene de</p>	<p>Flopi</p> <p>Caja Mágica.</p> <p>Es una cajita que tú la abres y lo que tú quieras se te concede. Luego la abres y sacas lo que tú quieras. Metes la mano en la caja y piensa lo que quieres. La caja es naranja,</p>

	a llevar a pasear a los que les caen bien en el aire.					casi todos los colores, no viene en gris ni negro.	azul, azul, verde, fucsia y amarillo.
Observaciones del investigador	<ul style="list-style-type: none"> • La mayoría de las niñas dijo no jugar con sus padres. • Todas las niñas dijeron elegir los juguetes que quieren, los padres los compran. • La mayoría de las niñas quiere juguetes mágicos que les puedan dar todo lo que ellas quieren. • Les gustan los juguetes coloridos. 						

Tabla 6. *Focus Group* niños Colegio Emil Friedman

Pregunta	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3	Sujeto 4	Sujeto 5	Sujeto 6
¿Cuál es tu color preferido?	Verde	Azul	Anaranjado	Azul claro	Amarillo	Anaranjado
¿Con quién juegas?	Amigos del colegio	Mi papá, mi hermano. Con mis amigos a veces, me gusta más jugar solo.	Mis amigos	Mi hermano	Mi papá y mi hermano. Con mis amigos también.	Mi papá
¿Qué juguetes utilizas?	Fútbol. Con el celular. Wii.	Beisbol Voleibol Lego Fútbol	Fútbol Wii PlayStation, el favorito. Cartas Lego	Básquet Fútbol X men	Ajedrez, juguete favorito. Básquet. Fútbol.	Wii

¿Cuál fue el último juguete que te regalaron?	Max Steel	La pelota del mundial.	En navidad una patineta para los dedos.	PlayStation 3 Black Berry.	Juguete para hacer origami.	Pictureka.
Imagina cuál es tu juguete ideal ¿Cómo es? ¿Qué hace?	Pinchos en los brazos que tienen veneno y mata. Con aletas y pies. Llamado Moks. Un Aquaman.	Niñito que cuando come helado se vuelve un monstruo. El chino-man.	El niño ventilador	Lamborghini que tiene armas y está pintado de militar. Y lanza todo también.	Michael Jackson Robot	Un dragón que tiene un escudo y lanza armas y metralletas.
Dibuja tu juguete ideal ¿Cuál es su nombre? ¿Qué hace?	Aqua-Moks Tiene veneno en los brazos y escupe por la boca.	Chino Man Es invencible. Es chiquito y siempre está vestido así.	El niño ventilador Hace “ssshhhhhh”	Lamborghini Dispara ametralladoras y pistolas, es verde y morado.	Cerebrón Su cerebro es un libro. Se convierte grande con el cerebro, pero es pequeño para poderlo tener en el cuarto.	Hace de todo lo que él quiera.
Observaciones del investigador	<ul style="list-style-type: none"> • Sólo un niño hizo asociación del juguete con la ocasión en la que se lo dieron, Navidad. De resto no hubo asociación directa del juguete con alguna ocasión. • Cada uno se imaginó su juguete pero para el desarrollo de la historia sus poderes y formas iban cambiando. • Las dos historias que crearon juntas fueron sobre guerra y la lucha entre el bien y el mal. Los juguetes que representaron les proporcionaban a ellos poderes para luchar y vencer. Aceptaban el hecho de ser vencidos y morir. • A la hora de pintar utilizaron todos colores oscuros como el rojo y el negro. El negro descrito en un momento como el color de la maldad. 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Prefieren jugar en la casa. • Ellos eligen los juguetes. • Los papás compran juguetes. • Y hacen tratos. Cada vez que ellos hacen algo, los papás los premian- • La mayoría juega con su papá, con la mamá algunos a veces. • Los fines de semana pasan tiempo con sus papás.
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabla 7. *Focus Group* niñas Colegio Los Arrayanes

Preguntas	Niña 1	Niña 2	Niña 3	Niña 4	Niña 5	Niña 6
¿Cuál es tu color favorito?	Morado	Rosado	Fucsia	Azul	Verde	Verde manzana
¿Con quién juegas?	Con mi hermana. Con Gabriela, Paula, Valentina, la otra Valentina, Bárbara, Luisa - amigas-	Con mi hermana. También con mis amigas – Luisa, Michelle, Camila-. Con mis primas, a veces con mi mamá.	Con mi papá y mi tío. Con mis amigas - Gabriela, Valentina, Michelle, Camila, Valen, Luisa, Bárbara). Con mi mamá.	Con mi papá, con la ex esposa de mi papá y con mi mamá.	Con mis primos, con mi papá, con el novio de mi madrina.	Con Rosangel – hermana- Con mi abuela, mi papá y con mis amigas.
¿A qué juegas o con qué juegas?	Con mi Barbie. Rompecabezas. A los bebés. A la escuela.	A las muñecas. A la ere. A hacer la estrella. Al escondite. Wii.	Wii. A la ere. Al hilo y a la aguja. Al escondite. A veces hacemos la estrella en educación física.	Wii. Con las muñecas. A la cocinita.	Wii Juego Uno.	Con mi boquitoque Uno. Al hilo y a la aguja. A la ere. A las escondidas.

			A las muñecas.			
¿Cuál fue el último juguete que te regalaron?	Barbie	Barbie de bikini	Bicicleta	Barbie	Pelota	Boqui toqui
Imagina tú juguete ideal ¿Cuál y cómo es?	Es una nave que tiene poderes para volar y se llama Squeece. La nave es chiquita pero por dentro es muy grande. Tiene una capa de cristal.	1. Barbie con una tabla de surf. 2. Un corazón que vuela.	Un juguete que es algo que hace todo, puede cambiar todo, puede volar, es rosado y tiene una capa de cristal. Robot Camila. Mi juguete tiene diamantes.	Una chica superpoderosa para poder destruir a los robots y poder congelar.	1. Siempre he soñado con tener alas. Un unicornio que puede destruir a todas las personas malas y puede ayudar a las personas. 2. Una muñeca con alas.	Es como un ángel que puede volar, tiene como el cabello rizado. Tiene visión de hielo. Tiene súper pies. Se llama la súper máquina destructora. Combate el crimen.
Dibuja tú juguete ideal. Dinos su nombre, y describe al juguete y sus funciones.	Natalina Yo soy una nave y tengo una capa de cristal que se abre y se cierra (es morada). La nave puede volar, tiene poderes y salva al mundo.	Cristina Puedo volar, tengo diamantes para lanzar para poder volar tengo tabla de surf hecha de estrellas y corazones. Para volar, vuelo, lanzo	Rosio Una muñeca que tiene alas, tiene una capa de cristal rosada, vuela, puede hacer todo lo que quieras. Con la capa se puede	Oso goloso Un oso que es malo y lanza gritos. Además de gritar come humanos.	Mariposa Es un personaje con el que puedo jugar a que puede volar y salva el crimen y hace cosas buenas y ayuda a	Ángela Es "como" un ángel, puede volar, tiene visión de hielo y poder de súper fuerza. También combate el crimen contra los malos.

		diamantes, surfeo y tengo rayos en mis ojos. Los diamantes tienen hielo porque tengo un anillo que tiene un diamatecito de hielo para congelar al monstro.	combatir el crimen, porque la capa se enfría mucho hasta que congela a la gente del crimen y tiene una cosa que es caliente que descongela para llevarlo a ver qué está haciendo. Vive en un castillo con rosado y verde		las personas cuando les pasan cosas malas y puede hacer que las personas se animen.	
Observaciones del investigador	<ul style="list-style-type: none"> • Normalmente ellas eligen sus juguetes. Algunas niñas contestaron que a veces los eligen sus madres. • La mayoría de las niñas le dio poderes a su juguete para combatir el crimen o salvar al mundo. • Presencia del poder de volar como atributo del juguete. 					

Tabla 8. *Focus Group* niños Colegio Los Arrayanes

Pregunta	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3	Sujeto 4	Sujeto 5
¿Cuál es tu color preferido?	Azul	Rojo	Negro	Rojo	Amarillo
¿Con quién juegas?	Mi papá, amigos del colegio.	Mi primo, mi mamá y Paula – amiga- Con mis 5 hermanos.	Mi hermana, mi mamá y con Sebastián – amigo-	Mi hermanito cartas y con mi abuela cartas	Mi hermano

¿Qué juguetes utilizas?	Con la pelota de fútbol. Power rangers. Wii.	Beisbol y fútbol. A ser doctor, presidente, piloto de la marina.	Fútbol. Juguetes de power ranger. Play Station 3	Voleibol. Toy Story – buzz light year- Wii y Nintengo.	Pelota y natación. Tennis. Power Ranger.
¿Cuál fue el último juguete que te regalaron?	Cartas de Adrenalyn XL, albúm de panini.	Monopatín eléctrico	Cartas	Toy Story – buzz light year-	Cartas de Adrenalyn XL, albúm de panini y el tablero.
Imagina cuál es tu juguete ideal ¿Cómo es? ¿Qué hace?	Tengo metralletas y puedo explotar.	Guardián espacial	Águila con armas en las alas. Le quita las cabezas a los robots.	Dinosaurio mataba a todas las personas y se comía el mundo. Robot de ojos laser.	Mitad Power Ranger, que hace cualquier cosa y salva el mundo.
Dibuja tu juguete ideal ¿Cuál es su nombre? ¿Qué hace?	Puede hacer de todo.	Buzz Light Year Vuela con propulsores espaciales, tiene para rayos laser y es de Disney.	Chico Águila Puede hacer cualquier cosa, es bueno, salva el mundo. Tiene truenos que hace que vuele. Y le gusta amarillo.	Dino Es malo y echa fuego. Mata a las personas y echa rayos.	Matador, malo y rebelde. Ojos malos y rojos. Sus funciones son: explotar sin desarmarse, disparar con una metralleta escondida en el hombro y un cuchillo para clavar, destruir a los malos y tiene un lanza llamas.
Observaciones del investigador	<ul style="list-style-type: none"> • Sólo asistieron ese día 5 niños de 1er grado. • Cuando se les pidió que se imaginaran sus juguetes buscaron agregarle cualidades a los juguetes ya existentes como los Power Ranger. • Historias de matar y bestias enormes que se comen cosas y acaban con el mundo. División entre el lado bueno y el lado malo. • Historia como la de Toy Story y tipo de aventura de comiquita. • Ellos eligen sus juguetes, no sus padres. • No hubo mención de las ocasiones en las que reciben los juguetes. • Les gustan todo lo que les preste los efectos para sus juegos de: metralletas, explosiones, lasers, agua, fuego, etc. 				

6.4 Discusión de resultados

El estudio que se llevó a cabo está enmarcado dentro de una investigación de mercado, es cual se basa según Wells y Burnett (1996) en la identificación de las necesidades del consumidor y que, según establece la Asociación Americana de Mercadotecnia, enlaza al consumidor, al cliente y al público con la mercadotecnia, a través de la información. En este caso se buscó llevar a cabo una investigación que relacionara a los padres o representantes – los compradores- y a los niños o niñas – consumidores-, con los aspectos de la mercadotecnia para identificar los atributos de un nuevo juguete didáctico y satisfacer sus necesidades al ser tomados como el público objetivo.

Kotler y Armstrong (2006), definen el mercado como el grupo de compradores reales y potenciales, de un producto o servicio, que comparten una necesidad o un deseo que puede ser satisfecha mediante una relación de intercambio. Para fines de esta investigación los compradores son los padres, madres o representantes, de los niños de seis años y seis meses a siete años y siete meses de edad. Los resultados de las encuestas arrojaron que la mayoría de los encuestados tienen 42 años de edad y fueron mujeres.

El mercado fue segmentado en los niños y niñas entre 6 años y 6 meses y 7 años y 6 meses, y sus padres o representantes. La segmentación del mercado es definida por Stanton (1982) como el proceso de seleccionar del mercado total, de un producto, varios submercados o segmentos, con características similares. Para la investigación el mercado fue segmentado según variables demográficas, las cuales agrupan según la edad, ingresos, estado del empleo, etc. Variables socioeconómicas, aquellas que relacionan la situación económica de la familia; y variables psicográficas, características psicológicas del consumidor que se pueden cuantificar.

El niño o niña en este caso, como se ha dicho anteriormente, es el consumidor del producto en cuestión, la conducta del consumidor es definida por O'Guinn, Allen y Semenik (1999) como todas aquellas actividades las cuales se encuentran relacionadas de manera directa con la obtención, consumo y eliminación de productos o servicios. Según los estudios llevados a cabo en la investigación a través de la experiencia de los *Focus Group* para los niños y las entrevistas y encuestas para los padres y representantes, se encontró que son los niños o niñas quienes en primera instancia, como consumidores, identifican su necesidad, comúnmente respaldada en que lo tienen todos sus amiguitos y por eso lo necesitan, y la enseñan a los padres quienes reaccionan a la compra o no.

El comportamiento de compra de una persona abarca todas las actividades que preceden, acompañan o siguen a las decisiones de compra (Lambim, 2003). Este proceso puede verse reflejado en las respuestas de los padres y representantes que se entrevistaron. La mayoría coincidió que al momento de realizar la compra del juguete, es el niño o la niña quien tiene la iniciativa de elegir qué juguete quiere, pero son los padres, como compradores, quienes evalúan las características del juguete para verificar que el mismo esté acorde con la edad del niño, que sea educativo y que les vaya a dejar algún tipo de beneficio más allá de la diversión. En el caso de que lo consideren apto para el niño lo compran, sino suelen orientarlos para que elijan otro juguete.

Se puede determinar que el nivel de involucramiento de los padres o representantes es situacional, definido por Assael (1999) como un compromiso temporal con el producto, al establecer que cuando el niño o niña quiere un juguete, bien sea porque se lo ha ganado por su desempeño escolar o buen comportamiento, o por ocasiones especiales, se toman el tiempo para ir a la juguetería y revisar las características de los juguetes. Con la finalidad de decidir qué comprarán para los niños, o buscar ellos dirigir la compra del juguete mientras guían al niño hacia aquellos que consideren pueden ser de mayor beneficio.

Las encuestas llevadas a cabo revelaron que más de la mitad de los padres o representantes encuestados están al tanto de lo que juega el niño, no obstante sólo una quinta parte dice fomentar ciertos juegos. Asimismo, las entrevistas develaron que los padres a la hora de fomentar ciertos juegos no lo hacen con mayor profundidad, sino que por el contrario están al tanto de lo que el niño sí quiere y basados en eso es que accionan la compra.

A través de las entrevistas se pudo conocer que los padres o representantes, algunas veces tienen la iniciativa de elegir ellos mismos los juguetes para los niños o niñas en ocasiones especiales como los cumpleaños o en navidad, pero que esa iniciativa como se dijo anteriormente, en la mayoría de los casos se ve superada al conocimiento de lo que el niño ya ha dicho que quiere, es decir no viene originalmente de los padres. Asimismo, la mayoría de los niños, en los cuatro *focus group* que se realizaron, aseguraron que hasta en sus cumpleaños son ellos mismos quienes eligen los juguetes que quieren que les compren, de los 24 niños sólo dos contestaron que a veces sus madres eligen los juguetes.

Por otra parte, cuando se les preguntó a los padres y representantes, a través de la encuesta, en qué se basaba su percepción de calidad de los juguetes, éstos respondieron que en las funciones del juguete, su utilidad y la duración del mismo eran las características principales para medir lo que Kotler y Armstrong (2006) definen como calidad, la capacidad del producto para realizar sus funciones.

Tanto en las encuestas como en las entrevistas, los padres, madres o representantes, concordaron que las principales fuentes de información para enterarse de la existencia de nuevos juguetes son los niños y los padres de los compañeros de sus hijos. Queda en evidencia que la comunicación boca a boca, una comunicación llevada a cabo por el público objetivo y sus vecinos, amigos y familiares, sobre un producto específico (Kotler y Armstrong, 2006), tiene mayor impacto para los adultos que la publicidad en medios tradicionales como la prensa,

la radio o las revistas. La televisión fue el medio tradicional masivo al que la mayoría de los encuestados y entrevistados hicieron alusión.

En cuanto a la implicación del género de los niños en la concepción del juguete y el juego, basados en que el género es la expresión de la biología sexual, la elección afectiva o ambas, se establece que éste sí representa una diferencia en el consumo (O`Guinn, Allen y Semenik, 1999). Asimismo, a razón del segmento estudiado se establece que la segregación sexual es común entre los preescolares y que se vuelve aún más frecuente en la tercera infancia, etapa de los niños y niñas en cuestión, premisa que se ve reforzada por la influencia de los grupos pares, que es quizás lo más poderoso (Smith, 2005).

Bjorklund y Pellegrini (2002) afirman que los niños participan en juegos físicos activos y exteriores más que las niñas. Ésta afirmación se comprobó en los *focus group* cuando se les preguntó a los distintos grupos a qué suelen jugar. Los varones respondieron en primera instancia juegos deportivos (futbol, beisbol, básquet, voleibol, natación), y que juegan con el Wii, que igualmente mantiene a los niños en movimiento. Por su parte, las niñas prefieren juegos más tranquilos y armoniosos con otras compañeras de juegos (Bjorklund y Pellegrini, 2002). La mayoría de ellas respondió que jugaba con sus muñecas (Barbies o American Girls) a las bebés, a la cocinita, a la escuela, entre otros. Estos juegos de las niñas según los mismos autores, tienden a ser más dramáticos ya que son historias simuladas que, por lo general, se enfocan en relaciones sociales y en roles nutricios y domésticos. Pocas alegaron jugar con el Wii y a *la ere* y *el escondite*.

En esta etapa del desarrollo infantil, los niños o niñas comienzan a pensar con cierta lógica, a tener conciencia de sus actos y a discernir entre lo verdadero y equivocado. Asimismo, es en esta etapa que la creatividad comienza a ser algo intencional y objetivado para romper estructuras rígidas. El niño o niña se siente capaz de romper esquemas establecidos. (Nunez, 2002). Igualmente, entre los 5 y 7 años el conocimiento de la propia memoria mejora y cuando relatan historias generalmente no las inventan por completo, es más probable que narren

experiencias personales, repitan las tramas de los libros, películas o programas de televisión. (Papalia, Wendkos, y Duskin, 2005).

Estos factores de cambio quedaron en evidencia en la construcción de las historias durante la experiencia de los *focus group*, los niños buscaban crear historias de increíbles guerras en las que el bien vencía al mal, de grandes y poderosos personajes que luchaban entre ellos, haciendo relaciones con películas o personajes de acción ya existentes que tenían en su mente y los adaptaban a la situación que diseñaran. Esto ocurrió particularmente en el *focus group* de los varones del Colegio Los Arrayanes; cuando se les pidió a los niños que imaginaran el juguete perfecto y que crearan una historia en conjunto, muchos asociaron la trama de la película *Toy Story*, que estaba en cartelera para la fecha, así como aventuras de otros dibujos animados y series como los *Power Rangers*.

Por otro lado, las niñas bajo la misma directriz de la fantasía hacían alusión poderes mágicos, acciones encantadas, aventuras entre amigas, etc. Que también entrelazaban con personajes o juguetes, ya existentes.

En las entrevistas se les preguntó a los padres, madres o representantes, qué tipos de juguetes prefieren los niños o niñas, y las respuestas más comunes fueron: juegos de mesa, muñecas, videojuegos y juegos deportivos. Lo que se ajusta a las declaraciones que realizaron los niños y niñas, durante las actividades del *focus group*.

Es importante recordar, como lo dijo, Jean Château (s.f), que toda la personalidad del niño se expresa en su juego.

Como afirman, Pelligrini y Gustafson (2005), los niños utilizan más objetos como armas, lo que se evidencia en las historias que crearon los dos grupos de varones en los *focus group* de los colegios Emil Friedman y Los Arrayanes. En ambas narraciones se evidenció la pelea con armas y la lucha entre el bien y el mal. Los mismos autores expresan que muchas veces el juego de los varones implica peligro y roles competitivos dominantes, por ejemplo: los juegos de batalla. La mayoría de los juguetes que los niños imaginaron tenían pistolas, metralletas,

cuchillos y rayos laser. Los colores que predominaron en los juguetes fueron el negro, el rojo y el verde.

Por su parte, las niñas imaginaron juguetes mágicos, que podían hacer todo lo que ellas quisieran, con la utilización de polvo mágico o sin él, como “hacer volar a las personas”, ir a distintos países si así lo desean, “combatir el crimen”, “ayudar a las personas buenas cuando les pasan cosas malas”, entre otros. Los colores que predominaron en los dibujos de las niñas fueron el rosado, el morado, el verde y el amarillo.

Con lo expuesto anteriormente, es posible confirmar el argumento de Bandet y Sarazonas (1972) en el que en los juegos, con imaginación, todo es posible para los niños.

Según Nunes (2002), a partir de los siete años cuando los niños alcanzan un nivel neurológico de madurez suficiente que les permite coordinar a un mismo tiempo las innumerables dimensiones que pueda tener un objeto (longitud, forma, altura, espacio, movimiento). Es por ésta razón que en los *focus group* los niños fueron capaces de detallar al máximo cómo se imaginaban su juguete ideal, describieron desde el contorno que debía tener su juguete, colores, dimensiones, tamaños, etc., hasta especificar el nombre que debía tener su invento.

En las encuestas y entrevistas realizadas, la mayoría de los padres o representantes afirmó que juega con sus niños. En contraposición a esto, en los *focus group* sólo la mitad de los niños dijo que sus padres jugaban con ellos. Igualmente, las encuestas arrojaron que no hay relación entre el sexo (masculino o femenino) de los padres o representantes, de los niños o niñas y el hecho de que jueguen o no con ellos. A diferencia de lo que comúnmente se cree, de que las madres juegan más que los padres con los niños o niñas. Se refuerza éste resultado con las respuestas de los niños en los *focus group* en los que siete niños dijeron que sus padres jugaban con ellos y otros siete niños dijeron que era con sus madres con quienes solían jugar.

No obstante casi todas las encuestas fueron llenadas por las madres o representantes femeninas de los niños o niñas, lo que sí refuerza el pensamiento de que son las mujeres las que se encuentran más involucradas con las actividades diarias del niño y lo que ocurre en sus actividades del colegio y la información que envían.

Es importante especificar que en los padres, madres o representantes que tienen edades comprendidas entre los 36 y los 44 años de edad, existe una mayor tendencia a jugar con los niños o niñas.

Cuando se les preguntó a los padres o representantes, cuáles juegos suelen promulgar en casa, respondieron en primera instancia que los juegos de mesa, los juegos educativos y manualidades o pintura que puedan desarrollar la expresión artística de los niños o niñas. Sin embargo, cabe resaltar que durante los *focus group*, ninguno de los niños con los que se trabajó nombró alguno de los juegos mencionados por los padres o representantes.

La mayoría de los encuestados aseguró que les ha comprado juguetes didácticos a los niños o niñas. Estos padres, madres o representantes, tienen principalmente entre 36 y 44 años de edad. Según Bandet y Sarazonas (1972), los juguetes didácticos son aquellos que se crean en función de un objetivo específico, y que normalmente responden a dos tipos de actividades mentales: un análisis y una síntesis que puede ayudar a la memoria del niño. De los ocho encuestados, cuatro de ellos respondieron que dos de los aspectos principales a la hora de comprar un juguete para el niño o niña, es que éste sea educativo y que vaya a aprender algo al utilizarlo.

En el análisis de los resultados se observó que no hay relación alguna entre el sexo (masculino o femenino) de los padres o representantes encuestados con el hecho de que le compren juguetes didácticos a los niños, lo que quiere decir que es una preocupación general el que el niño aprenda mientras juega.

En relación a lo que los padres, madres o representantes, están dispuestos a gastar en un juguete didáctico, éstos consideraron montos entre los 100Bs.F. y los 300Bs.F. Durante el análisis de los resultados se consiguió una incongruencia al momento del cruce de las preguntas de la encuesta: ¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? Con ¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? Ya que los padres o representantes que respondieron que la marca no influye en la compra del juguete estaban dispuestos a pagar un monto más elevado que aquellos encuestados que aseguraron que la marca sí influía al momento de comprar un juguete. Si la marca influye en la compra, los padres o representantes deberían estar dispuestos a pagar por los elementos distintivos de la marca en sí, lo que comúnmente se diría que pagan por la marca.

En general se puede establecer que sin tener que estar muy involucrados con los juegos que lleve a cabo el infante o los juguetes que quiera y utilice, los padres o representantes, reconocen la importancia del juego y del juguete en la vida de los niños o niñas, sobre todo en esta etapa. Entienden lo que en un marco más amplio, Jiménez, Dianello y Alvarado (2004) definen la lúdica como parte fundamental del desarrollo humano. Asimismo, lo que para Bandet y Sarazonas (1972) es el juego, la primera introducción a las formas sociales: “la aparición de reglas, la necesidad de tener en cuenta a los compañeros de juego, le muestran al niño la existencia de prohibiciones y le obligan a tomar conciencia de los demás”.

Para los niños o niñas, toda su personalidad se ve expresada en el juego, como plantea Château (s.f), la meta del juego es que el niño sea él mismo.

Es importante precisar que sólo un tercio de los encuestados considera que la marca del juguete es un elemento importante al momento de comprar el mismo. A diferencia de esto, *en los focus group*, la mayoría de los niños y niñas hablaron de sus juguetes como marcas no como simples genéricos, por ejemplo: la mayoría de las chicas dijeron *Barbie* o *American Girl* en vez de muñecas; y la mayoría de los varones mencionaron del *Wii*, los *Power Rangers*, el Lego, entre otros.

Lo expuesto a lo largo de este análisis tiene como finalidad identificar los atributos de debe tener un nuevo juguete educativo para niños y niñas de seis años y seis meses, a siete años y siete meses de edad. Se trabajó tanto con los padres, madres y representantes, como con los niños y niñas, para obtener una gama de resultados más extensos que permitiera, en la investigación, realizar un mejor trabajo.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

En el supuesto de que los niños representan en una sociedad su futuro, se considera importante el estímulo y la integración de las herramientas y factores necesarios para el logro de un desarrollo infantil integral completo en el que el niño o niña lleve a cabo sus procesos de aprendizaje de una manera tal que su condición física y cognitiva sea óptima para la continuación de su crecimiento hasta convertirse en un adulto.

Retomando el concepto de Jiménez, Dinello y Alvarado (2004) de juguete, como la vía natural de los aprendizajes, y de Nunez (2002) que lo define como parte de la vida del niño como un elemento central capaz de hacer posible el uso del habla, del pensamiento y de la imaginación. Se podría decir que, entonces, el tipo de juguete educativo, didáctico, definido como aquellos que son fabricados en busca de un objetivo en específico (Bandet y Sarazona, 1972), el cual se ubicó en el foco de atención del desarrollo de la investigación, es una de las herramientas de las que los padres, madres o representantes, están conscientes y consideran como parte importante tanto del entretenimiento como de su resultado educativo para el infante.

De esta premisa se parte para establecer que para los padres o representantes de los niños o niñas estudiantes de los colegios ubicados en el Este de Caracas, Emil Friedman y Los Arrayanes, el objetivo que impera en la elección de un juego didáctico es “facilitar el acceso al pensamiento lógico y descubrimiento de las reglas”.

Asimismo, que entre los factores de mayor importancia a la hora de adquirir un juguete están: las funciones del juguete, el grado de aprendizaje que pueda tener el niño o niña y el costo del mismo, este último, para los padres o representantes en general, puede llegar a variar entre 100 y 300 Bs.F.

Como se determinó anteriormente son los niños o niñas, quienes normalmente escogen sus juguetes, es por eso que representan el principal medio para los padres, y el mayor factor de influencia para la compra final.

En el caso de los niños y niñas, unos consumidores exigentes que están en constante descubrimiento y desarrollo, que imaginan fantasías y mundos en el que pueden llevar a cabo sus juegos y sus historias, y para quienes hoy en día no muchas cosas llegan a ser tan extraordinarias como todo lo que ocurre en sus juegos, las características que debe tener este nuevo juguete podrían dividirse en:

Niños

Los niños tuvieron mayor apego a los colores oscuros, que refuerzan la esencia del juego de guerra, el uso de armas, y la lucha entre el bien y el mal, tales como el rojo, negro y verde oscuro. Asimismo, sus juguetes ideales los dotan a ellos de poderes y de herramientas con las que viven en un mundo de acción.

Para los niños los juguetes son elementos que complementan sus batallas, estos juguetes los ayudan a ellos a desencadenar las historias y vivir el juego.

Niñas

Las niñas de esta etapa tenían mayor gusto por los colores claros y pasteles, tales como el rosado, morado, verde manzana y anaranjado. Para ellas los juguetes son el centro de sus historias. En sus juegos ellas recrean situaciones en las que viven mundos de fantasía y magia que aporta el juguete. Al contrario de los niños ellas ven al juguete como lo que dominará la historia y su diversión.

7.2 Recomendaciones

- Realizar una investigación profunda sobre el desarrollo de juguetes didácticos de las principales marcas consideradas por los consumidores.
- Llevar a cabo una investigación profunda con expertos en el desarrollo de juguetes didácticos, tales como ingenieros de juguetes, diseñadores, etc.
- Llevar a cabo la realización de los *focus group* en los que se pueda observar la interacción directa de los niños o niñas con los juguetes didácticos.
- Llevar a cabo una investigación con una muestra aleatoria tanto de los padres o representantes como de los niños o niñas.
- El juguete didáctico recomendado, tanto para las niñas como los niños, debe cumplir con el objetivo de: facilitar el acceso al pensamiento lógico y el descubrimiento de las reglas. Y se recomienda que desarrolle así:

Para los niños:

El juguete de los niños está caracterizado por ser un juguete de estrategia que busca ante todo el desarrollo del raciocinio, la creatividad y el pensamiento lógico, de los niños.

El juguete cuenta con una serie de actividades llamadas *misiones*, las cuales el niño puede escoger para, con base en sus especificaciones y reglas, llevar a cabo sus juegos. Las *misiones* especifican: *escenario* (lugar en donde se va llevar a cabo el juego: montaña, desierto, mar, el espacio, etc.), *personajes*, con la explicación y características de cada uno (tribus, animales, etc.), *el reto* (el fin de la misión), y *cómo lograrlo* (son las reglas o parámetros que deben cumplir, tales como: todos los movimientos en el *escenario espacio* serán en cámara lenta, no se permiten los movimiento a gran velocidad).

Es de gran atractivo para los padres y niños que el juguete pueda ser electrónico, pudiese tener la particularidad de que al prenderse llame la atención con una voz que explique cada misión, y que el niño a través de un control o botones en el mismo juguete pudiese adelantar o retroceder a su gusto. El hecho de que sea sólo voz permite que los niños tengan la libertad de imaginar todo lo que cuenta.

El juguete debe ser de colores oscuros tales como el negro, el rojo o el verde. En su estructura, se debe considerar que esté conformado por varias piezas, ya que cada pieza le pueda aportar algún poder o beneficio al juguete cada vez que el niño decida utilizarla o no, en este caso en específico cada pieza puede ser característica de la *misión* que el niño decida emprender.

Asimismo, el juguete debe estar diseñado para que el niño que lo tenga, que es individualista, pueda resaltar de alguna manera en el juego de grupo con el resto de los niños, como comúnmente juegan, es decir, con funciones únicas para cada *misión*. Dentro de estas funciones específicas se recomiendan, según la misión, considerar:

- Luces que hagan de rayos laser.
- Cambio de pieles del juguete como camuflaje.
- Accesorios que lleven al juguete a transformarse a un modo más poderoso y grande así como a su estado original o más pequeño.
- Elementos que en su lucha del bien y el mal, los pueda utilizar para instantáneamente debilitar al opuesto (aparatos para congelar por un tiempo que el niño pueda definir al activar una pieza tipo temporizador).
- Un accesorio identificativo que el niño pueda utilizar como un distintivo de reconocimiento para el final del juego que muestre el resultado.

Debido a que el niño lleva a cabo sus juegos de una manera física que amerita saltar, correr, luchar, esconderse, etc. Y al aire libre, se recomienda que este juguete deba ser un implemento para el personaje que el niño caracterice

durante los juegos con sus amigos, algo que al utilizarlo no lo obligue a estar en un lugar en específico ni lo limite en sus movimientos. Es decir, como se ha establecido anteriormente como resultado de la investigación, los niños consideran al juguete como un elemento del cual se valen para desarrollar sus juegos, no como el centro de los juegos en sí, por lo tanto, este juguete debería reforzar esos juegos como algo especial y poderoso, el cual el niño ansía tener para ser mejor, y alimentar sus aventuras con las *misiones*, en el caso que así lo quiera.

Para las niñas:

Se recomienda llevar a cabo un juguete que podría ser electrónico y que forme parte fundamental del juego en sí. Normalmente las niñas prefieren los juegos estructurados y tranquilos que puedan compartir con una compañera. En estos juegos suelen desarrollar historias que se enfocan en las relaciones sociales y en los diversos roles domésticos que pueda realizar una mujer mayor. De igual manera, les gusta que sus juguetes realicen actividades extraordinarias como volar o congelarse.

Es por esta razón que para el juguete de las niñas se tomen en cuenta elementos preestablecidos que las dejen elegir las historias que quieren crear. Estos elementos pueden estar gravados en audio dentro del juguete o podrán estar escritos a modo de cuentos. El juguete tendrá una gama de *personajes* (animales, plantas, hombres y mujeres, niños, etc.), *lugares* (castillos, montañas, bosques, playas, etc.), *actividades* (cantar, montar a caballo, volar, salvar a los buenos del mal, etc.) e *historias* (amigas poderosas, la muñeca fantástica, el osos feroz, etc.) para realizar, que harán que las niñas tengan el poder de decidir cómo será la historia que van a crear y quiénes participarán en ella.

Las niñas de la edad estudiada toman muy en cuenta los colores de los objetos, por ello se recomienda que el juguete sea de tonalidades pasteles como el rosado, el morado o el anaranjado. Igualmente, el brillo es uno de los atributos que valoran con mayor ponderación, es por esta razón que los colores a utilizar en el juguete pueden ser tornasolados.

Dicho juguete podría tener una forma de diamante ya que esto resultaría atractivo para las niñas, igualmente se recomienda que brille en la oscuridad, lo que le puede dar un aspecto valioso y mágico al momento de jugar. Este juguete tendrá partes removibles, que se le pueden agregar o quitar, al igual que el de los varones, para que las niñas los puedan personalizar y utilizar como un objeto dentro del juego que inventen. Dichos accesorios tendrán que ver con los personajes, los lugares, las actividades y las historias que elijan las niñas. Por ejemplo: para la historia *Amigas poderosas*, se podrán adquirir anillos iguales que podrán tener todas las niñas que estén jueguen.

La intención de una forma como diamante del juguete es que sea concebido como especial, y que con las historias que lleva dentro y los accesorios, el objeto haga de veces de protagonista del juego. Es decir, cuando el objeto está en el lugar de juego quiere decir que están llevando a cabo una de las historias en un momento especial pautado por lo extraordinario del mismo objeto.

Al igual que el juguete para los varones, éste fomentará el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas, ya que las niñas deberán seguir las instrucciones que les diga el juguete para cada una de las actividades que decidan realizar, sin esto limitar su creatividad, sino que al contrario promoverá la creación de situaciones y elementos que enriquezcan el juego al interpretar las “instrucciones”.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, L., Dinello, R. y Jiménez, C. (2004). *Recreación, Lúdica y Juego. La neurorecreación, una nueva pedagogía del siglo XXI*. Cooperativa Editorial Magisterio.
- Assael, H. (1998). *Comportamiento del Consumidor*. International Thomson Editores.
- Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). *Investigación del Comportamiento. Métodos de Investigación en Ciencias Sociales*. McGraw-Hill.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2006). *Marketing*. Prentice Hall.
- Lehmann, D. (1994). *Investigación y Análisis de Mercado*. Compañía Editorial Continental.
- León, C. (2007). *Secuencias del desarrollo Infantil Integral*. Universidad Católica Andrés Bello.
- Nunes, P. (2002). *Educación Lúdica, Técnicas y Juegos Pedagógicos*. Ediciones Loyola.
- O'Guinn, T., Allen, C. y Semenik, R. (1999). *Publicidad*. International Thomson Editores.
- O'Guinn, T., Allen, C. y Semenik, R. (2007). *Publicidad y Comunicación Integral de Marca*. International Thomson Editores.
- Papalia, D. (2001). *Desarrollo Humano*. McGraw-Hill.
- Papalia, D., Wendkos, R. y Duskin, R. (2009). *Psicología del desarrollo. De la infancia a la adolescencia*. Mc Graw-Hill / Internamericana Editores, S.A.
- Pedroza, H. y Dicovskyi, L. (2007). *Sistema de análisis estadístico con SPSS*. Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria.
- Rivas, E. (1985). *Estadística General*. Ediciones de la Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela.
- Rodríguez, M., Álvaez, S. y Bravo, E. (2001). *Coeficientes de Asociación*. Plaza y Valdes Editores.
- Sabino, C. (2002). *El proceso de Investigación*. Editorial Panapo Venezuela.

- Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill.
- Salkind, N. (1999). *Métodos de Investigación*. Prentice Hall.
- Wells, W., Burnett, J., y Moriarty, S. (1996). *Publicidad, Principios y Prácticas*. Prentice Hall.

Fuentes electrónicas

- Manual del Tesista. Recuperado el jueves 11 de febrero de 2010.
http://www.ucab.edu.ve/tl_files/Escuela_com_social/Recursos/Teg/mod1.pdf
- Ley orgánica para la protección de niños, niñas y adolescentes. Recuperado el domingo 04 de julio de 2010.
<http://www.fiscalia.gov.ve/leyes/9-LEYPROTECCIONNINO.pdf>
- Normas COVENIN. Recuperado el martes 15 de junio de 2010.
<http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/action/normas-filter>

ANEXO

Actividad de dibujos realizados en los *Focus Group*

Tablas de porcentajes y frecuencias para cada categoría de respuesta de cada pregunta

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	26	1	,9	1,0	1,0
	28	1	,9	1,0	1,9
	29	1	,9	1,0	2,9
	30	1	,9	1,0	3,8
	31	4	3,5	3,8	7,6
	32	3	2,6	2,9	10,5
	33	1	,9	1,0	11,4
	34	1	,9	1,0	12,4
	35	4	3,5	3,8	16,2
	36	9	7,8	8,6	24,8
	37	8	7,0	7,6	32,4
	38	6	5,2	5,7	38,1
	39	7	6,1	6,7	44,8
	40	7	6,1	6,7	51,4
	41	7	6,1	6,7	58,1
	42	12	10,4	11,4	69,5
	43	4	3,5	3,8	73,3
	44	8	7,0	7,6	81,0
	45	5	4,3	4,8	85,7
	46	4	3,5	3,8	89,5
	47	1	,9	1,0	90,5
	48	4	3,5	3,8	94,3
	50	1	,9	1,0	95,2
	52	2	1,7	1,9	97,1
	55	1	,9	1,0	98,1
	70	1	,9	1,0	99,0
	86	1	,9	1,0	100,0
	Total	105	91,3	100,0	
Perdidos	Sistema	10	8,7		
Total		115	100,0		

Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	15	13,0	13,0	13,0
	Femenino	100	87,0	87,0	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Zona de residencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Baruta	70	60,9	63,6	63,6
	Chacao	9	7,8	8,2	71,8
	Libertador	11	9,6	10,0	81,8
	Sucre	6	5,2	5,5	87,3
	El Hatillo	14	12,2	12,7	100,0
	Total	110	95,7	100,0	
Perdidos	Sistema	5	4,3		
Total		115	100,0		

¿Trabaja?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	97	84,3	85,1	85,1
	No	17	14,8	14,9	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

Nivel de estudio alcanzado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Básico	1	,9	,9	,9
	Bachiller	4	3,5	3,5	4,4
	Técnico Superior	12	10,4	10,5	14,9
	Universitario	69	60,0	60,5	75,4
	Postgrado	28	24,3	24,6	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

Ingreso mensual familiar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Más de 9.001 Bs.F.	56	48,7	52,8	52,8
	De 6.401 Bs.F a 9.000 Bs.F.	30	26,1	28,3	81,1
	De 3.801 Bs.F a 6.400 Bs.F.	18	15,7	17,0	98,1
	De 1.201 Bs.F a 3.800 Bs.F	2	1,7	1,9	100,0
	Total	106	92,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	7,8		
Total		115	100,0		

Tipo de vivienda

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Apartamento	74	64,3	64,3	64,3
	Quinta	37	32,2	32,2	96,5
	Otro	4	3,5	3,5	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Condición de la vivienda

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Propia	102	88,7	91,1	91,1
	Alquilada	10	8,7	8,9	100,0
	Total	112	97,4	100,0	
Perdidos	Sistema	3	2,6		
Total		115	100,0		

El niño realiza deportes de manera extracurricular

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	60	52,2	52,2	52,2
	No	55	47,8	47,8	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

El niño realiza actividades artística de manera extracurricular

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	24	20,9	20,9	20,9
	No	91	79,1	79,1	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

El niño realiza tareas dirigidas de manera extracurricular

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	24	20,9	20,9	20,9
	No	91	79,1	79,1	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

El niño no realiza alguna actividad extracurricular

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	18	15,7	15,7	15,7
	No	97	84,3	84,3	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

El niño realiza otra actividad extracurricular

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	18	15,7	15,7	15,7
	No	97	84,3	84,3	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

No sabe / no contesta si el niño realiza alguna actividad extracurricular

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	1,7	1,7	1,7
	No	113	98,3	98,3	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que juego con él

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	71	61,7	62,3	62,3
	No	43	37,4	37,7	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	69	60,0	60,5	60,5
	No	45	39,1	39,5	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo se basa en fomentar algún juego

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	23	20,0	20,2	20,2
	No	91	79,1	79,8	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

No me involucro en los juegos de mi hijo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	3	2,6	2,6	2,6
	No	111	96,5	97,4	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	1	,9	,9	,9
	3	5	4,3	4,4	5,3
	4	11	9,6	9,6	14,9
	5	33	28,7	28,9	43,9
	6	64	55,7	56,1	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

¿Considera el costo de un juguete a la hora de comprarlo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	48	41,7	42,1	42,1
	No	66	57,4	57,9	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

¿Considera las funciones de un juguete a la hora de comprarlo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	71	61,7	62,3	62,3
	No	43	37,4	37,7	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

¿Considera la durabilidad de un juguete a la hora de comprarlo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	42	36,5	36,8	36,8
	No	72	62,6	63,2	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

¿Considera la marca de un juguete a la hora de comprarlo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	14	12,2	12,3	12,3
	No	100	87,0	87,7	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

¿Considera el aspecto físico de un juguete a la hora de comprarlo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	16	13,9	14,0	14,0
	No	98	85,2	86,0	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

¿Considera las recomendaciones que le hacen sobre un juguete a la hora de comprarlo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	21	18,3	18,4	18,4
	No	93	80,9	81,6	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

¿Considera el grado de aprendizaje que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	62	53,9	54,4	54,4
	No	52	45,2	45,6	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	44	38,3	38,6	38,6
	No	70	60,9	61,4	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

¿Considera el poder jugar con el niño mientras usa el juguete al momento de comprarlo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	16	13,9	14,0	14,0
	No	98	85,2	86,0	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

¿Considera que el niño quiera el juguete al momento de comprarlo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	40	34,8	35,1	35,1
	No	74	64,3	64,9	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

¿Considera el riesgo de uso del juguete al momento de comprarlo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	20	17,4	17,5	17,5
	No	94	81,7	82,5	100,0
	Total	114	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

¿Considera otro factor a la hora de comprar un juguete?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	114	99,1	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

No sabe / no contesta qué considera a la hora de comprar un juguete

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	114	99,1	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1	,9		
Total		115	100,0		

¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	107	93,0	94,7	94,7
	No	6	5,2	5,3	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad gruesa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	21	18,3	18,9	18,9
	No	90	78,3	81,1	100,0
	Total	111	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	4	3,5		
Total		115	100,0		

¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad fina?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	37	32,2	33,3	33,3
	No	74	64,3	66,7	100,0
	Total	111	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	4	3,5		
Total		115	100,0		

¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para favorecer la afectividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	7	6,1	6,3	6,3
	No	104	90,4	93,7	100,0
	Total	111	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	4	3,5		
Total		115	100,0		

¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	21	18,3	18,9	18,9
	No	90	78,3	81,1	100,0
	Total	111	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	4	3,5		
Total		115	100,0		

¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	80	69,6	72,1	72,1
	No	31	27,0	27,9	100,0
	Total	111	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	4	3,5		
Total		115	100,0		

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la televisión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	71	61,7	62,8	62,8
	No	42	36,5	37,2	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la radio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	5	4,3	4,4	4,4
	No	108	93,9	95,6	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de revistas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	12	10,4	10,6	10,6
	No	101	87,8	89,4	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la prensa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	3	2,6	2,7	2,7
	No	110	95,7	97,3	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de Internet?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	26	22,6	23,0	23,0
	No	87	75,7	77,0	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través familiares o amigos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	47	40,9	41,6	41,6
	No	66	57,4	58,4	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque su hijo se lo muestra y se lo pide?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	80	69,6	70,8	70,8
	No	33	28,7	29,2	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	112	97,4	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	3	2,6		
Total		115	100,0		

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque va directamente a la juguetería y los ve?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	30	26,1	26,5	26,5
	No	83	72,2	73,5	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	30	1	,9	1,2	1,2
	50	1	,9	1,2	2,4
	60	1	,9	1,2	3,6
	75	1	,9	1,2	4,8
	80	1	,9	1,2	6,0
	100	10	8,7	11,9	17,9
	120	1	,9	1,2	19,0
	150	18	15,7	21,4	40,5
	200	18	15,7	21,4	61,9
	250	12	10,4	14,3	76,2
	300	14	12,2	16,7	92,9
	350	3	2,6	3,6	96,4
	400	2	1,7	2,4	98,8
	450	1	,9	1,2	100,0
	Total	84	73,0	100,0	
Perdidos	Sistema	31	27,0		
Total		115	100,0		

¿La durabilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	46	40,0	40,7	40,7
	No	67	58,3	59,3	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Las funciones de los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	53	46,1	46,9	46,9
	No	60	52,2	53,1	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿La marca de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	18	15,7	15,9	15,9
	No	95	82,6	84,1	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿El riesgo de uso de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	9	7,8	8,0	8,0
	No	104	90,4	92,0	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿La utilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	47	40,9	41,6	41,6
	No	66	57,4	58,4	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿La relación costo-beneficio de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	37	32,2	32,7	32,7
	No	76	66,1	67,3	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	37	32,2	32,7	32,7
	No	76	66,1	67,3	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	113	98,3	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	113	98,3	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Generalmente impulsa la compra del juguete el niño?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	98	85,2	86,7	86,7
	No	15	13,0	13,3	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Generalmente impulsa la compra del juguete usted?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	33	28,7	29,2	29,2
	No	80	69,6	70,8	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Generalmente impulsa la compra del juguete el maestro?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	1,7	1,8	1,8
	No	111	96,5	98,2	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Generalmente impulsa la compra del juguete otro padre?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	113	98,3	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Generalmente impulsa la compra del juguete la familia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	1,7	1,8	1,8
	No	111	96,5	98,2	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿Considera que otra persona impulsa la compra del juguete?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	,9	,9
	No	112	97,4	99,1	100,0
	Total	113	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

No sabe / no contesta quién impulsa generalmente la compra del juguete

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	113	98,3	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	2	1,7		
Total		115	100,0		

¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	37	32,2	33,0	33,0
	2	13	11,3	11,6	44,6
	3	16	13,9	14,3	58,9
	4	25	21,7	22,3	81,3
	5	8	7,0	7,1	88,4
	6	13	11,3	11,6	100,0
	Total		112	97,4	100,0
Perdidos	Sistema	3	2,6		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Mattel

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	77	67,0	79,4	79,4
	No	20	17,4	20,6	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Kreisel

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	12	10,4	12,4	12,4
	No	85	73,9	87,6	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Nintendo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	17	14,8	17,5	17,5
	No	80	69,6	82,5	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Lego

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	15	13,0	15,5	15,5
	No	82	71,3	84,5	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Hasbro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	8	7,0	8,6	8,6
	No	85	73,9	91,4	100,0
	Total	93	80,9	100,0	
Perdidos	Sistema	22	19,1		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Educa Borrás

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	3	2,6	3,1	3,1
	No	94	81,7	96,9	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Leapfrog

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	4	3,5	4,1	4,1
	No	93	80,9	95,9	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Unicef

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	4	3,5	4,1	4,1
	No	93	80,9	95,9	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Sanrio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	1,7	2,1	2,1
	No	95	82,6	97,9	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Vtech

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	1,0	1,0
	No	96	83,5	99,0	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Microsoft

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	4	3,5	4,1	4,1
	No	94	81,7	95,9	100,0
	Total	98	85,2	100,0	
Perdidos	Sistema	17	14,8		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Tomi Tipi Venezuela

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	3	2,6	3,1	3,1
	No	94	81,7	96,9	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Imaginarium

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	3	2,6	3,1	3,1
	No	94	81,7	96,9	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Magnetix

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	1,1	1,1
	No	92	80,0	98,9	100,0
	Total	93	80,9	100,0	
Perdidos	Sistema	22	19,1		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Adidas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	1,1	1,1
	No	92	80,0	98,9	100,0
	Total	93	80,9	100,0	
Perdidos	Sistema	22	19,1		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Think Fun

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	1,1	1,1
	No	92	80,0	98,9	100,0
	Total	93	80,9	100,0	
Perdidos	Sistema	22	19,1		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Ravensburger

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	1,1	1,1
	No	92	80,0	98,9	100,0
	Total	93	80,9	100,0	
Perdidos	Sistema	22	19,1		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Famosa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	1,1	1,1
	No	92	80,0	98,9	100,0
	Total	93	80,9	100,0	
Perdidos	Sistema	22	19,1		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Meccano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	1,0	1,0
	No	96	83,5	99,0	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Mamco Bandai

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	1,7	2,1	2,1
	No	95	82,6	97,9	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Manaplas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	1,0	1,0
	No	96	83,5	99,0	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Melucha

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	1,0	1,0
	No	96	83,5	99,0	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Crayola

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	1,7	2,1	2,1
	No	95	82,6	97,9	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	18	15,7		
Total		115	100,0		

Compro la marca de juguetes Lakeshore

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	1,7	2,0	2,0
	No	96	83,5	98,0	100,0
	Total	98	85,2	100,0	
Perdidos	Sistema	17	14,8		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo en ocasiones especiales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	14	12,2	13,1	13,1
	No	93	80,9	86,9	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo en su cumpleaños

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	66	57,4	61,7	61,7
	No	41	35,7	38,3	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo en navidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	65	56,5	60,7	60,7
	No	42	36,5	39,3	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo en el fin de curso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	11	9,6	10,3	10,3
	No	96	83,5	89,7	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo en el día del niño

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	26	22,6	24,3	24,3
	No	81	70,4	75,7	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo como premio para motivarlo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	21	18,3	19,6	19,6
	No	86	74,8	80,4	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo en las vacaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	1,7	1,9	1,9
	No	105	91,3	98,1	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo en ferias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	,9	,9
	No	106	92,2	99,1	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo cuando está enfermo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	,9	,9
	No	106	92,2	99,1	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo después de sus conciertos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	4	3,5	3,7	3,7
	No	103	89,6	96,3	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo cuando salimos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	1,7	1,9	1,9
	No	105	91,3	98,1	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo para los Reyes Magos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	1,7	1,9	1,9
	No	105	91,3	98,1	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo cuando los quiere

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	10	8,7	9,3	9,3
	No	97	84,3	90,7	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo cuando los necesita

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	,9	,9
	No	106	92,2	99,1	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo en su primera comunión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	,9	,9
	No	106	92,2	99,1	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo cuando me provoca

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	,9	,9
	No	106	92,2	99,1	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

Le compro juguetes a mi hijo cuando tengo dinero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,9	,9	,9
	No	106	92,2	99,1	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

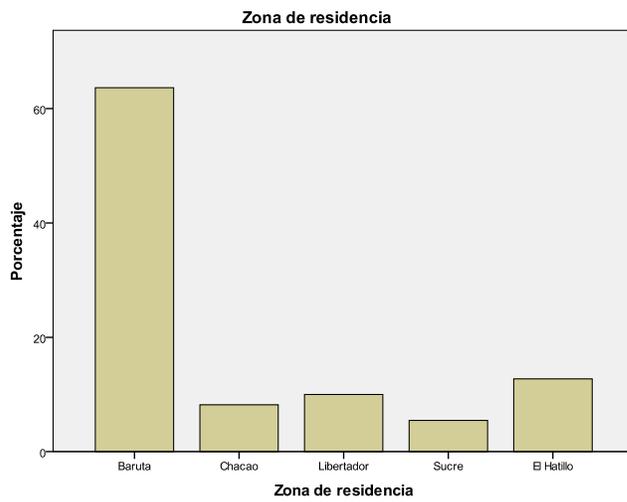
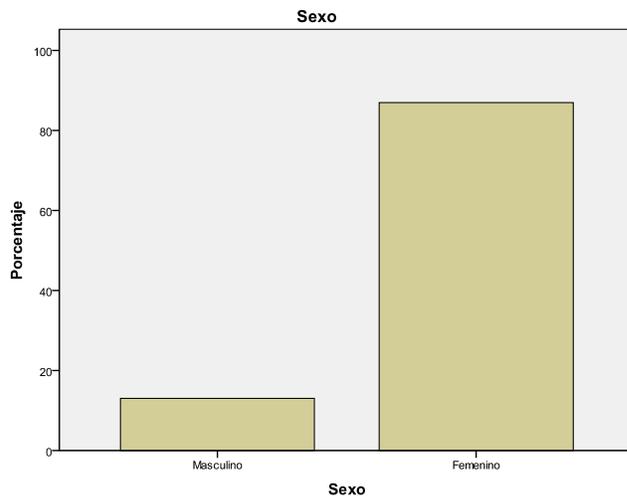
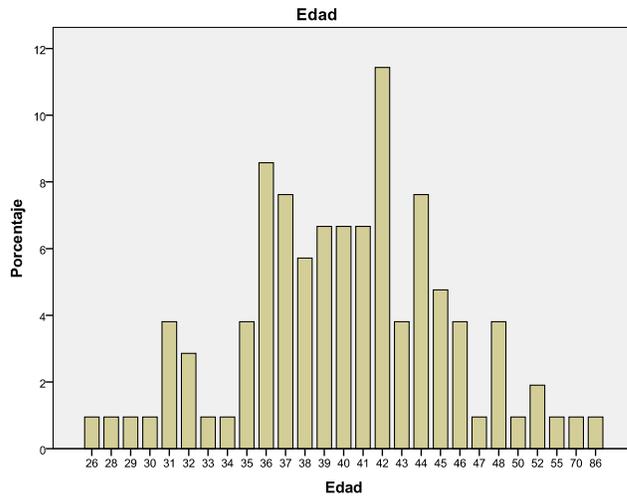
No hay ocasión específica para comprarle juguetes a mi hijo

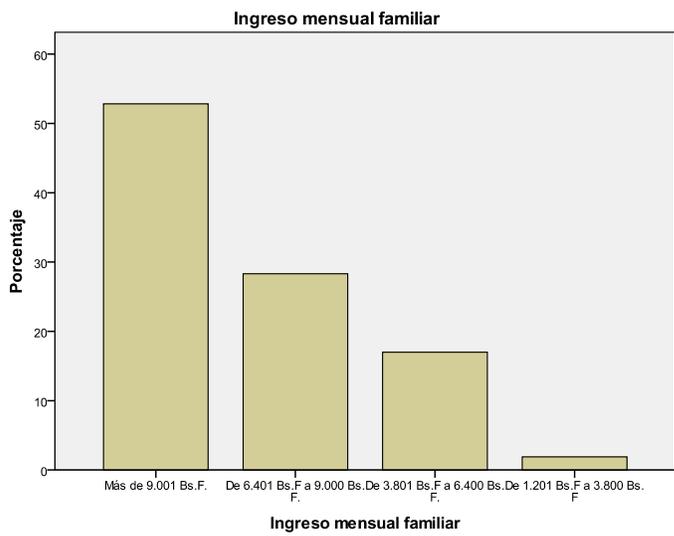
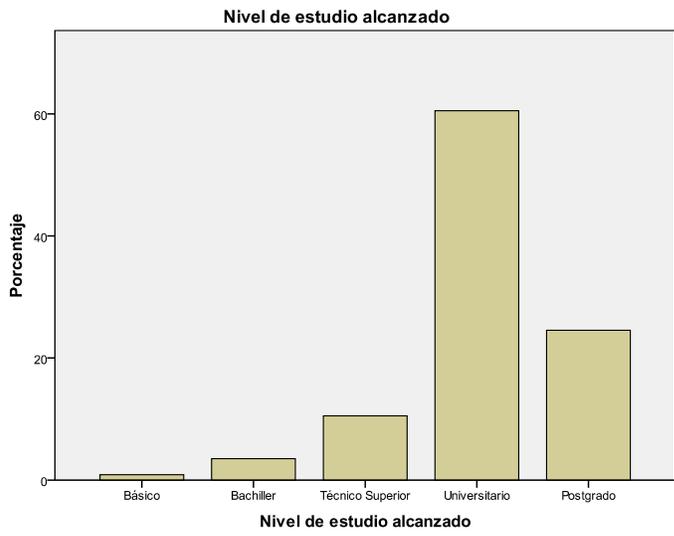
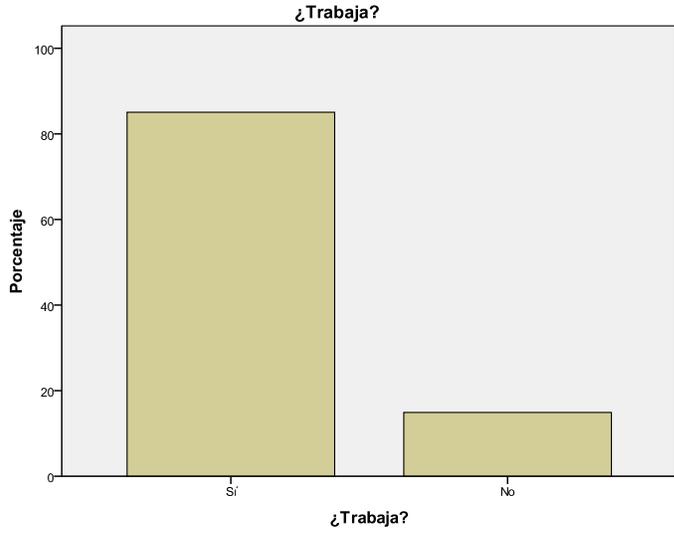
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	6	5,2	5,6	5,6
	No	101	87,8	94,4	100,0
	Total	107	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	7,0		
Total		115	100,0		

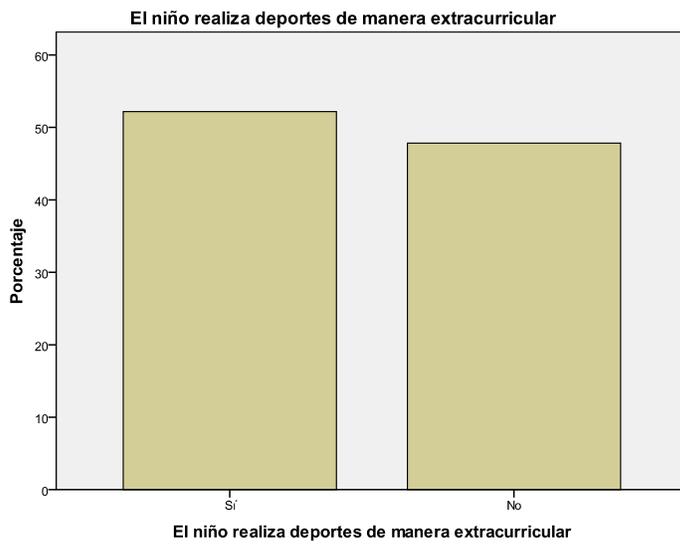
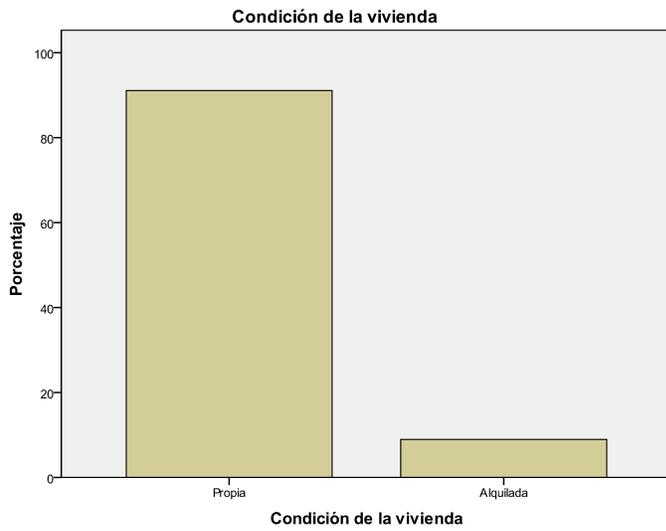
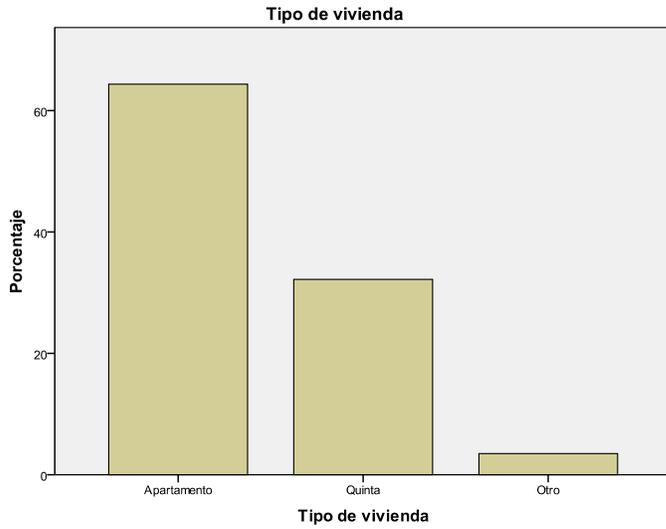
Siempre le compro juguetes a mi hijo

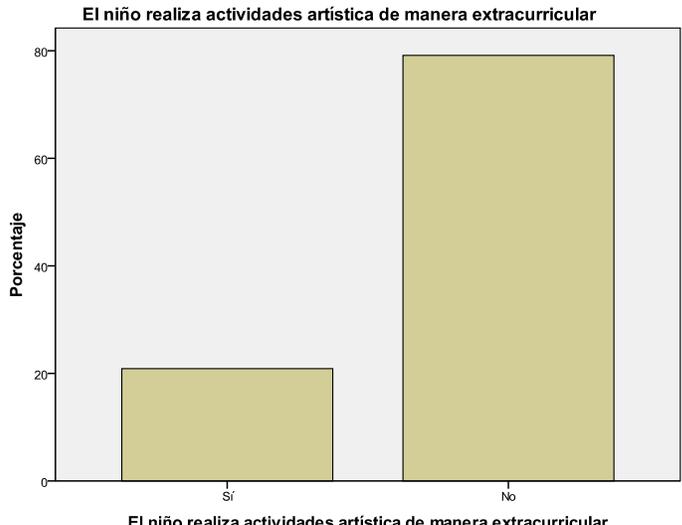
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	1,7	1,9	1,9
	No	104	90,4	98,1	100,0
	Total	106	92,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	7,8		
Total		115	100,0		

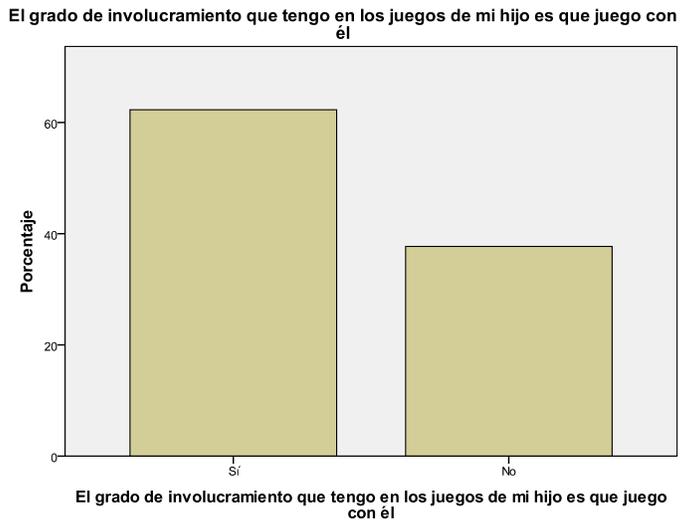
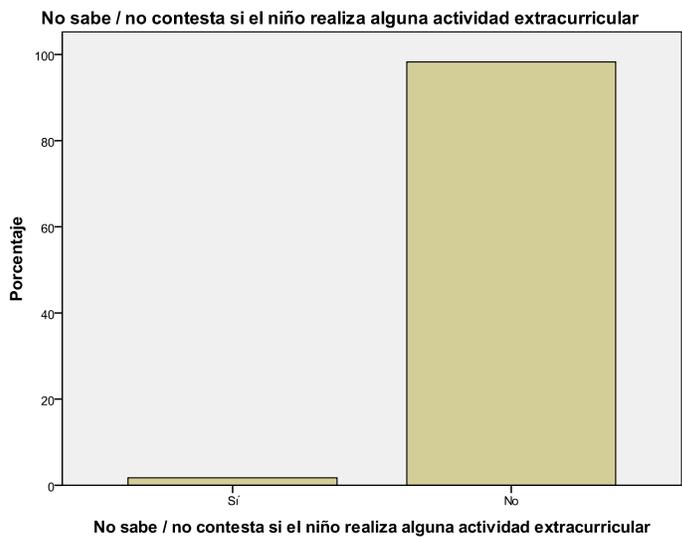
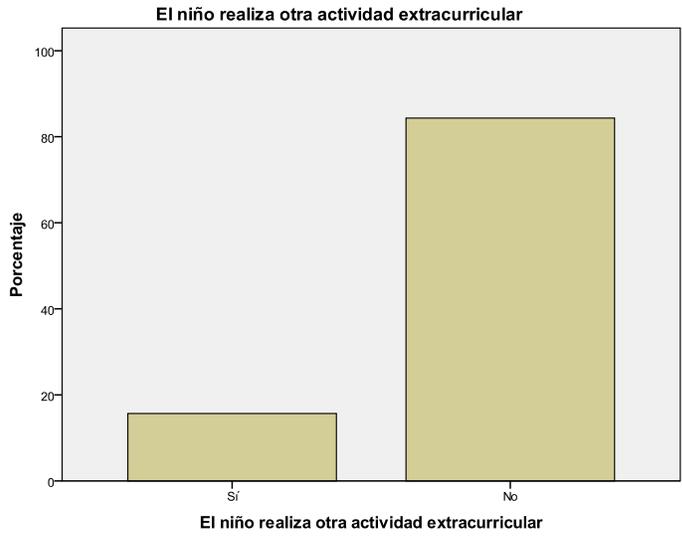
Gráficos de porcentajes y frecuencias para cada categoría de respuesta de cada pregunta



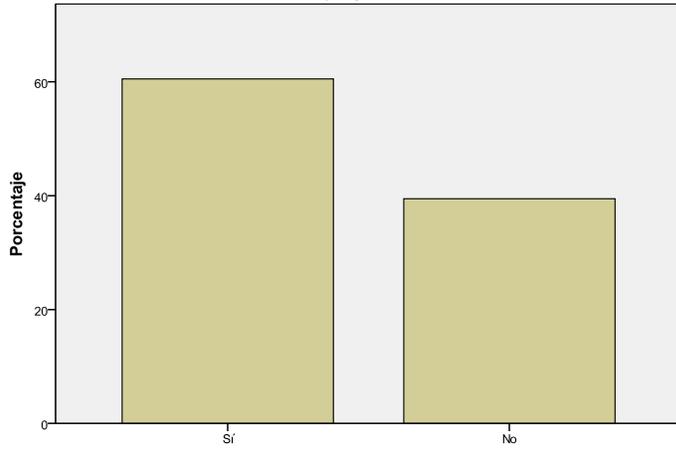






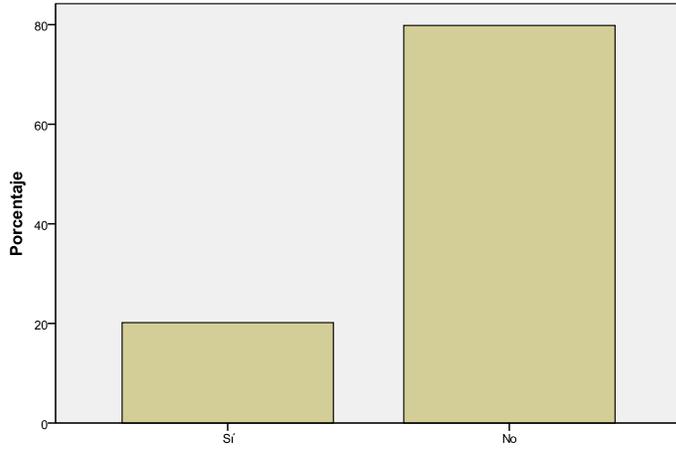


El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega



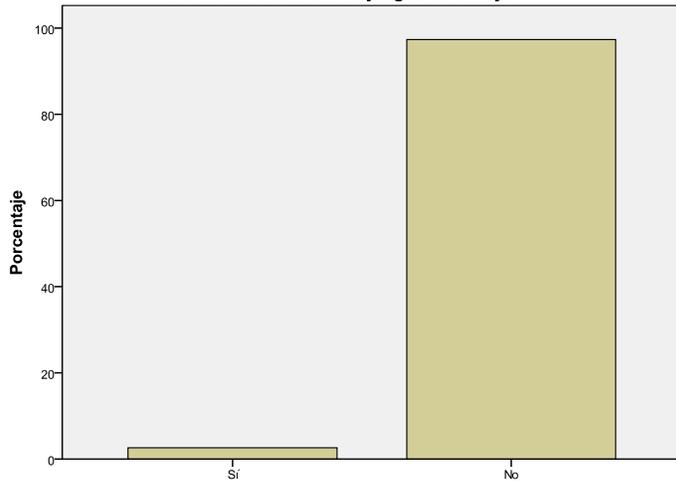
El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega

El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo se basa en fomentar algún juego

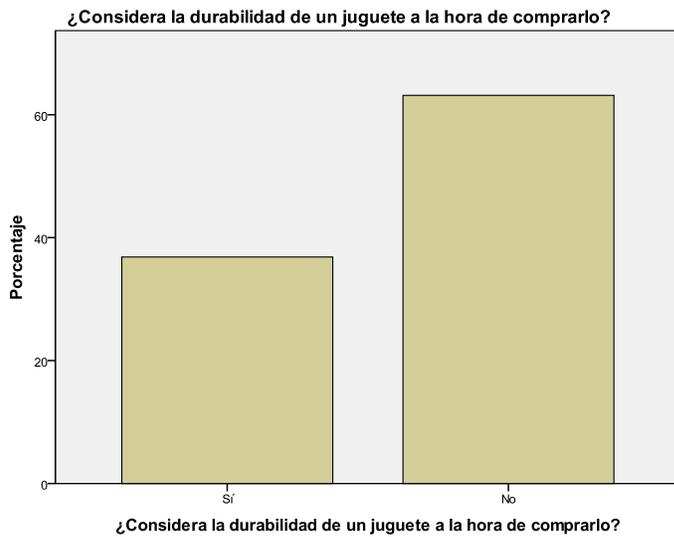
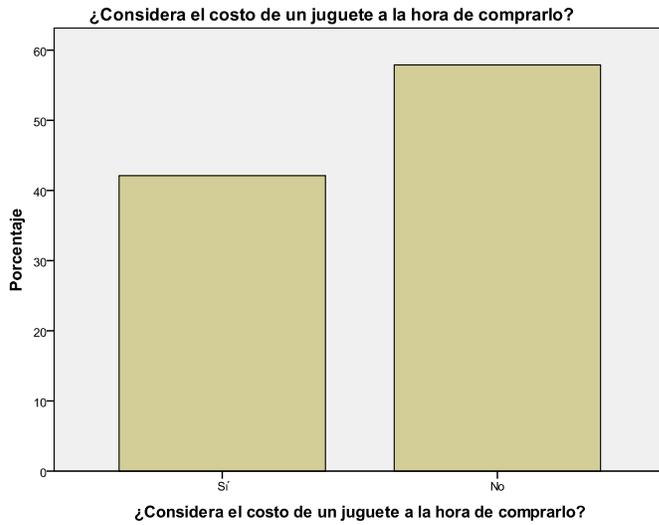
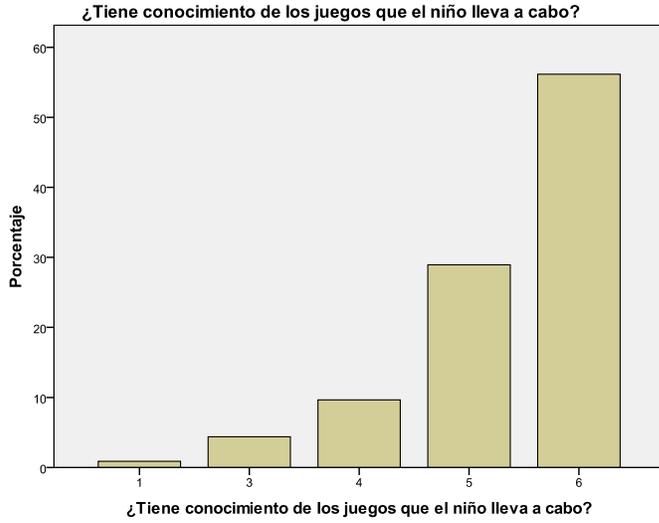


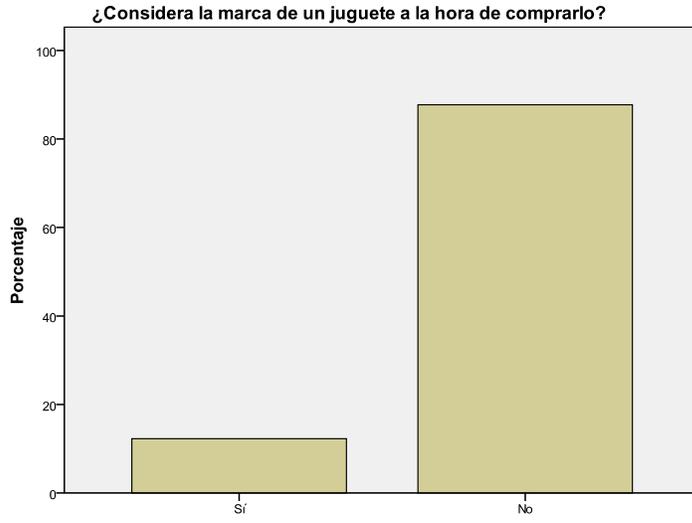
El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo se basa en fomentar algún juego

No me involucro en los juegos de mi hijo

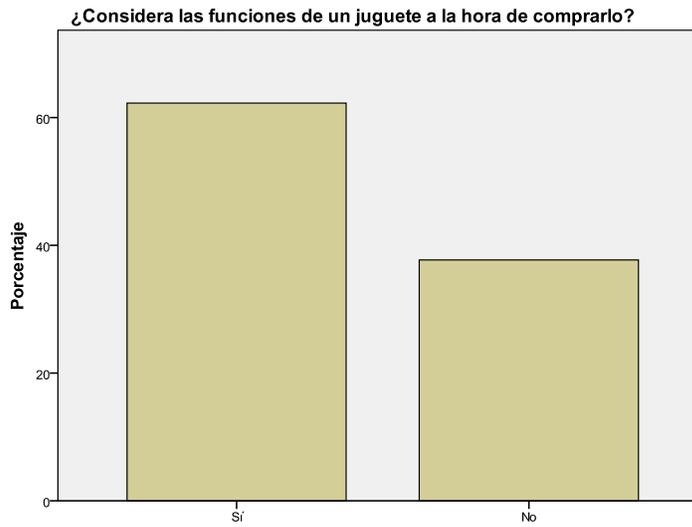


No me involucro en los juegos de mi hijo

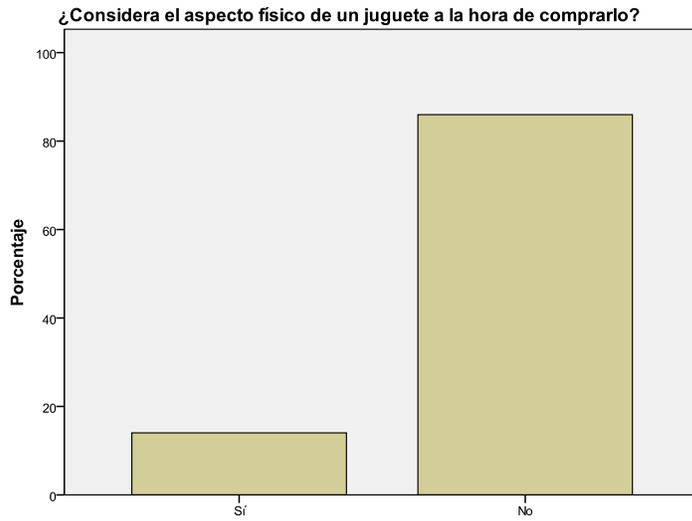




¿Considera la marca de un juguete a la hora de comprarlo?

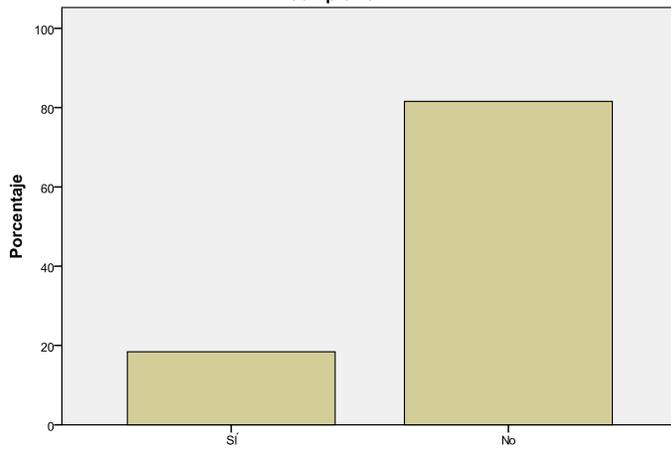


¿Considera las funciones de un juguete a la hora de comprarlo?



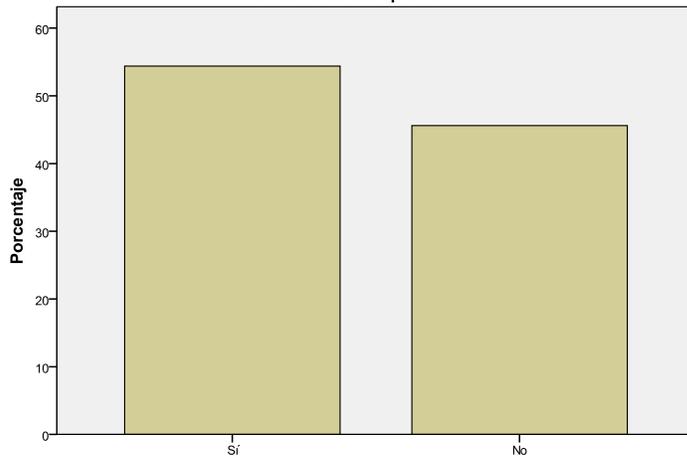
¿Considera el aspecto físico de un juguete a la hora de comprarlo?

¿Considera las recomendaciones que le hacen sobre un juguete a la hora de comprarlo?



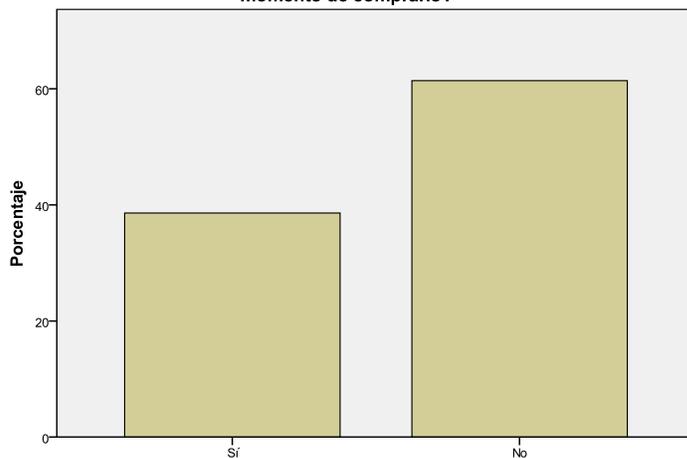
¿Considera las recomendaciones que le hacen sobre un juguete a la hora de comprarlo?

¿Considera el grado de aprendizaje que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?



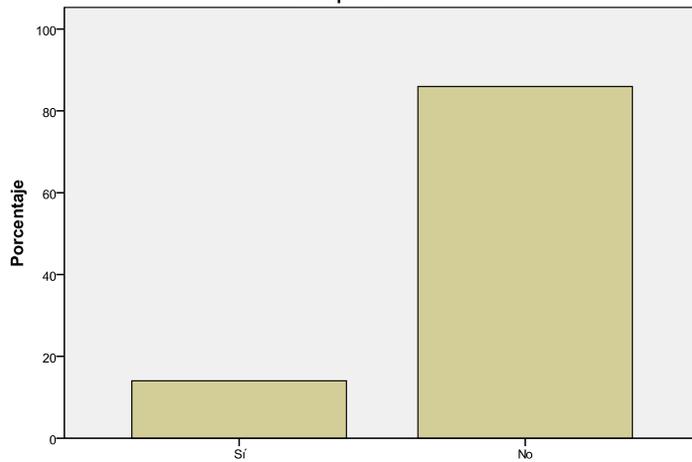
¿Considera el grado de aprendizaje que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?

¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?



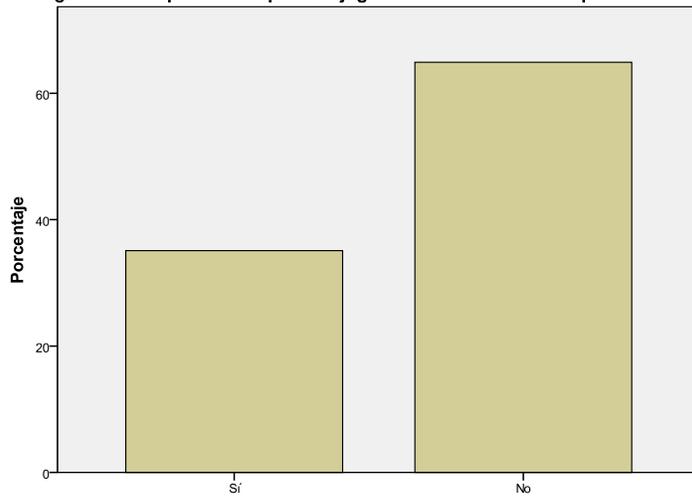
¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?

¿Considera el poder jugar con el niño mientras usa el juguete al momento de comprarlo?



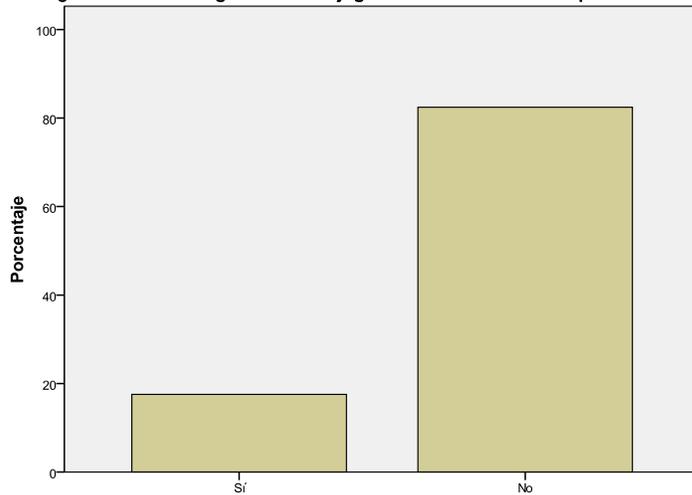
¿Considera el poder jugar con el niño mientras usa el juguete al momento de comprarlo?

¿Considera que el niño quiera el juguete al momento de comprarlo?

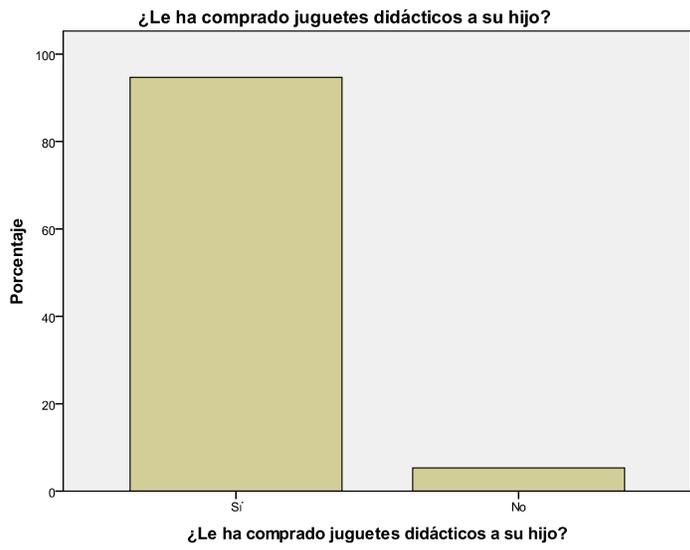
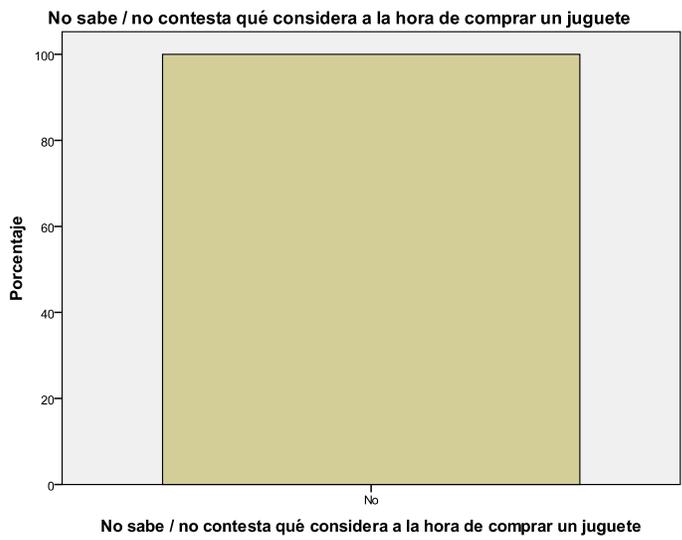
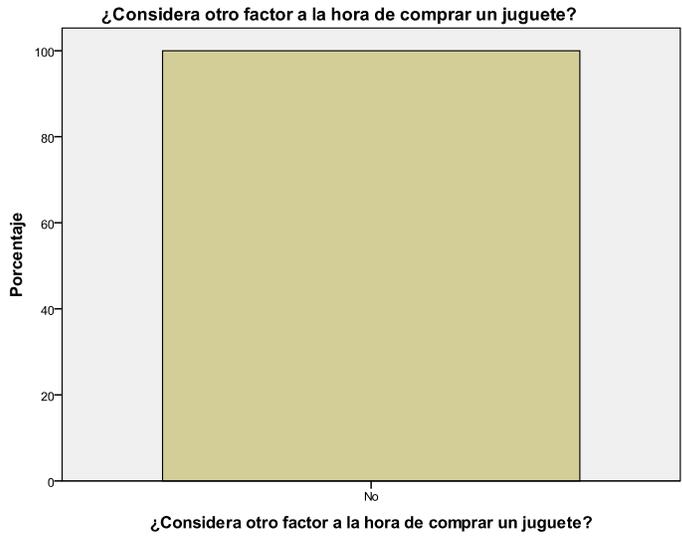


¿Considera que el niño quiera el juguete al momento de comprarlo?

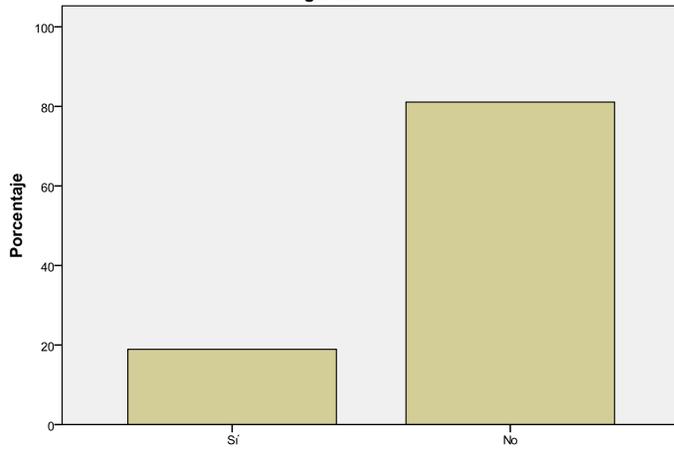
¿Considera el riesgo de uso del juguete al momento de comprarlo?



¿Considera el riesgo de uso del juguete al momento de comprarlo?

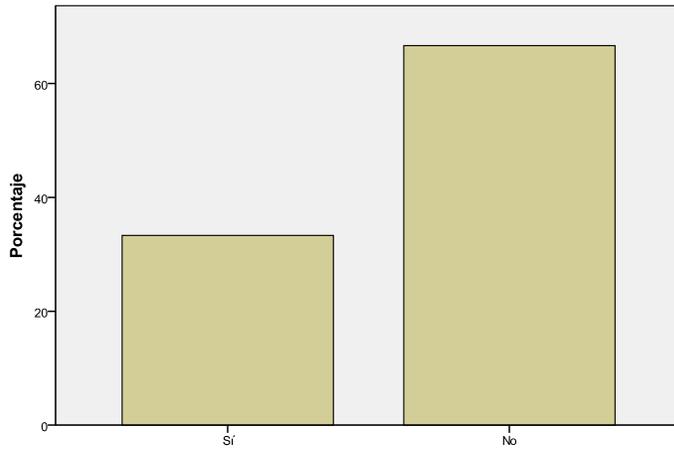


¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad gruesa?



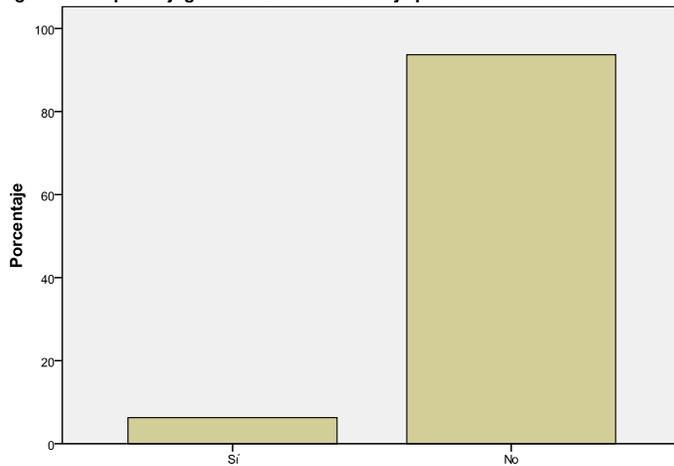
¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad gruesa?

¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad fina?



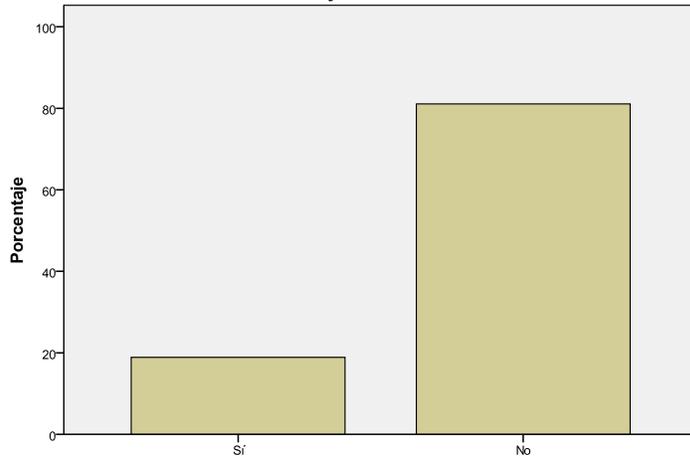
¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad fina?

¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para favorecer la afectividad?



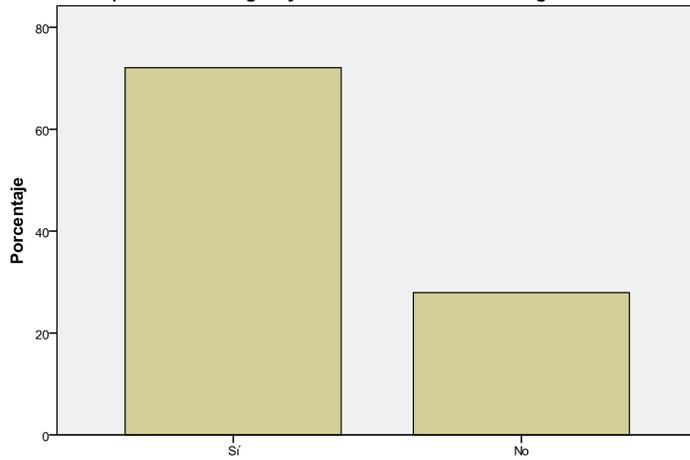
¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para favorecer la afectividad?

¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás?



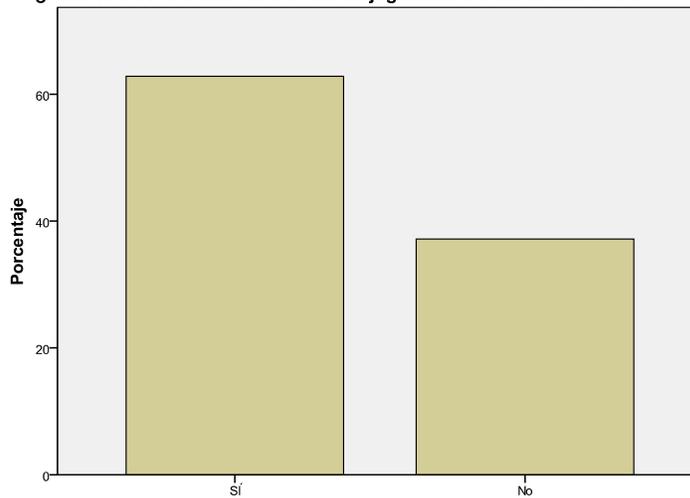
¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás?

¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas?



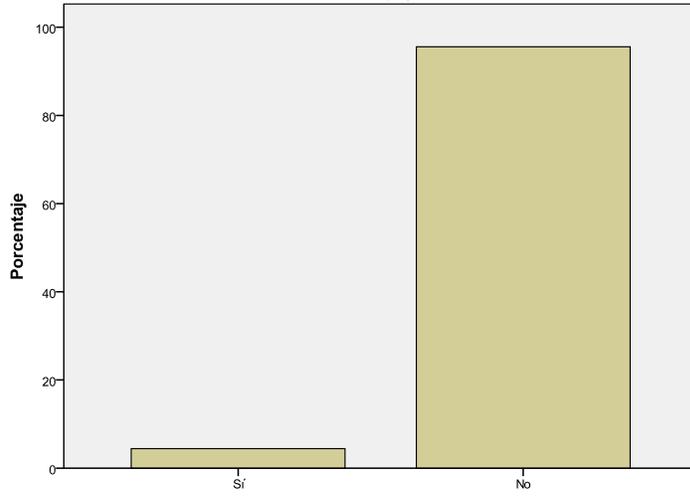
¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas?

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la televisión?



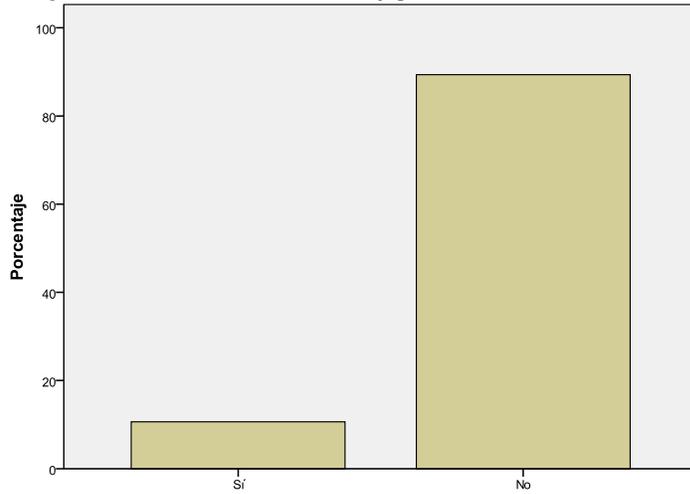
¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la televisión?

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la radio?



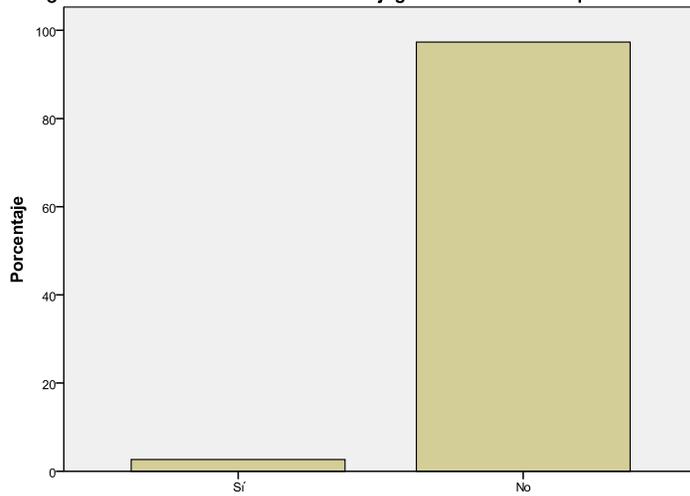
¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la radio?

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de revistas?



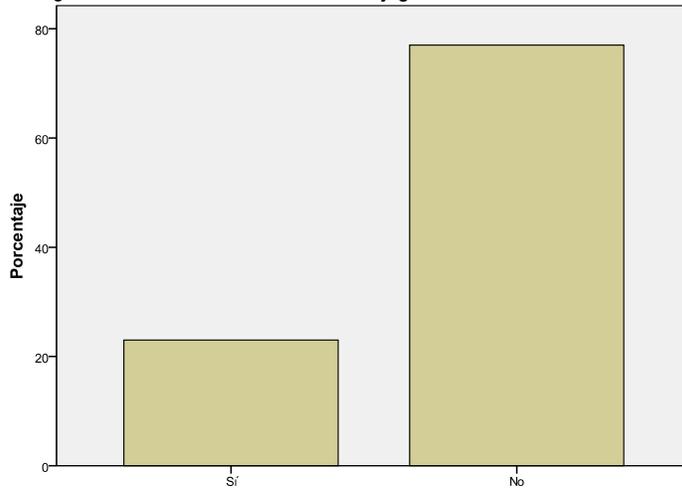
¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de revistas?

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la prensa?



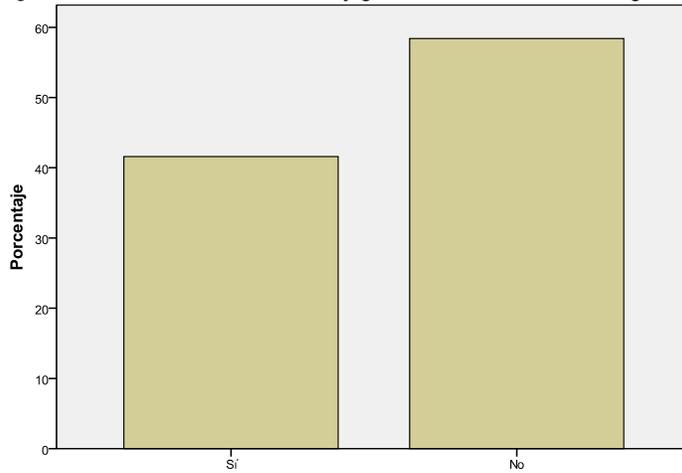
¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la prensa?

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de Internet?



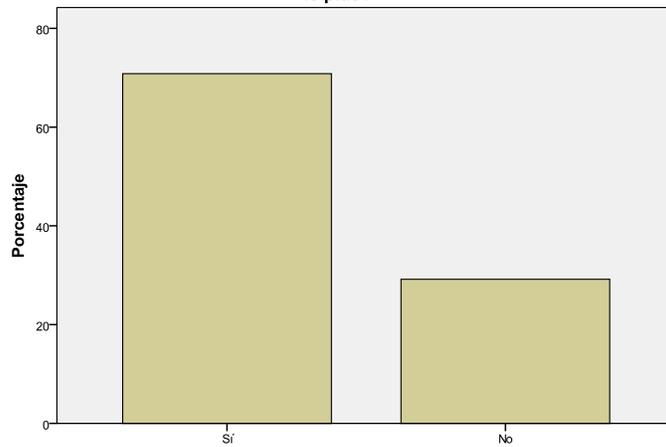
¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de Internet?

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través familiares o amigos?



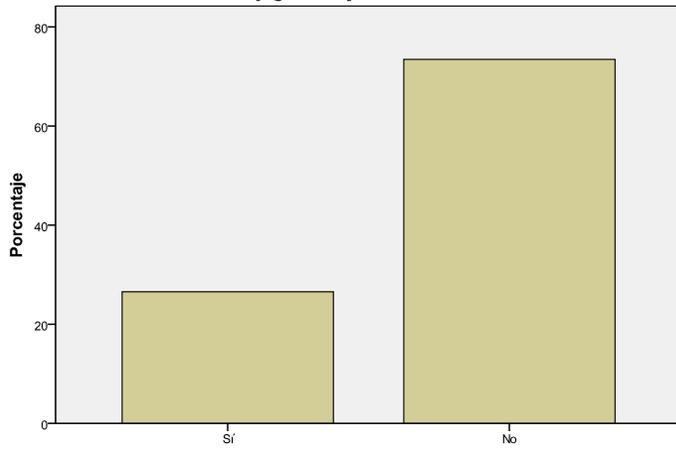
¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través familiares o amigos?

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque su hijo se lo muestra y se lo pide?



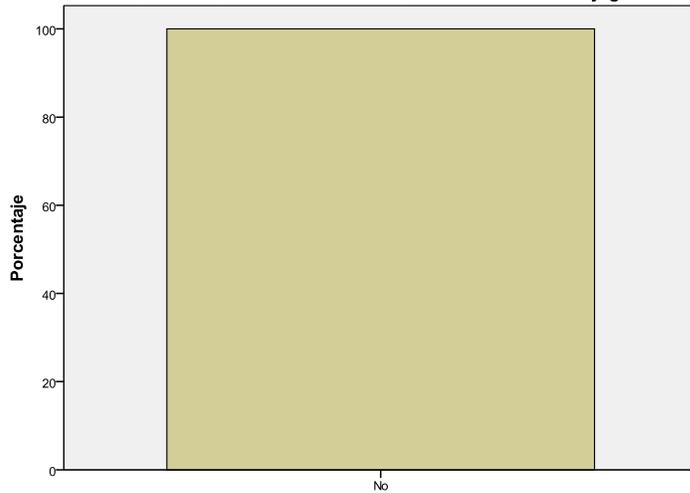
¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque su hijo se lo muestra y se lo pide?

¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque va directamente a la juguetería y los ve?



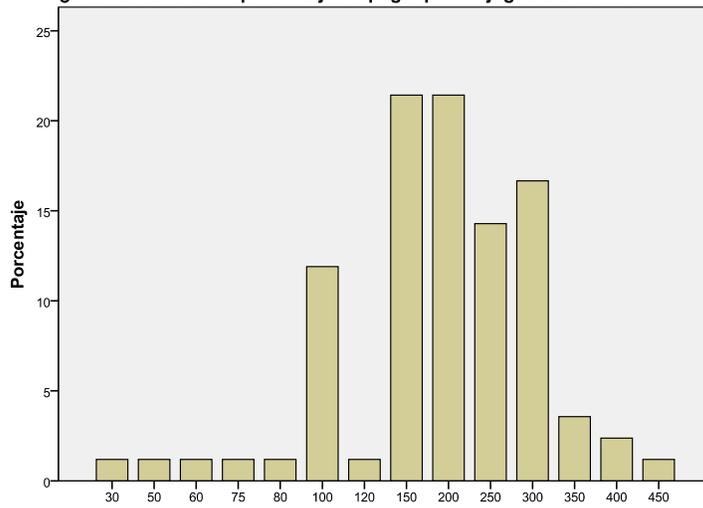
¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque va directamente a la juguetería y los ve?

No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes



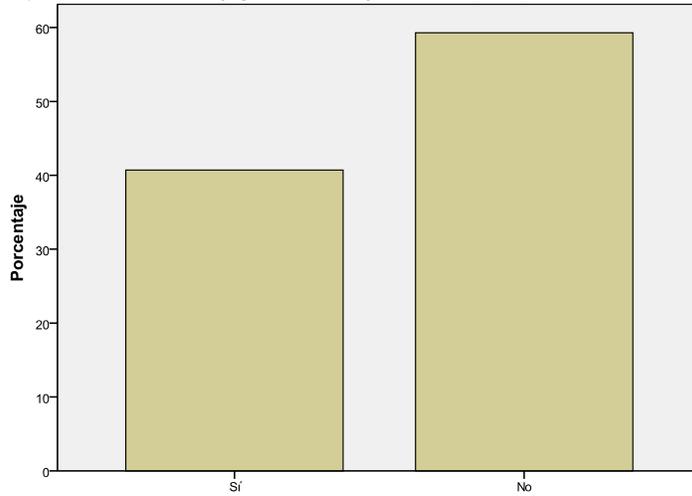
No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes

¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?



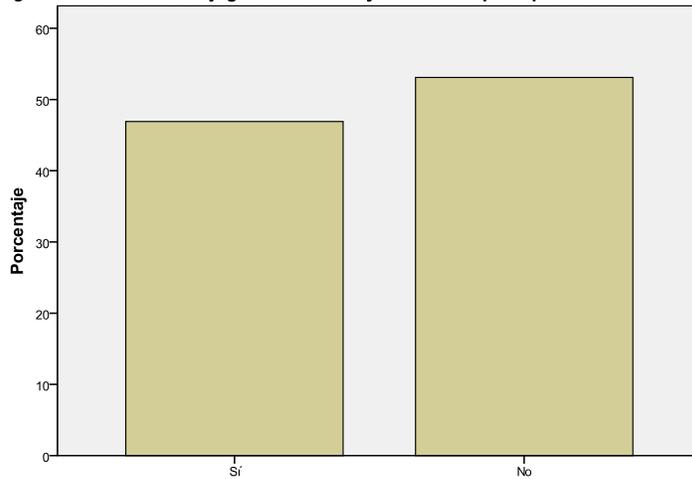
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?

¿La durabilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?



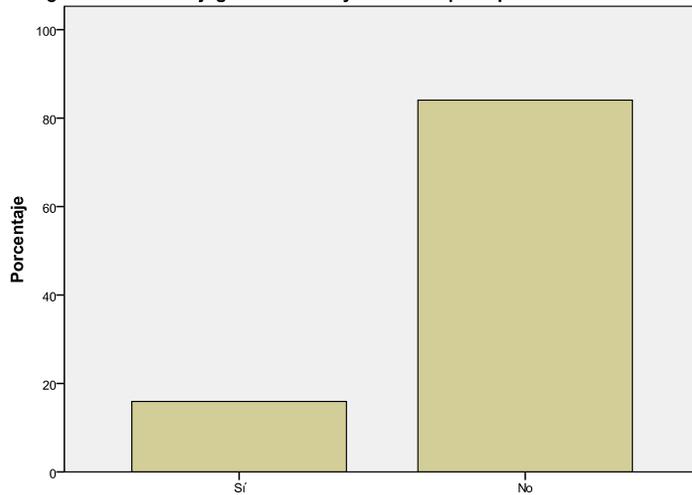
¿La durabilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

¿Las funciones de los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?



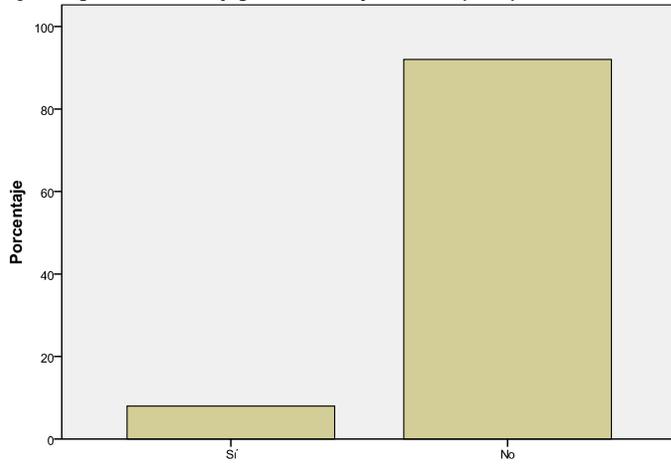
¿Las funciones de los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?

¿La marca de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?



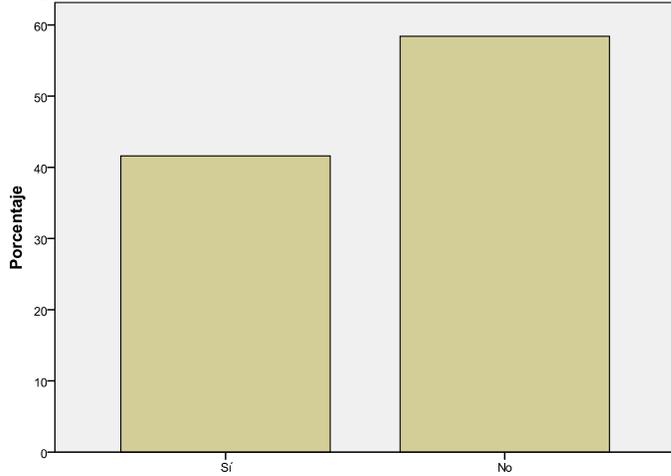
¿La marca de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

¿El riesgo de uso de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?



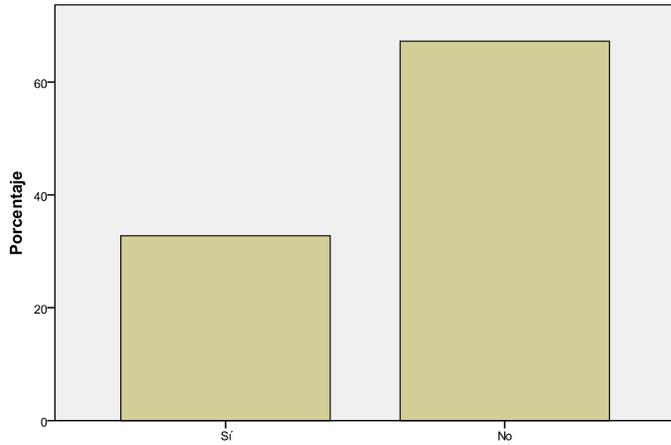
¿El riesgo de uso de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

¿La utilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?



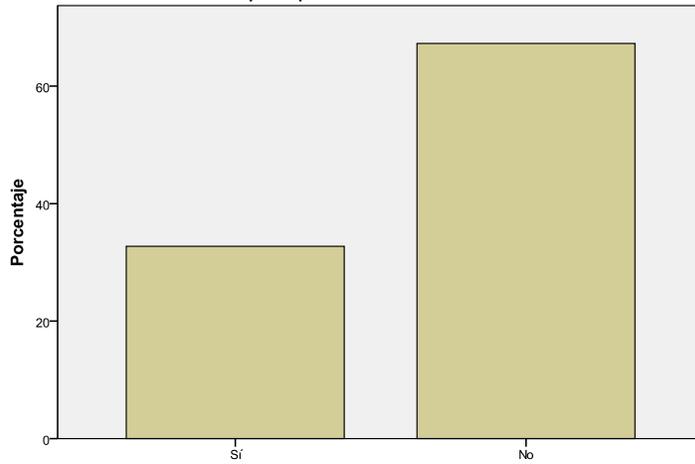
¿La utilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

¿La relación costo-beneficio de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?



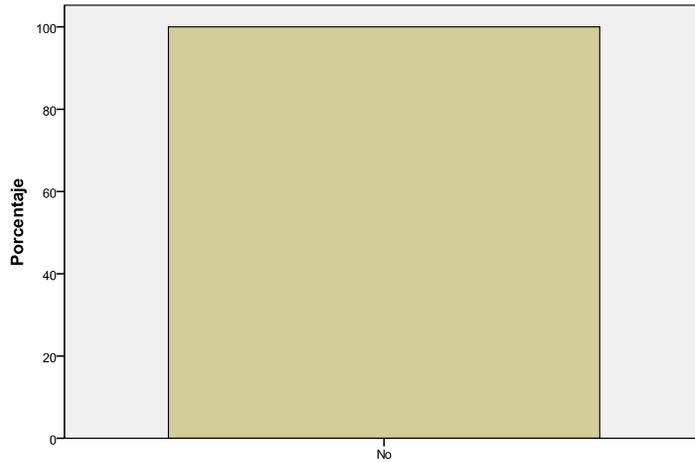
¿La relación costo-beneficio de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?



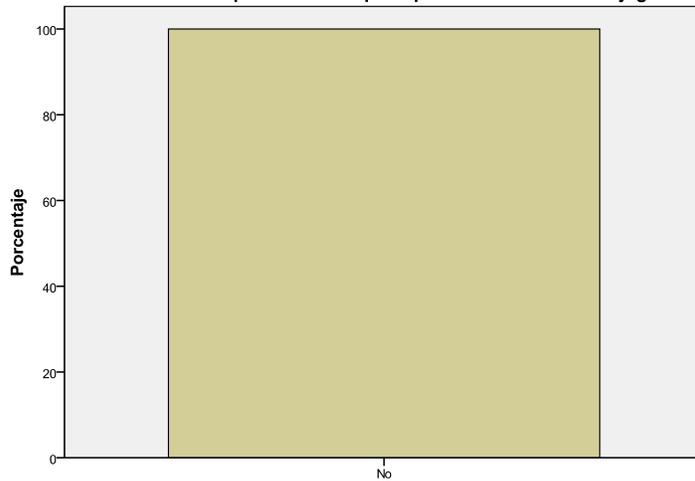
¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?

¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad?

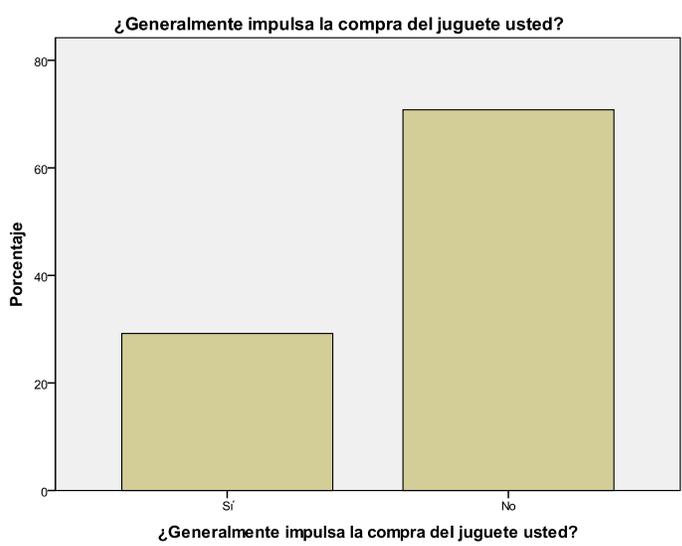
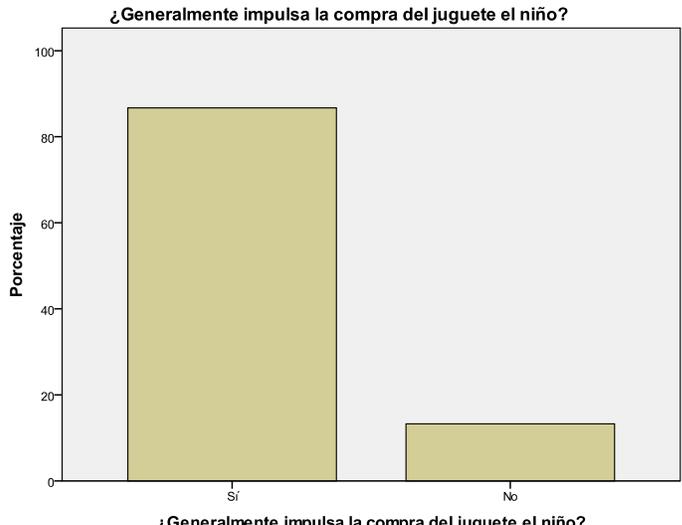


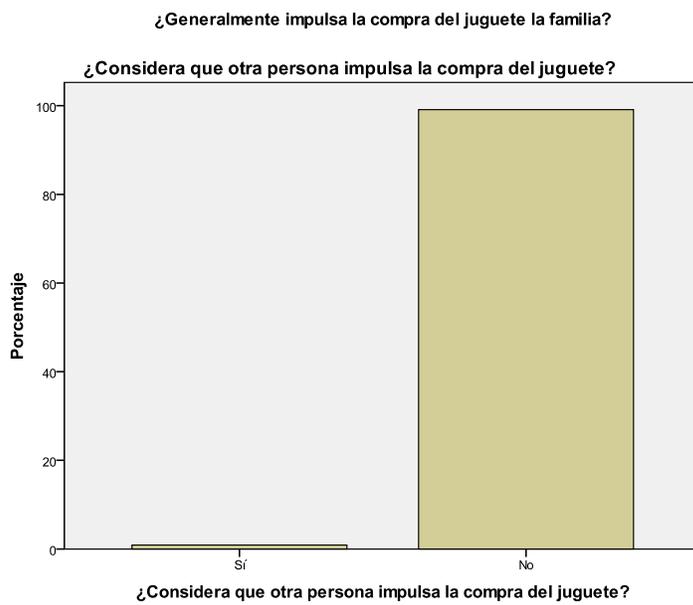
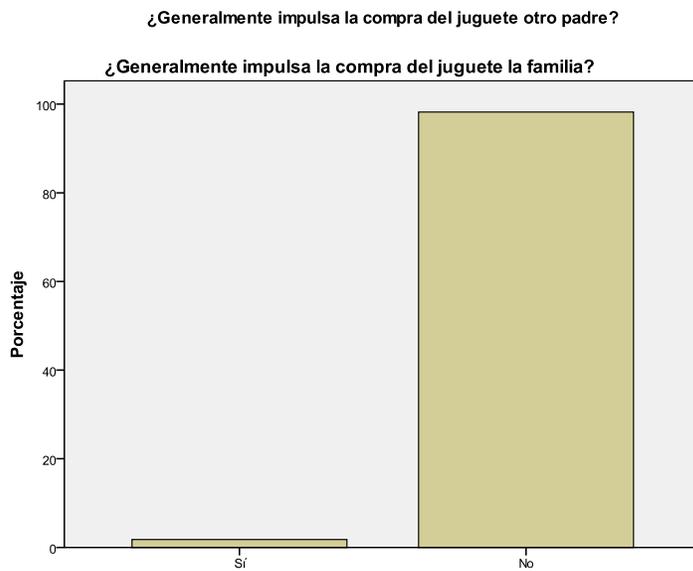
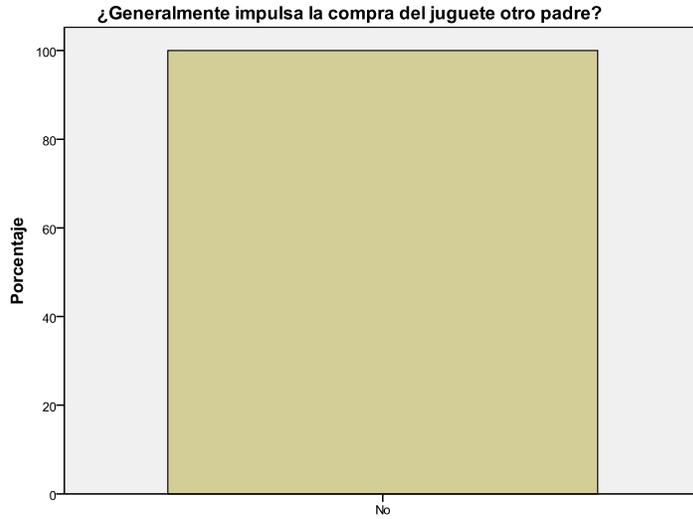
¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad?

No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes

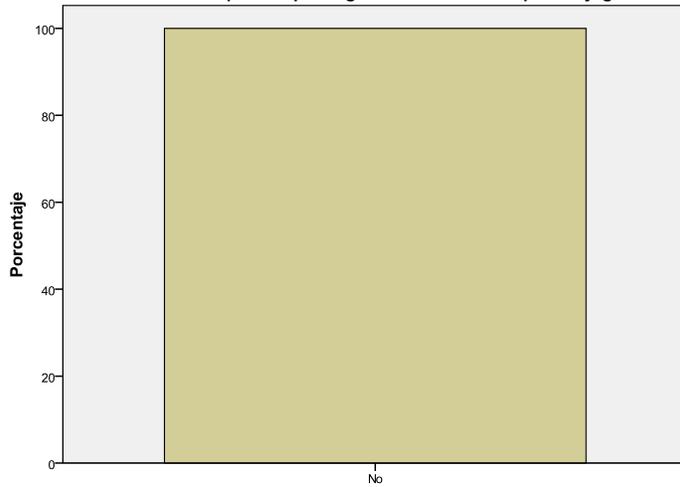


No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes



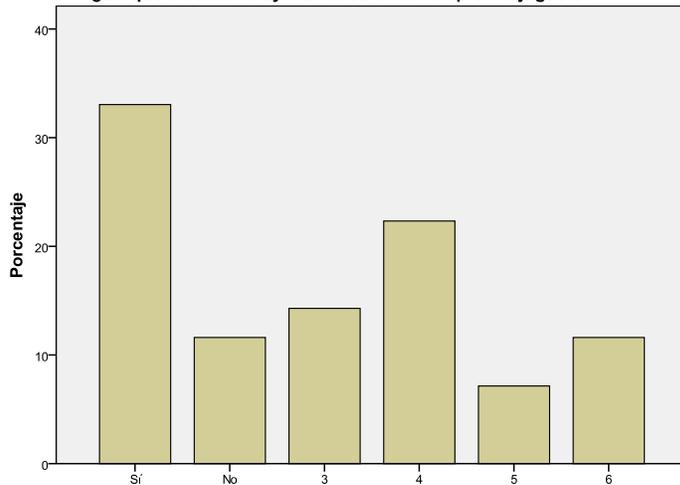


No sabe / no contesta quién impulsa generalmente la compra del juguete



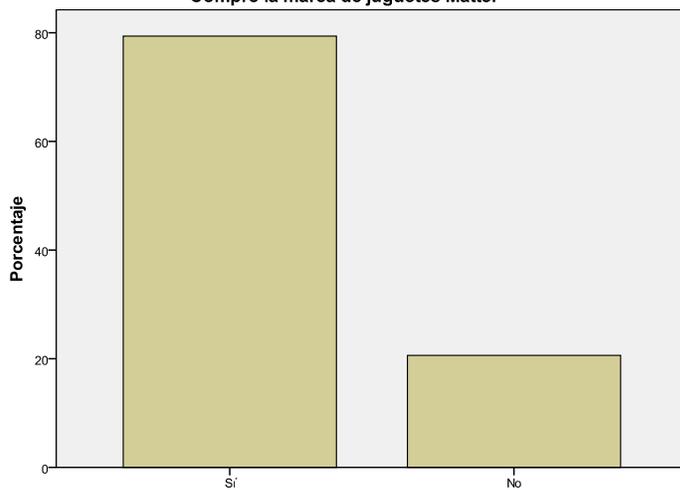
No sabe / no contesta quién impulsa generalmente la compra del juguete

¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?

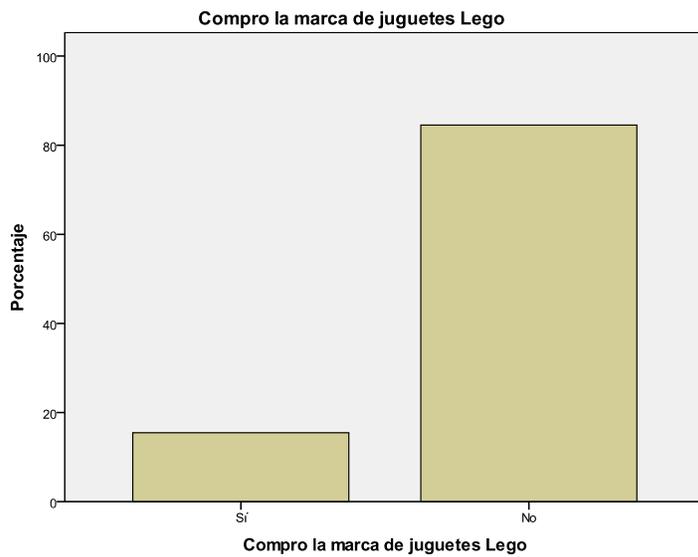
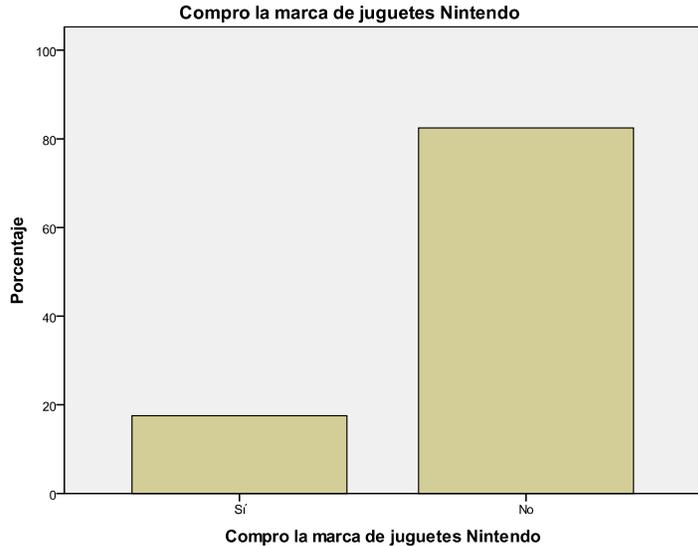
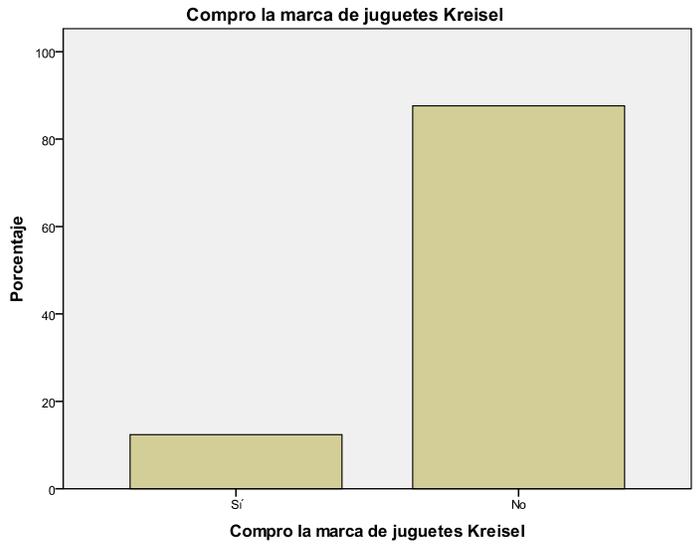


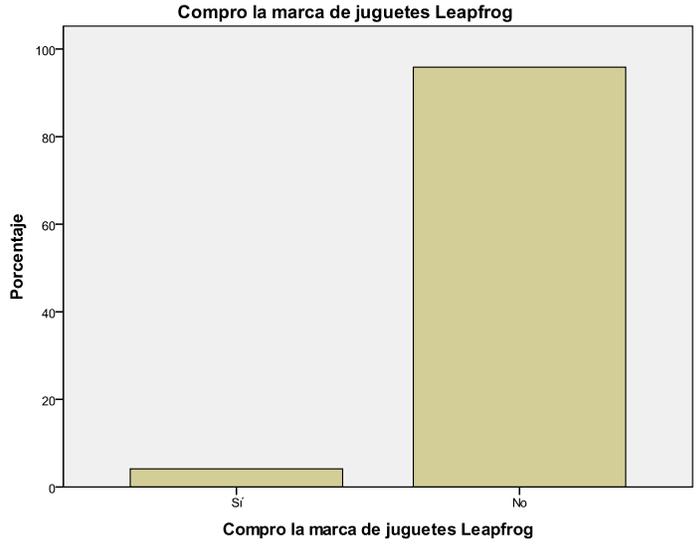
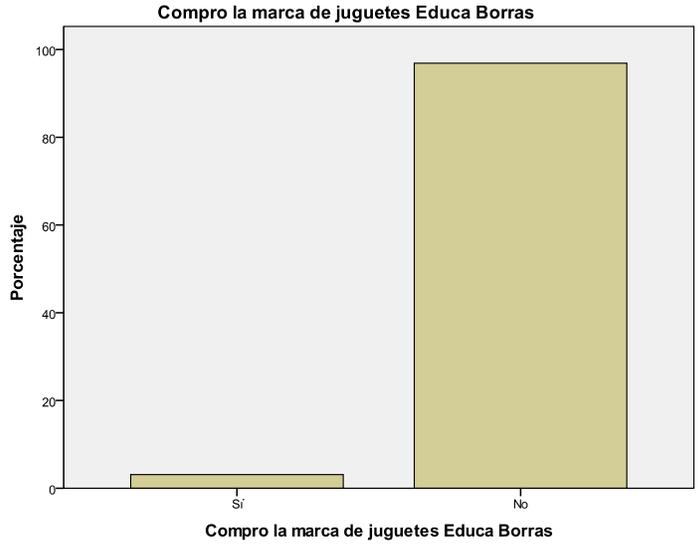
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?

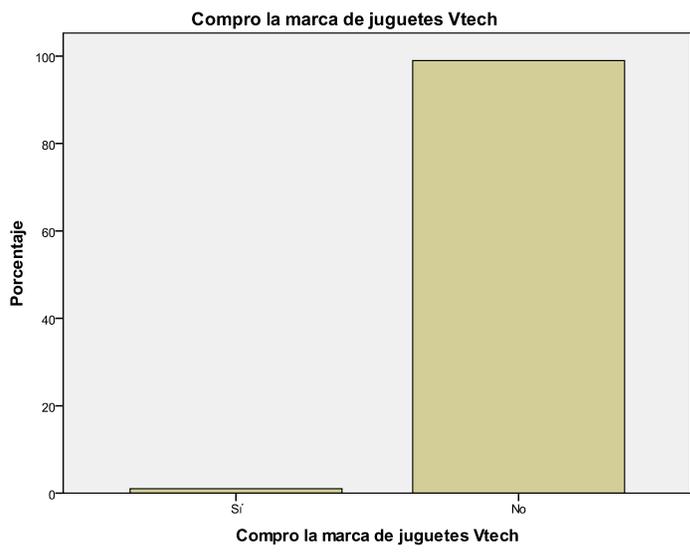
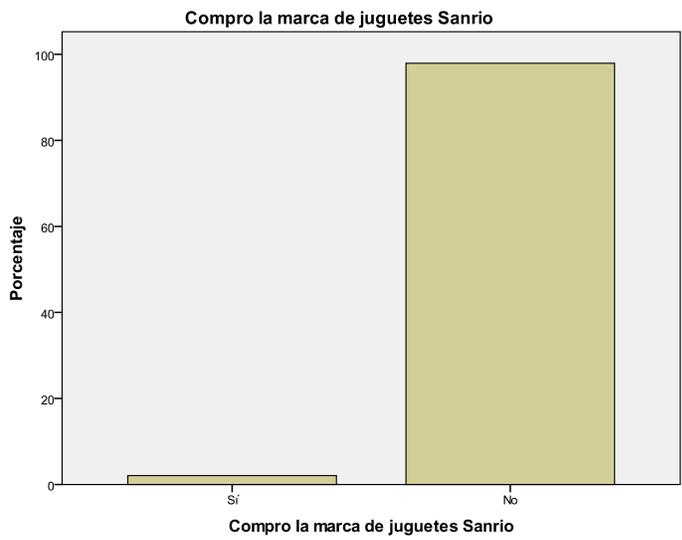
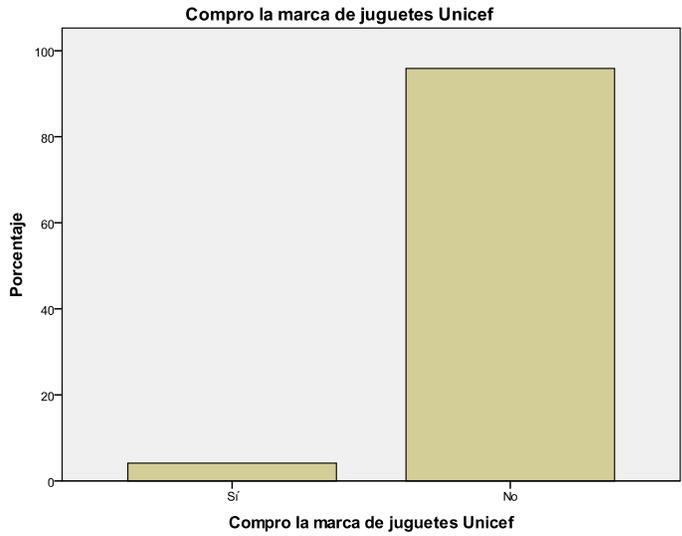
Compro la marca de juguetes Mattel

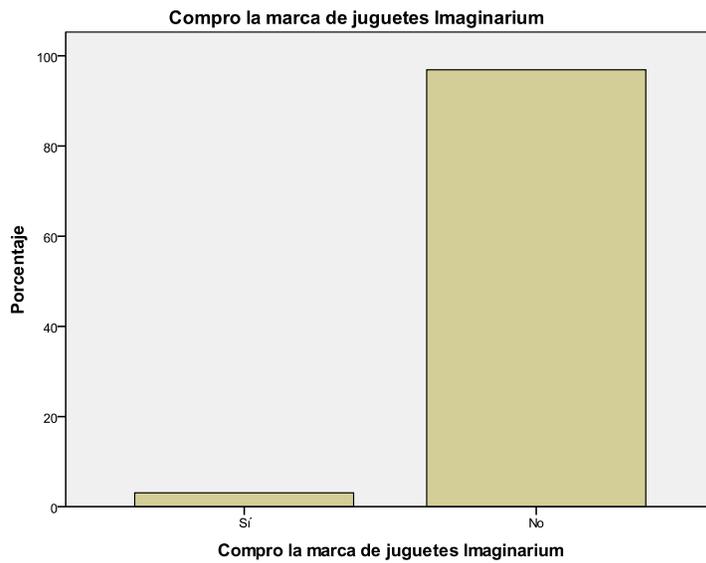
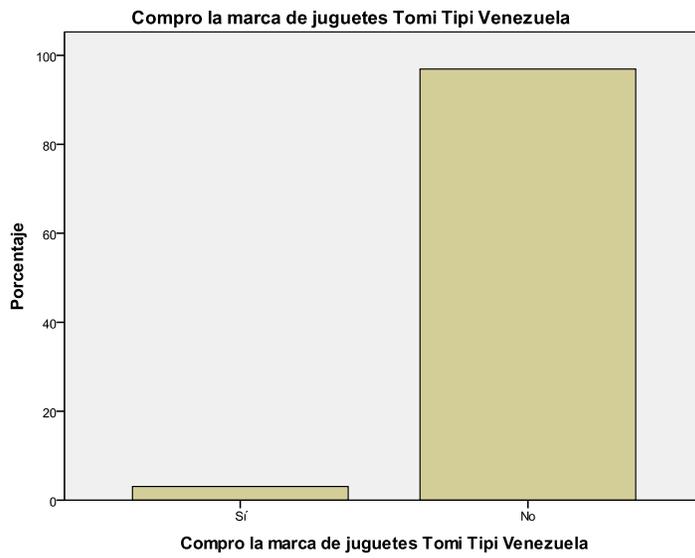
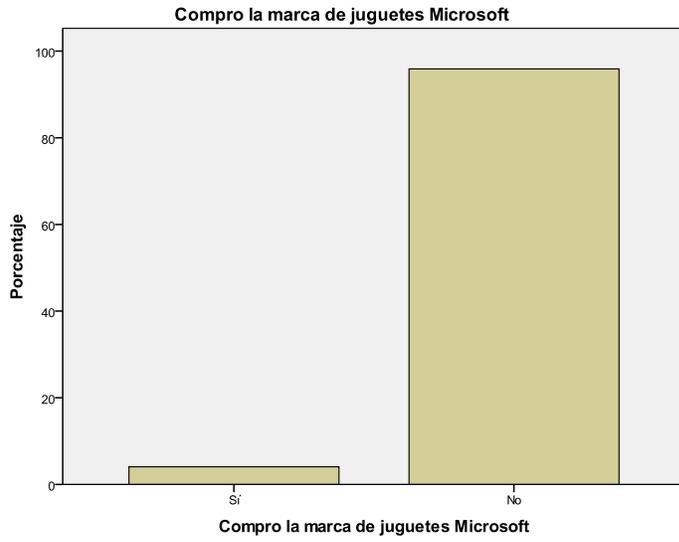


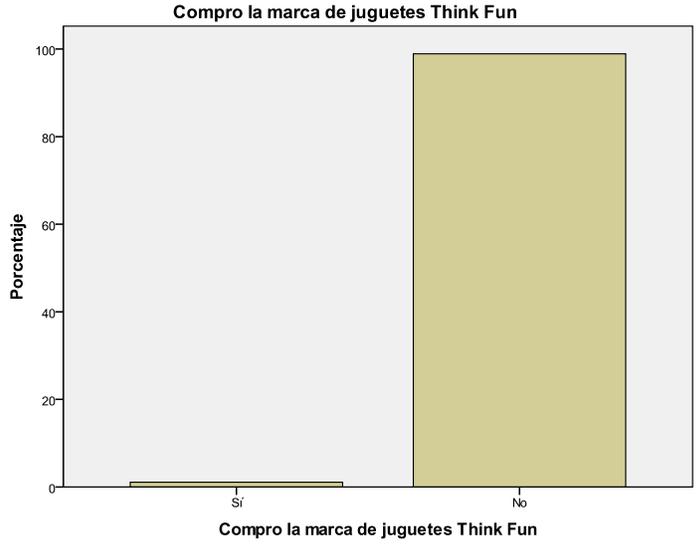
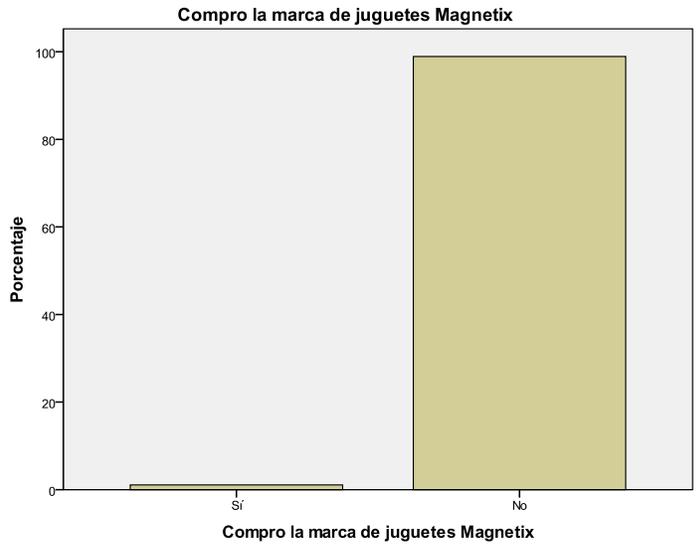
Compro la marca de juguetes Mattel

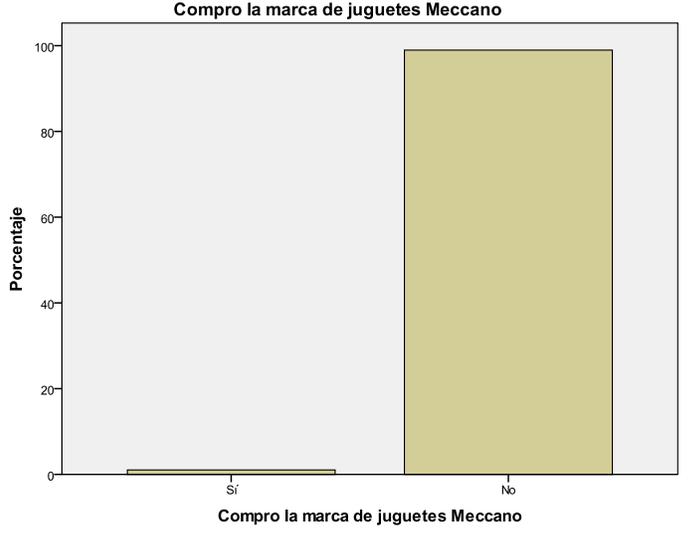
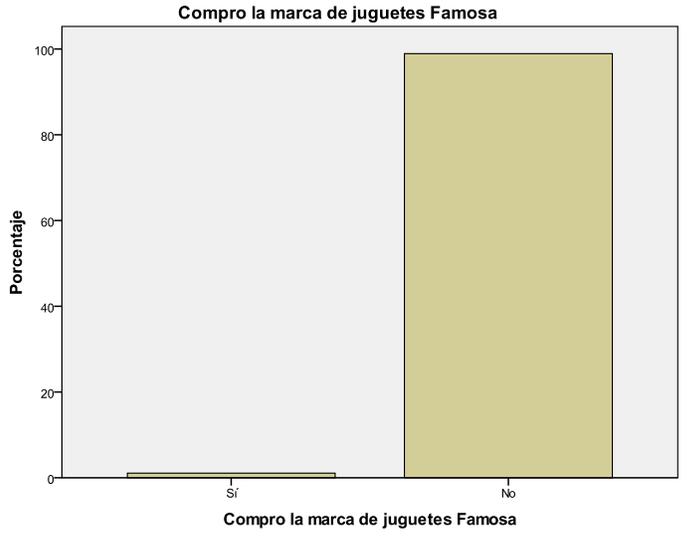
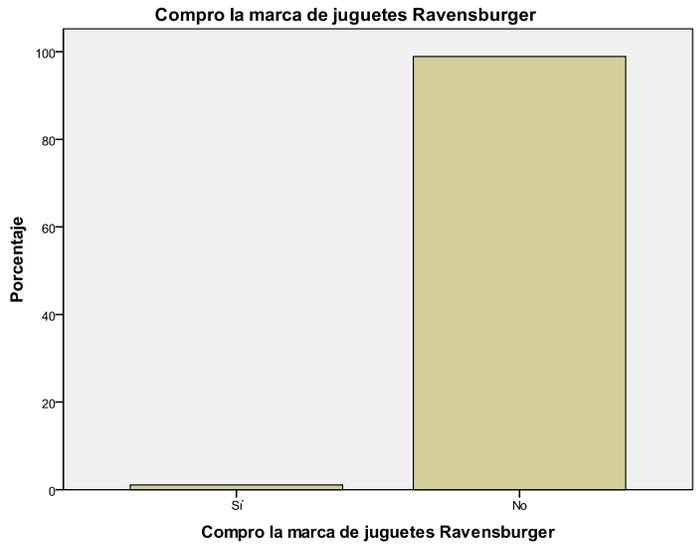


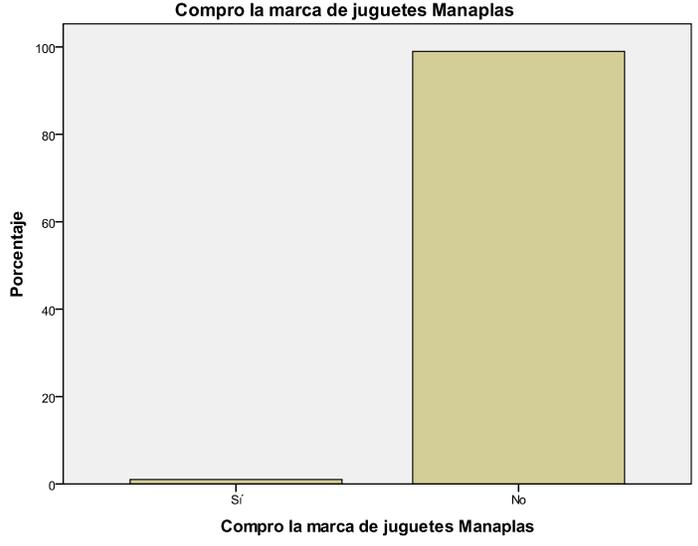
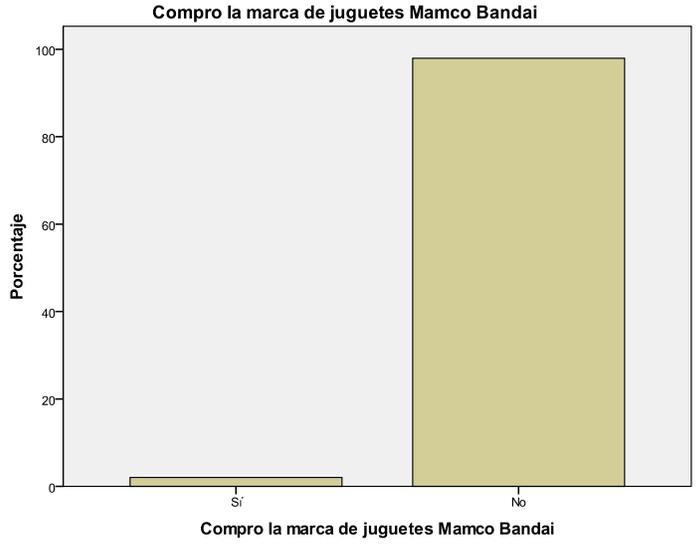
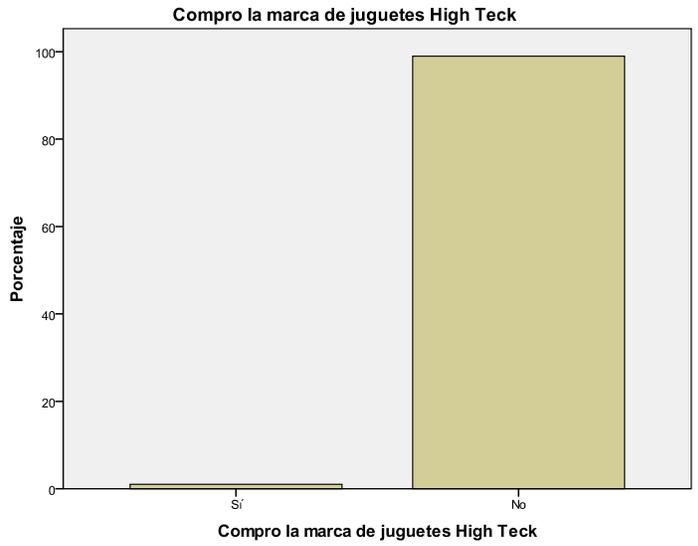


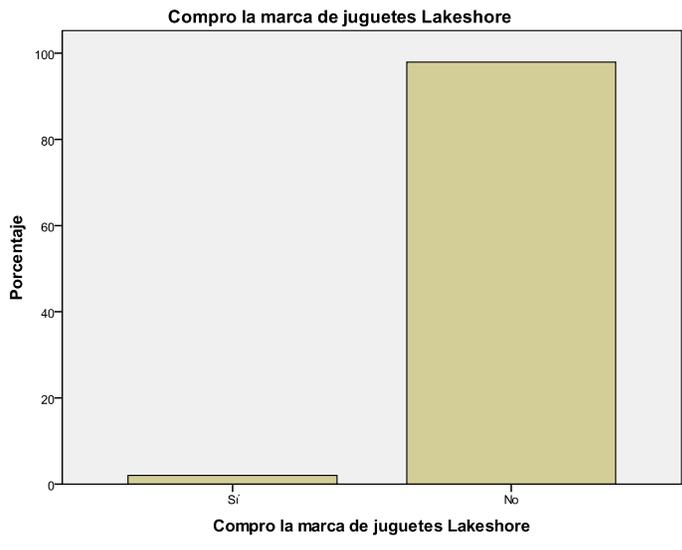
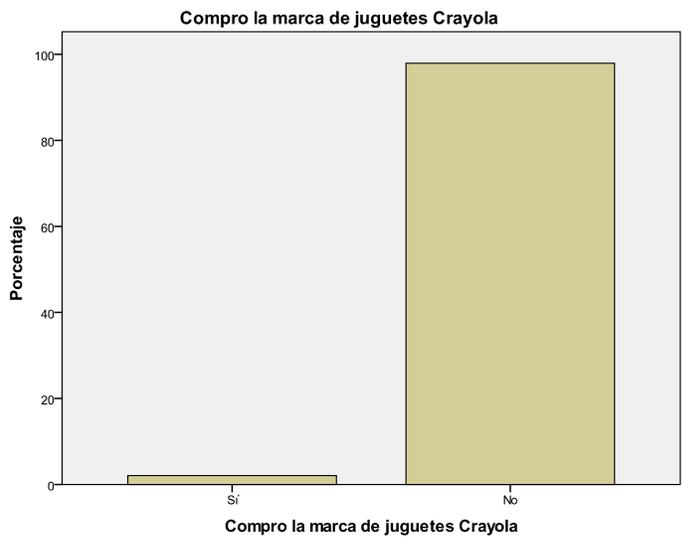
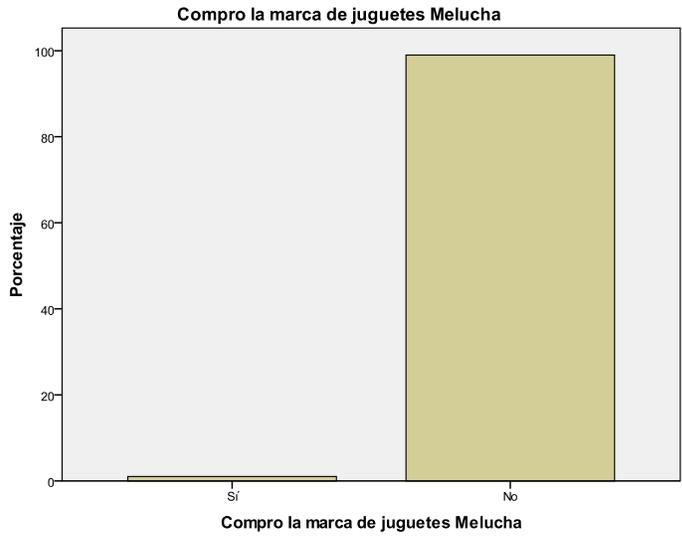


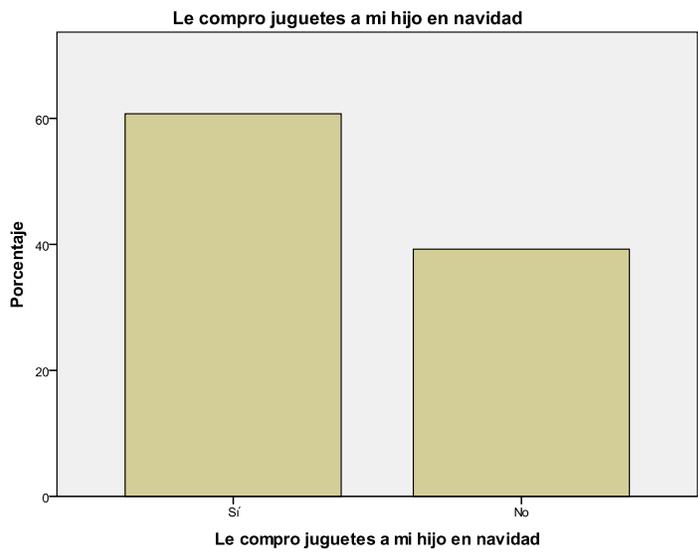
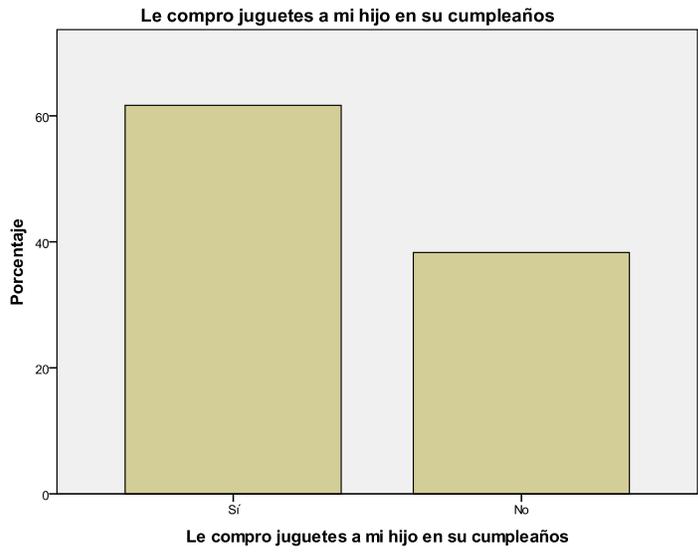
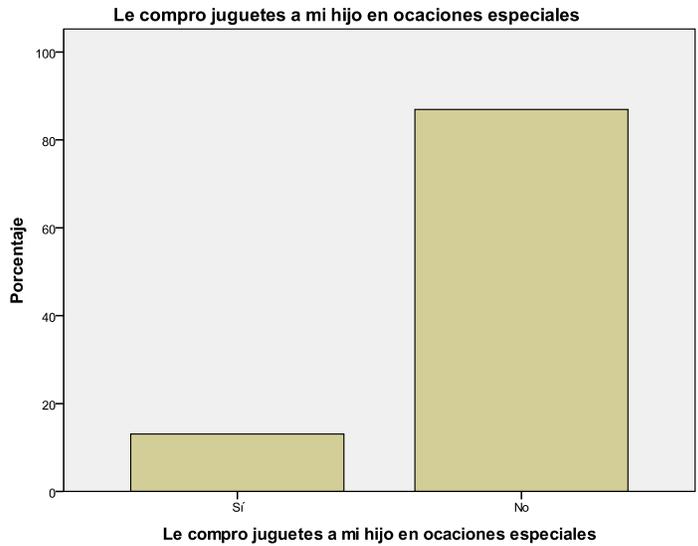


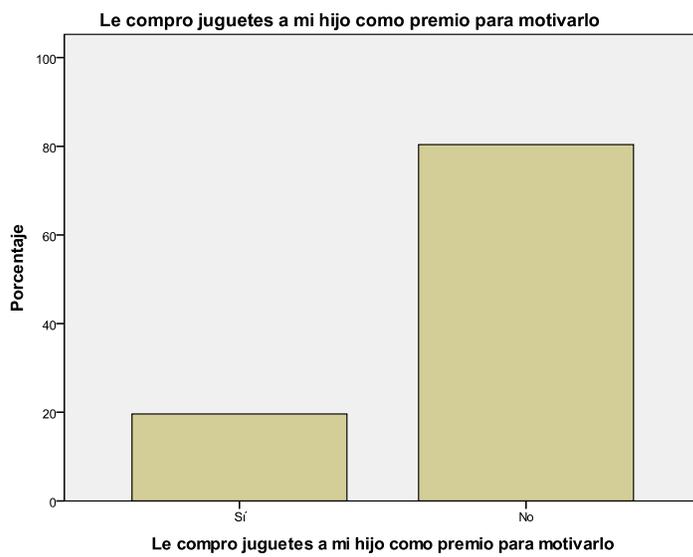
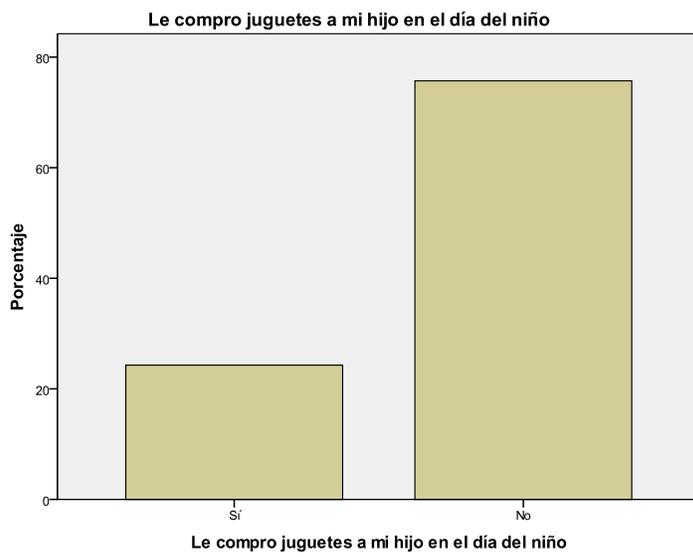
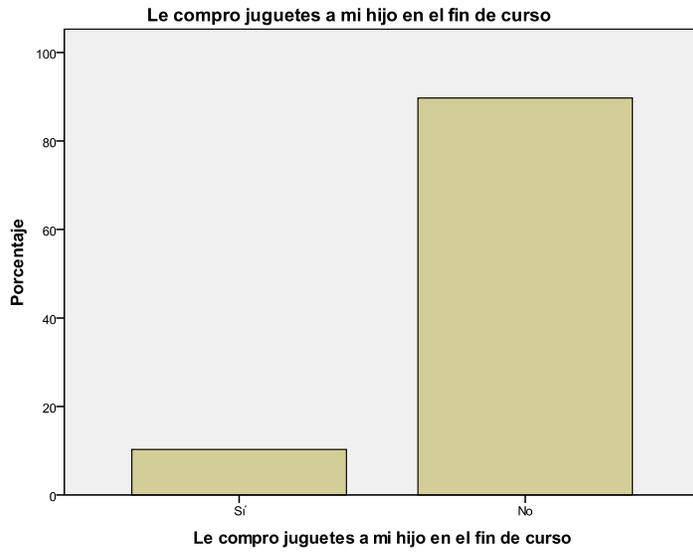


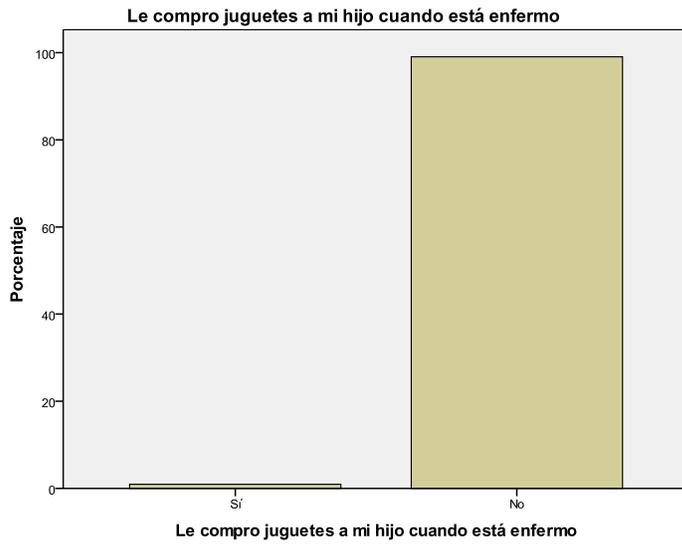
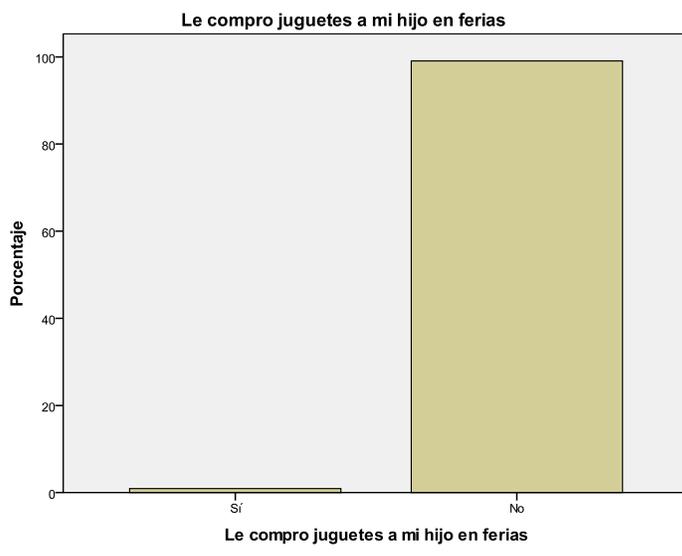
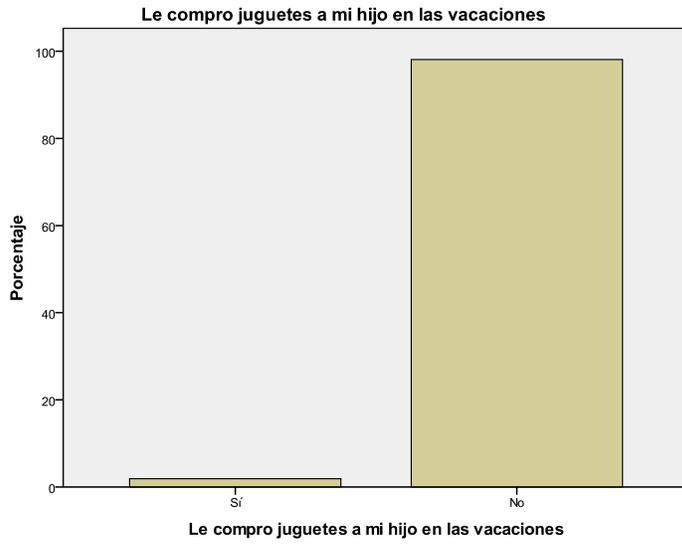


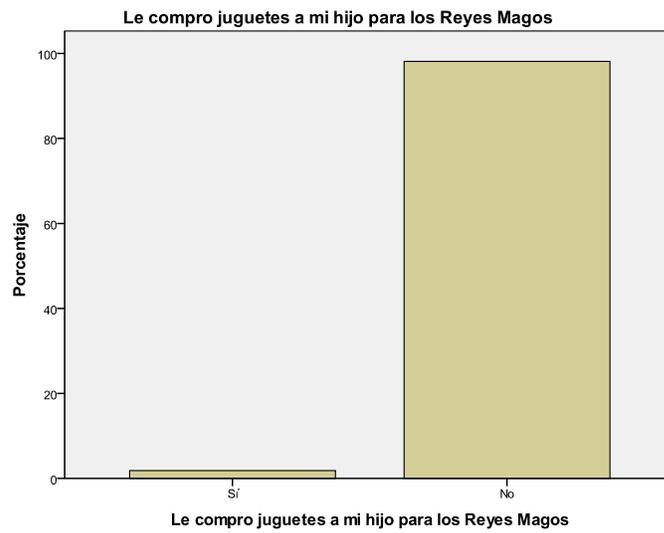
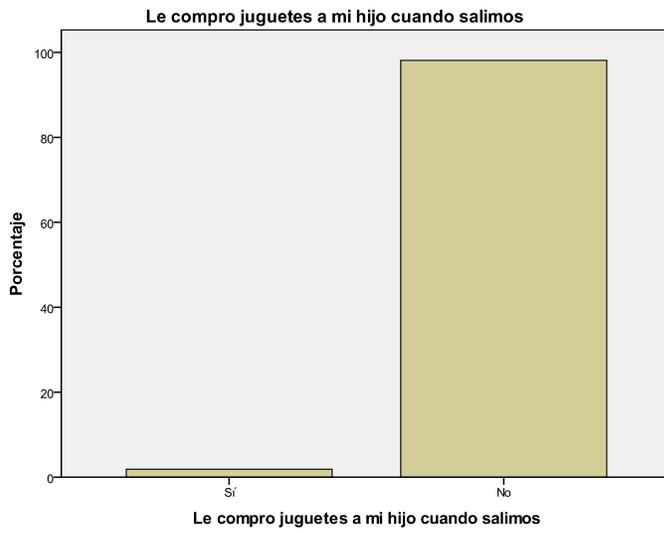
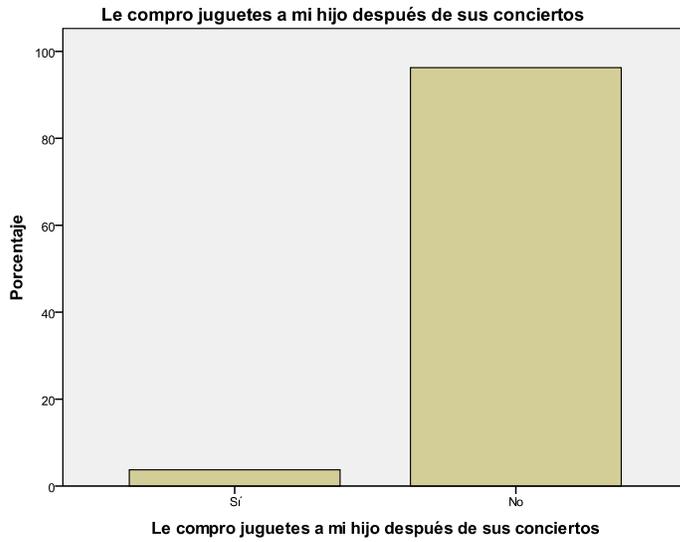


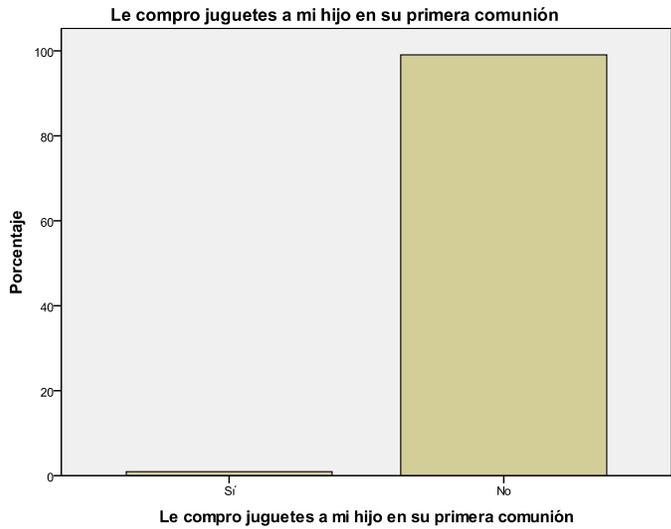
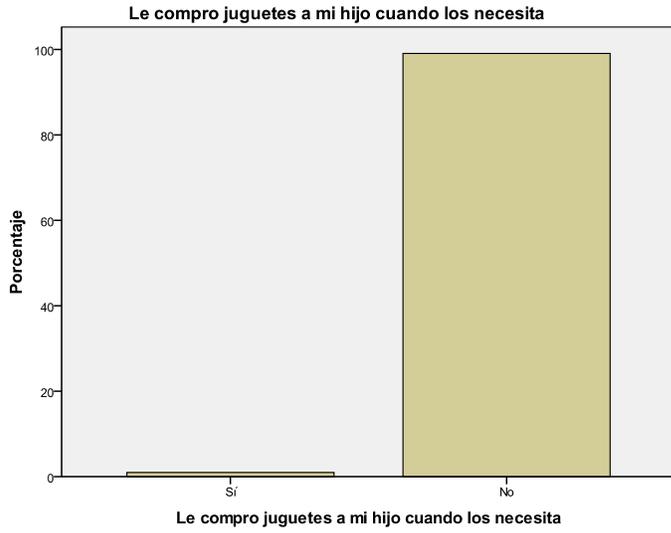
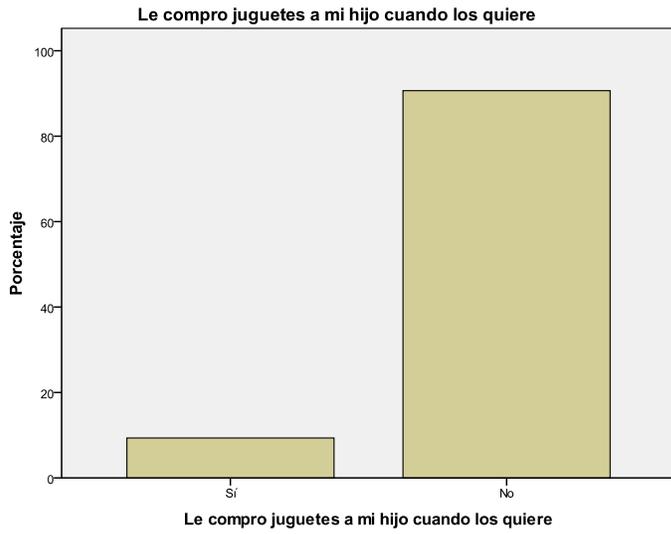




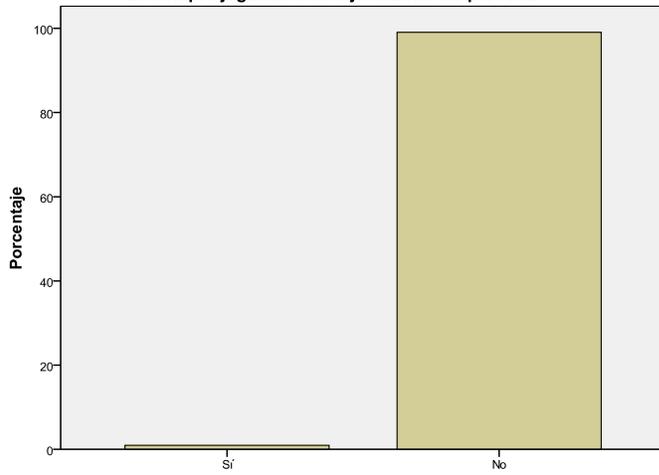






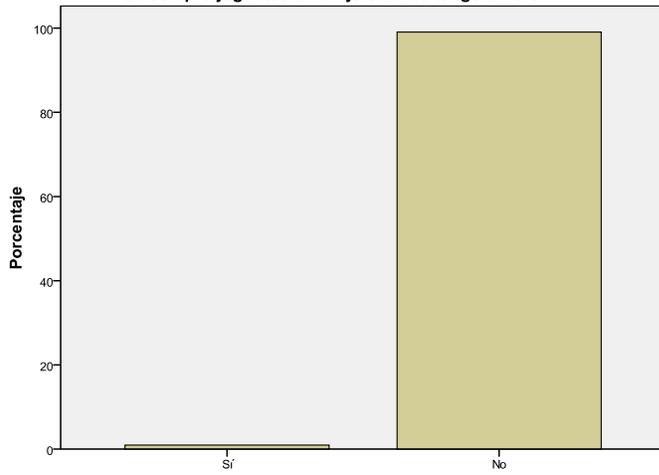


Le compro juguetes a mi hijo cuando me provoca



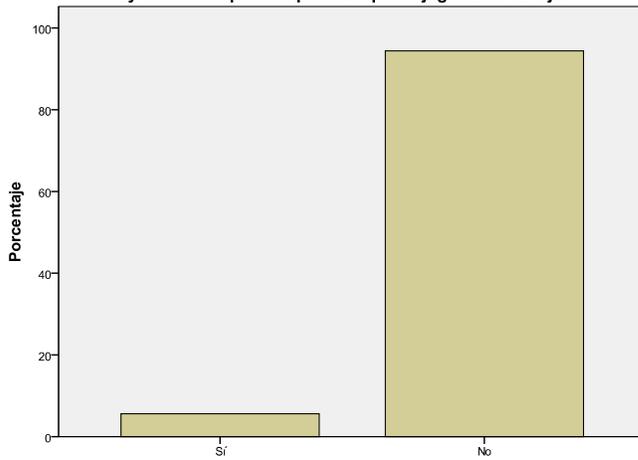
Le compro juguetes a mi hijo cuando me provoca

Le compro juguetes a mi hijo cuando tengo dinero

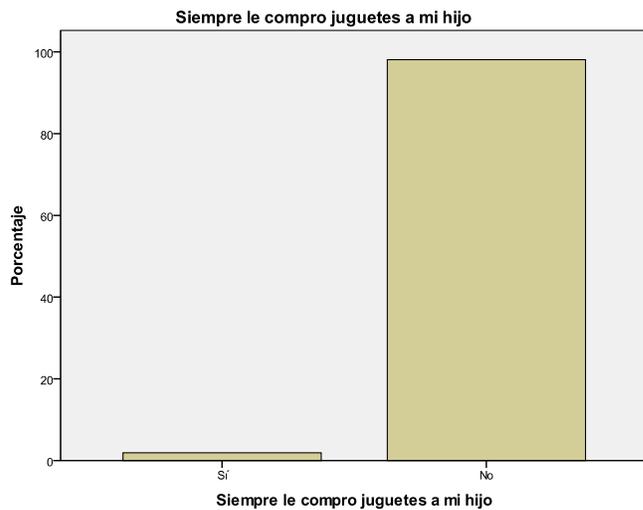


Le compro juguetes a mi hijo cuando tengo dinero

No hay ocasión específica para comprarle juguetes a mi hijo



No hay ocasión específica para comprarle juguetes a mi hijo



Cruce de Sexo con todas las variables

Sexo * El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que juego con él

Tabla de contingencia

Recuento

		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que juego con él		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	9	6	15
	Femenino	62	37	99
Total		71	43	114

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,038 ^a	1	,845		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,038	1	,845		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,529
Asociación lineal por lineal	,038	1	,846		

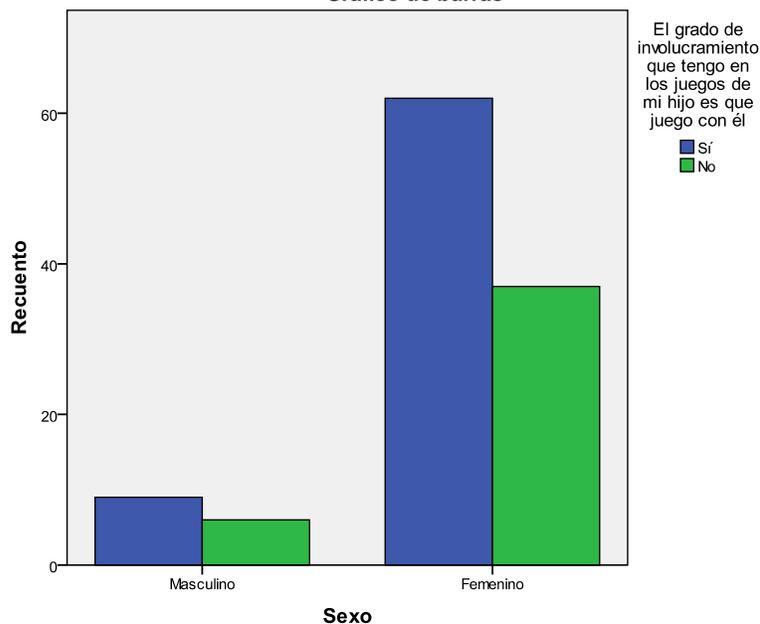
N de casos válidos	114			
--------------------	-----	--	--	--

- a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,66.
b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	,018	,845
N de casos válidos		114	

Gráfico de barras



Sexo * El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega

Tabla de contingencia

Recuento	El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega	
		Total

		Sí	No	
Sexo	Masculino	8	7	15
	Femenino	61	38	99
Total		69	45	114

Pruebas de chi-cuadrado

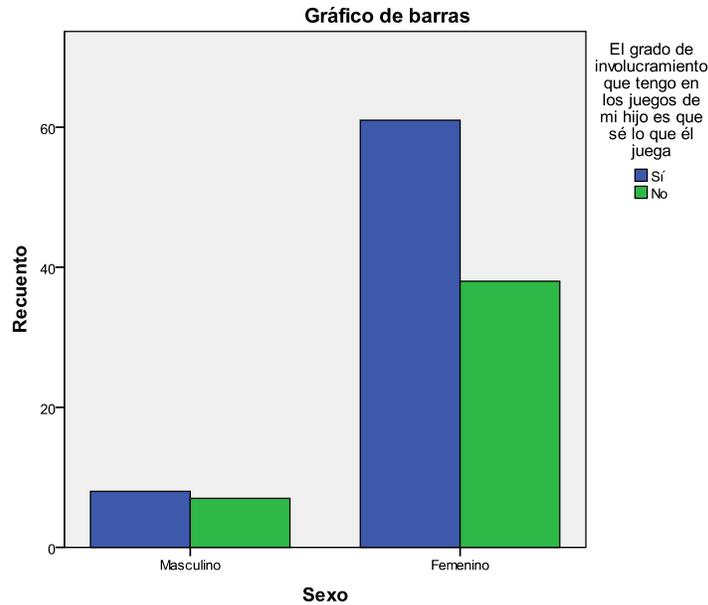
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,374 ^a	1	,541		
Corrección por continuidad ^b	,108	1	,743		
Razón de verosimilitudes	,369	1	,544		
Estadístico exacto de Fisher				,579	,367
Asociación lineal por lineal	,371	1	,543		
N de casos válidos	114				

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,92.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,057	,541
N de casos válidos		114	



Sexo * El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo se basa en fomentar algún juego

Tabla de contingencia

Recuento

		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo se basa en fomentar algún juego		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	3	12	15
	Femenino	20	79	99
Total		23	91	114

Pruebas de chi-cuadrado

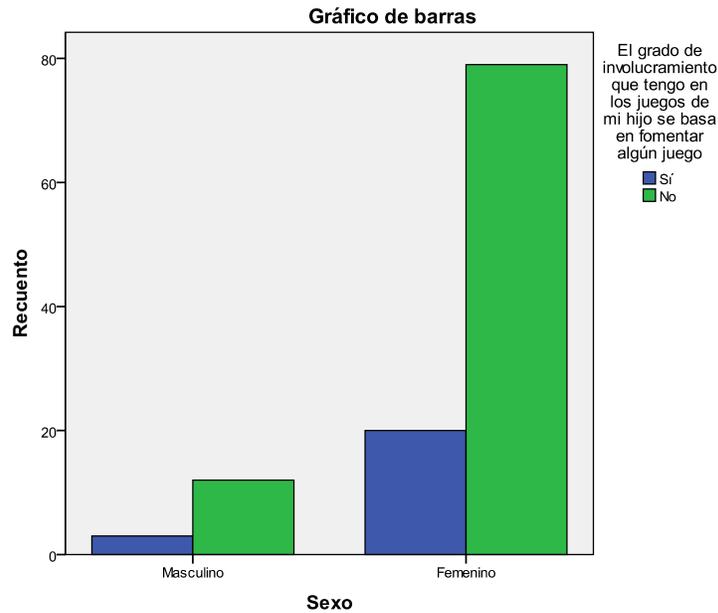
	Valor	GI	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,000 ^a	1	,986		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,000	1	,985		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,645
Asociación lineal por lineal	,000	1	,986		
N de casos válidos	114				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,03.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,002	,986
N de casos válidos		114	



Sexo * No me involucro en los juegos de mi hijo

Tabla de contingencia

Recuento

		No me involucro en los juegos de mi hijo		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	15	15
	Femenino	3	96	99
Total		3	111	114

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,467 ^a	1	,494		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,859	1	,354		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,652
Asociación lineal por lineal	,463	1	,496		
N de casos válidos	114				

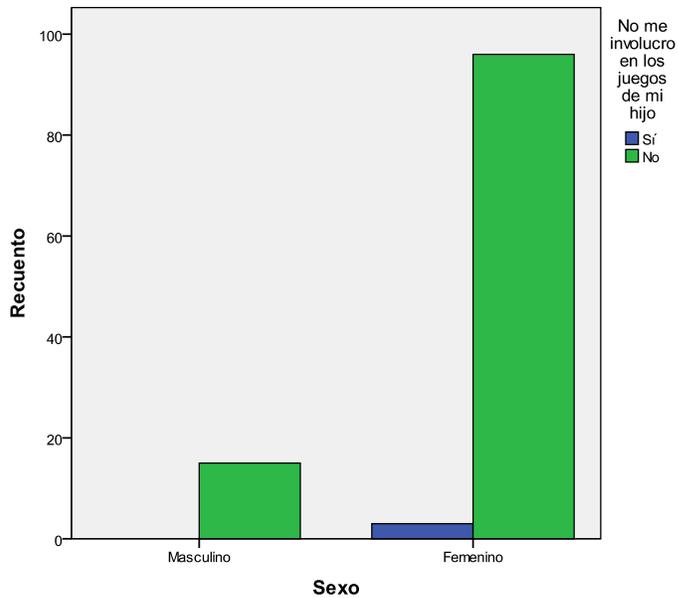
a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,39.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,064	,494
N de casos válidos	114	

Gráfico de barras



Sexo * ¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo?					Total
		1	3	4	5	6	
Sexo	Masculino	0	0	1	5	9	15
	Femenino	1	5	10	28	55	99
Total		1	5	11	33	64	114

Pruebas de chi-cuadrado

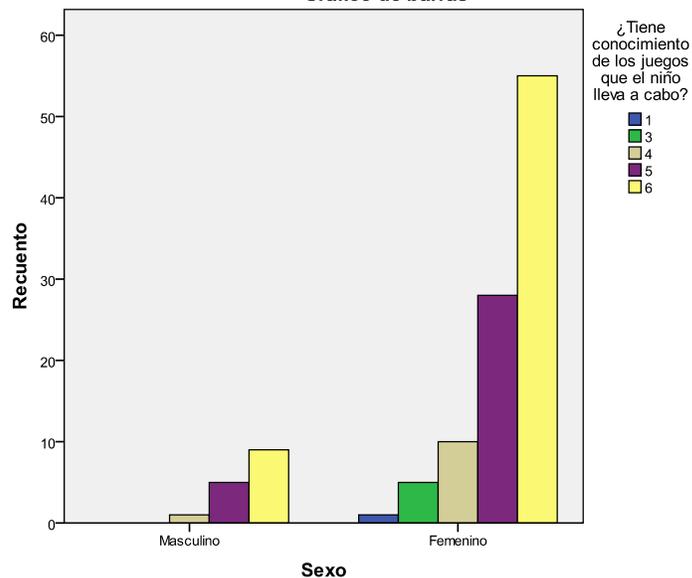
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,229 ^a	4	,873
Razón de verosimilitudes	2,024	4	,731
Asociación lineal por lineal	,731	1	,393
N de casos válidos	114		

a. 6 casillas (60,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,13.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,103	,873
N de casos válidos		114	

Gráfico de barras



Sexo * ¿Considera el costo de un juguete a la hora de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera el costo de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	6	9	15
	Femenino	42	57	99
Total		48	66	114

Pruebas de chi-cuadrado

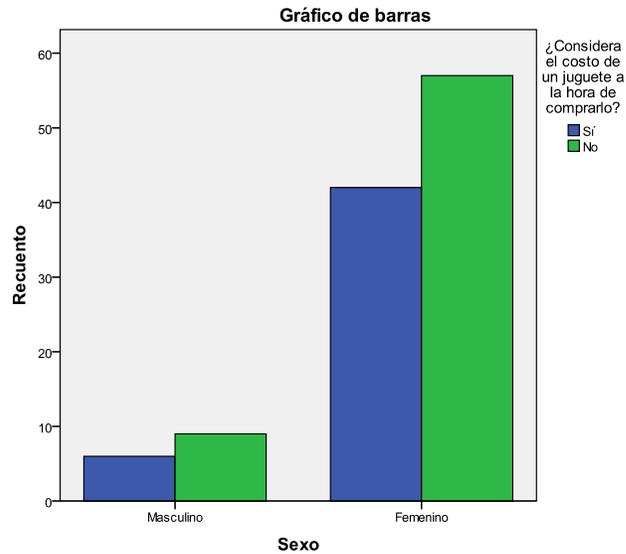
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,031 ^a	1	,859		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,032	1	,859		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,545
Asociación lineal por lineal	,031	1	,860		
N de casos válidos	114				

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 6,32.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,017	,859
N de casos válidos		114	



Sexo * ¿Considera las funciones de un juguete a la hora de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera las funciones de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	4	11	15
	Femenino	67	32	99
Total		71	43	114

Pruebas de chi-cuadrado

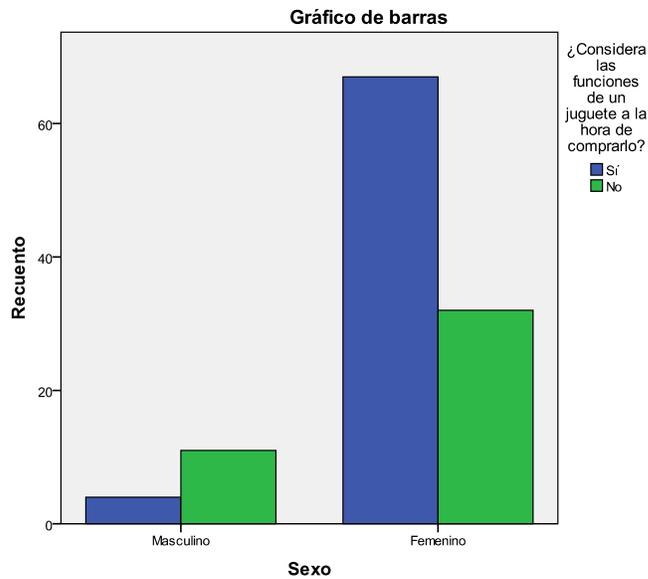
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,326 ^a	1	,002		
Corrección por continuidad ^b	7,662	1	,006		
Razón de verosimilitudes	9,094	1	,003		
Estadístico exacto de Fisher				,004	,003
Asociación lineal por lineal	9,244	1	,002		
N de casos válidos	114				

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,66.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,275	,002
N de casos válidos		114	



Sexo * ¿Considera la durabilidad de un juguete a la hora de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera la durabilidad de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	5	10	15
	Femenino	37	62	99
Total		42	72	114

Pruebas de chi-cuadrado

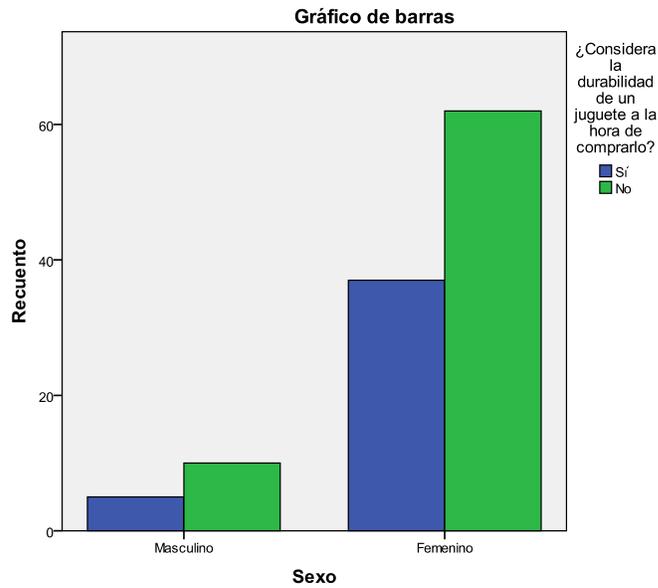
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,091 ^a	1	,762		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	,988		
Razón de verosimilitudes	,093	1	,761		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,502
Asociación lineal por lineal	,091	1	,763		
N de casos válidos	114				

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,53.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,028	,762
N de casos válidos	114	



Sexo * ¿Considera la marca de un juguete a la hora de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera la marca de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	5	10	15
	Femenino	9	90	99
Total		14	100	114

Pruebas de chi-cuadrado

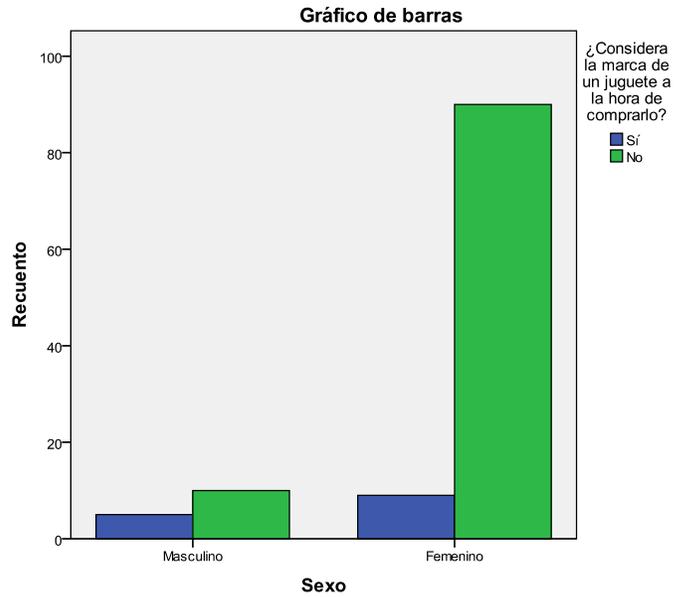
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,106 ^a	1	,008		
Corrección por continuidad ^b	5,034	1	,025		
Razón de verosimilitudes	5,512	1	,019		
Estadístico exacto de Fisher				,020	,020
Asociación lineal por lineal	7,044	1	,008		
N de casos válidos	114				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,84.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,242	,008
N de casos válidos		114	



Sexo * ¿Considera el aspecto físico de un juguete a la hora de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera el aspecto físico de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	2	13	15
	Femenino	14	85	99
Total		16	98	114

Pruebas de chi-cuadrado

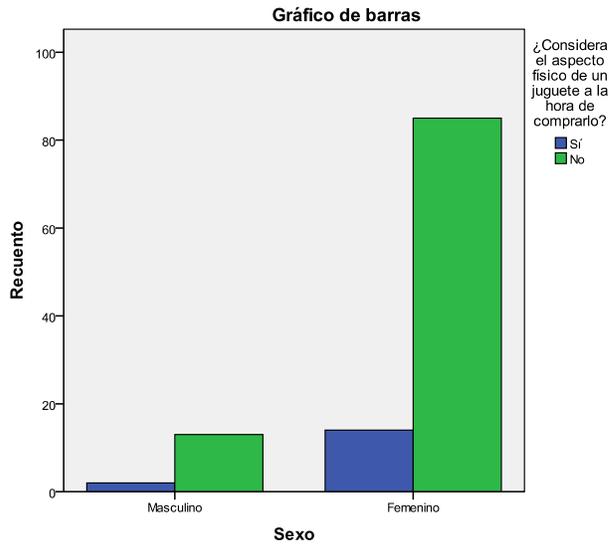
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,007 ^a	1	,933		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,007	1	,933		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,648
Asociación lineal por lineal	,007	1	,933		
N de casos válidos	114				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,11.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,008	,933
N de casos válidos		114	



Sexo * ¿Considera las recomendaciones que le hacen sobre un juguete a la hora de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera las recomendaciones que le hacen sobre un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		SÍ	No	
Sexo	Masculino	3	12	15
	Femenino	18	81	99
Total		21	93	114

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,029 ^a	1	,866		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,028	1	,867		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,552
Asociación lineal por lineal	,028	1	,866		
N de casos válidos	114				

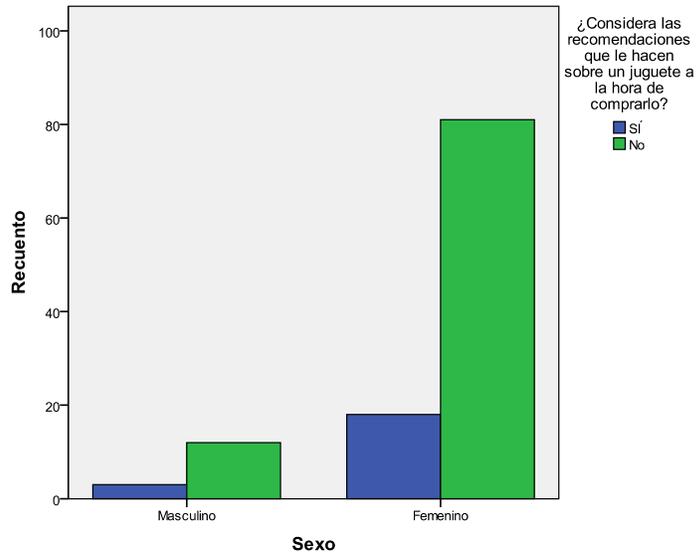
a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,76.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,016	,866
N de casos válidos	114	

Gráfico de barras



Sexo * ¿Considera el grado de aprendizaje que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera el grado de aprendizaje que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	8	7	15
	Femenino	54	45	99
Total		62	52	114

Pruebas de chi-cuadrado

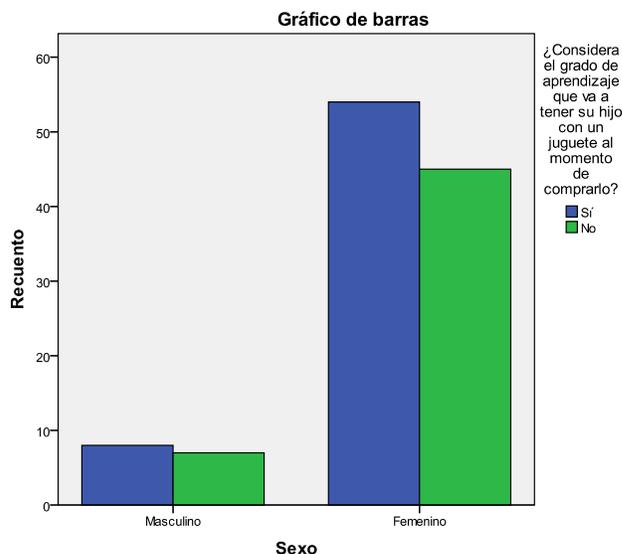
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,008 ^a	1	,930		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,008	1	,930		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,573
Asociación lineal por lineal	,008	1	,930		
N de casos válidos	114				

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 6,84.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,008	,930
N de casos válidos		114	



Sexo * ¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	6	9	15
	Femenino	38	61	99
Total		44	70	114

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,014 ^a	1	,905		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,014	1	,905		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,559
Asociación lineal por lineal	,014	1	,905		
N de casos válidos	114				

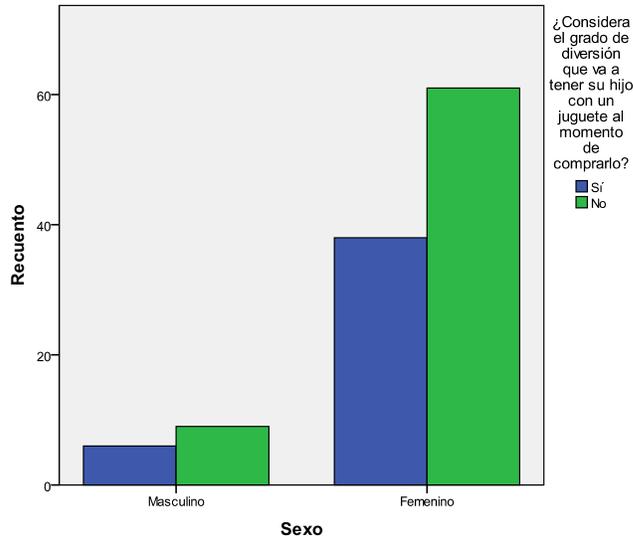
a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,79.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	,011	,905
N de casos válidos		114	

Gráfico de barras



Sexo * ¿Considera el poder jugar con el niño mientras usa el juguete al momento de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera el poder jugar con el niño mientras usa el juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	2	13	15
	Femenino	14	85	99
Total		16	98	114

Pruebas de chi-cuadrado

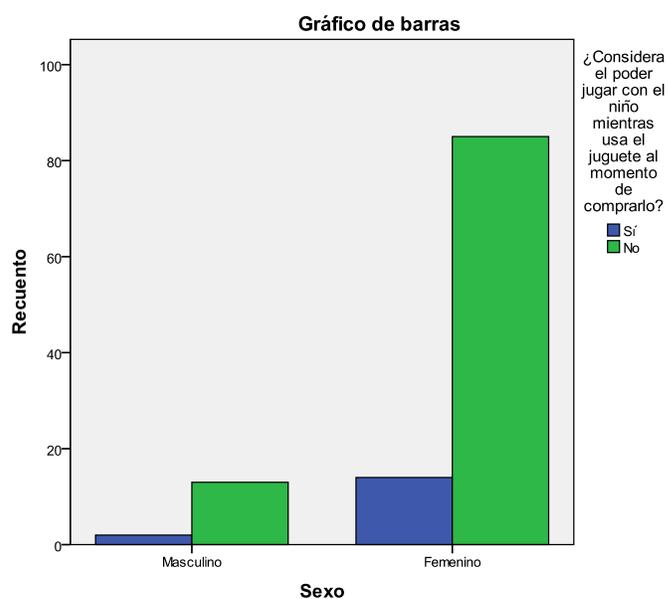
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,007 ^a	1	,933		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,007	1	,933		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,648
Asociación lineal por lineal	,007	1	,933		
N de casos válidos	114				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,11.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,008	,933
N de casos válidos	114	



Sexo * ¿Considera que el niño quiera el juguete al momento de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera que el niño quiera el juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	6	9	15
	Femenino	34	65	99
Total		40	74	114

Pruebas de chi-cuadrado

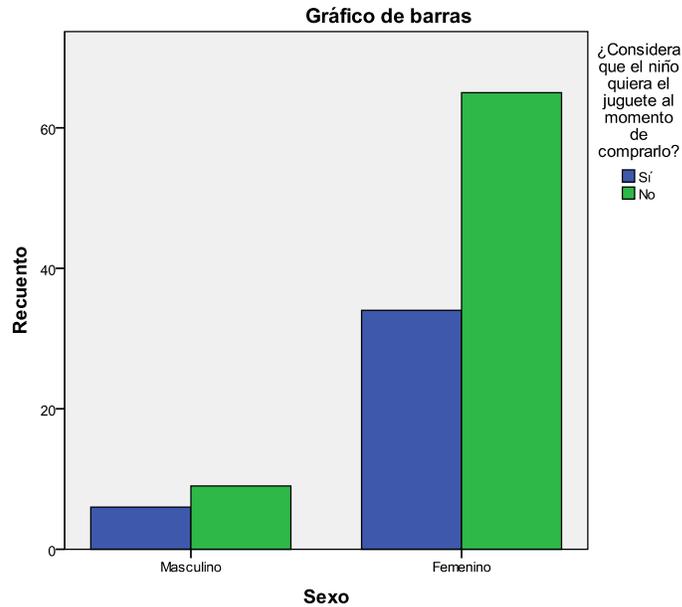
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,183 ^a	1	,669		
Corrección por continuidad ^b	,019	1	,891		
Razón de verosimilitudes	,180	1	,671		
Estadístico exacto de Fisher				,773	,437
Asociación lineal por lineal	,181	1	,670		
N de casos válidos	114				

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,26.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,040	,669
N de casos válidos		114	



Sexo * ¿Considera el riesgo de uso del juguete al momento de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera el riesgo de uso del juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	3	12	15
	Femenino	17	82	99
Total		20	94	114

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,072 ^a	1	,788		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,070	1	,791		
Estadístico exacto de Fisher				,725	,514
Asociación lineal por lineal	,071	1	,789		
N de casos válidos	114				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,63.

Pruebas de chi-cuadrado

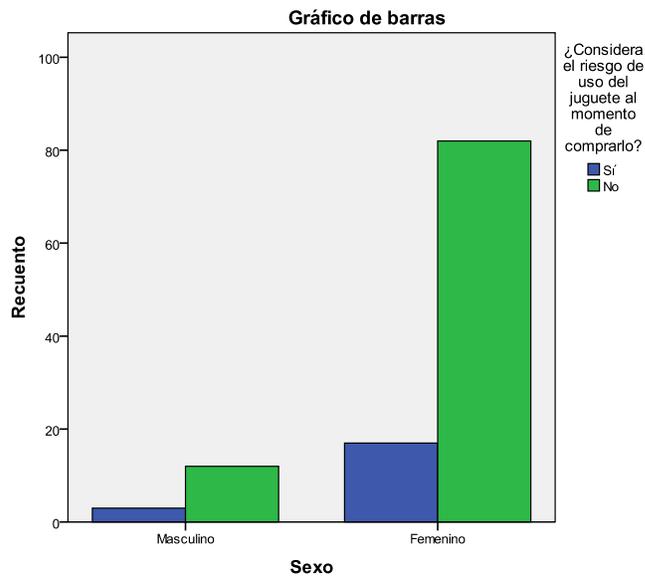
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,072 ^a	1	,788		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,070	1	,791		
Estadístico exacto de Fisher				,725	,514
Asociación lineal por lineal	,071	1	,789		
N de casos válidos	114				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,63.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,025	,788
N de casos válidos	114	



Sexo * ¿Considera otro factor a la hora de comprar un juguete?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera otro factor a la hora de comprar un juguete?	
		No	Total
Sexo	Masculino	15	15
	Femenino	99	99
Total		114	114

Pruebas de chi-cuadrado

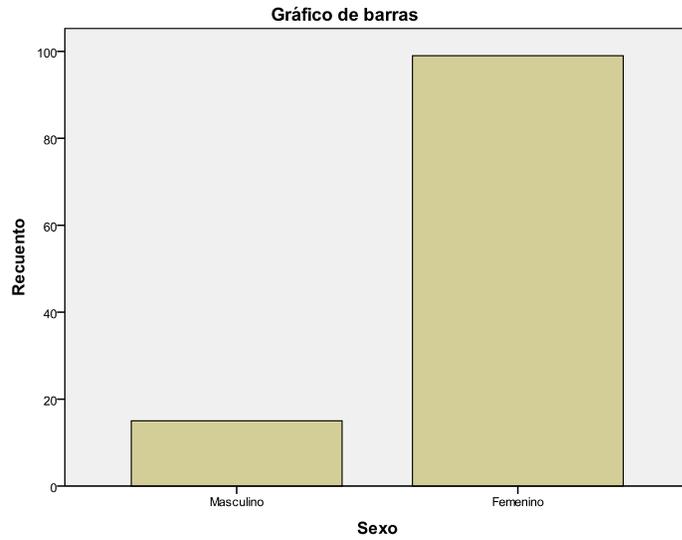
	Valor
Chi-cuadrado de Pearson	. ^a
N de casos válidos	114

a. No se calculará ningún estadístico porque ¿Considera otro factor a la hora de comprar un juguete? es una constante.

Medidas simétricas

		Valor
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	. ^a
N de casos válidos		114

a. No se calculará ningún estadístico porque ¿Considera otro factor a la hora de comprar un juguete? es una constante.



Sexo * No sabe / no contesta qué considera a la hora de comprar un juguete

Tabla de contingencia

Recuento

		No sabe / no contesta qué considera a la hora de comprar un juguete	
		No	Total
Sexo	Masculino	15	15
	Femenino	99	99
Total		114	114

Pruebas de chi-cuadrado

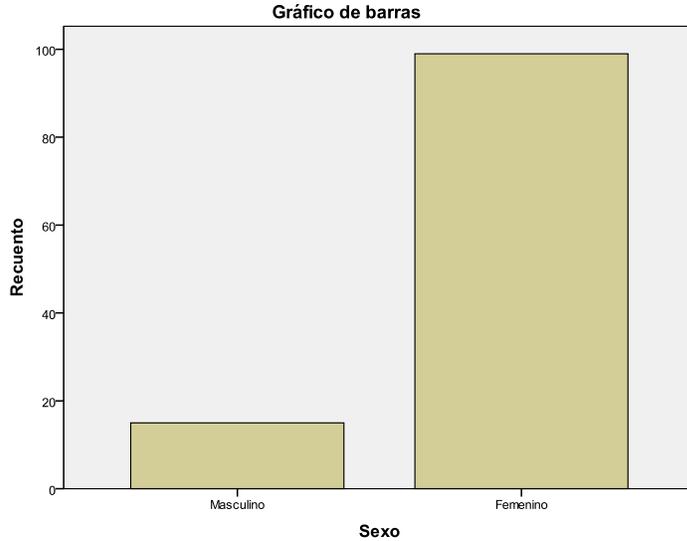
	Valor
Chi-cuadrado de Pearson	. ^a
N de casos válidos	114

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta qué considera a la hora de comprar un juguete es una constante.

Medidas simétricas

		Valor
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	. ^a
N de casos válidos		114

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta qué considera a la hora de comprar un juguete es una constante.



Sexo * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo?

Tabla de contingencia

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	13	2	15
	Femenino	94	4	98
Total		107	6	113

Pruebas de chi-cuadrado

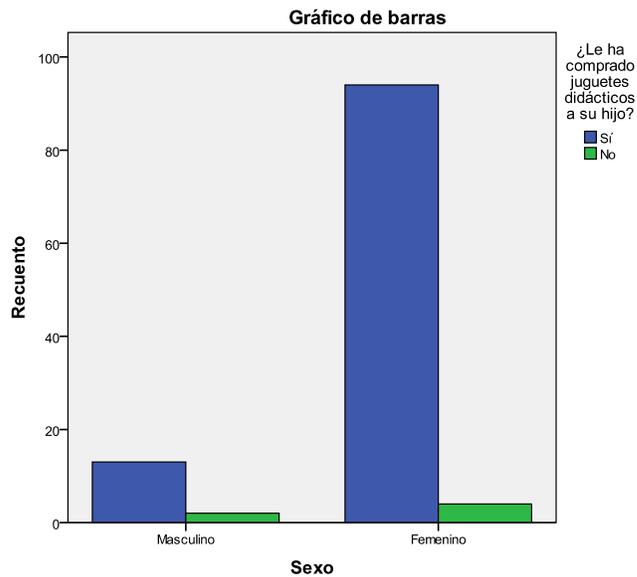
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,215 ^a	1	,137		
Corrección por continuidad ^b	,757	1	,384		
Razón de verosimilitudes	1,699	1	,192		
Estadístico exacto de Fisher				,180	,180
Asociación lineal por lineal	2,195	1	,138		
N de casos válidos	113				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,80.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,139	,137
N de casos válidos	113	



Sexo * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad gruesa?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad gruesa?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	3	10	13
	Femenino	18	80	98
Total		21	90	111

Pruebas de chi-cuadrado

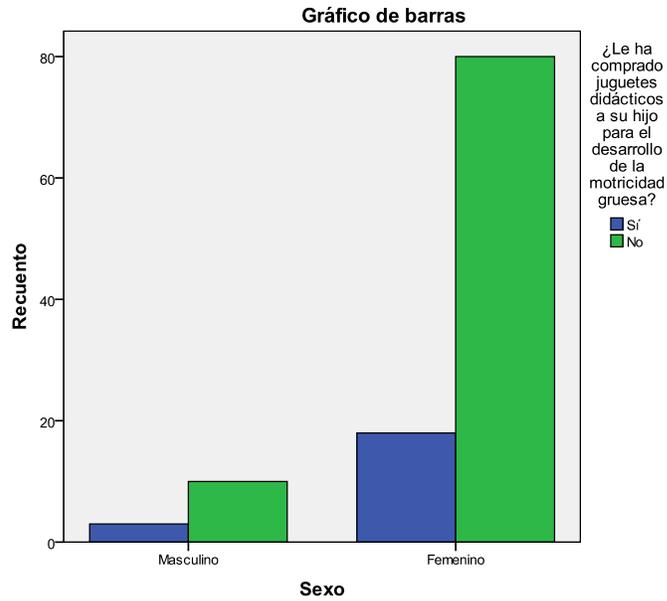
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,166 ^a	1	,684		
Corrección por continuidad ^b	,001	1	,976		
Razón de verosimilitudes	,159	1	,690		
Estadístico exacto de Fisher				,709	,463
Asociación lineal por lineal	,164	1	,685		
N de casos válidos	111				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,46.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	,039	,684
N de casos válidos		111	



Sexo * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad fina?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad fina?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	5	8	13
	Femenino	32	66	98
Total		37	74	111

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,174 ^a	1	,676		
Corrección por continuidad ^b	,011	1	,917		
Razón de verosimilitudes	,171	1	,679		
Estadístico exacto de Fisher				,757	,448
Asociación lineal por lineal	,173	1	,678		
N de casos válidos	111				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,33.

Pruebas de chi-cuadrado

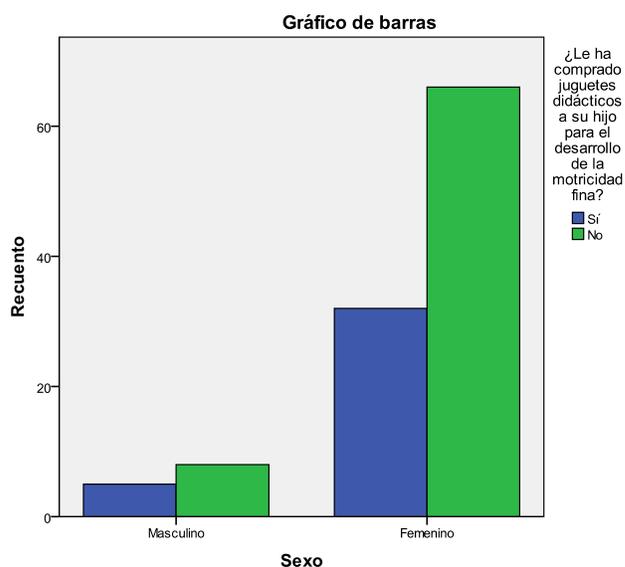
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,174 ^a	1	,676		
Corrección por continuidad ^b	,011	1	,917		
Razón de verosimilitudes	,171	1	,679		
Estadístico exacto de Fisher				,757	,448
Asociación lineal por lineal	,173	1	,678		
N de casos válidos	111				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,33.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,040	,676
N de casos válidos	111	



Sexo * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para favorecer la afectividad?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para favorecer la afectividad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	1	12	13
	Femenino	6	92	98
Total		7	104	111

Pruebas de chi-cuadrado

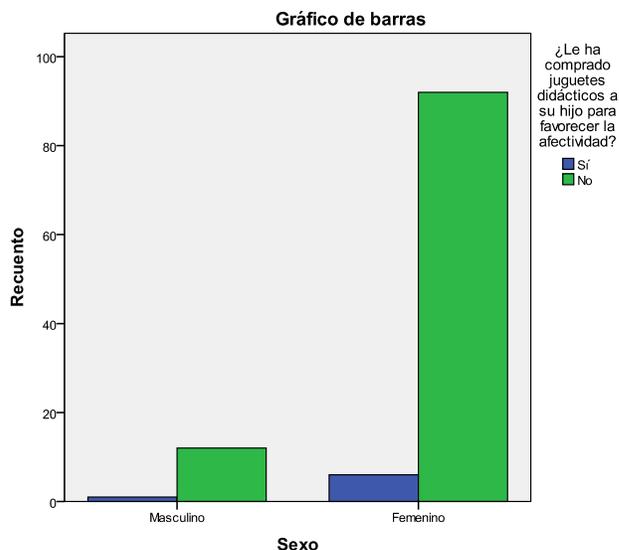
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,048 ^a	1	,827		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,045	1	,831		
Estadístico exacto de Fisher				,593	,593
Asociación lineal por lineal	,047	1	,828		
N de casos válidos	111				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,82.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,021	,827
N de casos válidos		111	



Sexo * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	13	13
	Femenino	21	77	98
Total		21	90	111

Pruebas de chi-cuadrado

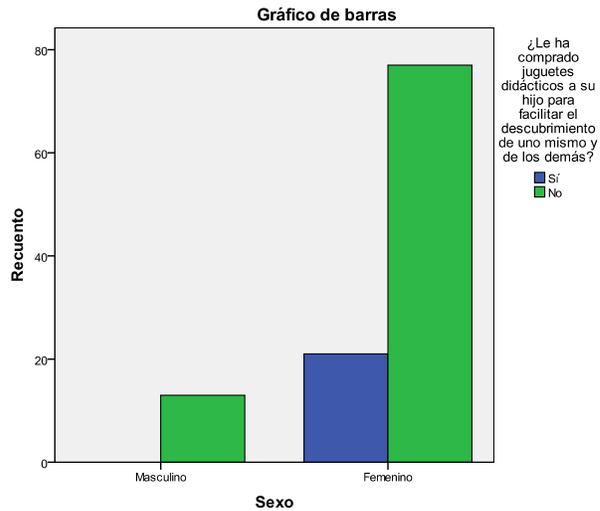
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,436 ^a	1	,064		
Corrección por continuidad ^b	2,181	1	,140		
Razón de verosimilitudes	5,842	1	,016		
Estadístico exacto de Fisher				,123	,055
Asociación lineal por lineal	3,405	1	,065		
N de casos válidos	111				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,46.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	,173	,064
N de casos válidos		111	



Sexo * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	8	5	13
	Femenino	72	26	98
Total		80	31	111

Pruebas de chi-cuadrado

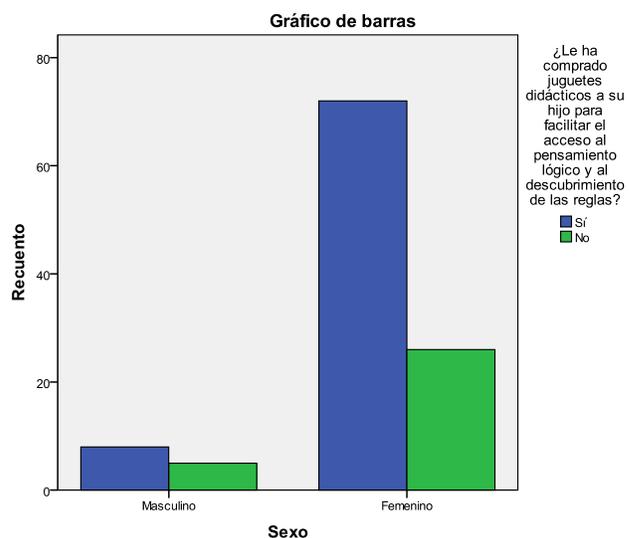
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,812 ^a	1	,368		
Corrección por continuidad ^b	,327	1	,567		
Razón de verosimilitudes	,768	1	,381		
Estadístico exacto de Fisher				,511	,276
Asociación lineal por lineal	,804	1	,370		
N de casos válidos	111				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,63.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,085	,368
N de casos válidos	111	



Sexo * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la televisión?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la televisión?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	8	7	15
	Femenino	63	35	98
Total		71	42	113

Pruebas de chi-cuadrado

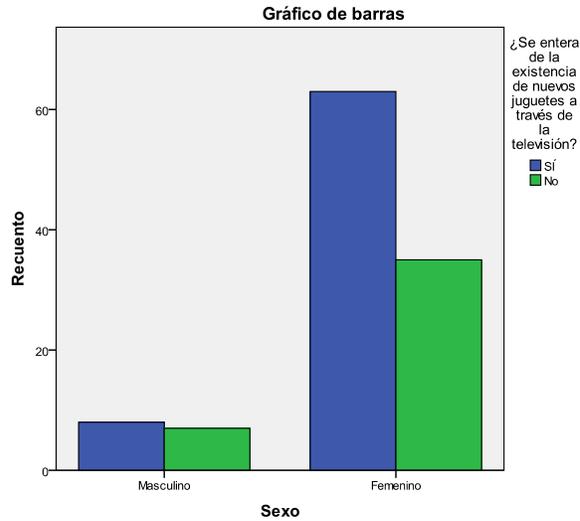
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,668 ^a	1	,414		
Corrección por continuidad ^b	,282	1	,596		
Razón de verosimilitudes	,653	1	,419		
Estadístico exacto de Fisher				,567	,294
Asociación lineal por lineal	,662	1	,416		
N de casos válidos	113				

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,58.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,077	,414
N de casos válidos		113	



Sexo * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la radio?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la radio?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	15	15
	Femenino	5	93	98
Total		5	108	113

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,801 ^a	1	,371		
Corrección por continuidad ^b	,049	1	,825		
Razón de verosimilitudes	1,459	1	,227		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,484
Asociación lineal por lineal	,794	1	,373		
N de casos válidos	113				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,66.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	,084	,371
N de casos válidos		113	



Sexo * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de revistas?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de revistas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	2	13	15
	Femenino	10	88	98
Total		12	101	113

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,134 ^a	1	,714		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,127	1	,722		
Estadístico exacto de Fisher				,660	,496
Asociación lineal por lineal	,133	1	,715		
N de casos válidos	113				

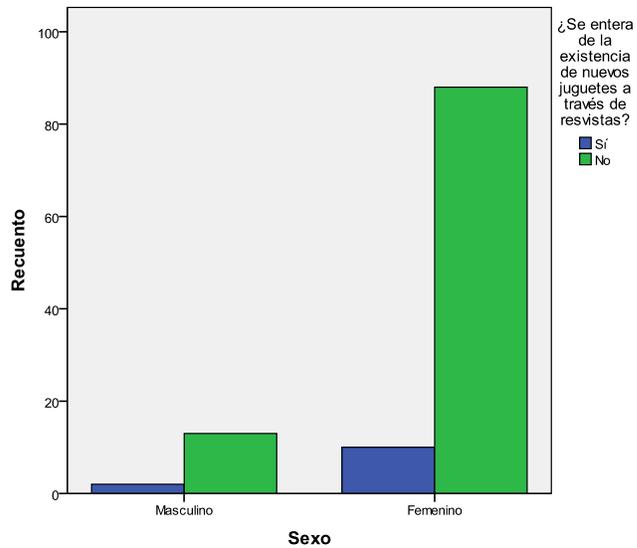
a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,59.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,034	,714
N de casos válidos	113	

Gráfico de barras



Sexo * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la prensa?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la prensa?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	15	15
	Femenino	3	95	98
Total		3	110	113

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,472 ^a	1	,492		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,867	1	,352		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,650
Asociación lineal por lineal	,468	1	,494		
N de casos válidos	113				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,40.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	,064	,492
N de casos válidos		113	



Sexo * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de Internet?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de Internet?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	3	12	15
	Femenino	23	75	98
Total		26	87	113

Pruebas de chi-cuadrado

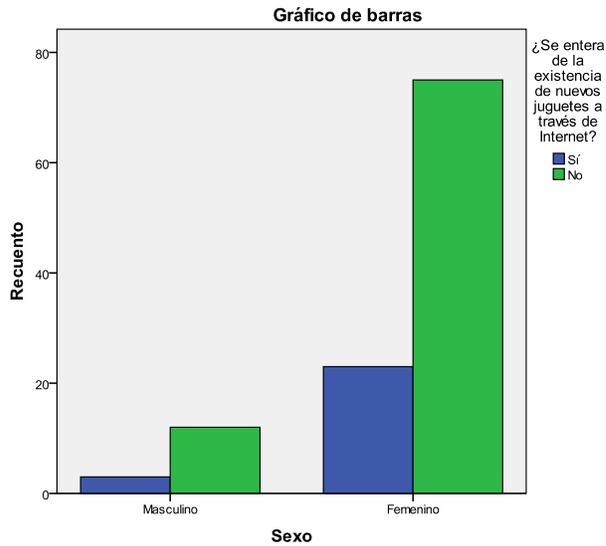
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,088 ^a	1	,766		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,091	1	,763		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,531
Asociación lineal por lineal	,088	1	,767		
N de casos válidos	113				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,45.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,028	,766
N de casos válidos		113	



Sexo * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través familiares o amigos?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través familiares o amigos?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	4	11	15
	Femenino	43	55	98
Total		47	66	113

Pruebas de chi-cuadrado

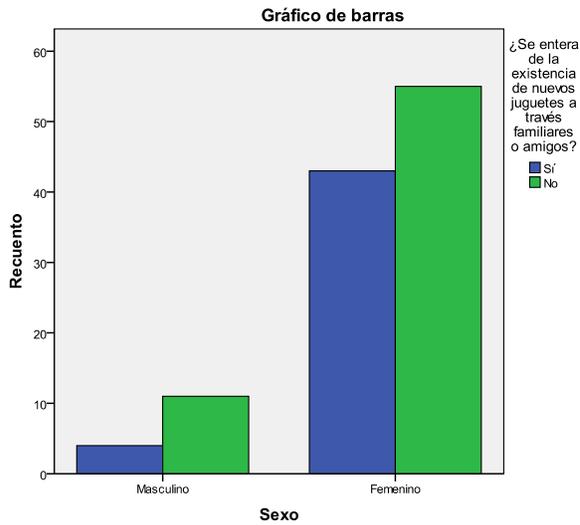
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,586 ^a	1	,208		
Corrección por continuidad ^b	,957	1	,328		
Razón de verosimilitudes	1,660	1	,198		
Estadístico exacto de Fisher				,267	,164
Asociación lineal por lineal	1,572	1	,210		
N de casos válidos	113				

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 6,24.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,118	,208
N de casos válidos	113	



Sexo * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque su hijo se lo muestra y se lo pide?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque su hijo se lo muestra y se lo pide?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	10	5	15
	Femenino	70	28	98
Total		80	33	113

Pruebas de chi-cuadrado

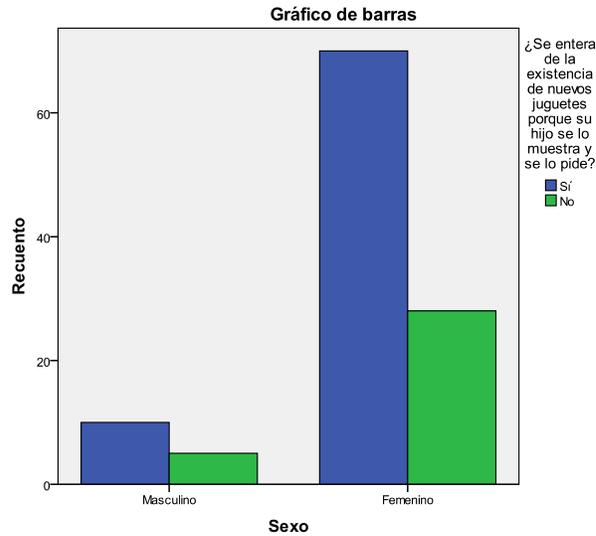
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,143 ^a	1	,706		
Corrección por continuidad ^b	,005	1	,942		
Razón de verosimilitudes	,140	1	,709		
Estadístico exacto de Fisher				,763	,458
Asociación lineal por lineal	,141	1	,707		
N de casos válidos	113				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,38.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,036	,706
N de casos válidos		113	



Sexo * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque va directamente a la juguetería y los ve?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque va directamente a la juguetería y los ve?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	3	12	15
	Femenino	27	71	98
Total		30	83	113

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,380 ^a	1	,537		
Corrección por continuidad ^b	,092	1	,762		
Razón de verosimilitudes	,400	1	,527		
Estadístico exacto de Fisher				,756	,395
Asociación lineal por lineal	,377	1	,539		
N de casos válidos	113				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,98.

Pruebas de chi-cuadrado

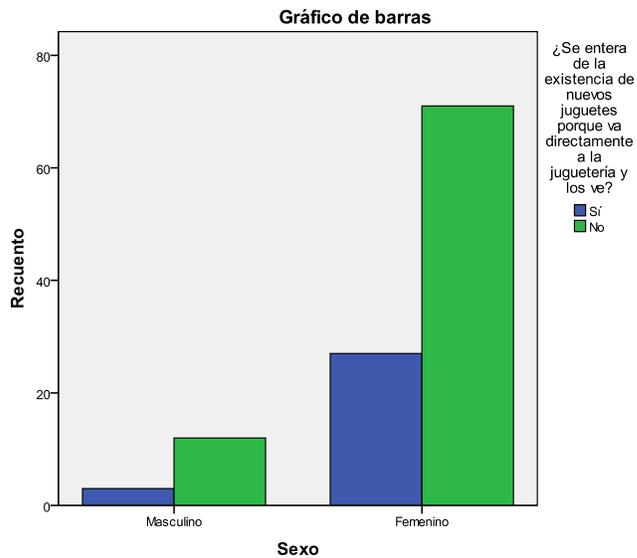
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,380 ^a	1	,537		
Corrección por continuidad ^b	,092	1	,762		
Razón de verosimilitudes	,400	1	,527		
Estadístico exacto de Fisher				,756	,395
Asociación lineal por lineal	,377	1	,539		
N de casos válidos	113				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,98.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,058	,537
N de casos válidos	113	



Sexo * No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes

Tabla de contingencia

Recuento

		No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes	Total
		No	
Sexo	Masculino	15	15
	Femenino	97	97
Total		112	112

Pruebas de chi-cuadrado

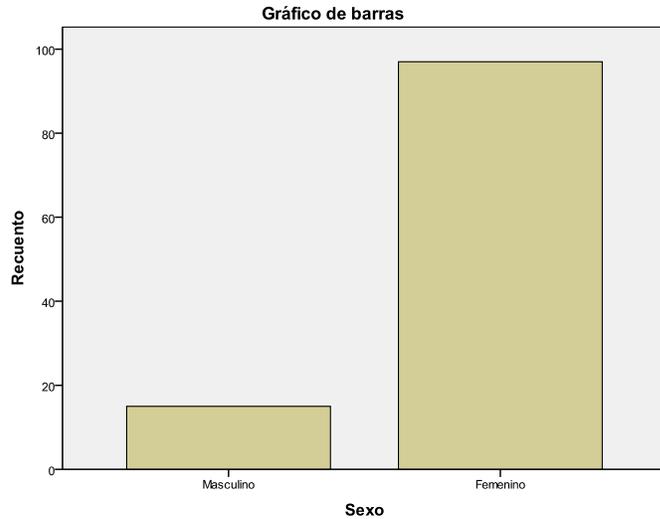
	Valor
Chi-cuadrado de Pearson	. ^a
N de casos válidos	112

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes es una constante.

Medidas simétricas

		Valor
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	. ^a
N de casos válidos		112

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes es una constante.



Sexo * ¿La durabilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿La durabilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	6	9	15
	Femenino	40	58	98
Total		46	67	113

Pruebas de chi-cuadrado

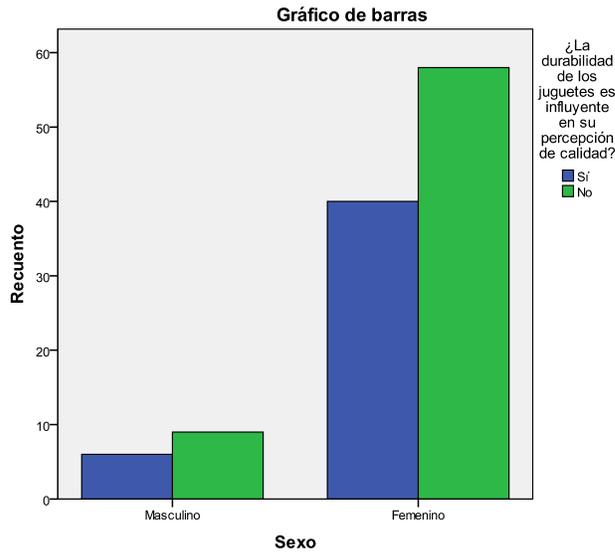
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,004 ^a	1	,952		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,004	1	,952		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,592
Asociación lineal por lineal	,004	1	,952		
N de casos válidos	113				

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 6,11.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	,006	,952
N de casos válidos		113	



Sexo * ¿Las funciones de los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Las funciones de los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	8	7	15
	Femenino	45	53	98
Total		53	60	113

Pruebas de chi-cuadrado

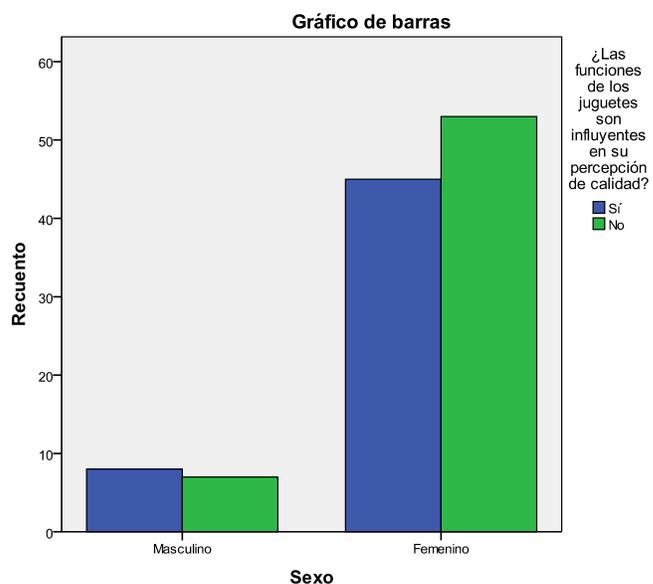
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,287 ^a	1	,592		
Corrección por continuidad ^b	,067	1	,796		
Razón de verosimilitudes	,287	1	,592		
Estadístico exacto de Fisher				,782	,397
Asociación lineal por lineal	,285	1	,594		
N de casos válidos	113				

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 7,04.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,050	,592
N de casos válidos	113	



Sexo * ¿La marca de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿La marca de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	3	12	15
	Femenino	15	83	98
Total		18	95	113

Pruebas de chi-cuadrado

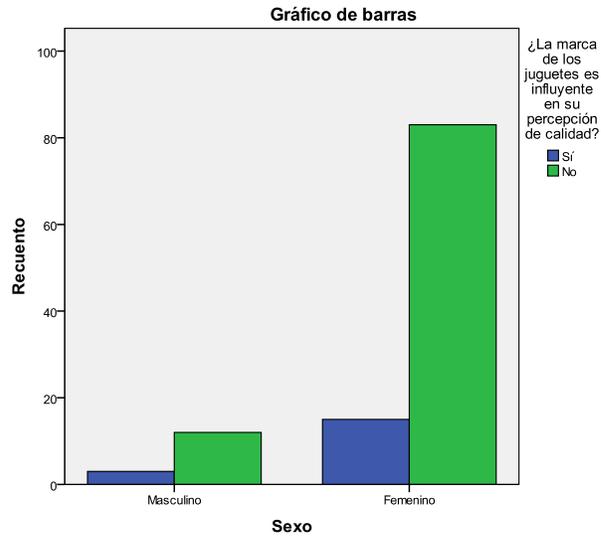
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,214 ^a	1	,644		
Corrección por continuidad ^b	,007	1	,933		
Razón de verosimilitudes	,203	1	,652		
Estadístico exacto de Fisher				,705	,441
Asociación lineal por lineal	,212	1	,645		
N de casos válidos	113				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,39.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,043	,644
N de casos válidos		113	



Sexo * ¿El riesgo de uso de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿El riesgo de uso de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	1	14	15
	Femenino	8	90	98
Total		9	104	113

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,040 ^a	1	,842		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,042	1	,838		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,659
Asociación lineal por lineal	,039	1	,843		
N de casos válidos	113				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,19.

Pruebas de chi-cuadrado

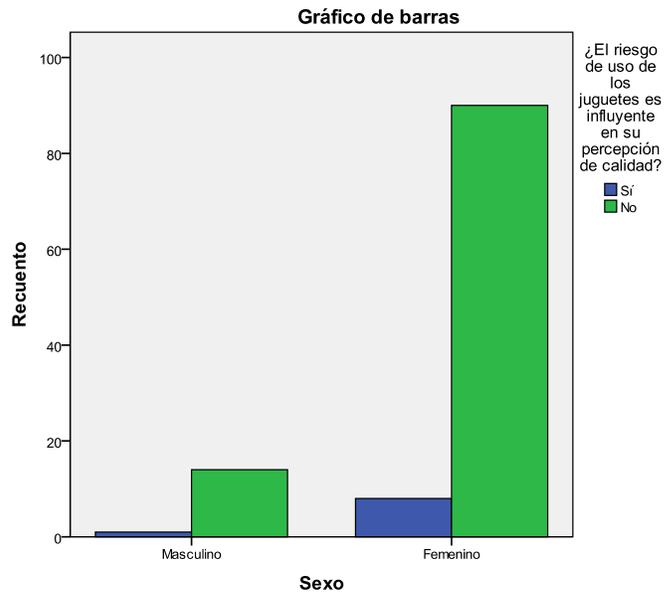
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,040 ^a	1	,842		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,042	1	,838		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,659
Asociación lineal por lineal	,039	1	,843		
N de casos válidos	113				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,19.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,019	,842
N de casos válidos	113	



Sexo * ¿La utilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿La utilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	7	8	15
	Femenino	40	58	98
Total		47	66	113

Pruebas de chi-cuadrado

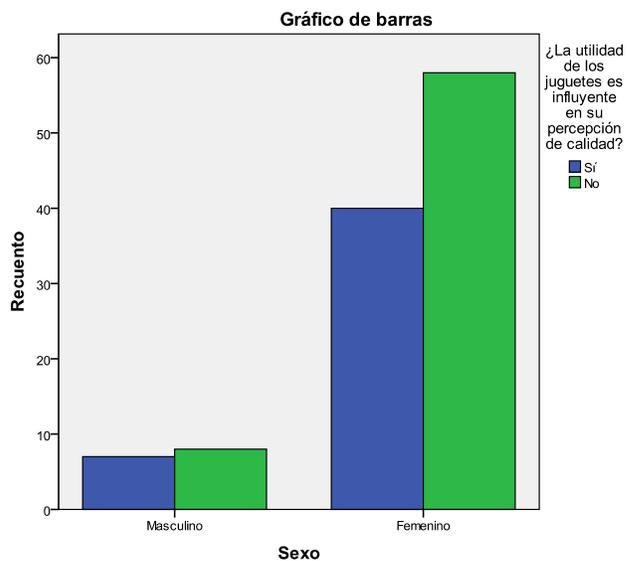
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,183 ^a	1	,669		
Corrección por continuidad ^b	,022	1	,883		
Razón de verosimilitudes	,182	1	,670		
Estadístico exacto de Fisher				,780	,437
Asociación lineal por lineal	,182	1	,670		
N de casos válidos	113				

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 6,24.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,040	,669
N de casos válidos		113	



Sexo * ¿La relación costo-beneficio de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿La relación costo-beneficio de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	3	12	15
	Femenino	34	64	98
Total		37	76	113

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,275 ^a	1	,259		
Corrección por continuidad ^b	,695	1	,404		
Razón de verosimilitudes	1,374	1	,241		
Estadístico exacto de Fisher				,378	,205
Asociación lineal por lineal	1,264	1	,261		
N de casos válidos	113				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,91.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,275 ^a	1	,259		
Corrección por continuidad ^b	,695	1	,404		
Razón de verosimilitudes	1,374	1	,241		
Estadístico exacto de Fisher				,378	,205
Asociación lineal por lineal	1,264	1	,261		
N de casos válidos	113				

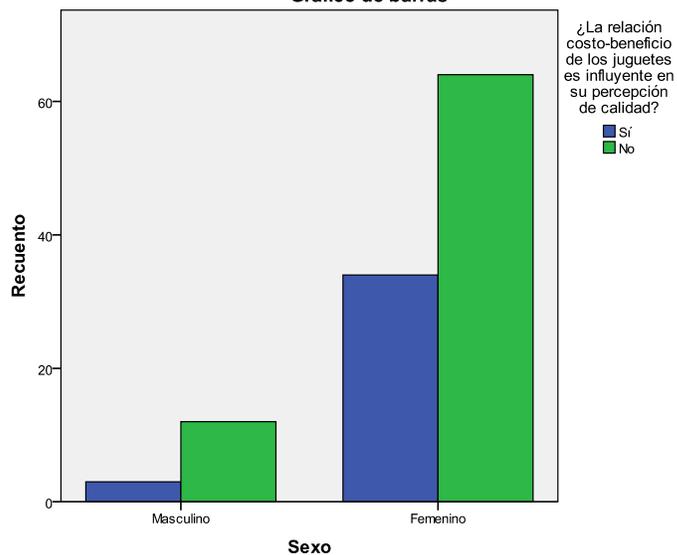
a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,91.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,106	,259
N de casos válidos	113	

Gráfico de barras



Sexo * ¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	4	11	15
	Femenino	33	65	98
Total		37	76	113

Pruebas de chi-cuadrado

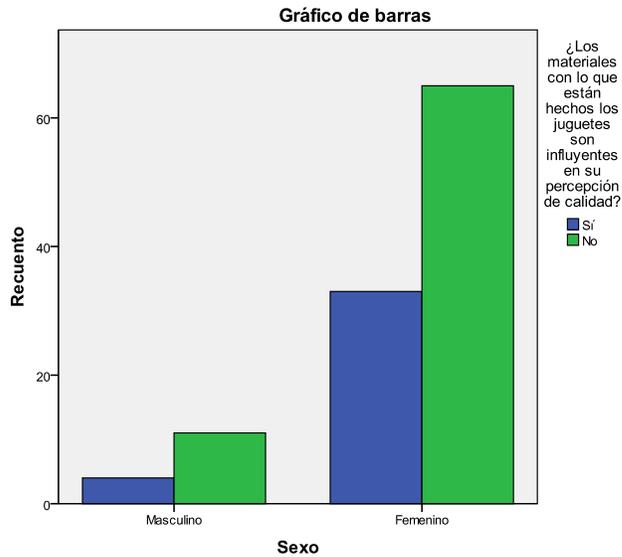
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,290 ^a	1	,590		
Corrección por continuidad ^b	,059	1	,808		
Razón de verosimilitudes	,299	1	,584		
Estadístico exacto de Fisher				,770	,414
Asociación lineal por lineal	,287	1	,592		
N de casos válidos	113				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,91.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	,051	,590
N de casos válidos		113	



Sexo * ¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad?	
		No	Total
Sexo	Masculino	15	15
	Femenino	98	98
Total		113	113

Pruebas de chi-cuadrado

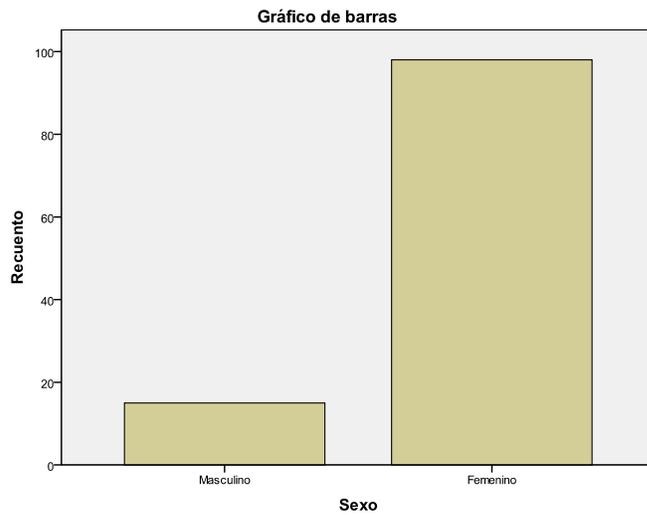
	Valor
Chi-cuadrado de Pearson	. ^a
N de casos válidos	113

a. No se calculará ningún estadístico porque ¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad? es una constante.

Medidas simétricas

		Valor
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	. ^a
N de casos válidos		113

a. No se calculará ningún estadístico porque ¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad? es una constante.



Sexo * No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes

Tabla de contingencia

Recuento

		No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes	
		No	Total
Sexo	Masculino	15	15
	Femenino	98	98
Total		113	113

Pruebas de chi-cuadrado

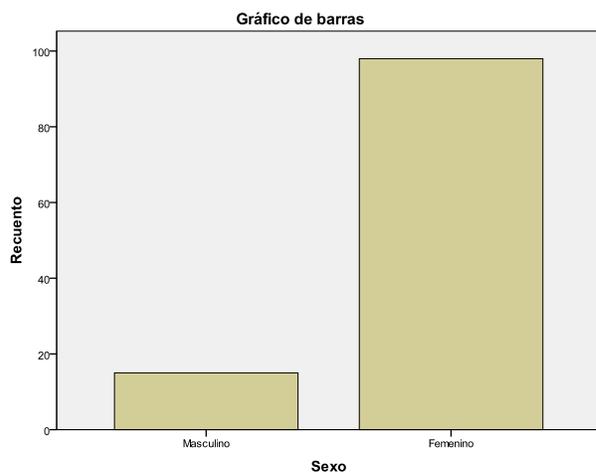
	Valor
Chi-cuadrado de Pearson	. ^a
N de casos válidos	113

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes es una constante.

Medidas simétricas

	Valor
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	. ^a
N de casos válidos	113

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes es una constante.



Sexo * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete el niño?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Generalmente impulsa la compra del juguete el niño?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	12	3	15
	Femenino	86	12	98
Total		98	15	113

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,680 ^a	1	,410		
Corrección por continuidad ^b	,173	1	,678		
Razón de verosimilitudes	,614	1	,433		
Estadístico exacto de Fisher				,418	,317
Asociación lineal por lineal	,674	1	,412		
N de casos válidos	113				

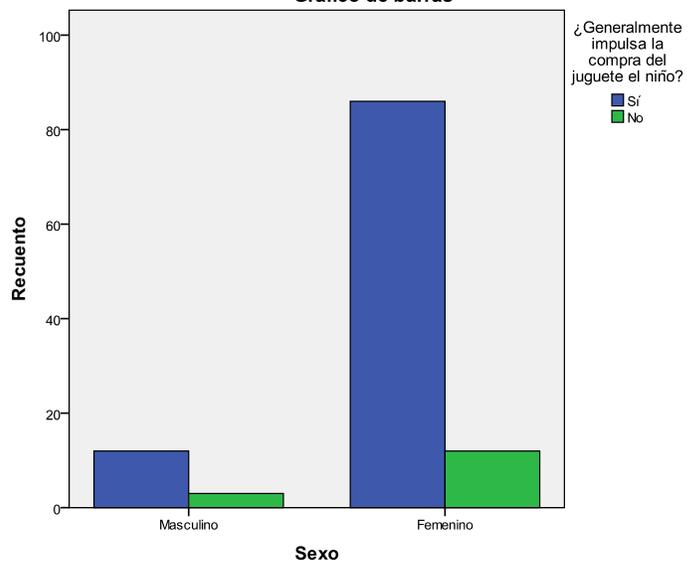
a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,99.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,077	,410
N de casos válidos	113	

Gráfico de barras



Sexo * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete usted?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Generalmente impulsa la compra del juguete usted?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	5	10	15
	Femenino	28	70	98
Total		33	80	113

Pruebas de chi-cuadrado

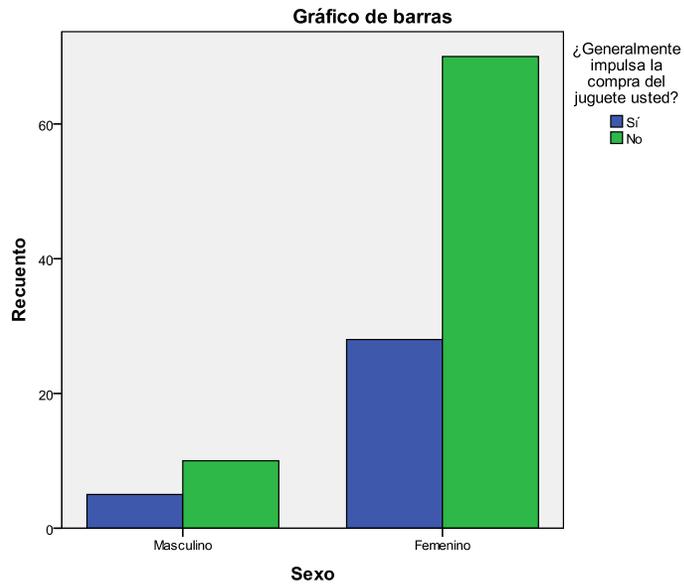
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,143 ^a	1	,706		
Corrección por continuidad ^b	,005	1	,942		
Razón de verosimilitudes	,140	1	,709		
Estadístico exacto de Fisher				,763	,458
Asociación lineal por lineal	,141	1	,707		
N de casos válidos	113				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,38.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,036	,706
N de casos válidos		113	



Sexo * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete el maestro?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Generalmente impulsa la compra del juguete el maestro?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	15	15
	Femenino	2	96	98
Total		2	111	113

Pruebas de chi-cuadrado

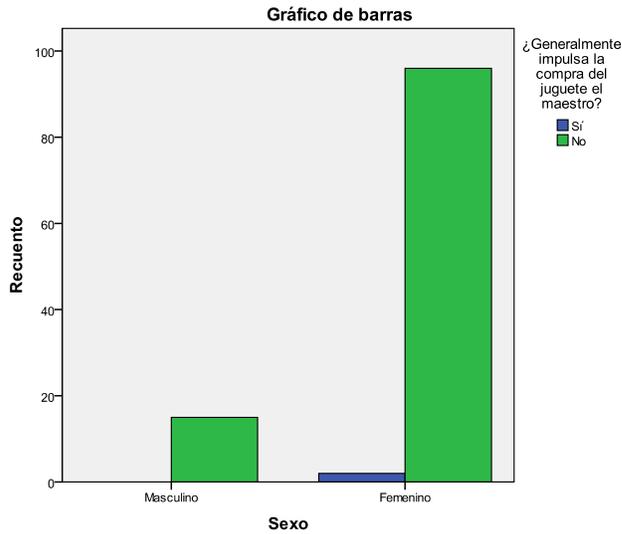
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,312 ^a	1	,577		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,575	1	,448		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,751
Asociación lineal por lineal	,309	1	,578		
N de casos válidos	113				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,27.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,052	,577
N de casos válidos		113	



Sexo * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete otro padre?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Generalmente impulsa la compra del juguete otro padre?	
		No	Total
Sexo	Masculino	15	15
	Femenino	98	98
Total		113	113

Pruebas de chi-cuadrado

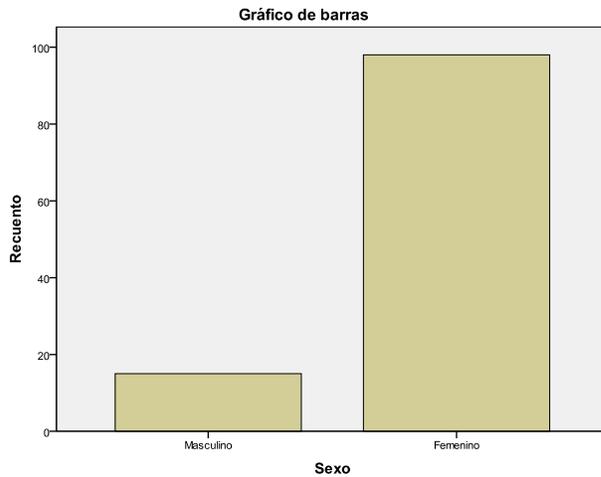
	Valor
Chi-cuadrado de Pearson	. ^a
N de casos válidos	113

a. No se calculará ningún estadístico porque ¿Generalmente impulsa la compra del juguete otro padre? es una constante.

Medidas simétricas

	Valor
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	. ^a
N de casos válidos	113

a. No se calculará ningún estadístico porque ¿Generalmente impulsa la compra del juguete otro padre? es una constante.



Sexo * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete la familia?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Generalmente impulsa la compra del juguete la familia?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	15	15
	Femenino	2	96	98
Total		2	111	113

Pruebas de chi-cuadrado

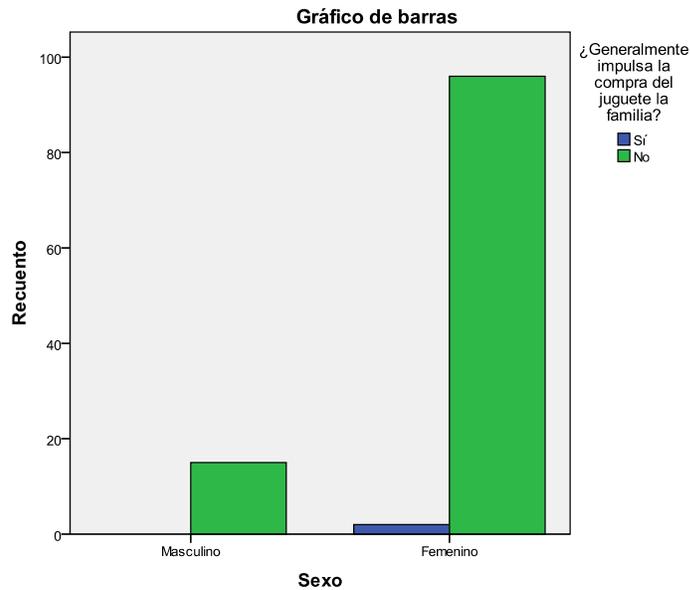
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,312 ^a	1	,577		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,575	1	,448		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,751
Asociación lineal por lineal	,309	1	,578		
N de casos válidos	113				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,27.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,052	,577
N de casos válidos	113	



Sexo * ¿Considera que otra persona impulsa la compra del juguete?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera que otra persona impulsa la compra del juguete?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	1	14	15
	Femenino	0	98	98
Total		1	112	113

Pruebas de chi-cuadrado

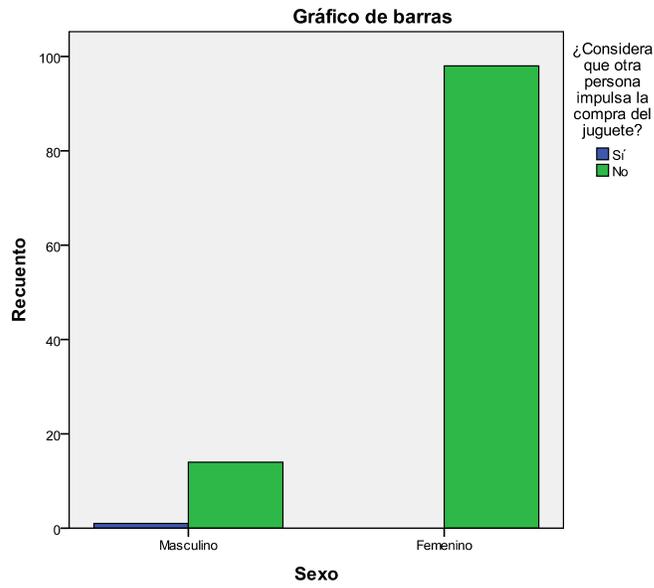
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,592 ^a	1	,010		
Corrección por continuidad ^b	1,182	1	,277		
Razón de verosimilitudes	4,098	1	,043		
Estadístico exacto de Fisher				,133	,133
Asociación lineal por lineal	6,533	1	,011		
N de casos válidos	113				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,13.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,235	,010
N de casos válidos		113	



Sexo * No sabe / no contesta quién impulsa generalmente la compra del juguete

Tabla de contingencia

Recuento

		No sabe / no contesta quién impulsa generalmente la compra del juguete	
		No	Total
Sexo	Masculino	15	15
	Femenino	98	98
Total		113	113

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor
Chi-cuadrado de Pearson	. ^a
N de casos válidos	113

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta quién impulsa generalmente la compra del juguete es una constante.

Medidas simétricas

		Valor
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	. ^a
N de casos válidos		113

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta quién impulsa generalmente la compra del juguete es una constante.



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo en ocasiones especiales

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en ocasiones especiales		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	2	9	11
	Femenino	12	84	96
Total		14	93	107

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,280 ^a	1	,597		
Corrección por continuidad ^b	,003	1	,954		
Razón de verosimilitudes	,257	1	,612		
Estadístico exacto de Fisher				,635	,438
Asociación lineal por lineal	,278	1	,598		
N de casos válidos	107				

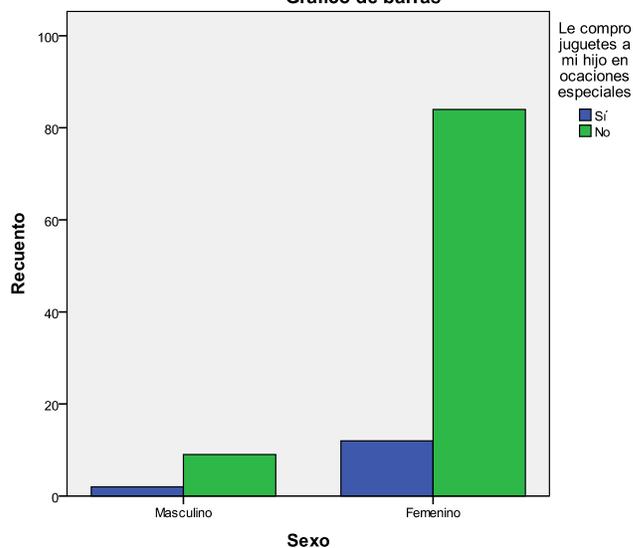
a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,44.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,051	,597
N de casos válidos	107	

Gráfico de barras



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo en su cumpleaños

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en su cumpleaños		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	6	5	11
	Femenino	60	36	96
Total		66	41	107

Pruebas de chi-cuadrado

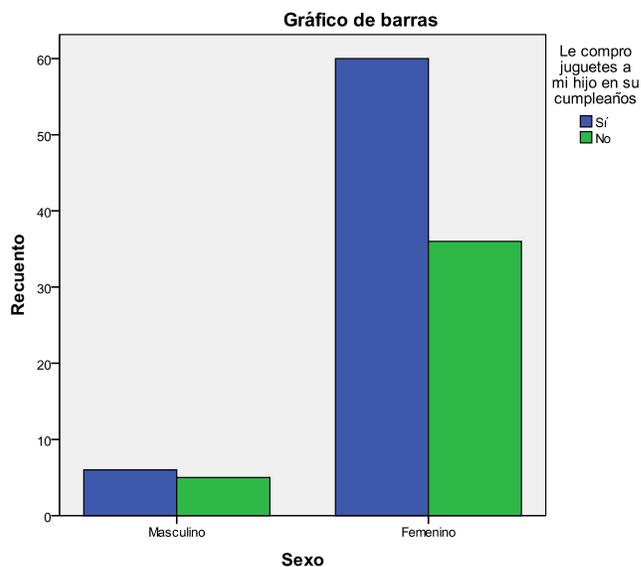
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,264 ^a	1	,607		
Corrección por continuidad ^b	,035	1	,852		
Razón de verosimilitudes	,260	1	,610		
Estadístico exacto de Fisher				,745	,419
Asociación lineal por lineal	,262	1	,609		
N de casos válidos	107				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,21.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,050	,607
N de casos válidos		107	



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo en navidad

Tabla de contingencia

Recuento		Le compro juguetes a mi hijo en navidad		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	6	5	11
	Femenino	59	37	96
Total		65	42	107

Pruebas de chi-cuadrado

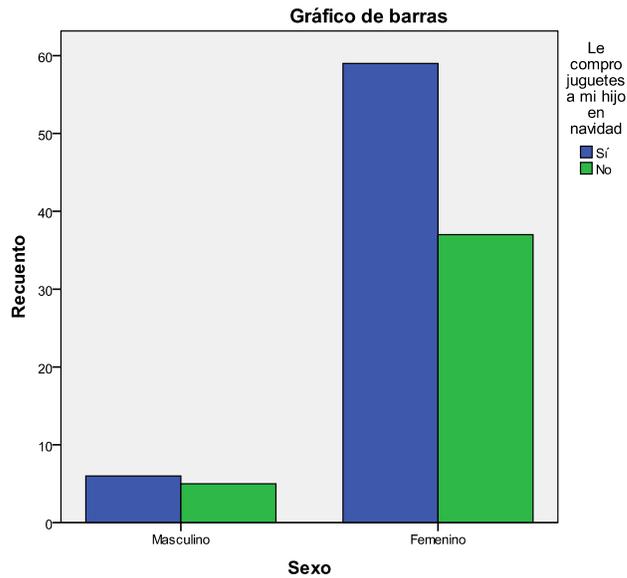
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,198 ^a	1	,657		
Corrección por continuidad ^b	,014	1	,905		
Razón de verosimilitudes	,195	1	,659		
Estadístico exacto de Fisher				,749	,446
Asociación lineal por lineal	,196	1	,658		
N de casos válidos	107				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,32.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	,043	,657
N de casos válidos		107	



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo en el fin de curso

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en el fin de curso		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	11	11
	Femenino	11	85	96
Total		11	96	107

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,405 ^a	1	,236		
Corrección por continuidad ^b	,437	1	,508		
Razón de verosimilitudes	2,526	1	,112		
Estadístico exacto de Fisher				,600	,285
Asociación lineal por lineal	1,392	1	,238		
N de casos válidos	107				

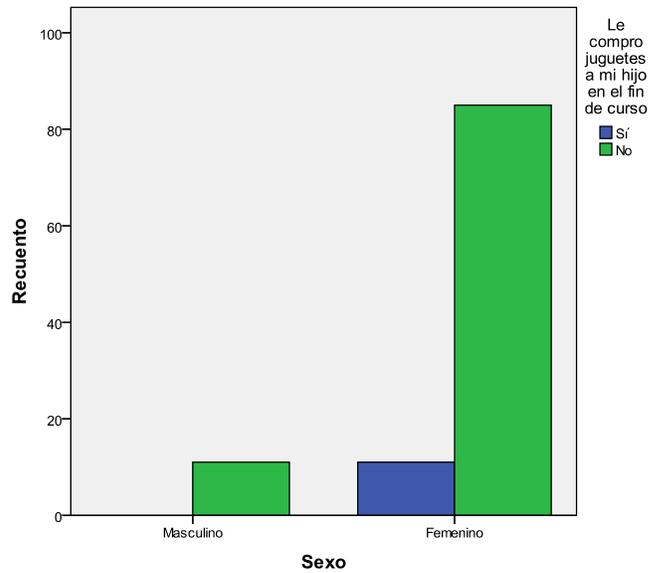
a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,13.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,114	,236
N de casos válidos	107	

Gráfico de barras



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo en el día del niño

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en el día del niño		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	2	9	11
	Femenino	24	72	96
Total		26	81	107

Pruebas de chi-cuadrado

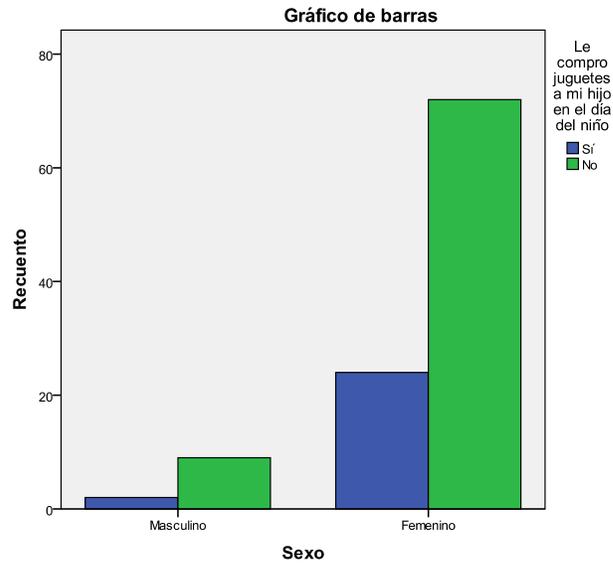
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,249 ^a	1	,617		
Corrección por continuidad ^b	,016	1	,898		
Razón de verosimilitudes	,264	1	,607		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,470
Asociación lineal por lineal	,247	1	,619		
N de casos válidos	107				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,67.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,048	,617
N de casos válidos		107	



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo como premio para motivarlo

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo como premio para motivarlo		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	1	10	11
	Femenino	20	76	96
Total		21	86	107

Pruebas de chi-cuadrado

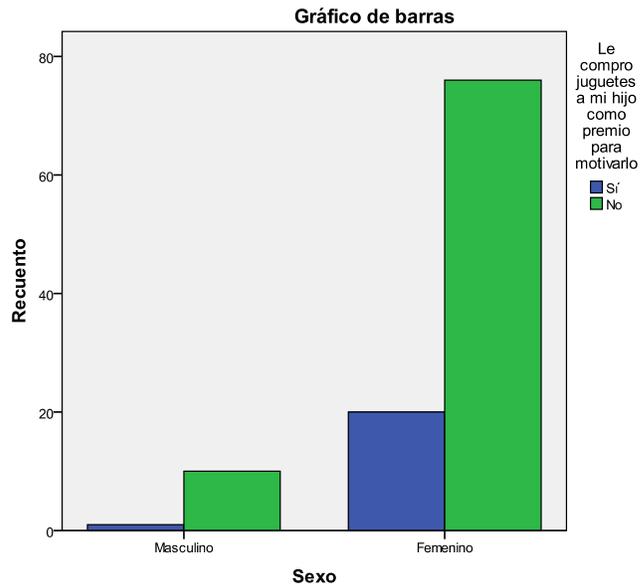
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,863 ^a	1	,353		
Corrección por continuidad ^b	,279	1	,597		
Razón de verosimilitudes	1,012	1	,315		
Estadístico exacto de Fisher				,688	,319
Asociación lineal por lineal	,855	1	,355		
N de casos válidos	107				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,16.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	,089	,353
N de casos válidos		107	



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo en las vacaciones

Tabla de contingencia

Recuento		Le compro juguetes a mi hijo en las vacaciones		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	11	11
	Femenino	2	94	96
Total		2	105	107

Pruebas de chi-cuadrado

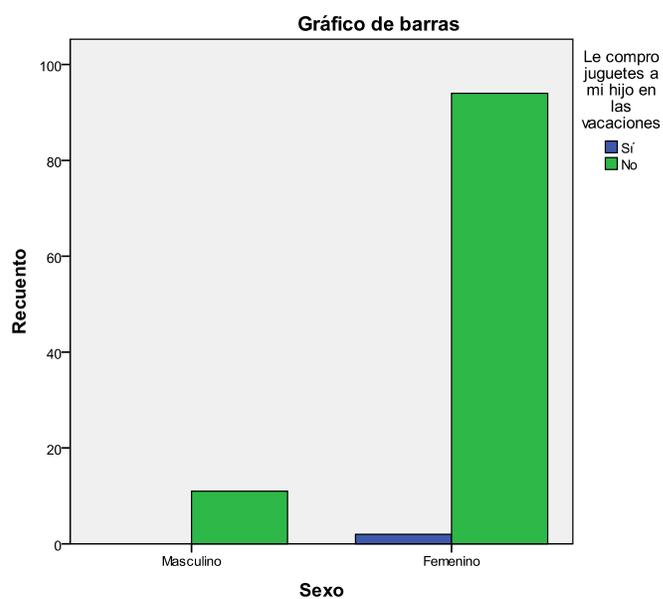
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,234 ^a	1	,629		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,438	1	,508		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,804
Asociación lineal por lineal	,231	1	,631		
N de casos válidos	107				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,21.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,047	,629
N de casos válidos	107	



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo en ferias

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en ferias		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	11	11
	Femenino	1	95	96
Total		1	106	107

Pruebas de chi-cuadrado

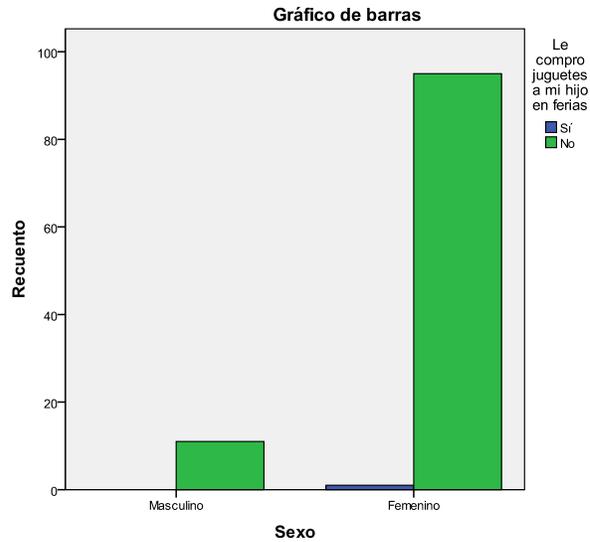
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,116 ^a	1	,734		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,218	1	,641		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,897
Asociación lineal por lineal	,115	1	,735		
N de casos válidos	107				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,10.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,033	,734
N de casos válidos		107	



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo cuando está enfermo

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando está enfermo		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	11	11
	Femenino	1	95	96
Total		1	106	107

Pruebas de chi-cuadrado

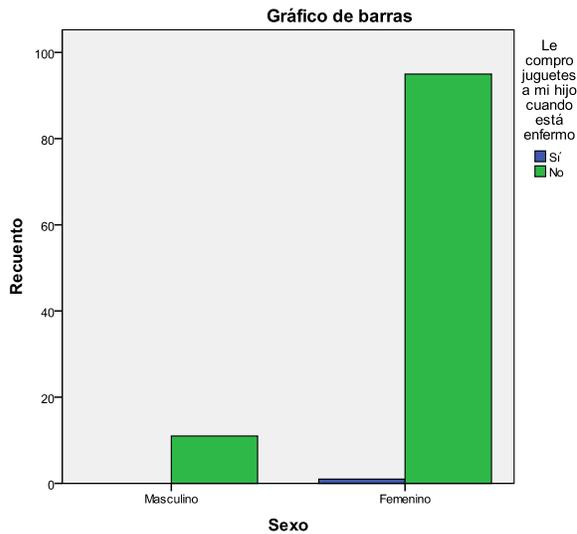
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,116 ^a	1	,734		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,218	1	,641		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,897
Asociación lineal por lineal	,115	1	,735		
N de casos válidos	107				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,10.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,033	,734
N de casos válidos		107	



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo después de sus conciertos

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo después de sus conciertos		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	11	11
	Femenino	4	92	96
Total		4	103	107

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,476 ^a	1	,490		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,885	1	,347		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,644
Asociación lineal por lineal	,472	1	,492		
N de casos válidos	107				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,41.

Pruebas de chi-cuadrado

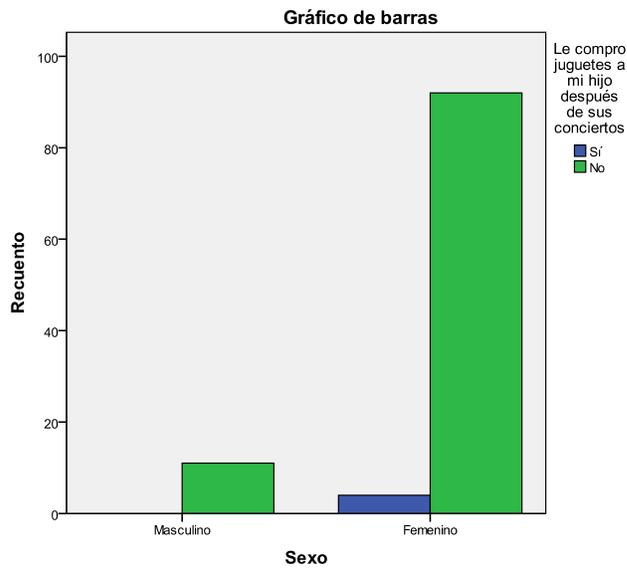
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,476 ^a	1	,490		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,885	1	,347		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,644
Asociación lineal por lineal	,472	1	,492		
N de casos válidos	107				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,41.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,067	,490
N de casos válidos	107	



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo cuando salimos

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando salimos		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	1	10	11
	Femenino	1	95	96
Total		2	105	107

Pruebas de chi-cuadrado

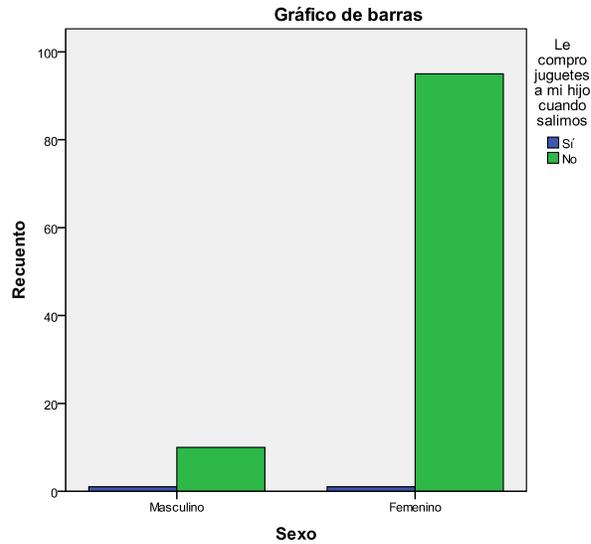
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,486 ^a	1	,062		
Corrección por continuidad ^b	,479	1	,489		
Razón de verosimilitudes	2,061	1	,151		
Estadístico exacto de Fisher				,196	,196
Asociación lineal por lineal	3,454	1	,063		
N de casos válidos	107				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,21.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,178	,062
N de casos válidos		107	



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo para los Reyes Magos

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo para los Reyes Magos		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	11	11
	Femenino	2	94	96
Total		2	105	107

Pruebas de chi-cuadrado

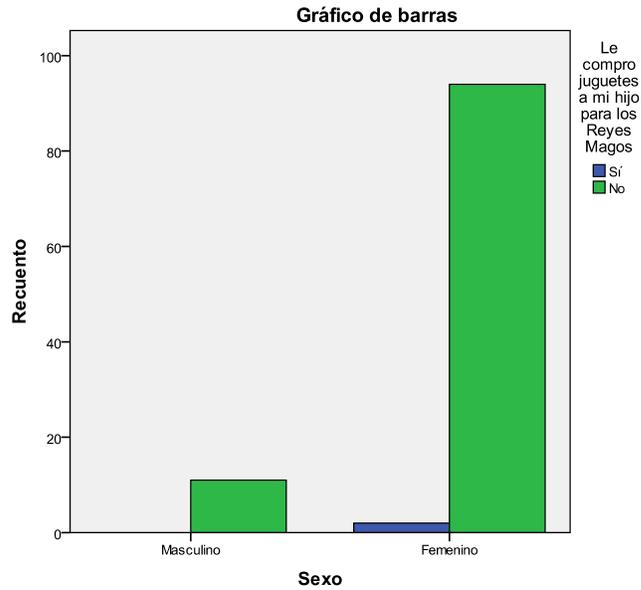
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,234 ^a	1	,629		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,438	1	,508		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,804
Asociación lineal por lineal	,231	1	,631		
N de casos válidos	107				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,21.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,047	,629
N de casos válidos		107	



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo cuando los quiere

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando los quiere		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	11	11
	Femenino	10	86	96
Total		10	97	107

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,264 ^a	1	,261		
Corrección por continuidad ^b	,333	1	,564		
Razón de verosimilitudes	2,284	1	,131		
Estadístico exacto de Fisher				,594	,321
Asociación lineal por lineal	1,252	1	,263		
N de casos válidos	107				

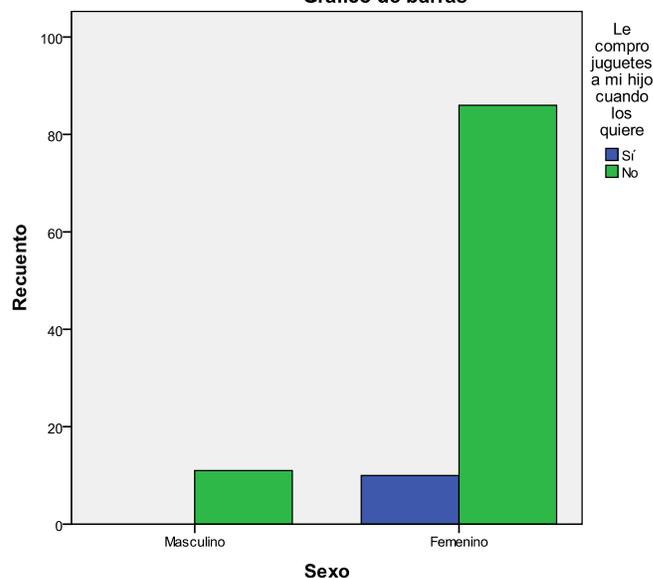
a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,03.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,108	,261
N de casos válidos	107	

Gráfico de barras



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo cuando los necesita

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando los necesita		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	11	11
	Femenino	1	95	96
Total		1	106	107

Pruebas de chi-cuadrado

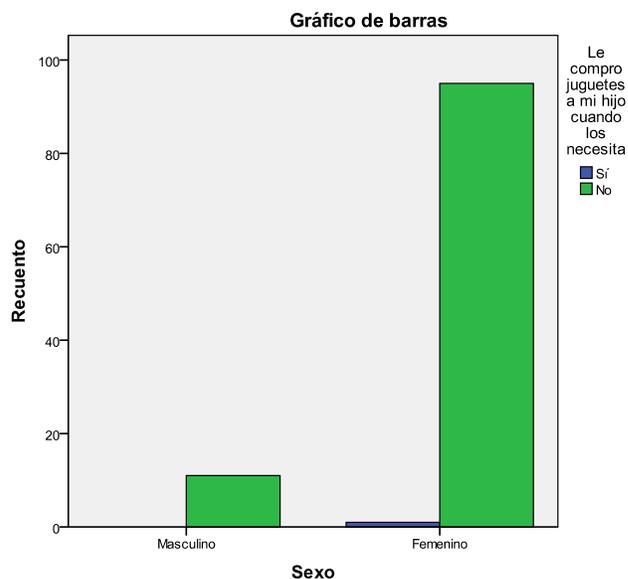
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,116 ^a	1	,734		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,218	1	,641		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,897
Asociación lineal por lineal	,115	1	,735		
N de casos válidos	107				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,10.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	,033	,734
N de casos válidos		107	



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo en su primera comunión

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en su primera comunión		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	11	11
	Femenino	1	95	96
Total		1	106	107

Pruebas de chi-cuadrado

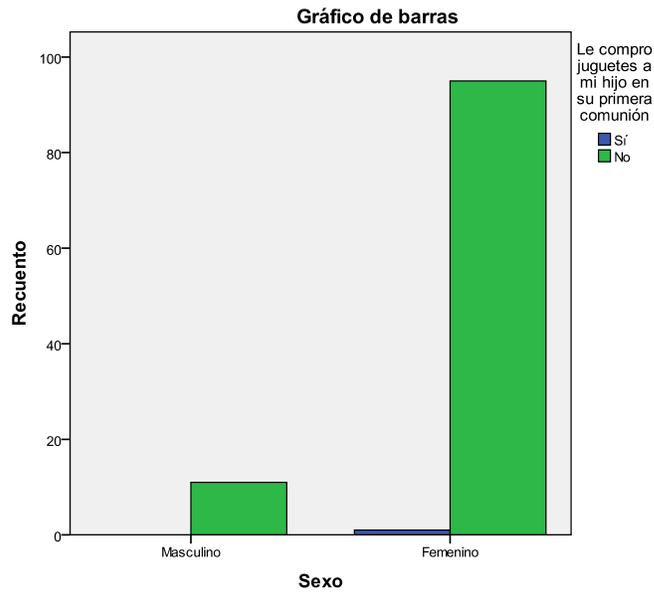
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,116 ^a	1	,734		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,218	1	,641		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,897
Asociación lineal por lineal	,115	1	,735		
N de casos válidos	107				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,10.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	,033	,734
N de casos válidos		107	



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo cuando me provoca

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando me provoca		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	11	11
	Femenino	1	95	96
Total		1	106	107

Pruebas de chi-cuadrado

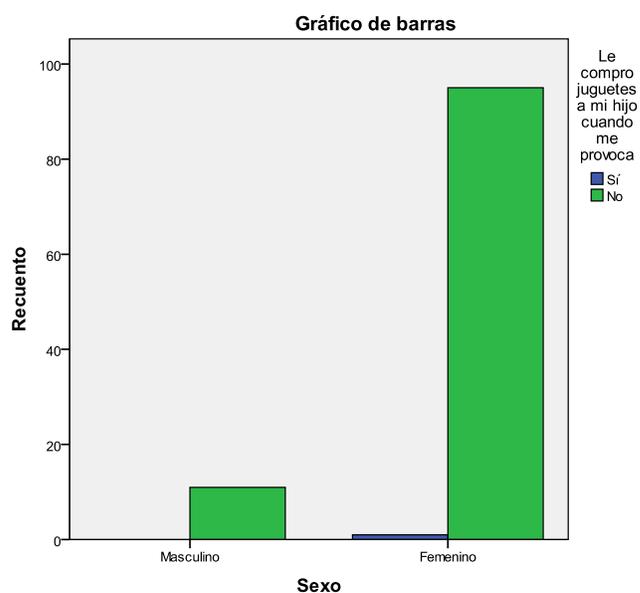
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,116 ^a	1	,734		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,218	1	,641		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,897
Asociación lineal por lineal	,115	1	,735		
N de casos válidos	107				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,10.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,033	,734
N de casos válidos	107	



Sexo * Le compro juguetes a mi hijo cuando tengo dinero

Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando tengo dinero		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	11	11
	Femenino	1	95	96
Total		1	106	107

Pruebas de chi-cuadrado

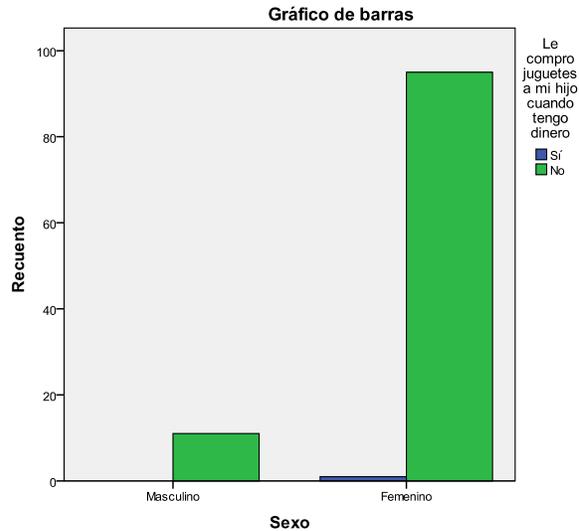
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,116 ^a	1	,734		
Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,218	1	,641		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,897
Asociación lineal por lineal	,115	1	,735		
N de casos válidos	107				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,10.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,033	,734
N de casos válidos		107	



Sexo * No hay ocasión específica para comprarle juguetes a mi hijo

Tabla de contingencia

Recuento

		No hay ocasión específica para comprarle juguetes a mi hijo		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	11	11
	Femenino	6	90	96
Total		6	101	107

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,728 ^a	1	,393		
Corrección por continuidad ^b	,026	1	,872		
Razón de verosimilitudes	1,342	1	,247		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,513
Asociación lineal por lineal	,722	1	,396		
N de casos válidos	107				

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,62.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,082	,393
N de casos válidos		107	



Sexo * Siempre le compro juguetes a mi hijo

Tabla de contingencia

Recuento

		Siempre le compro juguetes a mi hijo		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	1	10	11
	Femenino	1	94	95
Total		2	104	106

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,441 ^a	1	,064		
Corrección por continuidad ^b	,469	1	,494		
Razón de verosimilitudes	2,044	1	,153		
Estadístico exacto de Fisher				,198	,198
Asociación lineal por lineal	3,409	1	,065		
N de casos válidos	106				

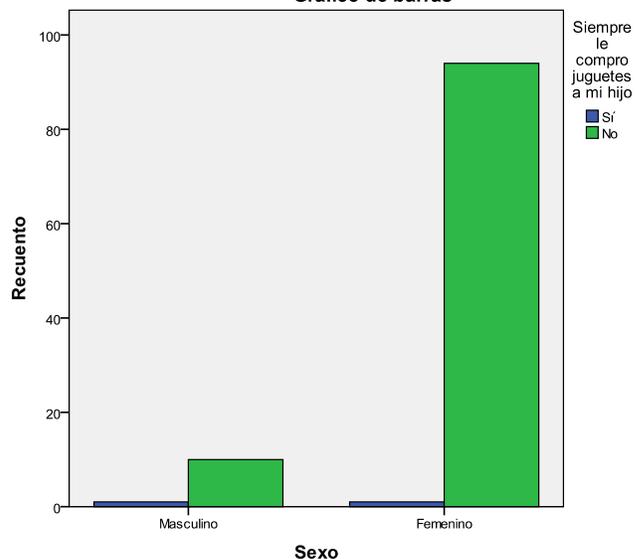
a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,21.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Coeficiente de contingencia	,177	,064
N de casos válidos	106	

Gráfico de barras



Cruce de Edad con todas las variables

Edad * El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que juego con él

Tabla de contingencia

Recuento		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que juego con él		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	1	0	1
	29	1	0	1
	30	1	0	1
	31	1	3	4
	32	1	2	3
	33	0	1	1
	34	1	0	1
	35	2	2	4
	36	5	4	9
	37	4	4	8
	38	5	1	6
	39	4	2	6
	40	2	5	7
	41	5	2	7
	42	7	5	12
	43	4	0	4
	44	6	2	8
	45	4	1	5
	46	4	0	4
	47	1	0	1
	48	1	3	4
	50	0	1	1
	52	1	1	2
	55	1	0	1
	70	1	0	1
	86	0	1	1

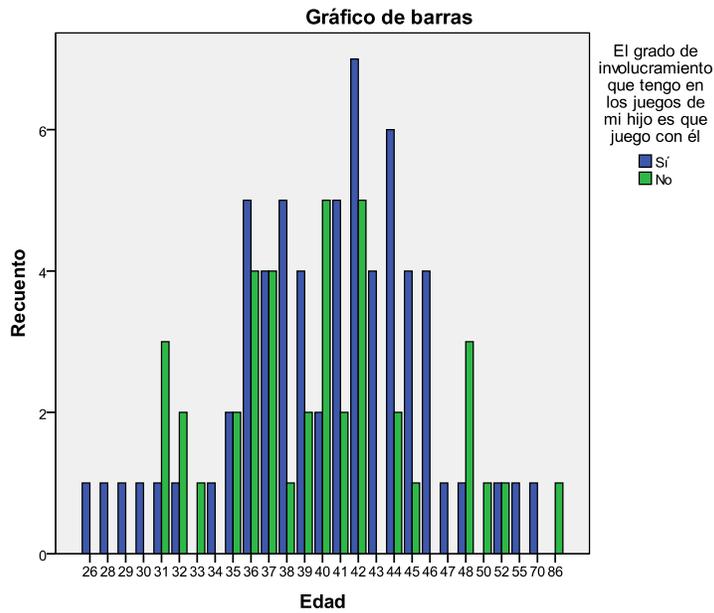
Tabla de contingencia

Recuento

		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que juego con él		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	1	0	1
	29	1	0	1
	30	1	0	1
	31	1	3	4
	32	1	2	3
	33	0	1	1
	34	1	0	1
	35	2	2	4
	36	5	4	9
	37	4	4	8
	38	5	1	6
	39	4	2	6
	40	2	5	7
	41	5	2	7
	42	7	5	12
	43	4	0	4
	44	6	2	8
	45	4	1	5
	46	4	0	4
	47	1	0	1
	48	1	3	4
	50	0	1	1
	52	1	1	2
	55	1	0	1
	70	1	0	1
	86	0	1	1
Total		64	40	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,005
		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que juego con él dependiente	,513



Edad * El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega

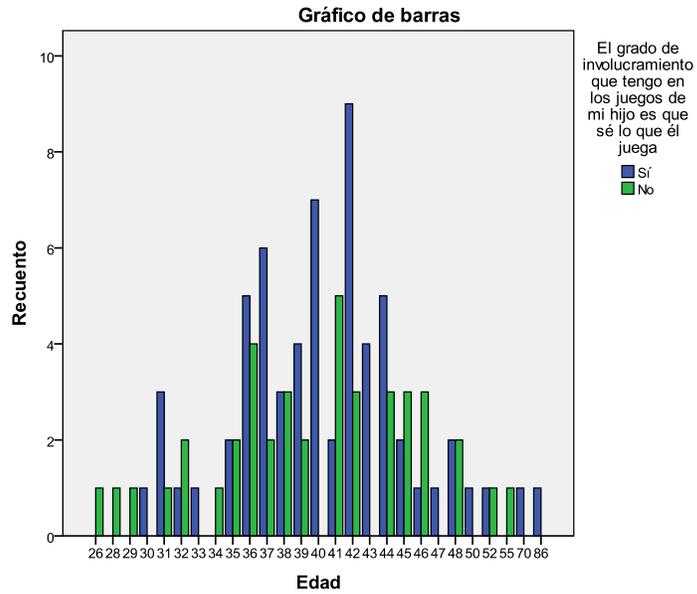
Tabla de contingencia

Recuento		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	1	0	1
	31	3	1	4

32	1	2	3
33	1	0	1
34	0	1	1
35	2	2	4
36	5	4	9
37	6	2	8
38	3	3	6
39	4	2	6
40	7	0	7
41	2	5	7
42	9	3	12
43	4	0	4
44	5	3	8
45	2	3	5
46	1	3	4
47	1	0	1
48	2	2	4
50	1	0	1
52	1	1	2
55	0	1	1
70	1	0	1
86	1	0	1
Total	63	41	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,096
		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega dependiente	,526



Edad * El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo se basa en fomentar algún juego

Tabla de contingencia

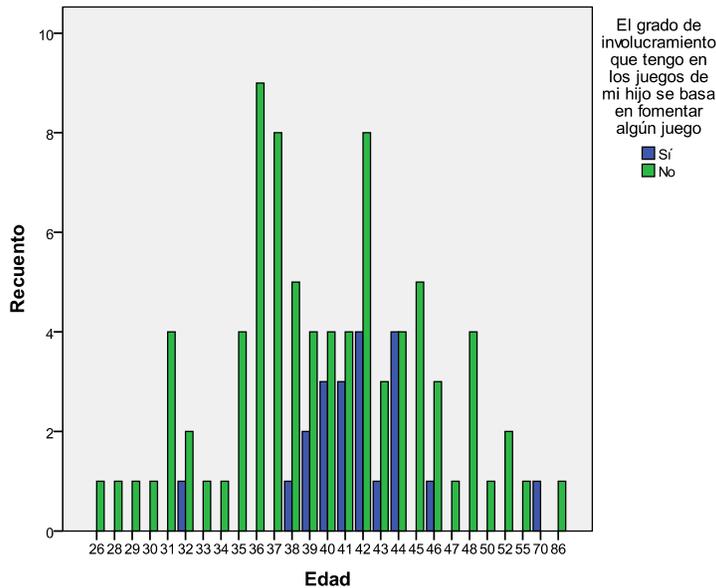
Recuento		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo se basa en fomentar algún juego		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	4	4
	32	1	2	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	0	8	8
	38	1	5	6
	39	2	4	6
	40	3	4	7

41	3	4	7
42	4	8	12
43	1	3	4
44	4	4	8
45	0	5	5
46	1	3	4
47	0	1	1
48	0	4	4
50	0	1	1
52	0	2	2
55	0	1	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	21	83	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,127
		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo se basa en fomentar algún juego dependiente	,508

Gráfico de barras



Edad * No me involucro en los juegos de mi hijo

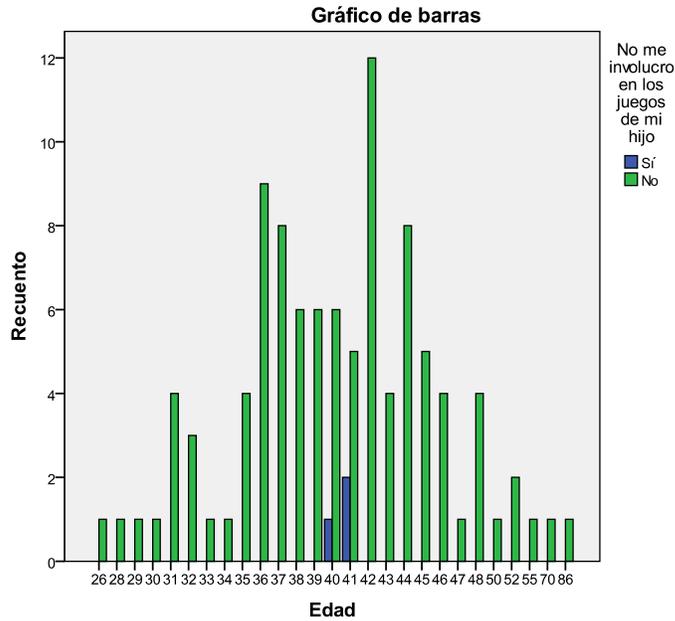
Tabla de contingencia

Recuento

		No me involucro en los juegos de mi hijo		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	4	4
	32	0	3	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	0	8	8
	38	0	6	6
	39	0	6	6
	40	1	6	7
	41	2	5	7
	42	0	12	12
	43	0	4	4
	44	0	8	8
	45	0	5	5
	46	0	4	4
	47	0	1	1
	48	0	4	4
	50	0	1	1
	52	0	2	2
	55	0	1	1
	70	0	1	1
	86	0	1	1
Total		3	101	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,000
		No me involucro en los juegos de mi hijo dependiente	,464



Edad * ¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo?

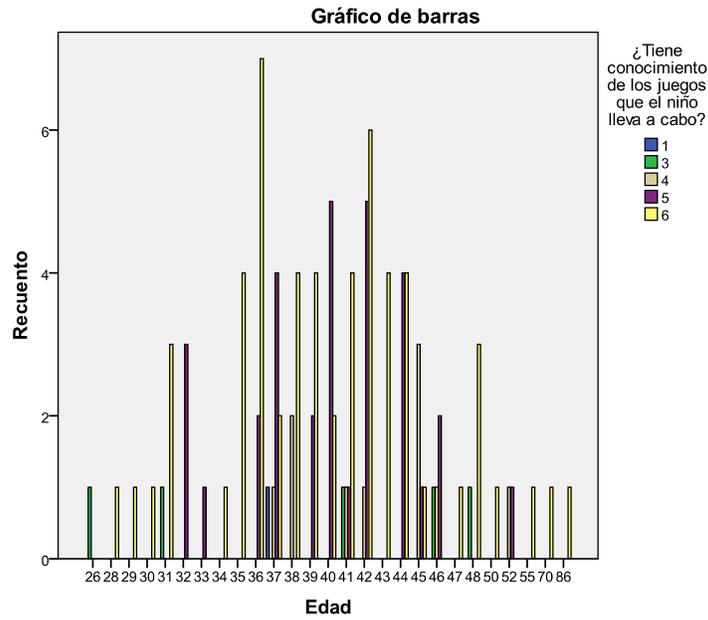
Tabla de contingencia

Recuento		¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo?					Total
		1	3	4	5	6	
Edad	26	0	1	0	0	0	1
	28	0	0	0	0	1	1
	29	0	0	0	0	1	1
	30	0	0	0	0	1	1
	31	0	1	0	0	3	4
	32	0	0	0	3	0	3
	33	0	0	0	1	0	1
	34	0	0	0	0	1	1
	35	0	0	0	0	4	4

36	0	0	0	2	7	9
37	1	0	1	4	2	8
38	0	0	2	0	4	6
39	0	0	0	2	4	6
40	0	0	0	5	2	7
41	0	1	1	1	4	7
42	0	0	1	5	6	12
43	0	0	0	0	4	4
44	0	0	0	4	4	8
45	0	0	3	1	1	5
46	0	1	1	2	0	4
47	0	0	0	0	1	1
48	0	1	0	0	3	4
50	0	0	0	0	1	1
52	0	0	1	1	0	2
55	0	0	0	0	1	1
70	0	0	0	0	1	1
86	0	0	0	0	1	1
Total	1	5	10	31	57	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,131
		¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo? dependiente	,563



Edad * ¿ Considera el costo de un juguete a la hora de comprarlo?

Tabla de contingencia

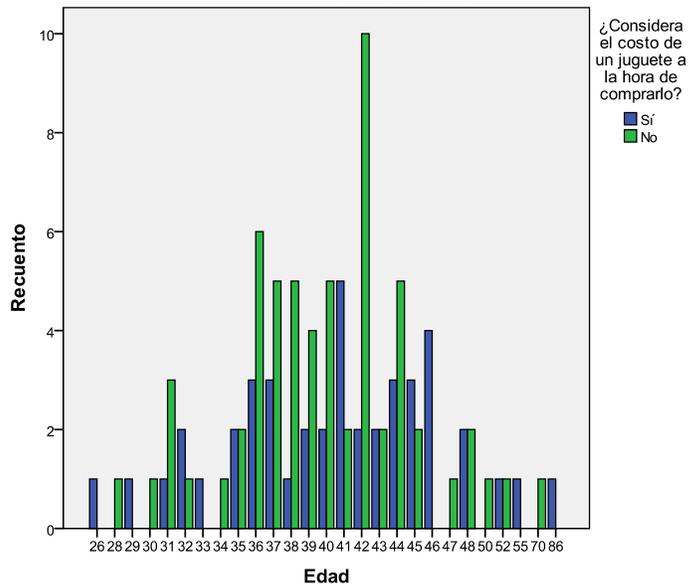
Recuento		¿ Considera el costo de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	0	1	1
	29	1	0	1
	30	0	1	1
	31	1	3	4
	32	2	1	3
	33	1	0	1
	34	0	1	1
	35	2	2	4
	36	3	6	9
	37	3	5	8
	38	1	5	6
	39	2	4	6
	40	2	5	7
	41	5	2	7

42	2	10	12
43	2	2	4
44	3	5	8
45	3	2	5
46	4	0	4
47	0	1	1
48	2	2	4
50	0	1	1
52	1	1	2
55	1	0	1
70	0	1	1
86	1	0	1
Total	43	61	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,088
		¿Considera el costo de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,514

Gráfico de barras



Edad * ¿Considera las funciones de un juguete a la hora de comprarlo?

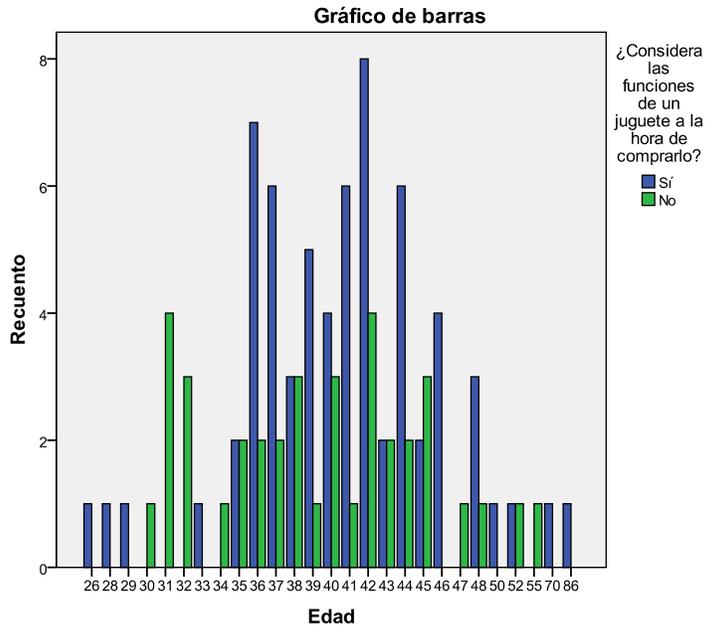
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera las funciones de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	1	0	1
	29	1	0	1
	30	0	1	1
	31	0	4	4
	32	0	3	3
	33	1	0	1
	34	0	1	1
	35	2	2	4
	36	7	2	9
	37	6	2	8
	38	3	3	6
	39	5	1	6
	40	4	3	7
	41	6	1	7
	42	8	4	12
	43	2	2	4
	44	6	2	8
	45	2	3	5
	46	4	0	4
	47	0	1	1
	48	3	1	4
	50	1	0	1
	52	1	1	2
	55	0	1	1
	70	1	0	1
	86	1	0	1
Total		66	38	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,140
		¿Considera las funciones de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,559



Edad * ¿Considera la durabilidad de un juguete a la hora de comprarlo?

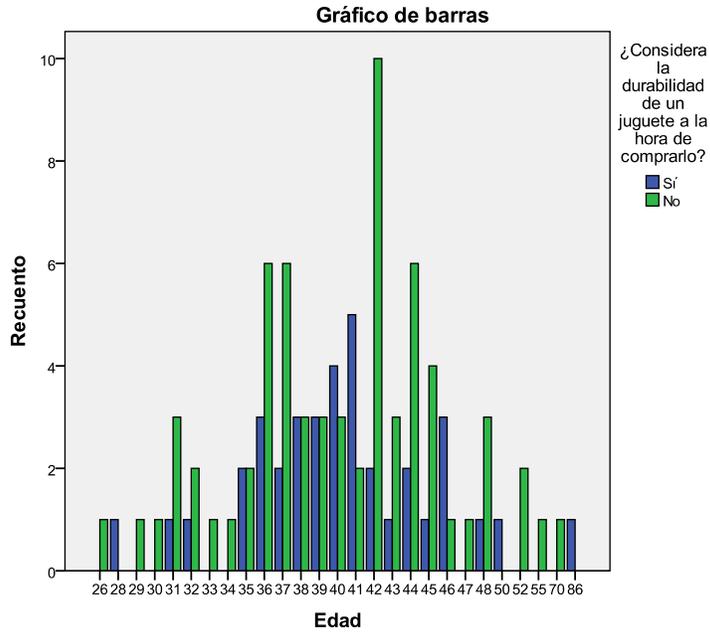
Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera la durabilidad de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	1	0	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	1	3	4
	32	1	2	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1

35	2	2	4
36	3	6	9
37	2	6	8
38	3	3	6
39	3	3	6
40	4	3	7
41	5	2	7
42	2	10	12
43	1	3	4
44	2	6	8
45	1	4	5
46	3	1	4
47	0	1	1
48	1	3	4
50	1	0	1
52	0	2	2
55	0	1	1
70	0	1	1
86	1	0	1
Total	37	67	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,043
		¿Considera la durabilidad de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,483



Edad * ¿Considera la marca de un juguete a la hora de comprarlo?

Tabla de contingencia

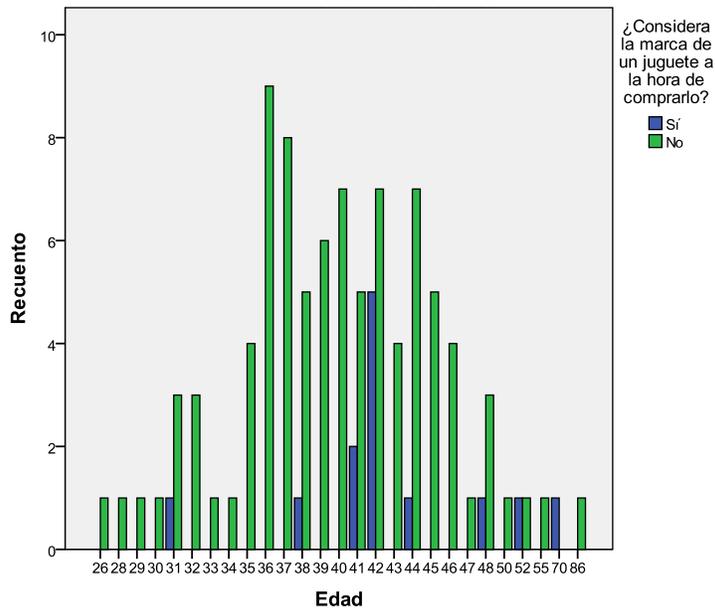
Recuento		¿Considera la marca de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	1	3	4
	32	0	3	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	0	8	8
	38	1	5	6
	39	0	6	6
	40	0	7	7
	41	2	5	7

42	5	7	12
43	0	4	4
44	1	7	8
45	0	5	5
46	0	4	4
47	0	1	1
48	1	3	4
50	0	1	1
52	1	1	2
55	0	1	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	13	91	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,179
		¿Considera la marca de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,540

Gráfico de barras



Edad * ¿Considera el aspecto físico de un juguete a la hora de comprarlo?

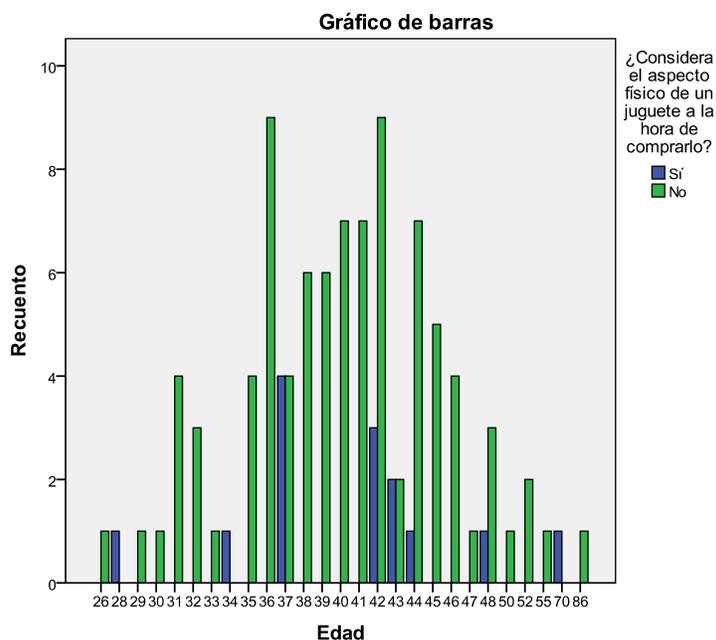
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera el aspecto físico de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	1	0	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	4	4
	32	0	3	3
	33	0	1	1
	34	1	0	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	4	4	8
	38	0	6	6
	39	0	6	6
	40	0	7	7
	41	0	7	7
	42	3	9	12
	43	2	2	4
	44	1	7	8
	45	0	5	5
	46	0	4	4
	47	0	1	1
	48	1	3	4
	50	0	1	1
	52	0	2	2
	55	0	1	1
	70	1	0	1
	86	0	1	1
Total		14	90	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,055
		¿Considera el aspecto físico de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,658



Edad * ¿Considera las recomendaciones que le hacen sobre un juguete a la hora de comprarlo?

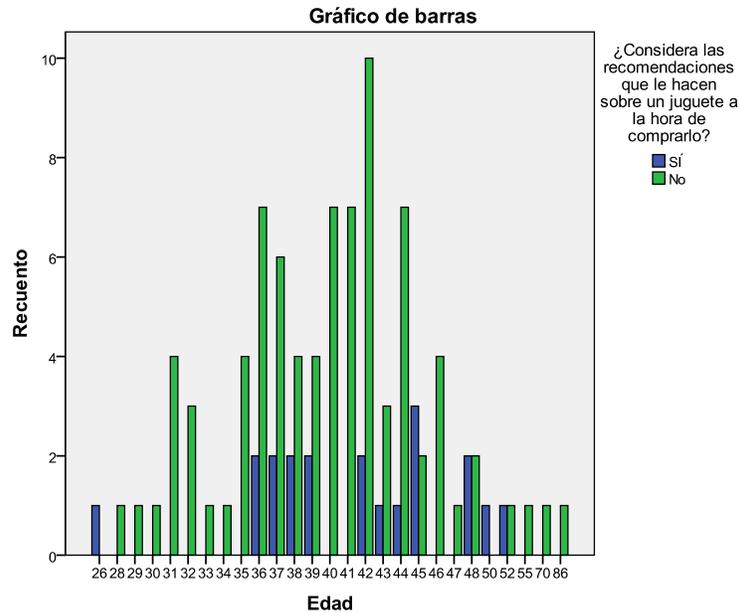
Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera las recomendaciones que le hacen sobre un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	4	4
	32	0	3	3

33	0	1	1
34	0	1	1
35	0	4	4
36	2	7	9
37	2	6	8
38	2	4	6
39	2	4	6
40	0	7	7
41	0	7	7
42	2	10	12
43	1	3	4
44	1	7	8
45	3	2	5
46	0	4	4
47	0	1	1
48	2	2	4
50	1	0	1
52	1	1	2
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	20	84	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,054
		¿Considera las recomendaciones que le hacen sobre un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,524



Edad * ¿Considera el grado de aprendizaje que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?

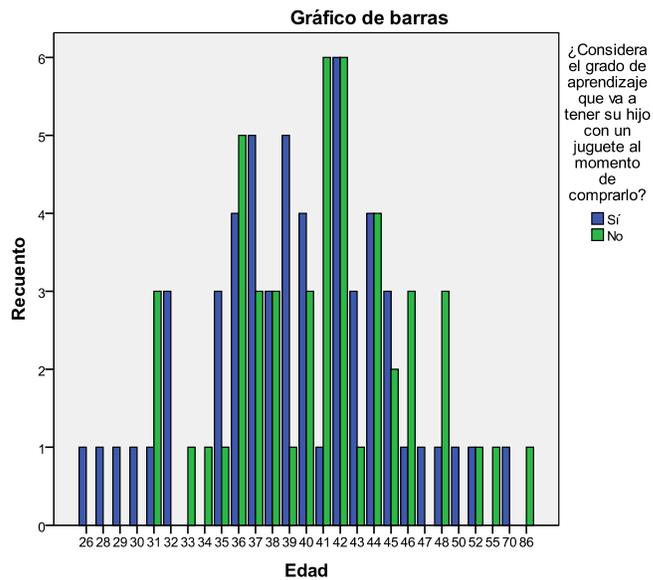
Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera el grado de aprendizaje que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	1	0	1
	29	1	0	1
	30	1	0	1
	31	1	3	4
	32	3	0	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	3	1	4
	36	4	5	9
	37	5	3	8
	38	3	3	6
	39	5	1	6
	40	4	3	7

41	1	6	7
42	6	6	12
43	3	1	4
44	4	4	8
45	3	2	5
46	1	3	4
47	1	0	1
48	1	3	4
50	1	0	1
52	1	1	2
55	0	1	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	55	49	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,123
		¿Considera el grado de aprendizaje que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo? dependiente	,499



Edad * ¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	1	0	1
	30	1	0	1
	31	1	3	4
	32	1	2	3
	33	1	0	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	4	5	9
	37	2	6	8
	38	5	1	6
	39	3	3	6
	40	2	5	7
	41	3	4	7
	42	6	6	12
	43	1	3	4
	44	2	6	8
	45	3	2	5
	46	0	4	4
	47	1	0	1
	48	0	4	4
	50	0	1	1
	52	0	2	2
	55	1	0	1
	70	1	0	1
	86	0	1	1

Tabla de contingencia

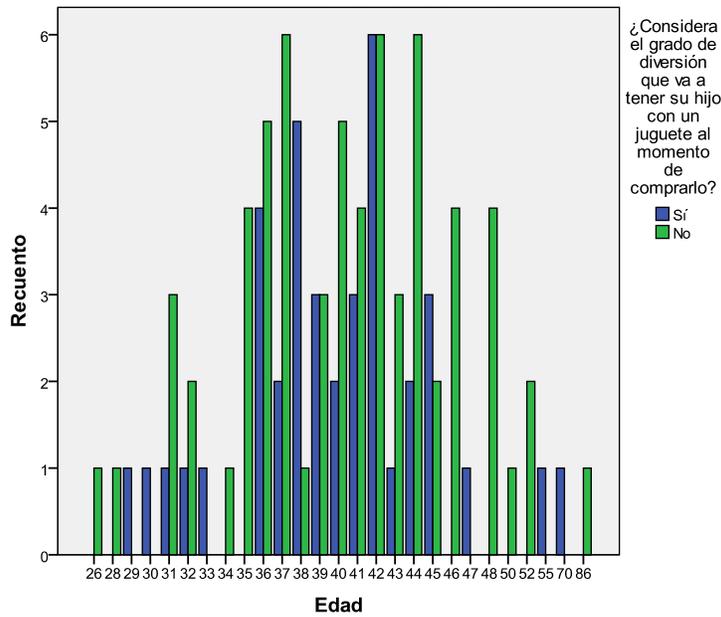
Recuento

		¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	1	0	1
	30	1	0	1
	31	1	3	4
	32	1	2	3
	33	1	0	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	4	5	9
	37	2	6	8
	38	5	1	6
	39	3	3	6
	40	2	5	7
	41	3	4	7
	42	6	6	12
	43	1	3	4
	44	2	6	8
	45	3	2	5
	46	0	4	4
	47	1	0	1
	48	0	4	4
	50	0	1	1
	52	0	2	2
	55	1	0	1
	70	1	0	1
	86	0	1	1
Total		39	65	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,035
		¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo? dependiente	,548

Gráfico de barras



Edad * ¿Considera el poder jugar con el niño mientras usa el juguete al momento de comprarlo?

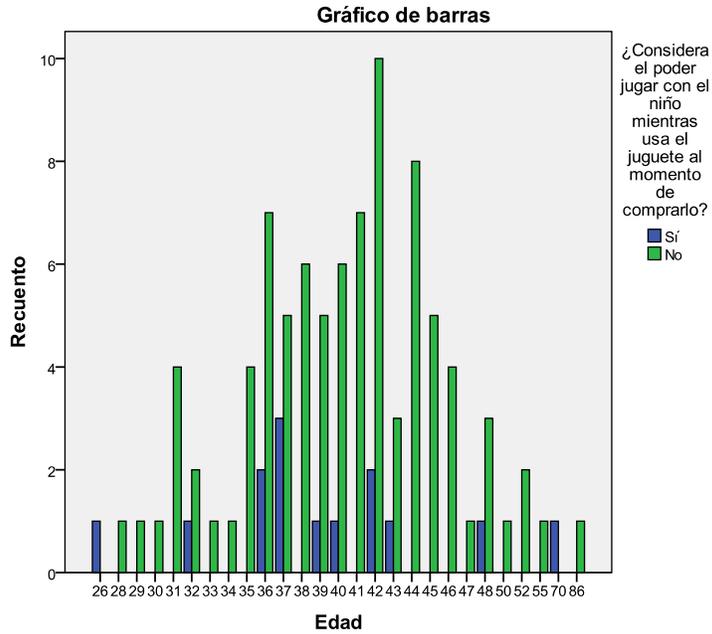
Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera el poder jugar con el niño mientras usa el juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1

31	0	4	4
32	1	2	3
33	0	1	1
34	0	1	1
35	0	4	4
36	2	7	9
37	3	5	8
38	0	6	6
39	1	5	6
40	1	6	7
41	0	7	7
42	2	10	12
43	1	3	4
44	0	8	8
45	0	5	5
46	0	4	4
47	0	1	1
48	1	3	4
50	0	1	1
52	0	2	2
55	0	1	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	14	90	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,017
		¿Considera el poder jugar con el niño mientras usa el juguete al momento de comprarlo? dependiente	,511



Edad * ¿Considera que el niño quiera el juguete al momento de comprarlo?

Tabla de contingencia

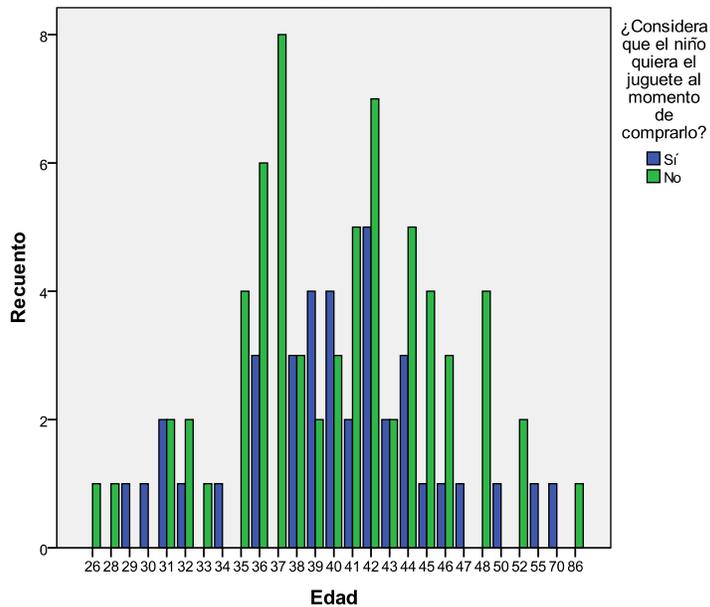
Recuento		¿Considera que el niño quiera el juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	1	0	1
	30	1	0	1
	31	2	2	4
	32	1	2	3
	33	0	1	1
	34	1	0	1
	35	0	4	4
	36	3	6	9
	37	0	8	8
	38	3	3	6
	39	4	2	6
	40	4	3	7
	41	2	5	7

42	5	7	12
43	2	2	4
44	3	5	8
45	1	4	5
46	1	3	4
47	1	0	1
48	0	4	4
50	1	0	1
52	0	2	2
55	1	0	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	38	66	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,006
		¿Considera que el niño quiera el juguete al momento de comprarlo? dependiente	,544

Gráfico de barras



Edad * ¿Considera el riesgo de uso del juguete al momento de comprarlo?

Tabla de contingencia

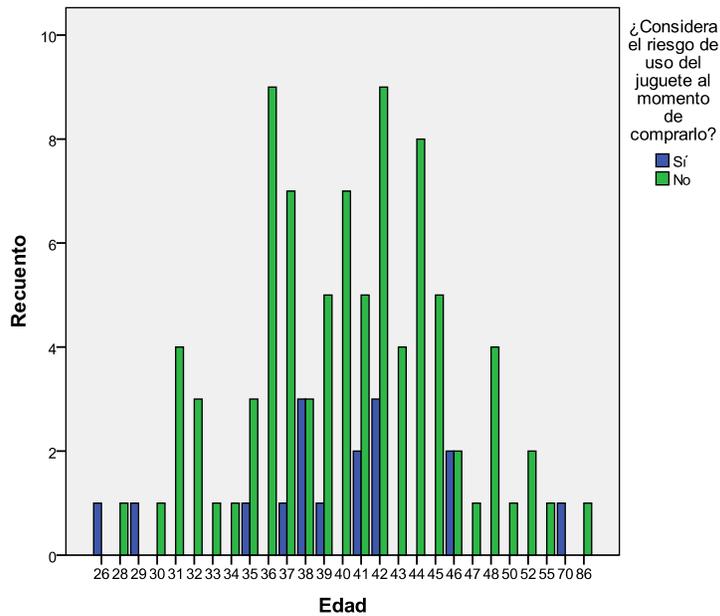
Recuento

		¿Considera el riesgo de uso del juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	0	1	1
	29	1	0	1
	30	0	1	1
	31	0	4	4
	32	0	3	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	1	3	4
	36	0	9	9
	37	1	7	8
	38	3	3	6
	39	1	5	6
	40	0	7	7
	41	2	5	7
	42	3	9	12
	43	0	4	4
	44	0	8	8
	45	0	5	5
	46	2	2	4
	47	0	1	1
	48	0	4	4
	50	0	1	1
	52	0	2	2
	55	0	1	1
	70	1	0	1
	86	0	1	1
Total		16	88	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,003
		¿Considera el riesgo de uso del juguete al momento de comprarlo? dependiente	,602

Gráfico de barras



Edad * ¿Considera otro factor a la hora de comprar un juguete?

Tabla de contingencia

Recuento

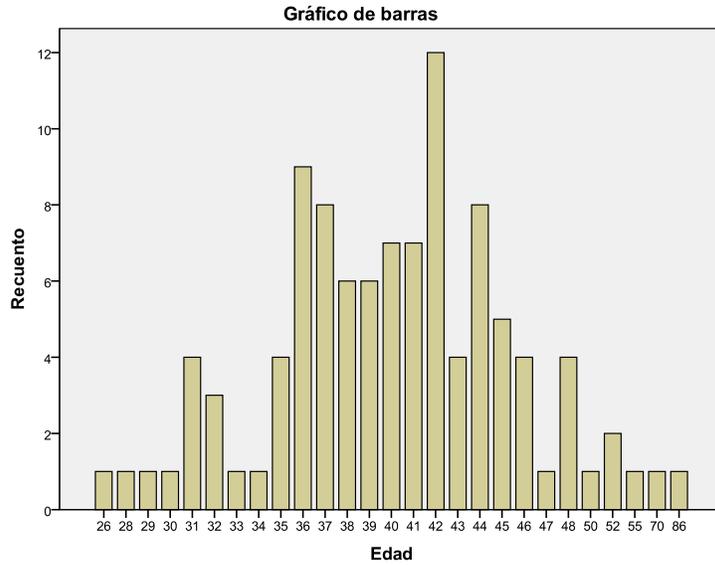
		¿Considera otro factor a la hora de comprar un juguete?	
		No	Total
Edad	26	1	1
	28	1	1
	29	1	1
	30	1	1

31	4	4
32	3	3
33	1	1
34	1	1
35	4	4
36	9	9
37	8	8
38	6	6
39	6	6
40	7	7
41	7	7
42	12	12
43	4	4
44	8	8
45	5	5
46	4	4
47	1	1
48	4	4
50	1	1
52	2	2
55	1	1
70	1	1
86	1	1
Total	104	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque ¿Considera otro factor a la hora de comprar un juguete? es una constante.



Edad * No sabe / no contesta qué considera a la hora de comprar un juguete

Tabla de contingencia

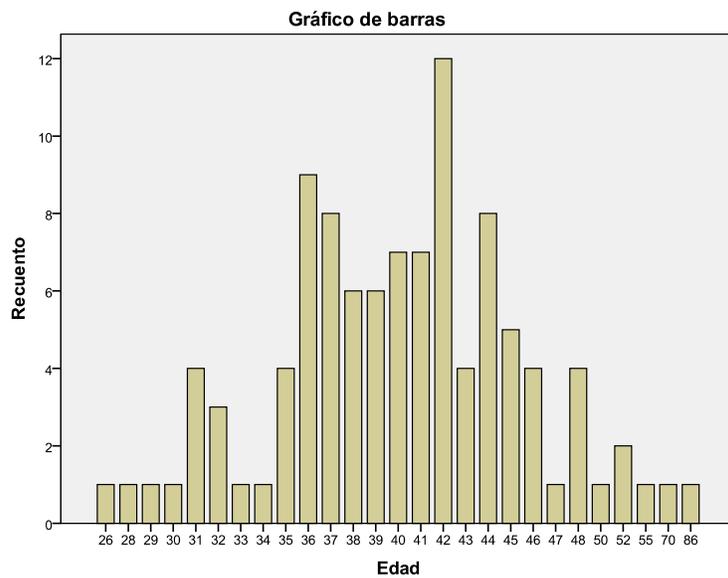
Recuento		No sabe / no contesta qué considera a la hora de comprar un juguete	
		No	Total
Edad	26	1	1
	28	1	1
	29	1	1
	30	1	1
	31	4	4
	32	3	3
	33	1	1
	34	1	1
	35	4	4
	36	9	9
	37	8	8
	38	6	6
	39	6	6

40	7	7
41	7	7
42	12	12
43	4	4
44	8	8
45	5	5
46	4	4
47	1	1
48	4	4
50	1	1
52	2	2
55	1	1
70	1	1
86	1	1
Total	104	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta qué considera a la hora de comprar un juguete es una constante.



Edad * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo?

Tabla de contingencia

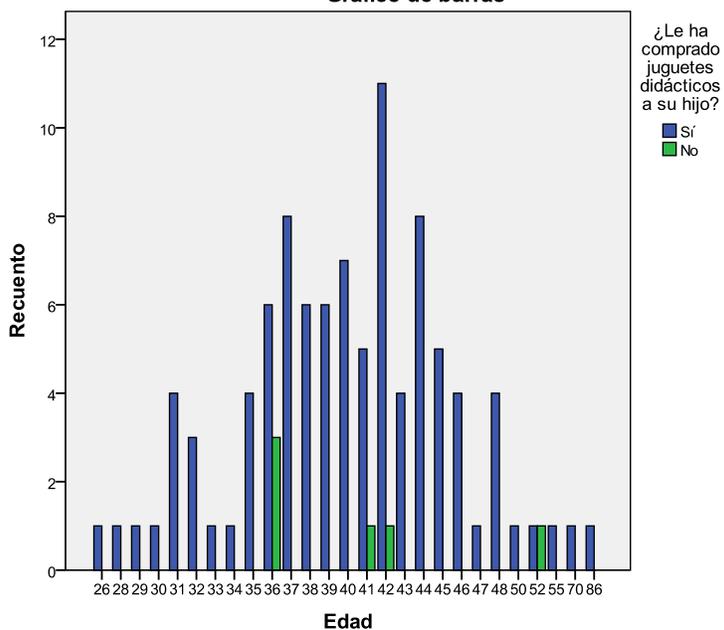
Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	1	0	1
	29	1	0	1
	30	1	0	1
	31	4	0	4
	32	3	0	3
	33	1	0	1
	34	1	0	1
	35	4	0	4
	36	6	3	9
	37	8	0	8
	38	6	0	6
	39	6	0	6
	40	7	0	7
	41	5	1	6
	42	11	1	12
	43	4	0	4
	44	8	0	8
	45	5	0	5
	46	4	0	4
	47	1	0	1
	48	4	0	4
	50	1	0	1
	52	1	1	2
	55	1	0	1
	70	1	0	1
	86	1	0	1
Total		97	6	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,006
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo? dependiente	,498

Gráfico de barras



Edad * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad gruesa?

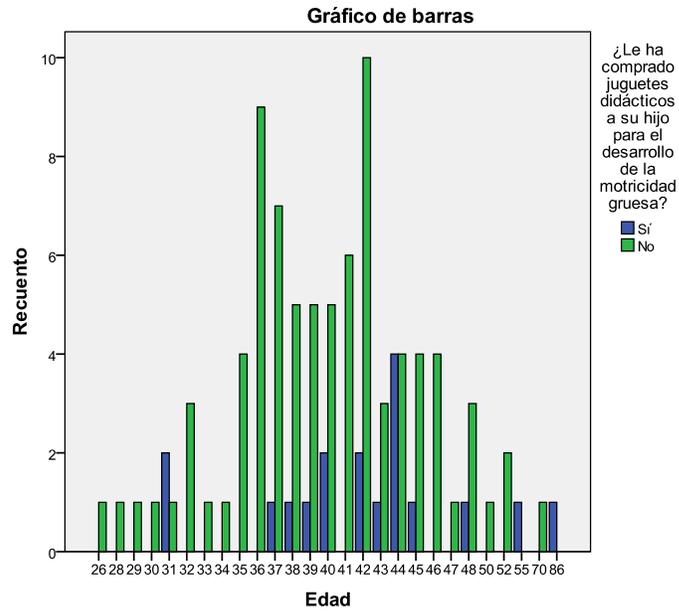
Tabla de contingencia

Recuento		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad gruesa?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1

31	2	1	3
32	0	3	3
33	0	1	1
34	0	1	1
35	0	4	4
36	0	9	9
37	1	7	8
38	1	5	6
39	1	5	6
40	2	5	7
41	0	6	6
42	2	10	12
43	1	3	4
44	4	4	8
45	1	4	5
46	0	4	4
47	0	1	1
48	1	3	4
50	0	1	1
52	0	2	2
55	1	0	1
70	0	1	1
86	1	0	1
Total	18	84	102

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,202
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad gruesa? dependiente	,534



Edad * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad fina?

Tabla de contingencia

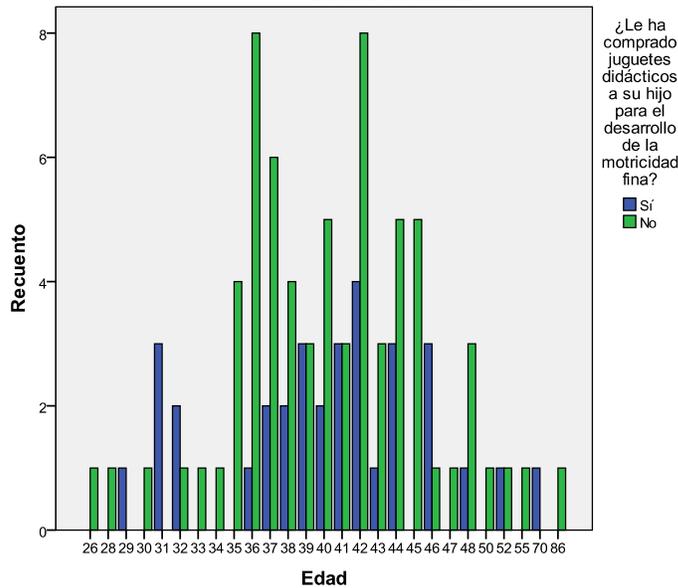
Recuento		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad fina?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	1	0	1
	30	0	1	1
	31	3	0	3
	32	2	1	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	1	8	9
	37	2	6	8
	38	2	4	6
	39	3	3	6
	40	2	5	7

41	3	3	6
42	4	8	12
43	1	3	4
44	3	5	8
45	0	5	5
46	3	1	4
47	0	1	1
48	1	3	4
50	0	1	1
52	1	1	2
55	0	1	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	33	69	102

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,006
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad fina? dependiente	,528

Gráfico de barras



Edad * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para favorecer la afectividad?

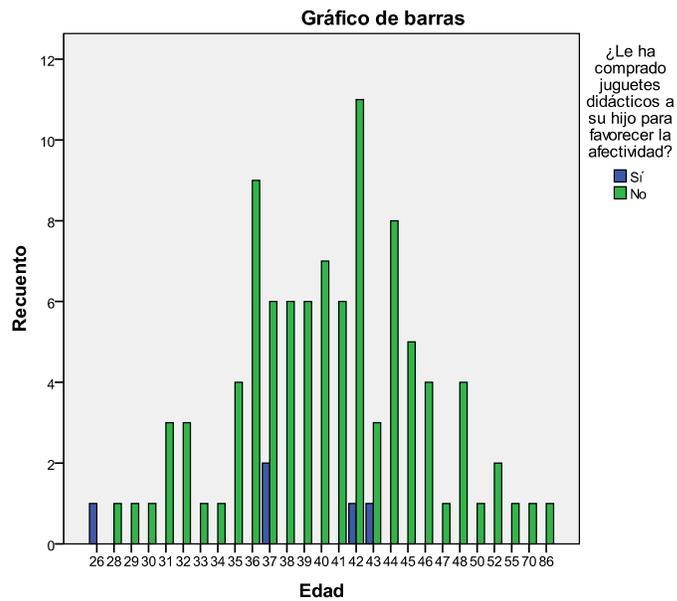
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para favorecer la afectividad?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3
	32	0	3	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	2	6	8
	38	0	6	6
	39	0	6	6
	40	0	7	7
	41	0	6	6
	42	1	11	12
	43	1	3	4
	44	0	8	8
	45	0	5	5
	46	0	4	4
	47	0	1	1
	48	0	4	4
	50	0	1	1
	52	0	2	2
	55	0	1	1
	70	0	1	1
	86	0	1	1
Total		5	97	102

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,113
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para favorecer la afectividad? dependiente	,578



Edad * ¿Le ha comprado didácticos a su hijo para facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás?

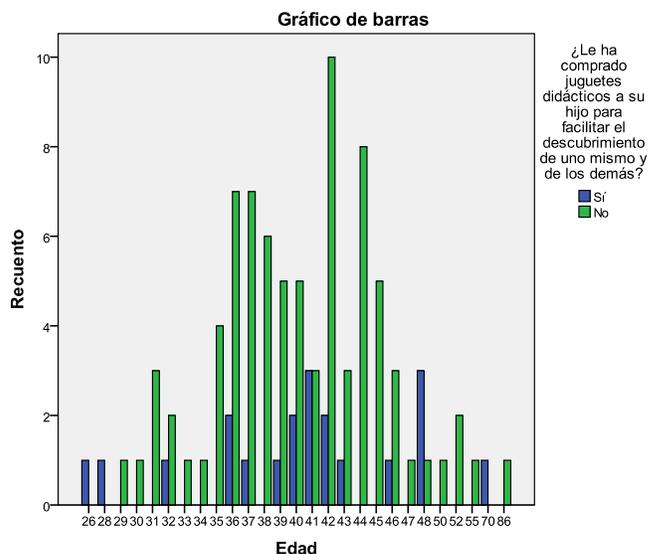
Tabla de contingencia

Recuento		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	1	0	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3

32	1	2	3
33	0	1	1
34	0	1	1
35	0	4	4
36	2	7	9
37	1	7	8
38	0	6	6
39	1	5	6
40	2	5	7
41	3	3	6
42	2	10	12
43	1	3	4
44	0	8	8
45	0	5	5
46	1	3	4
47	0	1	1
48	3	1	4
50	0	1	1
52	0	2	2
55	0	1	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	20	82	102

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,029
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás? dependiente	,574



Edad * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas?

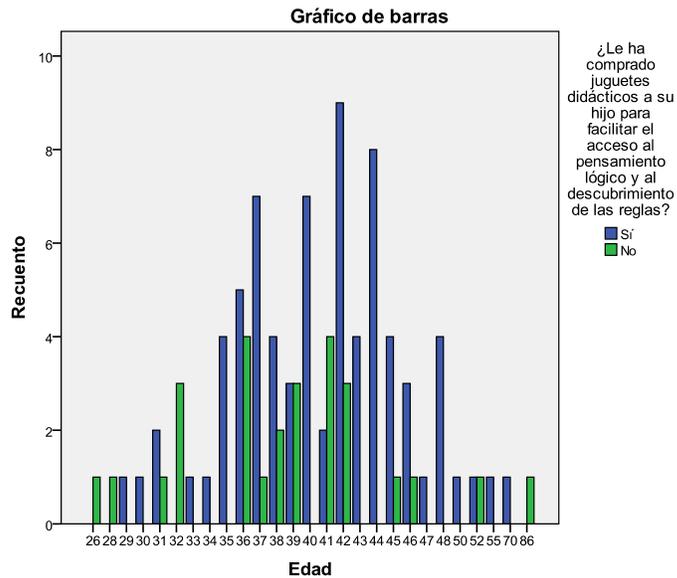
Tabla de contingencia

Recuento		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	1	0	1
	30	1	0	1
	31	2	1	3
	32	0	3	3
	33	1	0	1
	34	1	0	1
	35	4	0	4
	36	5	4	9
	37	7	1	8
	38	4	2	6
	39	3	3	6
	40	7	0	7
	41	2	4	6

42	9	3	12
43	4	0	4
44	8	0	8
45	4	1	5
46	3	1	4
47	1	0	1
48	4	0	4
50	1	0	1
52	1	1	2
55	1	0	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	75	27	102

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,079
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas? dependiente	,620



Edad * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la televisión?

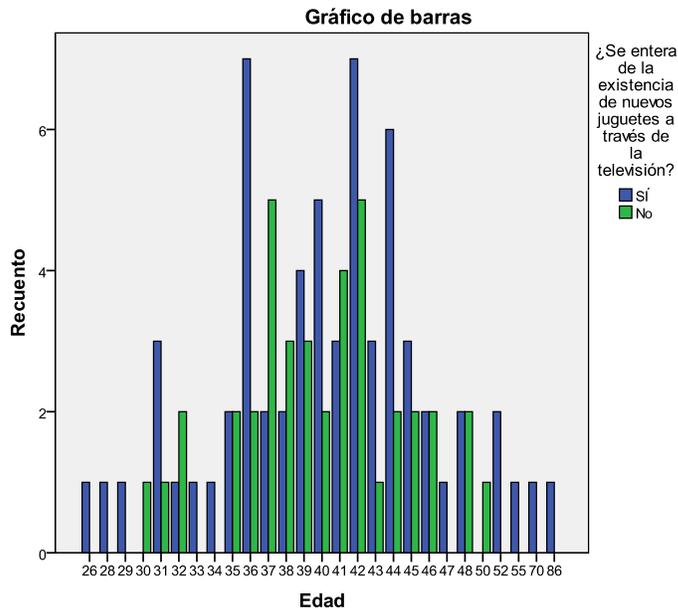
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la televisión?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	1	0	1
	29	1	0	1
	30	0	1	1
	31	3	1	4
	32	1	2	3
	33	1	0	1
	34	1	0	1
	35	2	2	4
	36	7	2	9
	37	2	5	7
	38	2	3	5
	39	4	3	7
	40	5	2	7
	41	3	4	7
	42	7	5	12
	43	3	1	4
	44	6	2	8
	45	3	2	5
	46	2	2	4
	47	1	0	1
	48	2	2	4
	50	0	1	1
	52	2	0	2
	55	1	0	1
	70	1	0	1
	86	1	0	1
Total		63	40	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,086
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la televisión? dependiente	,436



Edad * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la radio?

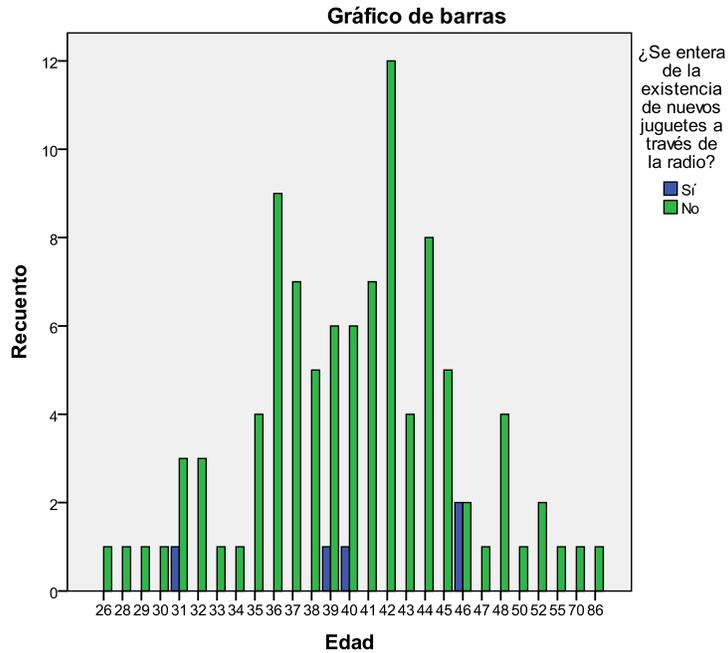
Tabla de contingencia

Recuento		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la radio?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	1	3	4
	32	0	3	3
	33	0	1	1

34	0	1	1
35	0	4	4
36	0	9	9
37	0	7	7
38	0	5	5
39	1	6	7
40	1	6	7
41	0	7	7
42	0	12	12
43	0	4	4
44	0	8	8
45	0	5	5
46	2	2	4
47	0	1	1
48	0	4	4
50	0	1	1
52	0	2	2
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	5	98	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,010
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la radio? dependiente	,521



Edad * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de revistas?

Tabla de contingencia

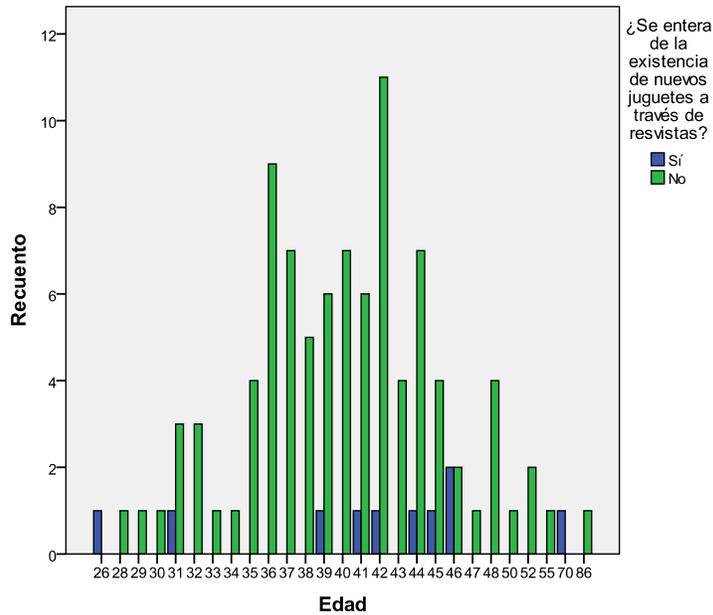
Recuento		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de revistas?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	1	3	4
	32	0	3	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	0	7	7
	38	0	5	5
	39	1	6	7
	40	0	7	7

41	1	6	7
42	1	11	12
43	0	4	4
44	1	7	8
45	1	4	5
46	2	2	4
47	0	1	1
48	0	4	4
50	0	1	1
52	0	2	2
55	0	1	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	10	93	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,099
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de revistas? dependiente	,574

Gráfico de barras



Edad * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la prensa?

Tabla de contingencia

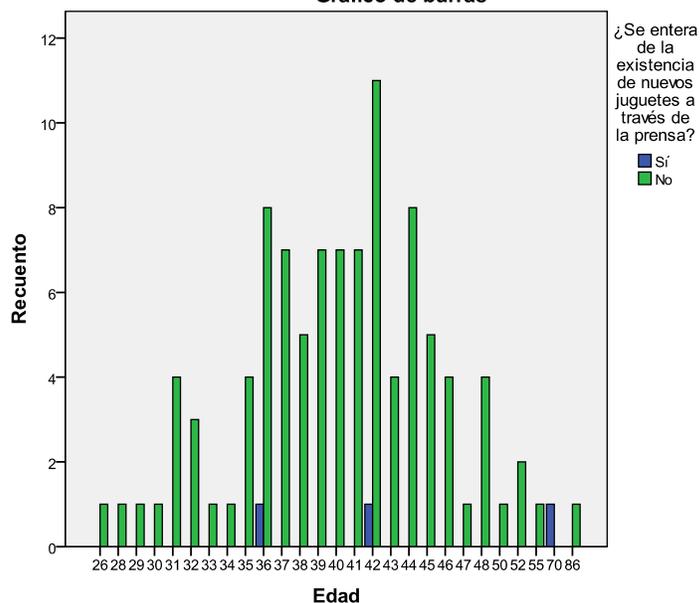
Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la prensa?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	4	4
	32	0	3	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	1	8	9
	37	0	7	7
	38	0	5	5
	39	0	7	7
	40	0	7	7
	41	0	7	7
	42	1	11	12
	43	0	4	4
	44	0	8	8
	45	0	5	5
	46	0	4	4
	47	0	1	1
	48	0	4	4
	50	0	1	1
	52	0	2	2
	55	0	1	1
	70	1	0	1
	86	0	1	1
Total		3	100	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,198
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la prensa? dependiente	,617

Gráfico de barras



Edad * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de Internet?

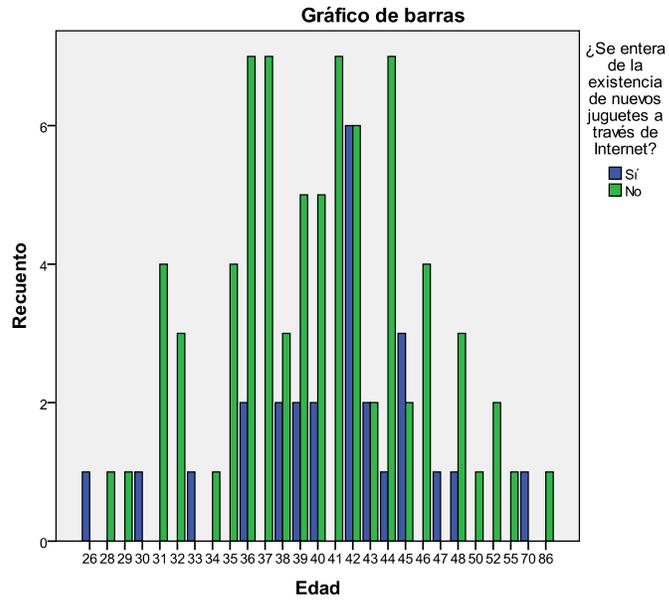
Tabla de contingencia

Recuento		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de Internet?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	1	0	1
	31	0	4	4
	32	0	3	3

33	1	0	1
34	0	1	1
35	0	4	4
36	2	7	9
37	0	7	7
38	2	3	5
39	2	5	7
40	2	5	7
41	0	7	7
42	6	6	12
43	2	2	4
44	1	7	8
45	3	2	5
46	0	4	4
47	1	0	1
48	1	3	4
50	0	1	1
52	0	2	2
55	0	1	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	26	77	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,054
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de Internet? dependiente	,600



Edad * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través familiares o amigos?

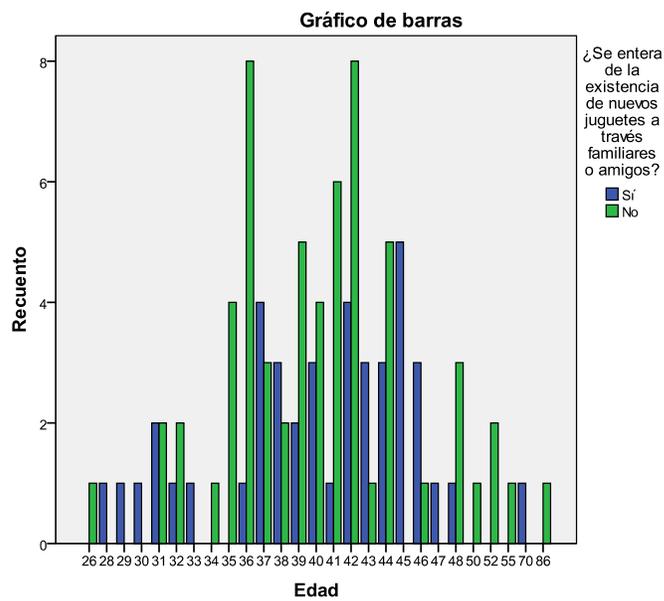
Tabla de contingencia

Recuento		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través familiares o amigos?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	1	0	1
	29	1	0	1
	30	1	0	1
	31	2	2	4
	32	1	2	3
	33	1	0	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	1	8	9
	37	4	3	7
	38	3	2	5
	39	2	5	7
	40	3	4	7

41	1	6	7
42	4	8	12
43	3	1	4
44	3	5	8
45	5	0	5
46	3	1	4
47	1	0	1
48	1	3	4
50	0	1	1
52	0	2	2
55	0	1	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	42	61	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,006
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través familiares o amigos? dependiente	,588



Edad * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque su hijo se lo muestra y se lo pide?

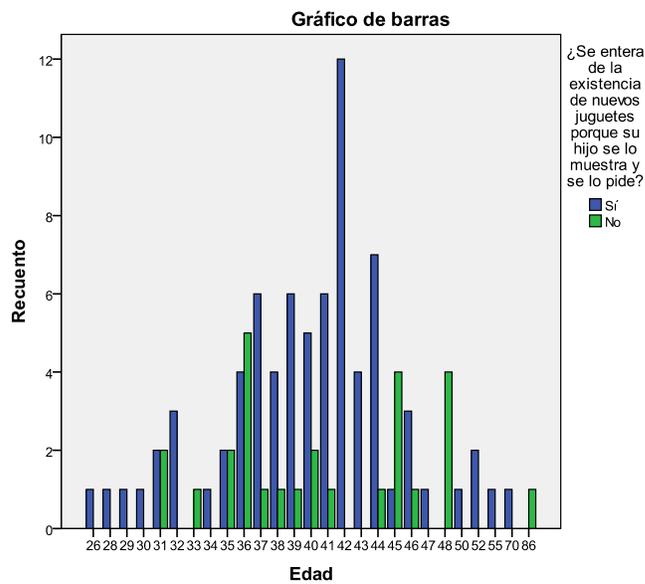
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque su hijo se lo muestra y se lo pide?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	1	0	1
	29	1	0	1
	30	1	0	1
	31	2	2	4
	32	3	0	3
	33	0	1	1
	34	1	0	1
	35	2	2	4
	36	4	5	9
	37	6	1	7
	38	4	1	5
	39	6	1	7
	40	5	2	7
	41	6	1	7
	42	12	0	12
	43	4	0	4
	44	7	1	8
	45	1	4	5
	46	3	1	4
	47	1	0	1
	48	0	4	4
	50	1	0	1
	52	2	0	2
	55	1	0	1
	70	1	0	1
	86	0	1	1
Total		76	27	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,084
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque su hijo se lo muestra y se lo pide? dependiente	,652



Edad * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque va directamente a la juguetería y los ve?

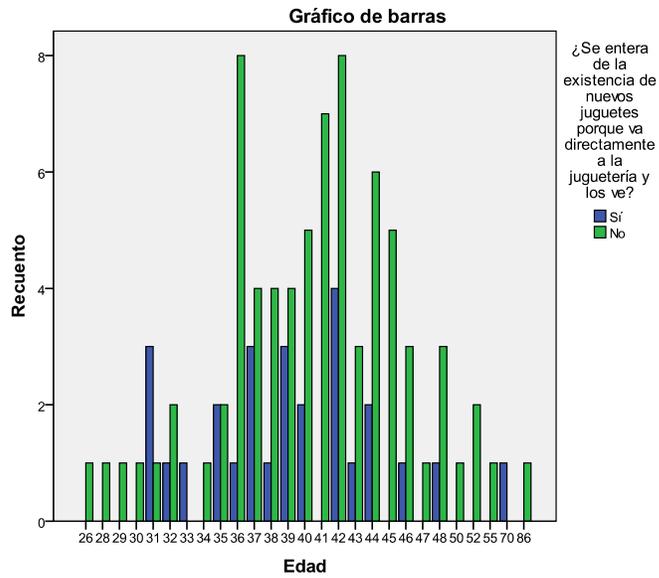
Tabla de contingencia

Recuento		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque va directamente a la juguetería y los ve?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	3	1	4

32	1	2	3
33	1	0	1
34	0	1	1
35	2	2	4
36	1	8	9
37	3	4	7
38	1	4	5
39	3	4	7
40	2	5	7
41	0	7	7
42	4	8	12
43	1	3	4
44	2	6	8
45	0	5	5
46	1	3	4
47	0	1	1
48	1	3	4
50	0	1	1
52	0	2	2
55	0	1	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	27	76	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,077
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque va directamente a la juguetería y los ve? dependiente	,478



Edad * No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes

Tabla de contingencia

Recuento

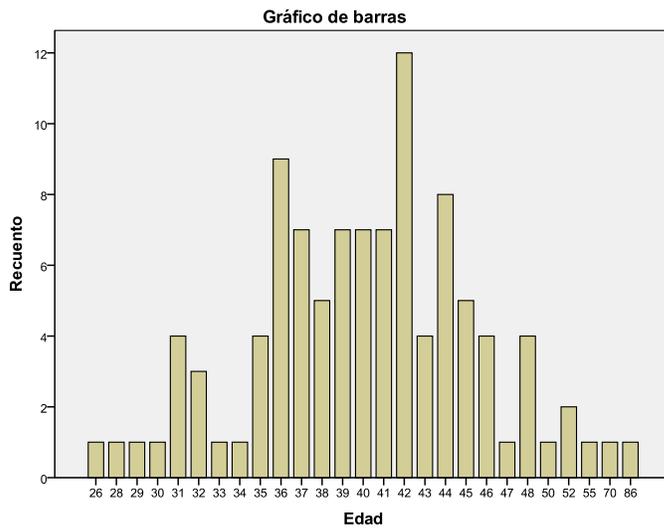
		No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes	
		No	Total
Edad	26	1	1
	28	1	1
	29	1	1
	30	1	1
	31	4	4
	32	3	3
	33	1	1
	34	1	1
	35	4	4
	36	9	9
	37	7	7
	38	5	5
39	7	7	

40	7	7
41	7	7
42	12	12
43	4	4
44	8	8
45	5	5
46	4	4
47	1	1
48	4	4
50	1	1
52	2	2
55	1	1
70	1	1
86	1	1
Total	103	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes es una constante.



Edad * ¿La durabilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

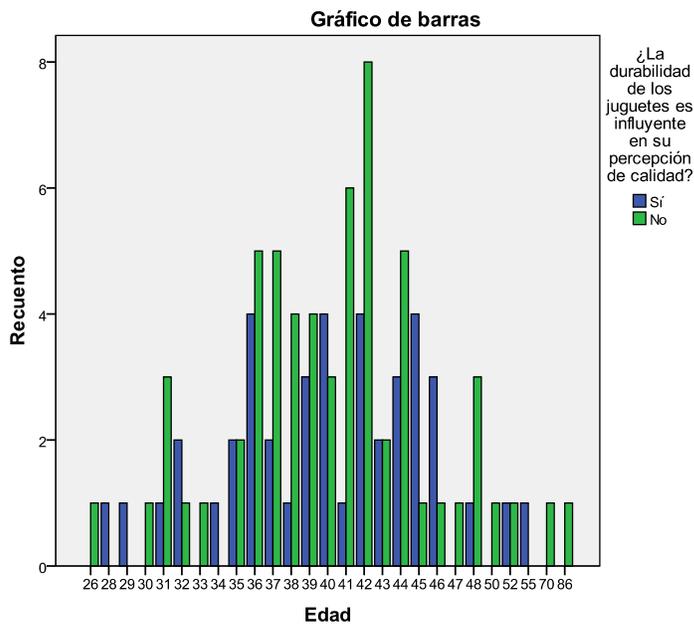
Tabla de contingencia

Recuento

		¿La durabilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	1	0	1
	29	1	0	1
	30	0	1	1
	31	1	3	4
	32	2	1	3
	33	0	1	1
	34	1	0	1
	35	2	2	4
	36	4	5	9
	37	2	5	7
	38	1	4	5
	39	3	4	7
	40	4	3	7
	41	1	6	7
	42	4	8	12
	43	2	2	4
	44	3	5	8
	45	4	1	5
	46	3	1	4
	47	0	1	1
	48	1	3	4
	50	0	1	1
	52	1	1	2
	55	1	0	1
	70	0	1	1
	86	0	1	1
Total		42	61	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,055
		¿La durabilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,465



Edad * ¿Las funciones de los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

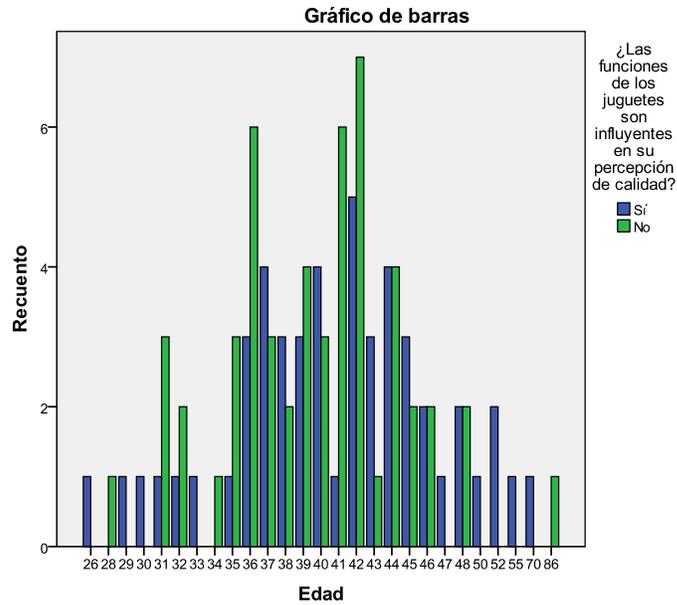
Recuento

		¿Las funciones de los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	0	1	1
	29	1	0	1
	30	1	0	1

31	1	3	4
32	1	2	3
33	1	0	1
34	0	1	1
35	1	3	4
36	3	6	9
37	4	3	7
38	3	2	5
39	3	4	7
40	4	3	7
41	1	6	7
42	5	7	12
43	3	1	4
44	4	4	8
45	3	2	5
46	2	2	4
47	1	0	1
48	2	2	4
50	1	0	1
52	2	0	2
55	1	0	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	50	53	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,083
		¿Las funciones de los juguetes son influyentes en su percepción de calidad? dependiente	,462



Edad * ¿La marca de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

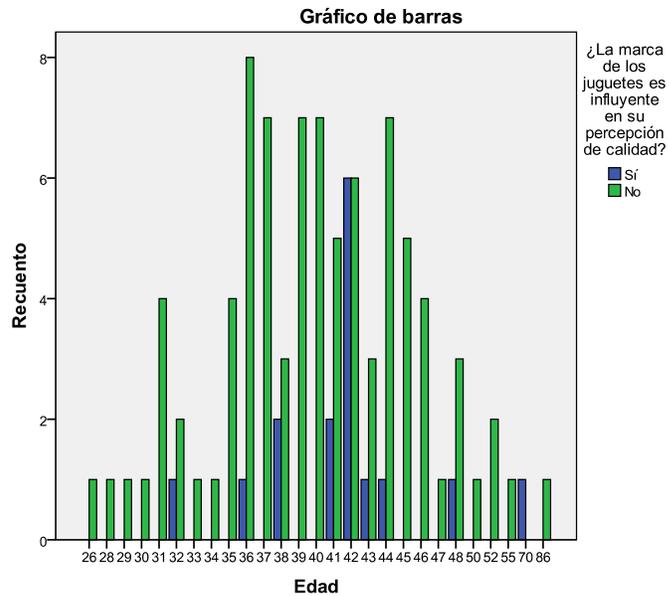
Tabla de contingencia

Recuento		¿La marca de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	4	4
	32	1	2	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	1	8	9
	37	0	7	7
	38	2	3	5
	39	0	7	7
	40	0	7	7
	41	2	5	7

42	6	6	12
43	1	3	4
44	1	7	8
45	0	5	5
46	0	4	4
47	0	1	1
48	1	3	4
50	0	1	1
52	0	2	2
55	0	1	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	16	87	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,112
		¿La marca de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,541



Edad * ¿El riesgo de uso de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

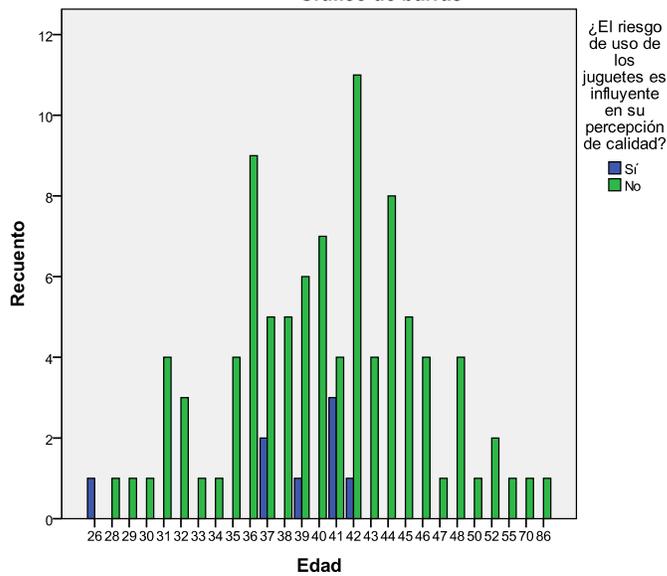
Recuento

		¿El riesgo de uso de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	4	4
	32	0	3	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	2	5	7
	38	0	5	5
	39	1	6	7
	40	0	7	7
	41	3	4	7
	42	1	11	12
	43	0	4	4
	44	0	8	8
	45	0	5	5
	46	0	4	4
	47	0	1	1
	48	0	4	4
	50	0	1	1
	52	0	2	2
	55	0	1	1
	70	0	1	1
	86	0	1	1
Total		8	95	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,105
		¿El riesgo de uso de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,578

Gráfico de barras



Edad * ¿La utilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

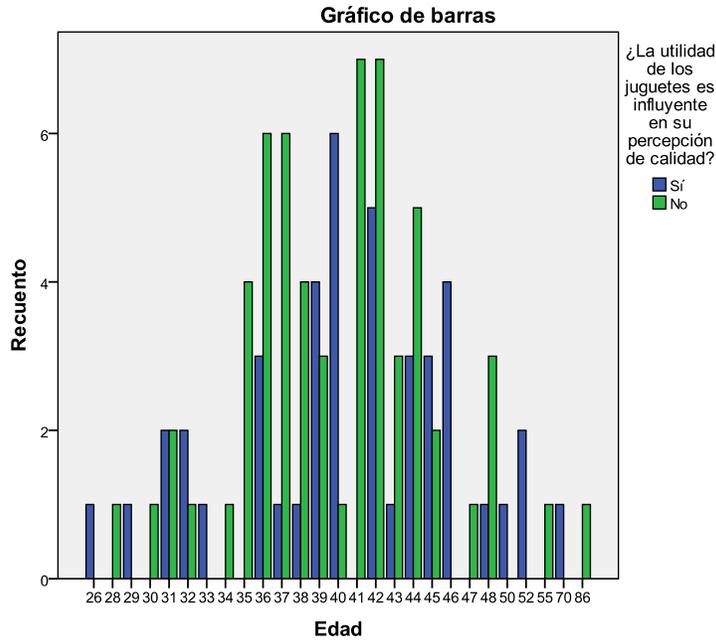
Tabla de contingencia

Recuento		¿La utilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	0	1	1
	29	1	0	1
	30	0	1	1
	31	2	2	4

32	2	1	3
33	1	0	1
34	0	1	1
35	0	4	4
36	3	6	9
37	1	6	7
38	1	4	5
39	4	3	7
40	6	1	7
41	0	7	7
42	5	7	12
43	1	3	4
44	3	5	8
45	3	2	5
46	4	0	4
47	0	1	1
48	1	3	4
50	1	0	1
52	2	0	2
55	0	1	1
70	1	0	1
86	0	1	1
Total	43	60	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,047
		¿La utilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,621



Edad * ¿La relación costo-beneficio de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

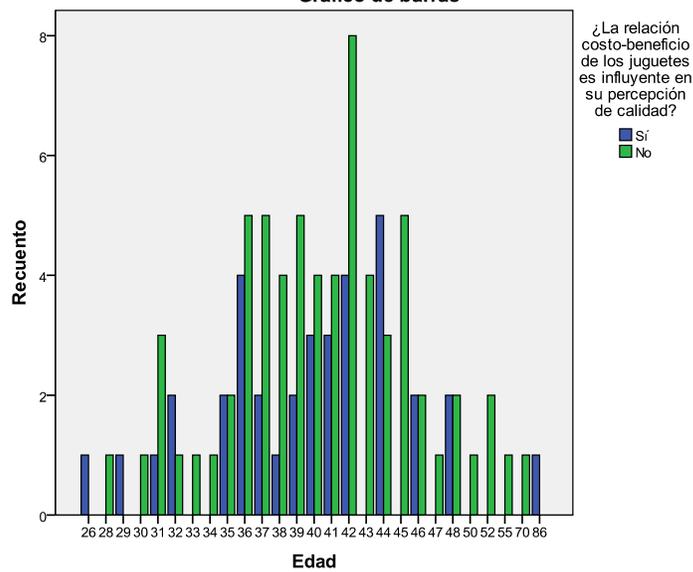
Recuento		¿La relación costo-beneficio de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	0	1	1
	29	1	0	1
	30	0	1	1
	31	1	3	4
	32	2	1	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	2	2	4
	36	4	5	9
	37	2	5	7
	38	1	4	5
	39	2	5	7
	40	3	4	7

41	3	4	7
42	4	8	12
43	0	4	4
44	5	3	8
45	0	5	5
46	2	2	4
47	0	1	1
48	2	2	4
50	0	1	1
52	0	2	2
55	0	1	1
70	0	1	1
86	1	0	1
Total	36	67	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,019
		¿La relación costo-beneficio de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,469

Gráfico de barras



Edad * ¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

Recuento

		¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	1	0	1
	29	1	0	1
	30	0	1	1
	31	0	4	4
	32	1	2	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	1	3	4
	36	3	6	9
	37	2	5	7
	38	1	4	5
	39	1	6	7
	40	2	5	7
	41	4	3	7
	42	5	7	12
	43	1	3	4
	44	1	7	8
	45	4	1	5
	46	1	3	4
	47	0	1	1
	48	2	2	4
	50	0	1	1
	52	1	1	2
	55	1	0	1
	70	1	0	1
	86	0	1	1

Tabla de contingencia

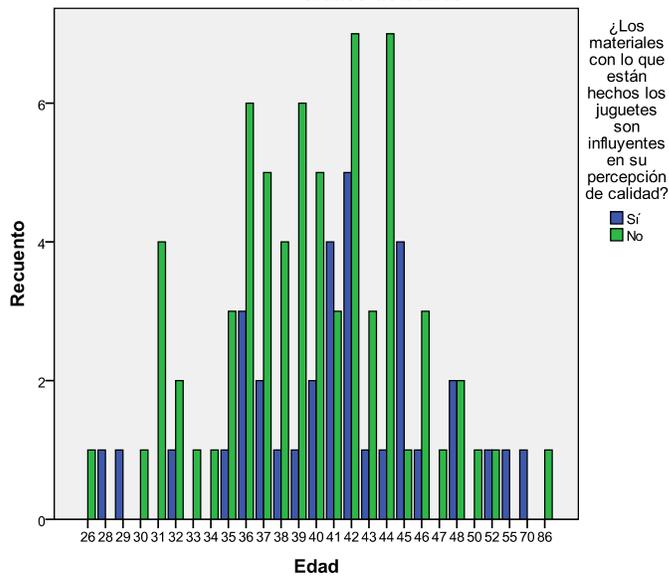
Recuento

		¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	1	0	1
	29	1	0	1
	30	0	1	1
	31	0	4	4
	32	1	2	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	1	3	4
	36	3	6	9
	37	2	5	7
	38	1	4	5
	39	1	6	7
	40	2	5	7
	41	4	3	7
	42	5	7	12
	43	1	3	4
	44	1	7	8
	45	4	1	5
	46	1	3	4
	47	0	1	1
	48	2	2	4
	50	0	1	1
	52	1	1	2
	55	1	0	1
	70	1	0	1
	86	0	1	1
Total		34	69	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,106
		¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad? dependiente	,493

Gráfico de barras



Edad * ¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

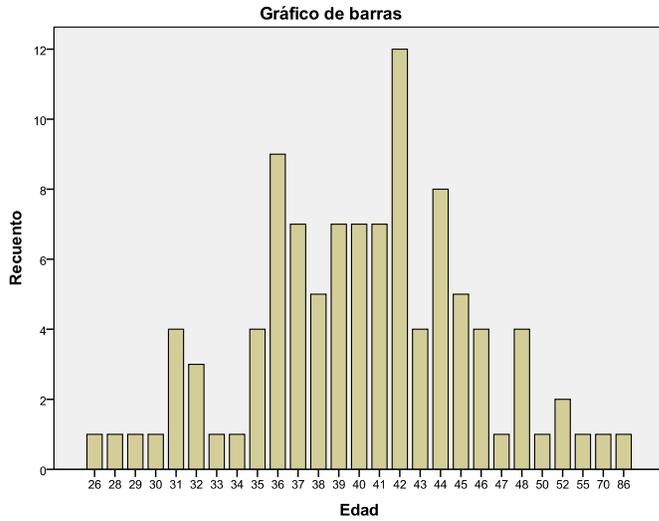
Recuento		¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad?	
		No	Total
Edad	26	1	1
	28	1	1

29	1	1
30	1	1
31	4	4
32	3	3
33	1	1
34	1	1
35	4	4
36	9	9
37	7	7
38	5	5
39	7	7
40	7	7
41	7	7
42	12	12
43	4	4
44	8	8
45	5	5
46	4	4
47	1	1
48	4	4
50	1	1
52	2	2
55	1	1
70	1	1
86	1	1
Total	103	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque ¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad? es una constante.



Edad * No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes

Tabla de contingencia

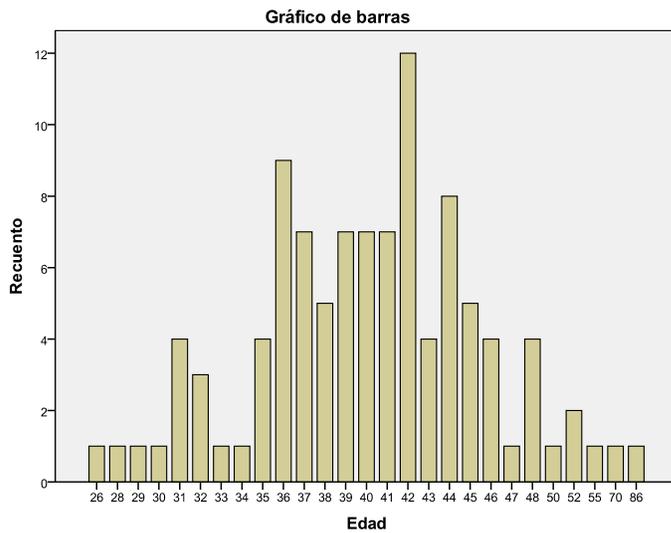
Recuento		No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes	
		No	Total
Edad	26	1	1
	28	1	1
	29	1	1
	30	1	1
	31	4	4
	32	3	3
	33	1	1
	34	1	1
	35	4	4
	36	9	9
	37	7	7
	38	5	5
	39	7	7

40	7	7
41	7	7
42	12	12
43	4	4
44	8	8
45	5	5
46	4	4
47	1	1
48	4	4
50	1	1
52	2	2
55	1	1
70	1	1
86	1	1
Total	103	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes es una constante.



Edad * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete el niño?

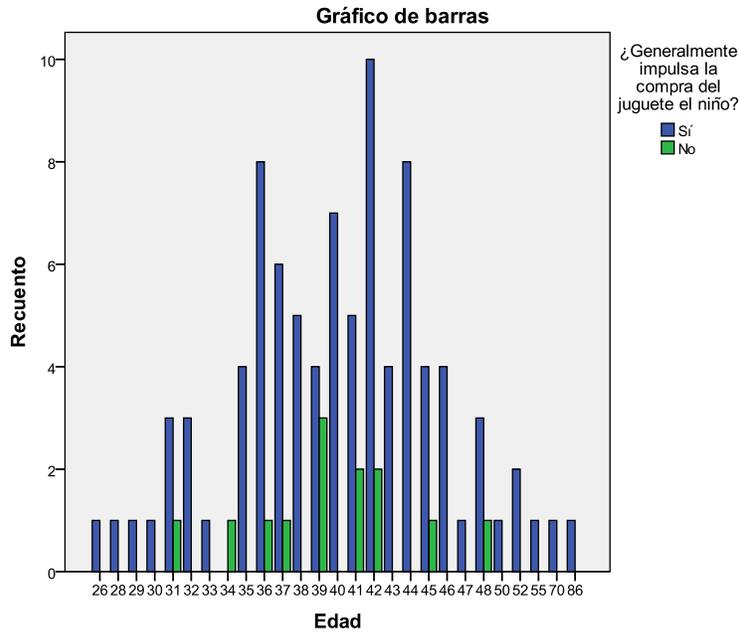
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Generalmente impulsa la compra del juguete el niño?		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	1	0	1
	29	1	0	1
	30	1	0	1
	31	3	1	4
	32	3	0	3
	33	1	0	1
	34	0	1	1
	35	4	0	4
	36	8	1	9
	37	6	1	7
	38	5	0	5
	39	4	3	7
	40	7	0	7
	41	5	2	7
	42	10	2	12
	43	4	0	4
	44	8	0	8
	45	4	1	5
	46	4	0	4
	47	1	0	1
	48	3	1	4
	50	1	0	1
	52	2	0	2
	55	1	0	1
	70	1	0	1
	86	1	0	1
Total		90	13	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,059
		¿Generalmente impulsa la compra del juguete el niño? dependiente	,469



Edad * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete usted?

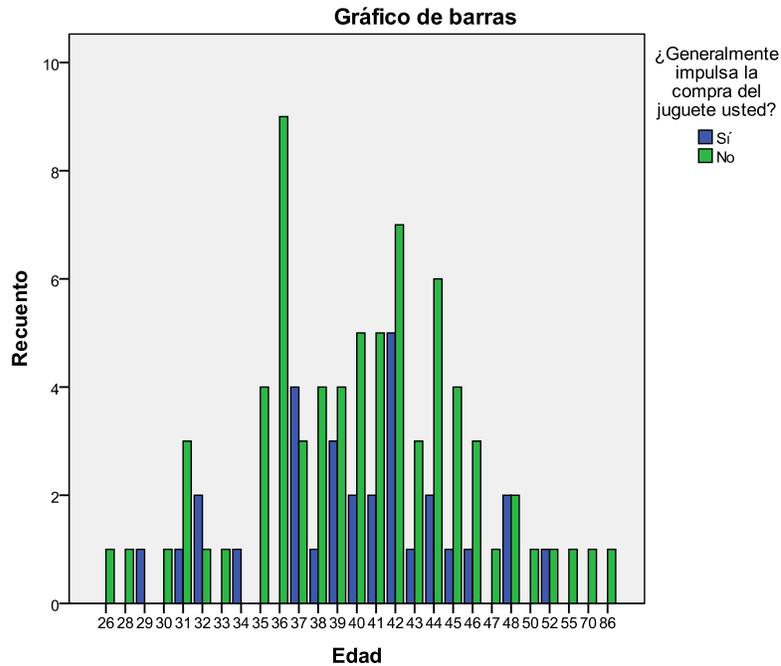
Tabla de contingencia

		¿Generalmente impulsa la compra del juguete usted?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	1	0	1
	30	0	1	1
	31	1	3	4
	32	2	1	3
	33	0	1	1
	34	1	0	1

35	0	4	4
36	0	9	9
37	4	3	7
38	1	4	5
39	3	4	7
40	2	5	7
41	2	5	7
42	5	7	12
43	1	3	4
44	2	6	8
45	1	4	5
46	1	3	4
47	0	1	1
48	2	2	4
50	0	1	1
52	1	1	2
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	30	73	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,053
		¿Generalmente impulsa la compra del juguete usted? dependiente	,462



Edad * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete el maestro?

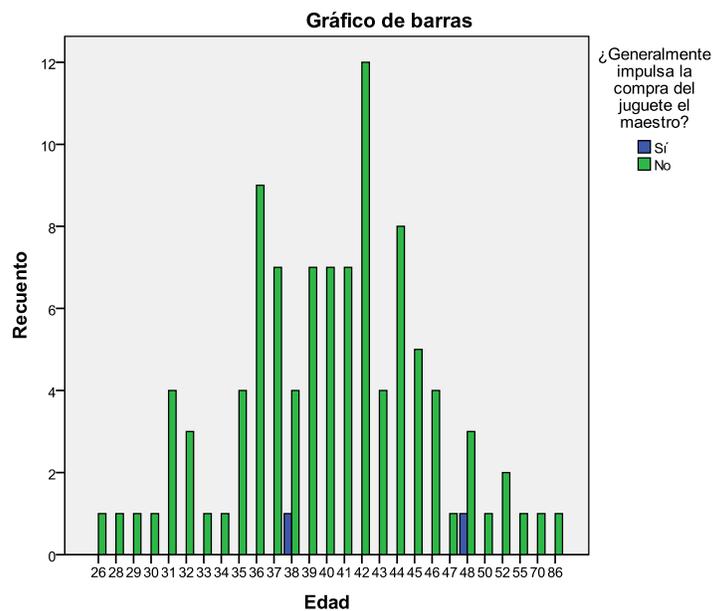
Tabla de contingencia

Recuento		¿Generalmente impulsa la compra del juguete el maestro?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	4	4
	32	0	3	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	0	7	7
	38	1	4	5
	39	0	7	7
	40	0	7	7

41	0	7	7
42	0	12	12
43	0	4	4
44	0	8	8
45	0	5	5
46	0	4	4
47	0	1	1
48	1	3	4
50	0	1	1
52	0	2	2
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	2	101	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,043
		¿Generalmente impulsa la compra del juguete el maestro? dependiente	,458



Edad * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete otro padre?

Tabla de contingencia

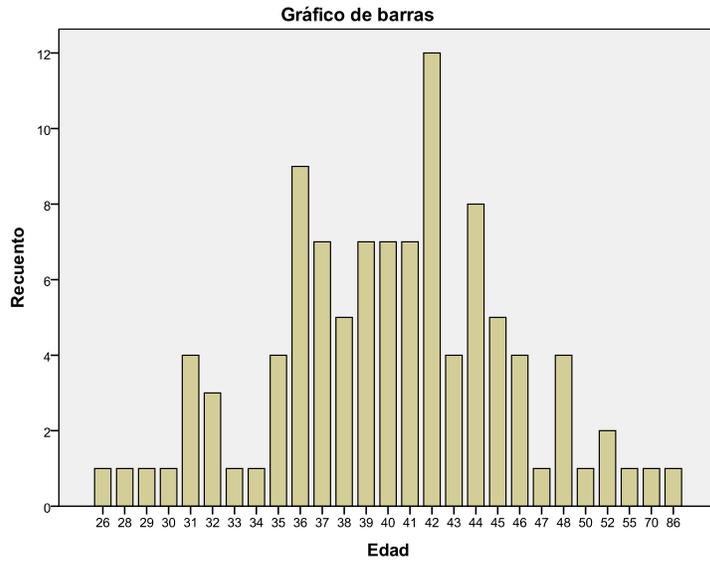
Recuento

		¿Generalmente impulsa la compra del juguete otro padre?	
		No	Total
Edad	26	1	1
	28	1	1
	29	1	1
	30	1	1
	31	4	4
	32	3	3
	33	1	1
	34	1	1
	35	4	4
	36	9	9
	37	7	7
	38	5	5
	39	7	7
	40	7	7
	41	7	7
	42	12	12
	43	4	4
	44	8	8
	45	5	5
	46	4	4
	47	1	1
	48	4	4
	50	1	1
	52	2	2
	55	1	1
	70	1	1
	86	1	1
Total		103	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque
 ¿Generalmente impulsa la compra del juguete otro padre?
 es una constante.



Edad * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete la familia?

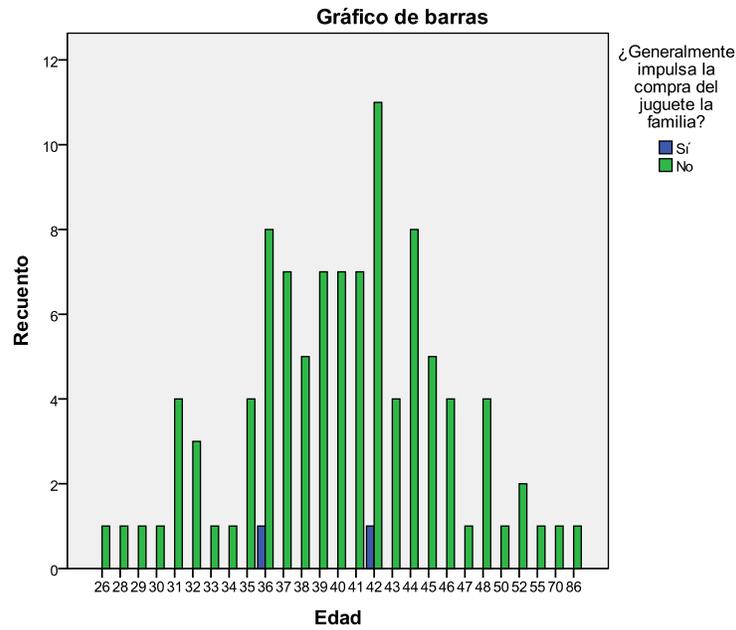
Tabla de contingencia

Recuento		¿Generalmente impulsa la compra del juguete la familia?		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	4	4
	32	0	3	3
	33	0	1	1
	34	0	1	1

35	0	4	4
36	1	8	9
37	0	7	7
38	0	5	5
39	0	7	7
40	0	7	7
41	0	7	7
42	1	11	12
43	0	4	4
44	0	8	8
45	0	5	5
46	0	4	4
47	0	1	1
48	0	4	4
50	0	1	1
52	0	2	2
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	2	101	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,032
		¿Generalmente impulsa la compra del juguete la familia? dependiente	,282



Edad * ¿Considera que otra persona impulsa la compra del juguete?

Tabla de contingencia

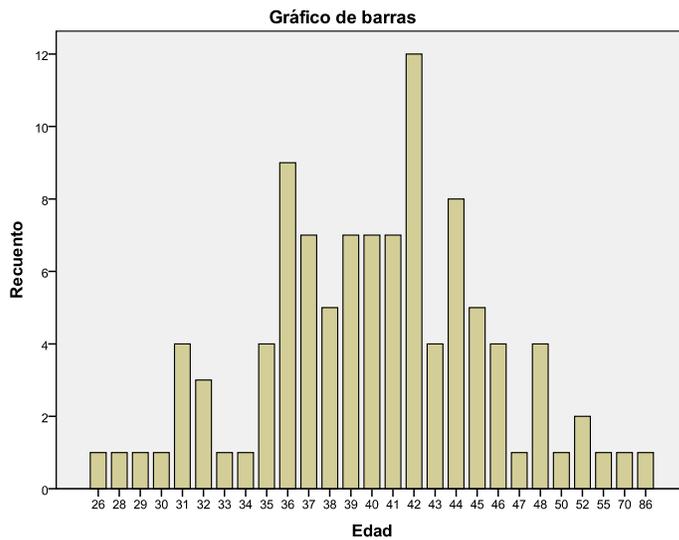
Recuento		¿Considera que otra persona impulsa la compra del juguete?	
		No	Total
Edad	26	1	1
	28	1	1
	29	1	1
	30	1	1
	31	4	4
	32	3	3
	33	1	1
	34	1	1
	35	4	4
	36	9	9
	37	7	7
	38	5	5

39	7	7
40	7	7
41	7	7
42	12	12
43	4	4
44	8	8
45	5	5
46	4	4
47	1	1
48	4	4
50	1	1
52	2	2
55	1	1
70	1	1
86	1	1
Total	103	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque ¿Considera que otra persona impulsa la compra del juguete? es una constante.



Edad * Le compro juguetes a mi hijo en ocasiones especiales

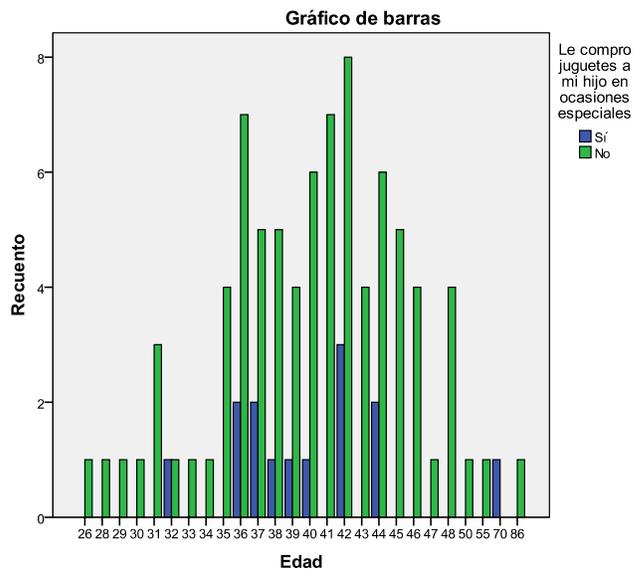
Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en ocasiones especiales		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3
	32	1	1	2
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	2	7	9
	37	2	5	7
	38	1	5	6
	39	1	4	5
	40	1	6	7
	41	0	7	7
	42	3	8	11
	43	0	4	4
	44	2	6	8
	45	0	5	5
	46	0	4	4
	47	0	1	1
	48	0	4	4
	50	0	1	1
	55	0	1	1
	70	1	0	1
	86	0	1	1
Total		14	83	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,038
		Le compro juguetes a mi hijo en ocasiones especiales dependiente	,440



Edad * Le compro juguetes a mi hijo en su cumpleaños

Tabla de contingencia

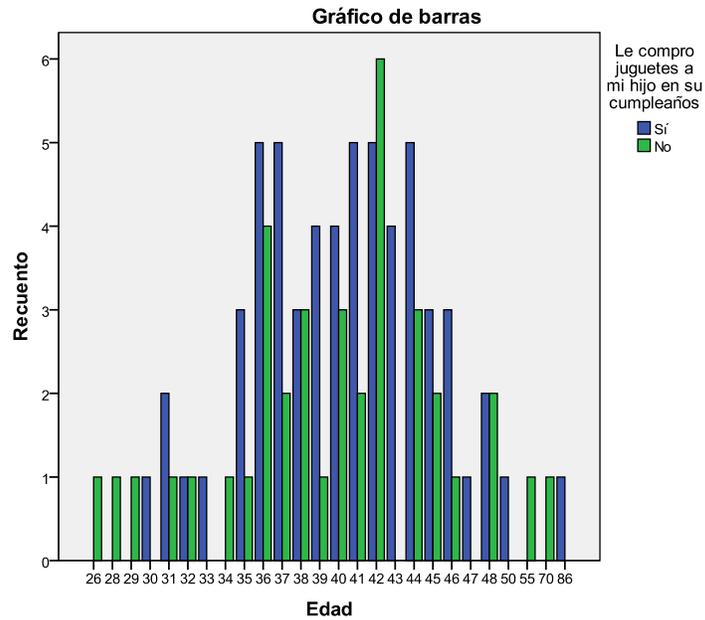
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en su cumpleaños		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	1	0	1
	31	2	1	3
	32	1	1	2
	33	1	0	1
	34	0	1	1

35	3	1	4
36	5	4	9
37	5	2	7
38	3	3	6
39	4	1	5
40	4	3	7
41	5	2	7
42	5	6	11
43	4	0	4
44	5	3	8
45	3	2	5
46	3	1	4
47	1	0	1
48	2	2	4
50	1	0	1
55	0	1	1
70	0	1	1
86	1	0	1
Total	59	38	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,046
		Le compro juguetes a mi hijo en su cumpleaños dependiente	,444



Edad * Le compro juguetes a mi hijo en navidad

Tabla de contingencia

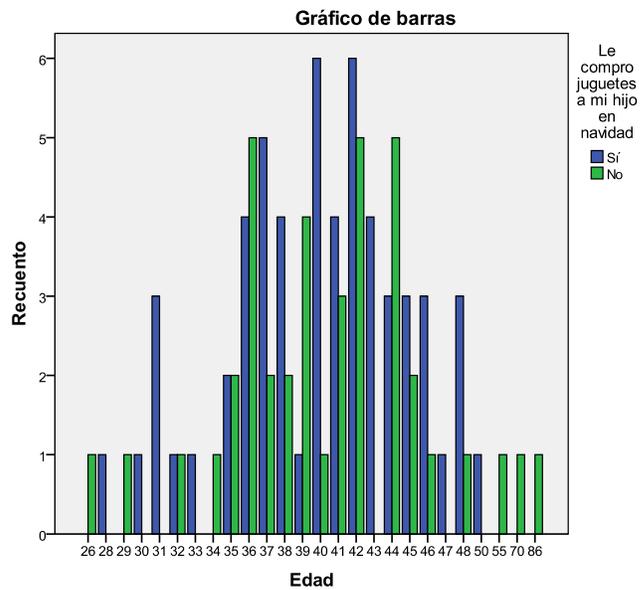
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en navidad		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	1	0	1
	29	0	1	1
	30	1	0	1
	31	3	0	3
	32	1	1	2
	33	1	0	1
	34	0	1	1
	35	2	2	4
	36	4	5	9
	37	5	2	7
	38	4	2	6
	39	1	4	5
	40	6	1	7

41	4	3	7
42	6	5	11
43	4	0	4
44	3	5	8
45	3	2	5
46	3	1	4
47	1	0	1
48	3	1	4
50	1	0	1
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	57	40	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,107
		Le compro juguetes a mi hijo en navidad dependiente	,520



Edad * Le compro juguetes a mi hijo en el fin de curso

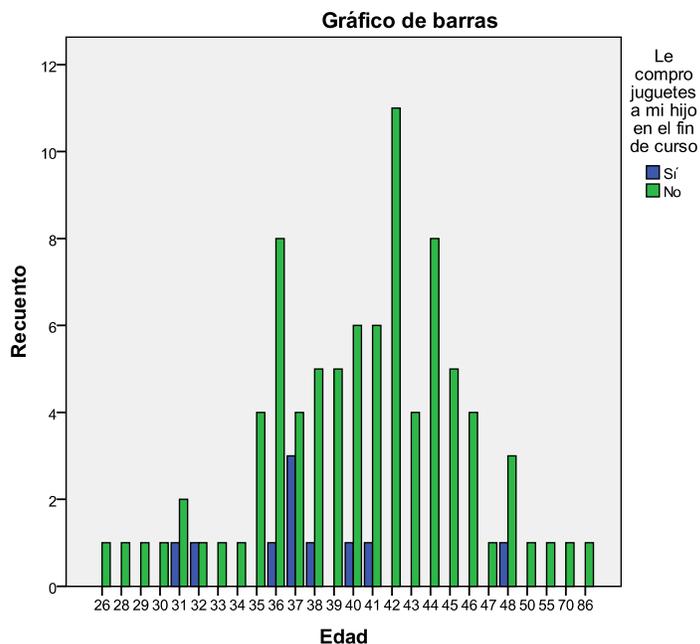
Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en el fin de curso		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	1	2	3
	32	1	1	2
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	1	8	9
	37	3	4	7
	38	1	5	6
	39	0	5	5
	40	1	6	7
	41	1	6	7
	42	0	11	11
	43	0	4	4
	44	0	8	8
	45	0	5	5
	46	0	4	4
	47	0	1	1
	48	1	3	4
	50	0	1	1
	55	0	1	1
	70	0	1	1
	86	0	1	1
Total		10	87	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,134
		Le compro juguetes a mi hijo en el fin de curso dependiente	,460



Edad * Le compro juguetes a mi hijo en el día del niño

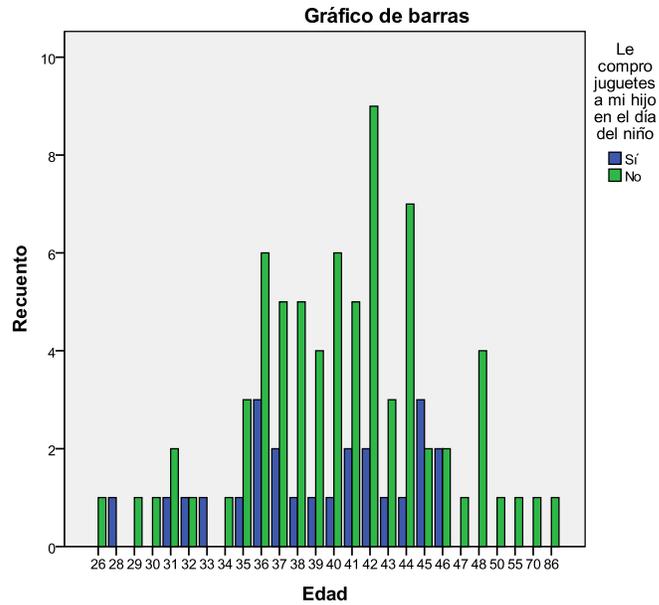
Tabla de contingencia

Recuento		Le compro juguetes a mi hijo en el día del niño		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	1	0	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	1	2	3
	32	1	1	2
	33	1	0	1

34	0	1	1
35	1	3	4
36	3	6	9
37	2	5	7
38	1	5	6
39	1	4	5
40	1	6	7
41	2	5	7
42	2	9	11
43	1	3	4
44	1	7	8
45	3	2	5
46	2	2	4
47	0	1	1
48	0	4	4
50	0	1	1
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	24	73	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,121
		Le compro juguetes a mi hijo en el día del niño dependiente	,430



Edad * Le compro juguetes a mi hijo como premio para motivarlo

Tabla de contingencia

Recuento

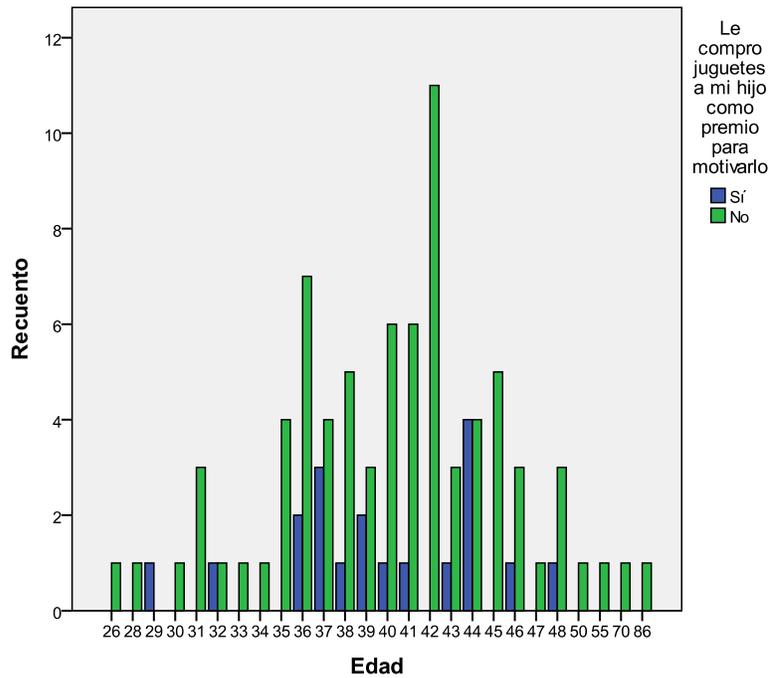
		Le compro juguetes a mi hijo como premio para motivarlo		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	1	0	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3
	32	1	1	2
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	2	7	9
	37	3	4	7
	38	1	5	6
	39	2	3	5
	40	1	6	7
	41	1	6	7
	42	0	11	11

43	1	3	4
44	4	4	8
45	0	5	5
46	1	3	4
47	0	1	1
48	1	3	4
50	0	1	1
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	19	78	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,065
		Le compro juguetes a mi hijo como premio para motivarlo dependiente	,479

Gráfico de barras



Edad * Le compro juguetes a mi hijo en las vacaciones

Tabla de contingencia

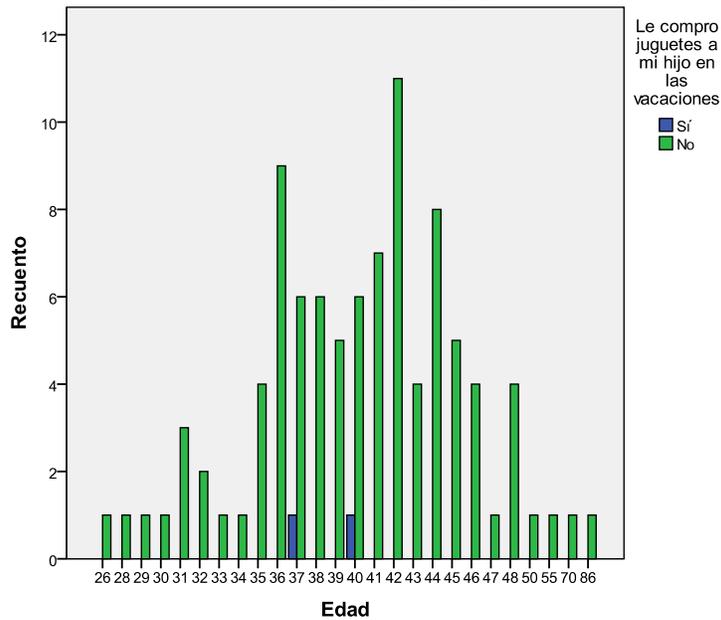
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en las vacaciones		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3
	32	0	2	2
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	1	6	7
	38	0	6	6
	39	0	5	5
	40	1	6	7
	41	0	7	7
	42	0	11	11
	43	0	4	4
	44	0	8	8
	45	0	5	5
	46	0	4	4
	47	0	1	1
	48	0	4	4
	50	0	1	1
	55	0	1	1
	70	0	1	1
	86	0	1	1
Total		2	95	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,042
		Le compro juguetes a mi hijo en las vacaciones dependiente	,353

Gráfico de barras



Edad * Le compro juguetes a mi hijo en ferias

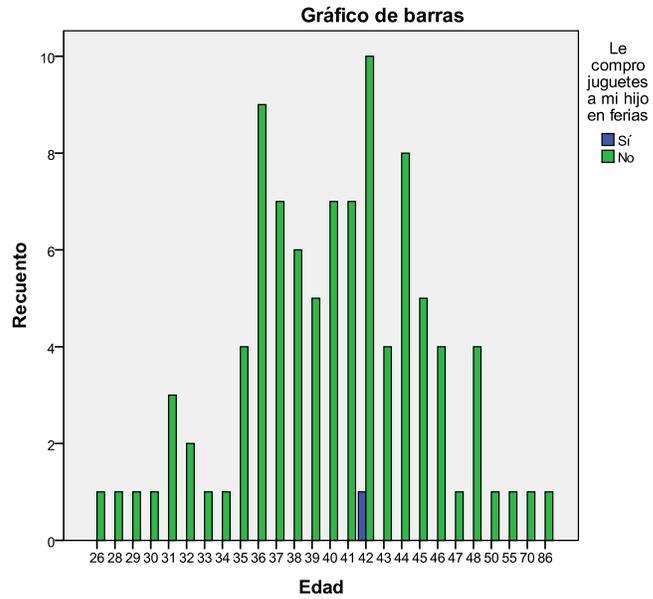
Tabla de contingencia

Recuento		Le compro juguetes a mi hijo en ferias		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3
	32	0	2	2

33	0	1	1
34	0	1	1
35	0	4	4
36	0	9	9
37	0	7	7
38	0	6	6
39	0	5	5
40	0	7	7
41	0	7	7
42	1	10	11
43	0	4	4
44	0	8	8
45	0	5	5
46	0	4	4
47	0	1	1
48	0	4	4
50	0	1	1
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	1	96	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,018
		Le compro juguetes a mi hijo en ferias dependiente	,285



Edad * Le compro juguetes a mi hijo cuando está enfermo

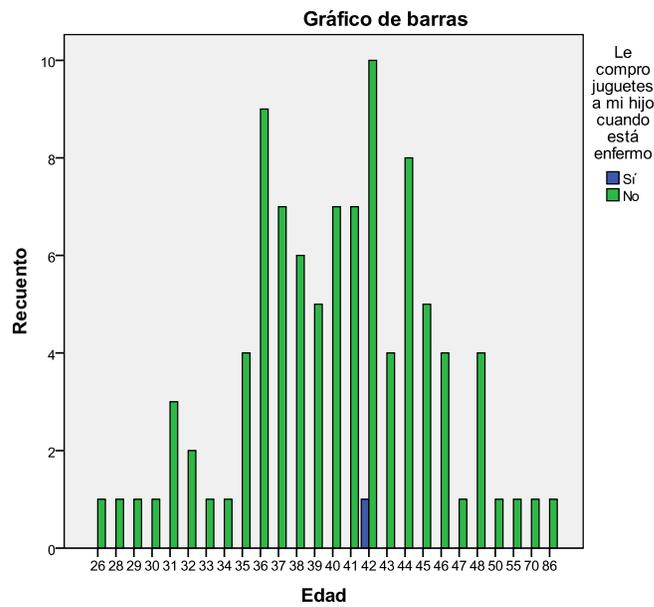
Tabla de contingencia

Recuento		Le compro juguetes a mi hijo cuando está enfermo		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3
	32	0	2	2
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	0	7	7
	38	0	6	6
	39	0	5	5
	40	0	7	7
	41	0	7	7

42	1	10	11
43	0	4	4
44	0	8	8
45	0	5	5
46	0	4	4
47	0	1	1
48	0	4	4
50	0	1	1
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	1	96	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,018
		Le compro juguetes a mi hijo cuando está enfermo dependiente	,285



Edad * Le compro juguetes a mi hijo después de sus conciertos

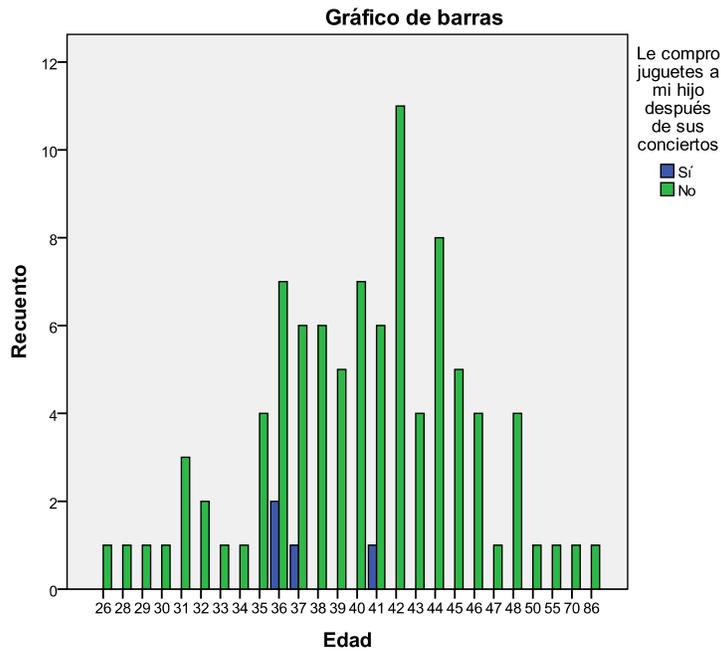
Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo después de sus conciertos		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3
	32	0	2	2
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	2	7	9
	37	1	6	7
	38	0	6	6
	39	0	5	5
	40	0	7	7
	41	1	6	7
	42	0	11	11
	43	0	4	4
	44	0	8	8
	45	0	5	5
	46	0	4	4
	47	0	1	1
	48	0	4	4
	50	0	1	1
	55	0	1	1
	70	0	1	1
	86	0	1	1
Total		4	93	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,088
		Le compro juguetes a mi hijo después de sus conciertos dependiente	,384



Edad * Le compro juguetes a mi hijo cuando salimos

Tabla de contingencia

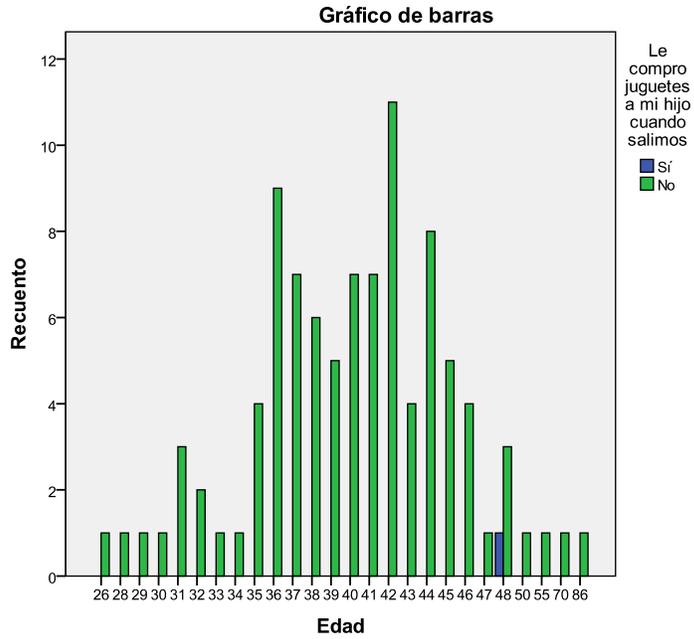
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando salimos		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3

32	0	2	2
33	0	1	1
34	0	1	1
35	0	4	4
36	0	9	9
37	0	7	7
38	0	6	6
39	0	5	5
40	0	7	7
41	0	7	7
42	0	11	11
43	0	4	4
44	0	8	8
45	0	5	5
46	0	4	4
47	0	1	1
48	1	3	4
50	0	1	1
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	1	96	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,100
		Le compro juguetes a mi hijo cuando salimos dependiente	,492



Edad * Le compro juguetes a mi hijo para los Reyes Magos

Tabla de contingencia

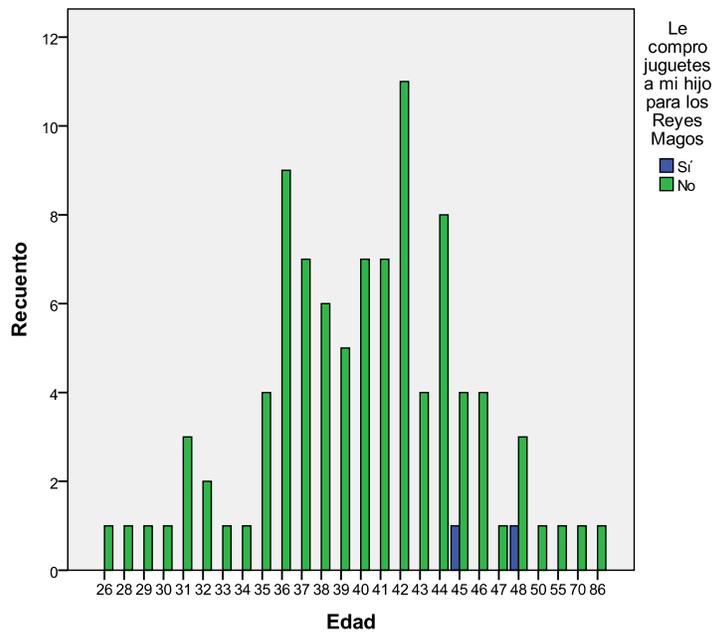
Recuento		Le compro juguetes a mi hijo para los Reyes Magos		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3
	32	0	2	2
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	0	7	7
	38	0	6	6
	39	0	5	5
	40	0	7	7

41	0	7	7
42	0	11	11
43	0	4	4
44	0	8	8
45	1	4	5
46	0	4	4
47	0	1	1
48	1	3	4
50	0	1	1
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	2	95	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,113
		Le compro juguetes a mi hijo para los Reyes Magos dependiente	,457

Gráfico de barras



Edad * Le compro juguetes a mi hijo cuando los quiere

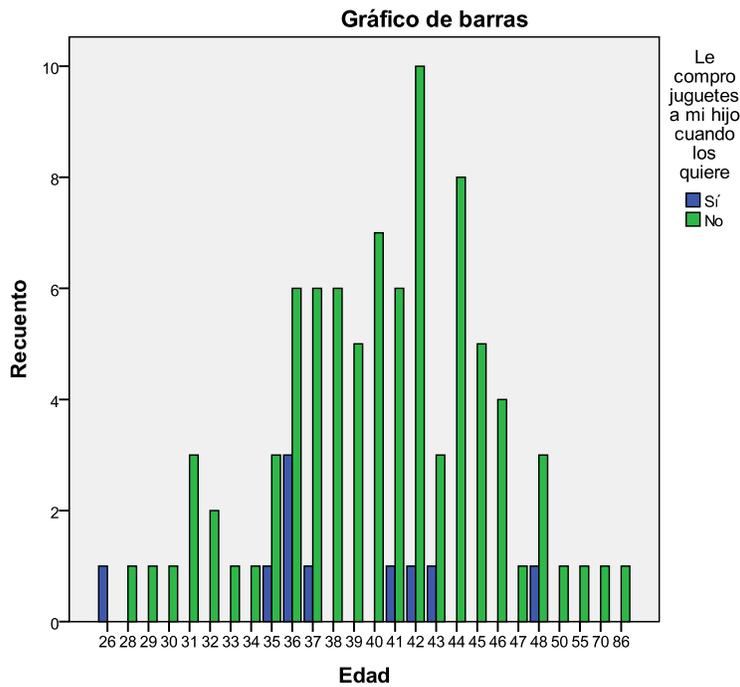
Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando los quiere		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3
	32	0	2	2
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	1	3	4
	36	3	6	9
	37	1	6	7
	38	0	6	6
	39	0	5	5
	40	0	7	7
	41	1	6	7
	42	1	10	11
	43	1	3	4
	44	0	8	8
	45	0	5	5
	46	0	4	4
	47	0	1	1
	48	1	3	4
	50	0	1	1
	55	0	1	1
	70	0	1	1
	86	0	1	1
Total		10	87	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,121
		Le compro juguetes a mi hijo cuando los quiere dependiente	,483



Edad * Le compro juguetes a mi hijo cuando los necesita

Tabla de contingencia

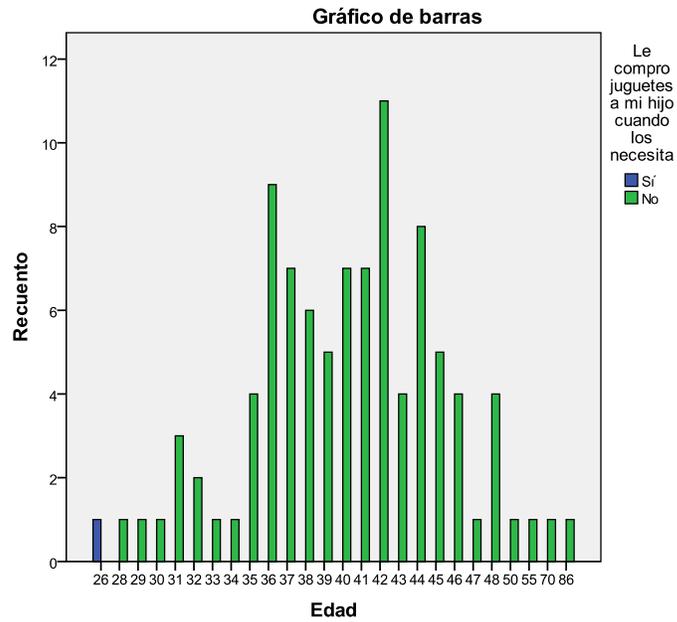
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando los necesita		Total
		Sí	No	
Edad	26	1	0	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3

32	0	2	2
33	0	1	1
34	0	1	1
35	0	4	4
36	0	9	9
37	0	7	7
38	0	6	6
39	0	5	5
40	0	7	7
41	0	7	7
42	0	11	11
43	0	4	4
44	0	8	8
45	0	5	5
46	0	4	4
47	0	1	1
48	0	4	4
50	0	1	1
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	1	96	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,200
		Le compro juguetes a mi hijo cuando los necesita dependiente	1,000



Edad * Le compro juguetes a mi hijo en su primera comunión

Tabla de contingencia

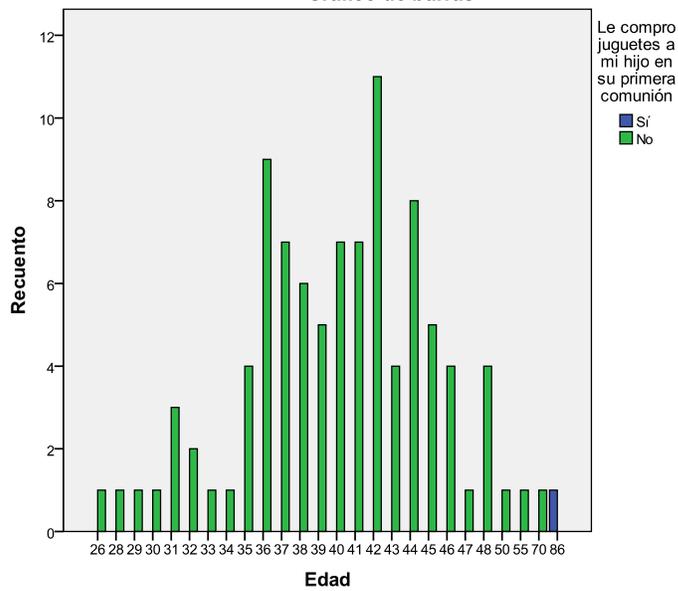
Recuento		Le compro juguetes a mi hijo en su primera comunión		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3
	32	0	2	2
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	0	7	7
	38	0	6	6
	39	0	5	5
	40	0	7	7
	41	0	7	7

42	0	11	11
43	0	4	4
44	0	8	8
45	0	5	5
46	0	4	4
47	0	1	1
48	0	4	4
50	0	1	1
55	0	1	1
70	0	1	1
86	1	0	1
Total	1	96	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,618
		Le compro juguetes a mi hijo en su primera comunión dependiente	1,000

Gráfico de barras



Edad * Le compro juguetes a mi hijo cuando me provoca

Tabla de contingencia

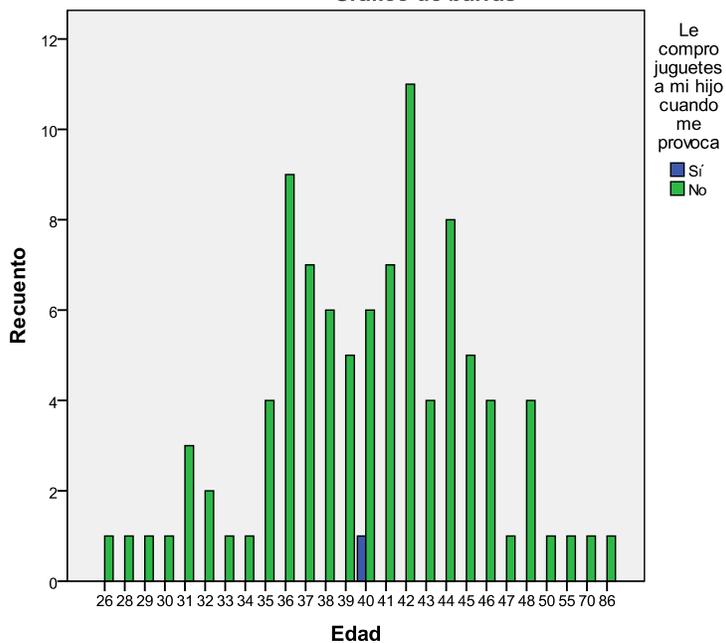
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando me provoca		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3
	32	0	2	2
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	0	7	7
	38	0	6	6
	39	0	5	5
	40	1	6	7
	41	0	7	7
	42	0	11	11
	43	0	4	4
	44	0	8	8
	45	0	5	5
	46	0	4	4
	47	0	1	1
	48	0	4	4
	50	0	1	1
	55	0	1	1
	70	0	1	1
	86	0	1	1
Total		1	96	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,009
		Le compro juguetes a mi hijo cuando me provoca dependiente	,366

Gráfico de barras



Edad * Le compro juguetes a mi hijo cuando tengo dinero

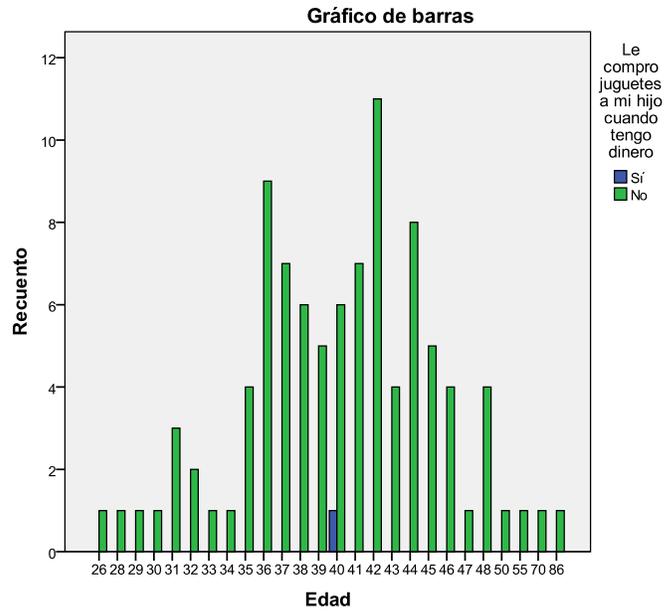
Tabla de contingencia

Recuento		Le compro juguetes a mi hijo cuando tengo dinero		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3
	32	0	2	2

33	0	1	1
34	0	1	1
35	0	4	4
36	0	9	9
37	0	7	7
38	0	6	6
39	0	5	5
40	1	6	7
41	0	7	7
42	0	11	11
43	0	4	4
44	0	8	8
45	0	5	5
46	0	4	4
47	0	1	1
48	0	4	4
50	0	1	1
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	1	96	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,009
		Le compro juguetes a mi hijo cuando tengo dinero dependiente	,366



Edad * No hay ocasión específica para comprarle juguetes a mi hijo

Tabla de contingencia

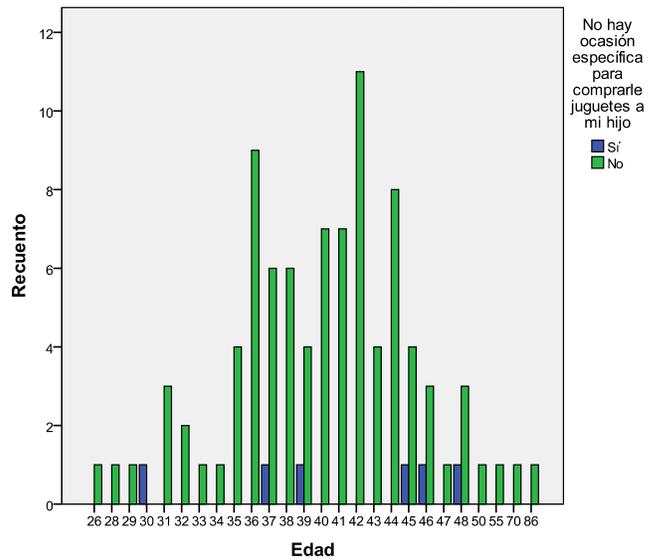
Recuento		No hay ocasión específica para comprarle juguetes a mi hijo		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	1	0	1
	31	0	3	3
	32	0	2	2
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	1	6	7
	38	0	6	6
	39	1	4	5
	40	0	7	7
	41	0	7	7

42	0	11	11
43	0	4	4
44	0	8	8
45	1	4	5
46	1	3	4
47	0	1	1
48	1	3	4
50	0	1	1
55	0	1	1
70	0	1	1
86	0	1	1
Total	6	91	97

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,006
		No hay ocasión específica para comprarle juguetes a mi hijo dependiente	,545

Gráfico de barras



Edad * Siempre le compro juguetes a mi hijo

Tabla de contingencia

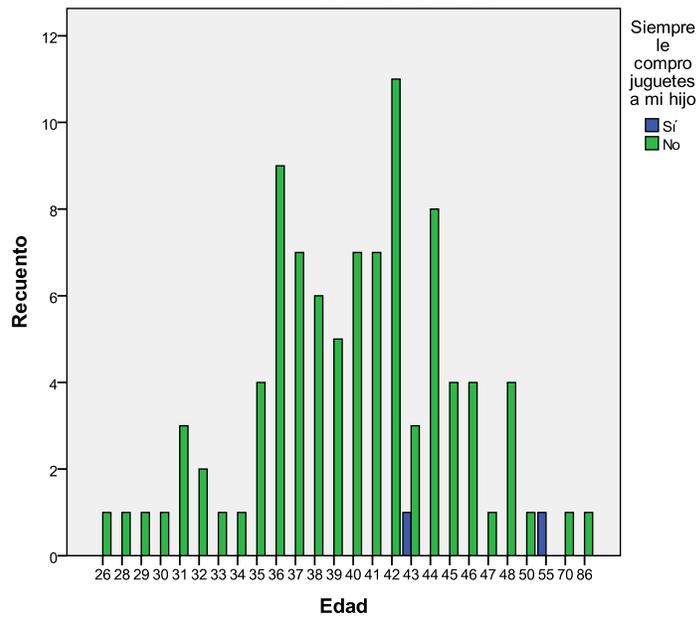
Recuento

		Siempre le compro juguetes a mi hijo		Total
		Sí	No	
Edad	26	0	1	1
	28	0	1	1
	29	0	1	1
	30	0	1	1
	31	0	3	3
	32	0	2	2
	33	0	1	1
	34	0	1	1
	35	0	4	4
	36	0	9	9
	37	0	7	7
	38	0	6	6
	39	0	5	5
	40	0	7	7
	41	0	7	7
	42	0	11	11
	43	1	3	4
	44	0	8	8
	45	0	4	4
	46	0	4	4
	47	0	1	1
	48	0	4	4
	50	0	1	1
	55	1	0	1
	70	0	1	1
	86	0	1	1
Total		2	94	96

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Edad dependiente	,163
		Siempre le compro juguetes a mi hijo dependiente	,786

Gráfico de barras



Edad * ¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?

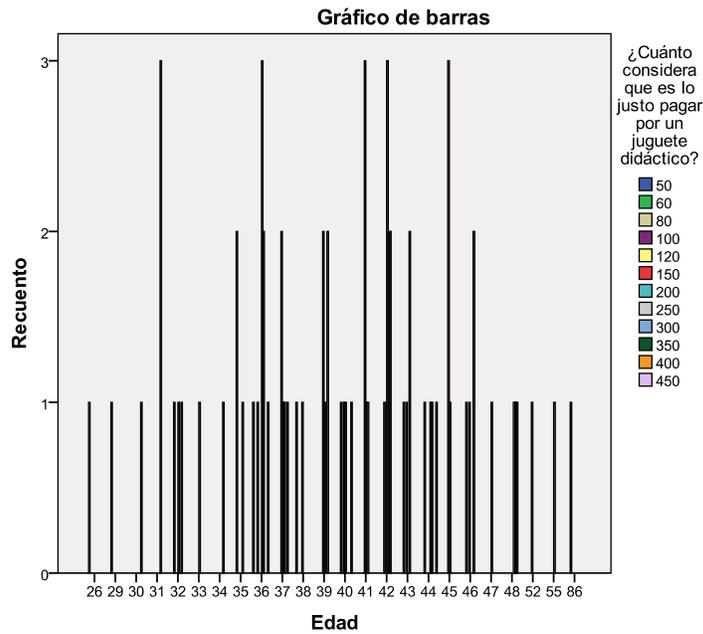
Recuento

		¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?											Total	
		50	60	80	100	120	150	200	250	300	350	400		450
Edad	26	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	29	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
	31	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	3
	32	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	3
	33	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	34	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	35	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	3
	36	1	0	0	1	0	0	3	2	0	0	1	0	8
	37	0	0	0	0	0	2	1	1	0	1	0	0	5
	38	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
	39	0	0	0	0	0	2	1	0	2	0	0	0	5
	40	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	4
	41	0	0	0	0	0	3	1	1	0	0	0	0	5
	42	0	0	0	0	1	0	3	2	2	0	0	0	8
	43	0	0	0	1	0	1	0	2	0	0	0	0	4
	44	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	4
	45	0	0	0	0	0	3	1	0	0	0	0	0	4
	46	0	0	0	1	0	1	0	0	2	0	0	0	4
	47	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	48	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	3
	52	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	55	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	86	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Total		1	1	1	10	1	15	15	11	13	3	2	1	74

Medidas simétricas

		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-,074	,122	-,626	,534 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,010	,128	,082	,935 ^c
N de casos válidos		74			

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
- c. Basada en la aproximación normal.



Edad * ¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?

Tabla de contingencia

Recuento		¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?						Total
		1	2	3	4	5	6	
Edad	26	0	1	0	0	0	0	1
	28	0	0	0	0	0	1	1
	29	1	0	0	0	0	0	1
	30	0	0	0	1	0	0	1
	31	0	2	1	0	0	1	4
	32	2	0	1	0	0	0	3

33	1	0	0	0	0	0	1
35	1	0	0	0	0	3	4
36	3	1	0	3	2	0	9
37	4	3	0	0	0	0	7
38	2	0	0	1	0	2	5
39	2	0	3	1	0	1	7
40	3	1	0	3	0	0	7
41	0	0	3	4	0	0	7
42	2	0	3	2	2	3	12
43	1	2	0	0	1	0	4
44	1	1	1	2	3	0	8
45	3	0	1	1	0	0	5
46	2	1	1	0	0	0	4
47	0	0	1	0	0	0	1
48	2	1	0	1	0	0	4
50	1	0	0	0	0	0	1
52	1	0	0	1	0	0	2
55	0	0	0	1	0	0	1
70	0	0	0	0	0	1	1
86	0	0	1	0	0	0	1
Total	32	13	16	21	8	12	102

Medidas simétricas

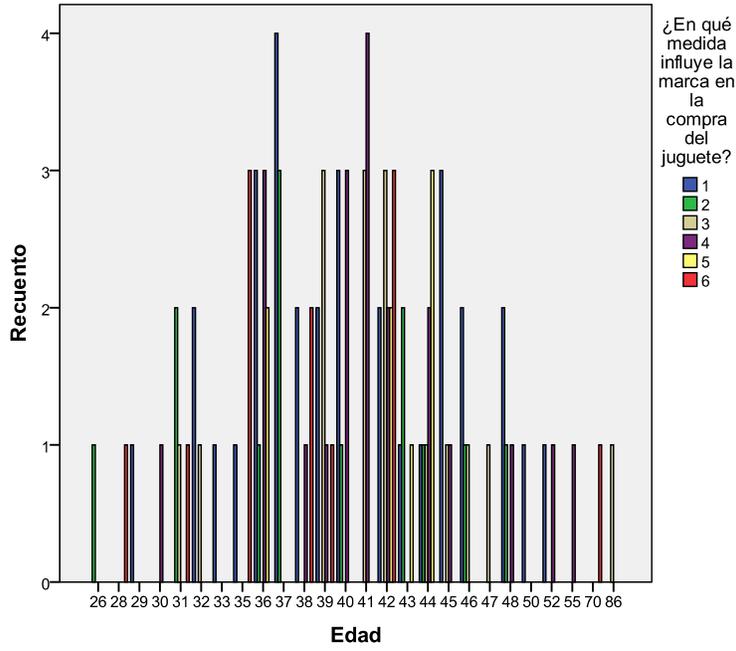
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,036	,096	,363	,717 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-,009	,103	-,090	,928 ^c
N de casos válidos		102			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Cruce de variables escalares con variables escalares

Tabla de contingencia ¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?

Recuento

		¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?						Total
		1	2	3	4	5	6	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	0	0	0	0	0	1
	50	0	0	0	0	1	0	1
	60	1	0	0	0	0	0	1
	75	0	0	0	1	0	0	1
	80	0	1	0	0	0	0	1
	100	4	1	1	1	2	1	10
	120	1	0	0	0	0	0	1
	150	8	3	4	2	0	1	18
	200	6	1	4	5	0	2	18
	250	2	2	0	7	0	1	12
	300	3	4	4	0	1	1	13
	350	2	0	0	1	0	0	3
	400	1	0	0	1	0	0	2
	450	1	0	0	0	0	0	1
Total		30	12	13	18	4	6	83

Medidas simétricas

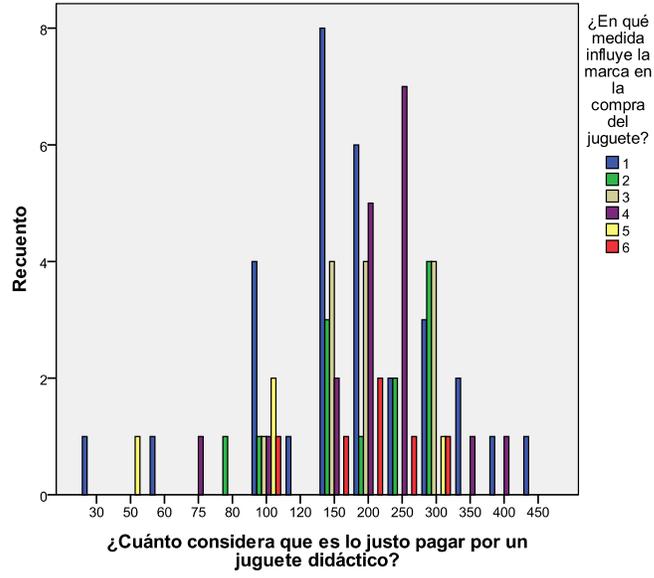
		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-,006	,112	-,054	,957 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,041	,115	,367	,715 ^c
N de casos válidos		83			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Gráfico de barras



Cruce de variables nominales con variables escalares

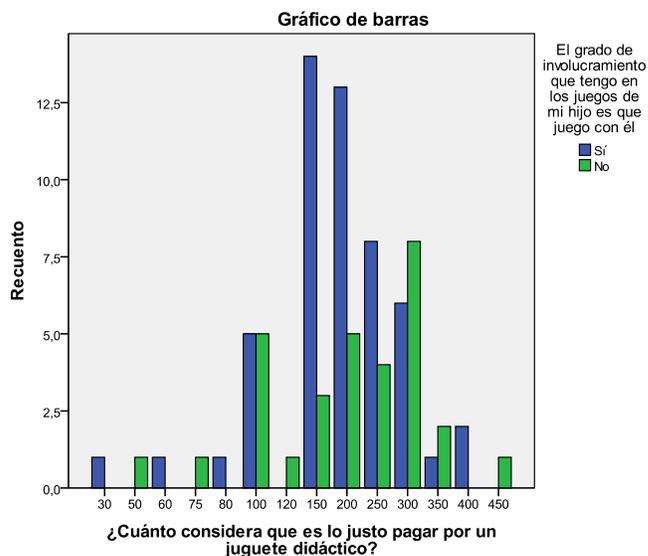
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que juego con él

Tabla de contingencia

Recuento		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que juego con él		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	0	1
	50	0	1	1
	60	1	0	1
	75	0	1	1
	80	1	0	1
	100	5	5	10
	120	0	1	1
	150	14	3	17
	200	13	5	18
	250	8	4	12
	300	6	8	14
	350	1	2	3
	400	2	0	2
	450	0	1	1
Total		52	31	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,106
		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que juego con él dependiente	,458



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega

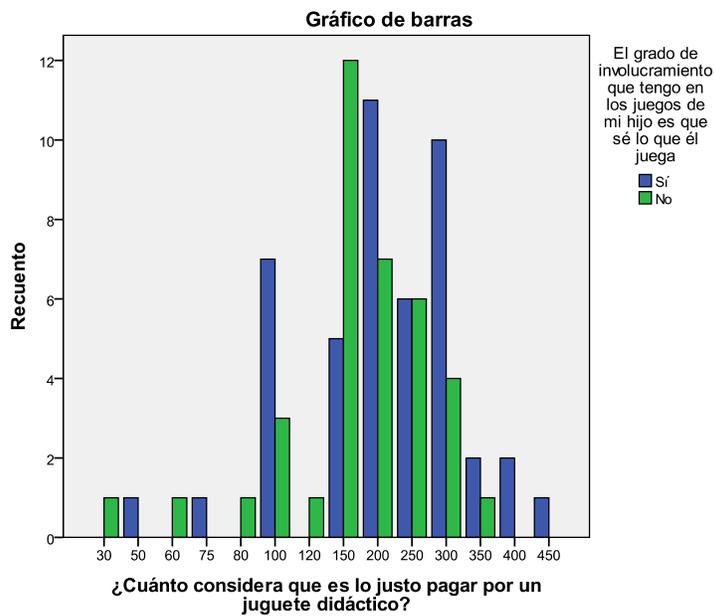
Tabla de contingencia

Recuento

		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	1	0	1
	60	0	1	1
	75	1	0	1
	80	0	1	1
	100	7	3	10
	120	0	1	1
	150	5	12	17
	200	11	7	18
	250	6	6	12
	300	10	4	14
	350	2	1	3
	400	2	0	2
	450	1	0	1
Total		46	37	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,214
		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega dependiente	,446



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo se basa en fomentar algún juego

Tabla de contingencia

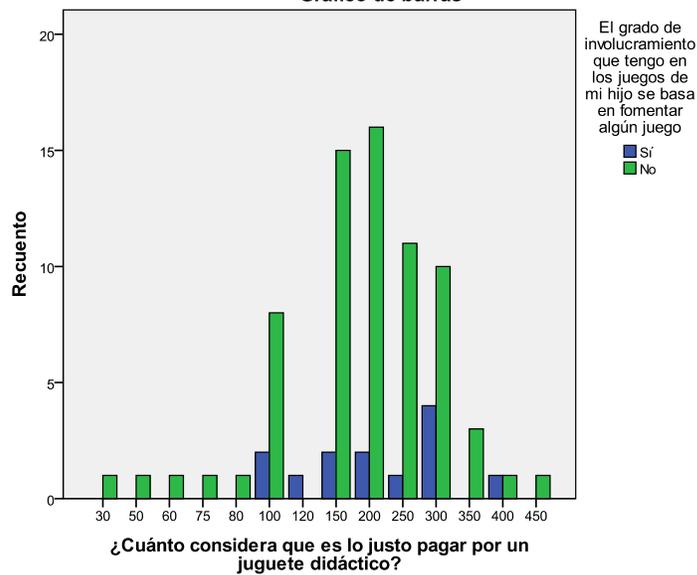
Recuento		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo se basa en fomentar algún juego		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1

75	0	1	1
80	0	1	1
100	2	8	10
120	1	0	1
150	2	15	17
200	2	16	18
250	1	11	12
300	4	10	14
350	0	3	3
400	1	1	2
450	0	1	1
Total	13	70	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,075
		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo se basa en fomentar algún juego dependiente	,376

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * No me involucro en los juegos de mi hijo

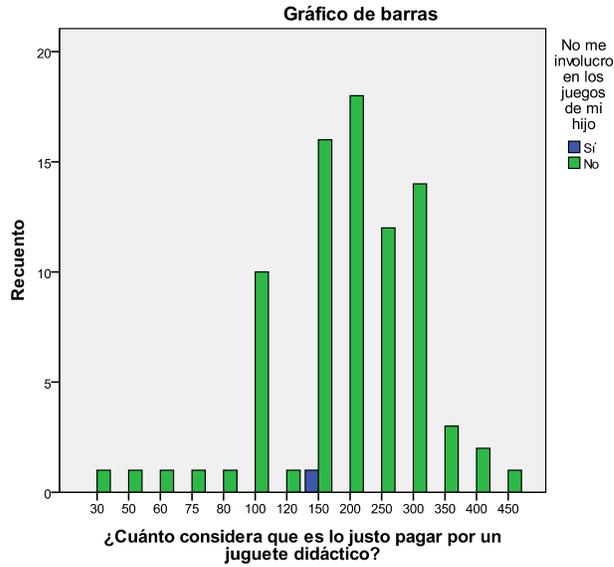
Tabla de contingencia

Recuento

	No me involucro en los juegos de mi hijo		Total
	Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?			
30	0	1	1
50	0	1	1
60	0	1	1
75	0	1	1
80	0	1	1
100	0	10	10
120	0	1	1
150	1	16	17
200	0	18	18
250	0	12	12
300	0	14	14
350	0	3	3
400	0	2	2
450	0	1	1
Total	1	82	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,071
		No me involucro en los juegos de mi hijo dependiente	,218



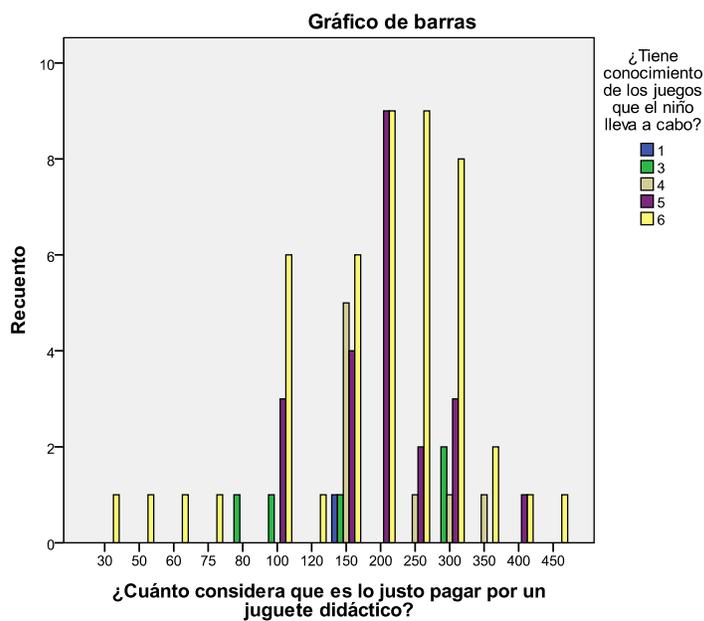
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo?					Total
		1	3	4	5	6	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	0	0	0	1	1
	50	0	0	0	0	1	1
	60	0	0	0	0	1	1
	75	0	0	0	0	1	1
	80	0	1	0	0	0	1
	100	0	1	0	3	6	10
	120	0	0	0	0	1	1
	150	1	1	5	4	6	17
	200	0	0	0	9	9	18
	250	0	0	1	2	9	12
	300	0	2	1	3	8	14
	350	0	0	1	0	2	3
	400	0	0	0	1	1	2
	450	0	0	0	0	1	1
Total		1	5	8	22	47	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,095
		¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo? dependiente	,449



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Considera el costo de un juguete a la hora de comprarlo?

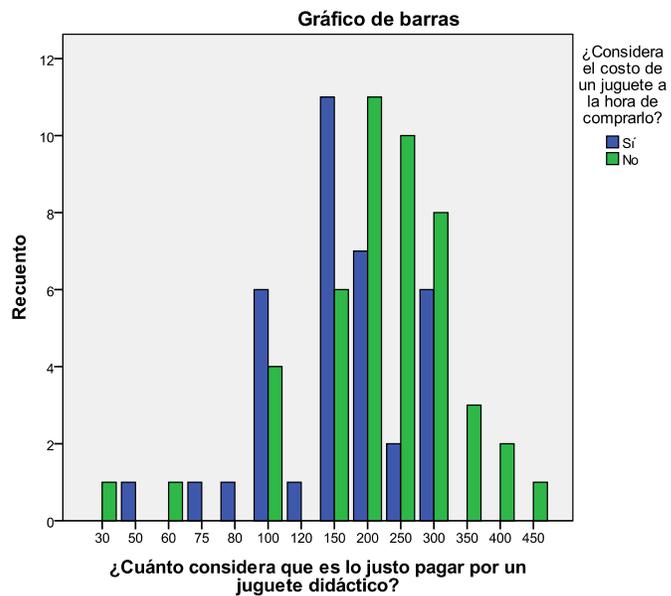
Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera el costo de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	1	0	1
	60	0	1	1
	75	1	0	1
	80	1	0	1
	100	6	4	10

	120	1	0	1
	150	11	6	17
	200	7	11	18
	250	2	10	12
	300	6	8	14
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		36	47	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,315
		¿Considera el costo de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,482



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Considera las funciones de un juguete a la hora de comprarlo?

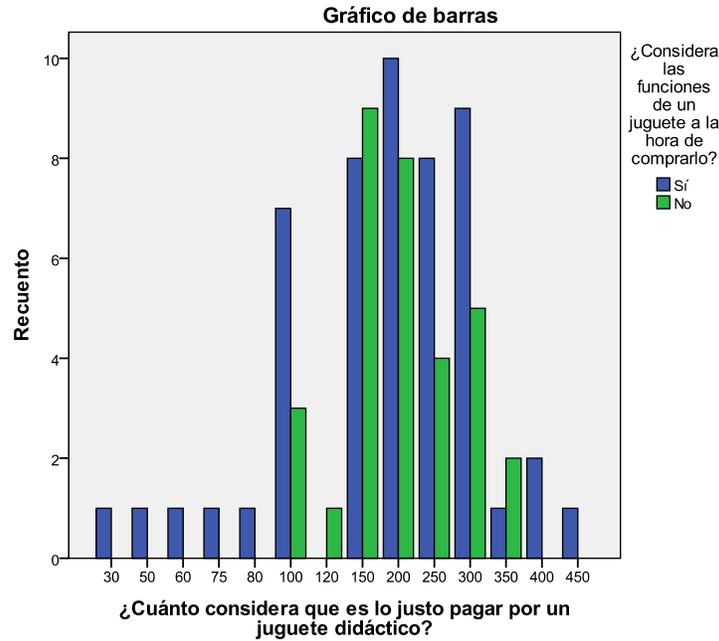
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera las funciones de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	0	1
	50	1	0	1
	60	1	0	1
	75	1	0	1
	80	1	0	1
	100	7	3	10
	120	0	1	1
	150	8	9	17
	200	10	8	18
	250	8	4	12
	300	9	5	14
	350	1	2	3
	400	2	0	2
	450	1	0	1
Total		51	32	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,003
		¿Considera las funciones de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,345



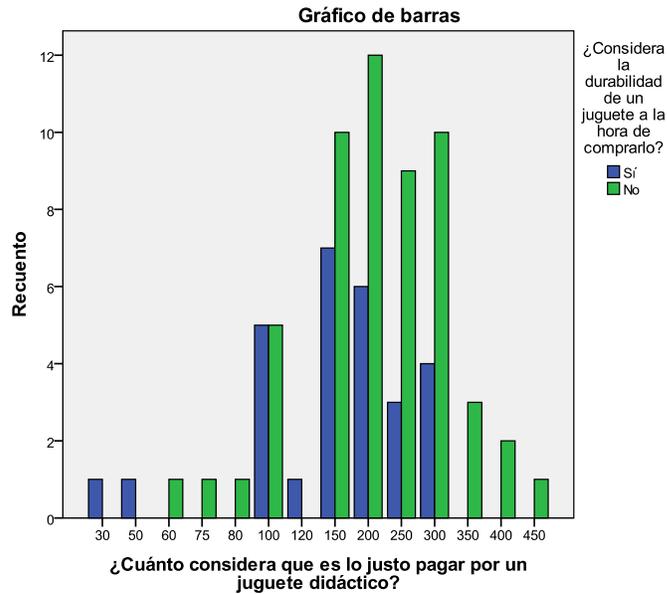
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Considera la durabilidad de un juguete a la hora de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera la durabilidad de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	0	1
	50	1	0	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	5	5	10
	120	1	0	1
	150	7	10	17
	200	6	12	18
	250	3	9	12
	300	4	10	14
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		28	55	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,251
		¿Considera la durabilidad de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,391



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Considera la marca de un juguete a la hora de comprarlo?

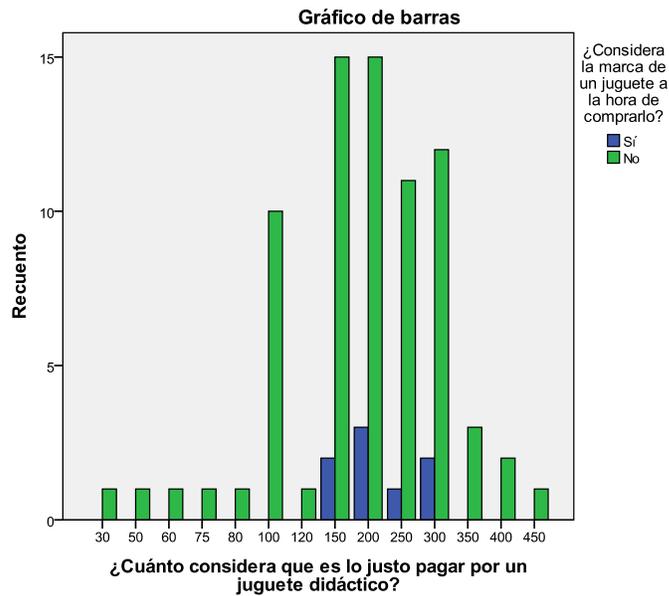
Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera la marca de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	0	10	10

	120	0	1	1
	150	2	15	17
	200	3	15	18
	250	1	11	12
	300	2	12	14
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		8	75	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,049
		¿Considera la marca de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,215



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Considera el aspecto físico de un juguete a la hora de comprarlo?

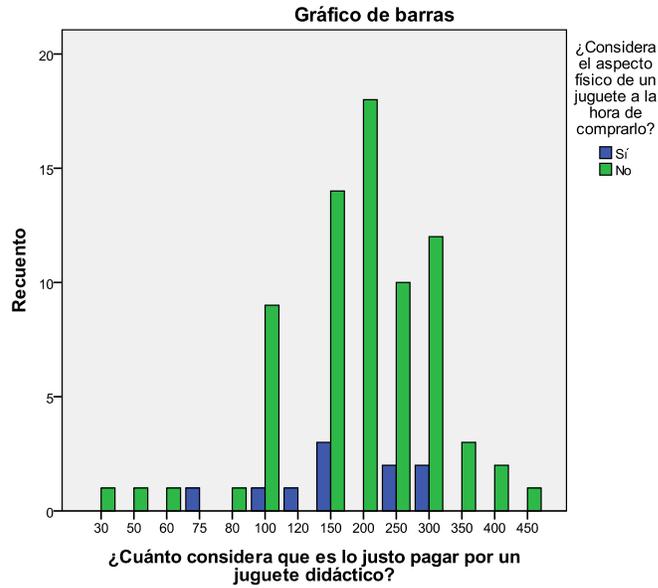
Tabla de contingencia

Recuento

	¿Considera el aspecto físico de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
	Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?			
30	0	1	1
50	0	1	1
60	0	1	1
75	1	0	1
80	0	1	1
100	1	9	10
120	1	0	1
150	3	14	17
200	0	18	18
250	2	10	12
300	2	12	14
350	0	3	3
400	0	2	2
450	0	1	1
Total	10	73	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,090
		¿Considera el aspecto físico de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,482



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Considera las recomendaciones que le hacen sobre un juguete a la hora de comprarlo?

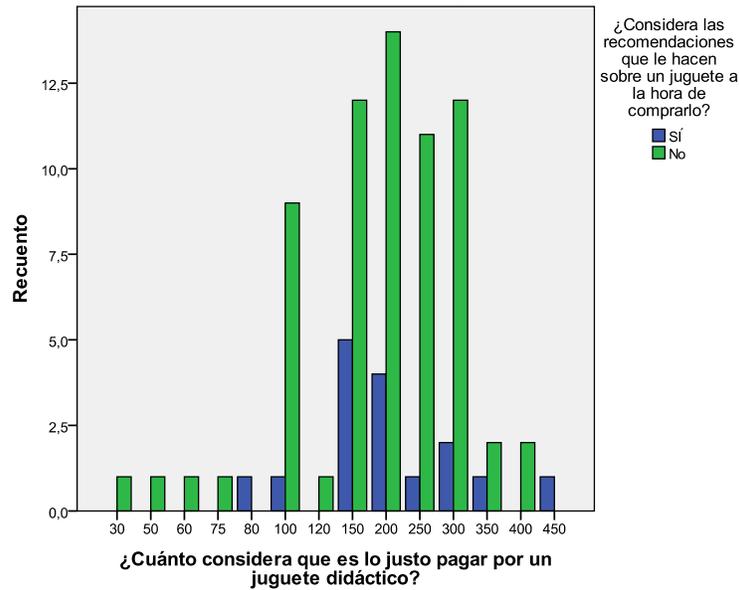
Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera las recomendaciones que le hacen sobre un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	1	0	1
	100	1	9	10
	120	0	1	1
	150	5	12	17
	200	4	14	18
	250	1	11	12
	300	2	12	14
	350	1	2	3
	400	0	2	2
	450	1	0	1
	Total		16	67

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,032
		¿Considera las recomendaciones que le hacen sobre un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,401

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Considera el grado de aprendizaje que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?

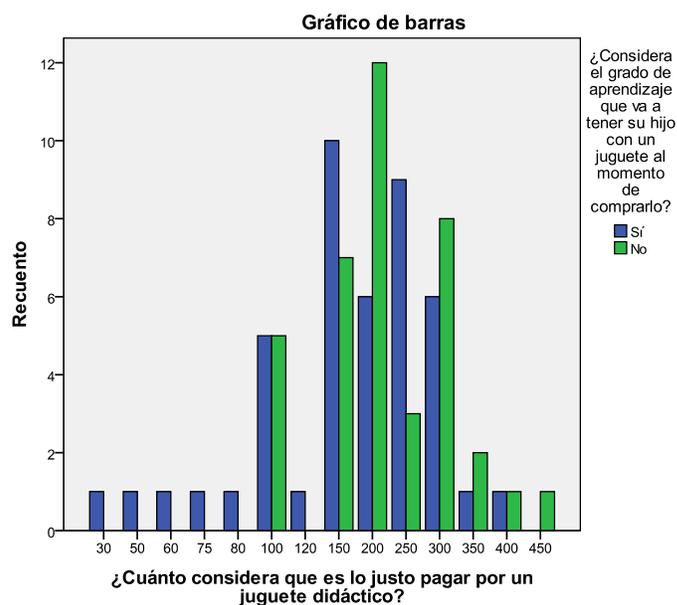
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera el grado de aprendizaje que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	0	1
	50	1	0	1
	60	1	0	1
	75	1	0	1
	80	1	0	1
	100	5	5	10
	120	1	0	1
	150	10	7	17
	200	6	12	18
	250	9	3	12
	300	6	8	14
	350	1	2	3
	400	1	1	2
	450	0	1	1
Total		44	39	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,175
		¿Considera el grado de aprendizaje que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo? dependiente	,394



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?

Tabla de contingencia

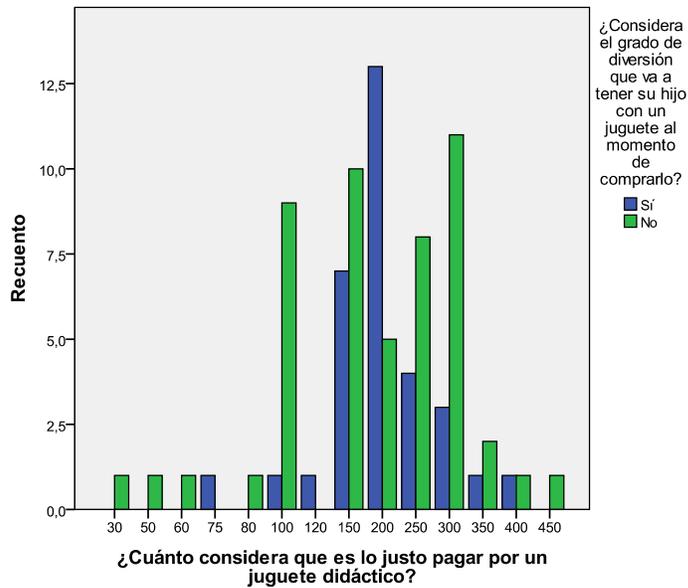
Recuento		¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	1	0	1
	80	0	1	1
	100	1	9	10
	120	1	0	1
	150	7	10	17
	200	13	5	18
	250	4	8	12

	300	3	11	14
	350	1	2	3
	400	1	1	2
	450	0	1	1
Total		32	51	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,004
		¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo? dependiente	,496

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Considera el poder jugar con el niño mientras usa el juguete al momento de comprarlo?

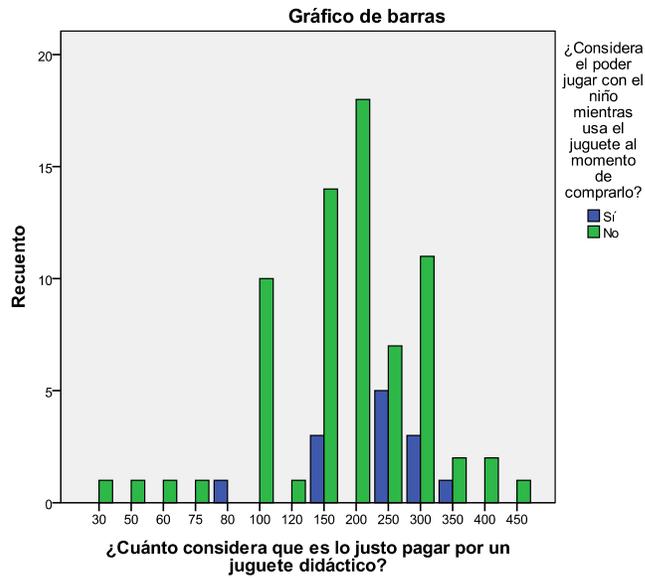
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera el poder jugar con el niño mientras usa el juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	1	0	1
	100	0	10	10
	120	0	1	1
	150	3	14	17
	200	0	18	18
	250	5	7	12
	300	3	11	14
	350	1	2	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		13	70	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,136
		¿Considera el poder jugar con el niño mientras usa el juguete al momento de comprarlo? dependiente	,483



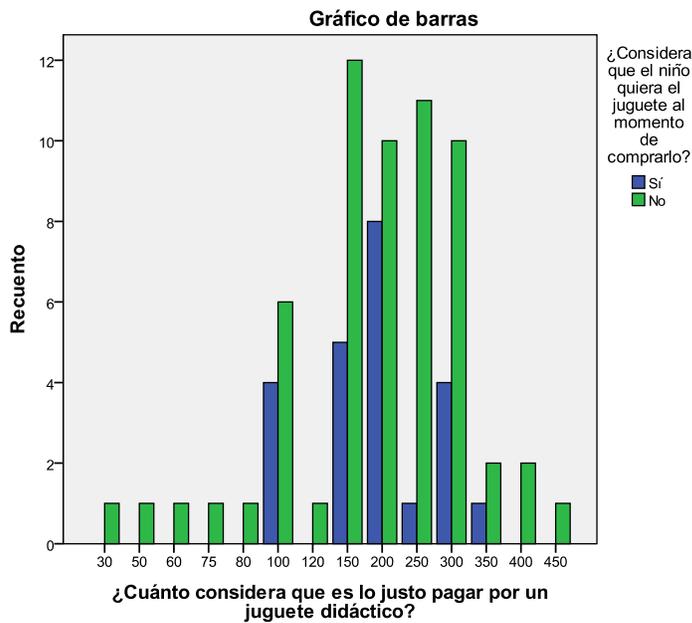
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Considera que el niño quiera el juguete al momento de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera que el niño quiera el juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	4	6	10
	120	0	1	1
	150	5	12	17
	200	8	10	18
	250	1	11	12
	300	4	10	14
	350	1	2	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		23	60	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,055
		¿Considera que el niño quiera el juguete al momento de comprarlo? dependiente	,330



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Considera el riesgo de uso del juguete al momento de comprarlo?

Tabla de contingencia

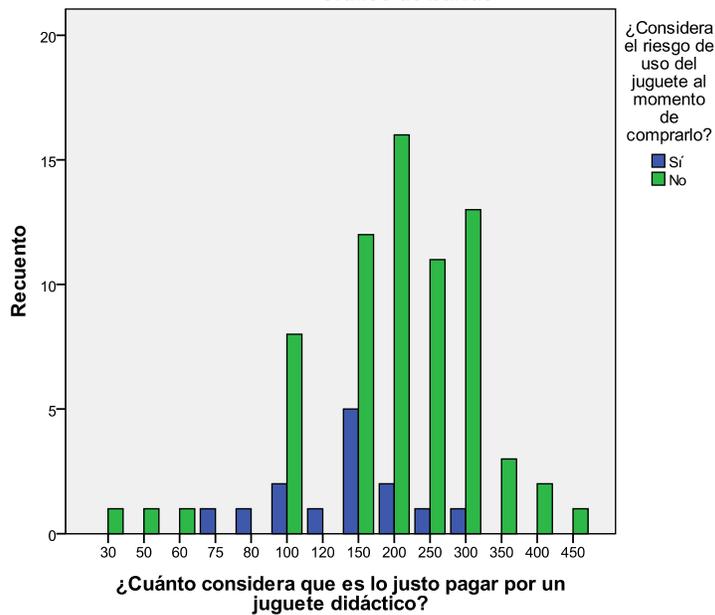
Recuento		¿Considera el riesgo de uso del juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	1	0	1

80	1	0	1
100	2	8	10
120	1	0	1
150	5	12	17
200	2	16	18
250	1	11	12
300	1	13	14
350	0	3	3
400	0	2	2
450	0	1	1
Total	14	69	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,260
		¿Considera el riesgo de uso del juguete al momento de comprarlo? dependiente	,498

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Considera otro factor a la hora de comprar un juguete?

Tabla de contingencia

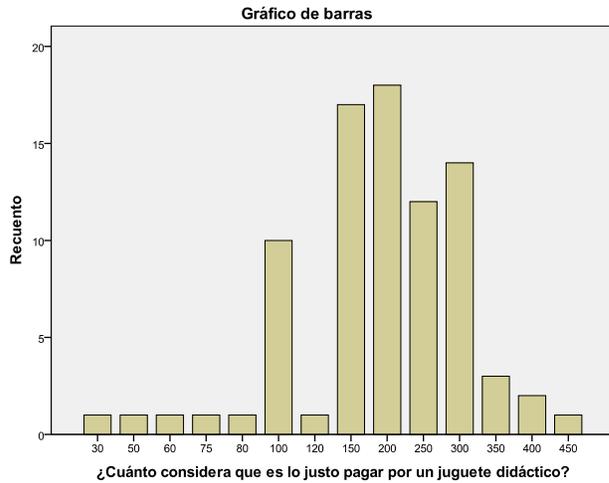
Recuento

		¿Considera otro factor a la hora de comprar un juguete?	
		No	Total
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	1
	50	1	1
	60	1	1
	75	1	1
	80	1	1
	100	10	10
	120	1	1
	150	17	17
	200	18	18
	250	12	12
	300	14	14
	350	3	3
	400	2	2
	450	1	1
Total		83	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque ¿Considera otro factor a la hora de comprar un juguete? es una constante.



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * No sabe / no contesta qué considera a la hora de comprar un juguete

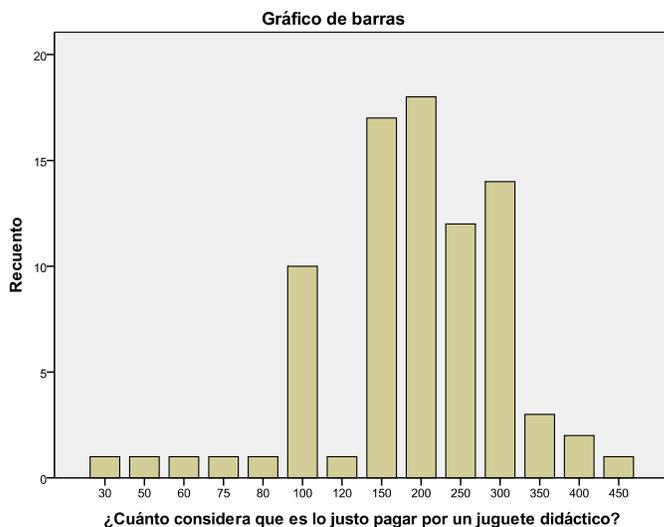
Tabla de contingencia

Recuento		No sabe / no contesta qué considera a la hora de comprar un juguete	
		No	Total
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	1
	50	1	1
	60	1	1
	75	1	1
	80	1	1
	100	10	10
	120	1	1
	150	17	17
	200	18	18
	250	12	12
	300	14	14
	350	3	3
	400	2	2
	450	1	1
Total		83	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta qué considera a la hora de comprar un juguete es una constante.



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo?

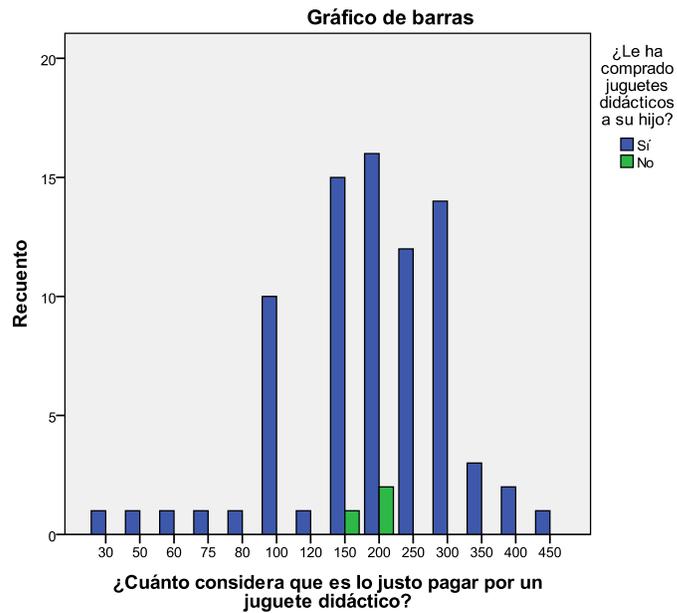
Tabla de contingencia

Recuento		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es	30	1	0	1
lo justo pagar por un juguete	50	1	0	1
didáctico?	60	1	0	1
	75	1	0	1
	80	1	0	1
	100	10	0	10
	120	1	0	1
	150	15	1	16
	200	16	2	18

	250	12	0	12
	300	14	0	14
	350	3	0	3
	400	2	0	2
	450	1	0	1
Total		79	3	82

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,051
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo? dependiente	,246



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad gruesa?

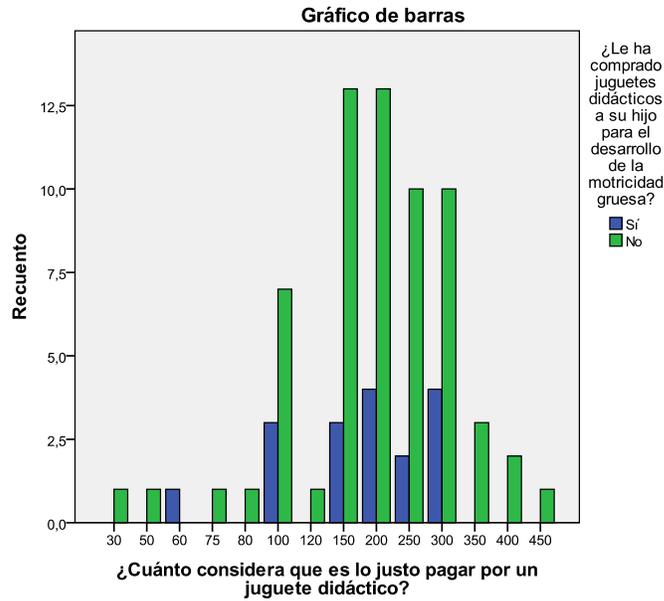
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad gruesa?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	1	0	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	3	7	10
	120	0	1	1
	150	3	13	16
	200	4	13	17
	250	2	10	12
	300	4	10	14
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		17	64	81

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,068
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad gruesa? dependiente	,313



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad fina?

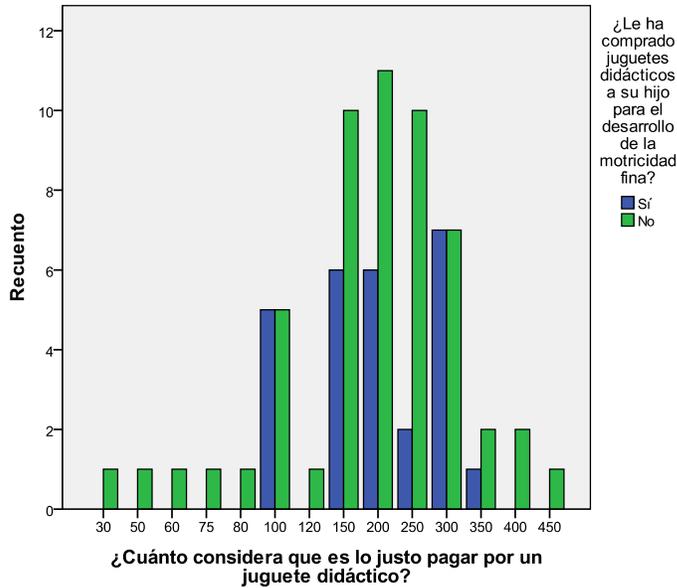
Tabla de contingencia

Recuento		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad fina?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	5	5	10
	120	0	1	1
	150	6	10	16
	200	6	11	17
	250	2	10	12
	300	7	7	14
	350	1	2	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
	Total		27	54

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,006
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad fina? dependiente	,336

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para favorecer la afectividad?

Tabla de contingencia

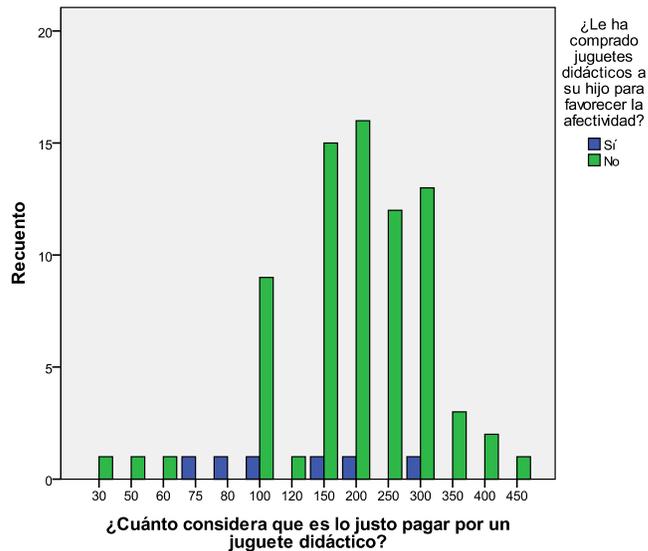
Recuento		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para favorecer la afectividad?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1

75	1	0	1
80	1	0	1
100	1	9	10
120	0	1	1
150	1	15	16
200	1	16	17
250	0	12	12
300	1	13	14
350	0	3	3
400	0	2	2
450	0	1	1
Total	6	75	81

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,179
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para favorecer la afectividad? dependiente	,577

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás?

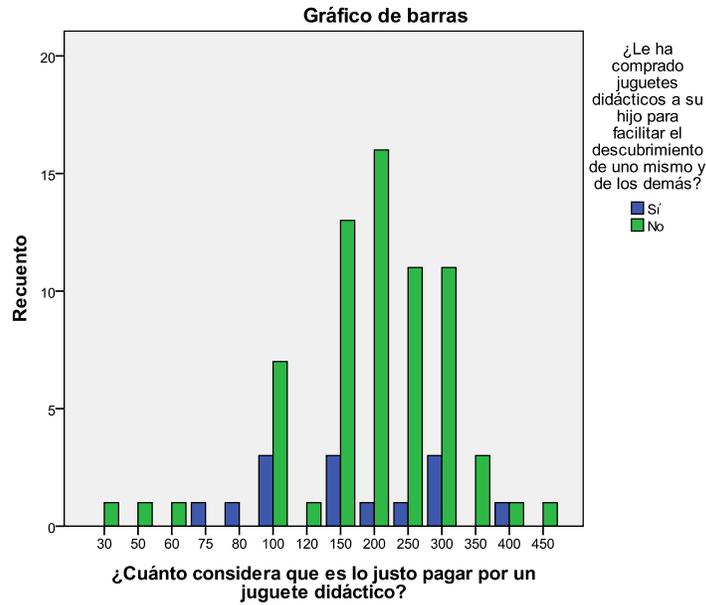
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	1	0	1
	80	1	0	1
	100	3	7	10
	120	0	1	1
	150	3	13	16
	200	1	16	17
	250	1	11	12
	300	3	11	14
	350	0	3	3
	400	1	1	2
	450	0	1	1
Total		14	67	81

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,087
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás? dependiente	,448



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas?

Tabla de contingencia

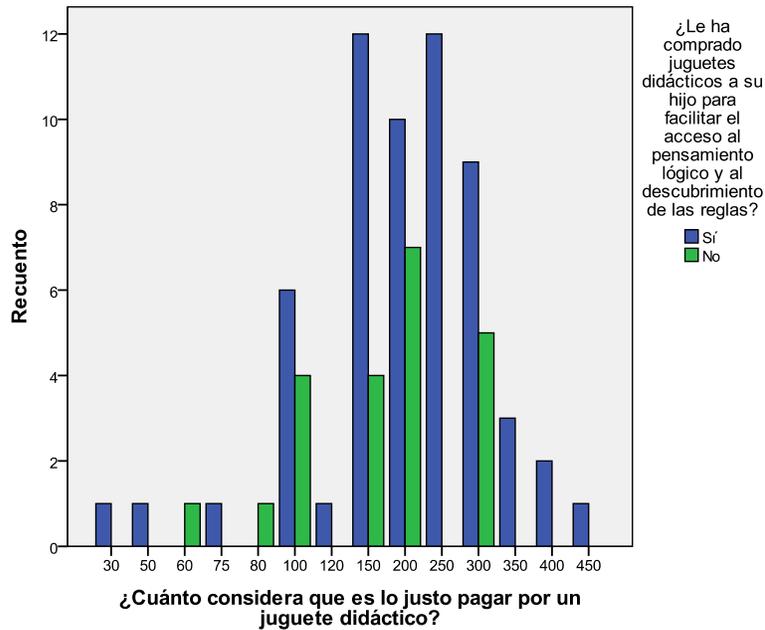
Recuento		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	0	1
	50	1	0	1
	60	0	1	1
	75	1	0	1
	80	0	1	1
	100	6	4	10
	120	1	0	1
	150	12	4	16
	200	10	7	17
	250	12	0	12
	300	9	5	14
350	3	0	3	

	400	2	0	2
	450	1	0	1
Total		59	22	81

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,158
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas? dependiente	,453

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la televisión?

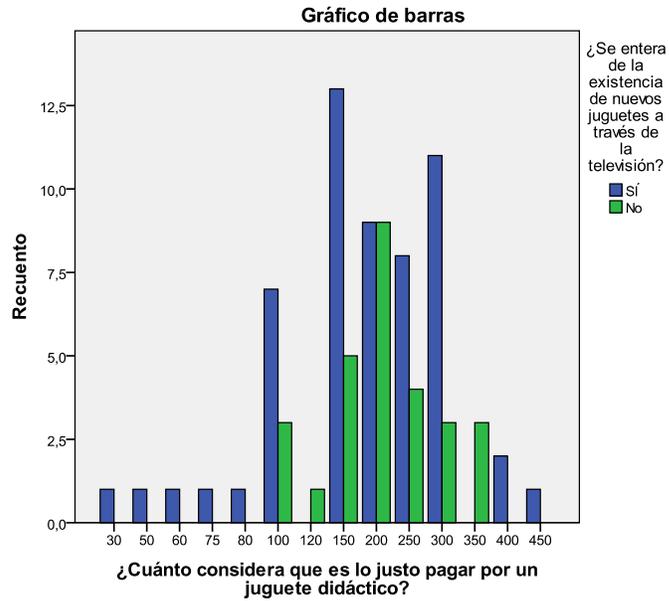
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la televisión?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	0	1
	50	1	0	1
	60	1	0	1
	75	1	0	1
	80	1	0	1
	100	7	3	10
	120	0	1	1
	150	13	5	18
	200	9	9	18
	250	8	4	12
	300	11	3	14
	350	0	3	3
	400	2	0	2
	450	1	0	1
Total		56	28	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,053
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la televisión? dependiente	,429



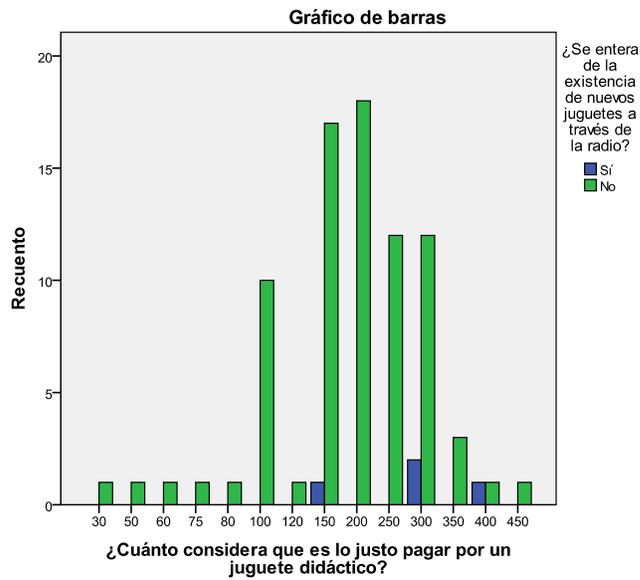
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la radio?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la radio?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	0	10	10
	120	0	1	1
	150	1	17	18
	200	0	18	18
	250	0	12	12
	300	2	12	14
	350	0	3	3
	400	1	1	2
	450	0	1	1
Total		4	80	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,213
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la radio? dependiente	,413



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de revistas?

Tabla de contingencia

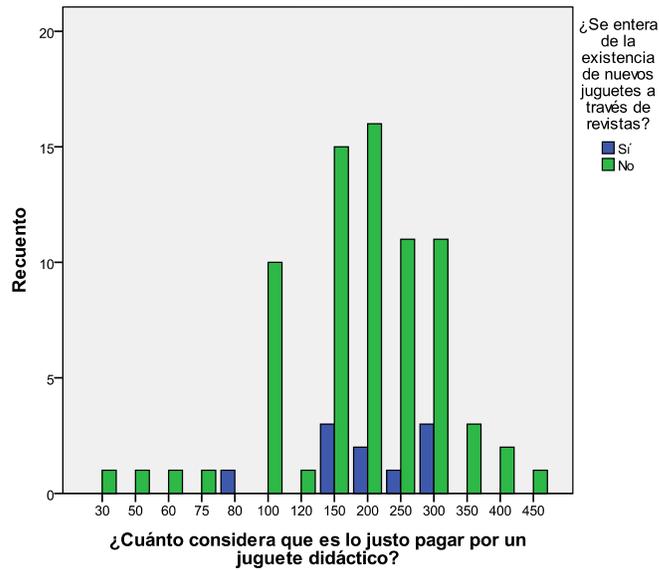
Recuento		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de revistas?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	1	0	1

	100	0	10	10
	120	0	1	1
	150	3	15	18
	200	2	16	18
	250	1	11	12
	300	3	11	14
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		10	74	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,013
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de revistas? dependiente	,378

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la prensa?

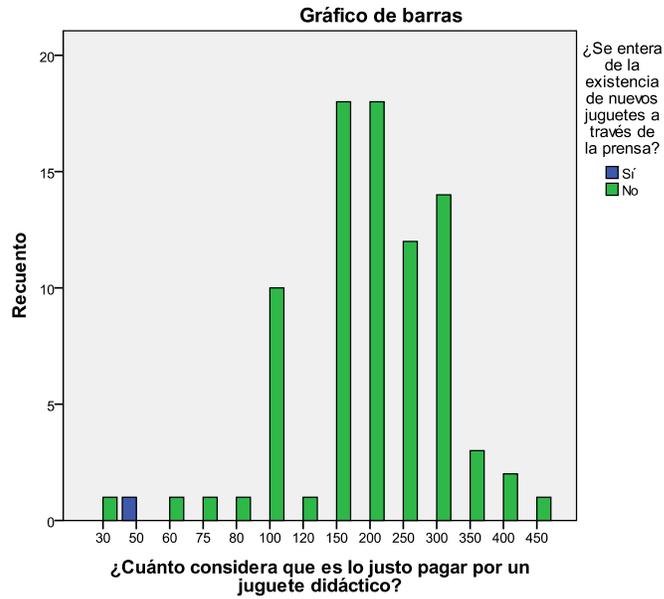
Tabla de contingencia

Recuento

	¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la prensa?		Total
	Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?			
30	0	1	1
50	1	0	1
60	0	1	1
75	0	1	1
80	0	1	1
100	0	10	10
120	0	1	1
150	0	18	18
200	0	18	18
250	0	12	12
300	0	14	14
350	0	3	3
400	0	2	2
450	0	1	1
Total	1	83	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,196
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la prensa? dependiente	1,000



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de Internet?

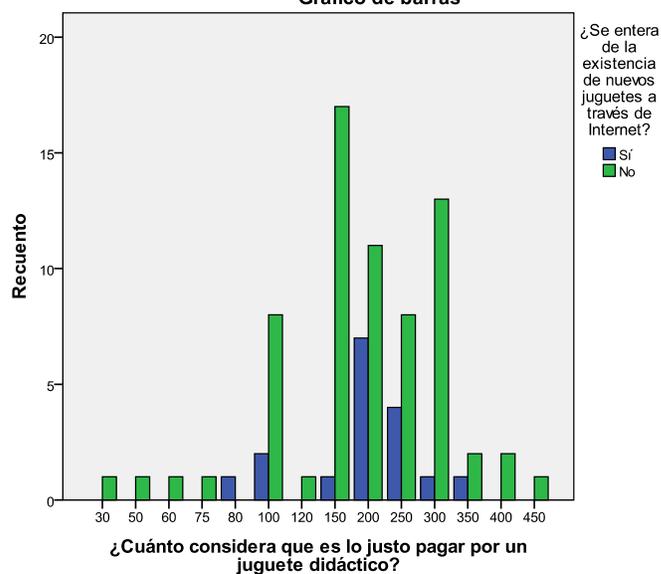
Tabla de contingencia

Recuento		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de Internet?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	1	0	1
	100	2	8	10
	120	0	1	1
	150	1	17	18
	200	7	11	18
	250	4	8	12
	300	1	13	14
	350	1	2	3
	400	0	2	2
450	0	1	1	
Total		17	67	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,001
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de Internet? dependiente	,427

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través familiares o amigos?

Tabla de contingencia

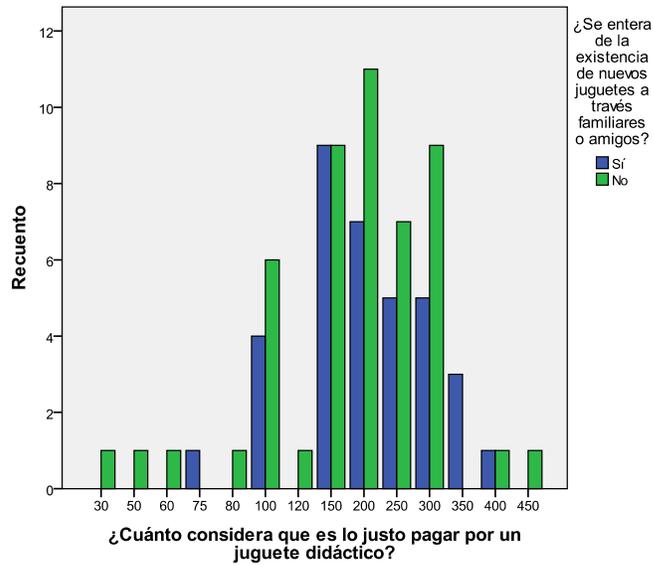
Recuento		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través familiares o amigos?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	1	0	1
	80	0	1	1

	100	4	6	10
	120	0	1	1
	150	9	9	18
	200	7	11	18
	250	5	7	12
	300	5	9	14
	350	3	0	3
	400	1	1	2
	450	0	1	1
Total		35	49	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,070
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través familiares o amigos? dependiente	,357

Gráfico de barras



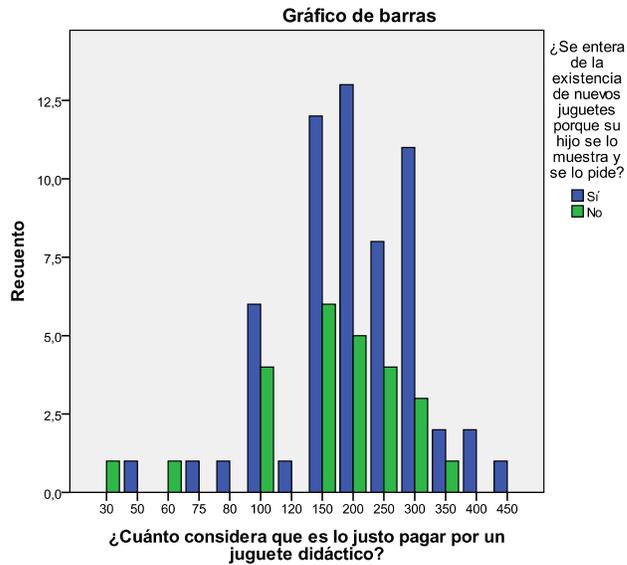
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque su hijo se lo muestra y se lo pide?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque su hijo se lo muestra y se lo pide?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	1	0	1
	60	0	1	1
	75	1	0	1
	80	1	0	1
	100	6	4	10
	120	1	0	1
	150	12	6	18
	200	13	5	18
	250	8	4	12
	300	11	3	14
	350	2	1	3
	400	2	0	2
	450	1	0	1
Total		59	25	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,145
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque su hijo se lo muestra y se lo pide? dependiente	,325



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque va directamente a la juguetería y los ve?

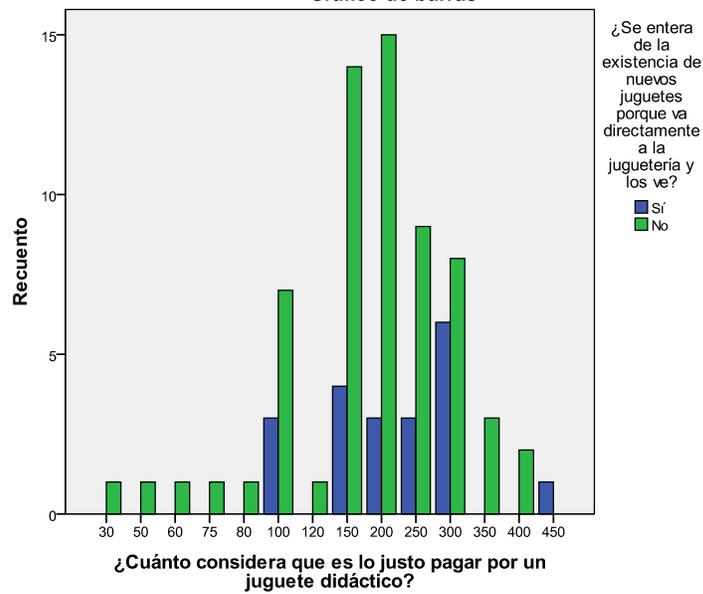
Tabla de contingencia

Recuento		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque va directamente a la juguetería y los ve?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	3	7	10
	120	0	1	1
	150	4	14	18
	200	3	15	18
	250	3	9	12
	300	6	8	14
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	1	0	1
	Total		20	64

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,129
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque va directamente a la juguetería y los ve? dependiente	,348

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes

Tabla de contingencia

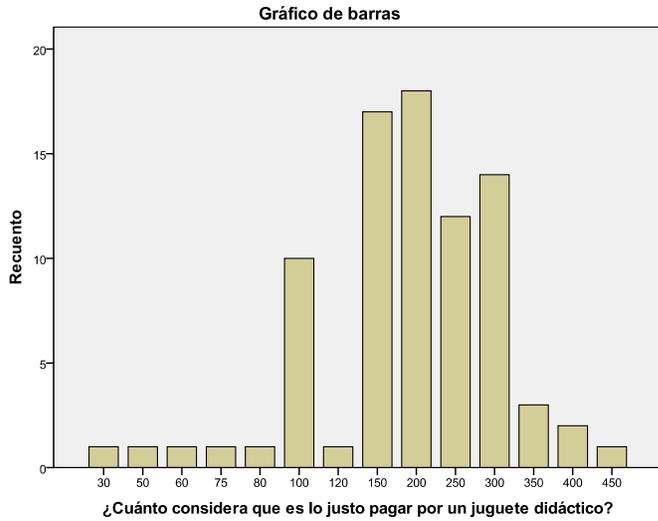
Recuento

		No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes	Total
		No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	1
	50	1	1
	60	1	1
	75	1	1
	80	1	1
	100	10	10
	120	1	1
	150	17	17
	200	18	18
	250	12	12
	300	14	14
	350	3	3
	400	2	2
	450	1	1
Total		83	83

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes es una constante.



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿La durabilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

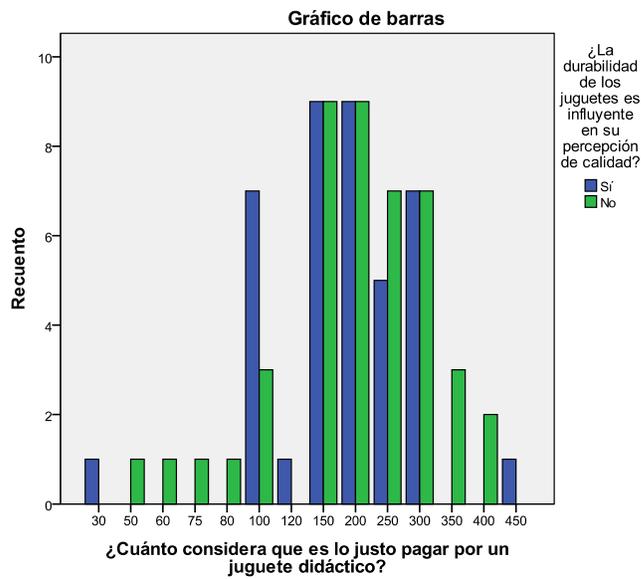
Tabla de contingencia

Recuento

		¿La durabilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	0	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	7	3	10
	120	1	0	1
	150	9	9	18
	200	9	9	18
	250	5	7	12
	300	7	7	14
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	1	0	1
	Total		40	44

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,109
		¿La durabilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,405



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Las funciones de los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

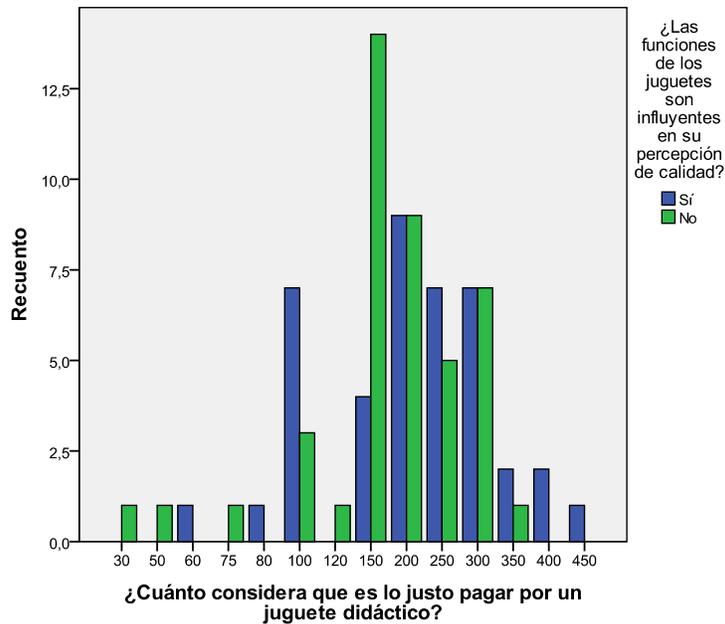
Recuento		¿Las funciones de los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	1	0	1
	75	0	1	1
	80	1	0	1

	100	7	3	10
	120	0	1	1
	150	4	14	18
	200	9	9	18
	250	7	5	12
	300	7	7	14
	350	2	1	3
	400	2	0	2
	450	1	0	1
Total		41	43	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,175
		¿Las funciones de los juguetes son influyentes en su percepción de calidad? dependiente	,447

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿La marca de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

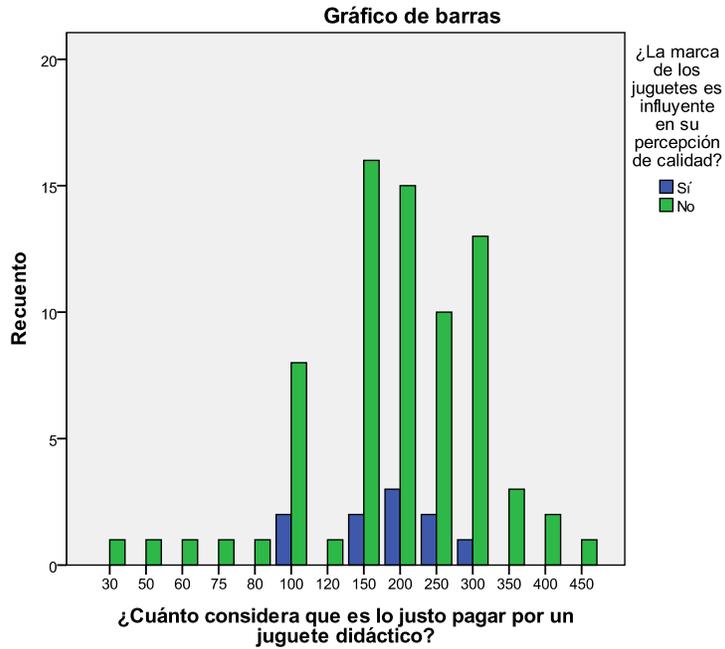
Tabla de contingencia

Recuento

	¿La marca de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
	Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?			
30	0	1	1
50	0	1	1
60	0	1	1
75	0	1	1
80	0	1	1
100	2	8	10
120	0	1	1
150	2	16	18
200	3	15	18
250	2	10	12
300	1	13	14
350	0	3	3
400	0	2	2
450	0	1	1
Total	10	74	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,063
		¿La marca de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,195



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿El riesgo de uso de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

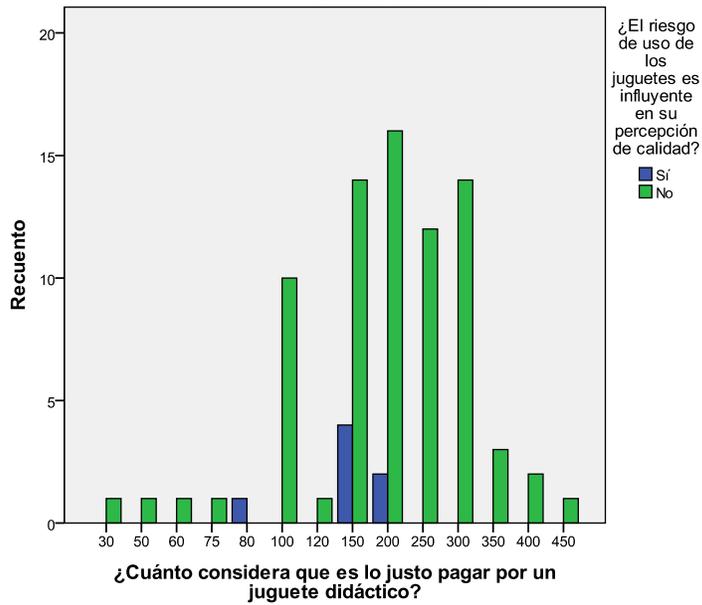
Recuento		¿El riesgo de uso de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	1	0	1
	100	0	10	10
	120	0	1	1
	150	4	14	18
	200	2	16	18
	250	0	12	12
	300	0	14	14

	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		7	77	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,176
		¿El riesgo de uso de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,488

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿La utilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

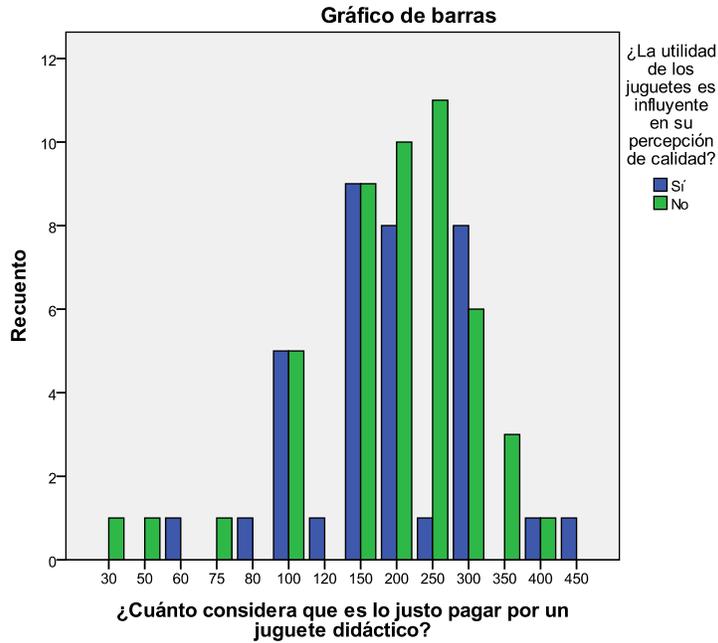
Tabla de contingencia

Recuento

		¿La utilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	1	0	1
	75	0	1	1
	80	1	0	1
	100	5	5	10
	120	1	0	1
	150	9	9	18
	200	8	10	18
	250	1	11	12
	300	8	6	14
	350	0	3	3
	400	1	1	2
	450	1	0	1
Total		36	48	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,047
		¿La utilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,456



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿La relación costo-beneficio de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

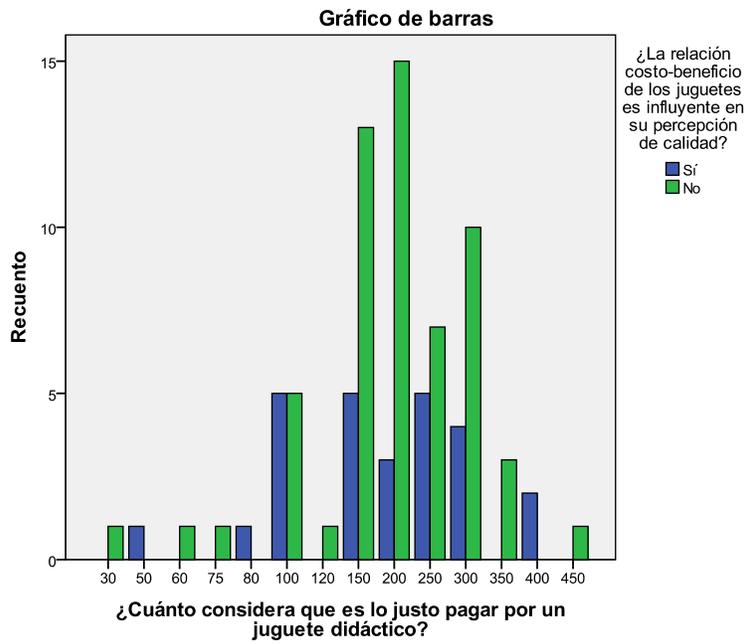
Tabla de contingencia

Recuento		¿La relación costo-beneficio de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	1	0	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	1	0	1
	100	5	5	10
	120	0	1	1
	150	5	13	18
	200	3	15	18
	250	5	7	12
	300	4	10	14
	350	0	3	3
	400	2	0	2

	450	0	1	1
Total		26	58	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,029
		¿La relación costo-beneficio de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,446



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?

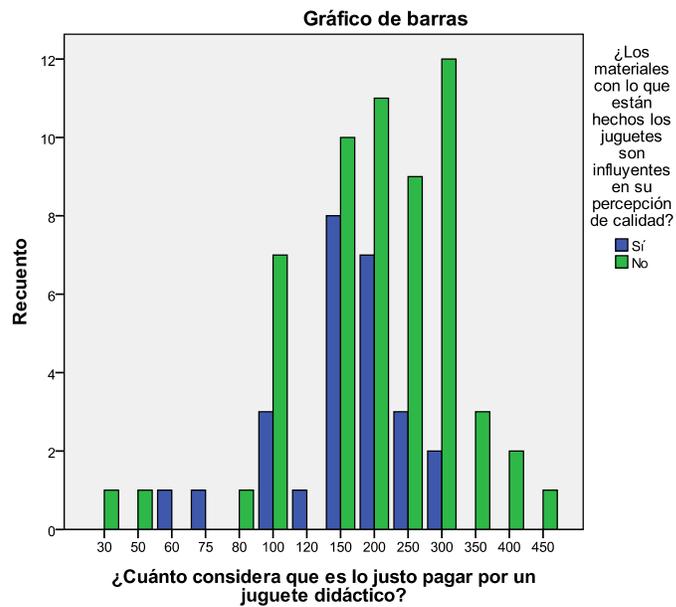
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	1	0	1
	75	1	0	1
	80	0	1	1
	100	3	7	10
	120	1	0	1
	150	8	10	18
	200	7	11	18
	250	3	9	12
	300	2	12	14
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		26	58	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,245
		¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad? dependiente	,420



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

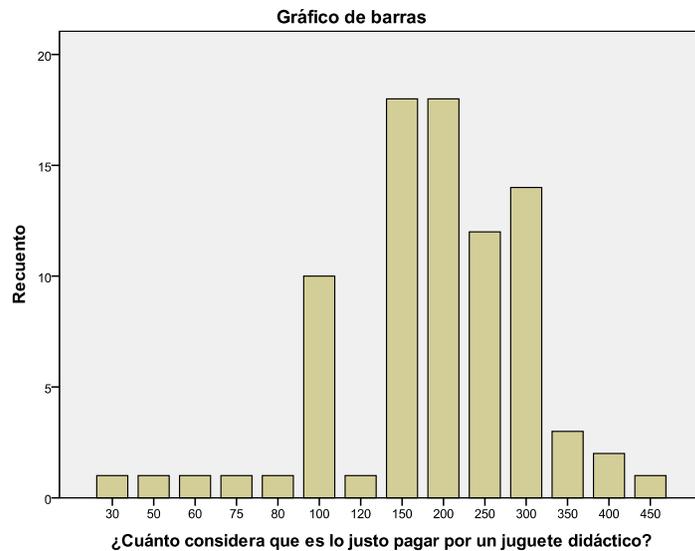
Recuento		¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad?	
		No	Total
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	1
	50	1	1
	60	1	1
	75	1	1
	80	1	1
	100	10	10
	120	1	1

	150	18	18
	200	18	18
	250	12	12
	300	14	14
	350	3	3
	400	2	2
	450	1	1
Total		84	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque ¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad? es una constante.



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes

Tabla de contingencia

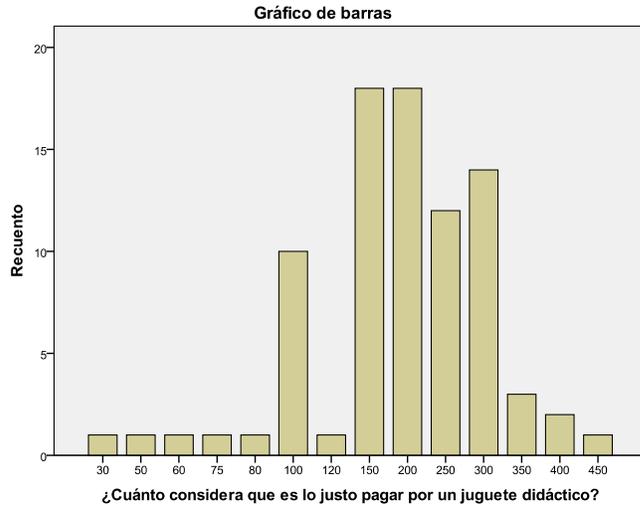
Recuento

		No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes	
		No	Total
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	1
	50	1	1
	60	1	1
	75	1	1
	80	1	1
	100	10	10
	120	1	1
	150	18	18
	200	18	18
	250	12	12
	300	14	14
	350	3	3
	400	2	2
	450	1	1
Total		84	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes es una constante.



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? *

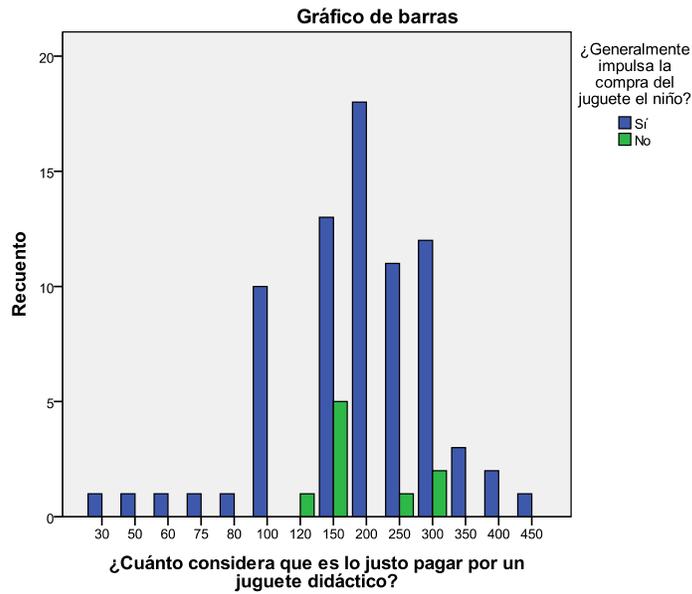
¿Generalmente impulsa la compra del juguete el niño?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Generalmente impulsa la compra del juguete el niño?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	0	1
	50	1	0	1
	60	1	0	1
	75	1	0	1
	80	1	0	1
	100	10	0	10
	120	0	1	1
	150	13	5	18
	200	18	0	18
	250	11	1	12
	300	12	2	14
	350	3	0	3
	400	2	0	2
	450	1	0	1
Total		75	9	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,055
		¿Generalmente impulsa la compra del juguete el niño? dependiente	,472



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? *

¿Generalmente impulsa la compra del juguete usted?

Tabla de contingencia

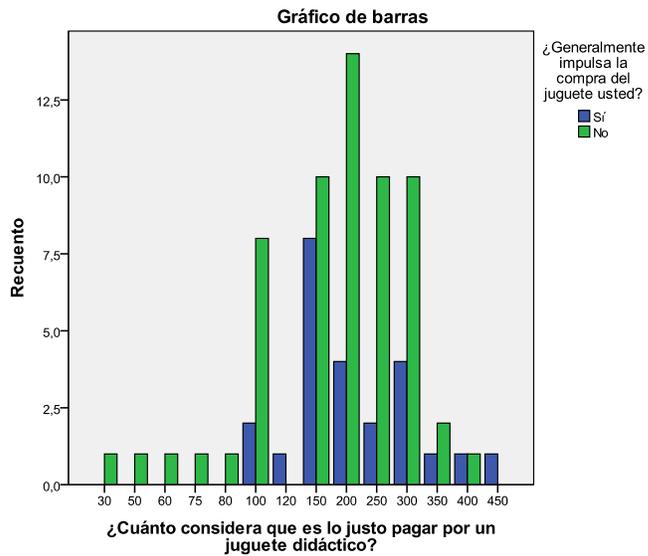
Recuento

		¿Generalmente impulsa la compra del juguete usted?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1

	100	2	8	10
	120	1	0	1
	150	8	10	18
	200	4	14	18
	250	2	10	12
	300	4	10	14
	350	1	2	3
	400	1	1	2
	450	1	0	1
Total		24	60	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,092
		¿Generalmente impulsa la compra del juguete usted? dependiente	,366



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? *
 ¿Generalmente impulsa la compra del juguete el maestro?

Tabla de contingencia

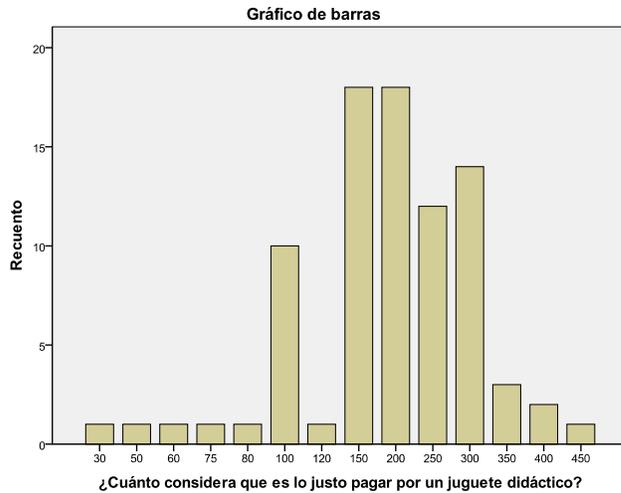
Recuento

		¿Generalmente impulsa la compra del juguete el maestro?	
		No	Total
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	1
	50	1	1
	60	1	1
	75	1	1
	80	1	1
	100	10	10
	120	1	1
	150	18	18
	200	18	18
	250	12	12
	300	14	14
	350	3	3
	400	2	2
	450	1	1
Total		84	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque
 ¿Generalmente impulsa la compra del juguete el maestro?
 es una constante.



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? *

¿Generalmente impulsa la compra del juguete otro padre?

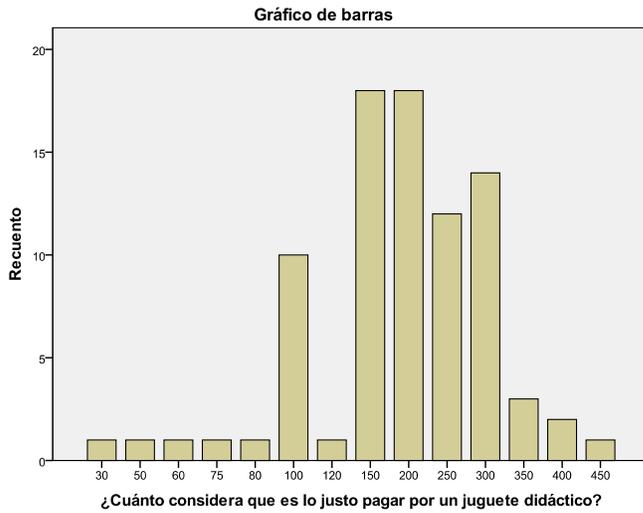
Tabla de contingencia

Recuento		¿Generalmente impulsa la compra del juguete otro padre?	
		No	Total
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	1	1
	50	1	1
	60	1	1
	75	1	1
	80	1	1
	100	10	10
	120	1	1
	150	18	18
	200	18	18
	250	12	12
	300	14	14
	350	3	3
	400	2	2
	450	1	1
Total		84	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque
 ¿Generalmente impulsa la compra del juguete otro padre?
 es una constante.



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? *
 ¿Generalmente impulsa la compra del juguete la familia?

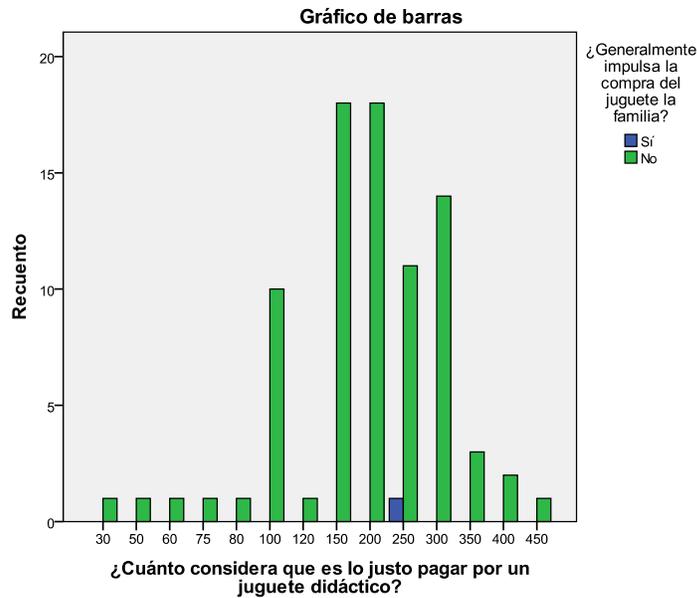
Tabla de contingencia

Recuento		¿Generalmente impulsa la compra del juguete la familia?		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	0	10	10
	120	0	1	1
	150	0	18	18

	200	0	18	18
	250	1	11	12
	300	0	14	14
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		1	83	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,057
		¿Generalmente impulsa la compra del juguete la familia? dependiente	,269



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * ¿Considera que otra persona impulsa la compra del juguete?

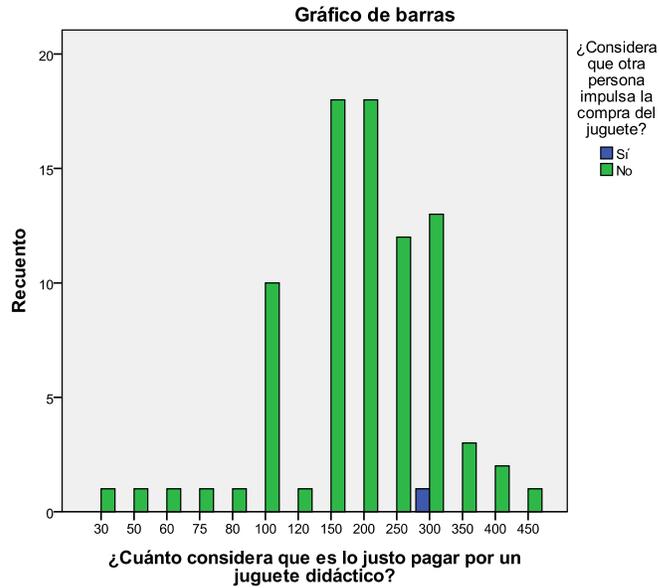
Tabla de contingencia

Recuento

	¿Considera que otra persona impulsa la compra del juguete?		Total
	Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?			
30	0	1	1
50	0	1	1
60	0	1	1
75	0	1	1
80	0	1	1
100	0	10	10
120	0	1	1
150	0	18	18
200	0	18	18
250	0	12	12
300	1	13	14
350	0	3	3
400	0	2	2
450	0	1	1
Total	1	83	84

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,120
		¿Considera que otra persona impulsa la compra del juguete? dependiente	,245



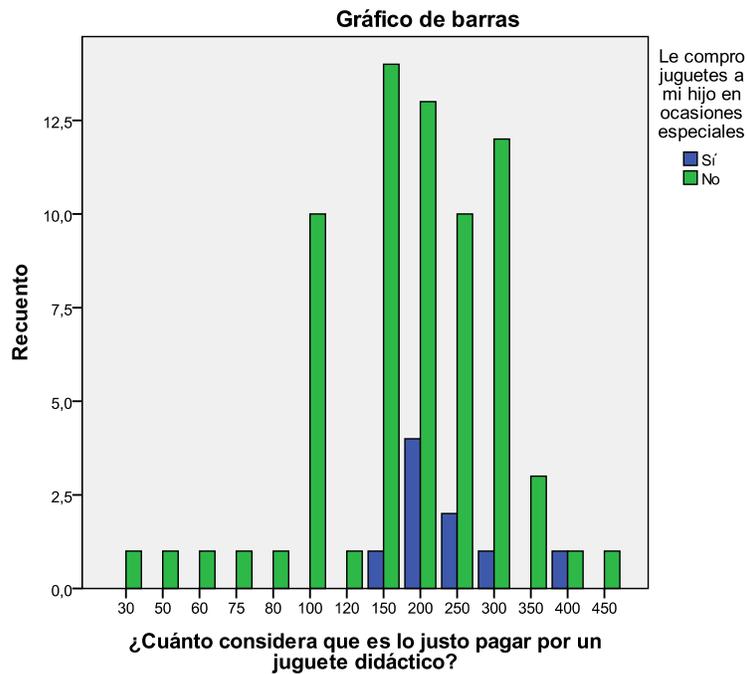
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo en ocasiones especiales

Tabla de contingencia

Recuento		Le compro juguetes a mi hijo en ocasiones especiales		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	0	10	10
	120	0	1	1
	150	1	14	15
	200	4	13	17
	250	2	10	12
	300	1	12	13
	350	0	3	3
	400	1	1	2
	450	0	1	1
Total		9	70	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,134
		Le compro juguetes a mi hijo en ocasiones especiales dependiente	,335



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo en su cumpleaños

Tabla de contingencia

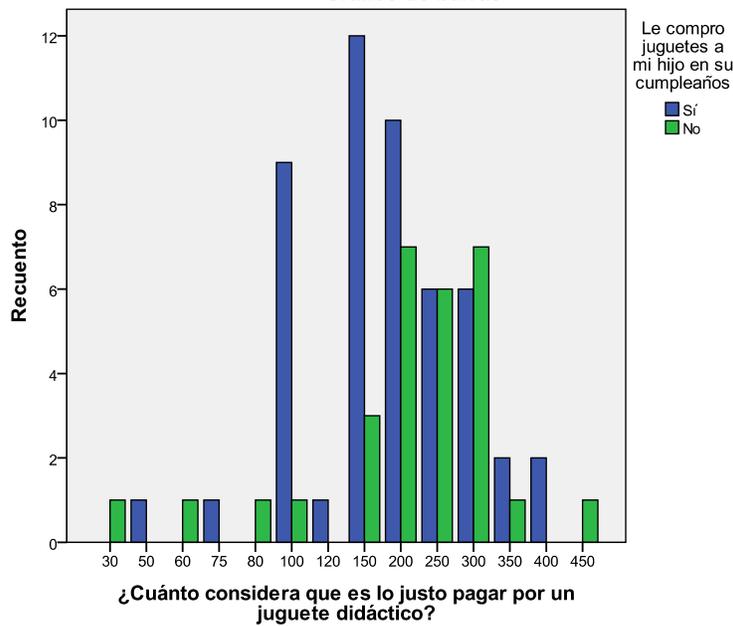
Recuento		Le compro juguetes a mi hijo en su cumpleaños		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	1	0	1
	60	0	1	1
	75	1	0	1
	80	0	1	1

	100	9	1	10
	120	1	0	1
	150	12	3	15
	200	10	7	17
	250	6	6	12
	300	6	7	13
	350	2	1	3
	400	2	0	2
	450	0	1	1
Total		50	29	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,164
		Le compro juguetes a mi hijo en su cumpleaños dependiente	,469

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo en navidad

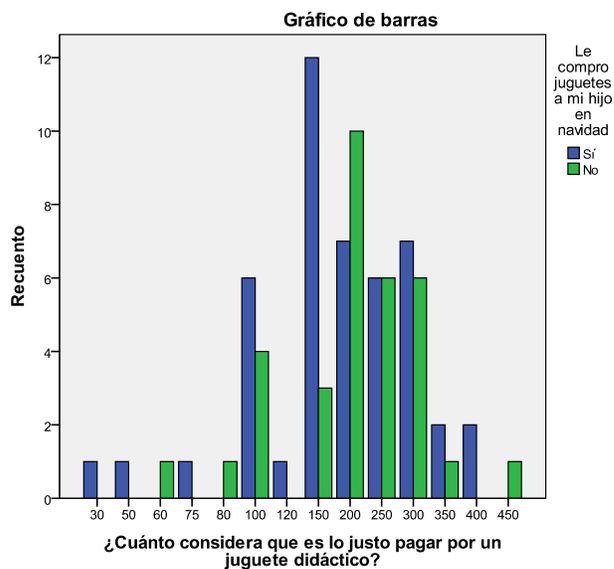
Tabla de contingencia

Recuento

	Le compro juguetes a mi hijo en navidad		Total
	Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?			
30	1	0	1
50	1	0	1
60	0	1	1
75	1	0	1
80	0	1	1
100	6	4	10
120	1	0	1
150	12	3	15
200	7	10	17
250	6	6	12
300	7	6	13
350	2	1	3
400	2	0	2
450	0	1	1
Total	46	33	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,086
		Le compro juguetes a mi hijo en navidad dependiente	,421



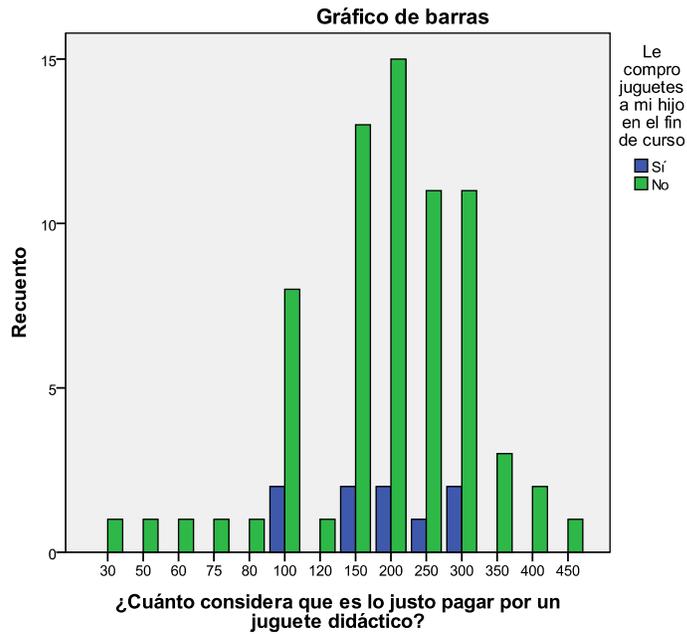
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo en el fin de curso

Tabla de contingencia

Recuento		Le compro juguetes a mi hijo en el fin de curso		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	2	8	10
	120	0	1	1
	150	2	13	15
	200	2	15	17
	250	1	11	12
	300	2	11	13
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		9	70	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,047
		Le compro juguetes a mi hijo en el fin de curso dependiente	,183



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo en el día del niño

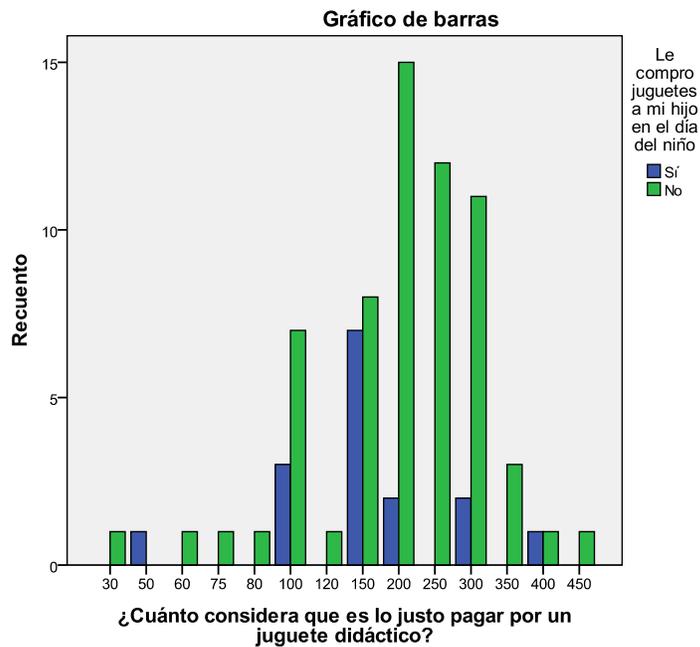
Tabla de contingencia

Recuento		Le compro juguetes a mi hijo en el día del niño		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	1	0	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1

	100	3	7	10
	120	0	1	1
	150	7	8	15
	200	2	15	17
	250	0	12	12
	300	2	11	13
	350	0	3	3
	400	1	1	2
	450	0	1	1
Total		16	63	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,177
		Le compro juguetes a mi hijo en el día del niño dependiente	,482



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo como premio para motivarlo

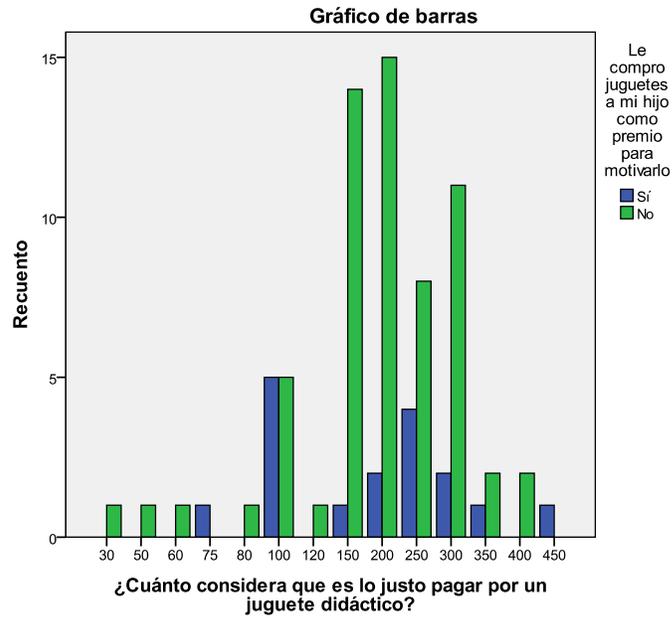
Tabla de contingencia

Recuento

	Le compro juguetes a mi hijo como premio para motivarlo		Total
	Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?			
30	0	1	1
50	0	1	1
60	0	1	1
75	1	0	1
80	0	1	1
100	5	5	10
120	0	1	1
150	1	14	15
200	2	15	17
250	4	8	12
300	2	11	13
350	1	2	3
400	0	2	2
450	1	0	1
Total	17	62	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,009
		Le compro juguetes a mi hijo como premio para motivarlo dependiente	,483



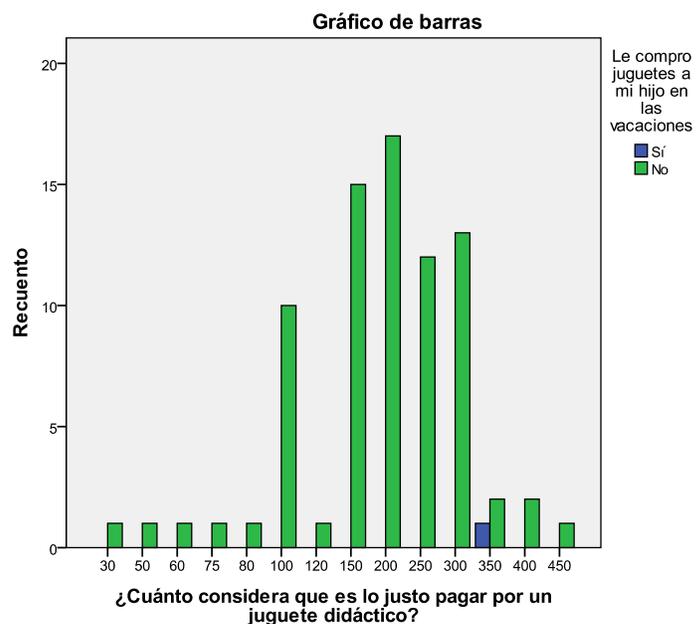
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo en las vacaciones

Tabla de contingencia

Recuento		Le compro juguetes a mi hijo en las vacaciones		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	0	10	10
	120	0	1	1
	150	0	15	15
	200	0	17	17
	250	0	12	12
	300	0	13	13
	350	1	2	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		1	78	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,185
		Le compro juguetes a mi hijo en las vacaciones dependiente	,570



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo en ferias

Tabla de contingencia

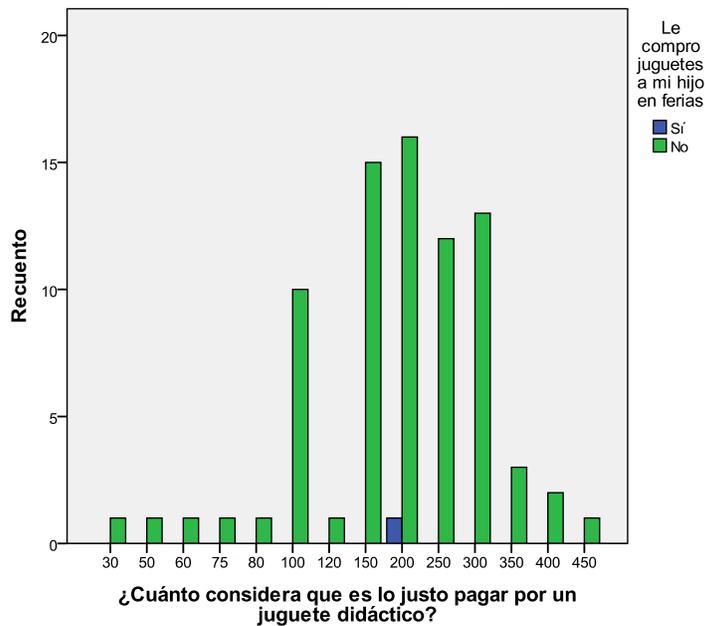
Recuento		Le compro juguetes a mi hijo en ferias		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1

	100	0	10	10
	120	0	1	1
	150	0	15	15
	200	1	16	17
	250	0	12	12
	300	0	13	13
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		1	78	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,008
		Le compro juguetes a mi hijo en ferias dependiente	,216

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo cuando está enfermo

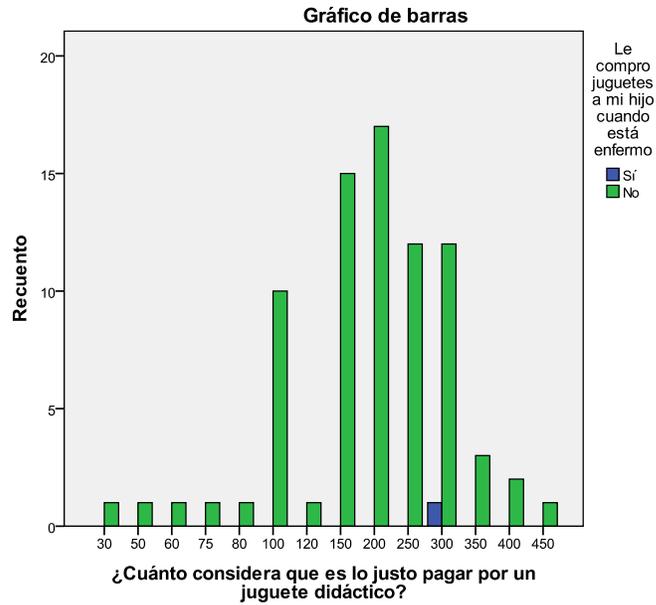
Tabla de contingencia

Recuento

	Le compro juguetes a mi hijo cuando está enfermo		Total
	Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?			
30	0	1	1
50	0	1	1
60	0	1	1
75	0	1	1
80	0	1	1
100	0	10	10
120	0	1	1
150	0	15	15
200	0	17	17
250	0	12	12
300	1	12	13
350	0	3	3
400	0	2	2
450	0	1	1
Total	1	78	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,121
		Le compro juguetes a mi hijo cuando está enfermo dependiente	,255



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo después de sus conciertos

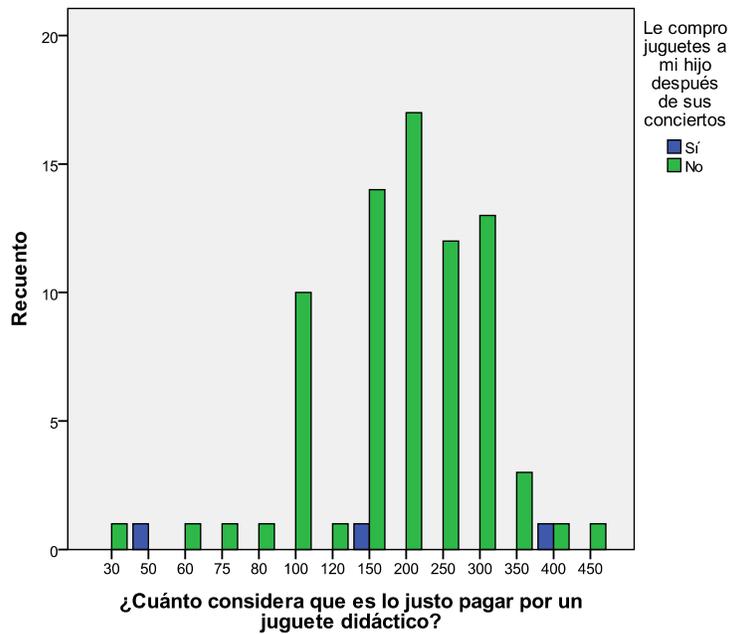
Tabla de contingencia

Recuento		Le compro juguetes a mi hijo después de sus conciertos		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	1	0	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	0	10	10
	120	0	1	1
	150	1	14	15
	200	0	17	17
	250	0	12	12
	300	0	13	13
	350	0	3	3
	400	1	1	2
	450	0	1	1
Total		3	76	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,013
		Le compro juguetes a mi hijo después de sus conciertos dependiente	,709

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo cuando salimos

Tabla de contingencia

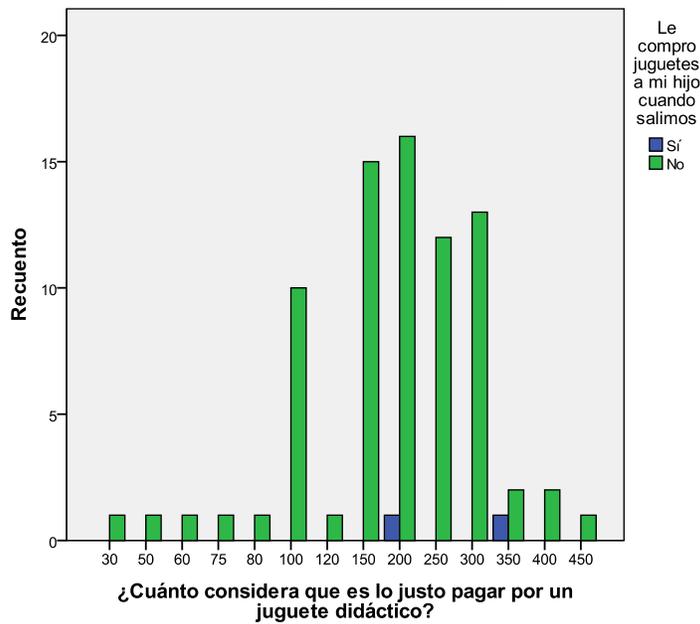
Recuento		Le compro juguetes a mi hijo cuando salimos		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1

80	0	1	1
100	0	10	10
120	0	1	1
150	0	15	15
200	1	16	17
250	0	12	12
300	0	13	13
350	1	2	3
400	0	2	2
450	0	1	1
Total	2	77	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,127
		Le compro juguetes a mi hijo cuando salimos dependiente	,419

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo para los Reyes Magos

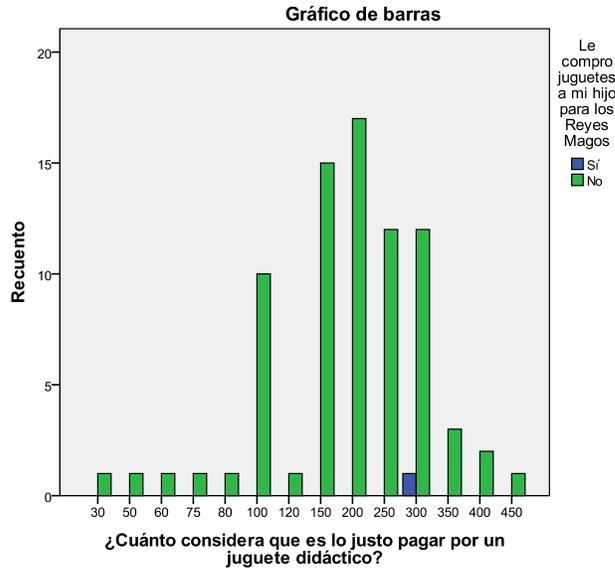
Tabla de contingencia

Recuento

	Le compro juguetes a mi hijo para los Reyes Magos		Total
	Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?			
30	0	1	1
50	0	1	1
60	0	1	1
75	0	1	1
80	0	1	1
100	0	10	10
120	0	1	1
150	0	15	15
200	0	17	17
250	0	12	12
300	1	12	13
350	0	3	3
400	0	2	2
450	0	1	1
Total	1	78	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,121
		Le compro juguetes a mi hijo para los Reyes Magos dependiente	,255



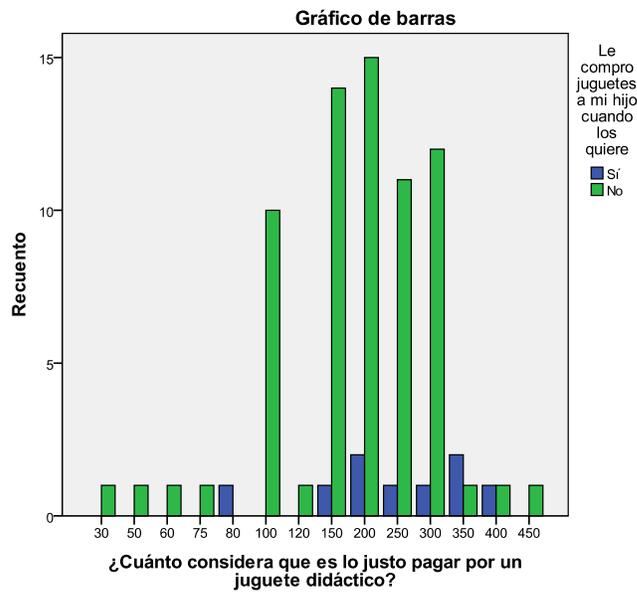
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo cuando los quiere

Tabla de contingencia

Recuento		Le compro juguetes a mi hijo cuando los quiere		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	1	0	1
	100	0	10	10
	120	0	1	1
	150	1	14	15
	200	2	15	17
	250	1	11	12
	300	1	12	13
	350	2	1	3
	400	1	1	2
	450	0	1	1
Total		9	70	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,193
		Le compro juguetes a mi hijo cuando los quiere dependiente	,534



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo cuando los necesita

Tabla de contingencia

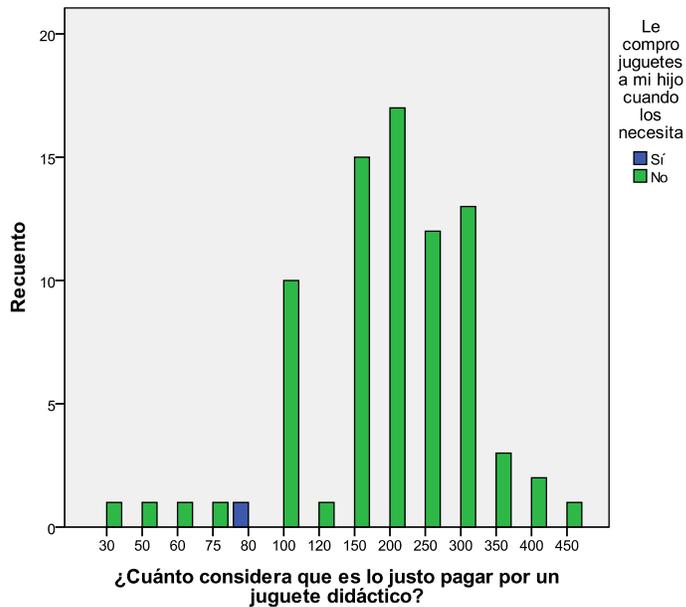
Recuento		Le compro juguetes a mi hijo cuando los necesita		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	1	0	1

	100	0	10	10
	120	0	1	1
	150	0	15	15
	200	0	17	17
	250	0	12	12
	300	0	13	13
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		1	78	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,162
		Le compro juguetes a mi hijo cuando los necesita dependiente	1,000

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo en su primera comunión

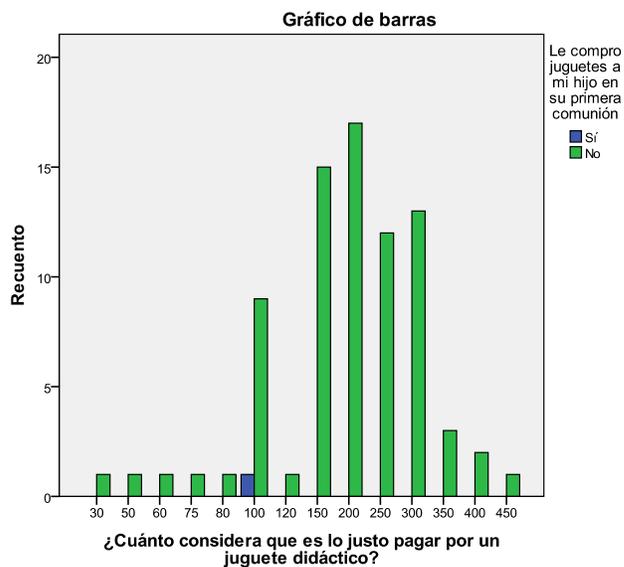
Tabla de contingencia

Recuento

	Le compro juguetes a mi hijo en su primera comunión		Total
	Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?			
30	0	1	1
50	0	1	1
60	0	1	1
75	0	1	1
80	0	1	1
100	1	9	10
120	0	1	1
150	0	15	15
200	0	17	17
250	0	12	12
300	0	13	13
350	0	3	3
400	0	2	2
450	0	1	1
Total	1	78	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,136
		Le compro juguetes a mi hijo en su primera comunión dependiente	,297



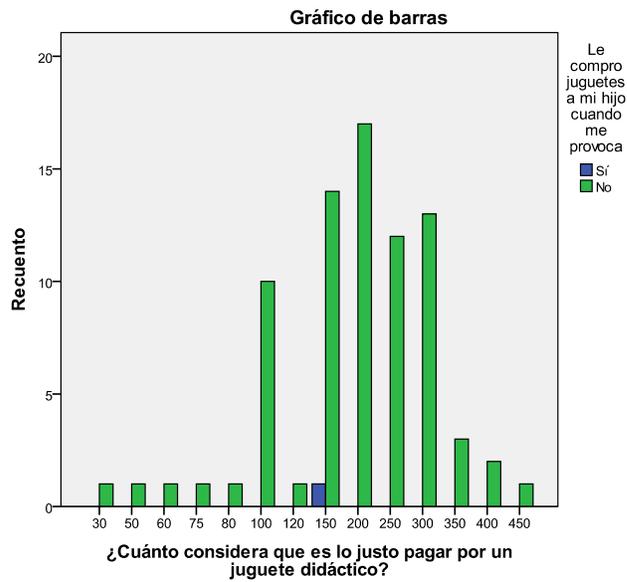
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo cuando me provoca

Tabla de contingencia

Recuento		Le compro juguetes a mi hijo cuando me provoca		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es	30	0	1	1
lo justo pagar por un juguete	50	0	1	1
didáctico?	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	0	10	10
	120	0	1	1
	150	1	14	15
	200	0	17	17
	250	0	12	12
	300	0	13	13
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		1	78	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,072
		Le compro juguetes a mi hijo cuando me provoca dependiente	,234



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Le compro juguetes a mi hijo cuando tengo dinero

Tabla de contingencia

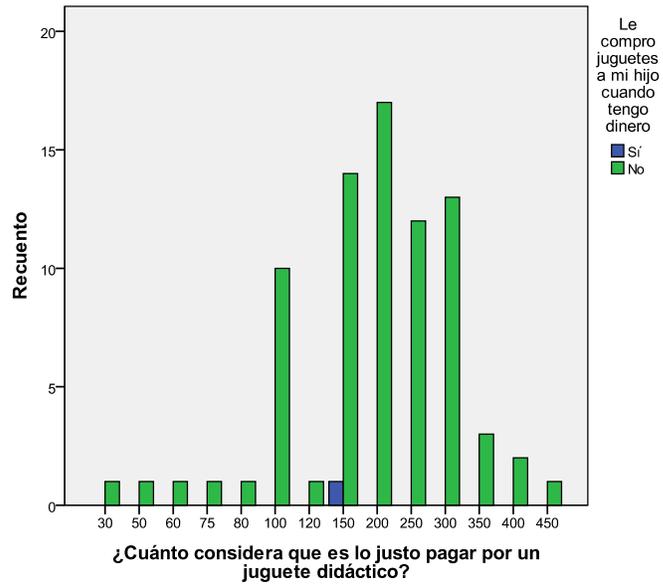
Recuento		Le compro juguetes a mi hijo cuando tengo dinero		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	0	10	10

	120	0	1	1
	150	1	14	15
	200	0	17	17
	250	0	12	12
	300	0	13	13
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		1	78	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,072
		Le compro juguetes a mi hijo cuando tengo dinero dependiente	,234

Gráfico de barras



¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * No hay ocasión específica para comprarle juguetes a mi hijo

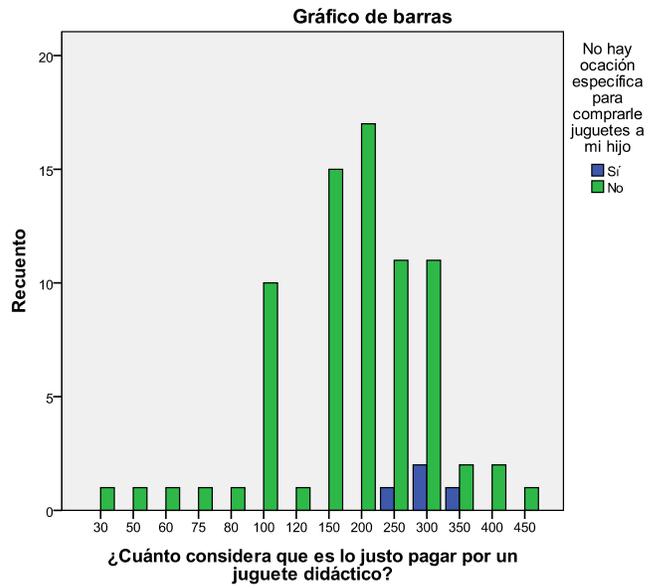
Tabla de contingencia

Recuento

	No hay ocasión específica para comprarle juguetes a mi hijo		Total
	Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?			
30	0	1	1
50	0	1	1
60	0	1	1
75	0	1	1
80	0	1	1
100	0	10	10
120	0	1	1
150	0	15	15
200	0	17	17
250	1	11	12
300	2	11	13
350	1	2	3
400	0	2	2
450	0	1	1
Total	4	75	79

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,247
		No hay ocasión específica para comprarle juguetes a mi hijo dependiente	,371



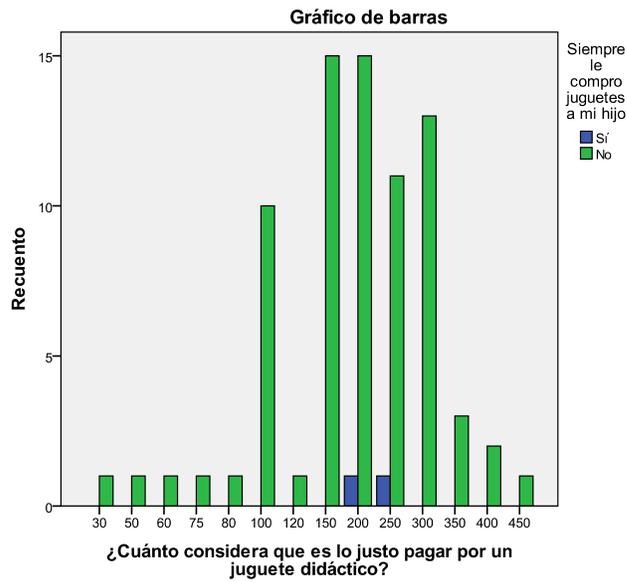
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? * Siempre le compro juguetes a mi hijo

Tabla de contingencia

Recuento		Siempre le compro juguetes a mi hijo		Total
		Sí	No	
¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	30	0	1	1
	50	0	1	1
	60	0	1	1
	75	0	1	1
	80	0	1	1
	100	0	10	10
	120	0	1	1
	150	0	15	15
	200	1	15	16
	250	1	11	12
	300	0	13	13
	350	0	3	3
	400	0	2	2
	450	0	1	1
Total		2	76	78

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico? dependiente	,035
		Siempre le compro juguetes a mi hijo dependiente	,220



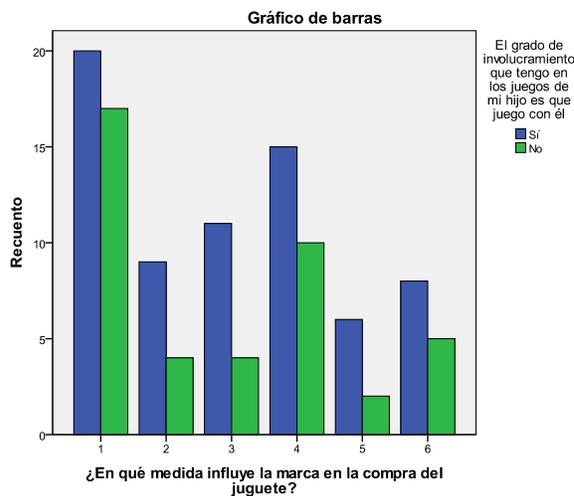
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que juego con él

Tabla de contingencia

Recuento		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que juego con él		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	20	17	37
	2	9	4	13
	3	11	4	15
	4	15	10	25
	5	6	2	8
	6	8	5	13
Total		69	42	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,068
		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que juego con él dependiente	,156



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega

Tabla de contingencia

Recuento		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	20	17	37
	2	10	3	13
	3	9	6	15
	4	15	10	25
	5	6	2	8
	6	8	5	13

Tabla de contingencia

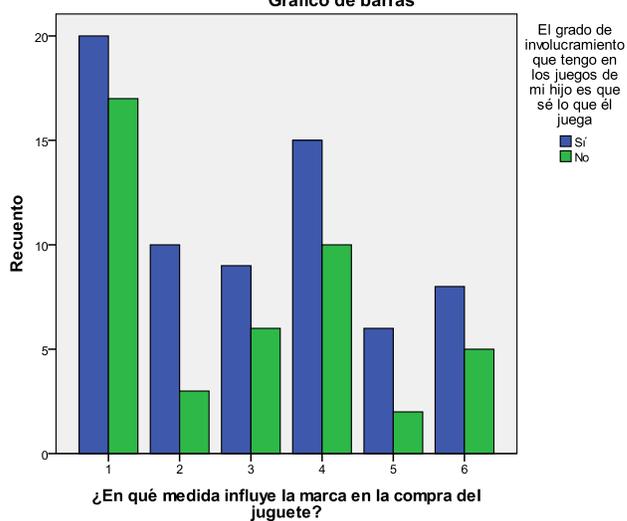
Recuento

		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	20	17	37
	2	10	3	13
	3	9	6	15
	4	15	10	25
	5	6	2	8
	6	8	5	13
Total		68	43	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,056
		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo es que sé lo que él juega dependiente	,159

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo se basa en fomentar algún juego

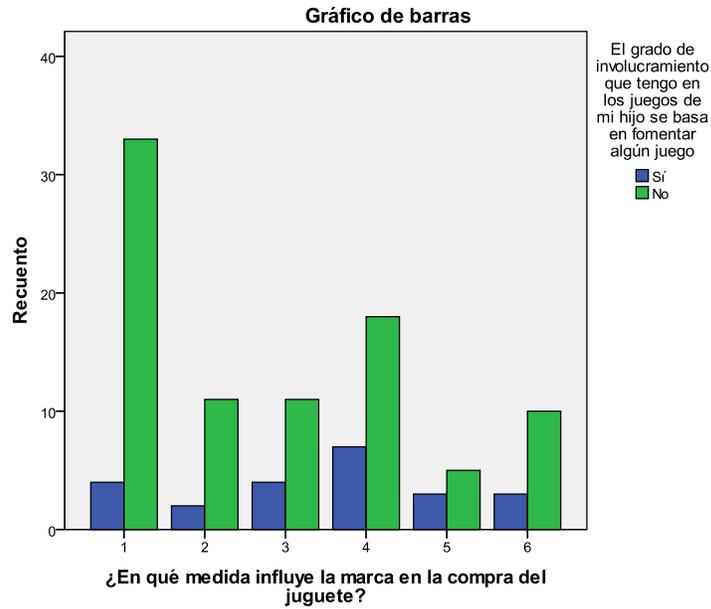
Tabla de contingencia

Recuento

		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo se basa en fomentar algún juego		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	4	33	37
	2	2	11	13
	3	4	11	15
	4	7	18	25
	5	3	5	8
	6	3	10	13
Total		23	88	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,172
		El grado de involucramiento que tengo en los juegos de mi hijo se basa en fomentar algún juego dependiente	,212



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * No me involucro en los juegos de mi hijo

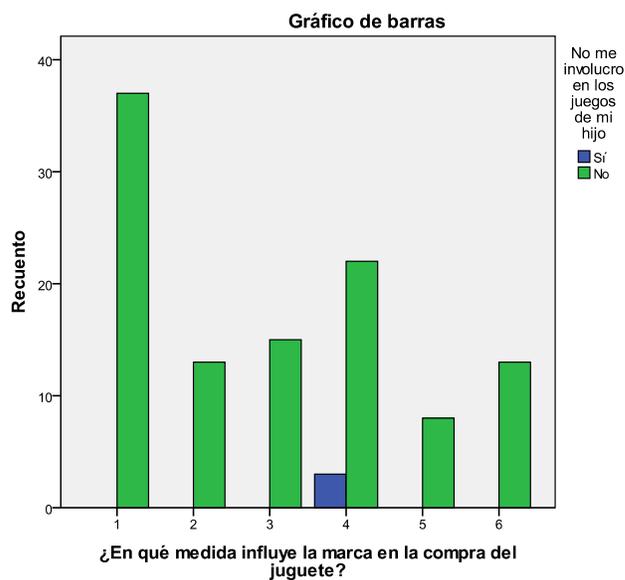
Tabla de contingencia

Recuento

		No me involucro en los juegos de mi hijo		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	0	37	37
	2	0	13	13
	3	0	15	15
	4	3	22	25
	5	0	8	8
	6	0	13	13
Total		3	108	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,102
		No me involucro en los juegos de mi hijo dependiente	,309



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo?

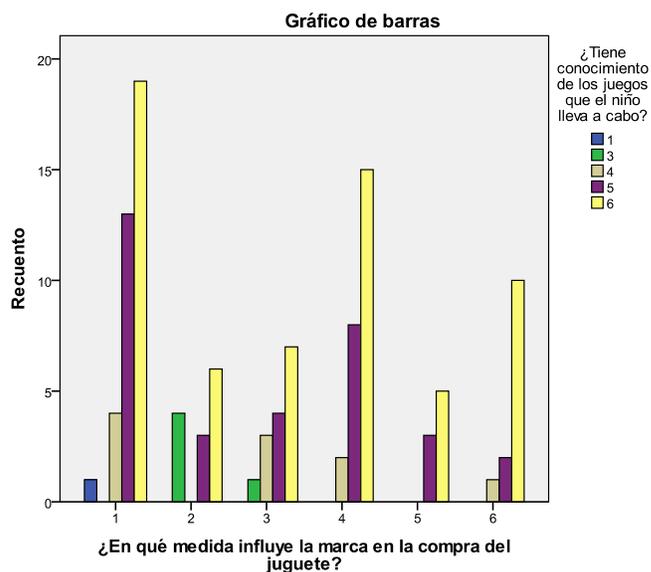
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo?					Total
		1	3	4	5	6	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	1	0	4	13	19	37
	2	0	4	0	3	6	13
	3	0	1	3	4	7	15
	4	0	0	2	8	15	25
	5	0	0	0	3	5	8
	6	0	0	1	2	10	13
Total		1	5	10	33	62	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,190
		¿Tiene conocimiento de los juegos que el niño lleva a cabo? dependiente	,271



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Considera el costo de un juguete a la hora de comprarlo?

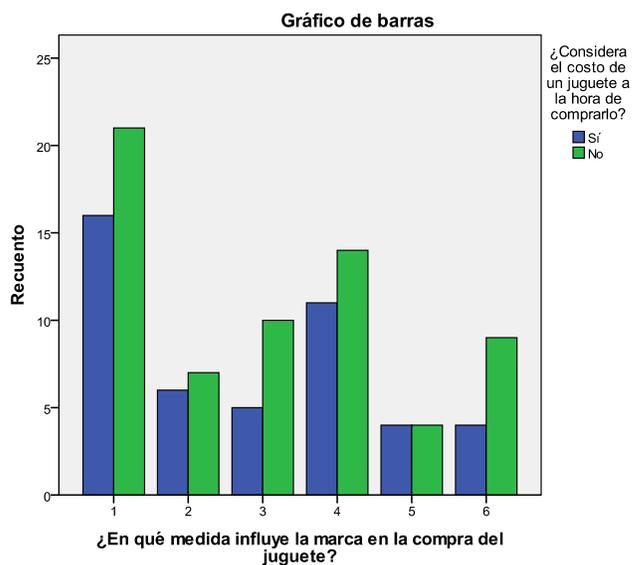
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera el costo de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	16	21	37
	2	6	7	13
	3	5	10	15
	4	11	14	25
	5	4	4	8
	6	4	9	13
Total		46	65	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,043
		¿Considera el costo de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,116



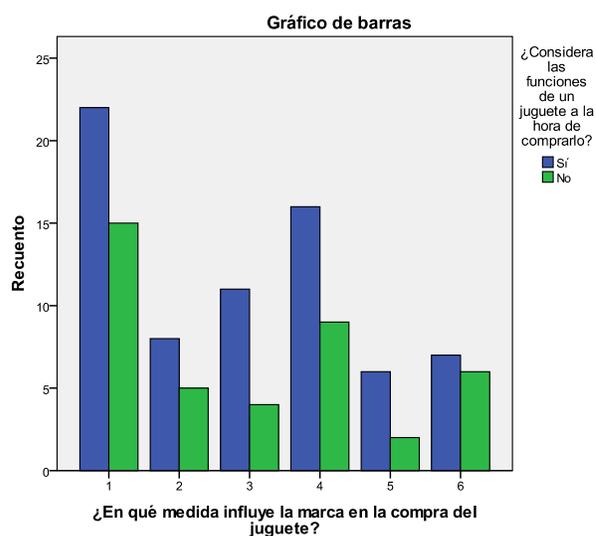
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Considera las funciones de un juguete a la hora de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera las funciones de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	22	15	37
	2	8	5	13
	3	11	4	15
	4	16	9	25
	5	6	2	8
	6	7	6	13
Total		70	41	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,015
		¿Considera las funciones de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,130



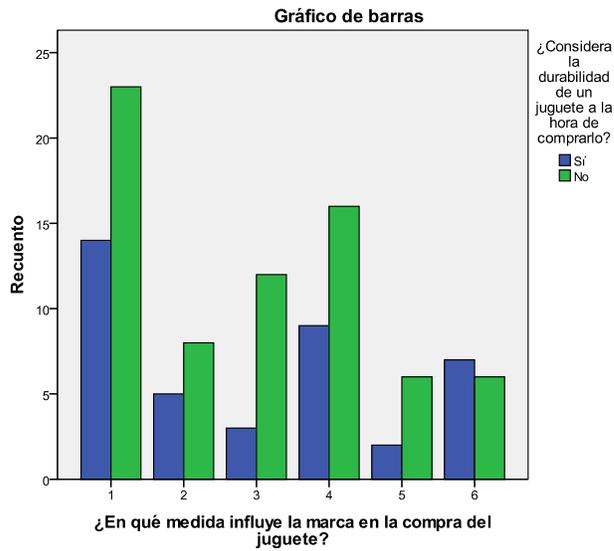
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Considera la durabilidad de un juguete a la hora de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera la durabilidad de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	14	23	37
	2	5	8	13
	3	3	12	15
	4	9	16	25
	5	2	6	8
	6	7	6	13
Total		40	71	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,038
		¿Considera la durabilidad de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,189



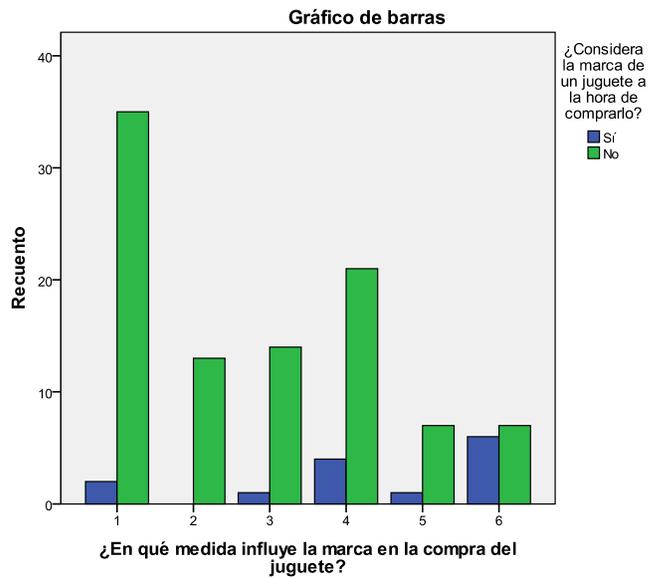
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Considera la marca de un juguete a la hora de comprarlo?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera la marca de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	2	35	37
	2	0	13	13
	3	1	14	15
	4	4	21	25
	5	1	7	8
	6	6	7	13
Total		14	97	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,326
		¿Considera la marca de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,399



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Considera el aspecto físico de un juguete a la hora de comprarlo?

Tabla de contingencia

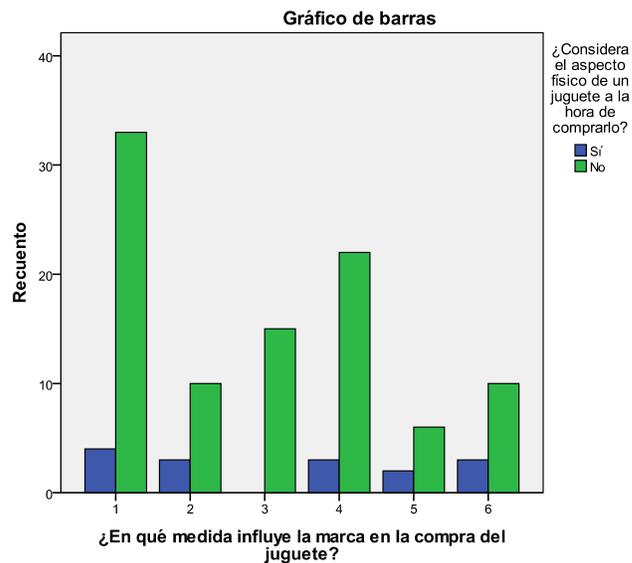
Recuento

		¿Considera el aspecto físico de un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	4	33	37
	2	3	10	13
	3	0	15	15
	4	3	22	25
	5	2	6	8

	6	3	10	13
Total		15	96	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,090
		¿Considera el aspecto físico de un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,224



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Considera las recomendaciones que le hacen sobre un juguete a la hora de comprarlo?

Tabla de contingencia

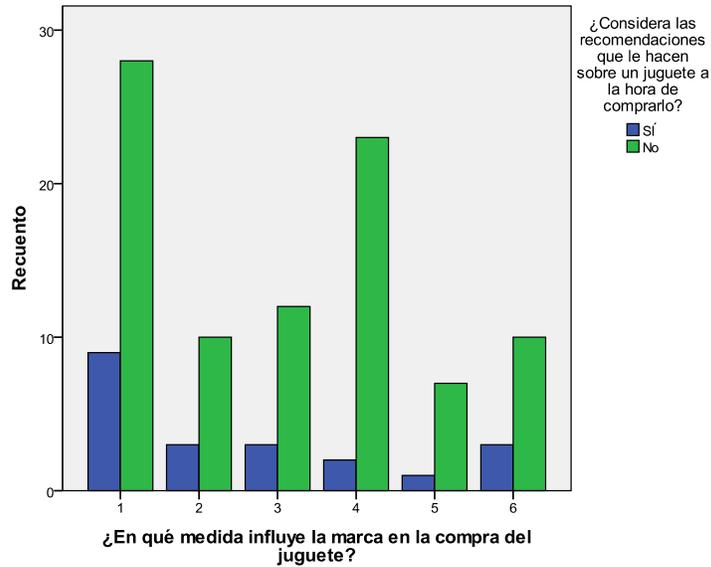
Recuento		¿Considera las recomendaciones que le hacen sobre un juguete a la hora de comprarlo?		Total
		SÍ	No	
¿En qué medida influye la	1	9	28	37
marca en la compra del	2	3	10	13

juguete?	3	3	12	15
	4	2	23	25
	5	1	7	8
	6	3	10	13
Total		21	90	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,088
		¿Considera las recomendaciones que le hacen sobre un juguete a la hora de comprarlo? dependiente	,169

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Considera el grado de aprendizaje que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?

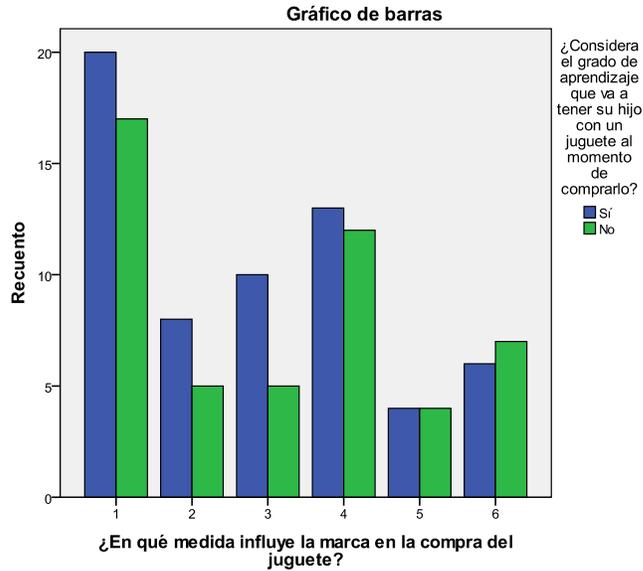
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera el grado de aprendizaje que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	20	17	37
marca en la compra del	2	8	5	13
juguete?	3	10	5	15
	4	13	12	25
	5	4	4	8
	6	6	7	13
Total		61	50	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,054
		¿Considera el grado de aprendizaje que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo? dependiente	,122



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?

Tabla de contingencia

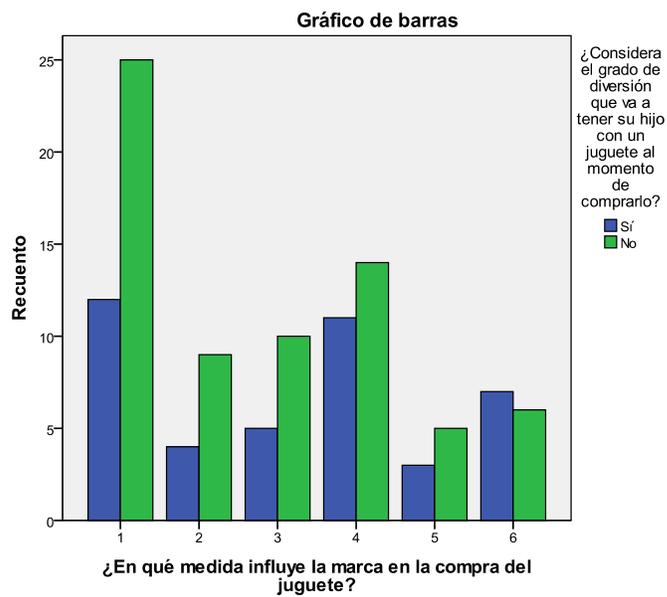
Recuento

		¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	12	25	37
	2	4	9	13
	3	5	10	15
	4	11	14	25
	5	3	5	8
	6	7	6	13
Total		42	69	111

Medidas direccionales

	Valor
--	-------

Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,135
		¿Considera el grado de diversión que va a tener su hijo con un juguete al momento de comprarlo? dependiente	,156



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Considera el poder jugar con el niño mientras usa el juguete al momento de comprarlo?

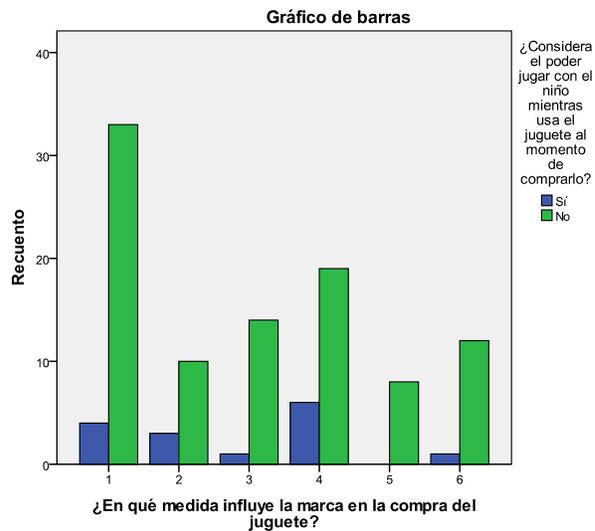
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera el poder jugar con el niño mientras usa el juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	4	33	37
	2	3	10	13
	3	1	14	15
	4	6	19	25
	5	0	8	8
	6	1	12	13
Total		15	96	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,016
		¿Considera el poder jugar con el niño mientras usa el juguete al momento de comprarlo? dependiente	,229



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Considera que el niño quiera el juguete al momento de comprarlo?

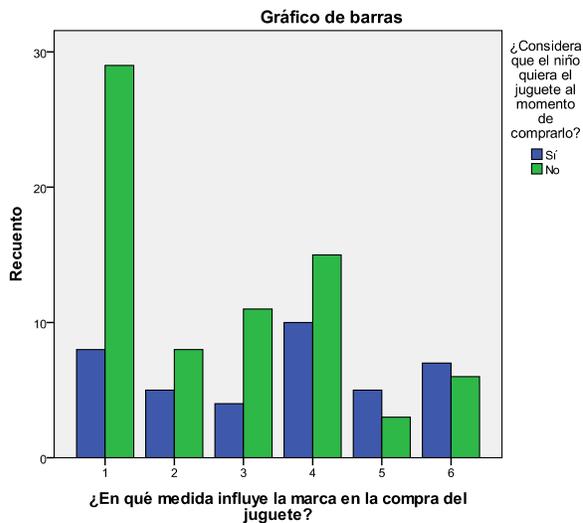
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera que el niño quiera el juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	8	29	37
	2	5	8	13
	3	4	11	15
	4	10	15	25
	5	5	3	8
	6	7	6	13
Total		39	72	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,244
		¿Considera que el niño quiera el juguete al momento de comprarlo? dependiente	,275



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Considera el riesgo de uso del juguete al momento de comprarlo?

Tabla de contingencia

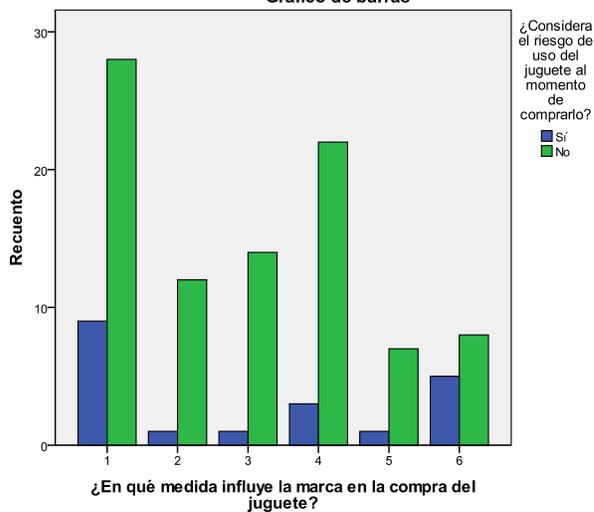
Recuento

		¿Considera el riesgo de uso del juguete al momento de comprarlo?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	9	28	37
	2	1	12	13
	3	1	14	15
	4	3	22	25
	5	1	7	8
	6	5	8	13
Total		20	91	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,031
		¿Considera el riesgo de uso del juguete al momento de comprarlo? dependiente	,263

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Considera otro factor a la hora de comprar un juguete?

Tabla de contingencia

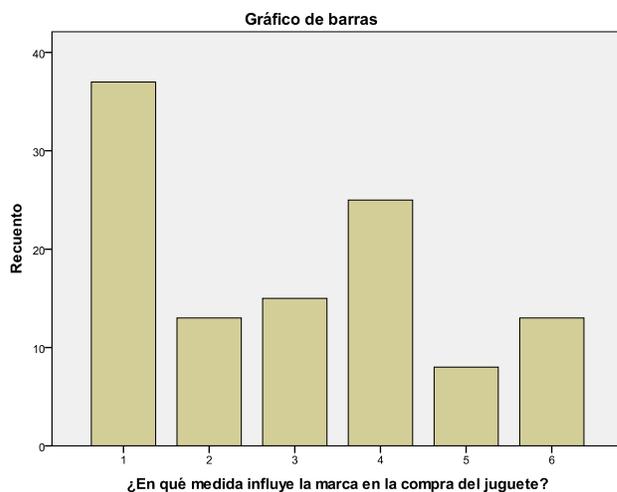
Recuento

		¿Considera otro factor a la hora de comprar un juguete?	
		No	Total
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	37	37
	2	13	13
	3	15	15
	4	25	25
	5	8	8
	6	13	13
Total		111	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque ¿Considera otro factor a la hora de comprar un juguete? es una constante.



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * No sabe / no contesta qué considera a la hora de comprar un juguete

Tabla de contingencia

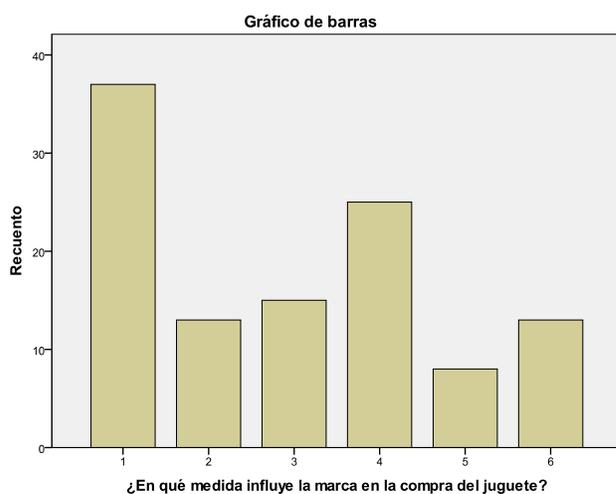
Recuento

		No sabe / no contesta qué considera a la hora de comprar un juguete	
		No	Total
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	37	37
	2	13	13
	3	15	15
	4	25	25
	5	8	8
	6	13	13
Total		111	111

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta qué considera a la hora de comprar un juguete es una constante.



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo?

Tabla de contingencia

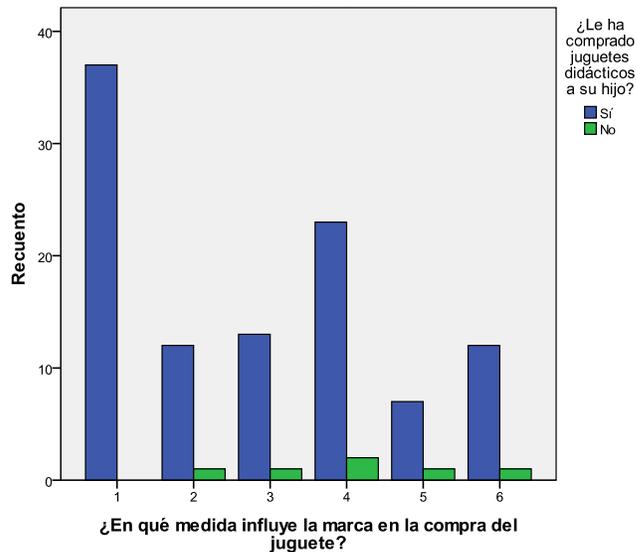
Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	37	0	37
	2	12	1	13
	3	13	1	14
	4	23	2	25
	5	7	1	8
	6	12	1	13
Total		104	6	110

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,146
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo? dependiente	,180

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad gruesa?

Tabla de contingencia

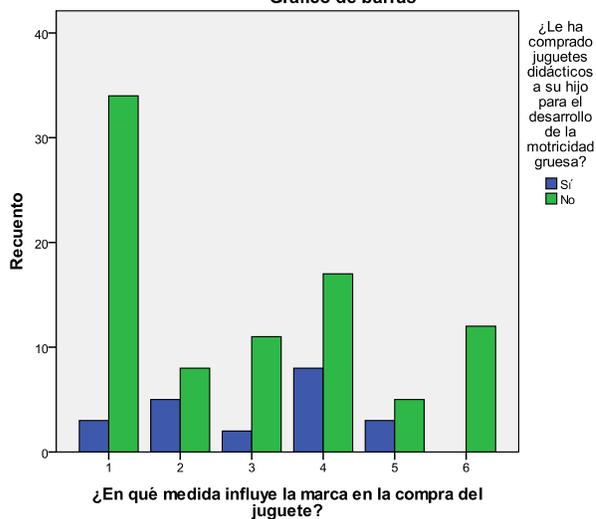
Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad gruesa?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	3	34	37
	2	5	8	13
	3	2	11	13
	4	8	17	25
	5	3	5	8
	6	0	12	12
Total		21	87	108

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,067
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad gruesa? dependiente	,350

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad fina?

Tabla de contingencia

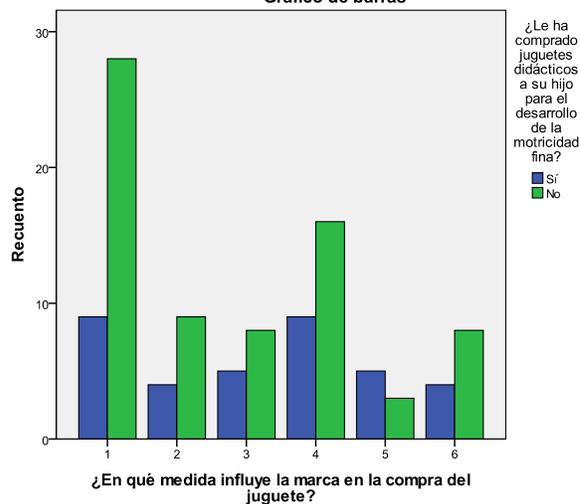
Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad fina?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	9	28	37
	2	4	9	13
	3	5	8	13
	4	9	16	25
	5	5	3	8
	6	4	8	12
Total		36	72	108

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,140
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para el desarrollo de la motricidad fina? dependiente	,208

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para favorecer la afectividad?

Tabla de contingencia

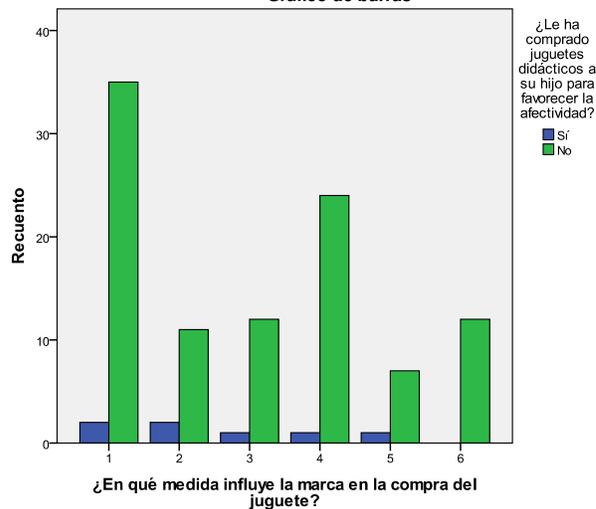
Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para favorecer la afectividad?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	2	35	37
	2	2	11	13
	3	1	12	13
	4	1	24	25
	5	1	7	8
	6	0	12	12
Total		7	101	108

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,051
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para favorecer la afectividad? dependiente	,177

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás?

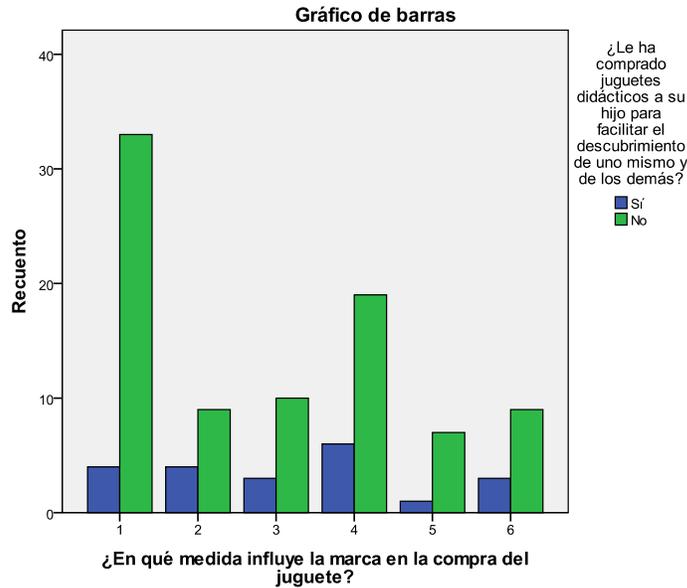
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	4	33	37
marca en la compra del	2	4	9	13
juguete?	3	3	10	13
	4	6	19	25
	5	1	7	8
	6	3	9	12
Total		21	87	108

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,094
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el descubrimiento de uno mismo y de los demás? dependiente	,186



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas?

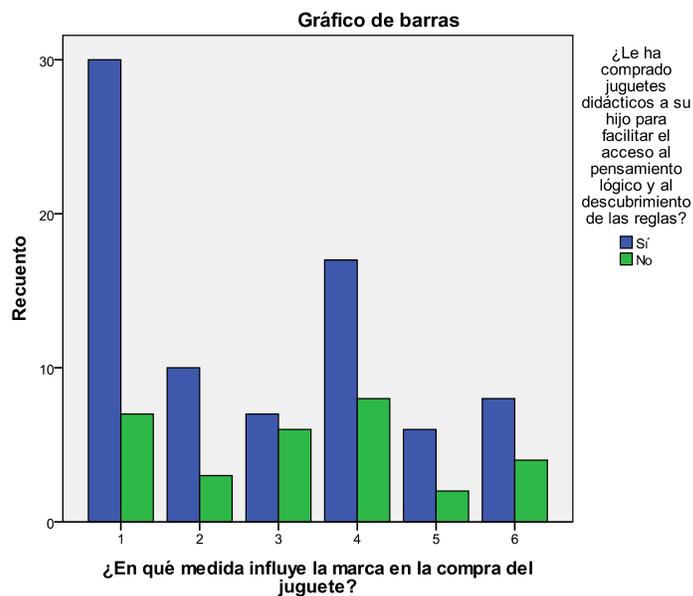
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	30	7	37
	2	10	3	13
	3	7	6	13
	4	17	8	25
	5	6	2	8
	6	8	4	12
Total		78	30	108

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,117
		¿Le ha comprado juguetes didácticos a su hijo para facilitar el acceso al pensamiento lógico y al descubrimiento de las reglas? dependiente	,198



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la televisión?

Tabla de contingencia

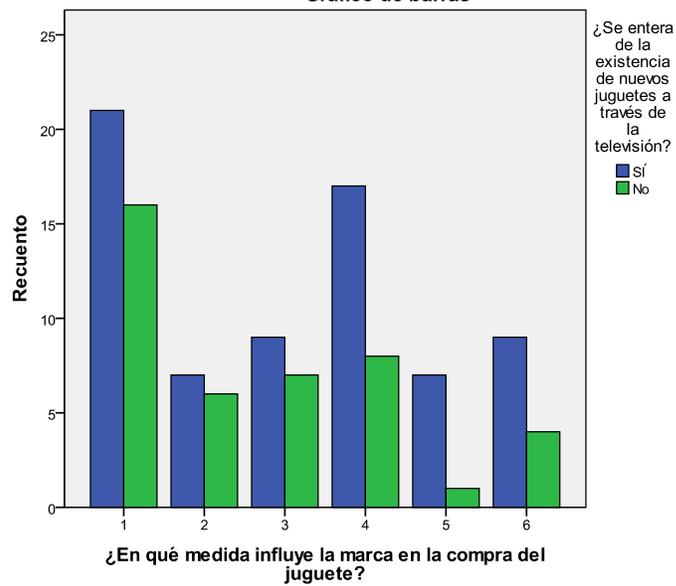
Recuento		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la televisión?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	21	16	37
	2	7	6	13
	3	9	7	16

	4	17	8	25
	5	7	1	8
	6	9	4	13
Total		70	42	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,143
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la televisión? dependiente	,187

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la radio?

Tabla de contingencia

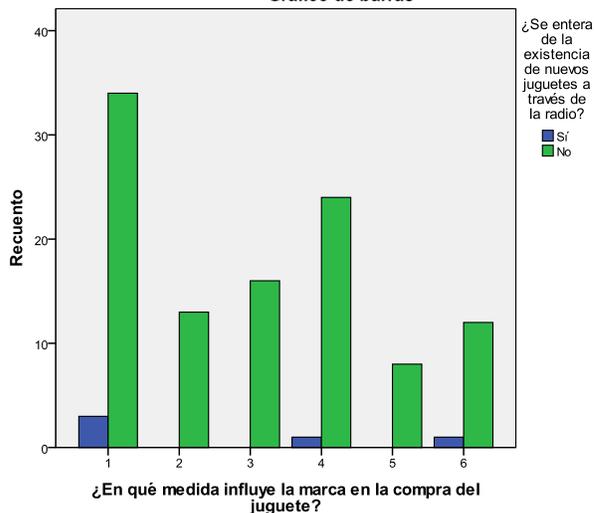
Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la radio?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	3	34	37
	2	0	13	13
	3	0	16	16
	4	1	24	25
	5	0	8	8
	6	1	12	13
Total		5	107	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,042
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la radio? dependiente	,169

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de revistas?

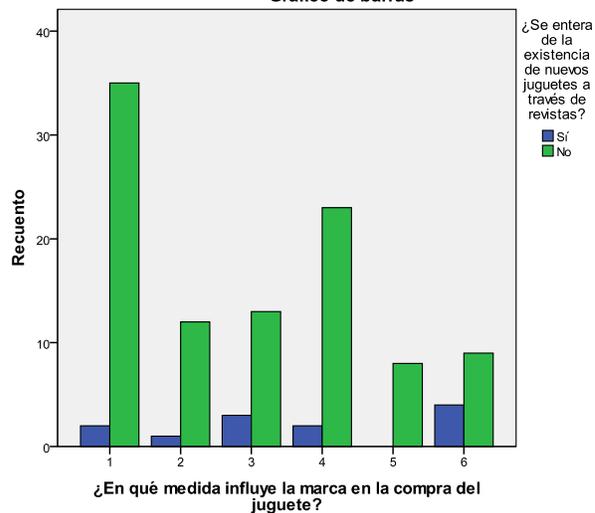
Tabla de contingencia

Recuento		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de revistas?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	2	35	37
	2	1	12	13
	3	3	13	16
	4	2	23	25
	5	0	8	8
	6	4	9	13
Total		12	100	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,163
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de revistas? dependiente	,282

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la prensa?

Tabla de contingencia

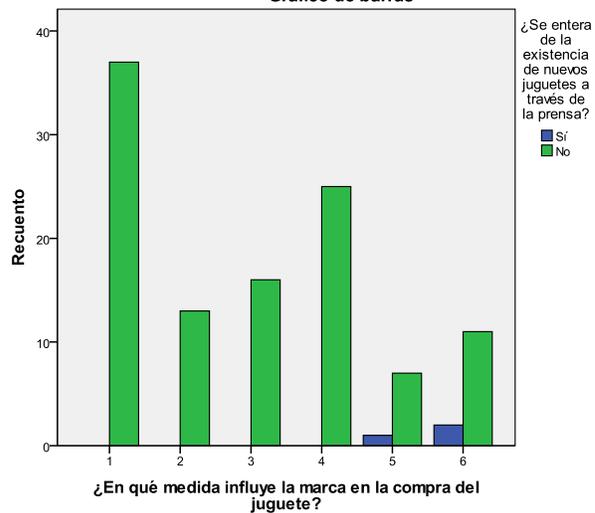
Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la prensa?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	0	37	37
	2	0	13	13
	3	0	16	16
	4	0	25	25
	5	1	7	8
	6	2	11	13
Total		3	109	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,262
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de la prensa? dependiente	,347

Gráfico de barras



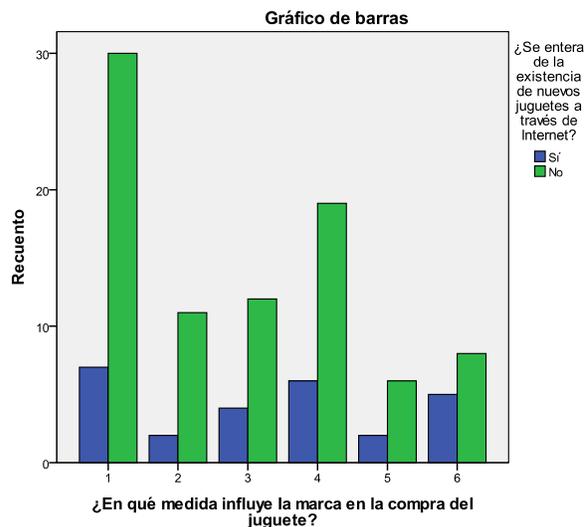
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de Internet?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de Internet?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	7	30	37
	2	2	11	13
	3	4	12	16
	4	6	19	25
	5	2	6	8
	6	5	8	13
Total		26	86	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,130
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través de Internet? dependiente	,152



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través familiares o amigos?

Tabla de contingencia

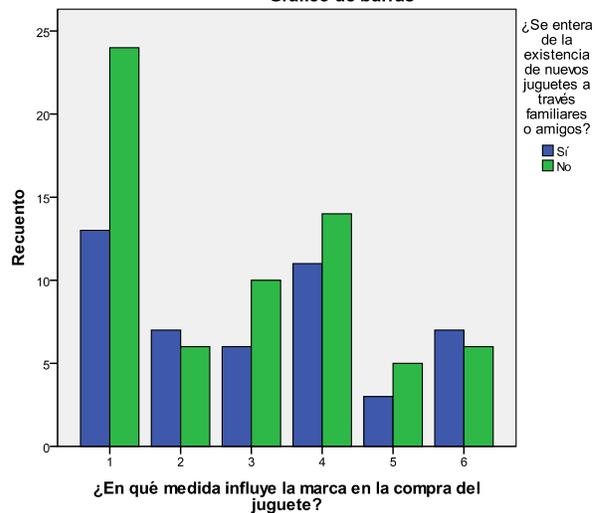
Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través familiares o amigos?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	13	24	37
	2	7	6	13
	3	6	10	16
	4	11	14	25
	5	3	5	8
	6	7	6	13
Total		47	65	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,083
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes a través familiares o amigos? dependiente	,148

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque su hijo se lo muestra y se lo pide?

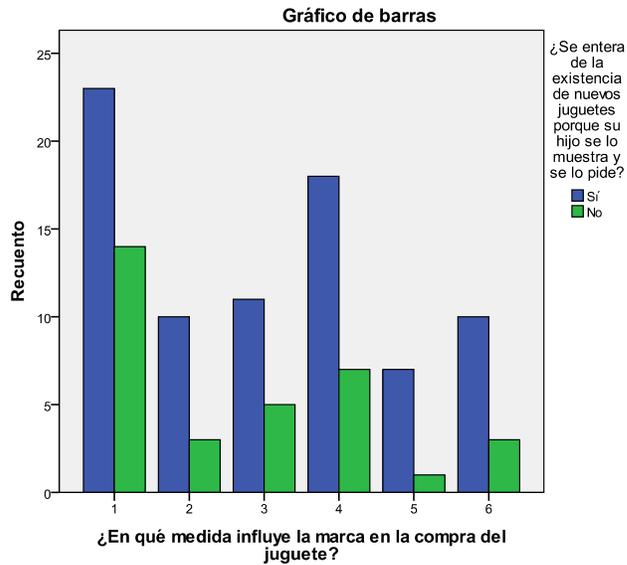
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque su hijo se lo muestra y se lo pide?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	23	14	37
marca en la compra del	2	10	3	13
juguete?	3	11	5	16
	4	18	7	25
	5	7	1	8
	6	10	3	13
Total		79	33	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,124
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque su hijo se lo muestra y se lo pide? dependiente	,161



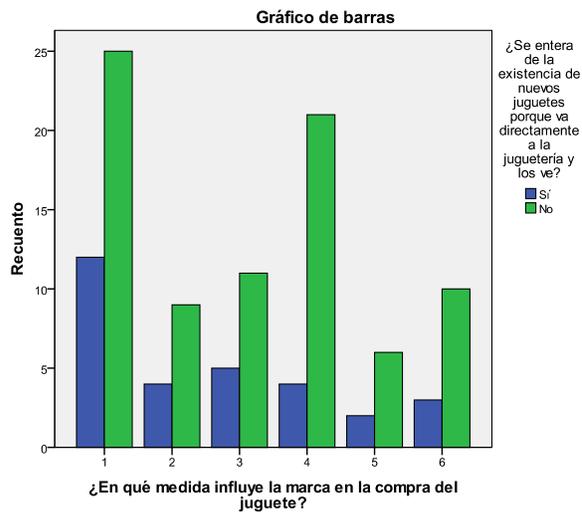
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Se enteró de la existencia de nuevos juguetes porque va directamente a la juguetería y los ve?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Se enteró de la existencia de nuevos juguetes porque va directamente a la juguetería y los ve?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	12	25	37
	2	4	9	13
	3	5	11	16
	4	4	21	25
	5	2	6	8
	6	3	10	13
Total		30	82	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,106
		¿Se entera de la existencia de nuevos juguetes porque va directamente a la juguetería y los ve? dependiente	,148



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes

Tabla de contingencia

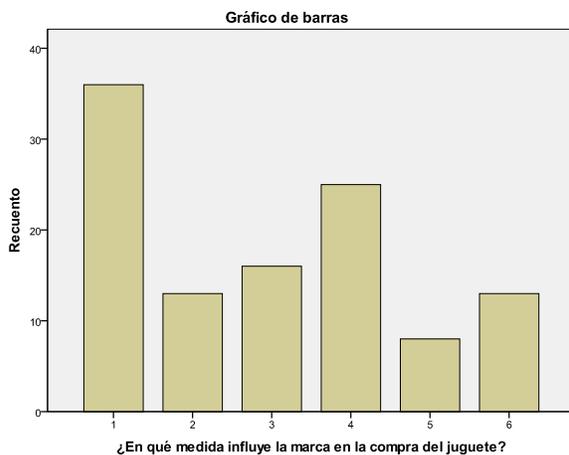
Recuento		No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes	
		No	Total
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	36	36
	2	13	13
	3	16	16
	4	25	25

	5	8	8
	6	13	13
Total		111	111

Medidas direccionales

	Valor
Nominal por intervalo Eta Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta cómo se entera de la existencia de nuevos juguetes es una constante.



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿La durabilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

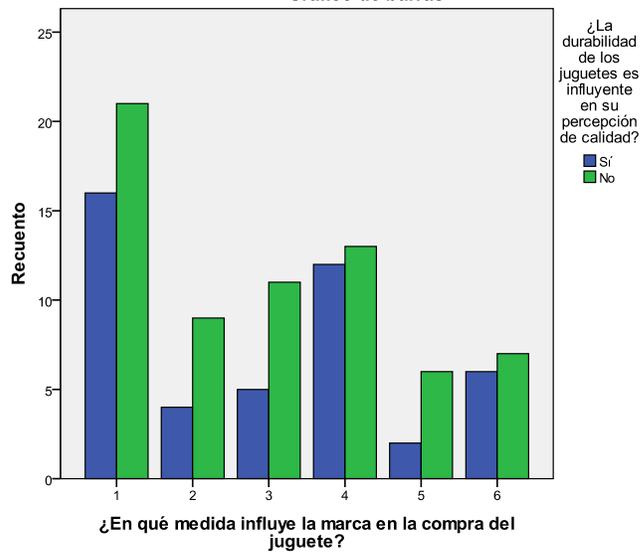
Tabla de contingencia

Recuento		¿La durabilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	16	21	37
	2	4	9	13
	3	5	11	16
	4	12	13	25
	5	2	6	8
	6	6	7	13
Total		45	67	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,009
		¿La durabilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,157

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Las funciones de los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?

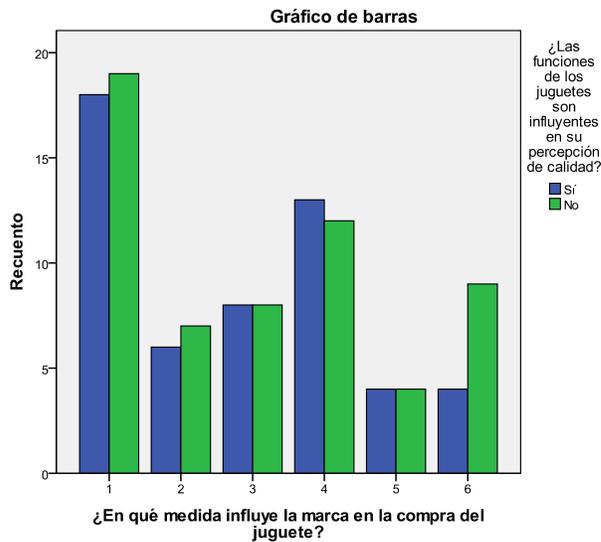
Tabla de contingencia

Recuento		¿Las funciones de los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	18	19	37
	2	6	7	13
	3	8	8	16

	4	13	12	25
	5	4	4	8
	6	4	9	13
Total		53	59	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,059
		¿Las funciones de los juguetes son influyentes en su percepción de calidad? dependiente	,125



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿La marca de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

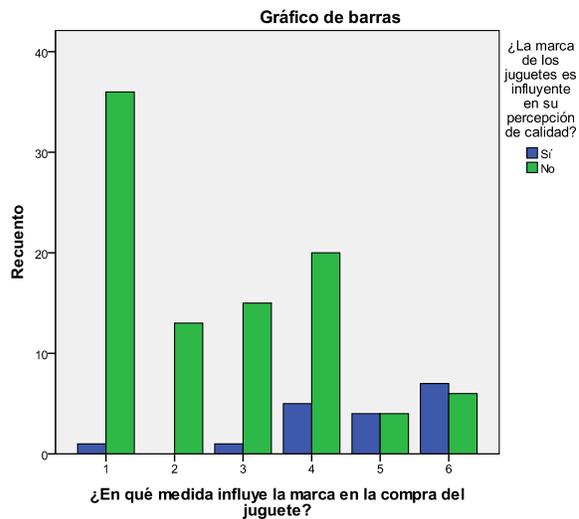
Tabla de contingencia

Recuento		
	¿La marca de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?	Total

		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	1	36	37
marca en la compra del	2	0	13	13
juguete?	3	1	15	16
	4	5	20	25
	5	4	4	8
	6	7	6	13
Total		18	94	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,466
		¿La marca de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,512



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿El riesgo de uso de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

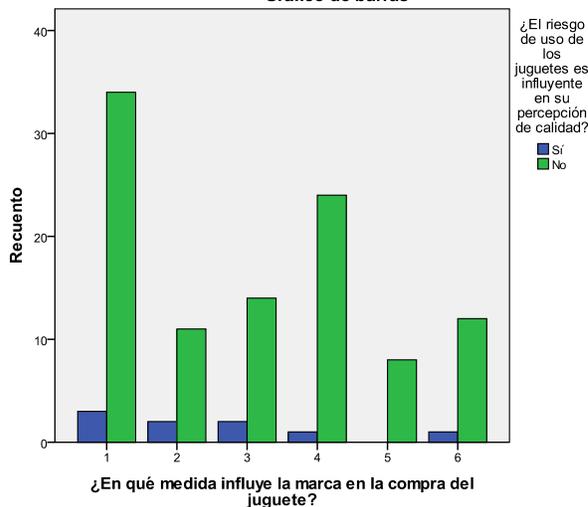
Recuento

		¿El riesgo de uso de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	3	34	37
	2	2	11	13
	3	2	14	16
	4	1	24	25
	5	0	8	8
	6	1	12	13
Total		9	103	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,065
		¿El riesgo de uso de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,153

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿La utilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad

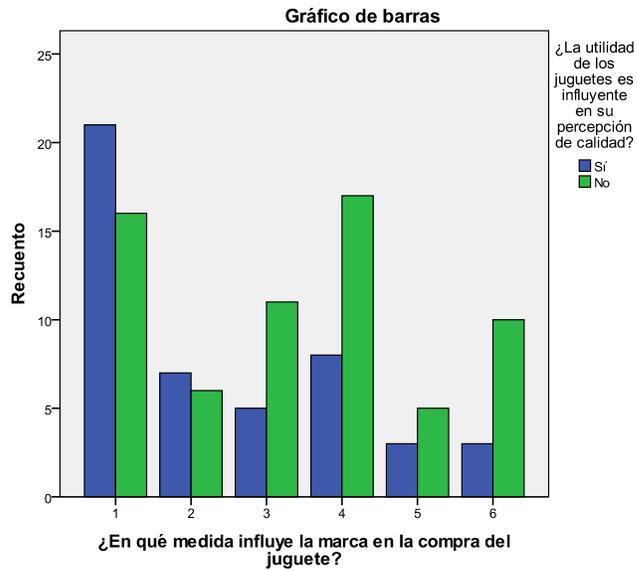
Tabla de contingencia

Recuento

		¿La utilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	21	16	37
	2	7	6	13
	3	5	11	16
	4	8	17	25
	5	3	5	8
	6	3	10	13
Total		47	65	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,241
		¿La utilidad de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,264



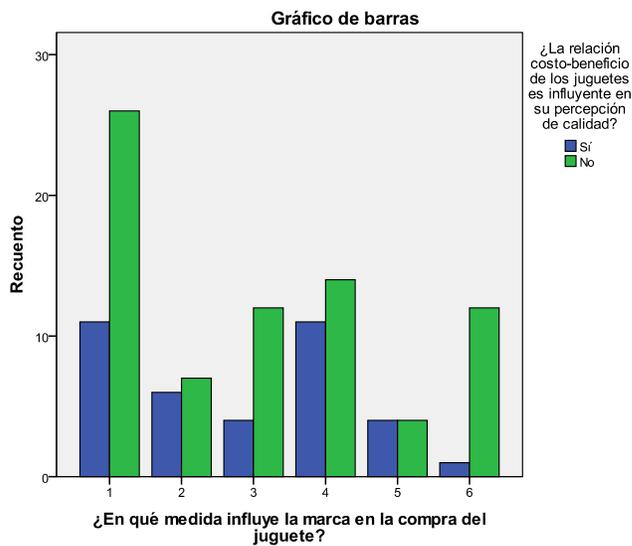
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿La relación costo-beneficio de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

Recuento		¿La relación costo-beneficio de los juguetes es influyente en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	11	26	37
	2	6	7	13
	3	4	12	16
	4	11	14	25
	5	4	4	8
	6	1	12	13
Total		37	75	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,041
		¿La relación costo-beneficio de los juguetes es influyente en su percepción de calidad? dependiente	,264



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?

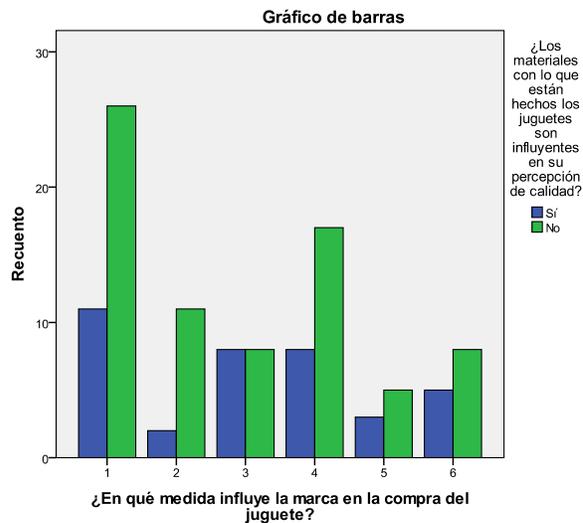
Tabla de contingencia

Recuento		¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	11	26	37

marca en la compra del juguete?	2	2	11	13
	3	8	8	16
	4	8	17	25
	5	3	5	8
	6	5	8	13
Total		37	75	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,080
		¿Los materiales con lo que están hechos los juguetes son influyentes en su percepción de calidad? dependiente	,197



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad?

Tabla de contingencia

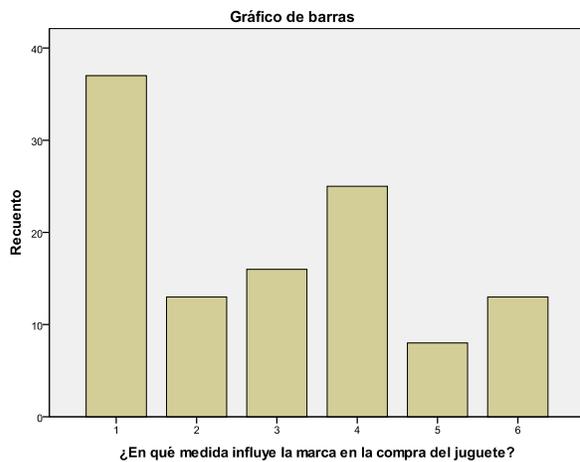
Recuento

		¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad?	
		No	Total
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	37	37
	2	13	13
	3	16	16
	4	25	25
	5	8	8
	6	13	13
Total		112	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque ¿Considera otro elemento de los juguetes como influencia en su percepción de calidad? es una constante.



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes

Tabla de contingencia

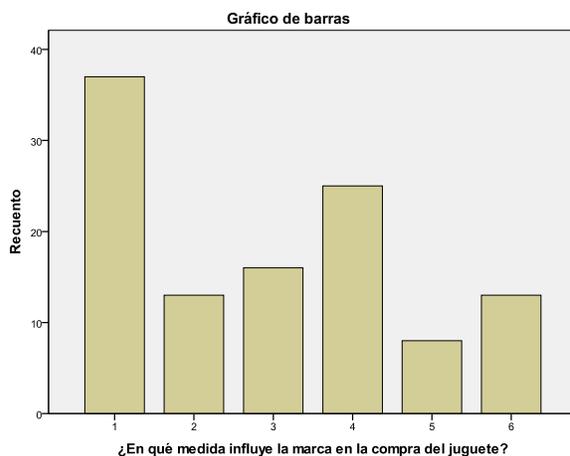
Recuento

		No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes	
		No	Total
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	37	37
	2	13	13
	3	16	16
	4	25	25
	5	8	8
	6	13	13
Total		112	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque No sabe / no contesta en qué se basa su percepción de calidad de los juguetes es una constante.



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete el niño?

Tabla de contingencia

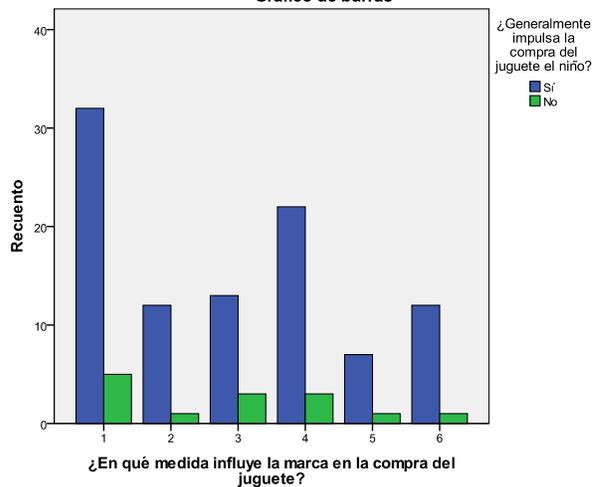
Recuento

		¿Generalmente impulsa la compra del juguete el niño?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	32	5	37
	2	12	1	13
	3	13	3	16
	4	22	3	25
	5	7	1	8
	6	12	1	13
Total		98	14	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,033
		¿Generalmente impulsa la compra del juguete el niño? dependiente	,102

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete usted?

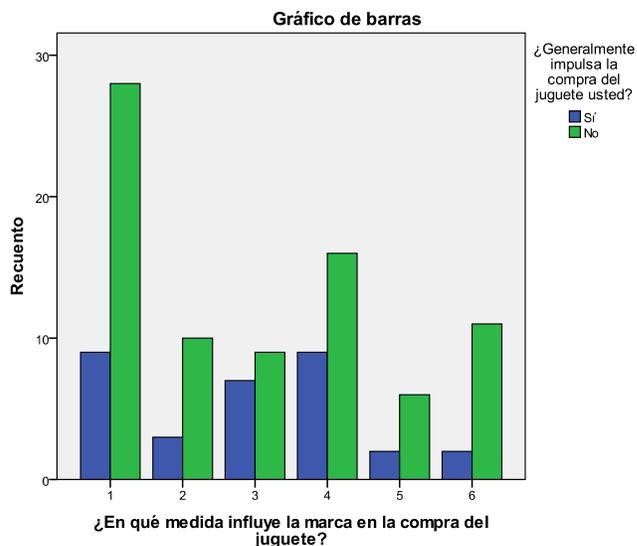
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Generalmente impulsa la compra del juguete usted?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	9	28	37
marca en la compra del	2	3	10	13
juguete?	3	7	9	16
	4	9	16	25
	5	2	6	8
	6	2	11	13
Total		32	80	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,000
		¿Generalmente impulsa la compra del juguete usted? dependiente	,193



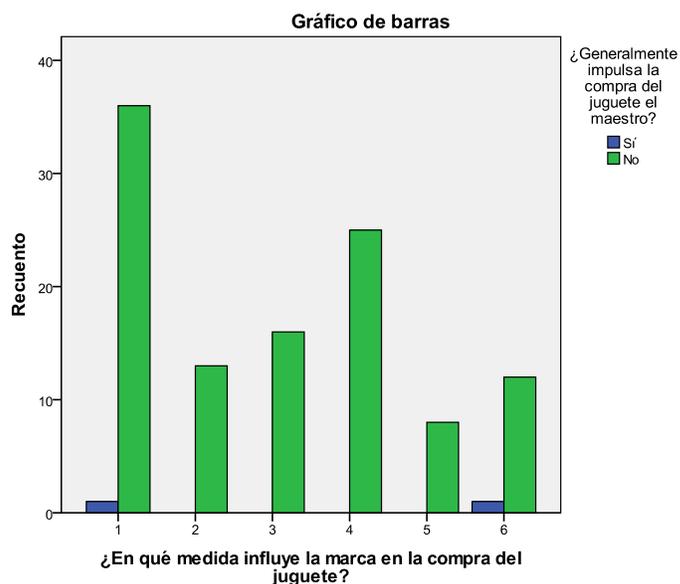
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete el maestro?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Generalmente impulsa la compra del juguete el maestro?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	1	36	37
	2	0	13	13
	3	0	16	16
	4	0	25	25
	5	0	8	8
	6	1	12	13
Total		2	110	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,044
		¿Generalmente impulsa la compra del juguete el maestro? dependiente	,186



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete otro padre?

Tabla de contingencia

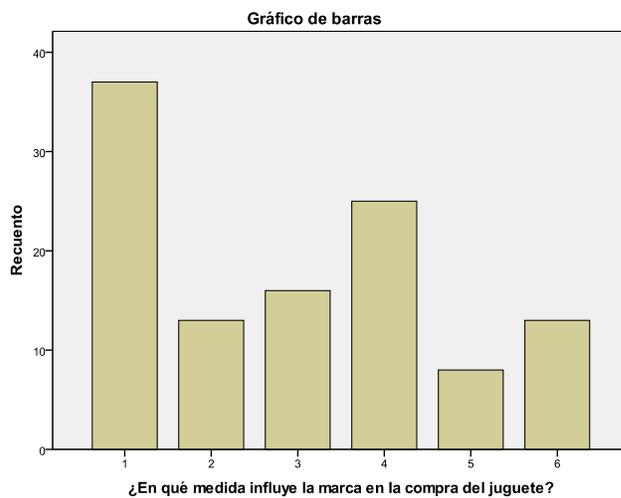
Recuento		¿Generalmente impulsa la compra del juguete otro padre?	
		No	Total
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	37	37
	2	13	13
	3	16	16
	4	25	25
	5	8	8

	6	13	13
Total		112	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Simétrica	. ^a

a. No se calculará ningún estadístico porque
¿Generalmente impulsa la compra del juguete otro padre?
es una constante.



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Generalmente impulsa la compra del juguete la familia?

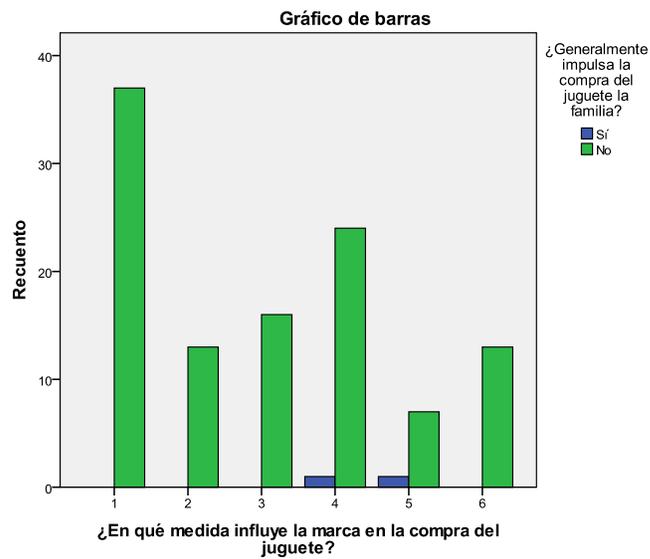
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Generalmente impulsa la compra del juguete la familia?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	0	37	37
	2	0	13	13
	3	0	16	16
	4	1	24	25
	5	1	7	8
	6	0	13	13
Total		2	110	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,122
		¿Generalmente impulsa la compra del juguete la familia? dependiente	,257



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * ¿Considera que otra persona impulsa la compra del juguete?

Tabla de contingencia

Recuento		¿Considera que otra persona impulsa la compra del juguete?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	1	36	37
	2	0	13	13
	3	0	16	16
	4	0	25	25
	5	0	8	8
	6	0	13	13

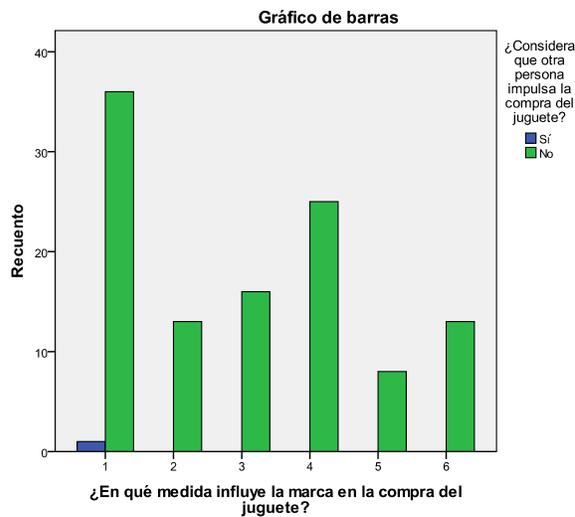
Tabla de contingencia

Recuento

		¿Considera que otra persona impulsa la compra del juguete?		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	1	36	37
	2	0	13	13
	3	0	16	16
	4	0	25	25
	5	0	8	8
	6	0	13	13
Total		1	111	112

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,106
		¿Considera que otra persona impulsa la compra del juguete? dependiente	,135



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo en ocasiones especiales

Tabla de contingencia

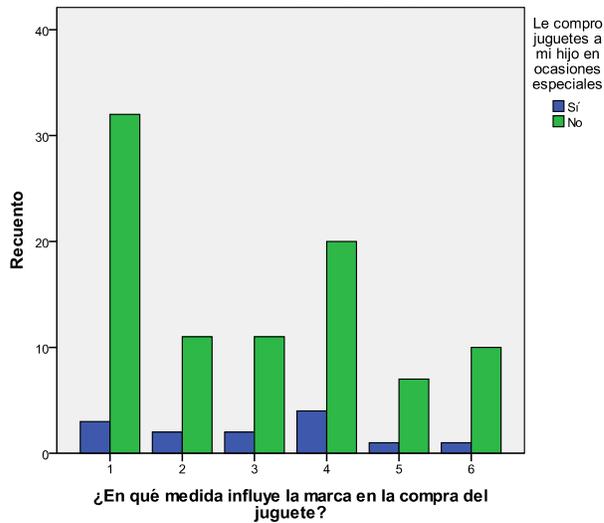
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en ocasiones especiales		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	3	32	35
	2	2	11	13
	3	2	11	13
	4	4	20	24
	5	1	7	8
	6	1	10	11
Total		13	91	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,038
		Le compro juguetes a mi hijo en ocasiones especiales dependiente	,107

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo en su cumpleaños

Tabla de contingencia

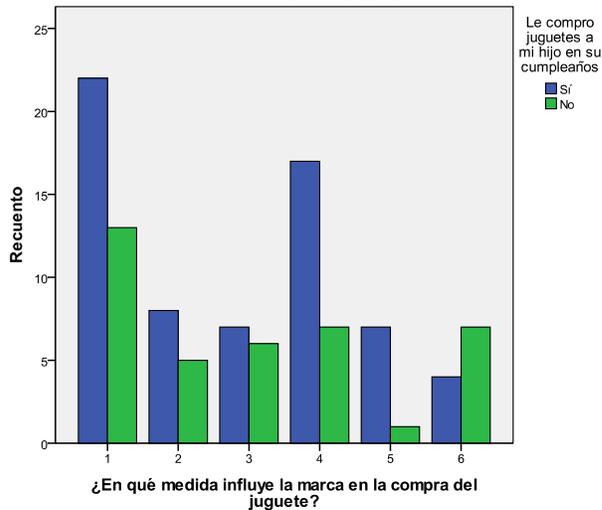
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en su cumpleaños		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	22	13	35
	2	8	5	13
	3	7	6	13
	4	17	7	24
	5	7	1	8
	6	4	7	11
Total		65	39	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,032
		Le compro juguetes a mi hijo en su cumpleaños dependiente	,249

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo en navidad

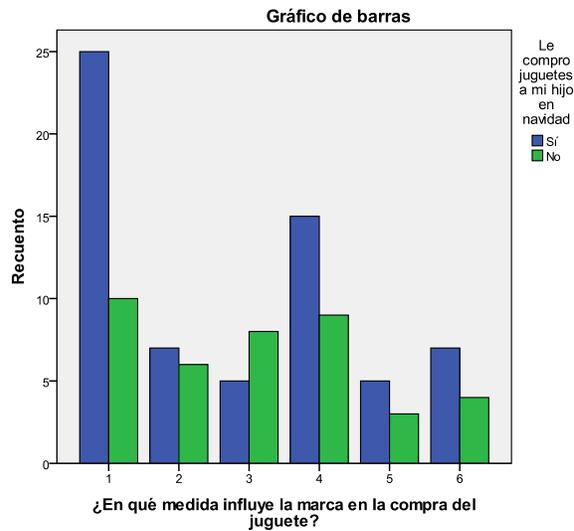
Tabla de contingencia

Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en navidad		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	25	10	35
marca en la compra del	2	7	6	13
juguete?	3	5	8	13
	4	15	9	24
	5	5	3	8
	6	7	4	11
Total		64	40	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,056
		Le compro juguetes a mi hijo en navidad dependiente	,213



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo en el fin de curso

Tabla de contingencia

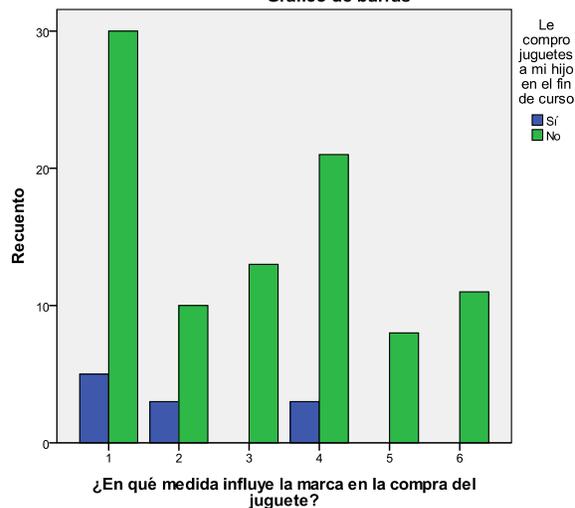
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en el fin de curso		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	5	30	35
	2	3	10	13
	3	0	13	13
	4	3	21	24
	5	0	8	8
	6	0	11	11
Total		11	93	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,163
		Le compro juguetes a mi hijo en el fin de curso dependiente	,251

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo en el día del niño

Tabla de contingencia

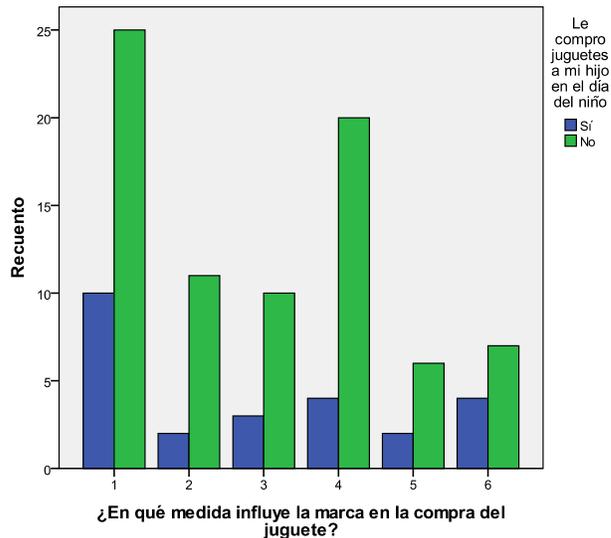
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en el día del niño		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	10	25	35
	2	2	11	13
	3	3	10	13
	4	4	20	24
	5	2	6	8
	6	4	7	11
Total		25	79	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,005
		Le compro juguetes a mi hijo en el día del niño dependiente	,157

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo como premio para motivarlo

Tabla de contingencia

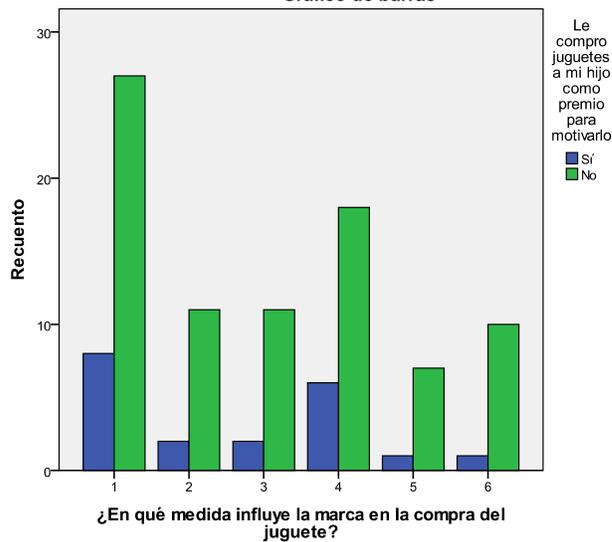
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo como premio para motivarlo		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	8	27	35
	2	2	11	13
	3	2	11	13
	4	6	18	24
	5	1	7	8
	6	1	10	11
Total		20	84	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,072
		Le compro juguetes a mi hijo como premio para motivarlo dependiente	,139

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo en las vacaciones

Tabla de contingencia

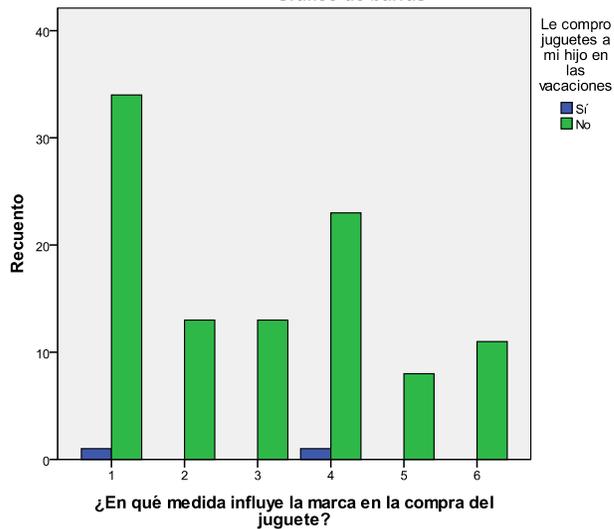
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en las vacaciones		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	1	34	35
marca en la compra del	2	0	13	13
juguete?	3	0	13	13
	4	1	23	24
	5	0	8	8
	6	0	11	11
Total		2	102	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,033
		Le compro juguetes a mi hijo en las vacaciones dependiente	,127

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo en ferias

Tabla de contingencia

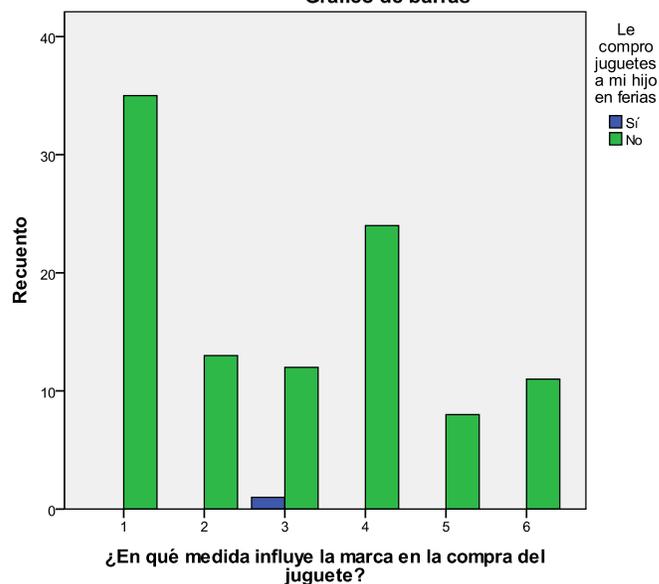
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en ferias		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	0	35	35
marca en la compra del	2	0	13	13
juguete?	3	1	12	13
	4	0	24	24
	5	0	8	8
	6	0	11	11
Total		1	103	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,006
		Le compro juguetes a mi hijo en ferias dependiente	,261

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo cuando está enfermo

Tabla de contingencia

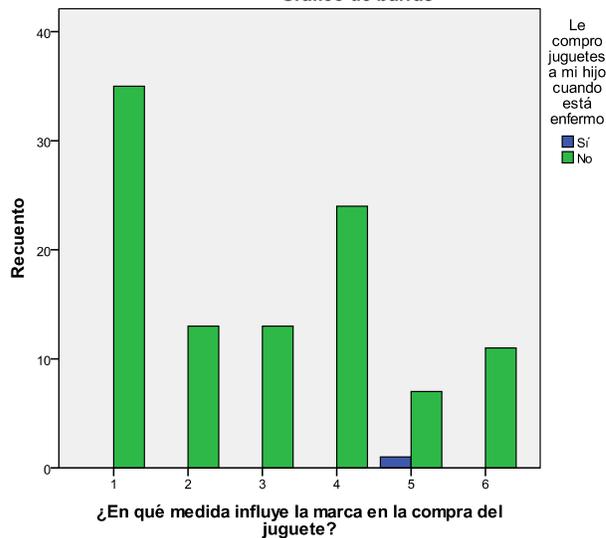
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando está enfermo		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	0	35	35
marca en la compra del	2	0	13	13
juguete?	3	0	13	13
	4	0	24	24
	5	1	7	8
	6	0	11	11
Total		1	103	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,120
		Le compro juguetes a mi hijo cuando está enfermo dependiente	,341

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo después de sus conciertos

Tabla de contingencia

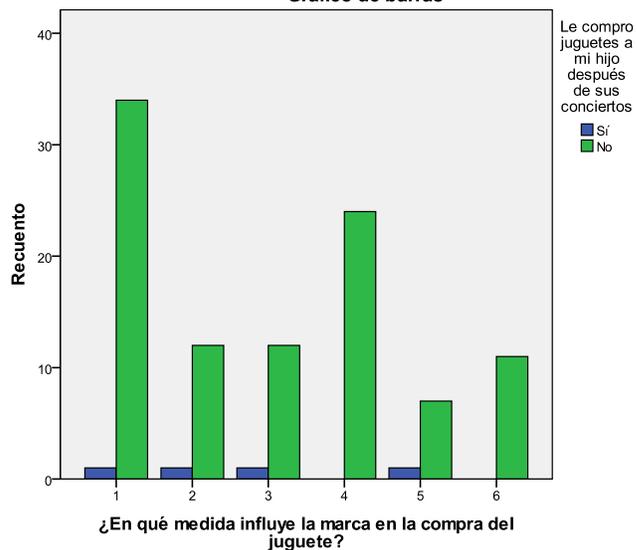
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo después de sus conciertos		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	1	34	35
marca en la compra del	2	1	12	13
juguete?	3	1	12	13
	4	0	24	24
	5	1	7	8
	6	0	11	11
Total		4	100	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,018
		Le compro juguetes a mi hijo después de sus conciertos dependiente	,200

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo cuando salimos

Tabla de contingencia

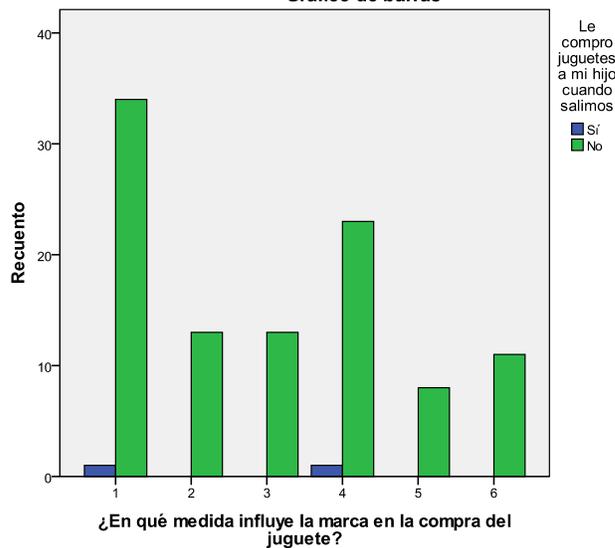
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando salimos		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	1	34	35
marca en la compra del	2	0	13	13
juguete?	3	0	13	13
	4	1	23	24
	5	0	8	8
	6	0	11	11
Total		2	102	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,033
		Le compro juguetes a mi hijo cuando salimos dependiente	,127

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo para los Reyes Magos

Tabla de contingencia

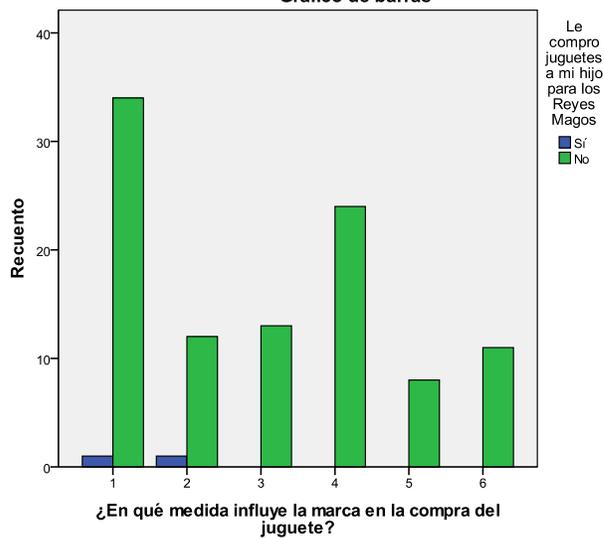
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo para los Reyes Magos		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	1	34	35
	2	1	12	13
	3	0	13	13
	4	0	24	24
	5	0	8	8
	6	0	11	11
Total		2	102	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,114
		Le compro juguetes a mi hijo para los Reyes Magos dependiente	,185

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo cuando los quiere

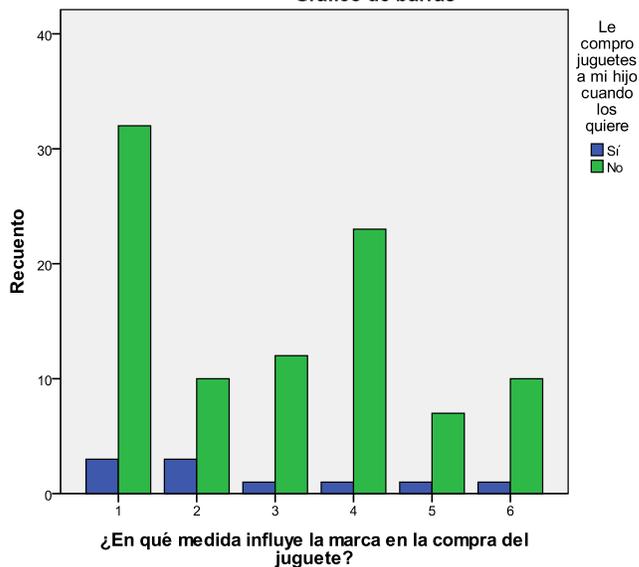
Tabla de contingencia

Recuento		Le compro juguetes a mi hijo cuando los quiere		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	3	32	35
marca en la compra del	2	3	10	13
juguete?	3	1	12	13
	4	1	23	24
	5	1	7	8
	6	1	10	11
Total		10	94	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,039
		Le compro juguetes a mi hijo cuando los quiere dependiente	,189

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo cuando los necesita

Tabla de contingencia

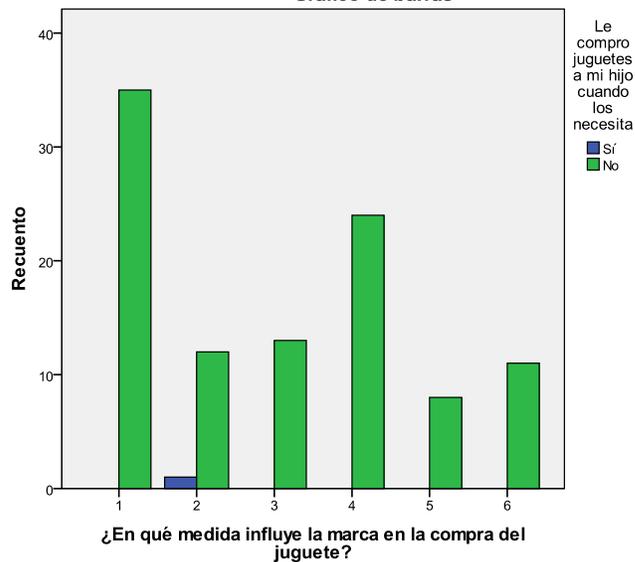
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando los necesita		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	0	35	35
marca en la compra del	2	1	12	13
juguete?	3	0	13	13
	4	0	24	24
	5	0	8	8
	6	0	11	11
Total		1	103	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,052
		Le compro juguetes a mi hijo cuando los necesita dependiente	,261

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo en su primera comunión

Tabla de contingencia

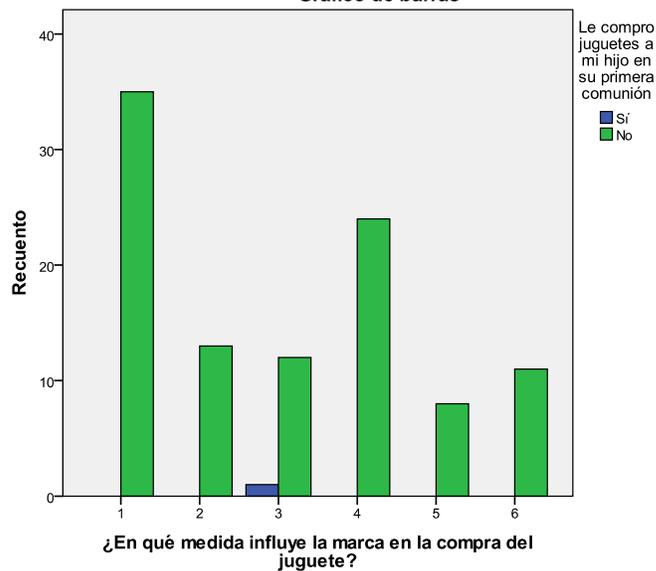
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo en su primera comunión		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	0	35	35
	2	0	13	13
	3	1	12	13
	4	0	24	24
	5	0	8	8
	6	0	11	11
Total		1	103	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,006
		Le compro juguetes a mi hijo en su primera comunión dependiente	,261

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo cuando me provoca

Tabla de contingencia

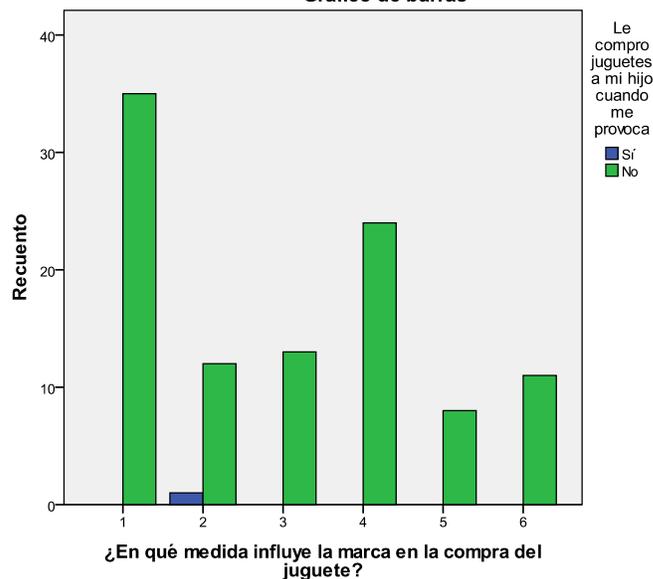
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando me provoca		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	0	35	35
marca en la compra del	2	1	12	13
juguete?	3	0	13	13
	4	0	24	24
	5	0	8	8
	6	0	11	11
Total		1	103	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,052
		Le compro juguetes a mi hijo cuando me provoca dependiente	,261

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Le compro juguetes a mi hijo cuando tengo dinero

Tabla de contingencia

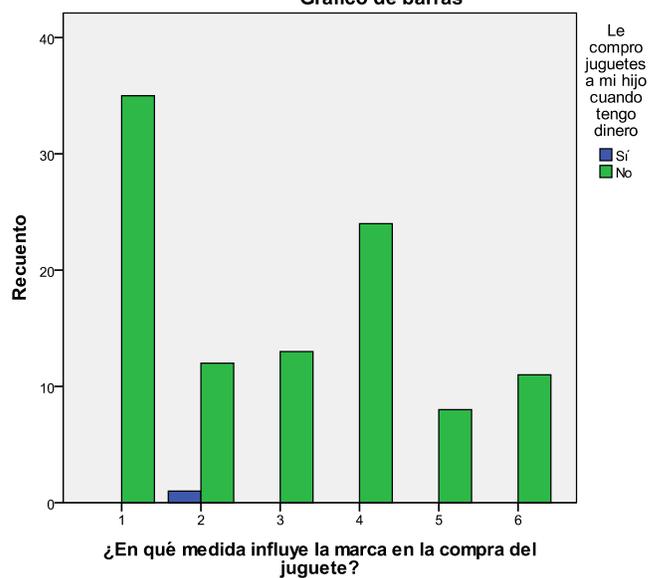
Recuento

		Le compro juguetes a mi hijo cuando tengo dinero		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	0	35	35
marca en la compra del	2	1	12	13
juguete?	3	0	13	13
	4	0	24	24
	5	0	8	8
	6	0	11	11
Total		1	103	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,052
		Le compro juguetes a mi hijo cuando tengo dinero dependiente	,261

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * No hay ocasión específica para comprarle juguetes a mi hijo

Tabla de contingencia

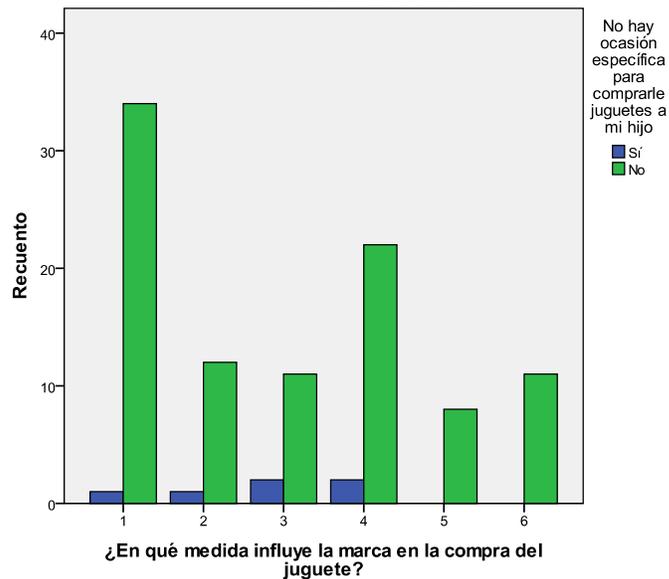
Recuento

		No hay ocasión específica para comprarle juguetes a mi hijo		Total
		Sí	No	
¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?	1	1	34	35
	2	1	12	13
	3	2	11	13
	4	2	22	24
	5	0	8	8
	6	0	11	11
Total		6	98	104

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,010
		No hay ocasión específica para comprarle juguetes a mi hijo dependiente	,203

Gráfico de barras



¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? * Siempre le compro juguetes a mi hijo

Tabla de contingencia

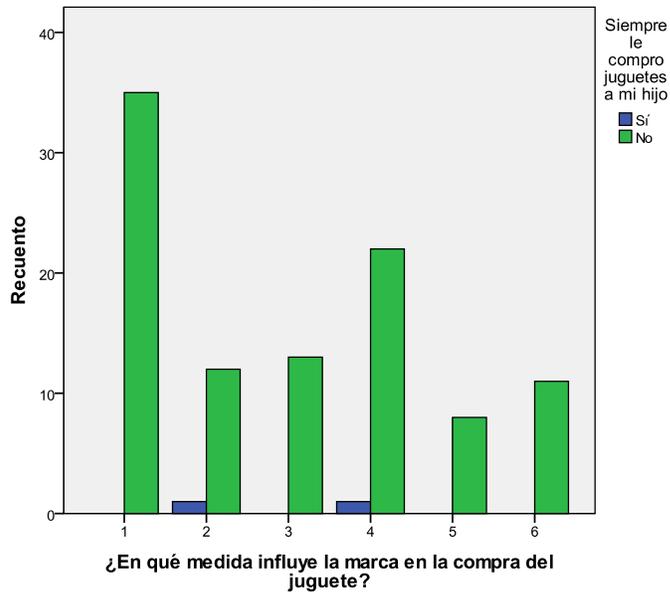
Recuento

		Siempre le compro juguetes a mi hijo		Total
		hijo		
		Sí	No	
¿En qué medida influye la	1	0	35	35
marca en la compra del	2	1	12	13
juguete?	3	0	13	13
	4	1	22	23
	5	0	8	8
	6	0	11	11
Total		2	101	103

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete? dependiente	,009
		Siempre le compro juguetes a mi hijo dependiente	,204

Gráfico de barras



Análisis estadísticos escalares

Estadísticos

		Edad	¿Cuánto considera que es lo justo pagar por un juguete didáctico?	¿En qué medida influye la marca en la compra del juguete?
N	Válidos	105	84	112
	Perdidos	10	31	3
	Media	40,66	204,94	2,94
	Mediana	40,00	200,00	3,00
	Moda	42	150 ^a	1
	Desv. típ.	7,523	87,149	1,736
	Asimetría	2,578	,381	,340
	Error típ. de asimetría	,236	,263	,228
	Curtosis	13,581	-,207	-1,145
	Error típ. de curtosis	,467	,520	,453

a. Existen varias modas. Se mostrará el menor de los valores.