



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

**TESIS**

**VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL Y ENTREGA DE  
COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE DE LAS TIENDAS  
DEPORTIVAS DE LA CIUDAD DE PUCALLPA, 2017**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**

**AUTORA:**

Br. Nora Cajas Ramírez

**ASESOR:**

Dr. Lener Omar Panduro Rengifo

**LINEA DE INVESTIGACION:**

Finanzas Públicas y Privadas

**SUB LINEA DE INVESTIGACION:**

Análisis y Gestión de Costos

**PUCALLPA – PERÚ**

**2018**

## **JURADO EVALUADOR**

---

**Dr. Frank Bollet Ramírez**  
**PRESIDENTE**

---

**Mg. Nora Inés Ríos Laiche**  
**SECRETARIA**

---

**Dr. Jaime Augusto Rojas Elecano**  
**VOCAL**

---

**Dr. Lener Omar Panduro Rengifo**  
**ASESOR**

## **DEDICATORIA**

A mi adorada madrecita Juana, quien me apoya en todo momento y es la mejor amiga de toda la vida, para así convertirme en una profesional.

Nora

## **AGRADECIMIENTO**

A todos los docentes de la Universidad Privada de Pucallpa (UPP), de quienes se recibió sus sabias enseñanzas y compartimos experiencias durante los diez semestres de formación académica y profesional.

Del mismo modo al asesor Dr. Lener Omar Panduro Rengifo, por sus buenas orientaciones y asesoramiento permanente durante el desarrollo de del trabajo de investigación.

Finalmente, a Juana, por su valioso apoyo moral y económico, por su comprensión y guía hacia la senda del bien.

Nora

## DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo, Nora Cajas Ramírez, estudiante del Programa de Tesis Asistida de la Universidad Privada de Pucallpa, identificada con DNI 42164964, con la tesis titulada “Venta de ropa deportiva de futbol y entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa, 2017”.

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún título profesional o grado académico.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni copiados y por tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ideal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Pucallpa.

Pucallpa, 20 de Noviembre de 2017

Nora Cajas Ramírez

DNI 42164964

## ÍNDICE DEL CONTENIDO

|                                  | <b>Pág.</b> |
|----------------------------------|-------------|
| Portada                          |             |
| Dedicatoria.....                 | iii         |
| Agradecimiento.....              | iv          |
| Declaración de autenticidad..... | v           |
| Índice de contenido.....         | vi          |
| Índice de tablas.....            | viii        |
| Índice de figuras.....           | ix          |
| Índice de siglas.....            | x           |
| Resumen.....                     | xi          |
| Abstract.....                    | xii         |

### CAPITULO I.- PLAN TEMÁTICO DEL PROBLEMA

|  |   |
|--|---|
| 1.1. Descripción de la realidad problemática y Planteamiento del problema..... | 1 |
| 1.2. Formulación del problema.....   | 4 |
| 1.3. Formulación de objetivos.....   | 5 |
| 1.4. Justificación de la investigación.....                                    | 5 |
| 1.5. Delimitaciones del estudio.....   | 6 |
| 1.6. Viabilidad del estudio.....   | 6 |

### CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO

|  |    |
|--|----|
| 2.1. Antecedentes del problema.....        | 8  |
| 2.2. Bases teóricas.....                   | 11 |
| 2.3. Definiciones de términos básicos..... | 19 |
| 2.4. Formulación de hipótesis.....         | 21 |

|   |    |
|---|----|
| 2.5. Operacionalización de variables..... | 22 |
|---|----|

### **CAPÍTULO III.- METODOLOGÍA**

|  |    |
|--|----|
| 3.1. Diseño de la investigación.....                       | 23 |
| 3.2. Población y muestra.....                              | 23 |
| 3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....  | 24 |
| 3.4. Técnicas para el procesamiento de la información..... | 25 |

### **CAPÍTULO IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 4.1. Presentación de resultados..... | 26 |
| 4.2. Discusión.....                  | 44 |
| Conclusiones.....                    | 46 |
| Recomendaciones.....                 | 47 |

### **CAPÍTULO V.- FUENTES DE INFORMACIÓN BIBLIOGRÁFICA**

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Referencias bibliográficas..... | 48 |
|---------------------------------|----|

#### **Apéndices**

|  |    |
|--|----|
| Matriz de consistencia.....            | 51 |
| Cuadro operacional.....                | 52 |
| Validación de instrumentos.....        | 53 |
| Confiabilidad de los instrumentos..... | 68 |
| Instrumentos de aplicación.....        | 70 |

## INDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla N° 01: Dimensión venta de camisetas.....   | 26 |
| Tabla N° 02: Dimensión venta de shorts.....  | 27 |
| Tabla N° 03: Dimensión venta de medias.....  | 29 |
| Tabla N° 04: Dimensión venta de zapatos.....   | 30 |
| Tabla N° 05: Variable venta de ropa deportiva de futbol por dimensiones.....   | 32 |
| Tabla N° 06: Variable comprobantes de pago.....  | 33 |
| Tabla N° 07: Aplicación de la prueba estadística entre la variable venta de ropa<br>deportiva de futbol y entrega de comprobantes de pago al cliente.... | 37 |
| Tabla N° 08: Aplicación de la prueba estadística entre la dimensión venta de camisetas<br>de futbol y entrega de comprobantes de pago al cliente.....    | 39 |
| Tabla N° 09: Aplicación de la prueba estadística entre la dimensión venta de shorts<br>de futbol y entrega de comprobantes de pago al cliente.....       | 40 |
| Tabla N° 10: Aplicación de la prueba estadística entre la dimensión venta de medias<br>de futbol y entrega de comprobantes de pago al cliente.....       | 41 |
| Tabla N° 11: Aplicación de la prueba estadística entre la dimensión venta de zapatos<br>de futbol y entrega de comprobantes de pago al cliente.....      | 43 |

## INDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura N° 01: Dimensión venta de camisetas.....                         | 26 |
| Figura N° 02: Dimensión venta de shorts.....                            | 28 |
| Figura N° 03: Dimensión venta de medias.....                            | 29 |
| Figura N° 04: Dimensión venta de zapatos.....                           | 30 |
| Figura N° 05: Variable venta de ropa deportiva de futbol.....           | 32 |
| Figura N° 06: Variable entrega de comprobantes de pago.....             | 34 |
| Figura N° 07: Ropa deportiva de futbol y comprobantes de pago.....      | 38 |
| Figura N° 08: Venta de camisetas y entrega de comprobantes de pago..... | 39 |
| Figura N° 09: Venta de shorts y entrega de comprobantes de pago.....    | 40 |
| Figura N° 10: Venta de medias y entrega de comprobantes de pago.....    | 42 |
| Figura N° 11: Venta de zapatos y entrega de comprobantes de pago.....   | 43 |

## INDICE DE SIGLAS

|        |  |    |
|--------|--|----|
| TLC:   | Tratado de Libre Comercio.....                                   | 1  |
| MYPES: | Mediana y Pequeñas Empresas.....                                 | 9  |
| APIAT: | Asociación de Pequeños Industriales y Artesanos de Trujillo..... | 9  |
| SUNAT: | Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.....      | 16 |
| IGV:   | Impuesto General a las Ventas.....                               | 17 |
| CAS:   | Contratación Administrativa de Servicios.....                    | 18 |

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación cumplió con el **objetivo general**: Determinar cómo se relaciona la venta de ropa deportiva de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa, 2017. Con el **material y método de trabajo**: multimedia, cámara fotográfica, láminas, laptop, cuestionarios; y como método se utilizó el método descriptivo porque permitió describir el fenómeno en su estado actual y en su forma natural. Los **resultados** obtenidos en aplicación de la estadística descriptiva fueron de la siguiente manera: del 100% de encuestados, el 16,70 % refiere que nunca tienen un buen concepto de lo que es la venta de ropa deportiva de futbol a diferencia del 50% afirman que a veces y el 33,30% siempre; del mismo modo del 100% de encuestados, el 16,70% indican que nunca tienen un buen concepto de lo que es comprobante de pago, también el 16,70% a veces y mientras que el 66,70% siempre. Luego de aplicar el estadístico de Spearman el coeficiente de correlación resultó el 0.833 positiva y altamente significativo siendo  $p= 0.001 < 0.01$ , es decir se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% y se **concluye**: La venta de ropa deportiva de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente en la ciudad de Pucallpa, 2017; así lo demuestra la tabla y figura N° 07

**Palabras claves:** Venta, Ropa, Deporte, Futbol, Entrega, Comprobante, Pago

## ABSTRACT

This research work met the general objective: To determine how the sale of football sports clothes is related to the delivery of payment vouchers to the customers of the sports stores of the city of Pucallpa, 2017. With the material and method of work : multimedia, camera, sheets, laptop, questionnaires; and as a method the descriptive method was used because it allowed to describe the phenomenon in its present state and in its natural form. The results obtained in the application of the descriptive statistics were as follows: of the 100% of respondents, 16.70% reported that they never have a good concept of what is the sale of sportswear of soccer in contrast to the 50% affirm that sometimes and 33.30% always; Likewise, 100% of respondents, 16.70% indicate that they never have a good concept of what is proof of payment, also 16.70% at times and while 66.70% always. After applying the Spearman statistic, the correlation coefficient was 0.833 positive and highly significant,  $p = 0.001 < 0.01$ , that is, the null hypothesis is rejected with a level of significance of 1% and it is concluded: The sale of sportswear soccer is significantly related to the delivery of proof of payment to the client in the city of Pucallpa, 2017; this is shown in table and figure N ° 07

**Keywords:** Sale, Clothing, Sport, Soccer, Delivery, Proof, Payment

## **CAPÍTULO I.- PLAN TEMÁTICO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Descripción de la realidad problemática y planteamiento del problema**

La realidad problemática en la que se vive hoy en día son múltiples, especialmente en la economía, tal es así la caída de la bolsa de valores del mundo europeo, dando origen al surgimiento de los países asiáticos, particularmente la China en donde casi todos sus productos están siendo insertados en los grandes mercados del mundo, apareciendo nuevos modelos de comercialización; esto dio motivo a que muchos países están realizando tratados de libre comercio (TLC) con la China. El Perú no está ajeno a esta realidad.

Dentro de esta realidad se encuentra inmerso, la comercialización de ropa deportiva, en especial la de futbol, de marcas más conocidas mundialmente, como: NIKE, ADIDAS, PUMA, UMBRO, JOMA, etc. Dichas marcas adquieren grandes ganancias económicas, ya que el futbol es un deporte que mayormente se practica casi en todos los países del hemisferio.

Subside Sports (2016-2017) lugar de mayor colección de camisetas de futbol de todo el mundo, da la Bienvenida a Subside Sports, por ser uno de los sitios web más completos de productos oficiales y equipamiento de fútbol de los equipos, clubes y selecciones del mundo. Este lugar Ofrece una gran variedad de camisetas de fútbol de clubes y equipos de los 5 continentes, pasando desde el fútbol inglés con la Premier League, así como gran variedad de productos de la Bundesliga, equipos de los clubes favoritos de la Liga española como el Real Madrid o el Barcelona o camisetas de regiones como la Concacaf o el Conmebol, hasta productos del Brasileirão o la 1era división Argentina. Para la Eurocopa Francia 2016, estaremos

ofreciendo próximamente uniformes de las selecciones de fútbol europeas que estarán participando en uno de los campeonatos de fútbol más importantes de Europa. Igualmente intentamos ofrecer las camisetas y trusas de los clubes participantes en la Champions League y para el mundial de fútbol que se avecina Rusia 2018.

Rojas (2014) menciona que, Perú es un país con historia y con una marcada tradición futbolística, por eso mismo no está ajeno de vivir la fiebre futbolera. Las marcas deportivas aprovecharemos el momento para generar acciones y negocios asociados a un primer semestre a todo fútbol“, señala Ezequiel Bagnardi, gerente de Marketing de Puma para Perú y Chile.

Históricamente, el consumidor de ropa deportiva en el Perú tiene la característica de “futbolero“, más que “deportivo“. Por ello, las estrellas de la temporada serán las indumentarias de selecciones de países que participan en esta competencia.

“El mundial dará un refresco, en general, en el mercado local y esto propiciará un nuevo aire al consumidor que se traducirá en una mejor predisposición a la categoría“, expresa Iván Huerta, gerente de Marketing de KF Deport, representante en el Perú de las marcas UMBRO y JOMA.

Por su parte, Bagnardi destaca que Puma es sponsor de varias selecciones que participarán en el Mundial, entre ellas varias procedentes del continente africano. “Por nuestra experiencia, la más emblemática y admirada en territorio peruano es la selección italiana“, subraya el representante de la marca del felino.

Otra característica del consumidor peruano de ropa deportiva es la intensidad de sus respuestas y estas se traducen en lo bien o mal que puede ir la venta de un determinado artículo directa o indirectamente relacionado con un equipo de fútbol.

“En los momentos de éxito de un equipo, los productos relacionados con éste pueden experimentar un alza significativa en su comportamiento comercial. Sin embargo, cuando las cosas no van bien, la frustración se refleja en las ventas“, menciona Huerta, quien recuerda que UMBRO vistió a la selección peruana en las eliminatorias de Brasil 2014.

Rojas (2014) también menciona lo siguiente: ADIDAS FIFA: socio y patrocinador oficial de la Copa del Mundo hasta el 2030. La firma ha pronosticado ventas record en el fútbol superior a los 2.000 millones de euros en el 2014.

NIKE Europa: obtuvo un aumento de 8% en las ventas en Europa Occidental en su primer trimestre fiscal a finales de agosto 2013, ganando US\$ 780 millones. Sus ventas totales subieron 7,7%, hasta los US\$ 6.970 millones.

PUMA Azurra: patrocina a la selección de Italia desde el 2006 a la fecha, pagando 17 millones euros anuales. Viste a las selecciones mundialistas africanas Argelia, Camerún, Costa de Marfil y Ghana, además de naciones como Chile y Suiza.

JOMA Honduras: por segundo mundial consecutivo vestirá a la selección centroamericana, la marca española es la primera de su país y se ubica en el top 10 mundial. Viste también a los clubes Valencia, Getafe, y a la Fiorentina.

En cuanto al pago de impuesto por la compra de ropa deportiva de futbol, Perucontable (2009-2015) manifiesta que, los ingresos del Club se utilizan en el pago a los deportistas que participan en diferentes eventos.

El club es una entidad sin fines de lucro y por lo tanto los ingresos que percibe son cuotas sociales exoneradas de tributos.

El club como tal recibe donaciones que son utilizadas en la compra de implementos deportivos y viáticos de los deportistas.

En el Perú existen muchas tiendas que se dedican a la venta de ropa deportiva de futbol y en particular en la ciudad de Pucallpa; muchas de estas tiendas no entregan comprobantes de pago a los clientes como muestra de haber adquirido una prenda.

Preocupada por esta situación se decidió emprender el presente estudio sobre la venta de ropa deportiva de futbol y entrega de comprobantes de pago al cliente de las diferentes tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cómo es la relación de la venta de ropa deportiva de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa, 2017?

### **1.2.2. Problemas específicos**

-¿Cómo se relaciona la venta de camisetas de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas?

-¿Cómo se relaciona la venta de short de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas?

-¿Cómo se relaciona la venta de medias de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas?

-¿Cómo se relaciona la venta de zapatos de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas?

### **1.3. Formulación de objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la relación de la venta de ropa deportiva de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa, 2017.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Describir la relación de la venta de camisetas de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas
- Describir la relación de la venta de shorts de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas
- Describir la relación de la venta de medias de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas
- Describir la relación de la venta de zapatos de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas.

### **1.4. Justificación de la investigación**

La presente tesis se justificó porque existen muchas tiendas que se dedican a la venta de ropa deportiva, especialmente de futbol y se desconoce la emisión de comprobantes de pago al cliente.

También se justificó, porque en la ciudad de Pucallpa los varones practican el futbol desde temprana edad, muchas veces por iniciativa propia o por incentivo de los padres, asimismo las instituciones educativas de los diferentes niveles participan en los juegos escolares programados por el Ministerio de Educación, por otro lado los asentamientos humanos programan campeonatos de futbol inter-barrios; del

mismo modo el Instituto Peruano del Deporte tiene programado todos los años Campeonatos de futbol de la 3ra., 2da., y 1ra. División en la región; esto de una u otra forma contribuye al incremento de mayor venta de ropa deportiva de futbol.

Finalmente se justificó, porque motivó a la población, especialmente a la juventud a la práctica del futbol; asimismo los clientes de ropas deportivas de futbol exigieron a las tiendas su comprobante de pago al comprar una prenda deportiva, todo esto permitió el incremento del hábito al futbol y por ende a la compra de ropa del mismo.

### **1.5. Delimitación del estudio**

El presente estudio se realizó en la ciudad de Pucallpa y se ejecutó durante los meses de Marzo, Abril, Mayo, Junio y Julio del año lectivo 2017.

También, para consolidar la información se tomó en cuenta las definiciones de las variables de estudio: Venta de ropa deportiva de futbol y entrega de comprobantes de pago al cliente; así como la recopilación de información de las diferentes fuentes bibliográficas.

### **1.6. Viabilidad del estudio**

Se aplicó la técnica de la entrevista a los clientes de ropa deportiva de futbol de la ciudad de Pucallpa. Así como también se tuvo acceso a la información por parte de las tiendas que venden dichas ropas deportivas.

Si bien es cierto que el factor climatológico juega un papel muy importante en la ejecución de un proyecto, esto no fue ningún impedimento para su realización, aún en épocas de lluvias.

Del mismo modo, se hizo uso de los recursos propios del investigador, sin la intervención de algún aporte económico por parte de entidades públicas o privadas.

Las personas interesadas en ropa deportiva de futbol, cotizaron precios y en la tienda donde encontraron a menor costo, realizaron sus compras de las marcas de su preferencia y exigieron su comprobante de pago.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes del problema

**Sagnay (2012)**, en su tesis titulada: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa deportiva en la ciudad de Sangolquí; quien llegó a las siguientes conclusiones:

- Del estudio realizado de mercado de ropa deportiva en la ciudad de Sangolquí, se concluye que existe demanda insatisfecha, la misma que pretende ser cubierta en parte por la empresa “NISA Casa Deportiva del Valle”; recalcando que si existe una oferta potencial en el universo de estudio, pero debido al incremento poblacional y urbanístico que día a día alcanza esta ciudad, requiere de mayores servicios, entre ellos la confección y comercialización de ropa deportiva.
- Se determinó también, que en la ciudad de Sangolquí, existe gran aceptación por la ropa deportiva siempre y cuando cumplan las exigencias y las necesidades del mercado, resaltando fundamentalmente la calidad y el precio; sean convenientes.

**Salvador (2012)**, en su tesis titulada: Estudio de factibilidad para la creación de un local de distribución y comercialización de camisetas deportivas de “Textiles Mishell” en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura; quien llegó a las siguientes conclusiones:

- En la ciudad de Ibarra no se cuenta con industrias de ropa deportiva que tengan reconocimiento en el mercado local. Los distribuidores del mercado informal existente en la actualidad no han logrado posicionamiento en el mercado, con la fabricación y comercialización de prendas de vestir de estilo deportivo, los que no

garantizan calidad en cuanto a materia prima y diseños; cuya fabricación se consolide con aplicación de normas técnicas y de procedimientos en esta área de trabajo.

- En la provincia de Imbabura se demanda de ropa deportiva dirigida a una población altamente insatisfecha; ya que en la ciudad no se cuenta con un servicio de producción y distribución de mercaderías en la línea completa de ropa deportiva, con precios competitivos y alta calidad de las prendas de vestir.

**Rengifo y Vigo (2014)**, en su tesis titulada: Incidencia de las infracciones tributarias en la situación económica y financiera de las MYPES del sector calzado, APIAT, 2013; quienes llegaron a las siguientes conclusiones:

- Las MYPES del sector calzado de APIAT en la ciudad de Trujillo, constantemente incurrir en infracciones tributarias contenidas en el artículo 174º del Texto Único Ordenado del Código Tributario, por desconocimiento de temas vinculados con infracciones y sanciones contenido Texto Único Ordenado del Código Tributario y los tributos que gravan sus actividades.
- Las Infracciones Tributarias contenidas en el Artículo 174º numeral 1 “No emitir y/o no otorgar comprobantes de pago”, numeral 2 “Emitir y/u otorgar documentos que no reúnen los requisitos y características para ser considerados como comprobantes de pago” y numeral 15 “No sustentar la posesión de bienes mediante los comprobantes de pago” del Texto Único Ordenado del Código Tributario, afectan negativamente la situación económica y financiera de las MYPES del sector calzado de APIAT en la ciudad de Trujillo, puesto que los cierres generan la disminución de las utilidades en la situación económica y las multas generan la disminución de la liquidez de la empresa en la situación financiera.

**Capcha (2012)**, en su tesis titulada: La comercialización de ropa deportiva en Lima metropolitana; quien llega a las siguientes conclusiones:

- La ropa deportiva es una gran opción para los jugadores, ya que ayuda a mejorar el desempeño del jugador aumentando las propiedades del cuerpo humano, gracias a que la tecnología ha invadido este mercado perfeccionando los tejidos, modificando el peso y material con que la misma es construida.
- Las grandes empresas como **NIKE**, **ADIDAS**, **UMBRO** y **PUMA**, entre otras sobresalen por sus investigaciones y avances en materia de elementos y ropa para eventos deportivos de gran exigencia física. Estas empresas tienen como gran similitud, el patrocinio de deportistas en diversas pruebas para competir y conocer el rendimiento de sus rivales comerciales.

**Alvarado y Calderón (2013)** en su tesis titulado: Los gastos no deducibles tributariamente y su incidencia en el estado de resultados de la distribuidora R & M E.I.R.L. La Libertad-Trujillo, 2012; quienes llegan a las siguientes conclusiones:

- Los gastos no deducibles tributariamente han sido significativos en el 2012 respecto al año 2011, tal como lo evidencian las notas a los estados financieros; los principales gastos han sido las multas impuestas por la administración tributaria y gastos por no contener los requisitos mínimos en los **comprobantes de pago**.
- Los gastos no deducibles tienen mayor incidencia en la presentación y preparación del estado de resultados del 2012, son: gastos realizados con comprobantes que no reúnen los requisitos mínimos establecidos en el reglamento de comprobantes de pago, gastos de representación los cuales exceden el límite permitido por la ley y las multas impuestas por entidades del sector público.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. La indumentaria deportiva en la modernidad**

Esparza (2010) sostiene que, con el ingreso de la era de la industrialización en todos los sectores, éstos empezaron a modernizarse; uno de ellos es el sector Industrias del vestido, que en su inicio se confeccionaron ropas de uso cotidiano, a medida que se iba perfeccionando, aparecieron nuevos modelos; tal es el caso de la ropa deportiva, que con frecuencia siguen confeccionándose con mejor tecnología ya que en estos últimos tiempos el deporte tiene mucha acogida en la población, desde la niñez hasta la ancianidad, mucho más si se trata del fútbol. Dichas ropas deportivas no solo se refiere a las camisetas y shorts, sino también a las medias, zapatos y zapatillas en diferentes modelos.

El factor climatológico influye bastante para el uso de ropa deportiva, especialmente en épocas de verano, por ser más ligeras y frescas, las industrias de ropa deportiva, no solo utilizan lana o algodón para sus confecciones sino también, tela sintética, porque contribuyen con la transpiración del cuerpo del deportista o de la persona que gusta vestirse con ropa deportiva; por eso cada vez más las industrias están innovando modelos de ropa deportiva acorde con el avance de la ciencia y la tecnología.

Los uniformes, dejaron mostrar emblemas representativos de un club deportivo o un Estado-nación, por ejemplo, cuando una persona se adhiere a un club o asociación deportiva tiende a sentir que “forma parte” de una red social compartida “porque en ellas hay un nexo común entre sus asociados (deporte, distinción, integración, nacionalismo...)” y todos estos rasgos y

elementos derivan en que al momento de llevar a cabo la práctica deportiva los atletas busquen diferenciarse de todos los demás deportistas a su alrededor, propiciando el diseño y confección de uniformes que portan emblemas y símbolos representativos de la ideología y objetivos del club o equipo y que tanto a los socios o a los contrarios y público en general, transmiten diversos mensajes, dando pie a lo que Pierre Bourdieu ha denominado como la distinción. Por ejemplo, al asistir a un encuentro deportivo, es posible constatar a qué equipo apoyan los fanáticos con el simple hecho de observar las camisetas que portan. Los colores y los emblemas en los uniformes son vestigios evidentes de lo propuesto por Bourdieu, pues son elementos que logran una diferenciación de las ideologías a partir de la vestimenta.

### **2.2.2. La indumentaria deportiva en la posmodernidad**

El mismo autor sostiene que, con la revolución de la informática la industria del vestido entre otros, ingresaron al mundo del negocio de la ropa deportiva en todas las disciplinas y en todas partes del mundo. El deporte siempre ha sido la más preferida por el hombre, especialmente el fútbol.

El futbolista actualmente utiliza uniforme auspiciados por las grandes empresas del vestir nacionales e internacionales y de las mejores marcas (UMBRO, NIKE, PUMA, ADIDAS, entre otros.) en su afán de hacer marketing que va en pro de la venta al consumidor y por ende de las ganancias de las empresas. El fútbol hoy en día se ha convertido en una profesión, en una profesión más cara del mundo y según categorías y clubes que lo contrata al futbolista.

Finalmente, en lo tocante a las innovaciones que en la posmodernidad se han realizado al calzado, es de mencionar que la tecnología ha permitido que nuevos colores, diseños, modelos y mejoras se hayan hecho a la moda deportiva del calzado, rayando en algunos casos en lo extravagante pues hoy en día y tratándose de los zapatos que los más populares deportistas usan, no pueden pasar desapercibidos pues las zapatillas deportivas, también son repositorios de publicidad y de valores ideológicos que en la conciencia colectiva representan íconos de nuestra cultura posmoderna, pues muchas de las marcas publicitarias son concebidos como sinónimos de estatus, clase y estilo de vida.

### **2.2.3. La carrera tecnológica en la fabricación y comercialización de ropa deportiva de futbol**

Schaefer (2012) menciona que, prácticamente todos los deportes se han beneficiado de los avances que han experimentado los materiales y los procesos de ingeniería. Los materiales naturales (madera, cordel, tripa, caucho) empleados en la fabricación de los equipos de antaño han sido progresivamente sustituidos por una amplia gama de materiales sintéticos, muy sofisticados, como las aleaciones y los polímeros. Los equipos fabricados con estos materiales más ligeros y duraderos han permitido a los atletas de todo el mundo reducir al mínimo las lesiones y superar los límites de su rendimiento.

También el autor menciona que, el empresario alemán Adolf “Adi” Dassler, fundador de Adidas, fue uno de los primeros en comercializar con éxito un artículo deportivo tecnológicamente mejorado al fabricar una bota de

fútbol innovadora con suela de nylon ligero y tacos de rosca. Con estas botas, el equipo alemán consiguió la victoria frente a Hungría en la final de la Copa Mundial de 1954 en Berna (Suiza). Debido a las intensas lluvias, el terreno estaba muy resbaladizo, así que el equipo alemán optó por utilizar las botas innovadoras de Adi Dassler. Sus tacos más largos mejoraron el agarre de los jugadores, permitiéndoles un mayor control del balón, una ventaja que les ayudó a ganar el partido.

Desde entonces, los avances en el diseño del calzado deportivo han sido espectaculares gracias a una importante inversión en investigación y desarrollo (I+D). Hoy en día, los principales fabricantes de artículos deportivos, como Nike, Puma, Asics y otros, destinan más del uno% de su volumen de ventas anual a I+D.

#### **2.2.4. Dimensiones de venta de ropa deportiva de futbol**

##### **2.2.4.1. Camiseta**

El Diccionario Enciclopédico Ilustrado Oceano Uno (1999) menciona que, camiseta es prenda de ropa interior o deportiva, ligera, de punto, de hechura recta, sin cuello y con escote de distinto tipo, de manga larga, corta o sin manga, que cubre el cuerpo hasta la cadera o medio muslo.

##### **2.2.4.2. Short**

El mismo autor menciona que, short o Pantalón corto (trusa) es una prenda de vestir que se usa para realizar algún deporte, en este caso lo usa el futbolista.

#### **2.2.4.3. Medias**

El Diccionario de Fútbol El Fútbolín (2012) menciona que, medias es parte inferior del uniforme del futbolista a modo de calcetines, bajo los cuales se suelen colocar unas espinilleras.

#### **2.2.4.4. Zapatos**

El mismo autor menciona que, zapatos de fútbol conocidos también como botas, botines, zapatillas, guayos, pupos, tacos, tachones, chimpunes, chuteras o chuteadores, son usadas por los futbolistas para practicar el fútbol, ya que son un elemento reglamentario.

#### **2.2.5. Tiendas que venden ropa deportiva de fútbol en la ciudad de Pucallpa**

##### **\* “CHIQUI”: Bazar Deportivo**

Sito en el Jirón Prolongación Ucayali N° 137

##### **\* Creaciones y confecciones: “CONFYCTEX”**

Ubicación: Jirón Serafín Filomeno N° 122

##### **\* Bazar Deportivo: “CLR”**

Sito en el Jirón Progreso N° 670

##### **\* GALÁPAGOS SPORT**

Ubicación: Jirón Libertad N° 649

##### **\* Deportivo “MASAO”**

Sito en el Jirón Salaverry N° 586

\* **Distribuidor Deportivo “INKA SPORT”**

Ubicación: Jirón 7 de Junio N° 465

\* **Distribuidor “EL GORDITO”**

Sito en el Jirón 7 de Junio N° 401

\* **CHURA BORDADOS**

Ubicación: Jirón 7 de Junio N° 403

\* **Sport “ROMARIO**

Sito en el Jirón Independencia N° 895

\* **Fashion “FIT PERÚ”**

Ubicación: Avenida Centenario N° 4500

\* **Deporte total “WZEGOOL**

Sito en el Jirón Teniente Luís García N° 138

## **2.2.6. Comprobantes de pago**

Es el documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. Para ser considerado como tal debe ser emitido y/o impreso conforme a las normas del Reglamento de Comprobantes de Pago (Resolución de Superintendencia N° 007-99-SUNAT).

## **2.2.7. Dimensiones de comprobantes de pago**

### **2.2.7.1. Factura**

SUNAT (2015) menciona que, factura es un comprobante de pago que se expide cuando existen operaciones entre empresas o

personas que necesitan acreditar costo o gasto para efecto tributario, sustentar el pago del IGV por la operación efectuada y poder ejercer, de esta manera, el derecho al crédito fiscal. En operaciones con sujetos del Nuevo Régimen Único Simplificado. En las operaciones de exportación. En los servicios de comisión mercantil prestados a sujetos no domiciliados, conforme los incisos e) y g) del artículo 4 del Reglamento de Comprobantes de Pago.

#### **2.2.7.2. Boletas**

También la SUNAT menciona que, la boleta es un comprobante de pago que no permitirá ejercer derecho al crédito fiscal ni podrán sustentar costo y gasto para efecto tributario, salvo en los casos que la Ley lo permita y se debe identificar al adquiriente o usuario con su Número de RUC, así como sus apellidos y nombres o razón social.

Solo se emitirán boletas de venta, en las operaciones con consumidores o usuarios finales. Así como en operaciones realizadas por los sujetos del Nuevo Régimen Único Simplificado, incluso en las de exportación que puedan efectuar dichos sujetos.

#### **2.2.7.3. Recibos**

Finalmente la SUNAT menciona que, recibo también es un comprobante de pago que se emite por la prestación de servicios de cualquier profesión, arte, ciencia y oficio. Además, por todo servicio que genere rentas de cuarta categoría, salvo lo establecido en el

inciso 1.5 del numeral 1 del artículo 7 del presente reglamento (Los ingresos que se perciban por las funciones de directores de empresas, albaceas, síndicos, gestores de negocios, mandatarios y regidores de municipalidades y actividades similares, así como por los ingresos que provengan de la contraprestación por servicios prestados bajo el Régimen Especial de Contratación Administrativa de Servicios - CAS, a que se refiere el Decreto Legislativo N.º 1057 y norma modificatoria).

#### **2.2.8. Decreto Ley N° 25632 - Ley Marco de Comprobantes de Pago**

En esta ley se estableció la obligación de emitir comprobantes de pago en todas las transferencias de bienes en propiedad o en uso, o en prestaciones de servicios de cualquier naturaleza.

Así, la norma establece quienes están obligados a emitir comprobantes de pág., señalándose que tienen esta obligación todas las personas que transfieran bienes, en propiedad o en uso, o que presten servicios de cualquier naturaleza.

Por otro lado, se define a los comprobantes de pago como todo documento que acredite la transferencia de bienes, entrega en uso o prestación de servicios, calificado como tal por la SUNAT.

Seguidamente, la ley confiere a la SUNAT la facultad de regular mediante Resolución de Superintendencia.

- a. Las características y los requisitos mínimos de los comprobantes de pago.
- b. La oportunidad de su entrega.

- c. Las operaciones o modalidades exceptuadas de la obligación de emitir y entregar comprobantes de pago.
- d. Las obligaciones relacionadas con comprobantes de pago a que están sujetos los obligados a emitir los mismos.
- e. Los comprobantes que permiten sustentar gastos o costos con efecto tributario, ejercer el derecho a crédito fiscal o al crédito deducible, y cualquier otro sustento de naturaleza similar.

## **2.3. Definiciones de términos básicos**

### **2.3.1. Venta**

Kiyosaki y Lechter (2006) define que, venta es el contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado.

### **2.3.2. Ropa**

El Diccionario Enciclopédico Ilustrado Oceano (1999) define que, ropa es cualquier prenda de tela y especialmente la que se usa para vestir.

### **2.3.3. Deporte**

El Manual de Educación Física y Deportes (2006) define que, deporte es una diversión liberal, espontánea, desinteresada expansión del espíritu y del cuerpo, generalmente en forma de lucha, por medio de ejercicios físicos más o menos sometidos a reglas.

### **2.3.4. Futbol**

El mismo autor define que, futbol es un deporte no muy complicado en cuanto a sus reglas de juego, puesto que las básicas son tan solo 17 y desde

hace mucho tiempo no se han visto modificaciones en lo sustancial. Asimismo, el fútbol es el más popular a nivel mundial; se conoce en todo el planeta y está específicamente implantado en Europa y en América Latina, con una creciente aceptación en Oceanía, África, en el Próximo y Lejano Oriente y en Estados Unidos.

### **2.3.5. Ropa deportiva**

Arévalo (2012), define que, ropa deportiva es ropa específicamente creada para la práctica de deporte, tanto por los materiales y tecnologías empleadas como por el diseño, proporcionando al deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento. Además, la ropa de deporte es actualmente un producto de gran consumo y su uso va más allá de la práctica deportiva, habiéndose incorporado plenamente al mercado de la moda para uso casual o informal, alcanzado en ciertos casos el estatus de ícono social y cultural.

### **2.3.6. Comprobante**

El Diccionario Enciclopédico Ilustrado Oceano (1999) define que, comprobante es un recibo o cualquier otro tipo de documento que se utiliza para verificar la realización de un contrato.

### **2.3.7. Pagar**

El mismo autor define que, pagar es la cantidad de dinero que se da en pago de algo.

## **2.4. Formulación de hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis general**

La venta de ropa deportiva de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa, 2017.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

-La venta de camisetas de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas.

-La venta de shorts de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas.

-La venta de medias de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas.

-La venta de zapatos de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas.

## 2.5. Operacionalización de variables

Título: VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE DE LAS TIENDAS DEPORTIVAS DE LA CIUDAD DE PUCALLPA, 2017

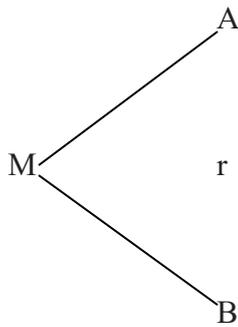
Autora: Br. CAJAS RAMIREZ, NORA

| VARIABLES                | DEFINICIÓN CONCEPTUAL  | DIMENSIONES | INDICADORES   | ESCALA DE MEDICIÓN |
|--------------------------|--|-------------|---|--------------------|
| Ropa deportiva de futbol | Arévalo (2012) define que, ropa deportiva es ropa específicamente creada para la práctica del deporte, en este caso del futbol.                      | Camisetas   | 1-Concepto de ropa deportiva<br>2-Preferencia llanas<br>3-Mayor compra combinadas<br>4-Compras diarias  | Siempre            |
|                          |  | Shorts      | 5-Preferencias largos<br>6-Mayor compra cortos<br>7-De todas las prendas prefieren short<br>8-Color negro de mayor compra   |                    |
|                          |  | Medias      | 9-De algodón de mayor compra<br>10-De nilón prefieren los futbolistas<br>11-Son lo que menos compran<br>12-Color preferido  | A veces            |
|                          |  | Zapatos     | 13-De piel de canguro<br>14-De sintéticos<br>15-De marcas conocidas<br>16-De menor preferencia<br>17-Prefieren de colores combinados.   | Nunca              |
| Comprobantes de pago     | SUNAT (1999) define que comprobante de pago es el documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. | Facturas    | 18-Concepto de comprobantes de pago<br>19-Confiable del cliente<br>20-Emitida a solicitud del cliente<br>21-Obligación de la tienda<br>22-Garantía de devolución<br>23-Reeúne las garantías de ley. | Siempre            |
|                          |  | Boletas     | 24-Emisión de manera automática<br>25-Solicitud de boleta<br>26-Legalidad de la prenda<br>27-Seguridad del cliente<br>28-Legalmente controladas por la SUNAT<br>29-Ventas al por mayor y menor.     | A veces            |
|                          |  | Recibos     | 30-Emisión de recibo electrónico.<br>31-Recibo en talonario<br>32-Recibo propio de la tienda<br>33-Diferentes tipos de recibo<br>34-El más usual es la boleta de venta.                             | Nunca              |

## CAPÍTULO III.- METODOLOGÍA

### 3.1. Diseño de la investigación

Según Hernández (2010), el diseño de la investigación fue No Experimental, cuyo tipo fue Descriptivo Correlacional; por lo tanto el diagrama de dicho diseño fue de la siguiente forma:



Donde:

M = significa clientes

A = significa ropa deportiva de futbol

r = significa relación

B = significa comprobante de pago

### 3.2. Población y muestra

#### 3.2.1. Población

Selltiz, citado por Hernández (2010) señala que, la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones; en este caso la población estuvo conformada de 20 clientes que acudieron a las tiendas a comprar ropa deportiva de futbol.

### 3.2.2. Muestra

La muestra ha sido la misma cantidad de la población o sea 20 clientes que compraron ropa deportiva de futbol en las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa; de los cuales solo se tomaron en cuenta a 12 clientes.

### 3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó las siguientes técnicas:

- a. **Técnicas del trabajo de campo**, esta técnica permitió obtener en forma directa datos de las fuentes primarias de información, es decir, de los clientes que se acercaron a las tiendas a comprar ropa deportiva de futbol y si les entregaron algún comprobante de pago.
- b. **Técnica del fichaje**, esta técnica se utilizó especialmente en la recolección y almacenamiento de información, como: copiar citas textuales, resúmenes, bibliografías, etc.
- c. **Encuestas**, esta técnica se efectuó mediante la elaboración de cuestionarios, que permitió recabar información directamente de las fuentes.

Se utilizó el siguiente instrumento:

\* **Cuestionario**, este instrumento es un formato redactado en forma de interrogatorio, acorde con las variables e indicadores, que permitió obtener información de cada uno de los clientes que compraron ropa deportiva de futbol en las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa y así mismo, verificar si dichas tiendas entregan algún comprobante de pago al cliente.

### 3.4. Técnicas para el procesamiento de la información

Durante el procesamiento de la información se utilizaron las siguientes técnicas:

- \* **La estadística descriptiva**, esta técnica permitió recolectar, presentar y caracterizar los datos más relevantes que arrojaron los cuestionarios, acordes con las variables y los indicadores.
- \* **El análisis cuantitativo**, esta técnica permitió procesar la información de los cuestionarios aplicados a los clientes de ropa deportiva de fútbol según ítem.
- \* **Las tablas**, permitieron distribuir la frecuencia en números de clientes que respondieron por cada ítem y el porcentaje necesario, según dimensiones.
- \* **Los gráficos**, permitieron responder a las tablas, consolidando la información a través de barras, por cada pregunta y por cada dimensión; tomando en cuenta las escalas de medición.
- \* **Programa estadístico SPSS-V.22**, este programa se aplicó para evaluar los cuestionarios aplicados, que se dan a conocer en el siguiente capítulo.

## CAPITULO IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Presentación de resultados

Luego de la aplicación de los instrumentos de recolección de la información, se presentan los resultados a través de tablas y figuras estadísticas; así tenemos:

**TABLA N° 01: DIMENSION VENTA DE CAMISETAS**

| N°                   | ITEMS   | SIEMPRE |      | A VECES |      | NUNCA |      | TOTAL |     |
|----------------------|---|---------|------|---------|------|-------|------|-------|-----|
|                      |   | fi      | %    | fi      | %    | fi    | %    | fi    | %   |
| 1                    | Tiene un buen concepto de lo que es venta de ropa deportiva de futbol | 4       | 33.3 | 6       | 50   | 2     | 16.7 | 12    | 100 |
| 2                    | El cliente prefiere camisetas llanas o sea de un solo color           | 4       | 33.3 | 8       | 66.7 | 0     | 0    | 12    | 100 |
| 3                    | Las camisetas combinadas tienen mayor compra                          | 2       | 16.7 | 6       | 50   | 4     | 33.3 | 12    | 100 |
| 4                    | El cliente mayormente compra camisetas sintéticas que de algodón      | 3       | 25   | 4       | 33.3 | 5     | 41.7 | 12    | 100 |
| PROMEDIOS ARIMETICOS |   | 27,08   |      | 50      |      | 22,92 |      | 100   |     |

Fuente: Resultados de la encuesta procesada con el programa SPSS: V22

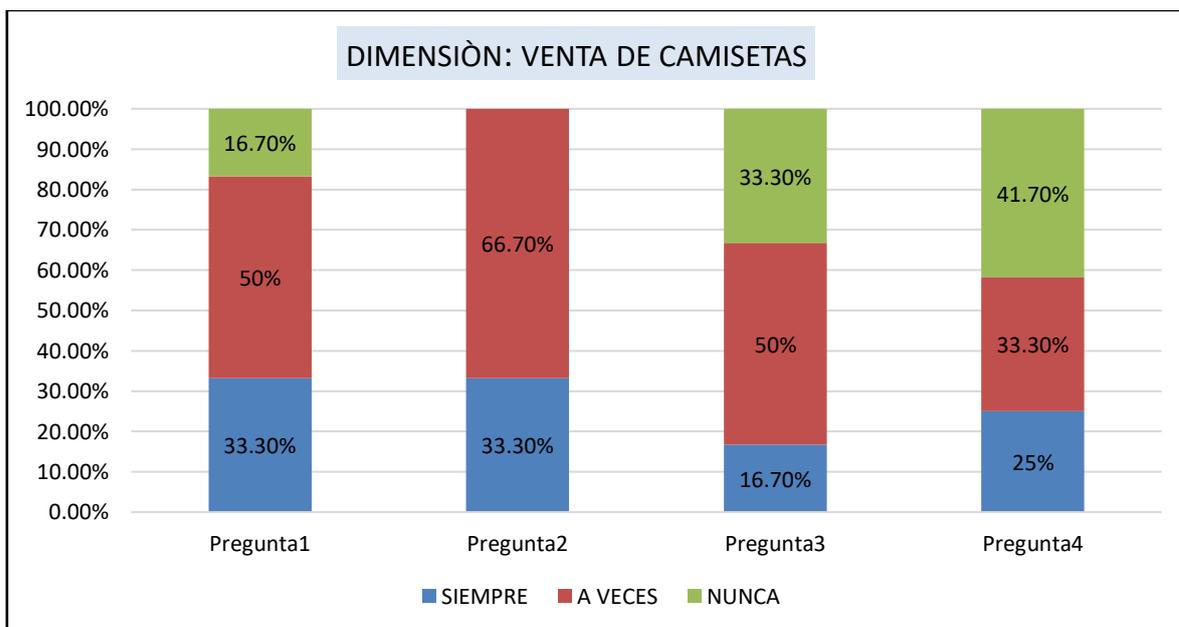


Figura N° 01: Dimensión Compra de camisetas  
Fuente: tabla N° 01 – Elaboración de la autora

**Descripción:** Respecto al ítem 1, del 100% de encuestados, el 16,70 % refiere que nunca tienen un buen concepto de lo que es la venta de ropa deportiva de futbol a diferencia del 50% afirman que a veces tienen un buen concepto de la venta de ropa de futbol mientras tanto el 33,30% afirman que siempre saben de lo que es el concepto de venta de ropa deportiva de futbol.

Respecto al ítem 2, del 100% de encuestados el 66,70% refiere que a veces prefieren las camisetas llanas (de un solo color) mientras que el 33,30% afirman que si (siempre) prefieren las camisetas llanas.

Respecto al ítem 3, del 100% de encuestados, el 33,30% refiere que nunca las camisetas combinadas tienen mayor venta; en tanto el 50% refiere que a veces las camisetas combinadas tienen mayor venta y el 16,70 % refiere que siempre las camisetas combinadas tienen mayor venta.

Respecto al ítem 4 del 100 % de encuestados el 41,70% refiere que nunca el cliente compra camisetas sintéticas que de algodón ,mientras que el 33,30% refiere que a veces el cliente compra camisetas sintéticas y el 25% siempre el cliente compra camisetas sintéticas que de algodón.

**TABLA Nº 02: DIMENSION VENTA DE SHORTS**

| Nº                   | ITEMS  | SIEMPRE |      | A VECES |      | NUNCA |     | TOTAL |     |
|----------------------|--|---------|------|---------|------|-------|-----|-------|-----|
|                      |  | fi      | %    | fi      | %    | fi    | %   | fi    | %   |
| 5                    | El shorts largo es de mayor preferencia de cliente         | 3       | 25   | 9       | 75   | 0     | 0   | 12    | 100 |
| 6                    | Los shorts cortos compran mayormente los jugadores         | 2       | 16,7 | 9       | 75   | 1     | 8,3 | 12    | 100 |
| 7                    | De todas la prendas lo que más se compran son los shorts   | 0       | 0    | 11      | 91,7 | 1     | 8,3 | 12    | 100 |
| 8                    | El color de shorts que más prefiere el cliente es el negro | 9       | 75   | 2       | 16,7 | 1     | 8,3 | 12    | 100 |
| PROMEDIOS ARIMETICOS |  | 32,92   |      | 65      |      | 2,08  |     | 100   |     |

Fuente: Resultados de la encuesta procesada con el programa SPSS: V22

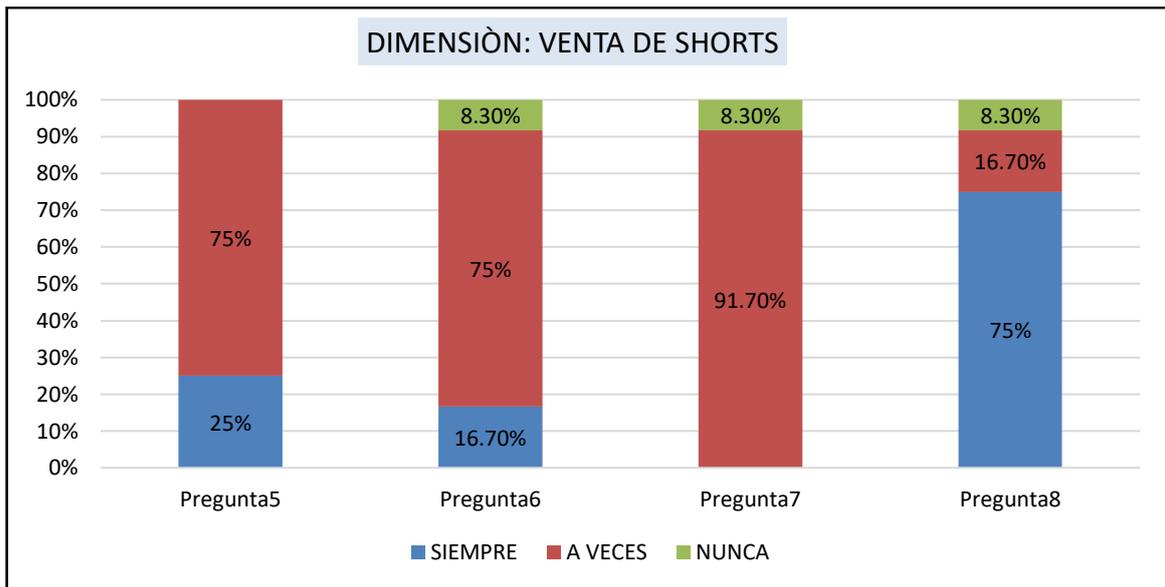


Figura Nº 02: Dimensión: Compra de short  
Fuente: tabla N° 02 – Elaboración de la autora

**Descripción:** Respecto al ítems 5, del 100 % de encuestados el 75% indican que a veces los clientes prefieren los shorts largos o son de mayor preferencia del cliente, mientras tanto el 25% indican que siempre el cliente prefiere los shorts largos o son de mayor preferencia.

Respecto al ítems 6 del 100% de encuestados el 8,30% indican que no (nunca) los shorts cortos los compran mayormente los jugadores, en tanto el 75% indican que a veces los shorts cortos compran mayormente los jugadores y el 16,70% indican que si los shorts cortos compran mayormente los jugadores.

Respecto al ítems 7 del 100% de encuestados, el 8,3% indican que nunca de todas las prendas lo que más compran son los shorts y el 91,70% indican que a veces de todas las prendas lo que más se compran son los shorts.

Respecto al ítems 8 del 100% de encuestados el 8,3% indican que nunca el color de shorts que más prefiere el cliente es el color negro, mientras que el 16,70% indican que a veces el color de shorts que más prefiere el cliente es el color negro y el 75% indican que siempre el color de shorts que más prefiere el cliente es el color negro.

**TABLA N° 03: DIMENSION VENTA DE MEDIAS**

| N°                   | ITEMS  | SIEMPRE |      | A VECES |      | NUNCA |      | TOTAL |     |
|----------------------|--|---------|------|---------|------|-------|------|-------|-----|
|                      |  | fi      | %    | fi      | %    | fi    | %    | fi    | %   |
| 9                    | Las medias de algodón es lo que más se compran                         | 3       | 25   | 6       | 50   | 3     | 25   | 12    | 100 |
| 10                   | Las medias de nilón es lo que más compran los futbolistas              | 5       | 41,7 | 6       | 50   | 1     | 8,3  | 12    | 100 |
| 11                   | De todas las prendas deportivas lo que menos se compran son las medias | 1       | 8,3  | 7       | 58,3 | 4     | 33,3 | 12    | 100 |
| 12                   | El cliente tiene un color preferido de sus medias                      | 9       | 75   | 3       | 25   | 0     | 0    | 12    | 100 |
| PROMEDIOS ARIMETICOS |  | 37,5    |      | 45,83   |      | 16,67 |      | 100   |     |

Fuente: Resultados de la encuesta procesada con el programa SPSS: V22

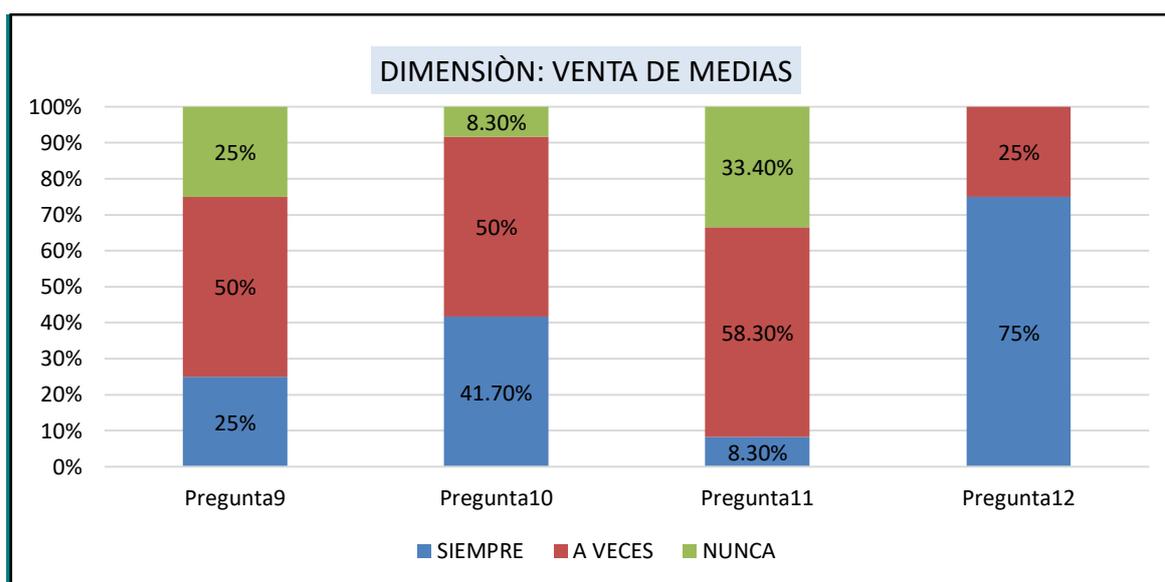


Figura N° 03: Dimensión: Compra de medias  
Fuente: tabla N° 03– Elaboración de la autora

**Descripción:** Respecto al ítems 9 del 100% de encuestados el 25% indican que nunca las medias de algodón es lo que más se compran, el 50% indican que a veces las medias de algodón es lo que más se compran y el 25% indican que siempre las medias de algodón es lo que más se compran.

Respecto al ítems10 del 100 % de encuestados el 8,30% indican que nunca las medias de nilón es lo que más compran los futbolistas, mientras que el 50% indican que a veces las medias de nilón es lo que más compran los futbolistas y el 41,70% indican que siempre las medias de nilón es lo que más compran los futbolistas.

Respecto al ítems 11 del 100% de encuestados el 33,40% indican que nunca de todas las prendas deportivas lo que menos se compra son las medias mientras que el 58,30% indican que a veces de todas las prendas deportivas lo que menos se compra son las medias y el 8,30% indican que siempre de todas las prendas deportivas lo que menos se compra son las medias.

Respecto al ítems 12 del 100 % de encuestados el 25% indican que a veces el cliente tiene un color preferido de sus medias mientras que el 75% indican siempre el cliente tiene un color preferido de sus medias.

**TABLA Nº 04: DIMENSION: VENTA DE ZAPATOS**

| Nº                    | ITEMS   | SIEMPRE |      | A VECES |      | NUNCA |      | TOTAL |     |
|-----------------------|---|---------|------|---------|------|-------|------|-------|-----|
|                       |   | fi      | %    | fi      | %    | fi    | %    | fi    | %   |
| 13                    | Los zapatos de piel de canguro es lo que más prefieren los clientes | 5       | 41,7 | 7       | 58,3 | 0     | 0    | 12    | 100 |
| 14                    | Los zapatos sintéticos garantizan su durabilidad                    | 0       | 0    | 0       | 0    | 12    | 100  | 12    | 100 |
| 15                    | Los clientes prefieren zapatos de marcas conocidas                  | 11      | 91,7 | 1       | 8,3  | 0     | 0    | 12    | 100 |
| 16                    | De todas las prendas lo que menos compran son los zapatos de futbol | 1       | 8,3  | 9       | 75   | 2     | 16,7 | 12    | 100 |
| 17                    | Los clientes prefieren zapatos de colores combinados                | 3       | 25   | 8       | 66,7 | 1     | 8,3  | 12    | 100 |
| PROMEDIOS ARITMETICOS |   | 33,34   |      | 41,66   |      | 25    |      | 100   |     |

Fuente: Resultados de la encuesta procesada con el programa SPSS: V22

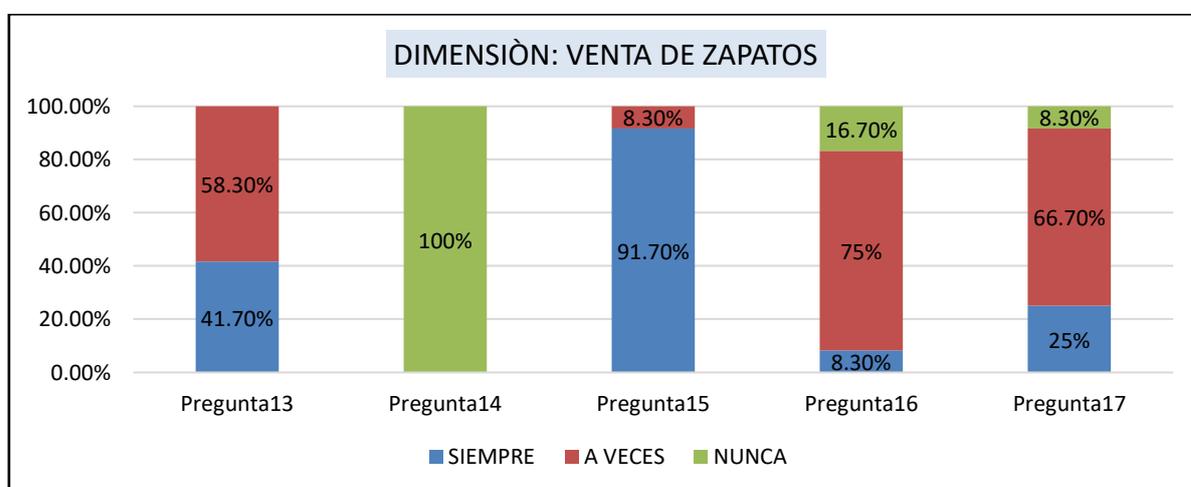


Figura Nº 04: Dimensión Compra de Zapatos  
Fuente: tabla Nº 04 – Elaboración de la autora

**Descripción:** Respecto al ítems 13 del 100 % de encuestados, el 58% indican que a veces los zapatos de piel de canguro es lo que más prefieren los clientes, mientras que el 41,70% indican que siempre los zapatos de piel de canguro es de preferencia del cliente.

Respecto al ítems 14 del 100 % de encuestados indican que nunca los zapatos sintéticos garantizan su durabilidad.

Respecto al ítems 15 del 100 % de encuestados, el 8,30 % indican que a veces los clientes prefieren los zapatos de marcas conocidas, mientras que el 91,70 % indican que siempre los clientes prefieren los zapatos de marcas conocidas.

Respecto al ítems 16 del 100 % de encuestados, el 16,70% indican que nunca de todas las prendas lo que menos compran son los zapatos de futbol, el 75 % indican que a veces de todas las prendas lo que menos compran son los zapatos de futbol, y el 8,30%indican que siempre de todas las prendas lo que menos se compra son los zapatos de futbol.

Respecto al ítems 17 del 100 % de encuestados ,el 8,30 % indican que nunca los clientes prefieren los zapatos de colores combinados ,mientras que el 66,70% indican que a veces los clientes prefieren los zapatos de colores combinados y el 25 % indican que siempre los clientes prefieren los zapatos de colores combinados.

**TABLA N° 05: VARIABLE VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL POR DIMENSIONES**

| ESCALA DE MEDICION            | PROMEDIOS ARITMÉTICOS |         |       |
|-------------------------------|-----------------------|---------|-------|
|                               | SIEMPRE               | A VECES | NUNCA |
| DIMENSIÓN: VENTA DE CAMISETAS | 27,08                 | 50,00   | 22,92 |
| DIMENSIÓN: VENTA DE SHORTS    | 32,92                 | 65,00   | 2,08  |
| DIMENSIÓN: VENTA DE MEDIAS    | 37,50                 | 45,83   | 16,67 |
| DIMENSIÓN: VENTA DE ZAPATOS   | 33,34                 | 41,66   | 25,00 |
| PROMEDIOS ARITMETICOS         | 32,71                 | 50,62   | 16,67 |

Fuente: Resultados de la encuesta procesada con el programa SPSS: V22

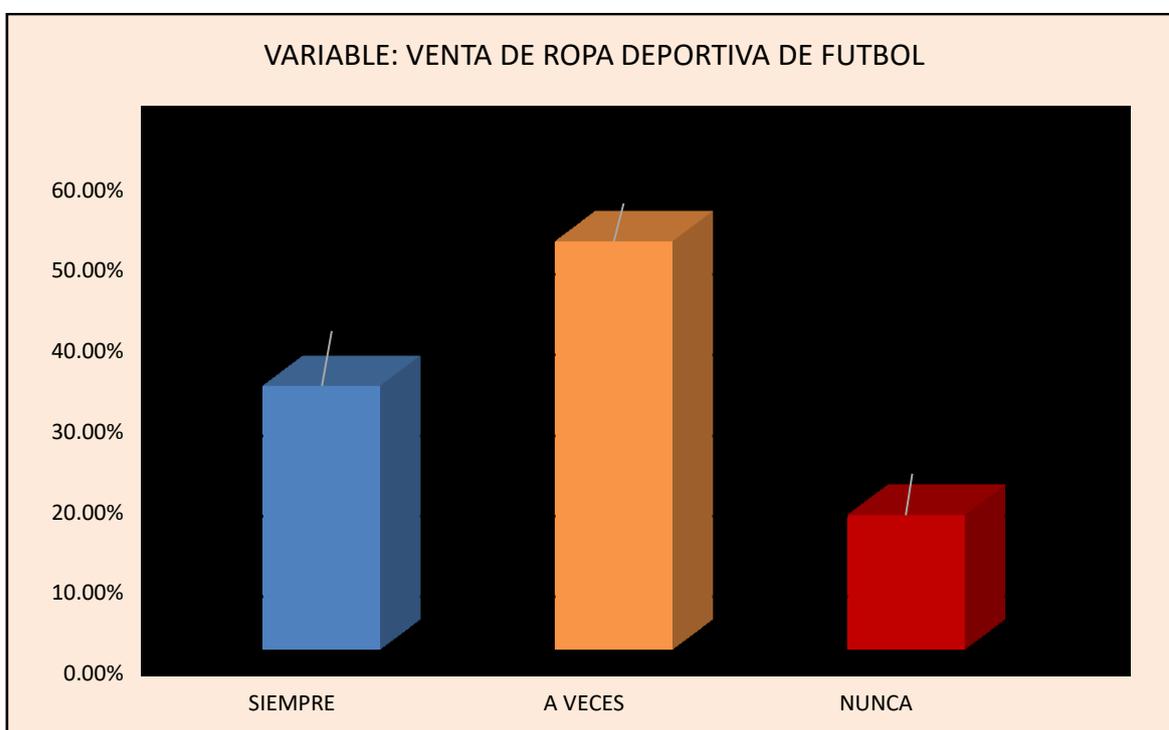


Figura N° 05: Variable Venta de ropa deportiva de futbol

Fuente: tabla N° 05 –Elaboración de la autora

**Descripción:** De la tabla y figura N° 05, se observa del 100% de encuestados, el 32,71% siempre compra ropa deportiva de futbol, seguido de 50,62% a veces y 16,67% nunca.

**TABLA Nº 06: VARIABLE COMPROBANTES DE PAGOS**

| Nº                         | ITEMS  | SIEMPE |       | AVECES |       | NUNA |      | TOTAL |     |
|----------------------------|--|--------|-------|--------|-------|------|------|-------|-----|
|                            |  | fi     | %     | fi     | %     | fi   | %    | fi    | %   |
| 18                         | Tiene un buen concepto de lo que es comprobante de pago  | 8      | 66,7  | 2      | 16,7  | 2    | 16,7 | 12    | 100 |
| 19                         | La emisión de factura es de confiabilidad del cliente  | 7      | 58,3  | 4      | 33,3  | 1    | 8,3  | 12    | 100 |
| 20                         | La factura emitida es a solicitud del cliente  | 6      | 50    | 6      | 50    | 0    | 0    | 12    | 100 |
| 21                         | La emisión de factura es obligación de la tienda   | 12     | 100   | 0      | 0     | 0    | 0    | 12    | 100 |
| 22                         | Las prendas adquiridas con comprobantes de pago ,garantizan su devolución en caso de inconformidad | 5      | 41,7  | 7      | 58,3  | 0    | 0    | 12    | 100 |
| 23                         | La factura emitida reúne las garantías de ley  | 4      | 33,3  | 8      | 66,7  | 0    | 0    | 12    | 100 |
| 24                         | La tienda emite boletas de manera automática   | 3      | 25    | 9      | 75    | 0    | 0    | 12    | 100 |
| 25                         | El cliente tiene que solicitar su boleta al comprar una prenda                                     | 5      | 41,7  | 6      | 50    | 1    | 8,3  | 12    | 100 |
| 26                         | La boleta adquirida demuestra legalidad de la prenda   | 2      | 16,7  | 10     | 83,3  | 0    | 0    | 12    | 100 |
| 27                         | La tienda garantiza seguridad de los clientes en la compra de las prendas                          | 3      | 25    | 9      | 75    | 0    | 0    | 12    | 100 |
| 28                         | Las ropas deportivas están legalmente controladas por la SUNAT                                     | 3      | 25    | 8      | 66,7  | 1    | 8,3  | 12    | 100 |
| 29                         | Las prendas que venden las tiendas lo hacen al por mayor y menor                                   | 5      | 41,7  | 7      | 58,3  | 0    | 0    | 12    | 100 |
| 30                         | Es necesario que la tienda emita recibo electrónico  | 10     | 83,3  | 2      | 16,7  | 0    | 0    | 12    | 100 |
| 31                         | La tienda aun todavía emite recibos físicos en talonarios  | 1      | 8,3   | 3      | 25    | 8    | 66,7 | 12    | 100 |
| 32                         | El recibo emitido es propio de la tienda   | 12     | 100   | 0      | 0     | 0    | 0    | 12    | 100 |
| 33                         | Es necesario que la tienda emita recibos de cualquier tipo al comprar una prenda                   | 11     | 91,7  | 0      | 0     | 1    | 8,3  | 12    | 100 |
| 34                         | De todos los comprobantes de pago el más usual es la boleta de venta                               | 11     | 91,7  | 0      | 0     | 1    | 8,3  | 12    | 100 |
| <b>PROMEDIO ARITMETICO</b> |  |        | 52,95 |        | 39,70 |      | 7,35 | 12    | 100 |

Fuentes: Resultados de la encuesta procesada con el programa SPSS: V22

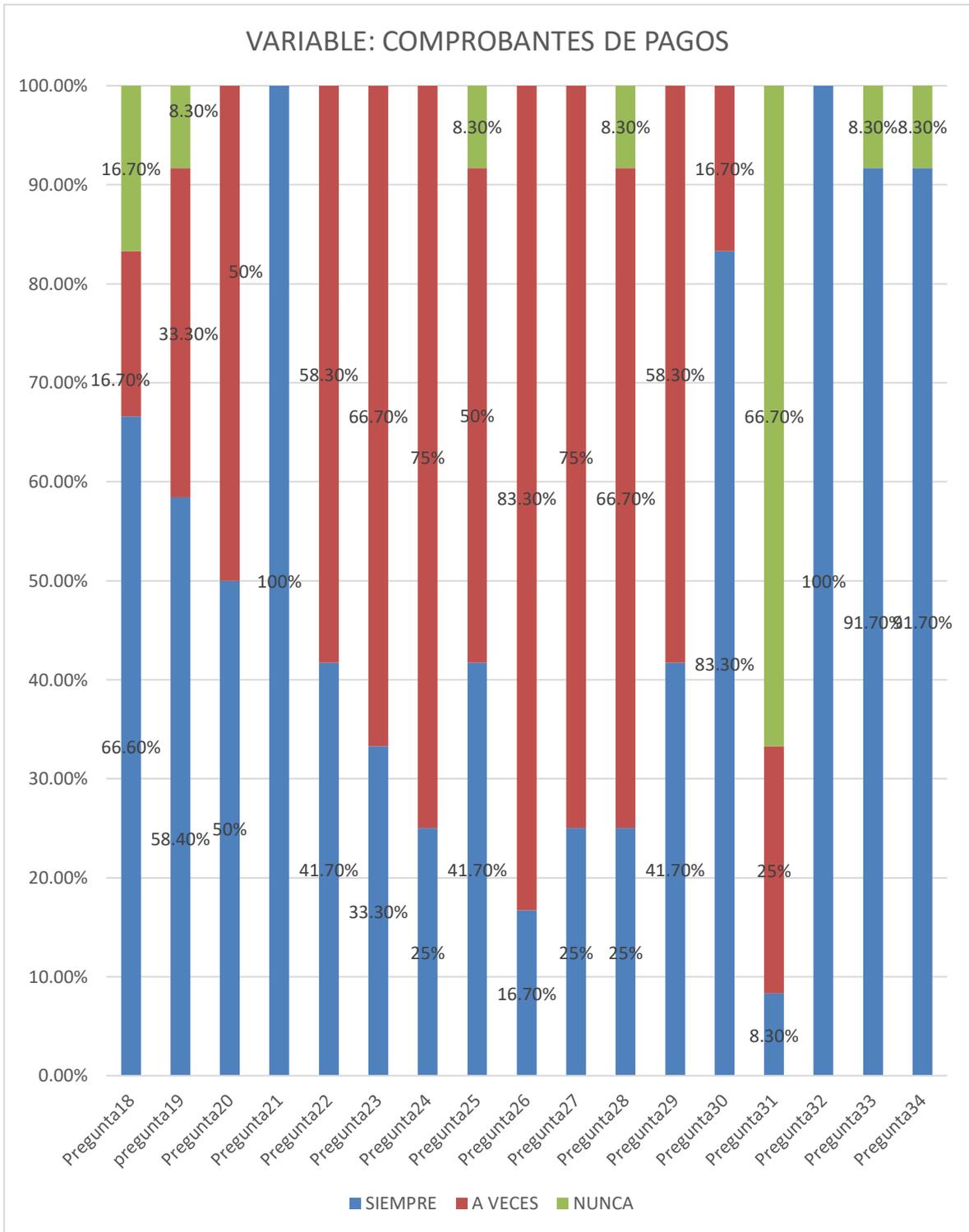


Figura N° 06 Variable: COMPROBANTES DE PAGO  
 Fuente: tabla N° 06 –Elaboración de la autora

**Descripción:** Respecto al ítems 18 del 100% de encuestados, el 16,70% indican que nunca tiene un buen concepto de lo que es comprobante de pago, también el 16,70% a veces y mientras que el 66,70% siempre.

Respecto al ítems 19 del 100% de encuestados, el 8,30% mencionan que nunca la emisión de factura es de confiabilidad del cliente, mientras que el 33,30% indican que a veces y el 58,30% indican que siempre

Respecto al ítems 20 del 100% de encuestados, el 50% indican que a veces la factura emitida es a solicitud del cliente y el otro 50% siempre la factura emitida es a solicitud del cliente.

Respecto al ítems 21 del 100% de encuestado indican que siempre la emisión de factura es obligación de la tienda.

Respecto al ítems 22 del 100% de encuestado, indican que el 58,30% indican que a veces las prendas adquiridas con comprobante de pago garantizan su devolución en caso de inconformidad, mientras que el 41,70% indican que siempre las prendas adquiridas con comprobantes garantizan su devolución en caso de inconformidad.

Respecto al ítems 23 del 100% de encuestados, el 66,70% indican que a veces las facturas emitidas reúnen las garantías de ley mientras que el 33,30% indican que siempre las facturas emitidas reúnen las garantías de ley.

Respecto al ítems 24 del 100% de encuestados, el 75% indican que a veces la tienda emite boletas de manera automática, mientras que el otro 25% indica que siempre la tienda emite boletas de manera automática.

Respecto al ítems 25 del 100% de encuestados, el 8,3% indican que nunca el cliente tiene que solicitar su boleta al comprar una prenda, mientras que el 50 % de los encuestados indican que a veces el cliente tiene que solicitar su boleta al comprar una

prenda y el 41% indican que siempre el cliente tiene que solicitar su boleta al comprar una prenda.

Respecto al ítems 26 del 100% de encuestados, el 83,30% indican que a veces la boleta adquirida demuestra legalidad de la prenda, mientras que el 16,70% indican que siempre la boleta adquirida demuestra legalidad de la prenda.

Respecto al ítems 27 del 100% de encuestados, el 75% indican que a veces la tienda garantiza seguridad de los clientes en la compra de las prendas, en tanto el 25 % indican que siempre la tienda garantiza seguridad de los clientes en la compra de las prendas.

Respecto al ítems 28 del 100% de encuestados, el 8,30 % indican que nunca las ropas deportivas están legalmente controladas por la SUNAT, el 66,70% indican que a veces y el 25 % indican que siempre.

Respecto al ítems 29 del 100% de encuestados, el 58,30 % indican que a veces las prendas que venden las tiendas lo hacen al por mayor y menor, y el otro 41,70 % siempre.

Respecto al ítems 30 del 100% de encuestados, el 16% indican que a veces la tienda emite recibos electrónicos y el 83% indican que siempre la tienda emite recibos electrónicos.

Respecto al ítems 31 del 100% de encuestados, el 66,70 % indican que nunca la tienda emite recibos físicos en talonarios ,el 25% indican que a veces la tienda emite recibos físicos en talonarios, y el 8,30% indican que siempre la tienda emite recibos físicos en talonarios.

Respecto al ítems 32 del 100% de encuestados indican que siempre el recibo emitido es propio de la tienda.

Respecto al ítems 33 del 100% de encuestados, el 8.30% indican que nunca es necesario que la tienda emita recibos de cualquier tipo al comprar una prenda, el 91,70%

indican que siempre es necesario que la tienda emita recibos de cualquier tipo al comprar una prenda.

Respecto al ítems 34 del 100% de encuestados, el 8,30% indican que nunca de todos los comprobantes de pago el más usual es la boleta de venta seguido de 91,70 % siempre. Asimismo el promedio aritmético concluye que el 52.95% de encuestados refiere que siempre entregan comprobantes de pago a sus clientes, seguido del 39,70% a veces y el 7,35% nunca

## PRUEBAS DE HIPOTESIS

### HIPOTESIS GENERAL

**H<sub>0</sub>:** La venta de ropa deportiva de futbol no se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente de las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa, 2017

**H<sub>a</sub>:** La venta de ropa deportiva de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente de las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa, 2017

**TABLA N<sup>a</sup> 07: APLICACIÓN DE LA PRUEBA ESTADISTICA COEFICIENTE DE CORRELACIÓN DE SPEARMAN ENTRE LA VARIABLE VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE**

| Correlaciones   |                              |                             |        |        |
|-----------------|------------------------------|-----------------------------|--------|--------|
|                 |                              |                             | V1     | V2     |
| Rho de Spearman | V1: Ropa deportiva de futbol | Coefficiente de correlación | 1,000  | ,833** |
|                 |                              | Sig. (bilateral)            | .      | ,001   |
|                 |                              | N                           | 12     | 12     |
|                 | V2: Comprobantes de pagos    | Coefficiente de correlación | ,833** | 1,000  |
|                 |                              | Sig. (bilateral)            | ,001   | .      |
|                 |                              | N                           | 12     | 12     |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**Fuente: Resultados obtenidos de la encuesta y la aplicación del programa SPSS. V.22**

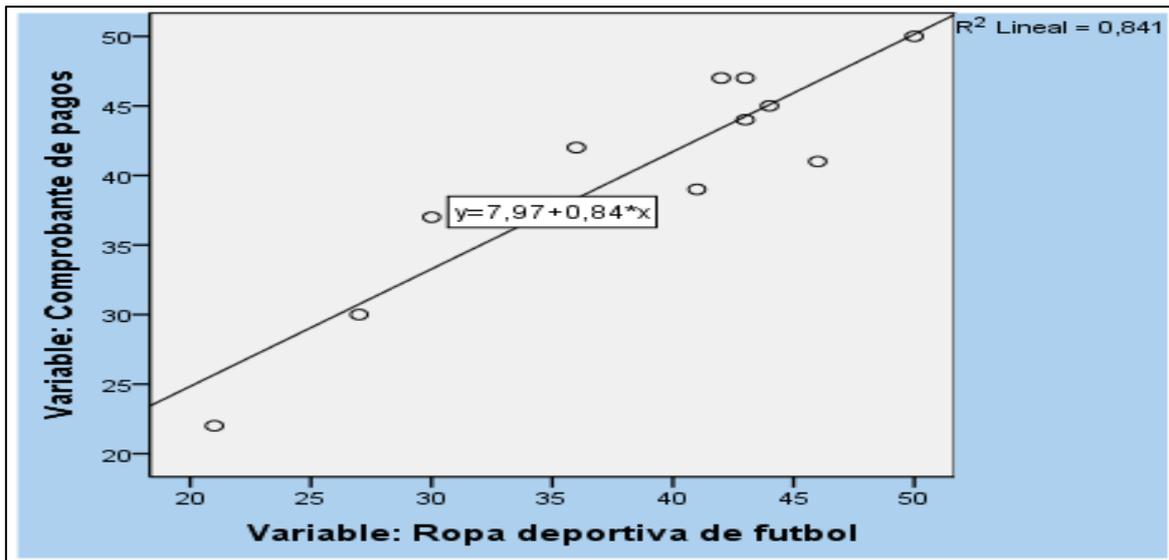


Figura N° 07 Variables: Ropa deportiva de futbol y Comprobante de pago  
Fuente: tabla N° 07 –Elaboración de la autora

**Interpretación:** De la tabla y figura N° 07, luego de aplicar el estadístico de Spearman el coeficiente de correlación fue 0.833 positiva alta y altamente significativo siendo  $p=0.001 < 0.01$ , es decir se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% y se concluye: La venta de ropa deportiva de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente en la ciudad de Pucallpa, 2017. Asimismo se corrobora la tendencia de puntos hacia a la derecha, es decir la relación es positiva directa y el  $R^2 = 0.841$  es decir que existe dependencia del 84.1% de comprobantes de pagos respecto a la Ropa deportiva de futbol.

### HIPOTESIS ESPECIFICA 1

**H<sub>0</sub>:** La venta de camisetas de futbol no se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas

**H<sub>a</sub>:** La venta de camisetas de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente de las tiendas deportivas

**TABLA N° 08: APLICACIÓN DE LA PRUEBA ESTADISTICA COEFICIENTE DE CORRELACIÓN DE SPEARMAN ENTRE LA DIMENSIÓN VENTA DE CAMISETAS DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE.**

| Correlaciones   |                                |                             |        |        |
|-----------------|--------------------------------|-----------------------------|--------|--------|
|                 |                                |                             | V2     | D1     |
| Rho de Spearman | Variable: Comprobantes de pago | Coefficiente de correlación | 1,000  | ,764** |
|                 |                                | Sig. (bilateral)            | .      | ,004   |
|                 |                                | N                           | 12     | 12     |
|                 | Dimensión: Venta de camisetas  | Coefficiente de correlación | ,764** | 1,000  |
|                 |                                | Sig. (bilateral)            | ,004   | .      |
|                 |                                | N                           | 12     | 12     |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Resultados de la encuesta procesado con el programa SPSS.V22

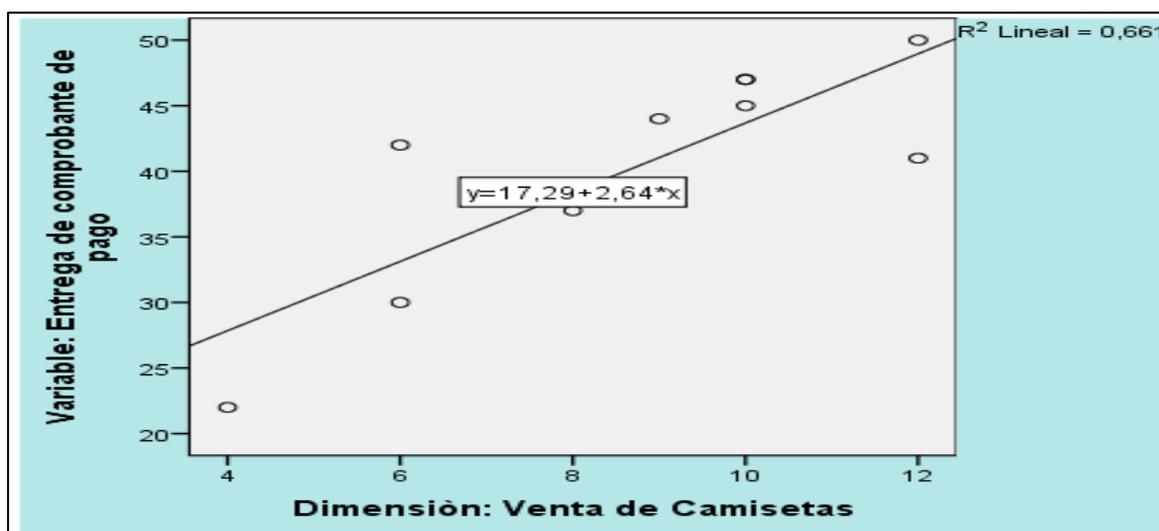


Figura N° 08 Variables: Venta de camisetas y Comprobante de pago

Fuente: tabla N° 08 –Elaboración de la autora

**Interpretación:** De la tabla y figura N° 08, luego de aplicar el estadístico de Spearman el coeficiente de correlación fue 0.764 positiva alta y altamente significativo siendo  $p=0.004 < 0.01$ , es decir se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% y se concluye: La venta de camisetas de futbol no se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente en la ciudad de Pucallpa, 2017. Asimismo se corrobora la tendencia de puntos hacia a la derecha, es decir la relación es positiva directa y el  $R^2 = 0.661$  es decir que existe dependencia del 66.1% de comprobantes de pagos respecto a la venta de camisetas de futbol.

## HIPOTESIS ESPECÍFICA 2

**H<sub>0</sub>:** La venta de short de futbol no se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente de las tiendas deportivas

**H<sub>a</sub>:** La venta de short de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente de las tiendas deportivas

**TABLA N<sup>o</sup> 09: APLICACIÓN DE LA PRUEBA ESTADISTICA COEFICIENTE DE CORRELACIÓN DE SPEARMAN ENTRE LA DIMENSIÓN VENTA DE SHORT DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE**

| Correlaciones   |   |                             |        |        |
|-----------------|---|-----------------------------|--------|--------|
|                 |   |                             | V2     | D2     |
| Rho de Spearman | Variable: Entrega de comprobantes de pago | Coefficiente de correlación | 1,000  | ,804** |
|                 |   | Sig. (bilateral)            | .      | ,002   |
|                 |   | N                           | 12     | 12     |
|                 | Dimensión: Venta de short de futbol       | Coefficiente de correlación | ,804** | 1,000  |
|                 |   | Sig. (bilateral)            | ,002   | .      |
|                 |   | N                           | 12     | 12     |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Resultados de la encuesta procesado con el programa SPSS.V22

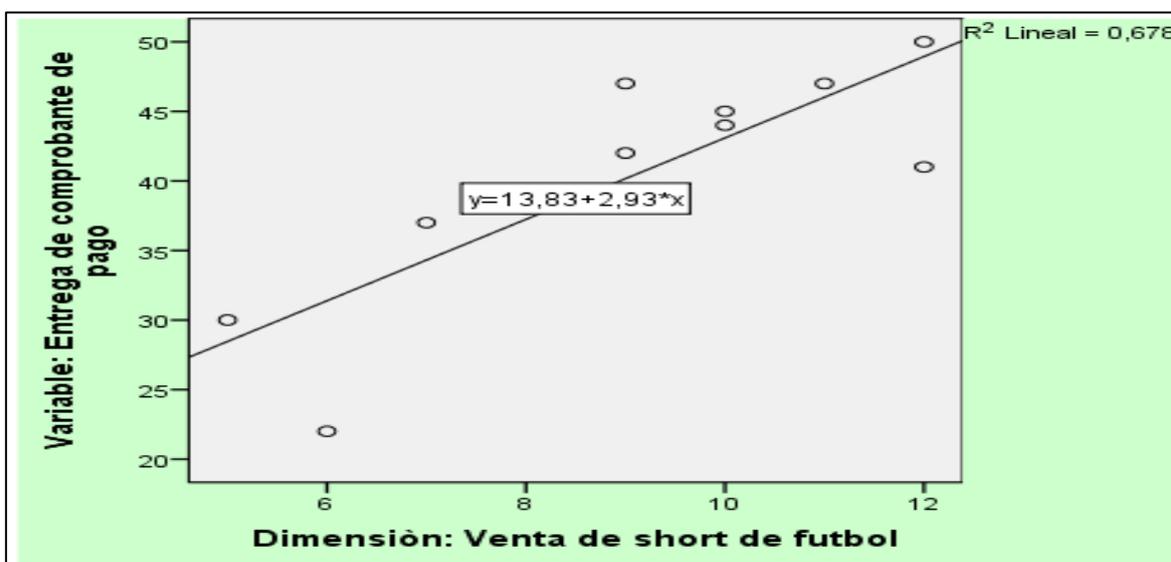


Figura N<sup>o</sup> 09 Variables: Venta de Short y Entrega de comprobante de pago

Fuente: tabla N<sup>o</sup> 09 –Elaboración de la autora

**Interpretación:** De la tabla y figura N° 09, luego de aplicar el estadístico de Spearman el coeficiente de correlación fue 0.804 positiva alta y altamente significativo siendo  $p=0.002<0.01$ , es decir se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% y se concluye: La venta de short de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente en la ciudad de Pucallpa, 2017. Asimismo se corrobora la tendencia de puntos hacia a la derecha, es decir la relación es positiva directa y el  $R^2 = 0.678$  es decir que existe dependencia del 67.8% de entrega de comprobantes de pagos respecto a la venta de Short de futbol.

### HIPOTESIS ESPECÍFICA 3

**Ho:** La venta de medias de futbol no se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente de las tiendas deportivas

**Ha:** La venta de medias de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente de las tiendas deportivas

**TABLA N° 10: APLICACIÓN DE LA PRUEBA ESTADISTICA COEFICIENTE DE CORRELACIÓN DE SPEARMAN ENTRE LA DIMENSIÓN VENTA DE MEDIAS DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE**

| Correlaciones   |  |                            |        |        |
|-----------------|--|----------------------------|--------|--------|
|                 |  |                            | V2     | D3     |
| Rho de Spearman | Variable: Entrega de comprobante de pago | Coeficiente de correlación | 1,000  | ,732** |
|                 |  | Sig. (bilateral)           | .      | ,007   |
|                 |  | N                          | 12     | 12     |
|                 | Dimensión: Venta de medias de futbol     | Coeficiente de correlación | ,732** | 1,000  |
|                 |  | Sig. (bilateral)           | ,007   | .      |
|                 |  | N                          | 12     | 12     |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**Fuente:** Resultados de la encuesta procesado con el programa SPSS.V22

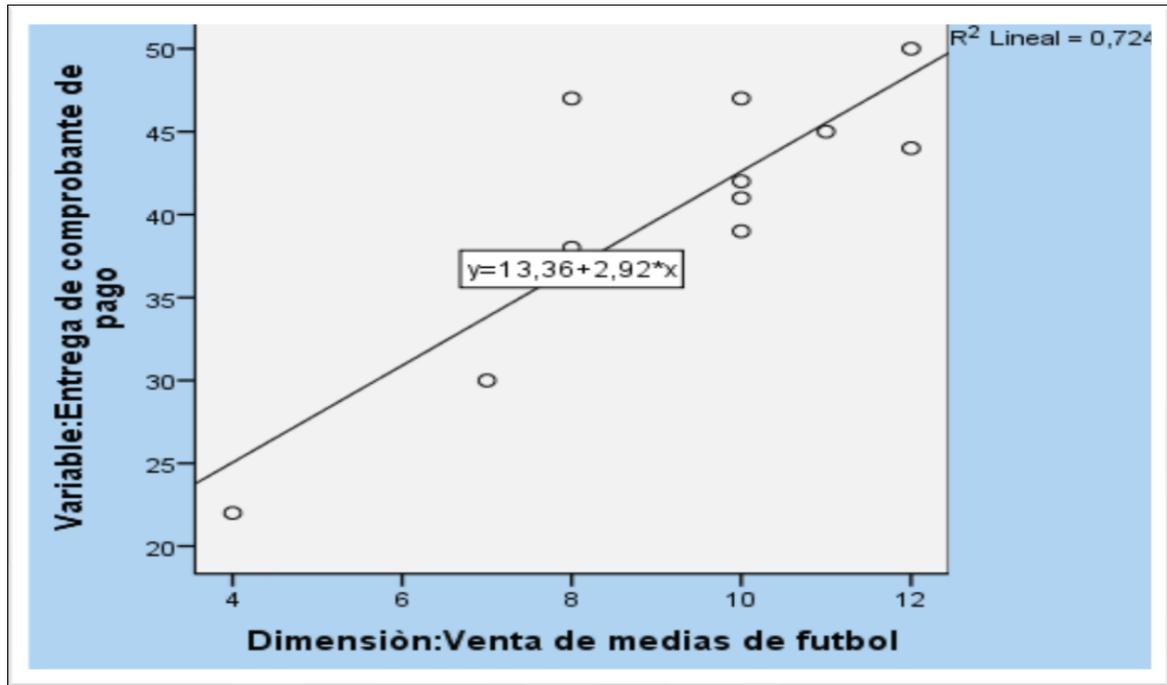


Figura N° 10 Variables: Venta de Medias y Entrega de comprobante de pago  
Fuente: tabla N° 10 –Elaboración de la autora

**Interpretación:** De la tabla y figura N° 10, luego de aplicar el estadístico de Spearman el coeficiente de correlación fue 0.732 positiva alta y altamente significativo siendo  $p=0.007 < 0.01$ , es decir se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% y se concluye: La venta de medias de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente en la ciudad de Pucallpa, 2017. Asimismo se corrobora la tendencia de puntos hacia a la derecha, es decir la relación es positiva directa y el  $R^2 = 0.724$  es decir que existe dependencia del 72.4% de entrega de comprobantes de pagos respecto a la venta de medias de futbol.

#### HIPOTESIS ESPECÍFICA 4

**H<sub>0</sub>:** La venta de zapatos de futbol no se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente de las tiendas deportivas

**H<sub>a</sub>:** La venta de zapatos de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente de las tiendas deportivas

**TABLA N° 11: APLICACIÓN DE LA PRUEBA ESTADISTICA COEFICIENTE DE CORRELACIÓN DE SPEARMAN ENTRE LA DIMENSIÓN VENTA DE ZAPATOS DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE.**

| Correlaciones   |  |                             |        |        |
|-----------------|--|-----------------------------|--------|--------|
|                 |  |                             | V2     | D4     |
| Rho de Spearman | Variable: Entrega de comprobante de pago | Coefficiente de correlación | 1,000  | ,817** |
|                 |  | Sig. (bilateral)            | .      | ,001   |
|                 |  | N                           | 12     | 12     |
|                 | Dimensión: Venta de medias de futbol     | Coefficiente de correlación | ,817** | 1,000  |
|                 |  | Sig. (bilateral)            | ,001   | .      |
|                 |  | N                           | 12     | 12     |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Resultados de la encuesta procesado con el programa SPSS.V22

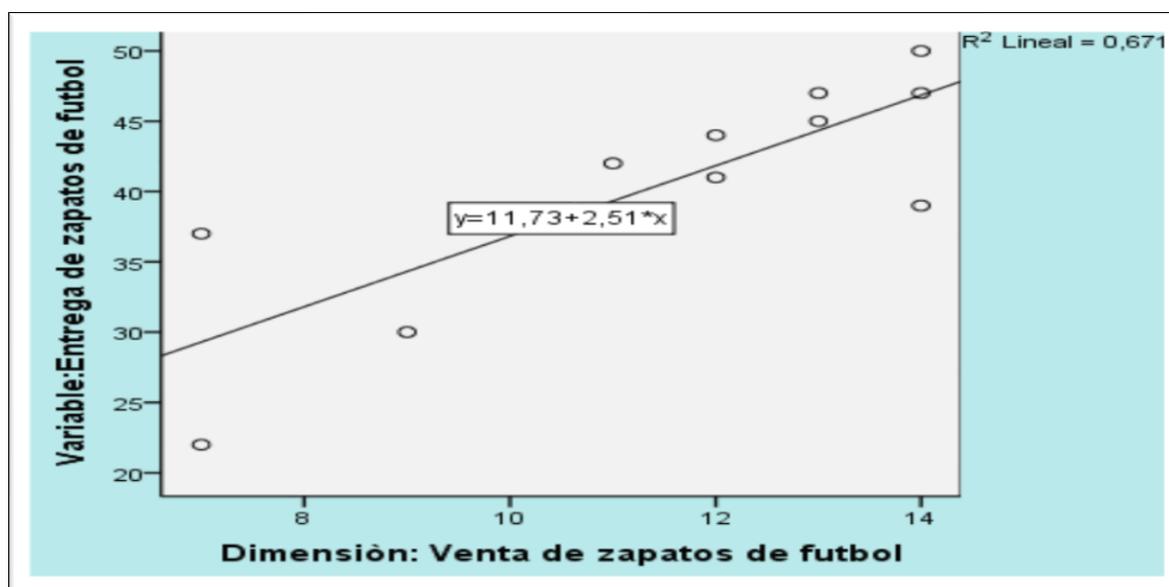


Figura N° 11 Variables: Venta de Zapatos y Entrega de comprobante de pago  
Fuente: tabla N° 11 –Elaboración de la autora

**Interpretación:** De la tabla y figura N° 11, luego de aplicar el estadístico de Spearman el coeficiente de correlación fue 0.817 positiva alta y altamente significativo siendo  $p=0.001 < 0.01$ , es decir se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% y se concluye: La venta de zapatos de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobante de pago al cliente en la ciudad de Pucallpa, 2017. Asimismo se corrobora la tendencia de puntos hacia a la derecha, es decir la relación es positiva directa y el  $R^2 = 0.671$  es decir que existe dependencia del 67.1% de entrega de comprobantes de pagos respecto a la venta de zapatos de futbol.

## 4.2. Discusión

Los resultados demostraron que, la venta de ropa deportiva de fútbol (camisetas) en lo que se refiere a: concepto, llanas, combinado, sintético son respondidas a veces por la mayoría de clientes que acudieron a las tiendas deportivas; este resultado se puede constatar con los estudios de Sagnay (2012) en la segunda conclusión de su investigación en donde manifiesta que, en la ciudad de Sangolquí, existe gran aceptación por la ropa deportiva siempre y cuando cumplan las exigencias y las necesidades del mercado, resaltando fundamentalmente la calidad y el precio; sean convenientes.

Con respecto a la venta de shorts en lo que se refiere a: largo, corto, preferencia y color, también fueron respondidas a veces por la mayoría de clientes que acudieron a las tiendas deportivas; este resultado también se puede verificar con los estudios del mismo autor y en la misma conclusión antes mencionada.

Del mismo modo con respecto a la venta de medias, en lo que se refiere a: algodón, nilón, menor compra y color preferido, fueron respondidas a veces por la mayoría de clientes que acudieron a las tiendas deportivas; este resultado tiene relación con los estudios de Capcha (2012) en la primera conclusión de su investigación, en donde manifiesta que, la ropa deportiva es una gran opción para los jugadores, ya que ayuda a mejorar el desempeño del jugador aumentando las propiedades del cuerpo humano, gracias a que la tecnología ha invadido este mercado perfeccionando los tejidos, modificando el peso y material con que la misma es construida.

También con respecto a la venta de zapatos, en cuanto se refiere a: piel de canguro, sintéticos, marcas conocidas, mayor consumo y combinadas, fueron

respondidas a veces por la mayoría de clientes que acudieron a las tiendas deportivas; este resultado también se puede verificar con los estudios del mismo autor y en la misma conclusión arriba indicada.

Por otra parte, los resultados demostraron que, la entrega de comprobantes de pago (facturas), en los que se refiere a: concepto, confiabilidad, emisión, obligación, garantía son respondidas siempre por la mayoría de clientes que acudieron a las tiendas deportivas; este resultado se puede verificar con los estudios de Alvarado y Calderón (2013) en la segunda conclusión de su investigación en donde manifiestan que, los gastos no deducibles tienen mayor incidencia en la presentación y preparación del estado de resultados del 2012, son: gastos realizados con comprobantes que no reúnen los requisitos mínimos establecidos en el reglamento de comprobantes de pago, gastos de representación los cuales exceden el límite permitido por la ley y las multas impuestas por entidades del sector público.

Con respecto a las boletas en cuanto se refiere a: emisión, adquisición, garantía y cantidad, fueron respondidas a veces por la mayoría de clientes que acuden a las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa. Finalmente los recibos, en lo que se refiere a: electrónico o físico, fueron respondidas siempre por la mayoría de clientes que acudieron a las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa; este resultado también se relaciona con los estudios del mismo autor y en la misma conclusión arriba indicada.

## **Conclusiones**

- \* La venta de ropa deportiva de futbol se relaciona con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa, 2017.
  
- \* La venta de camisetas de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas.
  
- \* La venta de shorts de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas.
  
- \* La venta de medias de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas.
  
- \* La venta de zapatos de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas.

## **Recomendaciones**

- \* Las tiendas que venden ropas deportivas de futbol, deben continuar con la emisión de comprobantes de pago de acuerdo a ley, sin necesidad que el cliente lo solicite.
  
- \* Los clientes que compran ropas deportivas de futbol, llámese camisetas, shorts, medias y zapatos, deben exigir a las tiendas sus comprobantes de pago, de esta manera estaremos contribuyendo con la economía del Estado.
  
- \* Los comerciantes informales de ropa deportiva de futbol por su parte, deben formalizarse de acuerdo a ley, y no hacerlo de manera ambulatoria ya que está ocasionando evasión de impuesto a las ventas.

## **CAPITULO V.- FUENTES DE INFORMACIÓN BIBLIOGRAFICA**

- Alvarado, R. N. y Calderón, M. G. (2013) Los gastos no deducibles tributariamente y su incidencia en el estado de resultados de la Distribuidora R & M E.I.R.L. La Libertad-Trujillo, 2012. Perú: Tesis.
- Arévalo, S. P. (2012) Ropa Deportiva: Uso adecuado al deporte que practicas. Bogotá, Colombia: LIMUSA
- Capcha, E. A. (2012) La comercialización de ropa deportiva en la Ciudad de Lima Metropolitana. Perú: Tesis
- Diccionario Enciclopédico Ilustrado de Fútbol El Fútbolín (2012). Madrid, España: FEFM.  
[www.elfutbolin.com/diccionario-de-futbol](http://www.elfutbolin.com/diccionario-de-futbol)
- Diccionario Enciclopédico Ilustrado Oceano Uno (1999) Barcelona, España: OCEANO
- Esparza, M. A. (2010) La Indumentaria Deportiva en la Modernidad y en la Posmodernidad. Guadalajara, México: EFDEPORTES  
<https://www.futbolemotion.com/equipaciones>
- FIFA (2016) Reglamento de Equipamiento: Camisetas, pantalón corto (short), medias, canilleras, botas de fútbol (zapatos). Europa: TWE  
<https://es.fifa.com/mm/document/tournament/...>
- Hernández, R. (2010) Metodología de la Investigación. Santafé de Bogotá Colombia: MCGRAW-HILL
- Kiyosaki, R. T. y Lechter, Sh. L. (2006) La Escuela de Negocios: para personas que gustan de ayudar a los demás. México: AGUILAR.
- Manual de Educación Física y Deportes: Técnicas y Actividades Prácticas. Barcelona, España: OCEANO

- Perucontable (2009-2015) Tratamiento Contable Tributario de Sponser Deportivo. Lima, Perú: Red de Blogs
- Rengifo, C. F. y Vigo, A. C. (2014) Incidencia de las infracciones tributarias en la situación económica y financiera de las MYPES del sector calzado, APIAT-2013.
- Rojas, R. (2014) Venta de ropa deportiva, experimenta un alza en el Perú. Lima, Perú: Gestión
- Sagnay, L. F. (2012) Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa deportiva en la ciudad de Sangolquí. Ecuador: 2011
- Salvador, R. (2012) Estudio de factibilidad para la creación de un local de distribución y comercialización de camisetas deportivas de “Textiles Mishell” en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura. Ecuador: Tesis
- Schaefer, J. M. (2012) El Deporte, los artículos deportivos y la industria del deporte. Berlín, Alemania: OMPI
- SUNAT (1999) Normas del Reglamento de Comprobantes de Pago. Lima, Perú: Normas Legales.  
[www.sunat.gob.pe/legislacion/comprob/regla/](http://www.sunat.gob.pe/legislacion/comprob/regla/)
- Subside Sports (2016-2017) Camisetas oficiales de futbol de todo el mundo. Madrid, España: Colección

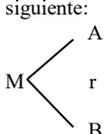
## **Apéndices**

Anexo 1

**Matriz de Consistencia**

Título: VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE DE LAS TIENDAS DEPORTIVAS DE LA CIUDAD DE PUCALLPA, 2017

Autor: CAJAS RAMÍREZ, NORA

| Problema general  | Objetivo general  | Hipótesis general   | Variables                          | Dimensión  | Indicadores   | Metodología   |
|---|---|---|------------------------------------|--|---|---|
| ¿Cómo es la relación de la venta de ropa deportiva de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa, 2017?  | Determinar la relación de la venta de ropa deportiva de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa, 2017   | La venta de ropa deportiva de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa, 2017   | V1<br><br>Ropa deportiva de futbol | Camiseta<br><br>Short<br><br>Medias<br><br>Zapatos | -Concepto de ropa deportiva<br>-Preferencia llanas<br>-Mayor compra combinadas<br>-Compra diaria<br>-Preferencia largos<br>-Mayor compra cortos<br>-De todas las prendas prefieren short<br>-Color negro<br>-De algodón de mayor compra<br>-De nilón prefieren los futbolistas<br>-De todas las prendas lo que menos compran son short<br>-Color preferido<br>-De piel de canguro<br>-De sintético<br>-De marcas conocidas<br>-De todas las prendas lo que menos se compran son los zapatos de futbol<br>-De colores combinados | <b>Diseño de investigación</b><br><br>Descriptivo correlacional, cuyo diagrama es el siguiente:<br><br><br>Donde:<br>M = cliente<br>A = ropa deportiva de futbol<br>r = relación<br>B = comprobante de pago<br><br><b>Población y muestra</b><br>La población estará conformada por 20 clientes que acuden a las tiendas a comprar ropa deportiva de futbol<br><br>La muestra estará conformada por la misma cantidad de clientes de la población o sea 20 clientes. |
| <p>¿Cómo se relaciona la venta de camisetas de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas?</p> <p>¿Cómo se relaciona la venta de shorts de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas?</p> <p>¿Cómo se relaciona la venta de medias de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas?</p> <p>¿Cómo se relaciona la venta de zapatos de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas?</p> | <p>Describir la relación de la venta de camisetas de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas</p> <p>Describir la relación de la venta de shorts de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas</p> <p>Describir la relación de la venta de medias de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas</p> <p>Describir la relación de la venta de zapatos de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas</p> | <p>La compra de camisetas de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas</p> <p>La compra de shorts de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas</p> <p>La compra de medias de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas</p> <p>La compra de zapatos de futbol se relaciona significativamente con la entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas</p> | V2<br><br>Comprobantes de pago     | Facturas<br><br>Boletas<br><br>Recibos             | -Concepto de comprobantes de pago<br>-Confiabilidad del cliente<br>-Emitida a solicitud del cliente<br>-Obligación de la tienda<br>-Reúne las garantía de ley<br>-Garantía de devolución<br>-Emisión automática<br>-Solicitud de boleta<br>-Legalidad de la prenda<br>-Seguridad del cliente<br>-Control SUNAT.<br>-Cantidad<br>-Emisión de recibo electrónico<br>-Recibos en talonario<br>-Recibo propio de la tienda<br>-Diferentes tipos de recibo   | <p><b>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b></p> <p>Como técnica:<br/>-Trabajo de campo<br/>-Fichaje<br/>-Encuestas</p> <p>Como instrumento:<br/>-Cuestionario</p> <p><b>Técnicas para el procesamiento de datos</b></p> <p>Se utilizó la técnica de la estadística descriptiva, en donde se aplicó la tabla de distribución de frecuencia porcentual y las figuras de barra, aplicando el programa estadístico SPSS-V.22</p>  |

Anexo 2

**Cuadro Operacional**

Título: VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE DE LAS TIENDAS DEPORTIVAS DE LA CIUDAD DE PUCALLPA, 2017

Autora: Br. CAJAS RAMIREZ, NORA

| Variables                | Definición conceptual  | Dimensiones | Indicadores   | Escala de medición |
|--------------------------|--|-------------|---|--------------------|
| Ropa deportiva de futbol | Arévalo (2012) define que, ropa deportiva es ropa específicamente creada para la práctica del deporte, en este caso del futbol.                      | Camisetas   | 1-Concepto de ropa deportiva<br>2-Preferencia llanas<br>3-Mayor compra combinadas<br>4-Compras diarias  | Siempre            |
|                          |  | Shorts      | 5-Preferencias largos<br>6-Mayor compra cortos<br>7-De todas las prendas prefieren short<br>8-Color negro de mayor compra   |                    |
|                          |  | Medias      | 9-De algodón de mayor compra<br>10-De nilón prefieren los futbolistas<br>11-Son lo que menos compran<br>12-Color preferido  | A veces            |
|                          |  | Zapatos     | 13-De piel de canguro<br>14-De sintéticos<br>15-De marcas conocidas<br>16-De menor preferencia<br>17-Prefieren de colores combinados.   | Nunca              |
| Comprobantes de pago     | SUNAT (1999) define que comprobante de pago es el documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. | Facturas    | 18-Concepto de comprobantes de pago<br>19-Confiable del cliente<br>20-Emitida a solicitud del cliente<br>21-Obligación de la tienda<br>22-Garantía de devolución<br>23-Reeúne las garantías de ley. | Siempre            |
|                          |  | Boletas     | 24-Emisión de manera automática<br>25-Solicitud de boleta<br>26-Legalidad de la prenda<br>27-Seguridad del cliente<br>28-Legalmente controladas por la SUNAT<br>29-Ventas al por mayor y menor.     | A veces            |
|                          |  | Recibos     | 30-Emisión de recibo electrónico.<br>31-Recibo en talonario<br>32-Recibo propio de la tienda<br>33-Diferentes tipos de recibo<br>34-El más usual es la boleta de venta.                             | Nunca              |

## Anexo 3

### Validación de instrumentos

#### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señora

**Mg. LILA RAMÍREZ ZUMAETA**

Presente

ASUNTO: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVES DE JUICIO DE EXPERTO

Nos es muy grato comunicarnos con Usted para expresarle nuestro saludo y asimismo hacer de su conocimiento que siendo estudiante del Programa de Tesis Asistida de la Universidad Privada de Pucallpa, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el Título Profesional de Contador Público.

El título nombre de mi proyecto de investigación es **“VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE EN LA CIUDAD DE PUCALLPA, 2017”**, y siendo imprescindible contar con la aprobación de profesionales especialistas para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a Usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación.

El expediente de validación que le hacemos llegar a parte de los formatos en Apéndice 02, 03 y 04 contiene:

1. Carta de Presentación
2. Matriz de Consistencia
3. Cuestionarios 01 y 02

Expresándole nuestro sentimiento de respeto y consideración nos despedimos de Usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

  
Nora Cajas Ramirez  
DNI Nº 42164964



  
Mg. Lila Ramirez Zumaeta  
Decana de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas

**APÉNDICE 01**

Pucallpa, 18 de Mayo de 2017

Señora Decana de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Privada de Pucallpa.

Solicito: CARTAS PARA **JUICIO DE EXPERTOS**

Presente



**NORA CAJAS RAMÍREZ**, egresada de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras, con código de matrícula N°

Ante usted me dirijo y expongo lo siguiente:

Que, teniendo que realizar el juicio de expertos al proyecto titulado VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE EN LA CIUDAD DE PUCALLPA, 2017 y requiriendo para tal fin una carta de presentación institucional; solicito a usted disponer a quien corresponda se me extiendan las cartas respectivas, para lo cual adjunto la lista de Expertos:

| N° | Apellidos y Nombres     | Grado Académico | Especialidad   | Institución   | Teléfono Email: |
|----|-------------------------|-----------------|----------------|---------------|-----------------|
| 01 | DAVILA TALEPCIO, JUDITH | Doctora         | Docente        | UPP           | 961628432       |
| 02 | RAMÍREZ ZUMAETA, LILA   | Magister        | Administración | UPP           | 961949267       |
| 03 | FULCA MENDOZA, ROBER    | CPC             | Contador       | Independiente | 961685145       |

**Estudiante Autora**  
NORA CAJAS RAMÍREZ

DNI N° 42164964

**Asesor del Proyecto**  
Dr. LENER OMAR PANDURO RENGIFO

DNI N° 00015939

APÉNDICE 02

HOJA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación sírvase identificar el ítem o pregunta y conste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

| Nº de ítem | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|------------|---|----|---|----|---|----|---------------|
|            | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|            | Si  | No | Si  | No | Si  | No |               |
| 01         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 02         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 03         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 04         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 05         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 06         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 07         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 08         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 09         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 10         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 11         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 12         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 13         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 14         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 15         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 16         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 17         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 18         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 19         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 20         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 21         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 22         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 23         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 24         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 25         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 26         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 27         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 28         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 29         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 30         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 31         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 32         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 33         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 34         | X   |    | X   |    | X   |    |               |

Fuente: Universidad Peruana Cayetano Heredia – Lima

Experta: Mg. LILA RAMÍREZ ZUMAETA

### APÉNDICE 03

#### Planillas Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento Cuestionario y Matriz de consistencia que hace parte de la investigación. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente.

Agradecemos su valiosa colaboración.

**Objetivo de la investigación:** Determinar cómo se relaciona la venta de ropa deportiva de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente en la ciudad de Pucallpa, 2017

**Objetivo del juicio de expertos:** Validar el instrumento que permita la recopilación de información para medir la variable.

**Objetivo del instrumento:** Medir las variables ropa deportiva de futbol y comprobantes de pago.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda:

| CATEGORÍA  | CALIFICACIÓN                | INDICADOR   |
|--|-----------------------------|---|
| <b>SUFICIENCIA</b><br>Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta | 1.No cumple con el criterio | Los ítems no son suficientes para medir la dimensión  |
|  | 2.Bajo nivel                | Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total   |
|  | 3.Moderado nivel            | Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente  |
|  | 4.Alto nivel                | Los ítems son suficientes   |
| <b>CLARIDAD</b><br>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 las mismas |
|  | 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   |
| <b>COHERENCIA</b><br>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que esta midiendo            | 1.No cumple con el criterio | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión   |
|  | 2.Bajo nivel                | El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión  |
|  | 3.Moderado nivel            | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo  |
|  | 4.Alto nivel                | El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo   |
| <b>RELEVANCIA</b><br>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 este.  |
|  | 3.Moderado nivel            | El ítem es relativamente importante   |
|  | 4. Alto nivel               | El ítem es muy relevante y debe ser incluido.   |

Fuente: Escobar-Pérez, J y Cuevo-Martínez, A. Institución Universitaria Iberoamericana, Colombia

APÉNDICE 04

TABLA RESUMEN DE CALIFICACIÓN POR DIMENSIONES/INDICADORES E ITEMS

Título Proyecto de investigación: VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE EN LA CIUDAD DE PUCALLPA, 2017.

Autora: NORA CAJAS RAMÍREZ

| Dimensión | Item | Suficiencia | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones |
|-----------|------|-------------|----------|------------|------------|---------------|
| Camisetas | 1    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 2    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 3    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 4    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Shorts    | 5    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 6    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 7    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Medias    | 8    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 9    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 10   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Zapatos   | 11   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 12   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 13   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Facturas  | 14   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 15   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 16   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 17   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Boletas   | 18   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 19   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 20   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 21   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Recibos   | 22   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 23   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 24   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 25   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 26   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 27   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 28   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 29   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 30   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 31   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 32   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 33   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 34   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |

Fuente: Escobar-Pérez, J y Cuervo-Martínez, A. Institución Universitaria Iberoamérica, Colombia

Fecha: 20-05-17

Mg. LILA RAMÍREZ ZUMAETA

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señora

**Dra. JUDITH DÁVILA TALEPCIO**

Presente

ASUNTO: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO

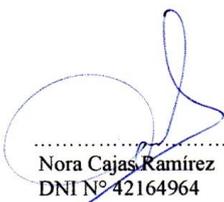
Nos es muy grato comunicarnos con Usted para expresarle nuestro saludo y asimismo hacer de su conocimiento que siendo estudiante del Programa de Tesis Asistida de la Universidad Privada de Pucallpa, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el Título Profesional de Contador Público.

El título nombre de mi proyecto de investigación es **“VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE EN LA CIUDAD DE PUCALLPA, 2017”**, y siendo imprescindible contar con la aprobación de profesionales especialistas para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a Usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación.

El expediente de validación que le hacemos llegar a parte de los formatos en Apéndice 02, 03 y 04 contiene:

1. Carta de Presentación
2. Matriz de Consistencia
3. Cuestionarios 01 y 02

Expresándole nuestro sentimiento de respeto y consideración nos despedimos de Usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

  
Nora Cajas Ramírez  
DNI N° 42164964



## APÉNDICE 01

Pucallpa, 18 de Mayo de 2017

Señora Decana de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Privada de Pucallpa.

Solicito: CARTAS PARA JUICIO DE EXPERTOS

Presente

**NORA CAJAS RAMÍREZ**, egresada de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras, con código de matrícula N°

Ante usted me dirijo y expongo lo siguiente:

Que, teniendo que realizar el juicio de expertos al proyecto titulado VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE EN LA CIUDAD DE PUCALLPA, 2017 y requiriendo para tal fin una carta de presentación institucional; solicito a usted disponer a quien corresponda se me extiendan las cartas respectivas, para lo cual adjunto la lista de Expertos:

| N° | Apellidos y Nombres     | Grado Académico | Especialidad   | Institución   | Teléfono Email: |
|----|-------------------------|-----------------|----------------|---------------|-----------------|
| 01 | DAVILA TALEPCIO, JUDITH | Doctora         | Docente        | UPP           | 961628432       |
| 02 | RAMÍREZ ZUMAETA, LILA   | Magister        | Administración | UPP           | 961949267       |
| 03 | FULCA MENDOZA, ROBER    | CPC             | Contador       | Independiente | 961685145       |

**Estudiante Autora**

NORA CAJAS RAMÍREZ

DNI N° 42164964

**Asesor del Proyecto**

Dr. LENER OMAR PANDURO RENGIFO

DNI N° 00015939

**APÉNDICE 02**

**HOJA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

**EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación sírvase identificar el ítem o pregunta y conste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

| Nº de ítem | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|------------|---|----|---|----|---|----|---------------|
|            | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|            | Si  | No | Si  | No | Si  | No |               |
| 01         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 02         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 03         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 04         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 05         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 06         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 07         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 08         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 09         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 10         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 11         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 12         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 13         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 14         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 15         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 16         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 17         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 18         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 19         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 20         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 21         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 22         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 23         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 24         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 25         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 26         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 27         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 28         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 29         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 30         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 31         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 32         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 33         | 3   |    | 3   |    | 3   |    |               |
| 34         | 3   |    |   |    |   |    |               |

Fuente: Universidad Peruana Cayetano Heredia – Lima

Experta: Dra.  JUDITH DAVILA TALEPCIO

## APÉNDICE 03

### Planillas Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento Cuestionario y Matriz de consistencia que hace parte de la investigación. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente.

Agradecemos su valiosa colaboración.

**Objetivo de la investigación:** Determinar cómo se relaciona la venta de ropa deportiva de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente en la ciudad de Pucallpa, 2017

**Objetivo del juicio de expertos:** Validar el instrumento que permita la recopilación de información para medir la variable.

**Objetivo del instrumento:** Medir las variables ropa deportiva de futbol y comprobantes de pago.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda:

| CATEGORÍA  | CALIFICACIÓN                | INDICADOR   |
|--|-----------------------------|---|
| <b>SUFICIENCIA</b><br>Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta | 1.No cumple con el criterio | Los ítems no son suficientes para medir la dimensión  |
|  | 2.Bajo nivel                | Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total   |
|  | 3.Moderado nivel            | Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente  |
|  | 4.Alto nivel                | Los ítems son suficientes   |
| <b>CLARIDAD</b><br>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 las mismas |
|  | 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   |
| <b>COHERENCIA</b><br>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que esta midiendo            | 1.No cumple con el criterio | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión   |
|  | 2.Bajo nivel                | El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión  |
|  | 3.Moderado nivel            | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo  |
|  | 4.Alto nivel                | El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo   |
| <b>RELEVANCIA</b><br>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 este.  |
|  | 3.Moderado nivel            | El ítem es relativamente importante   |
|  | 4. Alto nivel               | El ítem es muy relevante y debe ser incluido.   |

Fuente: Escobar-Pérez, J y Cuevo-Martínez, A. Institución Universitaria Iberoamericana, Colombia

APÉNDICE 04

TABLA RESUMEN DE CALIFICACIÓN POR DIMENSIONES/INDICADORES E ITEMS

Título Proyecto de investigación: VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE EN LA CIUDAD DE PUCALLPA, 2017.

Autora: NORA CAJAS RAMÍREZ

| Dimensión | Item | Suficiencia | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones |
|-----------|------|-------------|----------|------------|------------|---------------|
| Camisetas | 1    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 2    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 3    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 4    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Shorts    | 5    | 3           | 2        | 3          | 3          |               |
|           | 6    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 7    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 8    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Medias    | 9    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 10   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 11   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 12   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Zapatos   | 13   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 14   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 15   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 16   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 17   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Facturas  | 18   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 19   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 20   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 21   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 22   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 23   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Boletas   | 24   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 25   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 26   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 27   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 28   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 29   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Recibos   | 30   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 31   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 32   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 33   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 34   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |

Fuente: Escobar-Pérez, J y Cuervo-Martínez, A. Institución Universitaria Iberoamérica, Colombia

Fecha: 20 - 05 - 17

  
Dra. JUDITH DÁVILA TALEPCIO

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor

**CPC. ROBER FULCA MENDOZA**

Presente

ASUNTO: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVES DE JUICIO DE EXPERTO

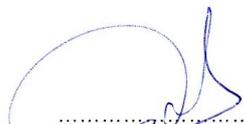
Nos es muy grato comunicarnos con Usted para expresarle nuestro saludo y asimismo hacer de su conocimiento que siendo estudiante del Programa de Tesis Asistida de la Universidad Privada de Pucallpa, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el Título Profesional de Contador Público.

El título nombre de mi proyecto de investigación es **“VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE EN LA CIUDAD DE PUCALLPA, 2017”**, y siendo imprescindible contar con la aprobación de profesionales especialistas para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a Usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación.

El expediente de validación que le hacemos llegar a parte de los formatos en Apéndice 02, 03 y 04 contiene:

1. Carta de Presentación
2. Matriz de Consistencia
3. Cuestionarios 01 y 02

Expresándole nuestro sentimiento de respeto y consideración nos despedimos de Usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

  
.....  
Nora Cajas Ramírez  
DNI N° 42164964

  
UNIVERSIDAD PRIVADA DE PUCALLPA  
Decano  
Facultad de  
Ciencias Contables  
y Administrativas  
Mg. Lilia Ramírez Zumaeta  
Decana (a) de la Facultad de Ciencias Contables  
y Administrativas

## APÉNDICE 01

Pucallpa, 18 de Mayo de 2017

Señora Decana de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Privada de Pucallpa.

Solicito: CARTAS PARA JUICIO DE EXPERTOS

Presente

**NORA CAJAS RAMÍREZ**, egresada de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras, con código de matrícula N°

Ante usted me dirijo y expongo lo siguiente:

Que, teniendo que realizar el juicio de expertos al proyecto titulado VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE EN LA CIUDAD DE PUCALLPA, 2017 y requiriendo para tal fin una carta de presentación institucional; solicito a usted disponer a quien corresponda se me extiendan las cartas respectivas, para lo cual adjunto la lista de Expertos:

| N° | Apellidos y Nombres     | Grado Académico | Especialidad   | Institución   | Teléfono Email: |
|----|-------------------------|-----------------|----------------|---------------|-----------------|
| 01 | DÁVILA TALEPCIO, JUDITH | Doctora         | Docente        | UPP           | 961628432       |
| 02 | RAMÍREZ ZUMAETA, LILA   | Magister        | Administración | UPP           | 961949267       |
| 03 | FULCA MENDOZA, ROBER    | CPC             | Contador       | Independiente | 961685145       |

**Estudiante Autora**

NORA CAJAS RAMÍREZ

DNI N° 42164964

**Asesor del Proyecto**

Dr. LENER OMAR PANDURO RENGIFO

DNI N° 00015939



APÉNDICE 02

HOJA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación sírvase identificar el ítem o pregunta y conste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

| Nº de ítem | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|------------|---|----|---|----|---|----|---------------|
|            | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|            | Si  | No | Si  | No | Si  | No |               |
| 01         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 02         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 03         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 04         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 05         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 06         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 07         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 08         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 09         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 10         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 11         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 12         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 13         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 14         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 15         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 16         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 17         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 18         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 19         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 20         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 21         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 22         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 23         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 24         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 25         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 26         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 27         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 28         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 29         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 30         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 31         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 32         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 33         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 34         | X   |    | X   |    | X   |    |               |

Fuente: Universidad Peruana Cayetano Heredia – Lima

  
 Experto: CPC. ROBER FULCA MENDOZA

### APÉNDICE 03

#### Planillas Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento Cuestionario y Matriz de consistencia que hace parte de la investigación. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente.

Agradecemos su valiosa colaboración.

**Objetivo de la investigación:** Determinar cómo se relaciona la venta de ropa deportiva de futbol con la entrega de comprobantes de pago al cliente en la ciudad de Pucallpa, 2017

**Objetivo del juicio de expertos:** Validar el instrumento que permita la recopilación de información para medir la variable.

**Objetivo del instrumento:** Medir las variables ropa deportiva de futbol y comprobantes de pago.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda:

| CATEGORÍA  | CALIFICACIÓN                | INDICADOR   |
|--|-----------------------------|---|
| <b>SUFICIENCIA</b><br>Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta | 1.No cumple con el criterio | Los ítems no son suficientes para medir la dimensión  |
|  | 2.Bajo nivel                | Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total   |
|  | 3.Moderado nivel            | Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente  |
|  | 4.Alto nivel                | Los ítems son suficientes   |
| <b>CLARIDAD</b><br>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 las mismas |
|  | 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   |
| <b>COHERENCIA</b><br>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que esta midiendo            | 1.No cumple con el criterio | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión   |
|  | 2.Bajo nivel                | El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión  |
|  | 3.Moderado nivel            | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo  |
|  | 4.Alto nivel                | El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo   |
| <b>RELEVANCIA</b><br>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 este.  |
|  | 3.Moderado nivel            | El ítem es relativamente importante   |
|  | 4. Alto nivel               | El ítem es muy relevante y debe ser incluido.   |

Fuente: Escobar-Pérez, J y Cuevo-Martínez, A. Institución Universitaria Iberoamericana, Colombia

APÉNDICE 04

TABLA RESUMEN DE CALIFICACIÓN POR DIMENSIONES/INDICADORES E ITEMS

Título Proyecto de investigación: VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO AL CLIENTE EN LA CIUDAD DE PUCALLPA, 2017.

Autora: NORA CAJAS RAMÍREZ

| Dimensión | Item | Suficiencia | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones |
|-----------|------|-------------|----------|------------|------------|---------------|
| Camisetas | 1    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 2    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 3    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 4    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Shorts    | 5    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 6    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 7    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Medias    | 8    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 9    | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 10   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Zapatos   | 11   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 12   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 13   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 14   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 15   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 16   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 17   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Facturas  | 18   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 19   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 20   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 21   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 22   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 23   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Boletas   | 24   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 25   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 26   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 27   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 28   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 29   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
| Recibos   | 30   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 31   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 32   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 33   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |
|           | 34   | 3           | 3        | 3          | 3          |               |

Fuente: Escobar-Pérez, J y Cuervo-Martínez, A. Institución Universitaria Iberoamérica, Colombia

Fecha: 20 - 05 - 17

  
CPC. ROBER FULCA MENDOZA

**Rober Fulca Mendoza**  
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO  
MAT. 18 - 1085



| Dimensiones                           | Número de elementos | Coefficiente Alfa de Cronbach |
|---------------------------------------|---------------------|-------------------------------|
| D1: Camiseta                          | 04                  | 0.787                         |
| D2: Short                             | 04                  | 0.823                         |
| D3: Medias                            | 04                  | 0.744                         |
| D.4: Zapatos                          | 05                  | 0.714                         |
| Variable 1 : Ropa deportiva de Futbol | 17                  | 0.926                         |
| D1: Factura                           | 06                  | 0.818                         |
| D2:Boleita                            | 06                  | 0.786                         |
| D3:Recibo                             | 05                  | 0.748                         |
| Variable 2: Comprobantes de pagos     | 17                  | 0.915                         |
| <b>Total</b>                          | <b>34</b>           | <b>0.959</b>                  |

**Fuente propia: Información obtenida de la aplicación del programa SPSS. V22.**

**Interpretación:** El coeficiente de Alfa de Cronbach es 0.959, se concluye que el instrumento tiene elevado de confiabilidad para la investigación.

## Instrumentos de aplicación

**CUESTIONARIO N° 01****ROPA DEPORTIVA DE FUTBOL**

Señor cliente

Mi saludo cordial

El presente instrumento de encuesta, tiene por finalidad recoger información relacionada con el trabajo de investigación titulada: **“Venta de ropa deportiva de futbol y entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa, 2017”**, sobre el particular se le solicita su colaboración para que responda con sinceridad el presente instrumento, es confidencial y de carácter anónimo. Se le agradece su colaboración.

Marcar con (X) las siguientes interrogantes que usted estime conveniente

| Dimensión | ITEMS  | Siempre | A veces | Nunca |
|-----------|--|---------|---------|-------|
| Camiseta  | 1. ¿Tiene un buen concepto de lo que es venta de ropa deportiva de futbol?   |         |         |       |
|           | 2. ¿El cliente prefiere camisetas llanas o sea de un solo color?             |         |         |       |
|           | 3. ¿Las camiseta combinadas tienen mayor compra?                             |         |         |       |
|           | 4. ¿El cliente mayormente compra camisetas sintéticas que de algodón?        |         |         |       |
| Short     | 5. ¿El short largo es de mayor preferencia del cliente?                      |         |         |       |
|           | 6. ¿Los shorts cortos compran mayormente los jugadores?                      |         |         |       |
|           | 7. ¿De todas las prendas lo que más se compran son los shorts?               |         |         |       |
|           | 8. ¿El color del short que más prefiere el cliente es negro?                 |         |         |       |
| Medias    | 9. ¿Las medias de algodón es lo que más se compran?                          |         |         |       |
|           | 10. ¿Las medias de nilón es lo que más compran los futbolistas?              |         |         |       |
|           | 11. ¿De todas las prendas deportivas lo que menos se compran son las medias? |         |         |       |
|           | 12. ¿El cliente tiene un color preferido de sus medias?                      |         |         |       |
| Zapatos   | 13. ¿Los zapatos de piel de canguro es lo que más prefieren los clientes?    |         |         |       |
|           | 14. ¿Los zapatos sintéticos garantizan su durabilidad?                       |         |         |       |
|           | 15. ¿Los clientes prefieren zapatos de marcas conocidas?                     |         |         |       |
|           | 16. ¿De todas las prendas lo que menos compran son los zapatos de futbol?    |         |         |       |
|           | 17. ¿Los clientes prefieren zapatos de colores combinados?                   |         |         |       |

## CUESTIONARIO N° 02

### COMPROBANTES DE PAGO

Señor cliente

Mi saludo cordial

El presente instrumento de encuesta, tiene por finalidad recoger información relacionada con el trabajo de investigación titulada: **“Venta de ropa deportiva de futbol y entrega de comprobantes de pago al cliente de las tiendas deportivas de la ciudad de Pucallpa, 2017”**, sobre el particular se le solicita su colaboración para que responda con sinceridad el presente instrumento, es confidencial y de carácter anónimo. Se le agradece su colaboración.

Marcar con (X) las siguientes interrogantes que usted estime conveniente

| Dimensión | ITEMS   | Siempre | A veces | Nunca |
|-----------|---|---------|---------|-------|
| Facturas  | 18.¿Tiene un buen concepto de lo que es comprobantes de pago?   |         |         |       |
|           | 19.¿La emisión de factura es de confiabilidad del cliente?  |         |         |       |
|           | 20.¿La factura emitida es a solicitud del cliente?  |         |         |       |
|           | 21.¿La emisión de facturas es obligación de la tienda?  |         |         |       |
|           | 22.¿Las prendas adquiridas con comprobantes de pago, garantizan su devolución en caso de inconformidad? |         |         |       |
|           | 23.¿La factura emitida reúne las garantías de ley?  |         |         |       |
| Boletas   | 24.¿La tienda emite boletas de manera automática?   |         |         |       |
|           | 25.¿El cliente tiene que solicitar su boleta al comprar una prenda?                                     |         |         |       |
|           | 26.¿La boleta adquirida demuestra legalidad de la prenda?   |         |         |       |
|           | 27.¿La tienda garantiza seguridad de los clientes en la compra de las prendas?                          |         |         |       |
|           | 28.¿Las ropas deportivas están legalmente controladas por la SUNAT?                                     |         |         |       |
|           | 29.¿Las prendas que venden las tiendas lo hacen al por mayor y menor?                                   |         |         |       |
| Recibos   | 30.¿Es necesario que la tienda emita recibo electrónico?  |         |         |       |
|           | 31.¿La tienda aún todavía emite recibos físicos en talonario?   |         |         |       |
|           | 32.¿El recibo emitido es propio de la tienda?   |         |         |       |
|           | 33.¿Es necesario que la tienda emita recibos de cualquier tipo al comprar una prenda?                   |         |         |       |
|           | 34.¿De todos los comprobantes de pago el más usual es la boleta de venta?                               |         |         |       |