



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol
y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de
Chimbote, 2023**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTORES:

Del Solar Pastor, Nadia Muriel (orcid.org/0000-0002-9173-9155)

Jacinto Cortez, Erik Alessandro (orcid.org/0000-0002-7025-6939)

ASESORA:

Dra. Torres Rivera, Julia Lizet (orcid.org/0000-0003-2848-4978)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHIMBOTE - PERÚ

2023

Dedicatoria

El presente proyecto de investigación, se lo dedicamos a nuestras familias, quienes nos apoyaron durante estos 5 años de carrera y a pesar de los obstáculos, fueron nuestra fortaleza y motivación a poder culminar con éxito esta etapa.

Agradecimiento

Agradecemos profundamente a nuestros asesores de tesis, por su valioso conocimiento, su gran aporte y apoyo incondicional a lo largo del proceso del proyecto de investigación, sin su preciada contribución no hubiera sido posible lograr este objetivo.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de Investigación.....	15
3.2. Variables y operacionalización.....	16
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
3.5. Procedimientos.....	20
3.6. Método de análisis de datos.....	20
3.7. Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS.....	21
V. DISCUSIÓN.....	29
VI. CONCLUSIONES.....	31
VII. RECOMENDACIONES.....	32
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS.....	

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1: Distribución de la población.....	16
Tabla 2: Distribución de la muestra	17
Tabla 3: Validación de instrumento Imagen personal	18
Tabla 4: Validación de instrumento Comportamiento	18
Tabla 5:Tabla de resultados.....	20

Índice de gráficos y figuras

	Pág.
Figura 1: Diseño de investigación.....	14
Figura 2: Fórmula empleada	17
Figura 3: Confiabilidad del instrumento	19

Resumen

En la investigación tuvo como objetivo específico determinar la relación entre la imagen personal de los jugadores de la selección de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote 2023, para ello se analizaron factores condicionantes como: personalidad, gustos estéticos, estilo de vida, comportamiento y comunicación. Se definió como una investigación cuantitativa de tipo aplicada descriptiva correlacional, evaluado en 50 futbolistas. Los resultados obtenidos fueron 0.000 como valor de significancia, lo cual determinó aceptar la hipótesis alternativa. Se concluyó por el coeficiente Rho de Spearman (0.624), existe una relación positiva entre la imagen personal y el comportamiento en futbolistas, inclusive con un nivel de confianza del 90%.

Palabras clave: Imagen personal; comportamiento; marketing deportivo; fútbol.

Abstract

The specific objective of the research was to determine the relationship between the personal image of the players of the soccer team and the behavior of the soccer players of the Chimbote District League 2023, for which conditioning factors were analyzed such as: personality, aesthetic tastes, style of life, behavior and communication. It was defined as a quantitative research of applied descriptive correlational type, evaluated in 50 soccer players. The results obtained were 0.000 as a significance value, which determined accepting the alternative hypothesis. It was concluded by Spearman's Rho coefficient (0.624), there is a positive relationship between personal image and behavior in soccer players, even with a confidence level of 90%.

Keywords: Personal image; behavior; sports marketing; soccer.

I. INTRODUCCIÓN

Los futbolistas actualmente, son una especie de ídolos para la juventud. Ahora, no solo se dedican a jugar fútbol solamente, sino también, pasaron a cuidar mucho más su imagen personal y postura profesional dentro de la sociedad. La influencia de la imagen corporal, a menudo asociada con la competencia y el éxito, es atractiva para este grupo porque el deporte ofrece una variedad de oportunidades deportivas y corporales para seleccionar y en las que los jugadores pueden verse evidenciados (Castañer y Camerino, 2010). Además de que, en las últimas décadas, se volvieron tendencia los tatuajes en los brazos, los peinados cortos o con el cabello largo y operaciones estéticas en los futbolistas. Pudimos evidenciar en competencias internacionales como la Copa América Chile 2015 en el que jugadores de talla mundial, como es el caso de Lionel Messi mostraba uno de sus brazos completamente tatuado, o en su siguiente edición la Copa América Centenario 2016, se le pudo ver con una barba prominente.

Es así, que los futbolistas de élite, suelen ser seguidos por muchas personas alrededor del mundo, sobre todo jóvenes. Un claro ejemplo es el caso del jugador de fútbol Cristiano Ronaldo que en el 2022 fue la primera persona en alcanzar los 500 millones de seguidores en Instagram (Agencia Bloomberg, 2022).

No solo se imita el lado estético de los futbolistas, si no también, la manera como llevan su profesionalismo en el ámbito extradeportivo. Esto engloba, la forma de comportarse en público, la manera de declarar ante la prensa o medios de comunicación, cómo se relacionan los futbolistas con sus seguidores, la humildad que demuestran en sus respectivos países, y las obras sociales que muchos jugadores realizan.

En el caso de Perú no hay excepción, jugadores como Jefferson Farfán, Paolo Guerrero, André Carrillo o Christian Cueva, son ídolos de jugadores en proyección, quienes toman su carrera futbolística como un ejemplo. Pero, en lo extradeportivo, también se imitan actitudes, como el liderazgo que Paolo Guerrero demostró para que la selección peruana de fútbol pueda volver a un Mundial de Fútbol después de 36 años, o la superación que tuvo Jefferson Farfán para volver a un campo de fútbol luego de una lesión en la rodilla. Son aspectos que, tras la difusión mediática, cobran notoriedad

en los jóvenes futbolistas que viven en el interior del país y los ven como ídolos en su vida sobre todo en nuestra localidad de Chimbote. Trabajan desde muy chicos en divisiones menores, para convertirse en profesionales como ellos, es por ello que esta información podría servirles de mucha ayuda a los futbolistas más jóvenes para mejorar ciertos aspectos en sus carreras que podrían conducirles a generarles mejorables oportunidades, elevando sus contratos y generar óptimos beneficios para sus vidas y así alcanzar el éxito deportivo con el que ellos sueñan, siendo admirados por su imagen personal, profesionalismo, dedicación, compromiso y valores.

Así, la interrogante de esta investigación y problemática general es la siguiente: ¿Existe relación entre la imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote 2023? Y los problemas específicos fueron: ¿Cuál es la relación entre la personalidad de los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023? ¿Cuál es la relación entre los gustos estéticos de los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023? ¿Cuál es la relación entre los estilos de vida de los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023? ¿Cuál es la relación entre el comportamiento y comunicación de los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023?

Este estudio aparece dado a la escasez de conocer el nivel de relación que tienen los futbolistas de la selección peruana con los más jóvenes y en qué medida se relacionan sus comportamientos en el desarrollo de sus carreras.

Dentro de nuestra justificación teórica se considera contribuir con información valiosa, que se pueda aprovechar como base para futuras investigaciones dentro de la misma área de investigación, con la intención de disminuir las brechas de conocimientos que se hallaron para el presente trabajo.

La justificación práctica de los resultados de la presente investigación sirvió para tener una información clara y concisa, respecto a lo influenciables que serían los jóvenes

futbolistas por sus ídolos, y en qué medida pueden relacionar su comportamiento a través de la imitación. Dentro de la justificación metodológica, podemos mencionar que ésta se ciñe a los fundamentos metodológicos de una investigación cuantitativa, que busca establecer la correlación existente entre las variables, además se utilizará la encuesta como herramienta para la recopilación de datos, que nos servirá para corroborar nuestra hipótesis. La justificación social tiene una relevancia importante, dado que, nos ayuda a identificar la relación que existe entre ambas variables, viendo como estos se relacionan, ya sea intencionalmente o no, con sus ídolos.

Se proponen los siguientes objetivos: Determinar la relación entre la imagen personal de los jugadores de la selección de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote 2023. Además, planteamos como objetivos específicos: Analizar la relación entre la personalidad de los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023. También se planea precisar la relación entre los gustos estéticos de los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023, medir la relación de los estilos de vida entre los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023. Finalmente relacionar el comportamiento y comunicación de los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023.

El estudio plantea la siguiente hipótesis general: si existe relación de la imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol en el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Fútbol de Chimbote 2023. Y tiene como hipótesis nula: no existe relación de la imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol en el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Fútbol de Chimbote 2023.

Las hipótesis específicas fueron: Según el primer objetivo específico: Existe relación entre la personalidad de los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023. Existe relación entre los gustos estéticos de

los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023. Existe relación entre los estilos de vida de los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023. Existe relación entre el comportamiento y comunicación de los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023.

II. MARCO TEÓRICO

Los siguientes antecedentes encontrados fueron presentados en relación con las variables y de acuerdo con los objetivos, siendo los únicos hallados siendo los más similares a la metodología que se planteó para trabajar los resultados y la posterior discusión.

Los antecedentes de este estudio en el contexto nacional fueron: Según Corcuera (2021), en su investigación tuvo el objetivo principal de vincular motivación y compromiso deportivo de futbolistas juveniles de la academia de formación de Lima, Perú. La investigación es de metodología cuantitativa transversal, con diseño correlacional. Se evidenció una correlación positiva, significativa y alta (.50) entre las ambas dimensiones. En conclusión, la motivación intrínseca se relacionó significativa y positivamente con el entusiasmo.

Salas (2021), en su investigación el principal objetivo fue explorar la relación entre la marca personal y la aptitud de la formación de los juveniles en las tres ligas menores del fútbol peruano en el 2021. Utilizando un método descriptivo correlacional, el estudio realizó una encuesta y la aplicó a 200 jóvenes futbolistas. Los resultados fueron que el 71% y el 29% dijeron que la marca personal tiene una compatibilidad media alta con la calidad del aprendizaje. Se obtuvo una relación de $r= 0.204$ y un valor de $\text{sig}=0.003$ comprobando así una relación positiva entre las variables. En resumen, analiza la cultura de marca individual y la cualidad del entrenamiento en las divisiones menores del fútbol peruano en 2021, definiéndose como un estudio descriptivo correlacional que evalúa a 200 jugadores jóvenes.

En el contexto internacional tenemos: Según García (2018) tuvo el objetivo principal de comprender la relación entre la motivación de una persona y los comportamientos que la acompañan. El estudio utilizó un método cuantitativo al realizar una encuesta sobre la percepción del entorno dinámico en el fútbol y realizar un análisis factorial

inicial. Teniendo como resultados una relación de $r=.40$, por lo que pueden considerarse aceptable. En conclusión, este comportamiento estaría asociado con un tipo de motivación más auto determinado, mayores niveles de compromiso y relaciones, menos comportamiento antisocial o menores tasas de abandono, y otros problemas que no hemos determinado.

Alguacil (2020) tuvo el objetivo de comprobar la relación entre ambas variables de investigación. Su metodología fue enfoque cuantitativo debido a sí mismo es un estudio correlacional-descriptivo que utiliza un enfoque deductivo. Su muestra fue de 210 en el primer estudio, se llegó a utilizar como instrumento el cuestionario y técnica la encuesta. Los resultados fueron la comprobación de la relación entre las variables de $.850$ en base a la prueba de correlación de Pearson con un grado de significancia de $p<0.01$. Se concluyó al final del estudio que la cualidad vista de la imagen de marca influye en la certeza de los usuarios deportivos afectando su comportamiento.

Gómez (2018), en su investigación acerca de la marca personal se llegó a plantear como objetivo descubrir cómo vender la marca personal y encontrar nuevas oportunidades de difusión de la imagen de marca. El estudio fue descriptivo-correlacional, destacando un enfoque cuantitativo y la incorporación de un diseño transversal no experimental donde la población estuvo conformada por 250 personas. Se tuvo como resultados la evidencia de una relación de Rho: $.769$ entre las variables. Terminando en la conclusión de que las dimensiones de la variable marca personal se relacionan con la variable nuevas oportunidades.

Lobillo y Molero (2018), tuvieron como objetivo determinar la relación del estudio de la marca y el comportamiento de un deportista. El estudio fue descriptivo-correlacional, destacando un enfoque cuantitativo y la incorporación de un diseño transversal no experimental donde la población estuvo conformada por 200 personas. Los resultados fueron que existe relación entre ambas variables de Rho: $.339$. Concluyendo que el deportista tiene un comportamiento en base a la percepción de la marca que infunde

a través de las redes sociales y como lo perciben en la vía pública.

Para las definiciones teóricas de las variables en estudio en primera instancia tenemos a Ferrera (2019) señala que la imagen personal se define como la creación de expresiones externas que reflejan valores e ideas que se dice comunicar, acompaña a las personas y el curso de acción. Sugiere un estilo que se adapta al entorno en el que nos encontramos, porque las normas sociales establecidas en el contexto laboral no se corresponden con las que se esperan en familia, entre amigos o al asistir a un evento cultural.

Peréz (2021) señala que en un mercado plagado de estereotipos que bombardean constantemente la imagen perfecta, el rostro físico y estético de una persona; es sumamente importante enfatizar lo que nos distingue, lo que se puede oponer a toda esta tendencia, pero saber exactamente lo que se está consumiendo ahora puede ayudar a desarrollar una mejor imagen personal y más; esto puede ser parte de su motivación de marca profesional.

Asimismo, podemos entender que la imagen personal es todo lo relacionado con nuestra apariencia, la forma en que nos presentamos y nuestra actitud hacia el mundo exterior. Principalmente esto refleja quien somos y cuán dispuestos estamos a entablar relaciones personales y profesionales.

Como características de Imagen Personal tenemos a: Cesur (2022) precisa que la imagen personal que comunicas a través del lenguaje verbal y no verbal manifiesta muchas de tus cualidades, plantea que:

La personalidad plantea que, si una persona tiene una actitud positiva ante la vida o es extrovertida, esto se verá, en la alternativa de colores que hace para elegir sus imágenes o complementos. En cambio, si nos encontramos ante un individuo tímido, reservado, egocéntrico o introvertido, descubriremos que su preferencia es más neutral de no llamar la atención sobre uno mismo. Vásquez (2020) Los rasgos de la personalidad no tienen una definición generalmente confirmada, pero poseen características como la estabilidad en el tiempo y su exposición distinta en

concordancia a las personas y a los entornos. La importancia del rasgo no solamente esta aparición como probable elemento básico de la personalidad, sino en la potencialidad de pronosticar los comportamientos a partir de su presencia o abandono y de las diferentes condiciones de vida. Estilo de vida: entendida como una forma de vida compartida basada en la interacción de las condiciones de vida en el sentido pleno de la palabra y muestra de conductas propias determinados por factores socioculturales y características personales, Véliz (2017).

Complejos: Siempre intenta ocultar lo que no le gusta de sí mismo, a veces convierte esos puntos negativos en una auténtica obsesión porque en muchas ocasiones intenta centrarse en lo que mejor intenta ocultar.

Pépin (2019) La confianza en uno mismo proviene primero de los demás. El enunciado puede parecer paradójico. No lo es. Los hombres recién nacidos son increíblemente frágiles y dependientes. En los primeros meses no puede vivir solo. El simple hecho de que sobreviva prueba que ha estado al cuidado de otros humanos: la confianza en él mismo es, antes que nada, confianza en el otro. Autoconocimiento: Cuando se trata de su cuerpo, su figura, sus fortalezas y debilidades, así como qué aspectos que resalta, esconda o acentúe.

Lazos (2008) define el conocimiento como el conocer la verdad sobre uno mismo; nuestro ejemplo de ADN; nuestras medidas y pesos; nuestras creencias, sentimientos y deseos; nuestras opiniones morales y políticas; nuestras responsabilidades civiles y financieras, etc. En este sentido, la idea de autoconocimiento encajaría en la lógica del concepto de conocimiento como creencia: las creencias que usamos para describir el desempeño individual o social a menudo recurren a diferentes fuentes de evidencia para justificar usos particulares.

Gusto estético: se ajuste a la imitación de la comunidad y por ello a los gustos de la población, o, por el contrario, sea enteramente contrario a la práctica común y evolucione en su forma primitiva y primitiva, Cesur (2022).

Kant (2009) señala que el gusto estético reúne una belleza sublime: tanto en el clasicismo como en el renacimiento, el neoclasicismo estuvo dominado por un

modelaje bien establecido, que era representativo de la belleza cohesiva. A partir del romanticismo, estos parámetros artísticos comenzaron a desmoronarse, principalmente por el espíritu sublime de la época.

Este juicio estético se basa en el gusto o el sentimiento de placer o efecto producido por el objeto sobre el que admirarlos. Al no poder articular verdades usando un sistema lógico matematizado, sus valoraciones están más relacionadas con la inmediatez emocional. Sin embargo, no llegan a una evaluación simple e instintiva. De algún modo los juicios de gusto encuentran imágenes del mundo; son claramente formas de construir representaciones construidas, lo que no quiere decir que sea ingenuo, ya que no existe el gusto puro y los sentimientos son contextualizados por diversos procesos socioculturales. Así, no dejan de existir juicios de elección sobre los individuos, la educación, la cultura, los valores, las ideologías y la moral.

Comportamiento y comunicación: Depende de su nivel de educación e influencia social. Este vínculo con la autoimagen nos habla del comportamiento social y las habilidades comunicativas de una persona: cómo las utiliza, el significado que les atribuye o el mensaje que quiere transmitir a través de su identidad personal, su apariencia, su comportamiento o sus gestos (Cesur, 2022).

La imagen de marca enfocado en el branding es primordial, ante ello, Galindo (2018) indica que las victorias, logros y reputaciones de los atletas no solo tienen impacto a nivel nacional, sino que atraen el interés de las marcas y empresas privadas que han decidido y decidirán invertir en ellos.

Estas inversiones contribuyen a la representación de las marcas en eventos nacionales e internacionales, principalmente a través de la participación de atletas en estos eventos deportivos, como Juegos Olímpicos, el Mundial de la FIFA, el SuperBowl, entre otros.

Además de la influencia de la marca, otra causa para tener en cuenta a la hora de invertir en deportistas, aquí hablamos directamente es la imagen y percepción del

deportista, que está directamente relacionada con el valor de la marca. Cabe señalar que las marcas y/o agencias deben ofrecer consejos sobre cómo mantener la imagen de un atleta. Con el tiempo, adquiere experiencia sobre cómo tratar con los medios, qué decir, qué hacer y más a considerar para mantener su imagen limpia.

La imagen y el marketing deportivo como estrategia publicitaria se define como lo determina Bustos (2019) quien indica que el marketing deportivo como estrategia publicitaria se define como una derivación específica del marketing que juega un puesto importante en la promoción. Además, es indispensable en la exhibición del club de fútbol, donde los jugadores destacados aprenden sus habilidades temprano y es un gran antecedente para promocionar el club. La investigación sobre los mejores jugadores en diferentes equipos y presentada al público, así como el análisis de los jugadores mejor pagados, inspiró a los padres a interesar a sus hijos en jugar al fútbol, a registrar a sus hijos, y esperar que algún día sean reconocidos como ídolos y disfrutar del trato que tienen los jugadores famosos, incluidos los beneficios económicos. Se puede evidenciar como los clubes de fútbol, sus jugadores y equipos donde juegan estos futbolistas se benefician por el marketing deportivo promoviendo sus jugadores y equipos y recibiendo el asesoramiento de empresas que a su vez se benefician de un gran impulso a su imagen y ventas. Un jugador o equipo de fútbol que los represente y refuerce su imagen.

Figuroa (2021) indica que, el marketing de equipos de fútbol tiene como objetivo involucrar a los consumidores en su deporte, ser una plataforma atractiva para que las empresas consideren el patrocinio, generar espectáculos atractivos para atraer a los consumidores a los eventos (partidos) en los que participa el club y ofrecer una gama de productos complementarios para fortalecer el vínculo con clientes (hinchas) y generar un beneficio económico para el club.

Para la segunda variable comportamiento, según Ribas (2020) señala que generalmente el comportamiento es la forma en que la persona responde a los

estímulos de su entorno, ya sean conscientes o inconscientes, intencionados o no. En el lenguaje común, el término suele significar un estado más o menos fijo o permanente, es decir, un individuo que tiene un determinado comportamiento o modales, generalmente esperamos que sea siempre el mismo o menos. En la práctica, sin embargo, el comportamiento está influenciado por muchos factores directos o indirectos diferentes de orden genético, social, cultural, psicológico, económico y emocional.

Por otro lado, Galarsi, et al. (2012) muestra que el comportamiento es un proceso físico riguroso, documentado y verificable que depende directamente de la actividad de los organismos para mantener y desarrollar su vida en relación con su entorno, reaccionar ante él y modificarlo.

Los principales tipos de comportamiento son: Dominante: Característica de las personas que suelen tomar la iniciativa, saben lo que quieren y adónde quieren llegar. Desempeñan roles activos, a veces agresivos, centrándose más en los resultados y el "qué" que en el "cómo". Influyente: El comportamiento es altamente interpersonal, por lo que los conceptos de empatía, apertura e influencia son clave. Los influencers son fáciles de conectar y pueden mostrar fuertes cualidades de liderazgo, por lo que tienden a rodearse de personas y son muy "populares". Estable: Un comportamiento tranquilo y gentil que valora su seguridad y necesita ser pasivo en la mayoría de las situaciones. Pueden padecer de timidez, inseguridad y más preocupados por el 'cómo' que por el 'qué'. Cumplidor: Comportamiento perfeccionista y muy reflexivo, propio de personas sensibles, metódicas y analíticas que pueden ser percibidas por los demás como "indiferentes" porque muchas veces no se guían por su vida interior o por su propio amor.

Principios del comportamiento son: según Lara (2011) quien muestra que los principios que rigen el comportamiento humano son los siguientes 3: Causa: Todo comportamiento está condicionado, dependiendo de la causa. Ante una situación, los

comportamos como lo hacemos: según este principio, debemos buscar la causa de este cambio de comportamiento en los hechos pasados, no en las consecuencias o en la propia acción. Motivación: Todo comportamiento está motivado por algo. Finalidad: En el comportamiento, siempre perseguimos un objetivo, por el cual el comportamiento humano tiene sentido y puede explicarse.

Para determinar el Comportamiento y características de los líderes deportivos tenemos en cuenta lo que menciona Rodríguez (2021) nos indica que las características de líderes deportivos son las siguientes: Carismático: Esta cualidad es una de las cualidades más destacadas de un líder. Esta es una cualidad extremadamente subjetiva pero muy poderosa. Suele manifestarse en la forma de decir, actuar, defender el ideal. La capacidad de comunicación: La capacidad de liderazgo, las instrucciones claras, la protección del grupo, la calma, elegir mensajes motivadores. son habilidades de comunicación que poseen la mayoría de los líderes. Esto es fundamental para cualquier deportista, pero especialmente para un capitán o entrenador. Poder: En ese caso, deberá disfrutar del puesto para redimir. Tal vez lo mereces o simplemente lo tienes. Si es gerente, tiene derecho a recompensar su arduo trabajo en forma de preparación y mantenimiento de registros. Esta es una habilidad que desea aprovechar para que los demás lo vean como un líder, no solo como un "jefe". Ser modelo por seguir: El comportamiento del atleta nos da más información sobre cómo se siente. La disciplina en el trabajo y el respeto a los contrincantes.

Huamán (2019) señala que el líder no nace, sino se hace, pero no de cualquier forma. Tener condiciones específicas no es suficiente, sino que también hay que adaptarlo a los tiempos y circunstancias concretas, incluidos los deportistas. Todos podemos cambiar la forma en que operamos y volvernos más efectivos, pero ese no es el objetivo de los líderes.

Guillen y García (2007) indica que diversos estudios también han demostrado que un jugador de fútbol tiene las siguientes características: amable, abstracto, dominante, elocuente, atento a las normas, valiente, sensible, alerta, desconfiado, reflexivo,

abierto al cambio, perfeccionista y persistente. La imagen que dan a los demás es la de una persona extremadamente narcisista y egoísta, Elman y McKelvie (2003). Los futbolistas son retratados como personas autosuficientes que intentan construir su futuro y depende de ellos, individualistas y solidarios, así como tensos, enérgicos, impacientes, inquietos y reactivos, (Marrero et al., 2000).

Estos jugadores se mueven y actúan a favor de sus propios beneficios, como el impulso de mejorar sus habilidades personales, ser reconocidos como los mejores en su posición, incluso estar presentes en la alineación inicial; y temas grupales como ganar torneos o campeonatos. Son exigentes consigo mismos, sabios y mantienen una alta autoestima para que el entorno les tranquilice. Esto sugiere que los futbolistas tienden a satisfacer sus propias necesidades mientras toman en cuenta a los demás al tomar decisiones sobre los objetivos del equipo.

Y teniendo como punto de estudio la Imitación como modo de comportamiento humano Zurita (2018) señala que como estamos influenciados por el comportamiento de los demás, los procesos mentales impredecibles de cada uno juegan un papel importante.

III. METODOLOGÍA

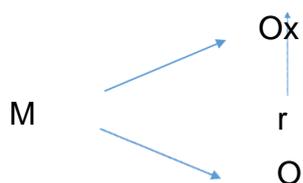
3.1 Tipo y diseño de investigación

El método de investigación fue cuantitativo, dado que representó un conjunto de procesos, siendo secuencial y probatorio (Hernández, 2014). La investigación fue tipo básica, ya que permite ampliar el conocimiento teórico y general. Además, contamos con la posibilidad de sumar nueva información para futuras investigaciones.

El diseño de investigación fue no experimental - transversal, ya que el campo en el que se desarrolló, se dio en su contexto natural y transversal porque la recopilación de datos fue dada en un único momento, descriptiva ya que tuvo como objeto precisar las características, perfiles y atributos de un grupo de personas, y correlacional explicativo porque se estableció una relación entre ambas variables en una muestra (Hernández, 2014)

Figura 1

Diseño de la investigación



Leyenda:

M=Muestra

r= relación

X= Imagen Personal de los jugadores

Y= Comportamiento de los futbolistas

3.2 Variables y operacionalización

Dentro de la imagen personal Ferrera (2019) señala que la imagen personal se define como la creación de expresiones externas que reflejan valores e ideas que se dice comunicar, acompaña a las personas y el curso de acción. Sugiere un estilo que se adapta al entorno en el que nos encontramos, porque las normas sociales establecidas en el contexto laboral no se corresponden con las que se esperan en familia, entre amigos o al asistir a un evento cultural.

Definición operacional: El cuidado de la imagen de un futbolista se debe contar con una orientación por parte de las marcas o agentes, para lograr la experiencia de cómo enfrentar los medios, como actuar, a considerar para mantener intacta tu imagen personal (Galindo, 2018).

Indicadores: Actitud Positiva, exposición, potencialidad, condiciones de vida, conducta, características personales, admirarlos, emociones, imitación, valores, modelaje, comportamiento, social y habilidades.

Escala de medición: 1 y 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14.

El comportamiento es la forma en el que un organismo vivo responde a los estímulos ambientales, consciente o inconscientemente (Ribas, 2020).

Por otro lado, según Marrero, et al (2000), el comportamiento de los futbolistas se define como individualistas y solidarios, así como tensos, enérgicos, impacientes, inquieto y reactivos.

Indicadores: Iniciativa, Roles activos, Agresivos, Empatía, Liderazgo, Influencia, Tranquilo, Timidez, Inseguridad, Perfeccionista, Reflexivo, Indiferente.

Escala de medición: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12.

3.3 Población, muestra y muestreo:

La población es el grupo de todas las instancias que se ajustan a un conjunto de especificaciones, Hernández (2010). La población estuvo constituida por jóvenes futbolistas de 18 a 35 años que se desempeñan de manera profesional o amateur en

la liga distrital de fútbol de Chimbote 2023.

Para obtener estas respuestas, la pregunta debe hacerse con el mismo propósito y dirigida al interrogador, de modo que no se complique por desconocimiento o mala interpretación de la pregunta.

Por lo tanto, se tuvo en cuenta la población por jugadores de la primera liga distrital de Chimbote ya que la 2 y 3 no estarían saliendo este año para los resultados de esta investigación.

Criterios de inclusión: Todos los jóvenes futbolistas de 18 a 35 años que se desempeñan de manera profesional o amateur en la primera liga distrital de fútbol de Chimbote 2023.

Criterios de exclusión: Todos los jóvenes que no sean futbolistas de 18 a 35 años que se desempeñan de manera profesional o amateur de la primera liga distrital de fútbol de Chimbote 2023.

La población se precisa en el siguiente cuadro:

Tabla 1

Distribución de la población

Población	Total
Futbolistas de la liga distrital de Chimbote	180
Total	180

Nota. Información extraída del SPSS v.26

Una muestra es una porción de la población de interés para la cual se recopilan datos, y necesita ser definida y predeterminada con precisión; Hernández y Lepkowski (2010). Se aplicó la siguiente fórmula para un muestreo de probabilidad de población finita para calcular la muestra.

Figura 2

Fórmula empleada

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)N}{E^2 N + Z^2 p(1-p)}$$

Muestra conformada por 50 jugadores de la Liga Distrital

Tabla 2

Distribución de la muestra

	Contribuyentes
futbolistas de la liga distrital de Chimbote	50
Total	50

Nota. Información extraída del SPSS v.26

El muestreo es una fase donde se conoce la expectativa de cada elemento de la integral muestra, Arias (2006).

El muestreo del presente trabajo de investigación fue probabilístico, por conveniencia, por las condiciones que se nos permite elegir a los participantes.

3.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos:

Se obtuvo con la encuesta como instrumento de recolección de datos, y se contó con la escala Likert para las respuestas con cinco alternativas. Elaborada minuciosamente, considerando dimensiones que teníamos de diferentes autores dentro del estudio.

Hernández (2010) la define que la confiabilidad proporcionada cuando se utiliza para medir variables, ítems, encuestas u otros métodos utilizados para producir resultados. p. 201.

El instrumento cuestionario utilizado en este estudio fue revisado por 3 expertos con maestría, quienes evaluaron la calidad del mismo, ellos son:

- a) Mg. Jacinto Elías Salinas Ramírez
- b) Mg. Beatriz Amparo Puestas Mendoza
- c) Mg. Estela María Maldonado Mendieta

Tabla 3

Validación del instrumento: Imagen personal

	Experto 1	Experto 2	Experto 3
Coherencia	Si	Si	Si
Pertinencia	Si	Si	Si
Relevancia	Si	Si	Si

Nota. Información extraída del SPSS v.26

Tabla 4

Validación del instrumento: Comportamiento

	Experto 1	Experto 2	Experto 3
Coherencia	Si	Si	Si
Pertinencia	Si	Si	Si
Relevancia	Si	Si	Si

Nota. Información extraída del SPSS v.26

Figura 3

Confiabilidad del instrumento

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,767	26

Como puede ver, el puntaje es de 0,767, lo que indica que la herramienta tiene un nivel de confianza aceptable, lo que confirma su uso para la recopilación de datos.

3.5 Procedimientos

El cuestionario se elaboró en base a las dimensiones de las variables. Para la encuesta se realizó un procedimiento de pasos; primeramente, fue elaborar el instrumento de evaluación con los ítems necesarios, luego se estableció a la población, muestra y muestreo, seguido de eso, se aplicó el cuestionario a 50 jugadores de la muestra elegida que pertenecen a la liga distrital de fútbol de Chimbote, mediante él envió de un link de formulario Google, el cual tuvo descrito el consentimiento informado para la respectiva autorización y validez. Por último, realizamos la recolección de datos y conteo para así procesar la información y finalmente conocer los resultados.

3.6 Método de análisis de datos

De acuerdo a la recopilación de datos que conseguimos en base a la encuesta diseñada en el formato de escala Likert, se analizó las respuestas de manera cuantitativa. Los resultados que se obtuvieron fueron trasladados al formato Excel, para luego pasarlo al programa SPSS.

3.7 Aspectos éticos

Fundamentada por el profesionalismo con el que se desarrolló, principalmente por el respeto a las personas, porque permitimos a los encuestados decidir de manera autónoma, sin alteración. Por beneficencia, porque nos aseguramos que exista una minimización del daño y maximización de beneficios. Por último, tuvimos la justicia, porque todos los participantes fueron elegidos de manera aleatoria dentro del margen de nuestra población.

IV. RESULTADOS

Tabla 5

		Correlaciones	
		Imagen personal	Comportamiento
Imagen personal	Correlación de Pearson	1	.624**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	50	50
Comportamiento	Correlación de Pearson	.624**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

Nota. Datos extraídos del SPSS

Interpretación: En base a lo reflejado en la tabla 5 se apreció mediante la prueba estadística de r Pearson la existencia de una correlación entre las variables imagen personal y Comportamiento con un coeficiente r: .624**, lo que se interpretó como una correlación positiva considerable y además se realizó la contrastación de la hipótesis al haber obtenido un valor de significancia de 0.000 que fue menor a 0.05, lo que determinó aceptar la hipótesis alternativa.

Tabla 6

Correlaciones			
		Personalidad	Comportamiento
Personalidad	Correlación de Pearson	1	.558**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	50	50
Comportamiento	Correlación de Pearson	.558**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

Nota. Datos extraídos del SPSS

Interpretación: En base a lo reflejado en la Tabla 6 se apreció que existe una correlación $r: .558^{**}$ entre las variables destacándose la importancia de la dimensión personalidad teniendo en cuenta el impacto que tiene con el comportamiento, al verse afectado por algún motivo la personalidad al estar relacionado con el comportamiento terminando afectando a esta variable y además se realizó la contrastación de la hipótesis al haber obtenido un valor de significancia de 0.000 que fue menor a 0.05, lo que determina aceptar la hipótesis alternativa.

Tabla 7

Correlaciones			
		Gustos estéticos	Comportamiento
Gustos estéticos	Correlación de Pearson	1	.441**
	Sig. (bilateral)		.001
	N	50	50
Comportamiento	Correlación de Pearson	.441**	1

Sig. (bilateral)	.001	
N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Datos extraídos del SPSS

Interpretación: En base a lo reflejado en la Tabla 7 se apreció que existe una correlación $r: .441^{**}$ entre las variables destacándose la importancia de la dimensión gustos estéticos teniendo en cuenta el impacto que tiene con el comportamiento, al verse afectado por algún motivo el gusto estético al estar relacionado con el comportamiento termina afectando a esta variable y además se realizó la contrastación de la hipótesis al haber obtenido un valor de significancia de 0.001 que fue menor a 0.05, lo que determinó aceptar la hipótesis alternativa.

Tabla 8

Correlaciones			
		Estilo de vida	Comportamiento
Estilo de vida	Correlación de Pearson	1	.442**
	Sig. (bilateral)		.001
	N	50	50
Comportamiento	Correlación de Pearson	.442**	1
	Sig. (bilateral)	.001	
	N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Datos extraídos del SPSS

Interpretación: En base a lo reflejado en la Tabla 8 se apreció que existe una correlación $r: .442^{**}$ entre las variables destacándose la importancia de la dimensión estilo de vida teniendo en cuenta el impacto que tiene con el comportamiento, al verse

afectado por algún motivo el estilo de vida al estar relacionado con el comportamiento termina afectando a esta variable y además se realizó la contrastación de la hipótesis al haber obtenido un valor de significancia de 0.001 que fue menor a 0.05, lo que determinó aceptar la hipótesis alternativa.

Tabla 9:

Correlaciones			
		Comportamient o y Comunicación	Comportamient o Comunicación
Comportamiento y Comunicación	Correlación de Pearson	1	,219
	Sig. (bilateral)		,001
	N	50	50
Comportamiento	Correlación de Pearson	,219	1
	Sig. (bilateral)	,127	
	N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,127 (bilateral).

Nota. Datos extraídos del SPSS

Interpretación: En base a lo reflejado en la Tabla 9 se apreció que existe una correlación $r: .219$ entre las variables destacándose la importancia de la dimensión comportamiento y comunicación teniendo en cuenta el impacto que tiene con el comportamiento, al verse afectado por algún motivo el comportamiento y comunicación al estar relacionado con el comportamiento termina afectando a esta variable y además se realizó la contrastación de la hipótesis al haber obtenido un valor de significancia de 0.127 que fue menor a 0.05, lo que determinó aceptar la hipótesis nula.

V. DISCUSIÓN

En este estudio se logró efectuar la hipótesis general de ambas variables generales. Según los resultados de la tabla 5 fueron que, afirma que existe una correlación alternativa obteniéndose un valor de significancia de ($p=0.000$) que fue menor a $p<0.05$ y un coeficiente de $r: .624^{**}$, lo que se interpretó como una correlación positiva considerable, de tal manera que rechaza la hipótesis nula, lo que determina aceptar la hipótesis alternativa donde se afirma relación positiva entre ambas variables.

De tal manera que estos resultados coinciden con lo mencionado por Salas (2021), quien señala que existe una relación significativa de $p<0.05$ ($p=0.003$) y una correlación de $r= 0.0204$, existe una relación positiva entre las variables, mostrando una correlación positiva considerable. Por lo contrario, los resultados de Corcuera (2021), superan la relación correlación positiva, significativa y alta (0.50) entre las dimensiones de Motivación Intrínseca y Deseo de sobresalir.

Siguiendo con la inicial hipótesis específica se obtuvo un coeficiente considerable de una correlación $r: .558^{**}$ lo que demuestra una correlación significativa, positiva mediante el cruce de las dimensiones personalidad y comportamiento, aceptando la hipótesis en cuestión.

Esto concuerda con García (2018), corroborando que el tipo de motivación que el individuo posee se relaciona con los patrones de comportamientos asociados al mismo, concluyó que tienen una relación de $r=.40$, por lo que pueden considerarse aceptable. En contraste con Alguacil (2020), superan la relación existente entre ambas variables, la cual obtuvo una correlación positiva de .850 en base a la prueba de correlación de Pearson, con un grado de significancia de $p<0.01$, aceptando que existe una relación entre ambas variables, resultando positiva la hipótesis en cuestión.

En la segunda hipótesis específica, produjeron valores similares, concluyendo con una correlación positiva de $r: .441^{**}$ entre las variables y un valor de significancia de 0.000 que fue menor a 0.05, lo que determinó aceptar la segunda hipótesis en cuestión.

Lo mencionado se iguala a lo escrito por Lobillo y Morello (2018), quien se refiere a

las variables entre relación del estudio de la marca y el comportamiento de un deportista tuvieron una población conformada por 200 personas y con una correlación aceptable de Rho: .339, concluyendo que el deportista tiene un comportamiento en base a la percepción de la marca que infunde a través de las redes sociales y como lo perciben en la vía pública. Así mismo por Gómez (2018), quien se refiere a la marca personal teniendo una relación de Rho: .769 entre las variables, concluyendo de que las dimensiones de la variable marca personal se relacionan con la variable nuevas oportunidades, resultando positiva la hipótesis en cuestión.

VI. CONCLUSIONES

1. Se determinó que existe una relación positiva entre la imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la liga distrital de Chimbote 2023, donde se obtuvo una relación significativa de $p < 0.05$ ($p = 0.000$); de tal manera que, se acepta la hipótesis alternativa.
2. Se analizó que existe una relación significativa, positiva entre la personalidad de los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023, donde el coeficiente Rho de Spearman (.558) y el p-valor calculado es < 0.05 ; lo cual afirma la hipótesis alternativa.
3. Se precisó que existe una relación significativa entre la relación de los gustos estéticos de los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023, demostrando que existe una correlación de $r = 0.44$; por lo cual se acepta la hipótesis alternativa.
4. Se midió que existe una relación significativa entre la relación del estilo de vida de los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023, obteniéndose una correlación de $r = 0.442$; por lo cual se acepta la hipótesis alternativa.
5. Se demostró que no existe relación entre el comportamiento y comunicación de los jugadores de la selección y el comportamiento de los futbolistas de la Liga de Chimbote 2023, existiendo una correlación de $r = 0,219$; por lo tanto, queda la hipótesis nula.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: Recomendamos que los jóvenes futbolistas de la Liga Distrital que quieran incursionar en el mundo del deporte profesional miren esta encuesta de imagen personal para que puedan autenticarse frente a nuevas marcas o clubes que puedan contratarlos y obteniendo una mejor calidad de vida.

Segunda: Se propone que se tome en cuenta el valor de la imagen personal, ya que tenemos comprobada la hipótesis general y esperamos que tengan mayores oportunidades y puedan mejorar en su marca o imagen personal pudiendo asociarse con marcas deportivas. Del mismo como en el marketing deportivo, para formar la calidad de los jóvenes deportistas; de esta manera pueden generar conciencia para presentarse como una pequeña empresa que enfrenta nuevos desafíos y oportunidades en el futuro.

Tercera: Por último, recomendamos que futuros estudios relacionadas con el campo del marketing deportivo puedan especializarse y realizar esta investigación de manera cualitativa o mixta, porque no es suficiente hacer solo cuantitativo, sino también saber explícitamente lo que piensan los jugadores y personas de su entorno, para poder enriquecer la información y tener mayor conocimiento optimizando mejores resultados.

REFERENCIAS:

- Agencia Bloomberg (2022). Cristiano Ronaldo alcanza récord en Instagram con anuncio de Louis Vuitton junto a Messi. *Gestión*.
- Alguacil, M. (2020). Relación entre la imagen de marca y el comportamiento de los usuarios de servicios deportivos. [Tesis de doctorado]. Universidad Jaume I.
- Ampuero, D (2013). *Autoeficacia y orientación de metas en futbolistas profesionales*. Lima: Universidad Católica del Perú.
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de la Investigación*. (6ta. Ed.). Editorial Episteme.
- Benítez, D, et al (2019). *Cómo el comportamiento del legitimador deportista puede influir en el posicionamiento de marca*.
- Bustos, J. (2019). *El Marketing deportivo como estrategia publicitaria para fortalecer la credibilidad de los clubes de fútbol*. Bogotá: Universidad Militar Nueva
- Castañer y Camerino (2010). *Juventud e iconos deportivos, el poder de la imagen personal*.
- Cesur, L. (2022). *¿Qué es la imagen personal y por qué es importante cuidarla?*.
- Concuera, R (2021). *Motivación y compromiso deportivo en futbolistas adolescentes de una Academia Formativa en Lima-Perú*. Lima: Universidad peruana de Ciencias Aplicadas.
- Cortegana, et al (2018). Influencers en la decisión de compra de moda deportiva: estudio del consumo de marcas Adidas, Nike y Puma de millennials de Lima. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Elliott, J (2021). *DECISION MAKING IN PROFESSIONAL SOCCER: FROM MATCH-PLAY TO TRAINING*. University for the degree of Doctor of Philosophy
- Elman y McKelvie (2003). *Personalidad de los futbolistas*. Psicología y Mente.
- Engler, B. *Introducción a las teorías de la personalidad*. México: La casa del libro.
- Ferrera, J. (2019). *Significado de Imagen personal*.
- Figuroa, E (2021) *El manejo del marketing deportivo a través de la comunicación en*

las redes sociales: Caso Alianza Lima y Sporting Cristal. Lima: Universidad de Lima.

Galarsi, M, et al (2012). *Comportamiento, historia y evolución*. Argentina: Universidad Nacional de San Luis.

Galindo, D. (2018). *La importancia del personal Branding para deportistas*.

García, T. (2018). *Motivación y comportamientos adaptativos en jóvenes futbolistas*. España. Universidad de Extremadura Servicio de Publicaciones.

Gómez, R. (2018). *Cómo vender su marca personal: Descubra sus talentos, conéctese con los demás y encuentre nuevas oportunidades*. España: Conecta.

Guillen y Garcia (2007). *Personalidad de los futbolistas*.

Huaman, J. (2019). *Liderazgo Deportivo*. Perú: Universidad Nacional de Tumbes.

Jimenez, L. (2020). *Impacto de la investigación cuantitativa en la actualidad*. Revista Científica.

Kant, I (2009) *El juicio estético sobre lo bello*. México: Revista.

Lara, M (2011) *“Conducta Humana”*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Uejutla.

Lazos E, (2008) *Autoconocimiento: una idea tensa*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Lobillo, G. y Molero, R. (2018). *Estudio de la marca personal de un deportista enfocado en su comportamiento*. Santa Cruz de Tenerife [Tesis de Maestría, Universidad Central de Ecuador].

Marketing news (18 de mayo del 2021). *Las redes sociales favoritas de los adolescentes*.

Marketing News. (s.f.). *Las redes sociales favoritas de los adolescentes*.

Marrero, Martin-Albo y Núñez (2000). *Personalidad de los futbolistas*. Psicología y Mente.

Peña, J (2019). *Relación de hábitos alimentarios y características cine antropométricas en futbolistas adolescentes de alto rendimiento, Lima 2018*. Lima: Universidad

Nacional Mayor de San Marcos.

Pépin, C (2019) *La confianza en uno mismo*. España, editorial Ariel, S.A.

Peréz, V. (2021). *La imagen personal en lo profesional*.

Pulido, D. (2019). *Comportamientos e influencias parentales en el fútbol base efectos de una intervención socioeducativa con los padres*. España. Universitat de les Illes Balears.

Ramos, P (2022) *Marketing en el Fútbol. Importancia de las marcas en la industria futbolística*. España: Universidad de Valladolid. Facultad de Comercio.

Ribas, N. (2020). *Comportamiento*.

Rodriguez, J. (2021). *Liderazgo en el deporte*. Psicología deportiva.

Salas, C. (2021). *La cultura del personal branding y la calidad de formación de las divisiones menores en el fútbol peruano 2021*. Lima: Universidad César Vallejo.

Sampieri, R, et al (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.

Vásquez, E. (2020). *Rasgos y Personalidad. Conceptos generales y su papel en los Trastornos de Personalidad*. Revista Latinoamericana de Personalidad, 1(1), 42-53.

Véliz, T. (2017). *Estilos de vida y salud: estudio del caso de los estudiantes de la facultad de ciencias médicas universidad de san Carlos de Guatemala*. Barcelona: Universidad de Barcelona.

Villegas, R. (2019). *Cohesión de equipo y características psicológicas deportivas en futbolistas de la primera división peruana*. Lima: Universidad peruana de Ciencias Aplicadas.

Zurita, M (2018). *El aprendizaje por imitación y la identificación de roles en los niños de la unidad educativa madre gertrudis del cantón Cevallos provincia del Tungurahua*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

ANEXOS

ANEXO 1: Tabla 1. Operacionalización de variable imagen personal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
V1: Imagen Persona	Ferrera (2019) señala que la imagen personal se define como la construcción de la expresión externa capaz de reflejar los valores y pensamientos que se dice transmitir y acompaña a las personas y el curso de acción.	El cuidado de la imagen de un futbolista se debe contar con una orientación por parte de las marcas o agentes, para lograr la experiencia de cómo enfrentar los medios, como actuar, a considerar para mantener intacta tu imagen personal (Galindo, 2018).	Personalidad	Actitud positiva	1 y 2	Ordinal
				Exposición	3	
				Potencialidad	4	
				Condiciones de vida	5	
			Estilo de vida	Conducta	6	
				Características personales	7	
			Gusto estético	Admirarlos	8	
				Emociones	9	
				Imitación	10	
				Valores	11	
			Comportamiento y comunicación	Modelaje	12	
				Comportamiento social	13	
			Habilidades	14		

Tabla 2. Operacionalización de Variable comportamiento

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
V2: Comportamiento	El comportamiento es la forma en que el ser vivo responde a los estímulos de su entorno, ya sea que lo haga consciente o inconscientemente (Rivas, 2020).	El comportamiento de los futbolistas se define como individualistas y solidarios, así como tensos, enérgicos, impacientes, inquietos y reactivos. Marreros, et al (2000).	Dominate	Iniciativa	1	Ordinal
				Roles activos	2	
				Agresivos	3	
			Influyente	Empatía	4	
				Liderazgo	5	
				Influencia	6	
			Estable	Tranquilo	7	
				Timidez	8	
				Inseguridad	9	
			Cumplidor	Perfeccionista	10	
				Reflexivo	11	
				Indiferentes	12	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Cuestionario sobre Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote, 2023

Estimado/a este cuestionario forma parte de la investigación: Imagen personal de los jugadores de la selección de fútbol y comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital Chimbote 2023. Su participación en este estudio es totalmente voluntaria y anónima, puede elegir no participar. Si decide participar de esta investigación, podrá retirarse de esta en cualquier momento. Si decide no participar o retirarse del estudio, no fue penalizado de ninguna manera. Los procedimientos de este estudio incluyen el completar un cuestionario en línea. Todas sus respuestas fueron grabadas. Si usted tuviera alguna pregunta sobre este estudio, por favor contáctese con Nadia Del Solar al correo electrónico: nsolar@ucvvirtual.edu.pe

Se agradece responder de manera honesta y veraz ya que los resultados fueron empleados con fines académicos.

CONSENTIMIENTO ELECTRÓNICO: por favor elija la opción que prefiera debajo.

- Al hacer click al botón “Doy mi consentimiento” usted indica que:
- A leído la información en la pared superior.
- Sus padres tienen conocimiento y dieron permiso para su participación en la investigación.
- Ha aceptado voluntariamente participar y
- Ha aceptado ser contactado si ha provisto la información correspondiente.

Las valoraciones son en una escala de 1 a 5. En la que 1 representa la falta de ajuste del ítem del cuestionario y el objeto del mismo, mientras que el 5 corresponde a un perfecto ajuste entre ambos. Las 5 opciones de respuesta a los ítems formulados son: nunca=5 casi nunca=4 a veces=3 casi siempre=2 siempre=1

PREGUNTAS	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
1. ¿Usted considera que los jugadores de la selección peruana de fútbol tienen una actitud positiva dentro del terreno de juego?					
2. Bajo su punto de vista, ¿los jugadores de la selección peruana tienen una actitud positiva en su vida personal?					
3. La exposición de un mal hábito de un futbolista de la selección, ¿es perjudicial para su imagen con la hinchada?					
4. Usted piensa que los futbolistas de la selección, ¿tienen potencialidad de desarrollo personal y profesional?					

5. Los jugadores de la selección peruana de fútbol proyectan una buena imagen personal en su condición de vida?					
6. Bajo su punto de vista, ¿considera que los futbolistas de la selección peruana tienen una conducta adecuada?					
7. ¿Los medios de comunicación han contribuido a distorsionar las características personales que tienen los jugadores de la selección peruana de fútbol en la sociedad?					
8. Los malos hábitos de los jugadores de la selección peruana dentro y fuera de la cancha, ¿hacen que dejemos de admirarlos?					

9. Cuando los jugadores de la selección peruana tienen un partido importante, ¿usted siente alguna emoción al ver el buen desempeño futbolístico?					
10. Considerando la vestimenta, peinados y looks de moda del seleccionado nacional de fútbol, ¿Crees que existe imitación de los futbolistas chimbotanos respecto a estos?					
11. ¿Considera que los valores de los jugadores de la selección peruana han influido en sus decisiones en el campo de fútbol?					

<p>12. Sabemos que existen jugadores de la selección nacional que cuidan mucho su imagen personal. ¿Alguna vez fuiste influenciado y apuntaste a trabajar en el modelaje?</p>					
---	--	--	--	--	--

<p>13. Los futbolistas son personas públicas dentro de la comunidad del club donde juegan, ¿considera que los futbolistas de la selección deben tener un comportamiento social adecuado?</p>					
--	--	--	--	--	--

<p>14. Como bien sabemos, los futbolistas de la selección son entrevistados respecto a su desempeño profesional después de cada partido, ¿considera que los futbolistas de Chimbote demuestran la misma habilidad de comunicación en las entrevistas?</p>					
---	--	--	--	--	--

PREGUNTAS	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
<p>1. El liderazgo mostrado por el seleccionado nacional de fútbol, ¿influye en la iniciativa que demuestran en la cancha los futbolistas de la liga distrital de Chimbote?</p>					
<p>2. ¿Considera tener el mismo ímpetu y compromiso con su equipo, al igual que los jugadores de la selección peruana de fútbol?</p>					

3. Durante el desarrollo de un partido de fútbol, ¿alguna vez tuvo impulsos agresivos e incontrolables?					
4. ¿Se considera una persona empática con sus compañeros de equipo?					
5. ¿Usted se considera una persona líder dentro de la cancha de fútbol?					
6. ¿Cree que exista una influencia de los futbolistas de la selección peruana hacia usted?					
7. ¿Tiene una personalidad calmada fuera de las canchas de fútbol?					
8. ¿Se considera una persona tímida ante las entrevistas de los periodistas al término de un partido de fútbol?					
9. ¿Alguna vez se ha sentido inseguro al no llegar al nivel de competencia establecido por los futbolistas de la selección nacional?					

10. ¿Cree que se ha vuelto más perfeccionista al ver el comportamiento del seleccionado nacional de fútbol?					
11. Consideraría que uno los atributos para llegar a ser un mejor jugador de fútbol, ¿es ser más reflexivo al analizar sus partidos?					
12. ¿Alguna vez se ha mostrado indiferente frente al desempeño profesional de los futbolistas de la selección nacional?					

ANEXO 3:

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación: Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote, 2023.

Investigador (es): Del Solar Pastor Nadia Muriel y Jacinto Cortez, Erik Alessandro.

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote, 2023", cuyo objetivo es: Determinar la relación entre la imagen personal de los jugadores de la selección de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pre grado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus Chimbote, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Cesar Vallejo.

Esta investigación tiene una relevancia importante, dado que, nos ayudará a identificar la relación que existe de la imagen personal de los futbolistas de la selección nacional de fútbol y el comportamiento de los más jóvenes viendo como estos se relacionan, ya sea intencionalmente o no, con sus ídolos.

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Determinar la relación entre la imagen personal de los jugadores de la selección de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote 2023.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se realizará vía WhatsApp. Las respuestas al cuestionario serán anónimas.



Participación voluntaria:

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo:

NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios:

Los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad:

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a)(es)

Nadia Del Solar Pastor gmail: ndsolar2@gmail.com

y Docente asesor: Dra. Torres Rivera, Julia Lizet

email: jtorres25@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos:

Fecha y hora:



ANEXO 4: Matriz de Evaluación por Juicio de Expertos

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote, 2023. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Jacinto Elías Salinas Ramírez
Grado profesional:	Maestría () Doctor (<input checked="" type="checkbox"/>)
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (<input checked="" type="checkbox"/>) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Profesor de la universidad Cesar Vallejo de comunicaciones.
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Magister en Gerencia Pública

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario sobre Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote, 2023
Autores:	Del Solar Pastor, Nadia Muriel y Jacinto Cortez, Erik Alessandro
Procedencia:	Chimbote –Perú
Administración:	
Tiempo de aplicación:	20 min
Ámbito de aplicación:	Vía WhatsApp
Significación:	(dimensiones, áreas, ítems por área, explicación breve de cuál es el objetivo de medición)



1. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario de Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote, 2023 elaborado por Del Solar Pastor Nadia Muriel, y Jacinto Cortez, Erik Alesandro.en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Personalidad.
- Objetivos de la Dimensión: Ordinal.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
¿Usted considera que los jugadores de la selección peruana de fútbol tienen una actitud positiva dentro del terreno de juego?	1	1	1	1	
Bajo su punto de vista, ¿los jugadores de la selección peruana tienen una actitud positiva en su vida personal?	1	1	1	1	
La exposición de un mal hábito de un futbolista de la selección, ¿es perjudicial para su imagen con la hinchada?	1	1	1	1	
Usted piensa que los futbolistas de la selección, ¿tienen potencialidad de desarrollo personal y profesional?	1	1	1	1	

- Segunda dimensión: Estilo de vida.
- Objetivos de la Dimensión: Ordinal.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Los jugadores de la selección peruana de fútbol, ¿proyectan una buena imagen en su condición de vida?	1	1	1	1	
Considera que los futbolistas de la selección peruana de fútbol tienen	1	1	1	1	



una conducta adecuada					
¿Los medios de comunicación han contribuido a distorsionar las características personales que tienen los jugadores de la selección peruana de fútbol en la sociedad?	1	1	1	1	

Firma del evaluador:



Dni: 32732657

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote, 2023. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

Datos generales del 2 juez

Nombre del juez:	Beatriz Amparo Puestas Mendoza
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (X) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Profesor de la universidad Cesar Vallejo de psicología.
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Magister en Psicología Social



4. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

5. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario sobre Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote, 2023
Autores:	Del Solar Pastor, Nadia Muriel y Jacinto Cortez, Erik Alessandro
Procedencia:	Chimbote –Perú
Administración:	
Tiempo de aplicación:	20 min
Ámbito de aplicación:	Vía WhatsApp
Significación:	(dimensiones, áreas, ítems por área, explicación breve de cuál es el objetivo de medición)

2. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario de Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote, 2023 elaborado por

Del Solar Pastor Nadia Muriel, y Jacinto Cortez, Erik Alesandro. en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.



decir debe ser incluido.	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento

- Primera dimensión: Personalidad.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
¿Usted considera que los jugadores de la selección peruana de fútbol tienen una actitud positiva dentro del terreno de juego?	1	1	1	1	
Bajo su punto de vista, ¿los jugadores de la selección peruana tienen una actitud positiva en su vida personal?	1	1	1	1	
La exposición de un mal hábito de un futbolista de la selección, ¿es perjudicial para su imagen con la hinchada?	1	1	1	1	
Usted piensa que los futbolistas de la selección, ¿tienen potencialidad de desarrollo personal y profesional?	1	1	1	1	

- Segunda dimensión: Estilo de vida.
- Objetivos de la Dimensión: Ordinal.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Los jugadores de la selección peruana de fútbol, ¿proyectan una buena imagen en su condición de vida?	1	1	1	1	
Considera que los futbolistas de la selección peruana de fútbol tienen una conducta adecuada	1	1	1	1	



¿Los medios de comunicación han contribuido a distorsionar las características personales que tienen los jugadores de la selección peruana de fútbol en la sociedad?	1	1	1	1	
--	---	---	---	---	--

Firma del evaluador:

Beatriz PM

Dni: 41651420

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote, 2023. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

Datos generales del 3 juez

Nombre del juez:	Estela María Maldonado Mendieta
Grado profesional:	Maestría () Doctor (X) ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (X) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Profesor de la universidad Cesar Vallejo de psicología.
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Magister en Relaciones Publicas e imagen corporativa.



6. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

7. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario sobre Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote, 2023
Autores:	Del Solar Pastor, Nadia Muriel y Jacinto Cortez, Erik Alessandro
Procedencia:	Chimbote –Perú
Administración:	
Tiempo de aplicación:	20 min
Ámbito de aplicación:	Vía WhatsApp
Significación:	(dimensiones, áreas, ítems por área, explicación breve de cuál es el objetivo de medición)

3. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario de Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote, 2023 elaborado por Del Solar Pastor Nadia Muriel, y Jacinto Cortez, Erik Alesandro. en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Personalidad.
- Objetivos de la Dimensión: Ordinal.

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
¿Usted considera que los jugadores de la selección peruana de fútbol tienen una actitud positiva dentro del terreno de juego?	1	1	1	1	
Bajo su punto de vista, ¿los jugadores de la selección peruana tienen una actitud positiva en su vida personal?	2	1	1	1	
La exposición de un mal hábito de un futbolista de la selección, ¿es perjudicial para su imagen con la hinchada?	1	1	1	1	
Usted piensa que los futbolistas de la selección, ¿tienen potencialidad de desarrollo personal y profesional?	1	1	1	1	

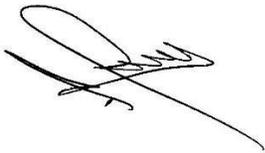
- Segunda dimensión: Estilo de vida.
- Objetivos de la Dimensión: Ordinal.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Los jugadores de la selección peruana de fútbol, ¿proyectan una buena imagen en su condición de vida?	1	1	1	1	



Considera que los futbolistas de la selección peruana de fútbol tienen una conducta adecuada	1	1	1	1	
¿Los medios de comunicación han contribuido a distorsionar las características personales que tienen los jugadores de la selección peruana de fútbol en la sociedad?	1	1	1	1	

Firma del evaluador:



Dni: 32917328

ANEXO 5: Resultado de similitud de Turnitin

Título del trabajo	Cargado	Nota	Similitud
TESIS DEL SOLAR-JACINTO.docx	23 Jun 2023 20:52 -05	--	26%   

ANEXO 6: Tamaño de cálculo de la muestra

Tabla 4
Distribución de la muestra

	Contribuyentes
futbolistas de la liga distrital de Chimbote	50
Total	50

Nota. Información extraída del SPSS v.26

ANEXO 7:

Declaratoria de Originalidad del Autor/ Autores

Nosotros, Del Solar Pastor Nadia Muriel y Jacinto Cortez Erik Alessandro egresados de la Facultad de Derecho y Humanidades, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, Sede Chimbote, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan a la tesis titulada: "Imagen personal de los jugadores de la selección de fútbol y comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital Chimbote 2023" es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la tesis:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.
En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.
Chimbote, 23 de junio 2023

Del Solar Pastor Nadia Muriel	
DNI: 70438429	Firma 
ORCID: (https://orcid.org/0000-0002-9173-9155)	
Jacinto Cortez Erik Alessandro	
DNI: 70604397	Firma 
ORCID: (https://orcid.org/0000-0002-7025-6939)	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, JULIA LIZET TORRES RIVERA, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote, 2023", cuyos autores son DEL SOLAR PASTOR NADIA MURIEL, JACINTO CORTEZ ERIK ALESSANDRO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHIMBOTE, 13 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
JULIA LIZET TORRES RIVERA DNI: 41537875 ORCID: 0000-0003-2848-4978	Firmado electrónicamente por: JTORRES25 el 16- 10-2023 15:41:11

Código documento Trilce: TRI - 0588721