TESIS UANCV
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
"OFICINA DE INVESTIGACIÓN"

UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA VENTA DE JUGUETES TECNOLÓGICOS EN EL JIRÓN JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI – JULIACA 2024

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. RITA SAMANTHA BENITES CRUZ

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

JULIACA – PERÚ

2024

OFICINA DE INVESTIGACIÓN
Tesis Publicada con autorización del autor
http://repositorio.uancv.edu.pe/

TESIS UANCV

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
"OFICINA DE INVESTIGACIÓN"

UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA VENTA DE JUGUETES TECNOLÓGICOS EN EL JIRÓN JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI – JULIACA 2024

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. RITA SAMANTHA BENITES CRUZ

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE : _____
Dra. BERTHA BEJAR PARRA

PRIMER MIEMBRO : _____
Dr. ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERON

SEGUNDO MIEMBRO : _____
Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

ASESOR DE TESIS : _____
Dr. ULISES AGUILAR PINTO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN : ECONOMÍA SECTORIAL– P16

OFICINA DE INVESTIGACIÓN
Tesis Publicada con autorización del autor

http://repositorio.uancv.edu.pe/

TESIS UANCV
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
"OFICINA DE INVESTIGACIÓN"

RESOLUCIÓN N° 771-2024-D-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 13 de diciembre del 2024

VISTOS: El Oficio No 085-2024-DUI-FCCF-UANCV de fecha 04 de diciembre del 2024, emitido por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y El **Expediente N° CU – 18208** presentado por el (la) Bachiller: **BENITES CRUZ RITA SAMANTHA,** quien ***solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación***, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulado: **FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA VENTA DE JUGUETES TECNOLÓGICOS EN EL JIRÓN JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI – JULIACA 2024** conducente para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES,** que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Economía y Negocios Internacionales

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el artículo 8°, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Y estando, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y las atribuciones que confiere el artículo 28° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: DECLARAR APTO para la sustentación presencial del informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) el (la) bachiller: **BENITES CRUZ RITA SAMANTHA,** sorteo de jurado de la Tesis titulada: **FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA VENTA DE JUGUETES TECNOLÓGICOS EN EL JIRÓN JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI – JULIACA 2024,** para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES** en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: NOMINAR JURADOS para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

Presidente	: Dra. BERTHA BEJAR PARRA
1er Miembro	: Dr. ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERON
2do Miembro	: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA
Asesor	: Dr. ULISES AGUILAR PINTO

ARTÍCULO TERCERO.- PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

Lugar	: Salón de Grados de la FCCF
Fecha	: jueves, 19 de diciembre del 2024
Hora	: 09:30 a.m.

ARTÍCULO CUARTO.- DISPONER que la comisión de Grados y Títulos de la facultad, secretarias académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:
- Jurados (3)
- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
DECANATURA
JULIACA

UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Dra. BERTHA BEJAR PARRA
Decana (e) de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras

OFICINA DE INVESTIGACIÓN
Tesis Publicada con autorización del autor
http://repositorio.uancv.edu.pe/
Scanned with CamScanner

TESIS UANCV

RESOLUCIÓN N° 640-2024-DUI-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 12 de noviembre del 2024

Visto: el Expediente N° 2024-CU-15922 de fecha 30 de octubre del 2024, del **Bach. BENITES CRUZ RITA SAMANTHA**, quien solicita Revisión de Informe Final de la Investigación (Borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **Economía y Negocios Internacionales**.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. **BENITES CRUZ RITA SAMANTHA**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA VENTA DE JUGUETES TECNOLÓGICOS EN EL JIRÓN JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI – JULIACA 2024,** asimismo fue aprobado para su ejecución de informe final (borrador de tesis) con RESOLUCIÓN N°158-2024-DUI-FCCF-UANCV-J, conducente para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES,** y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, la Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Economía y Negocios Internacionales, corroboro la propuesta del (a) ASESOR (a) Dr. ULISES AGUILAR PINTO, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS) para la REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN, del tema titulado: **FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA VENTA DE JUGUETES TECNOLÓGICOS EN EL JIRÓN JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI – JULIACA 2024,** presentado por el (la) Bachiller. **BENITES CRUZ RITA SAMANTHA,** para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: **RATIFICAR** como ASESOR(a) al: **Dr. ULISES AGUILAR PINTO**

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER que la Facultad, secretarias académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dra. Yudy Huacani Sucasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FCCF

DISTRIBUCIÓN:
- Interesados (1)
- Archivo (1)

Scanned with CamScanner

OFICINA DE INVESTIGACIÓN
Tesis Publicada con autorización del autor
http://repositorio.uancv.edu.pe/

TESIS UANCV

RESOLUCIÓN N° 605-2024-DUI-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 30 de octubre del 2024

Visto: el Expediente N° 2024-CU-15921 de fecha 30 de octubre del 2024, del **Bach. BENITES CRUZ RITA SAMANTHA**, quien solicita modificación de título de propuesta de investigación conducente a optar el Título Profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**.

CONSIDERANDO:

Que, según RESOLUCIÓN Nº158-2024-DUI-FCCF-UANCV-J y se aprueba la propuesta de investigación titulada: FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA IMPORTACIÓN DE JUGUETES EN CONDICIÓN DE MERCANCÍAS RESTRINGIDAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2024, y habiendo solicitado modificación de título de propuesta de investigación que en adelante se titulara: **FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA VENTA DE JUGUETES TECNOLÓGICOS EN EL JIRÓN JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI – JULIACA 2024**, revisado por el comité de investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, integrado por:

MIEMBROS : Dr. JESUS MAMANI MAMANI
: Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA
Asesor : Dr. ULISES AGUILAR PINTO

Que, viendo la solicitud de modificación de título de propuesta de investigación, solicitado por la recurrente.

Que es necesario dar cumplimiento a la ley Nº30220, al Estatuto Universitario y al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

Estando el expediente presentado por el recurrente a la Oficina de Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables Y financieras, y en uso de las atribuciones que le confiere la Ley Universitaria Nº 30220, Ley de creación de la UANCV Nº 23738 y modificatoria, Resolución de Institucionalización 1287-92-ANR.D.L. Nº 739 y el estatuto de la UANCV, el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR LA MODIFICACIÓN DEL TÍTULO DE PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN, designado a él(a) egresado (a) **BENITES CRUZ RITA SAMANTHA,** para la ejecución que en adelante quedara titulado: **FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA VENTA DE JUGUETES TECNOLÓGICOS EN EL JIRÓN JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI – JULIACA 2024,** para obtener el Título de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**.

ARTÍCULO SEGUNDO: **Disponer** que los comités de investigación designados den continuidad al trámite de evaluación y calificación del trabajo de tesis o sustentación de tesis, según sea el caso que se presente en cada expediente. Quedando valido en sus demás disposiciones la Resolución de aprobación de propuesta de investigación que se menciona en el considerado.

ARTÍCULO TERCERO: Disponer que la Facultad, secretarias académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

UNIVERSIDAD ANDINA
"NESTOR CACERES VELASQUEZ"

Dra. Yudy Huacani Sucasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FCCF

DISTRIBUCIÓN:
- *Interesados* (1)
- *Archivo* (1)

Scanned with CamScanner

OFICINA DE INVESTIGACIÓN
Tesis Publicada con autorización del autor
http://repositorio.uancv.edu.pe/

TESIS UANCV

UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N° 158 - 2024-DUI-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 10 de junio del 2024

Visto: el Expediente N° 2024-CU-6316 de fecha 28 de mayo del 2024, el cual solicita Revisión de Propuesta de Investigación y el **Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **Economía y Negocios Internacionales**.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. **BENITES CRUZ RITA SAMANTHA**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA IMPORTACIÓN DE JUGUETES EN CONDICIÓN DE MERCANCÍAS RESTRINGIDAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2024,** conducente para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES,** y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución Nº 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, la Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Economía y Negocios Internacionales, corroboro la propuesta del (a) ASESOR (a) Dr. ULISES AGUILAR PINTO, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución Nº 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria Nº 30220, Ley de Creación de la UANCV Nº 23738 y Modificatoria Nº 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN titulado: **FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA IMPORTACIÓN DE JUGUETES EN CONDICIÓN DE MERCANCÍAS RESTRINGIDAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2024,** presentado por el (la) Bachiller: **BENITES CRUZ RITA SAMANTHA,** en virtud de los considerados expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: **RECONOCER** como ASESOR(a) al (a): **Dr. ULISES AGUILAR PINTO**

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER que la Facultad, secretarias académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FCCF

DISTRIBUCIÓN:
- Interesados (1)
- Archivo (1)

OFICINA DE INVESTIGACIÓN
Tesis Publicada con autorización del autor
http://repositorio.uancv.edu.pe/
Scanned with CamScanner

FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA VENTA DE JUGUETES TECNOLÓGICOS EN EL JIRÓN JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI – JULIACA 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

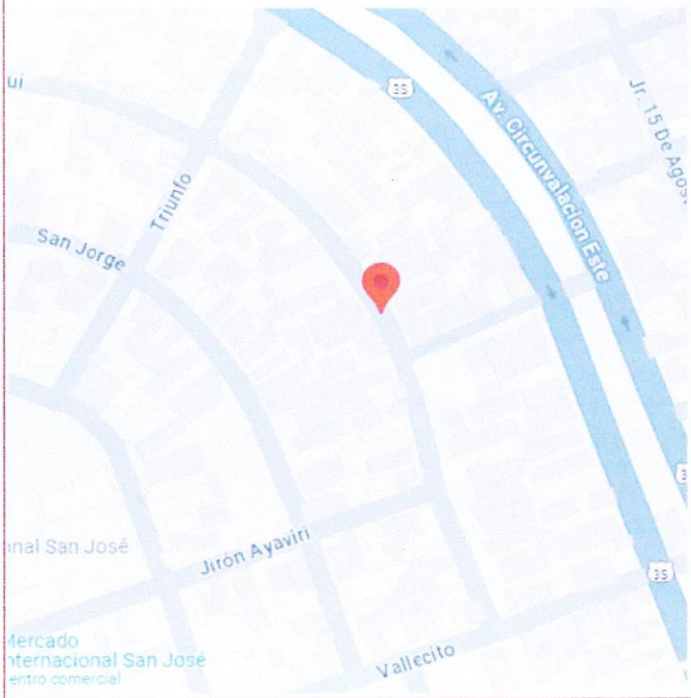
13%	10%	2%	8%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	5%
2	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	www.vegabaja.gov.pr Fuente de Internet	1%
4	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	virtual.urbe.edu Fuente de Internet	<1%
6	1library.co Fuente de Internet	<1%
7	www.regie-energie.qc.ca Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1%

Metadatos complementarios - UANCV

TITULO	
FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA VENTA DE JUGUETES TECNOLÓGICOS EN EL JIRÓN JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI – JULIACA 2024	
Datos de autor	
Nombres y Apellidos	RITA SAMANTHA BENITES CRUZ
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	74717356
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0009-5442-6748
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	ULISES AGUILAR PINTO
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02295853
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0001-9135-7782
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres Y Apellidos	BERTHA BEJAR PARRA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02387777
Miembro del jurado 1	
Nombres Y Apellidos	ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERON
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	29433035
Miembro del jurado 2	
Nombres Y Apellidos	YUDY HUACANI SUCASACA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40673820

Datos de investigación	
Línea de investigación	ECONOMÍA SECTORIAL – P16
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	**Dirección**: JIRÓN JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI **País**: PERÚ **Departamento:** PUNO **Provincia**: SAN ROMÁN **Distrito**: JULIACA **Coordenadas.** **Latitud:** -15.48197 **Longitud:** -70.12654 https://maps.app.goo.gl/gum7G6hVGGwJ9kQi7 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	JUNIO 2024 - DICIEMBRE 2024
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	Economía, Negocios https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00 Economía https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01

UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Dra. Vicky Huacani Sucasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FCCF

TESIS UANCV
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
"OFICINA DE INVESTIGACIÓN"

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo RITA SAMANTHA BENITES CRUZ, identificado con DNI Nro. 74717356 en mi condición de egresado de:

☑ **Escuela Profesional**

☐ **Programa de Segunda Especialidad,**

☐ **Programa de Maestría o Doctorado**

ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES,

informo que he elaborado el/la ☑ **Tesis** o ☐ **Trabajo de Investigación,** ☐ **Trabajo Académico** denominada:

"FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA VENTA DE JUGUETES TECNOLÓGICOS EN EL JIRÓN JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI – JULIACA 2024"

Asesorado por: Dr. ULISES AGUILAR PINTO

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como suyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 03 de Enero del 2025

FIRMA (ASESOR)

FIRMA (obligatoria)

Huella

OFICINA DE INVESTIGACIÓN
Tesis Publicada con autorización del autor
http://repositorio.uancv.edu.pe/

DEDICATORIA

A Dios, quien me ha proporcionado la fuerza y la sabiduría necesarias para completar este proyecto.

A mis padres de manera especial Juan Benites Noriega y Gladys Rita Cruz Hilasaca de Benites, pues fueron los principales cimientos de construcción de mi vida profesional, quienes me demostraron que nada es fácil y que todo se puede lograr si nos proponemos.

A mis hermanos Jhordy y Miguel Ángel quienes siempre me dieron su apoyo incondicional para poder sacar adelante este proyecto.

A mi abuelo Dr. Miguel Ángel Cruz Velásquez, aunque no esté físicamente, su espíritu y sus enseñanzas viven en cada paso que doy.

OFICINA DE INVESTIGACIÓN
Tesis Publicada con autorización del autor
http://repositorio.uancv.edu.pe/

AGRADECIMIENTO

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a mi alma mater Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez por brindarme la oportunidad de formar parte de su comunidad académica.

También agradecer a los docentes de la Escuela Profesional de Economía y Negocios Internacionales quienes con su experiencia, paciencia y pasión por la enseñanza me han motivado a dar lo mejor de mí en cada paso. Gracias por compartir sus conocimientos, por retarme a pensar más allá de lo evidente y por guiarme en mi camino de investigación.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA iii

AGRADECIMIENTOS iv

ÍNDICE v

ÍNDICE DE TABLAS vii

ÍNDICE DE FIGURAS viii

ÍNDICE DE ANEXOS ix

RESUMEN x

ABSTRACT xi

INTRODUCCIÓN xii

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1 Descripción del problema 1

1.2 Formulación del problema 2

1.2.1 Problema principal 2

1.2.2 Problemas específicos 2

1.3 Justificación 3

1.3.1 Justificación teórica 3

1.3.2 Justificación práctica 3

1.3.3 Justificación metodológica 3

1.4 Objetivos de la investigación 3

1.4.1 Objetivo general 3

1.4.2 Objetivos específicos 3

1.5 Hipótesis 4

1.5.1 Hipótesis general 4

1.5.2 Hipótesis específicas 4

1.6 Variables 4

CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TÉORICOS

2.1 Antecedentes 6

2.2 Marco epistemológico 7

2.2 Marco conceptual 10

CAPÍTULO III: 12

METODOLOGÍA 12

3.1 Métodos de investigación 12

3.2 Diseño de la investigación 13

3.3 Población y muestra 14

3.4 Procesamiento y análisis de datos 15

3.5 Técnicas e instrumentos 15

3.6 Prueba de hipótesis 15

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de datos 17

4.2 Prueba de hipótesis 34

CONCLUSIONES 39

RECOMENDACIONES 41

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 42

ANEXO**S**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variable 5
Tabla 2. Género 17
Tabla 3. Edad 19
Tabla 4. Grado de instrucción 20
Tabla 5. Ocupación 21
Tabla 6. Ingresos 22
Tabla 7. Venta de juguetes por edad 23
Tabla 8. Tipos de juguete 25
Tabla 9. Juguetes con capacidad de desarrollo 26
Tabla 10. Compro juguetes tecnológicos 27
Tabla 11. Tengo preferencia de compra porque se vende al por mayor y menor 28
Tabla 12. Tiene diversidad de juguetes tecnológicos al escoger 30
Tabla 13. Vengo por recomendación 31
Tabla 14. La atención es personalizada 32
Tabla 15. Están al día con los juguetes tecnológicos de tendencia 33
Tabla 16. Significancia de Kendall del factor demográfico y la venta de juguetes tecnológicos 35
Tabla 17. Significancia de Kendall del factor económico y la venta de juguetes tecnológicos 36
Tabla 18. Significancia de Kendall del factor tecnológico y la venta de juguetes tecnológicos 38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Género 18
Figura 2. Edad 19
Figura 3. Grado de instrucción 20
Figura 4. Ocupación 21
Figura 5. Ingresos 23
Figura 6. Venta de juguetes por edad 24
Figura 7. Tipos de juguete 25
Figura 8. Juguetes con capacidad de desarrollo 27
Figura 9. Compro juguetes tecnológicos 28
Figura 10. Tengo preferencia de compra porque se vende al por mayor y menor 29
Figura 11. Tiene diversidad de juguetes tecnológicos al escoger 30
Figura 12. Vengo por recomendación 31
Figura 13. La atención es personalizada 32
Figura 14. Compro juguetes tecnológicos 33

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia 45

Anexo 2. Encuesta 47

Anexo 3. Foto ..... **¡Error! Marcador no definido.**

RESUMEN

La finalidad del estudio fue explicar cuáles son los factores determinantes que influyen en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024. La metodología recoge 20 encuestas de comerciantes que expenden juguetes tecnológicos cuyo análisis fue a partir de datos cuantitativos con diseño no experimental y método deductivo. El resultado de Kendall de 0.677 evidencia que el factor demográfico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos donde el 50% de comerciantes posee nivel secundario como grado de instrucción, 35% estudios superiores y 15% estudios primarios. La estimación de Kendall de 0.609 indica que el factor económico tiene influencia significativa en la venta de juguetes tecnológicos, cabe decir que el 35% de comerciantes supera ingresos de S/ 3,000 y el 25% tiene ingresos entre S/ 2,000 a S/ 3,000. La estimación de Kendall de 0.744 sostiene que el factor tecnológico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos. Se concluye que, el factor demográfico, económico y tecnológico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos en cuya sugerencia se recomienda a los comerciantes contratar consultorías de investigación de mercado por factores para identificar a los potenciales clientes.

Palabras clave: Juguete, factores tecnológicos, venta, ingresos.

ABSTRACT

La finalidad del estudio fue explicar cuáles son los factores determinantes que influyen en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024. La metodología recoge 20 encuestas de comerciantes que expenden juguetes tecnológicos cuyo análisis fue a partir de datos cuantitativos con diseño no experimental y método deductivo. El resultado de Kendall de 0.677 evidencia que el factor demográfico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos donde el 50% de comerciantes posee nivel secundario como grado de instrucción, 35% estudios superiores y 15% estudios primarios. La estimación de Kendall de 0.609 indica que el factor económico tiene influencia significativa en la venta de juguetes tecnológicos, cabe decir que el 35% de comerciantes supera ingresos de S/ 3,000 y el 25% tiene ingresos entre S/ 2,000 a S/ 3,000. La estimación de Kendall de 0.744 sostiene que el factor tecnológico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos. Se concluye que, el factor demográfico, económico y tecnológico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos en cuya sugerencia se recomienda a los comerciantes contratar consultorías de investigación de mercado por factores para identificar a los potenciales clientes.

Palabras clave: Juguete, factores tecnológicos, venta, ingresos.

INTRODUCCIÓN

Los juguetes tecnológicos están revolucionando el mundo moderno desde entretenimiento infantil, función educativa y tecnológica. Su diseño permite interactuar de modo inteligente, aplicando tecnología avanzada adaptada a las habilidades de niños y población adulta. Beneficia a los niños con habilidades cognitivas y fomenta el desarrollo social.

Existe juguetes tecnológicos para bebés que interactúan con sonidos y movimientos, niños pequeños que desarrollan habilidades motoras, niños de edad preescolar que desarrollan el pensamiento lógico de programación y robótica, niños de edad escolar que adquieren habilidades de tipo académicos de juegos educativos adaptándose a la escritura, matemáticas y lectura.

En el Perú existen avancesg sobre política de inteligencia artificial se cuenta con el Reglamento de la Ley N° 31814. La agenda recalca que se debe fortalecer la computación gráfica, comunicación, robótica, bioinformática y matemática computacional. El desarrollo tecnológico impulsa a las empresas en su crecimiento.

Según el Foto Económico Mundial la inteligencia artificial viene acelerando la investigación de la ciencia en diferentes campos desde la comunicación, educación, infraestructura, etc. (World Economic Forum, 2024). Este estudio puso su atención en realizar la intervención a comerciantes que expenden juguetes tecnológicos a proximidades del Mercado San José, manifiesto que se tuvo limitaciones para revisar la literatura dado que no se encontraron hechos similares.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1 Descripción del problema

Los juguetes tecnológicos presentan alta demanda se han integrado desde la inteligencia artificial, drones, robótica, electricidad, etc. en sus distintas formas y favorecen al desarrollo y entretenimiento de los niños, jóvenes e incluso adultos. Sin embargo, existen factores demográficos, económicos como tecnológicos que requieren profundizar en estudios de mercado para brindar un servicio por segmentos, edades, preferencias, estacionalidad, costos, precios y una diversidad de atributos que son un desafío para los comerciantes dedicados a la venta de juguetes conocer sobre el comportamiento del consumidor para expender los juguetes. Esta necesidad surge más en ámbitos como Juliaca que por la elevada demanda de juguetes, es una oportunidad de empleo e ingresos.

Existe tendencia hacia una mayor digitalización de las actividades humanas, puesto que permite resolver grandes problemas de tipo económico como social (Porcelli, 2021). El mercado de juguete tradicional se viene reduciendo y cambiándose por la tecnología lo que amerita un desafío para la innovación, industria y creatividad promocionar el fascinante mundo de los juguetes. Las

investigaciones de nivel tecnológico están creando futuros juegos e incluso se diferencian por ser extraordinarios.

Es creciente la demanda de juguetes por estaciones del año. La navidad es la época más evidente para desplegar la mercadería. La integración artificial impulsa mayores ventas, la tecnología viene desplazando a los juguetes tradicionales. Existe evidente crecimiento de la preferencia de juguetes con realidad aumentada y virtual.

En el Jirón José Carlos Mariátegui ubicada en cercanías del Mercado San José de la localidad de Juliaca se expenden una diversidad de juguetes tecnológicos por la gran demanda en el mercado que visita los días lunes preferentemente. Lo que motivó identificar si los factores demográficos, económicos y tecnológicos determinan la venta de juguetes desde recién nacidos hasta la edad adulta en un mercado altamente informal y con potencial crecimiento y demanda.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema principal

¿Cuáles son los factores determinantes que influyen en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024?

1.2.2 Problemas específicos

a) ¿Influye el factor demográfico en la venta de juguetes tecnológicos?

b) ¿El factor económico tiene influencia en la venta de juguetes tecnológicos?

c) ¿De qué manera el factor tecnológico influye en la venta de juguetes tecnológicos?

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación teórica

Hoy en día, los dispositivos electrónicos se utilizan en la mayoría de las actividades humanas, su demanda ha incrementado en todo el mundo. En el mercado de juguetes la cantidad de comerciantes que existe es segmentado y en el caso tecnológico tiene preferencias por su costo y precio como del nivel de utilidad y satisfacción en diferentes edades. Se encontraron limitaciones sobre estudios similares lo que posiciona en uno de los recientes y novedosos temas por investigar.

1.3.2 Justificación práctica

Existen grandes desafíos obre el avance de ciencia en el desarrollo de juguetes tecnológicos. La demanda de juguete aporta al desarrollo infantil y adolescente.

1.3.3 Justificación metodológica

Se ciñe a probar la Hipótesis mediante uso de herramientas estadísticas como el test de Kendall.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Explicar cuáles son los factores determinantes que influyen en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024.

1.4.2 Objetivos específicos

a) Analizar si influye el factor demográfico en la venta de juguetes tecnológicos.

b) Identificar si el factor económico tiene influencia en la venta de juguetes tecnológicos.

c) Analizar de qué manera el factor tecnológico influye en la venta de juguetes tecnológicos.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis general

El factor demográfico, económico y tecnológico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024

1.5.2 Hipótesis específicas

a) El factor demográfico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos.

b) El factor económico tiene influencia significativa en la venta de juguetes tecnológicos.

c) El factor tecnológico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos.

1.6 Variables

1.6.1 V. D.:

- ✓ Venta de juguetes tecnológicos

1.6.2 V.I.:

- ✓ Factores determinantes

a. Demográfico

b. Económico

c. Tecnológico

1.6.3 Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variable

Variables	Concepto	Dimensiones	**Indicadores**	**Escala**
V.D - Venta de juguetes tecnológicos	- Juguetes que funciona con sistema conectado a electricidad cuya finalidad es el entretenimiento y el aprendizaje (Kotler y Armstrong, 2012).	- Venta de juguetes tecnológicos	- Precios accesibles - Venta al por mayor y menor - Diversidad de juguetes - Recomendación - Atención - Tendencia	- Likert
V.I - Factores determinantes	- Es el estado de las poblaciones que puede ser biológico, económico, cultural, demográfico, económico, tecnológico, etc. (Kotler y Armstrong, 2012).	- F. Demográfico - F. Económico - F. Tecnológico	- Género - Edad - Grado de instrucción - Ingreso - Segmento - Preferencia - Capacidad de desarrollo	

Nota: Elaboración propia de la autora.

CAPÍTULO II:

FUNDAMENTOS TÉORICOS

2.1 Antecedentes

2.1.1 Internacional

Jurado et al. (2022) argumentan que la etapa de la niñez consiste en explorar los juegos esenciales para el conocimiento del entorno, desarrollo de habilidades y resolución de conflictos. Los hallazgos identifican que en niños de 5 y 7 años los juguetes facilitan en el desarrollo de la memoria, simbolización y resolución de problemas.

Según las Naciones Unidas (2024) los avances digitales apoyan a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la innovación viene avanzando rápidamente con la mejora de la conectividad se tiene mejores accesos al comercio, servicios, inclusión financiera, la tecnología salva vidas. Existe tendencia de capacitar por edades a la población mundial para adquirir habilidades que la tecnología ofrece. La tecnología hoy en día diagnostica la salud, la agricultura y el medio ambiente, controla conversaciones, movimientos y comportamiento.

2.1.2 Nacional

Vásquez (2024) afirma que la transformación digital es adquirir tecnologías e incluso digitalizar procesos. Dada la política nacional de transformación digital en el Perú se tiene seis objetivos: conectividad digital, economía digital, gobierno digital, talento digital, confianza digital e innovación digital. El gobierno tiene propuesto aplicar la inteligencia artificial en educación para beneficiar de manera efectiva en los estudiantes.

2.1.3 Local

Cari (2023) en su tesis titulada: "El marketing digital y el nivel de ventas de la empresa Out City Tours S.A.C. Puno-2022", tuvo por objetivo determinar la relación entre el marketing digital y las ventas de la empresa bajo estudio. El estudio fue de enfoque cuantitativo, en específico de alcance correlacional, considero una muestra de 216 clientes. Los resultados indican que las publicaciones de la empresa logran captar un 61.1% de interés, y además el análisis de correlación de Rho de Spearman obtiene un valor de r = 0.695; por lo que el autor concluye que existe una correlación positiva entre el marketing digital y el nivel de ventas.

2.2 Marco epistemológico

2.2.1 Venta

Es la concepción de la idea que poseen los consumidores para adquirir un producto basado en la labor de ventas y de la publicidad de gran impacto para incentivar la compra no planificada (Kotler y Armstrong, 2012). Es un proceso que relaciona el intercambio del vendedor y consumidor. Mucho depende de la habilidad del vendedor y de explicar los beneficios del producto para concretar la compra.

2.2.2 Juguete tecnológico

Un juguete es un objeto o dispositivo que ha sido diseñado para interactuar entre niños como adolescentes que influye en su desarrollo cognitivo, emocional y sociopsicológico. No cabe duda, que los juguetes crea debate sobre el potencial en el desarrollo psicosocial, emocional y sensoriomotor de los niños y adolescentes (Nair et al., 2024; Gisbert et al., 2020). Según Iglesia (2021) la inteligencia artificial esta presenta en la vida diaria de los seres humanos principalmente en los juguetes.

Los juguetes tecnológicos incluyen tecnología avanzada con inteligencia artificial, robótica, o conectividad ofrece una experiencia que intercambia entre el juego con lo educativo. Entre los juguetes tecnológicos se encuentran los robots, juguetes programables, juguetes con inteligencia artificial, juguetes controlados por voz o aplicaciones, drones y vehículos teledirigidos. Estos no solo entretienen, sino que fomentan el aprendizaje, la creatividad, despierta habilidades de nivel tecnológico y de programación.

Según la Revista Científica Futuro Eléctrico (2024), hoy en día, existen avances de tecnologías como son los sensores, GPS, radares y visión computarizada por cámaras ha desarrollado para percibir lo que nos rodea. Existe la automatización elevada para manejar autos sin la conducción humana. Toda esta tecnología futurista traerá consigo cambios en la movilidad de importantes ciudades. La inteligencia artificial ha desarrollado máquinas que tienen la capacidad de aprender y tomar decisiones por si solas para ejercer tareas. Entre otras tecnologías se tiene los big data, dinero digital, tecnología 5G, internet cuántico, impresión 3D, biotecnología, nanotecnología, robótica, realidad virtual, mega constelaciones de satélites.

2.2.3 Factores demográfico, económico y tecnológico

Las variaciones del factor demográfico, económico y tecnológico determinan la venta de juguetes son aspectos fundamentales que se tener considerar en las decisiones de mejora de la empresa.

2.2.3.1 Demográfico

Es el factor que afecta a las decisiones de mercado de las empresas dentro de ellas se encuentra la edad, ocupación profesión, nacionalidad, estado civil, tamaño de familia, ciclo de vida familiar, religión y actividad (Fisher y Espejo, 2011, p. 52; Santesmases et al., 2014, p. 50).

La necesidad de los juguetes tecnológicos varia con la edad por segmentos, y es un factor esencial para comercializar (Schiffman et al., 2010). El género crea segmentación fáctica distinguiendo a hombres y mujeres en su consumo.

2.2.3.2 Económico

Esta fuerza económica determina la reacción del comprador en la decisión de mercado (Fisher y Espejo, 2011). El comportamiento de la economía afecta al sistema de compra de los clientes. Los factores económico más representativos en las decisiones son el nivel de ingresos, la tasa de interés, inflación créditos, oferta de dinero, etc. (p. 53). Los ingresos están vinculados a los precios, la inflación, afecta directamente a la decisión de compra de una persona (Santesmases et al., 2014, p. 50).

Cuando una persona dispone de ingresos bajos es más propensa a adquirir productos de bajos precios y viceversa. La economía determina la posibilidad de crear un negocio y por tanto su supervivencia.

2.2.3.3 Tecnológico

Este factor es el conocimiento procede de la investigación de la ciencia desde aportes de máquinas, procesos, edificios, etc. que permiten reducir tiempo y costo y lograr las metas y tareas establecidas por la empresa (Fisher y Espejo, 2011; Santesmases et al., 2014, p. 50). La tecnología es un medio que facilita alcanzar un alto nivel de vida (p. 53). El avance de la tecnología está ligada al desarrollo del producto propiamente desde el envase, promoción, fijación de precios y sistemas de distribución. El avance de la tecnología ha permitido mejorar los procesos de intercambio comercial por la rapidez y la inclusión del internet y redes sociales.

2.2 Marco conceptual

a. Factor demográfico

Para conocer el mercado es importante identificar la demografía concebida en indicadores como la tasa de natalidad, edad, género, tamaño familiar, movimiento de la población, etc. (Santesmases et al., 2014, p. 50).

b. Factor tecnológico

Es la adquisición de conocimiento de avance científico para reducir el tiempo de la tarea y logro de metas (Fisher y Espejo, 2011, p. 53).

c. Venta

Es la acción de la promoción intensa que induce la compra de un producto, aunque no se requiera, consiste en hacer lo posible para colocar un producto en el mercado (Santesmases et al., 2014).

d. Factor económico

Considerar aspectos de índole económica como el ingreso y la riqueza, crecimiento, inflación desempleo, etc. (Santesmases et al., 2014, p. 50).

e. Inteligencia artificial

Combinación de algoritmos cuya finalidad es crear máquinas (Vásquez, 2024g).

CAPÍTULO III:

METODOLOGÍA

3.1 Métodos de investigación

3.1.1 Método deductivo

Posee un razonamiento que obedece a reglas que desarrollan una premisa desde la amplitud hasta la situación específica (Maya, 2014). Para recoger toda la información que ha sido escasa se tuvo que comenzar desde lo amplio en el conocimiento de la tecnología en juguetes para llegar a la localidad donde se comercializan los juguetes.

3.1.2 Método analítico

La razón se fundamenta en estudiar de manera sencilla y narrativa el mensaje de una teoría o conocimiento (Maya, 2014). Al revisar la abundante literatura de avances tecnológicos se tuvo limitaciones de lo escrito en la realidad nacional sobre juguetes tecnológicos existiendo más publicidad que investigaciones, pese a ello se recurrió a redactar con los grandes avances que ya existen a nivel internacional.

3.2 Diseño de la investigación

3.2.1 Enfoque cuantitativo

El procedimiento amerita repetir desde el fundamento de un supuesto el que se demuestra con parámetros estadísticos medibles lo que caracteriza esta posición cuantitativa (Maya, 2014). Para recoger los factores propuestos en la tesis se tuvo que vincular las ideas que conciben los comerciantes para explicar con datos la realidad que se vive en la venta de juguetes.

3.2.2 Diseño no experimental

Un hecho que delimita este diseño es la cotidianeidad y la facilidad para investigar ya que no requiere de experimentos controlados (Maya, 2014). Para realizar la recolección de encuestas no se tuvo que pasar por controles rigurosos de medición solo se aplicaron al grupo de comerciantes identificados.

3.2.3 Alcance explicativo

Identifica y explica la razón profunda de una realidad (Maya, 2014). El estudio aborda el nivel explicativo para fundamentar los factores determinantes de la venta de juguetes tecnológicos.

3.2.4 Corte transversal

Recoge una visión instantánea de la realidad siendo eficaz esta manera de recolectar información por su rapidez (Maya, 2014). El tiempo y los costos hicieron la aplicabilidad de esta forma de recolección de información en juguetes.

3.2.5 Investigación aplicada

Fundamentalmente, en este caso en específico la investigación comercial se relaciona con este tipo de investigación puesto que aplica técnicas científicas para resolver problemas de mercado (Schiffma et al., 2010; Maya, 2014). La tecnología avanzó de manera acelerada que revisarla en el mercado de juguetes resulta dificultoso por su gigantesco crecimiento, a nivel local también requiere investigar a mayor profundidad.

3.2.6 nivel de investigación

El **n**ivel de investigación explicativo es un tipo de investigación que tiene como objetivo principal explicar las razones y causas de los fenómenos o hechos que se están estudiando.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

Se recoge la población de 20 comerciantes que expenden juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui ubicado a 2 cuadras del Mercado San José caracterizado por ser mayorista en la ciudad de Juliaca (Mercado San José, 2024). Esta cantidad de población se identificó previa visita de campo en cuyas respuestas corresponde a la venta de juguetes tecnológicos desde recién nacido, entre 2 a 5 a años, 6 a 10 años y 11 a 15 años segmentado así de esta manera por su gran demanda.

3.3.2 Muestra

Son 20 los comerciantes que se ubican en el Jirón José Carlos Mariátegui a quienes se toma como muestra y los mismos que están como población (Mercado San José, 2024). Dentro de los juguetes tecnológicos se venden musicales,

juguetes inteligentes, a pilas, a control remoto y a batería para recién nacido, 2 a 5 años, 6 a 10 años y 11 a 15 años que tienen gran demanda.

3.4 Procesamiento y análisis de datos

3.4.1 Procesamiento

Luego de identificarse a los comerciantes estos facilitaron el llenado del cuestionario que fue sistematizado en software estadístico. La presentación del capítulo IV además de las frecuencias expone la prueba de Kendall para explicar la significancia de variables.

3.5 Técnicas e instrumentos

3.5.1 Técnicas

El estudio recolectó información por medio de la encuesta cuyo factor demográfico tiene 4 indicadores, el factor económico presenta el indicador de ingresos y el factor tecnológico 3 indicadores. Respecto a las ventas se recolectó 6 preguntas dirigidas a comerciantes dedicados a la actividad comercial.

3.5.2 Instrumentos

Se aplica como instrumento al cuestionario medido con la escala Likert en cinco niveles visualizado en el anexo 3. La validez de instrumento fue revisada por expertos los que se adjunta en los anexos.

3.6 Prueba de hipótesis

Se precisa la prueba Kendall para probar la conjetura con el siguiente procedimiento.

a. *Estadístico Tau b de Kendall*

Se aplica la probabilidad y significancia.

b. Determinación de la hipótesis

Ho: El factor demográfico, económico y tecnológico no influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024

.Ha: El factor demográfico, económico y tecnológico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024

c. Elección del criterio de decisión

Esta determinado por una probabilidad inferior al 1% para probar el supuesto.

d. Estimación e interpretación

La probabilidad resulta < al 0.01 para dar veracidad del hecho.

CAPÍTULO IV:

RESULTADOS

4.1 Análisis de datos

4.1.1 Factores determinantes

El estudio identifica que los factores demográfico, económico y tecnológico determinan la venta de juguetes tecnológicos.

4.1.1.1 *Dimensión 1: Factor demográfico*

Dentro del factor demográfico el género tuvo por respuesta del 45% conformada por hombres y el 55% por mujeres. Esta muestra fue aplicada a los comerciantes que expenden juguetes tecnológicos. La venta se realiza los días lunes a gran magnitud y el resto en menor grado desde al por mayor como menor.

Tabla 2

Género

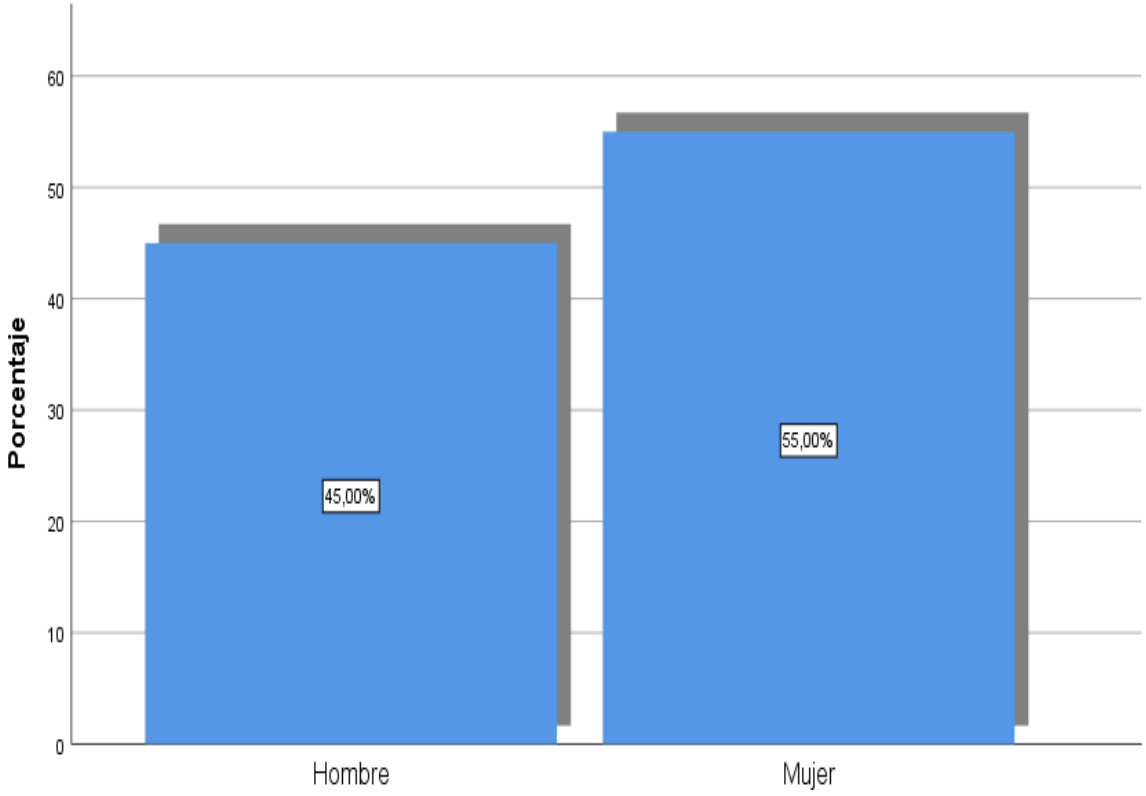
	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Hombre	9	45,0	45,0	45,0
Mujer	11	55,0	55,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

Las respuestas se inclinan a una gran mayoría de mujeres que hombres que se dedican a la venta de juguetes tecnológicos diariamente (figura 1).

Figura 1

Género



Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

Destaca la edad de 29 a 39 años, 40 a 49 años con igual porcentaje del 45% que se dedican a la actividad comercial y solo el 10% se tiene la edad de 18 a 28 años (tabla 3).

Tabla 3

Edad

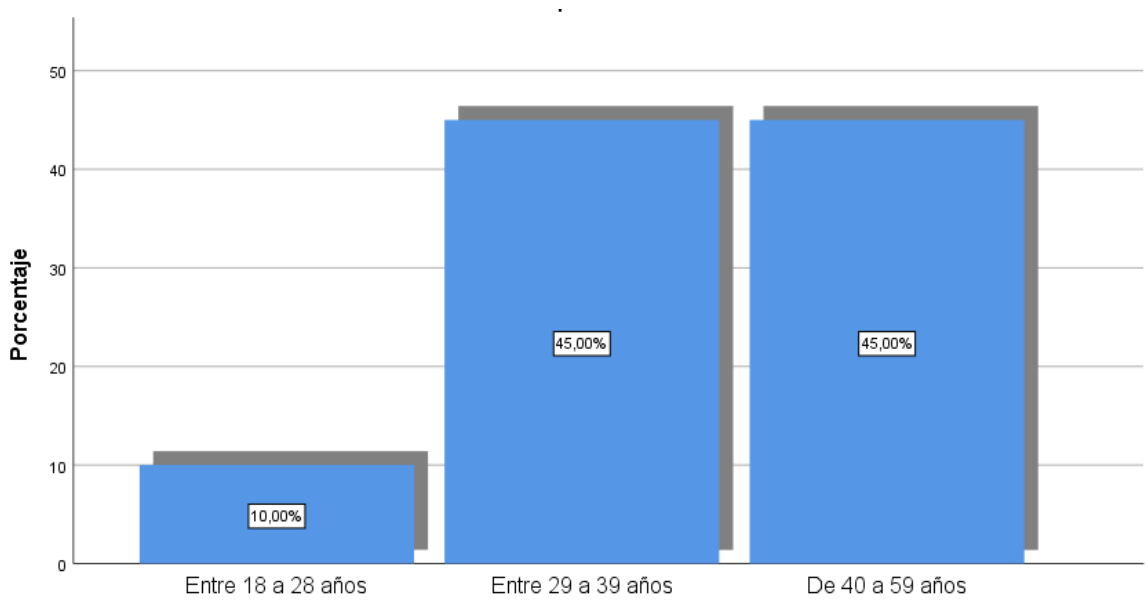
	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Entre 18 a 28 años	2	10,0	10,0	10,0
Entre 29 a 39 años	9	45,0	45,0	55,0
De 40 a 59 años	9	45,0	45,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

Quienes expenden los juguetes tecnológicos son jóvenes y adultos en su mayoría (figura 2).

Figura 2

Edad



Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

El 50% solo tiene estudios secundarios, 35% cuenta con estudios superiores y el 15% solamente tuvo estudios primarios (tabla 4).

Tabla 4

Grado de instrucción

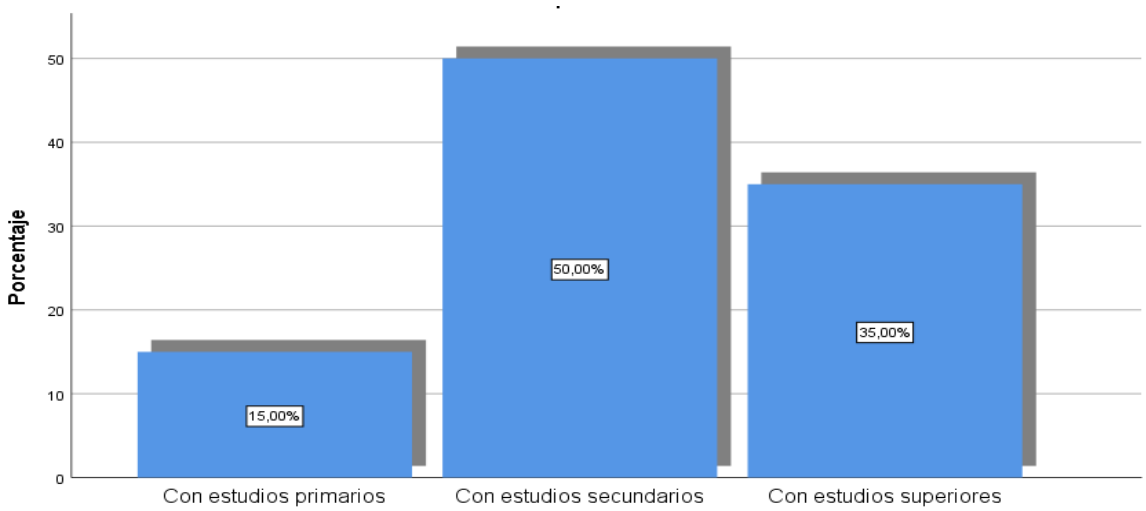
	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Con estudios primarios	3	15,0	15,0	15,0
Con estudios secundarios	10	50,0	50,0	65,0
Con estudios superiores	7	35,0	35,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

La mitad de los encuestados dedicados a la actividad de comercialización de juguetes tecnológicos tiene estudios secundarios.

Figura 3

Grado de instrucción



Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

Como ocupación principal quienes expenden juguetes tecnológicos en un 50% lo conforma comerciantes que comercializan los días lunes y jueves y tienen tienda, 35% se dedican como única ocupación la actividad comercial y el 5% comercializan los días lunes y viernes y no tienen tienda (tabla 5).

Tabla 5

Ocupación

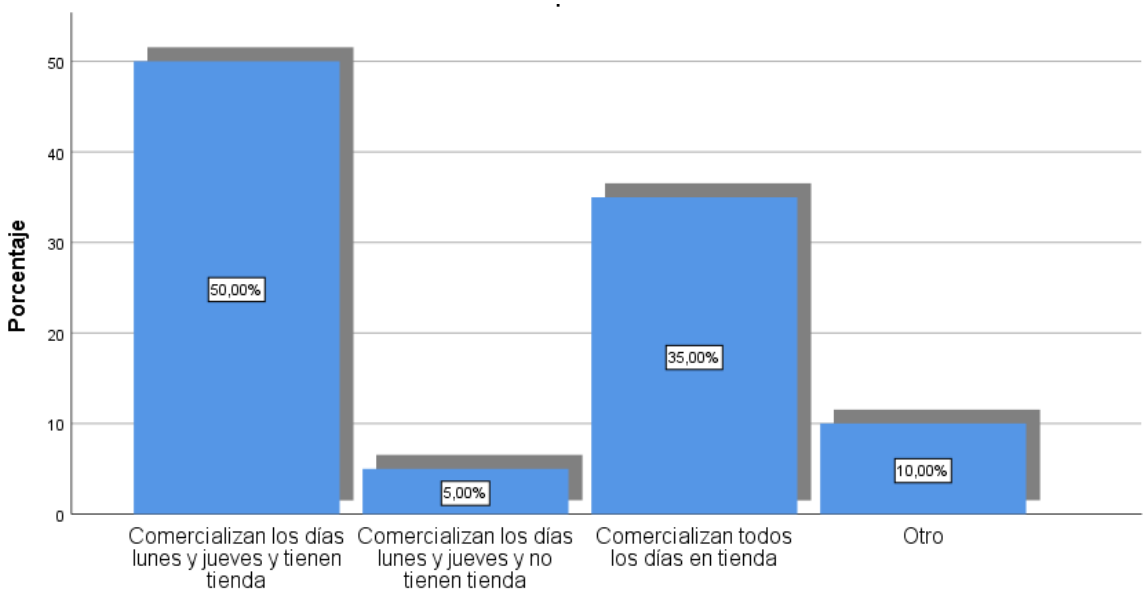
	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Comercializan los días lunes y jueves y tienen tienda	10	50,0	50,0	50,0
Comercializan los días lunes y jueves y no tienen tienda	1	5,0	5,0	55,0
Comercializan todos los días en tienda	7	35,0	35,0	90,0
Otro	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

La ocupación de los comerciantes en su mayoría es en local alquilado y preferentemente los días lunes y jueves (figura 4). La gran demanda de los días lunes crea oportunidad para expender juguetes a gran escala por la frecuencia de la población de distritos a la ciudad de Juliaca.

Figura 4

Ocupación



Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

4.1.1.2 Dimensión 2: Factor económico

El ingreso de las personas determina la compra de los productos, es el factor que mide la capacidad de consumo. Mientras mayor es el ingreso mayor es la capacidad de compra. Los ingresos que genera la venta de juguetes en los comerciantes presentan respuestas del 10% al 35% (tabla 6). El 10% responde que la venta de juguetes le genera ingresos de S/ 500 a S/ 1,000. El 30% afirma que los juguetes generan ingresos desde S/ 1,000 a S/ 2,000. El 25% presenta ingresos de S/ 2,000 a S/ 3,000. Y el 35% la venta de juguetes genera elevados ingresos que van desde S/ 3,000 a más.

Tabla 6

Ingresos

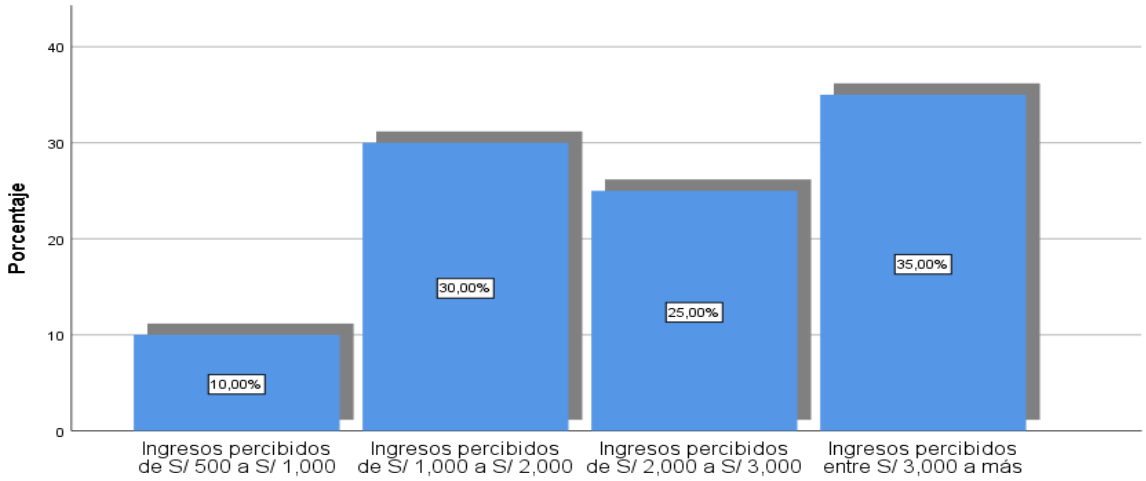
Ingresos percibidos	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
De S/ 500 a S/ 1,000	2	10,0	10,0	10,0
De S/ 1,000 a S/ 2,000	6	30,0	30,0	40,0
De S/ 2,000 a S/ 3,000	5	25,0	25,0	65,0
Entre S/ 3,000 a más	7	35,0	35,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

La venta de juguetes tecnológicos presenta ingresos aceptables para los comerciantes (figura 1).

Figura 5

Ingresos



Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

4.1.1.3 Dimensión 3: Factor tecnológico

El avance en innovaciones en los campos de la electrónica ha evolucionado lo que revolucionó los procesos de producción, comunicaciones e información (Santesmases et al., 2014).

Los juguetes tecnológicos se expenden para todas las edades desde recién nacido, entre 2 a 5 años, 6 a 10 años y de 11 a 15 años (tabla 7).

Tabla 7

Venta de juguetes por edad

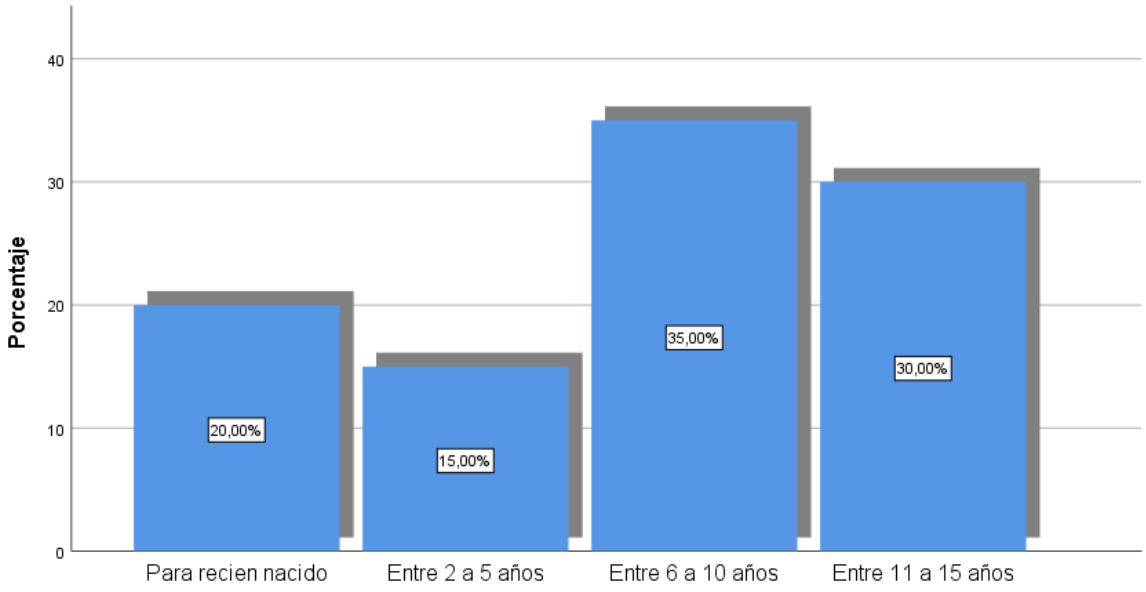
	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Para recién nacido	4	20,0	20,0	20,0
Entre 2 a 5 años	3	15,0	15,0	35,0
Entre 6 a 10 años	7	35,0	35,0	70,0
Entre 11 a 15 años	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

La preferencia de juguetes tecnológicos centra su atención para la edad de 6 a 10 años y 11 a 15 años (figura 6). Esto sucede por la demanda de drones, carros a control remoto y a pilas por población de altos ingresos. Así mismo, es adquirido por jóvenes y adultos para uso personal.

Figura 6

Venta de juguetes por edad



Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

La demanda de juguetes tecnológicos es de alta demanda en control remoto del 45%, juguetes inteligentes 15%, juguetes a pilas 15%, juguetes eléctricos 10%, (tabla 8).

Tabla 8

Tipos de juguete

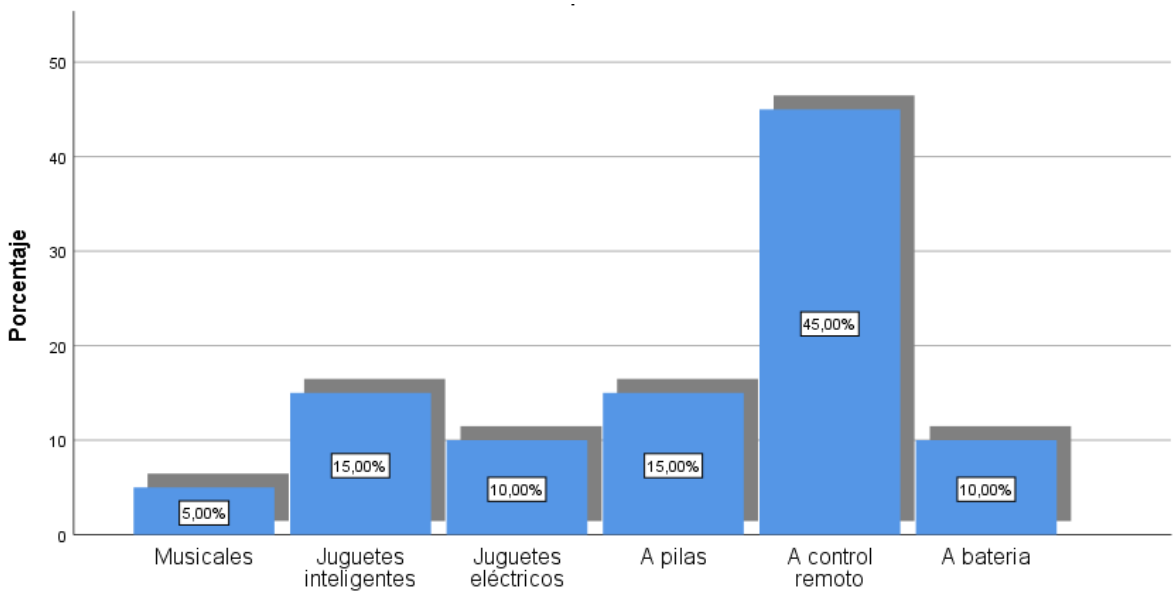
	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Musicales	1	5,0	5,0	5,0
Juguetes inteligentes	3	15,0	15,0	20,0
Juguetes eléctricos	2	10,0	10,0	30,0
A pilas	3	15,0	15,0	45,0
A control remoto	9	45,0	45,0	90,0
A batería	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

La modernidad y la permanente innovación en juguetes tecnológicos tiene alta preferencia en el control remoto (figura 7).

Figura 7

Tipos de juguete



Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

La capacidad de desarrollo es una consecuencia de las ventajas que tiene los juguetes desde lo sensorial, educativo, motricidad, imitación, colaborativo y simbólico (tabla 9).

Tabla 9

Juguetes con capacidad de desarrollo

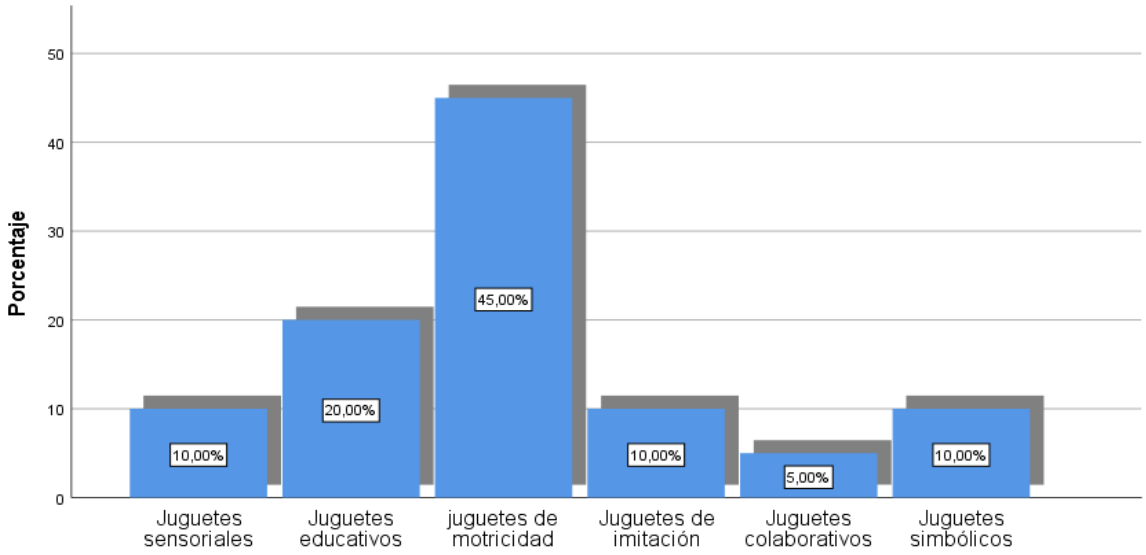
	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Juguetes sensoriales	2	10,0	10,0	10,0
Juguetes educativos	4	20,0	20,0	30,0
juguetes de motricidad	9	45,0	45,0	75,0
Juguetes de imitación	2	10,0	10,0	85,0
Juguetes colaborativos	1	5,0	5,0	90,0
Juguetes simbólicos	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

Los juguetes con valor de motricidad tienen demanda del 45% de consumidores, 20% lo prefieren por lo educativo, 10% por lo sensorial, 10% porque presentan ventaja de imitación y el 5% posee agregado de lo simbólico (figura 8).

Figura 8

Juguetes con capacidad de desarrollo



Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

4.1.2 Venta de juguetes tecnológicos

La venta representa entre el 20% de acuerdo y 30% totalmente de acuerdo interpretan que existe voluntad de compra de lo clientes que prefieren adquirir los juguetes tecnológicos de los comerciantes del Jirón José Carlos Mariátegui (tabla 10). El 10% no tienen la necesidad de comprar este tipo de juguetes.

Tabla 10

Compro juguetes tecnológicos

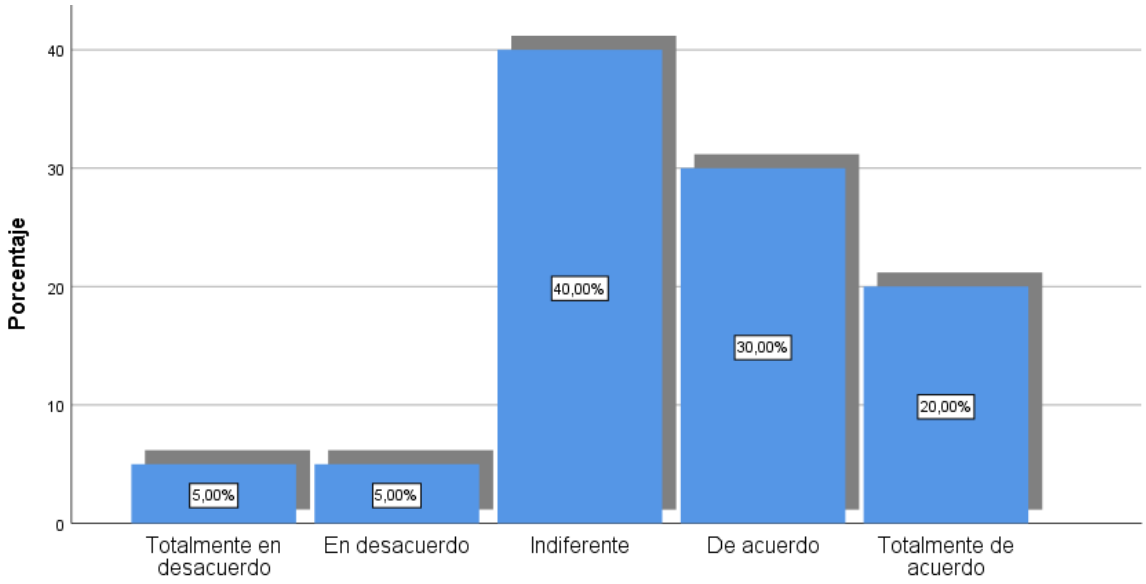
	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	5,0	5,0	5,0
En desacuerdo	1	5,0	5,0	10,0
Indiferente	8	40,0	40,0	50,0
De acuerdo	6	30,0	30,0	80,0
Totalmente de acuerdo	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

La compra de juguetes tiene preferencias sin considerar los costos y precios que representan (figura 9).

Figura 9

Compro juguetes tecnológicos



Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

Un 50% y más expenden juguetes al por mayor y menor y minoritariamente indican que es por unidad (tabal 11).

Tabla 11

Tengo preferencia de compra porque se vende al por mayor y menor

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
En desacuerdo	3	15,0	15,0	15,0
Indiferente	4	20,0	20,0	35,0
De acuerdo	10	50,0	50,0	85,0
Totalmente de acuerdo	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

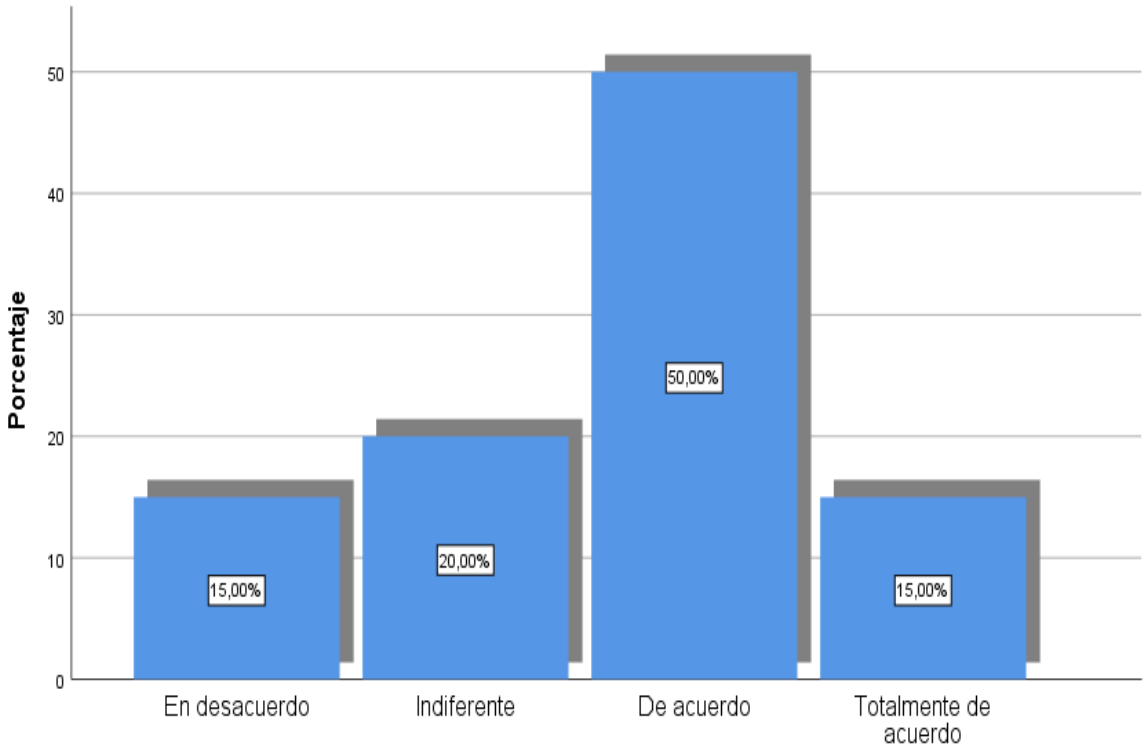
Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

Por las cantidades que demanda la campaña navideña principalmente es significativa las ganancias que se obtienen por la venta de juguetes al por mayor y menor, sobre todo en un mercado mayorista al que frecuentan todo tipo de minoristas de nivel distrital como otras provincias (figura 10). Las limitaciones que afronta este mercado son la alta informalidad y escasa emisión de boletas o algún tipo de legalidad que aporte a la autoridad tributaria. Son escasas las tiendas que emites facturas o algún tipo de comprobante.

Es conocido el Mercado San José por rol mayorista como minorista lo que motiva la compra de clientes los días lunes por los precios aceptables (figura 10).

Figura 10

Tengo preferencia de compra porque se vende al por mayor y menor



Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

Tabla 12

Tiene diversidad de juguetes tecnológicos al escoger

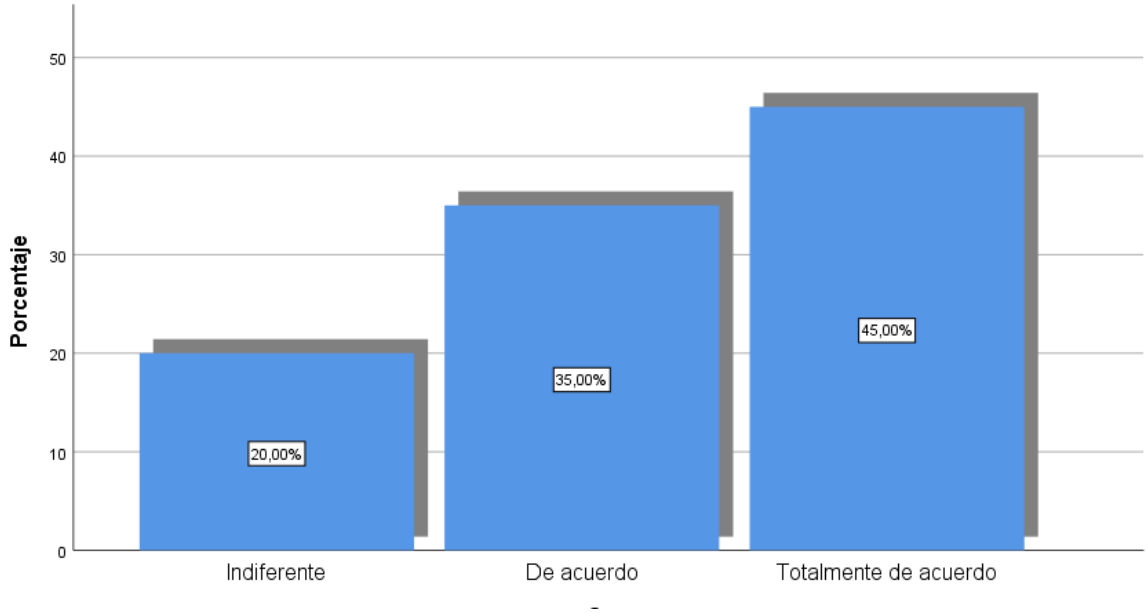
	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Indiferente	4	20,0	20,0	20,0
De acuerdo	7	35,0	35,0	55,0
Totalmente de acuerdo	9	45,0	45,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

El 80% de comerciantes respondieron entre estar de acuerdo (35%) y totalmente de acuerdo (45%) que tienen una diversidad de juguetes tecnológicos para las diferentes edades que se expende al escoger de acuerdo a las preferencias al por mayor y menor (figura 11).

Figura 11

Tiene diversidad de juguetes tecnológicos al escoger



Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

Solamente un 20% frecuentan por recomendación, el 40% es indiferente en la búsqueda de juguetes tecnológicos. El 25% responde que se encuentra en desacuerdo y el 15% está totalmente en descuerdo lo que sugiere que no necesariamente realizan la compra por recomendación (tabla 13).

Tabla 13

Vengo por recomendación

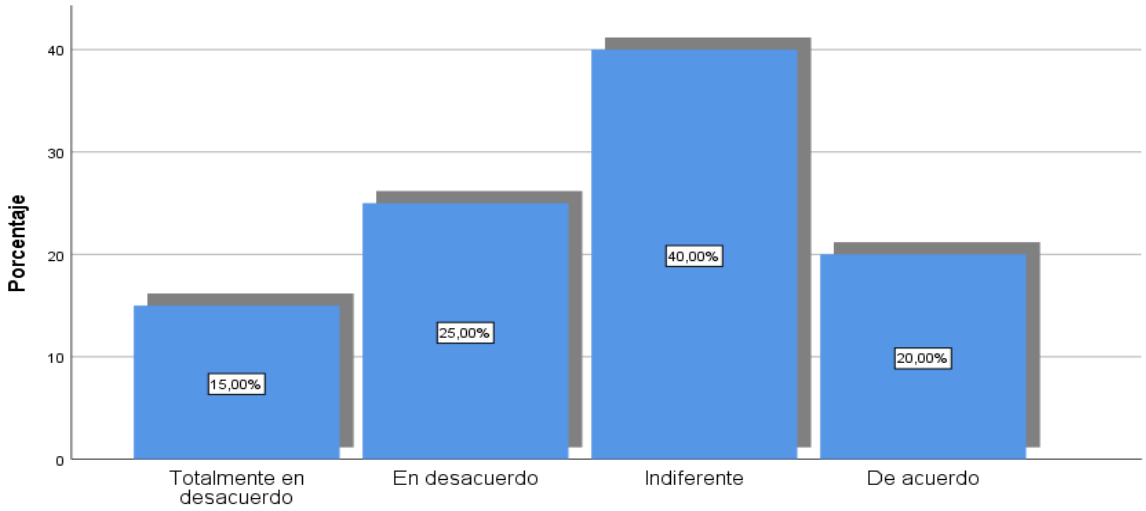
	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	15,0	15,0	15,0
En desacuerdo	5	25,0	25,0	40,0
Indiferente	8	40,0	40,0	80,0
De acuerdo	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

Existe indiferencia en la adquisición de los juguetes tecnológicos depende de otros factores y no es la recomendación lo que fideliza al cliente sino otros atributos de los juguetes propiamente.

Figura 12

Vengo por recomendación



Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

El 30% de los comerciantes entre respuestas "de acuerdo" el 15% y "totalmente de acuerdo" del 15% realizan siempre una atención personalizada para explicar a los clientes sobre los beneficios y características de los juguetes tecnológicos. El 45% es indiferente a una atención personalizada.

Tabla 14

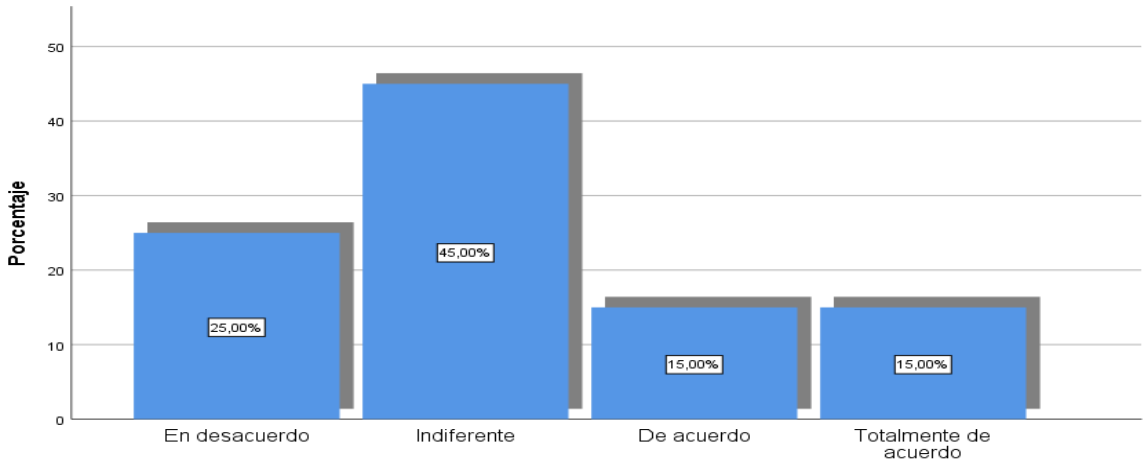
La atención es personalizada

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
En desacuerdo	5	25,0	25,0	25,0
Indiferente	9	45,0	45,0	70,0
De acuerdo	3	15,0	15,0	85,0
Totalmente de acuerdo	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

La atención es importante para fidelizar al cliente, escuchar a sus necesidades y requerimientos en tecnología es una oportunidad para ofrecer juguetes innovadores acordes a sus necesidades. Lo que si queda claro es tomar medidas de mejora para futuras atenciones hacia clientes potenciales.

Figura 13. La atención es personalizada



Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

Los cambios tecnológicos y tendencia de mercado sugieren que la compra depende de la novedad tecnológica con nuevos perfiles, usos o utilidad etc. El 20% es indiferente a cambios de tendencia en la venta de juguetes ya que existen patrones de consumo establecidos que generan buenas ganancias. Sin embargo, el 80% de respuestas "de acuerdo" de 60% y "totalmente de acuerdo" de 20% si es fundamental estar acorde con la tendencia por las exigencias del mercado.

Tabla 15

Están al día con los juguetes tecnológicos de tendencia

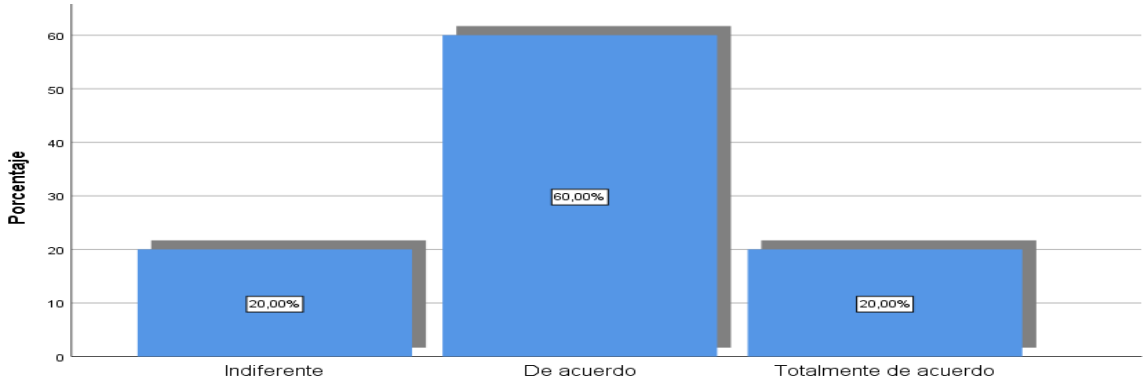
	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Indiferente	4	20,0	20,0	20,0
De acuerdo	12	60,0	60,0	80,0
Totalmente de acuerdo	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

La tendencia evidencia oportunidades aporta a las decisiones estratégicas, presenta objetivos claro para que la actividad comercial prevea los juguetes demandados (figura 14).

Figura 14

Compro juguetes tecnológicos



Nota: Encuesta aplicada en noviembre.

4.2 Prueba de hipótesis

4.2.1 Contraste de conjetura 1

4.2.1.1 Especificación de Kendall

- ✓ $Tau = 0$

$$No\ se\ presenta\ correlación \rightarrow \text{Conjetura Nula}$$

- ✓ $Tau \neq 0$

$$No\ se\ presenta\ correlación \rightarrow \text{Conjetura verdadera}$$

4.2.1.2 Conjetura a demostrar

El factor demográfico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos.

4.2.1.3 Selección del criterio de decisión

Se establece probar la conjetura con un criterio del 1%.

4.2.1.4 Estimación e interpretación

- ✓ Kendall muestra $Tau \neq 0$ cuyo coeficiente resultó 0.677 < 0.01; probándose que el criterio establecido para confirmar que el factor demográfico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos. Es decir, que cambios en los aspectos demográficos como la edad, género, grado de instrucción y ocupación de la sociedad pueden afectar a la venta de juguetes tecnológicos.

Tabla 16

Significancia de Kendall del factor demográfico y la venta de juguetes tecnológicos

			Factor demográfico	Venta de juguetes tecnológicos
Tau_b de Kendall	Factor demográfico	Parámetro de correlación	1,000	,677
		Sig.	.	,000
	Venta de juguetes tecnológicos	Parámetro de correlación		1,000
		Sig.		.

**. La significancia de correlación se presenta en un nivel 0,01.

4.2.2 Contraste de conjetura 2

4.2.1.1 Especificación de Kendall

- ✓ $Tau = 0$

$$No\ se\ presenta\ correlación \rightarrow \text{Conjetura Nula}$$

- ✓ $Tau \neq 0$

$$No\ se\ presenta\ correlación \rightarrow \text{Conjetura verdadera}$$

4.2.1.2 Conjetura a demostrar

El factor económico tiene influencia significativa en la venta de juguetes tecnológicos.

4.2.1.3 Selección del criterio de decisión

Se establece probar la conjetura con un criterio del 1%.

4.2.1.4 Estimación e interpretación

- ✓ Kendall muestra $Tau \neq 0$ cuyo coeficiente resultó 0.609 < 0.01; probándose que el criterio establecido inicialmente para confirmar que el factor económico tiene influencia significativa en la venta de juguetes tecnológicos.

  Lo que lleva a explicar que a mayores cambios en aspectos económicos como son los ingresos entonces se afectará a la venta de juguetes tecnológicos, es decir, si en la economía se dieran incrementos en los ingresos económicos esto conllevaría a incrementos en la venta de juguetes tecnológicos, paralelamente existe una correlación positiva.

Tabla 17

Significancia de Kendall del factor económico y la venta de juguetes tecnológicos

			Factor económico	Venta de juguetes tecnológicos
Tau_b de Kendall	Factor económico	Parámetro de correlación	1,000	,609
		Sig.	.	,000
	Venta de juguetes tecnológicos	Parámetro de correlación		1,000
		Sig.		.

**. La significancia de correlación se presenta en un nivel 0,01.

4.2.3 Contraste de conjetura 3

4.2.3.1 Especificación de Kendall

- ✓ $Tau = 0$

$No\ se\ presenta\ correlación$→Conjetura Nula

✓ $Tau \neq 0$

$No\ se\ presenta\ correlación$→Conjetura verdadera

4.2.3.2 Conjetura a demostrar

El factor tecnológico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos.

4.2.1.3 Selección del criterio de decisión

Se establece probar la conjetura con un criterio del 1%.

4.2.1.4 Estimación e interpretación

✓ Kendall muestra $Tau \neq 0$ cuyo coeficiente resultó 0.744 < 0.01; probándose que el criterio establecido inicialmente para confirmar que el factor tecnológico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos.

Lo que lleva a explicar que a mayores cambios tecnológicos se afectará a la venta de juguetes tecnológicos. La demanda de juguetes tecnológicos depende del avance de la tecnología y tendencia, ello lleva a concluir que existe una relación positiva.

Tabla 18

Significancia de Kendall del factor tecnológico y la venta de juguetes tecnológicos

			Factor tecnológico	Venta de juguetes tecnológicos
Tau_b de Kendall	Factor tecnológico	Parámetro de correlación	1,000	,744
		Sig.	.	,000
	Venta de juguetes tecnológicos	Parámetro de correlación		1,000
		Sig.		.

**. La significancia de correlación se presenta en un nivel 0,01.

4.3 Diseminación de los hallazgos

La edad, el ingreso, la educación y la ocupación en diferentes segmentos de población son variables que se distinguen porque responden a la capacidad de compra dada una determinada edad y segmento (Schiffman et al., 2010). Según el Foro Económico Mundial (2024) las tecnologías de mayor impacto en el mundo son la tecnología de la conectividad que trata de un menor consumo de energía. La aceleración de la inteligencia artificial que es productos de la investigación científica encabeza la lista del mejor avance tecnológico. La tecnología contra el cambio climático avanza con rapidez para solucionar los problemas de agricultura y medio ambiente. Los avances en trasplantes que salvan vidas humanas con el avance de la manipulación genética.

CONCLUSIONES

PRIMERA. – Se evidencia que el factor demográfico, económico y tecnológico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui.

SEGUNDA. – Se demuestra por Kendall 0.677, que el factor demográfico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos encuestado al 55% de mujeres y el restante hombres dedicados a la actividad comercial. De los cuales el 45% tiene la edad de 29 a 39 años, 45% de 40 a 59 años y el 10% de 18 a 28 años. El 50% de los comerciantes posee nivel secundario como grado de instrucción, 35% estudios superiores y 15% estudios primarios. El 50% comercializa en tienda alquilada los días lunes y jueves el otro restante es minorista y vende diariamente.

TERCERA. – Se contrastó por Kendall 0.609, que el factor económico tiene influencia significativa en la venta de juguetes tecnológicos. La generación de ingresos del 35% de comerciantes supera los S/ 3,000, 25% tiene ingresos entre S/ 2,000 a S/ 3,000, 30% obtiene ingresos de S/ 1,000 a S/ 2,000 y el 10% tiene ingresos de S/ 500 a S/ 1,000.

CUARTA. – Se evidenció por Kendall 0.744, que el factor tecnológico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos. El 20% de juguetes se orientan al segmento de recién nacidos, 15% entre 2 a 5 años, 35% de 6 a 10 años y 30% de 11 a 15 años. Para los recién nacidos se adquieren juguetes tecnológicos musicales e inteligentes.

Para la edad de 2 a 5 años entre musicales, inteligentes, eléctricos, a pilas, control remoto y batería, esta edad adquiere aprendizaje e interactúa con los juguetes y muchos de ellos dependen de la capacidad de ingresos del que los compra. A más de 11 a 15 años se utilizan los drones, videojuegos, carros a control remoto y otros. Excepcionalmente, existe tendencia de jóvenes y adultos adquirir juguetes de colección para uso propio o trabajo profesional.

RECOMENDACIONES

PRIMERA. – A los comerciantes del Jr. José Carlos Mariátegui de la ciudad de Juliaca se recomienda contratar especialistas en consultoría de marketing para realizar el estudio de mercado de juguetes tecnológicos segmentado por factor demográfico, económico y tecnológico a través de él posicionarse en mercado y elevar la utilidad del negocio.

SEGUNDA. - A los comerciantes del Jr. José Carlos Mariátegui utilizar instrumentos promocionales de la venta de juguetes tecnológicos para estimular la demanda en función al factor demográfico para trasmitir información por edad, género, ocupación y grado de instrucción.

TERCERA. - A los comerciantes del Jr. José Carlos Mariátegui invertir en medios publicitarios como la radio, televisión y medios digitales desde Facebook, WhatsApp y todo lo que refiere a social media para atraer a clientes con mayor potencial de ingresos para elevar la venta de juguetes tecnológicos.

CUARTA. - A los comerciantes del Jr. José Carlos Mariátegui contratar servicios de consultoría para identificar a la competencia, así como los puntos fuertes y débiles del negocio de venta de juguetes tecnológicos. Utilizar la estrategia de diferenciación para conseguir el liderazgo en calidad, tecnología e innovación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Fisher, L. y Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia.* Cuarta edición. MCGraw Hill.

Gisbert et al. (20). La innovación en el sector juguetero. Situación y diagnóstico. https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/372/85.pdf

Iglesia, M. I. (2021). La inteligencia artificial aplicada a la robótica en los juguetes: el colectivo vulnerable de los menore. Responsabilidad de los padres. Revista Crítica de Derecho Inmobiliario. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8153202

Jurado et al. (2022). Los juguetes electrónicos especializados y su influencia en el desarrollo cognitivo social y emocional de los niños entre 5 y 7 años. *Revista Humanismo y Sociedad.* fer.uniremington.edu.co/ojs/index.php/RHS/article/view/512/645

Kotler, K. y Armstrong, G. (2012). *Marketing.* Décimo cuarta edición. Pearson Educación.

Maya, E. (2014). Métodos y técnicas de investigación. https://librosoa.unam.mx/bitstream/handle/123456789/2418/metodos_y_tecnicas.pdf?sequence=3

Mercado Internacional San José (2024). Reporte de comerciantes.

Naciones Unidas (2024). Influencia de las tecnologías digitales. h ttps://www.un.org/es/un75/impact-digital-technologies

Nair, A. S., Pillai, L., Bhattacharya, P., Mathkor, D. M., Haque, S., & Ahmad, F. (2024). Toys for children and adolescents: gendered preferences and developmental utilities. *International Journal of Adolescence and Youth,* 29(1). https://doi.org/10.1080/02673843.2024.2387075

Porcelli, A. M. (2021). La inteligencia artificial y la robótica: sus dilemas sociales, éticos y jurídicos. *Derecho global. Estudios sobre derecho y justicia*.

Reglamento de la Ley N° 31814. Ley que promueve el uso de la inteligencia artificial.

Revista Futuro Eléctrico. 14 tecnologías del futuro. Las innovaciones que cambiarán el mundo. https://futuroelectrico.com/category/cultura-futurista/

Santesmases et al. (2014). *Fundamentos de mercadotecnia*. Primera Edición. Grupo Editorial Patria.

Schiffman et al. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Décima edición. Pearson Educación, Prentice Hall.

UNICEF (2027). Niños en un mundo digital. https://www.unicef.org/media/48611/file

Vásquez, O. (2024). Avances en inteligencia artificial. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7271447/6216987-avances-y-prospectivas-de-la-ia-en-el-peru.pdf?v=1732549710

World Economic Forum (2024). Como afectará al mundo las 10 tecnologías emergentes más importantes de 2024.

ANEXOS

OFICINA DE INVESTIGACIÓN
Tesis Publicada con autorización del autor
http://repositorio.uancv.edu.pe/

Anexo 1. Matriz de consistencia

Titulo: Factores determinantes que influyen en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024

Interrogantes	**Objetivos**	**Hipótesis**	**Variable**	**Metodología**
Problema general:	**Objetivo general:**	**Hipótesis general:**	Variable independiente Factores determinantes Variable dependiente Venta de juguetes tecnológicos	-No experimental - Cuantitativo **Tipo** - Aplicada **Nivel** - Explicativo **Métodos** - Deductivo - Analítico **Población** 20 Vendedores de juguetes **Muestra** 20 Vendedores de juguetes **Técnica** Encuesta **Prueba de hipótesis** Test de Kendall
¿Cuáles son los factores determinantes que influyen en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024?	Explicar cuáles son los factores determinantes que influyen en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024	El factor demográfico, económico y tecnológico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024		
Problemas específicos:	**Objetivos específicos:**	**Hipótesis específica:**		
P1.- ¿Influye el factor demográfico en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024?	O1.- Analizar si influye el factor demográfico en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024	H1.- El factor demográfico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024		
P2.- ¿El factor económico tiene influencia en la venta de juguetes	O2. Identificar si el factor económico tiene influencia en la venta de juguetes	H2. El factor económico tiene influencia significativa en la venta de juguetes tecnológicos en		

tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024?	tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2022	el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024		
P3.- ¿De qué manera el factor tecnológico influye en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024?	O3. Analizar de qué manera el factor tecnológico influye en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2022	H3. El factor tecnológico influye significativamente en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui – Juliaca 2024		

Anexo 2. Instrumento

ENCUESTA

Tesis: Factores determinantes que influyen en la venta de juguetes tecnológicos en el Jirón José Carlos Mariátegui - Juliaca 2024

Dia: …../…../…… Lugar:…….. N°:……

FACTORES DETERMINANTES

FACTOR DEMOGRÁFICO

1. Género
   a. Hombre (…….)
   b. Mujer (…….)

2. Edad
   c. Entre 18 a 28 años de edad (…….)
   d. Entre 29 a 39 años de edad (…….)
   e. De 49 a 59 años (…….)

3. Grado de instrucción
   a. Con estudios primarios (…….)
   b. Con estudios secundarios (……..…)
   c. Con estudios superiores (……....)

4. Ocupación
   a. Comercializan los días lunes y jueves y tienen tienda (…….)
   b. Comercializan los días lunes y jueves y no tienen tienda (……..…)
   c. Comercializan todos los días en tienda (……....)
   d. Otro …….. (…….)

FACTOR ECONÓMICO

5. Ingresos
   a. Ingresos percibidos entre S/ 500 a S/ 1000 (…….)
   b. Ingresos percibidos entre S/ 1000 a S/ 2000 (…….)
   c. Ingresos percibidos entre S/ 2000 a S/ 3000 (…….)
   d. Ingresos percibidos entre S/ 300 a más (…….)

FACTOR TECNOLÓGICO

6. Para que edad compra el juguete
   a. Para recién nacido (…….)
   b. Entre 2 a 5 años (…….)
   c. Entre 6 a 10 años (…….)
   d. Entre 11 a 15 años (…….)

7. Prefiero que los juguetes tecnológicos por el tipo:
   a. Musicales (…….)
   b. Educativos (……..…)
   c. Juguetes inteligentes (……....)

d. Juguetes eléctricos (……..)
e. Entretenimiento (……..)
f. A pilas (……..)
g. A control remoto (……..)
h. A batería

8. Prefiero que los juguetes tecnológicos por la capacidad de desarrollo en los niños:
   a. Juguetes sensoriales (……..)
   b. Juguetes educativos (……..)
   c. Juguetes de motricidad (……...)
   d. Juguetes de imitación (……..)
   e. Juguetes colaborativos (……..)
   f. Juguetes simbólicos (……..)

La escala Likert que se presenta a continuación es la que se utiliza para las preguntas a responder.

Totalmente en desacuerdo =1 En desacuerdo = 2 Indiferente = 3 De acuerdo = 4 Totalmente de acuerdo = 5

Marque con un aspa la siguiente encuesta:

VARIABLE: VENTA DE JUGUETES TECNOLÓGICOS

¿Cómo evaluaría las siguientes categorías?	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
P1. Compro los juguetes tecnológicos por los precios accesibles					
P2. Tengo preferencia de compra porque se vende al por mayor y menor					
P3. Tiene diversidad de juguetes tecnológicos al escoger					
P4. Vengo por recomendación					
P5. La atención es personalizada					
P6. Están al día con los juguetes tecnológicos de tendencia					

Gracias por su colaboración

Anexo 3. Validez de instrumentos

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: HUACANI SUCASACA YUDY
2. Cargo e institución donde labora: DOCENTE DE LA UANCV - JULIACA
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: ENCUESTA
4. Autor del instrumento: RITA SAMANTHA BENITES CRUZ

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					98%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					99%
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					98%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					98%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					98%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					98%
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					99%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					99%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					99%

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Se recomienda la ejecución de la tesis.

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 98 %

Lugar y fecha: 10 / 09 / 2024

Yudy Huacani Sucasaca
DNI N°: 40673820 Cel.: 989574722

Anexo 3. Foto

DRONE E88 PRO
DRONE E88 PRO
DRONE E88 PRO
DRONE E88 PRO
DRONE E88 PRO
DRONE E88 PRO
DUAL CAMERAS
4K
14+

TRANSMITTER REPLACEMENT

TANK
2.4G
TANK Spray CAR
01
TANK
2.4G
TANK Spray CAR
TANK Spray
01 TANK

IGH-SPEED
4 OFF-ROAD VEHICLE
ADAPT TO VARIOUS TERRAINS
EASY TO DRIVING ON SANDY, ROCKY AND GRASSLAND
2.4 GHz
6+ AGES
1:12 SCALE
2.4Ghz
DRIFTING AT HIGH SPEED!
SUV & 4X4
DRIFT
CROSS-COUNTRY
MILITARY DRIFT CAR
DRIFTING OFF ROAD VEHICLE
POLICE
DENG TE

Trabajo de campo

SPACE WARS

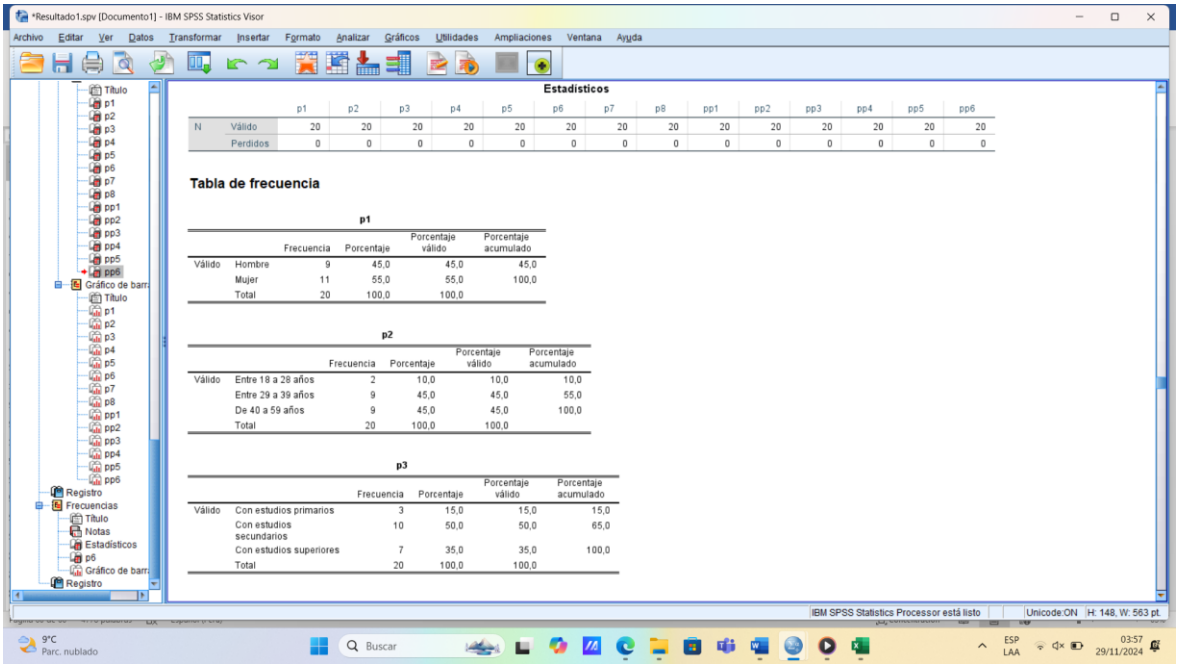
Multifunctional electric rocking
MUSIC WALKER

MAGNETIC
Digital letter matching board
Fishing for pleasure
1000

Anexo 4. Datos

N°	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	pp1	pp2	pp3	pp4	pp5	pp6
1	1	3	1	3	2	4	7	2	3	2	4	4	5	4
2	1	2	3	1	2	2	3	1	4	3	4	2	3	4
3	2	3	2	3	4	4	7	3	3	4	4	2	3	4
4	2	1	2	1	2	1	6	2	4	3	4	2	3	4
5	1	2	3	3	3	3	4	3	5	4	5	3	3	4
6	2	2	3	1	4	4	8	4	4	4	5	3	5	5
7	2	2	3	1	4	3	1	1	5	5	5	2	4	4
8	1	3	2	1	4	3	6	3	5	2	3	1	2	4
9	1	3	3	2	3	4	7	6	4	5	5	4	3	5
10	2	1	2	4	1	1	7	3	3	4	4	3	3	4
11	2	2	2	3	2	3	6	3	3	3	4	2	3	4
12	2	3	1	3	3	1	7	2	1	3	4	1	2	3
13	1	2	3	1	3	3	8	5	4	4	3	1	3	3
14	2	2	2	1	4	4	7	3	3	4	5	3	2	3
15	1	2	2	1	2	2	7	3	3	4	5	3	4	5
16	1	3	2	1	4	4	4	4	3	4	5	3	2	3
17	2	3	2	4	4	3	3	3	4	5	3	4	5	4
18	2	3	1	3	2	1	7	3	5	4	5	3	2	4
19	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	3	4	3	4
20	1	3	3	1	3	3	7	6	3	4	5	3	4	5

Anexo 5. Sistematización de la información



Estadísticos

		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	pp1	pp2	pp3	pp4	pp5	pp6
N	Válido	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Tabla de frecuencia

p1

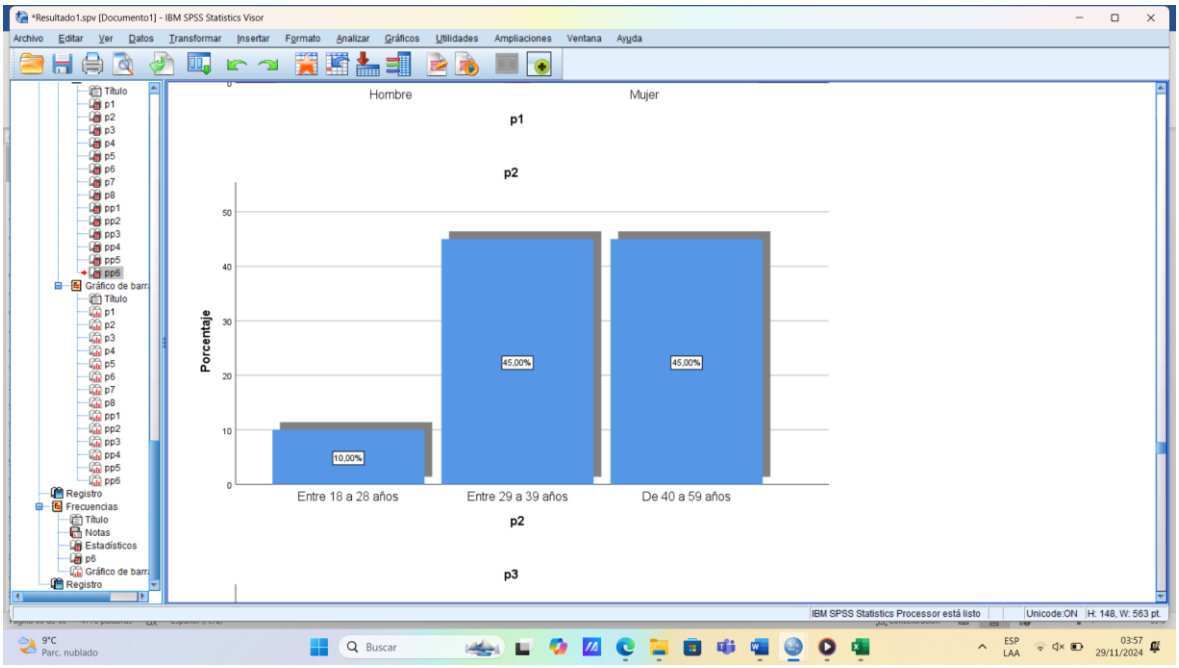
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hombre	9	45,0	45,0	45,0
	Mujer	11	55,0	55,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

p2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entre 18 a 28 años	2	10,0	10,0	10,0
	Entre 29 a 39 años	9	45,0	45,0	55,0
	De 40 a 59 años	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

p3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Con estudios primarios	3	15,0	15,0	15,0
	Con estudios secundarios	10	50,0	50,0	65,0
	Con estudios superiores	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	



TESIS UANCV
TESIS UANCV
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
"OFICINA DE INVESTIGACIÓN"

ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital [X] Fecha de entrega: 03 - 01 - 2025

1. **Datos del autor (es):**

Nombres y Apellidos: RITA SAMANTHA BENITES CRUZ
Dirección: JR. SAN JORGE ESQ-R. PORRAS B. URB. SAN JOSE ETAPA I
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 74717356
Teléfono: 961163010 email: ritabenites85@gmail.com

Nombres y Apellidos:
Dirección:
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°:
Teléfono: email:

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
Escuela Profesional o Mención: ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
Título o Grado Académico a optar: LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
Asesor: Dr. ULISES AGUILAR PINTO
Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación [ ] Tesis [X] Trabajo de Suficiencia Profesional [ ] Trabajo Académico [ ]

Título: FACTORES DETERMINANTES QUE INFLUYEN EN LA VENTA DE JUGUETES TECNOLÓGICOS EN EL JIRÓN JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI – JULIACA 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): Juguete, factores tecnológicos, venta

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV [1, 2]?
1,2

[1] Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entré otros relacionados.
[2] Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.

OFICINA DE INVESTIGACIÓN
Tesis Publicada con autorización del autor
http://repositorio.uancv.edu.pe/

TESIS UANCV
TESIS UANCV
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
"OFICINA DE INVESTIGACIÓN"

2. **Referencia de tesis:**

☐ Bachiller ☒ Titulo ☐ 2da Especialidad ☐ Maestría ☐ Doctorado

3. **Licencias:**

a) **Licencia estándar:**
Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.
Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.
En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.
Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.
La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

☒ Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.

☐ Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a):_____

☐ No autorizo.

b) **Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:**
Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:
¿Quiere permitir usos comérciales de su producción intelectual?
Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.
No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

☐ Sí autorizo

☒ No autorizo

OFICINA DE INVESTIGACIÓN
Tesis Publicada con autorización del autor
http://repositorio.uancv.edu.pe/

TESIS UANCV
TESIS UANCV
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
"OFICINA DE INVESTIGACIÓN"

Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral**. Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

[X] Internacional

[ ] Nacional

Línea de investigación: ECONOMÍA SECTORIAL – P16

Firma de Autor

huella digital

03 - Enero del 2025

Fecha

OFICINA DE INVESTIGACIÓN
Tesis Publicada con autorización del autor
http://repositorio.uancv.edu.pe/