



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING**

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LAS MUJERES PARA LA
ELECCIÓN DE LA CARRERA MILITAR DE LA ESCUELA
MILITAR DE CHORRILLOS - 2019**

PRESENTADA POR

**CLAUDIA ISABEL CASTILLO ROSALES
DOLLYBETH ALEJANDRA LA CHIRA CALLE**

ASESOR

FREDY ALVARADO ROSILLO

TESIS

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN MARKETING

LIMA - PERÚ

2021



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING**

TESIS

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LAS MUJERES PARA LA ELECCIÓN
DE LA CARRERA MILITAR DE LA ESCUELA MILITAR DE
CHORRILLOS - 2019**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN MARKETING

PRESENTADO POR:

CASTILLO ROSALES, CLAUDIA ISABEL

LA CHIRA CALLE, DOLLYBETH ALEJANDRA

ASESOR:

MG. FREDY ALVARADO ROSILLO

LIMA - PERÚ

2021

DEDICATORIA

“A nuestros padres, por su amor y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertimos en lo que somos. Es un orgullo y privilegio ser sus hijas”.

AGRADECIMIENTOS

A nuestros padres y hermanos por todo el apoyo brindado durante nuestra carrera profesional.

A nuestros asesores Gloria Rojas y Fredy Alvarado por su apoyo y valiosa orientación durante la elaboración de nuestra investigación.

A las cadetes de la Escuela Militar de Chorrillos por sus aportes brindados durante la encuesta y Focus Group, han sido de mucha importancia para nuestra investigación.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS.....	3
ÍNDICE GENERAL	4
ÍNDICE DE TABLAS.....	6
ÍNDICE DE FIGURA	6
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN.....	10
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	12
1.1. Antecedentes de la investigación	12
1.1.1. Antecedentes nacionales.....	12
1.1.2. Antecedentes internacionales.....	16
1.2. Bases Teóricas	20
1.2.1. Comportamiento del consumidor	20
1.2.2. Modelos de comportamiento del consumidor.....	21
1.2.2.1. Modelo de Marshall.....	21
1.2.2.2. Modelo Pavlov.....	23
1.2.2.3. Modelo social de Veblen	24
1.2.2.4. Modelo Freud	25
1.2.2.5. Modelo Kotler.....	27
1.2.2.5.1. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor	27
1.2.2.5.1.1. Factores Culturales	29
1.2.2.5.1.2. Factores Sociales.....	39
1.2.2.5.1.3. Factores personales.....	43
1.2.2.5.1.4. Factores psicológicos	45
1.2.3. Elección de la carrera profesional.....	48
1.2.4. Carrera Militar	54
1.2.4.1. Clasificación por grados militares.....	55
1.3. Definición de términos básicos.....	56
1.3.1. Elección de carrera	56
1.3.2. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor.....	57
1.3.3. Factores culturales.....	58
1.3.4. Factores sociales.....	58
1.3.5. Factores personales.....	59
1.3.6. Factores psicológicos.....	59
CAPITULO II: HIPOTESIS Y VARIABLES.....	60
2.1. Formulación del problema	60
2.1.1. Problema general:.....	60
2.1.2. Problemas específicos:.....	60
2.2. Objetivos de la investigación	61
2.2.1. Los que reflejan los problemas de la investigación	61
2.2.2. Objetivo específico N°1:.....	61
2.2.3. Objetivo específico N°2:.....	61
2.2.4. Objetivo específico N°3:.....	62
2.2.5. Objetivo Específico N°4:	62
2.2.6. Los que expresan los fines para los cuales se realiza la investigación.....	62

2.3.	Justificación de la investigación	62
2.4.	Importancia de la investigación	63
2.5.	Limitaciones del estudio	64
2.6.	Viabilidad de la investigación	64
2.6.1.	Viabilidad técnica	64
2.6.2.	Viabilidad económica.....	64
2.6.3.	Viabilidad ética.....	65
2.7.	Formulación de hipótesis.....	65
2.8.	Variables.....	66
2.8.1.	Variable Dependiente	66
2.8.2.	Variable Independientes	66
2.9.	Operacionalización de las variables.....	67
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA		72
3.1.	Diseño metodológico	72
3.2.	Diseño muestral	73
3.2.1.	Población.....	73
3.2.2.	Muestra.....	74
3.2.2.1.	Muestra 1.....	74
3.2.2.2.	Muestra 2.....	75
3.2.3.	Técnicas de recolección de datos	77
3.2.3.1.	Técnica cuantitativa: Encuesta	77
3.2.3.1.1.	Procedimiento:.....	77
3.2.3.1.2.	Preguntas encuesta:.....	78
3.2.3.2.	Técnica cualitativa: Focus Group.....	79
3.2.3.2.1.	Procedimiento:	80
3.2.3.2.2.	Guía de grupos focales.....	82
3.2.3.	Procesamiento de la información.....	87
3.3.	Aspectos éticos	88
3.4.	Confiabilidad del Instrumento	88
CAPÍTULO IV: RESULTADOS		91
4.1.	Descripción de resultados	91
4.1.1.	Influencia de los factores culturales en la elección de carrera	91
4.1.2.	Influencia de los factores sociales en la elección de carrera.....	95
4.1.3.	Influencia de los factores psicológicos en la elección de carrera.....	99
4.1.3.	Influencia de los factores personales en la elección de carrera	103
4.2.	Resultados de Focus Group	108
4.2.1.	Proceso de análisis interpretativo en la investigación	108
4.2.2.	Hallazgos Generales.....	109
4.2.3.	Dinámica de los grupos participantes	110
4.2.4.	Conclusiones	113
4.3.	Contrastación de hipótesis	118
4.3.1.	Hipótesis General.....	118
4.3.2.	Hipótesis Específicas	120
4.3.2.1.	Primera Hipótesis	120
4.3.2.2.	Segunda hipótesis	122
4.3.2.3.	Tercera hipótesis.....	123
4.3.2.4.	Cuarta hipótesis	124
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....		126

5.1. Hipótesis General: Los factores que influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019 son Culturales, Sociales, Psicológicos y Personales.....	126
5.2. Hipótesis específicas.....	127
5.2.1. Los factores culturales (La cultura, la subcultura y las clases sociales) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.	127
5.2.2. Los factores sociales (Los grupos de referencia, la familia y roles y estatus) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.	128
5.2.3. Los factores psicológicos (motivación, percepción, aprendizaje y actitud) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.	129
5.2.4. Los factores personales (la edad y la etapa de ciclo de vida, estilo de vida, personalidad y concepto de sí mismo) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.....	129
CONCLUSIONES	131
RECOMENDACIONES.....	133
BIBLIOGRAFÍA.....	135
ANEXOS.....	143
CUESTIONARIO	144
CONSENTIMIENTO INFORMADO	147
MATRIZ DE CONSISTENCIA	148

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación por grados del Ejército del Perú.....	55
Tabla 2: Operacionalización de la variable 1	67
Tabla 3: Operacionalización de la variable 2	68
Tabla 4: Operacionalización de Variable 3.....	69
Tabla 5: Operacionalización de Variable 4.....	70
Tabla 6 : Operacionalización de Variable 5.....	71
Tabla 7: Preguntas encuestas Factores que influyen en la elección de la carrera militar	78
Tabla 8: Criterios de confiabilidad.....	89
Tabla 9: Alfa Cronbach, cuestionario 34 ítems	89
Tabla 10: Resumen modelo Regresión múltiple.....	118
Tabla 11:Correlación entre Factores Culturales y elección de la carrera	121
Tabla 12:Correlación entre Factores Sociales y elección de la carrera	122
Tabla 13: Correlación entre Factores Psicológicas y elección de la carrera.....	123
Tabla 14:Correlación entre Factores Personales y elección de la carrera.....	124

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1: Teoría de Sigmund Freud	27
Figura 2: Factores que influyen en el comportamiento del consumidor.....	28

Figura 3:Factores culturales según Osipow	34
Figura 4:Factores Culturales según Seumed.....	38
Figura 5:Pirámide de la Jerarquía de necesidades de Maslow	46
Figura 6: Proceso de la percepción	47
Figura 7: Influencia de machismo en la elección de la carrera militar	92
Figura 8:Influencia de la opinión de la sociedad en la elección de la carrera militar	92
Figura 9:Influencia de las creencias en la elección de la carrera militar	93
Figura 10:Costo de carrera en relación a ingresos.....	94
Figura 11:Influencia de las creencias en la elección de la carrera militar	94
Figura 12:Influencia de la clase social en la elección de la carrera.	95
Figura 13:Influencia de la opinión de la familia en la elección de la carrera.....	96
Figura 14:Influencia de la tradición familiar en la elección de la carrera.....	96
Figura 15:Influencia de los grupos de referencia en la elección de la carrera.	97
Figura 16: Influencia de referencias familiares y amicales en la elección de la carrera militar	98
Figura 17: Influencia de status y prestigio que otorga la carrera militar en la elección de la carrera militar	98
Figura 18: Influencia de beneficios que otorga la carrera militar.....	99
Figura 19: Influencia del reconocimiento por parte de la familia en la elección de la carrera militar	100
Figura 20: Influencia de los medios de comunicación influye en la elección de carrera militar	100
Figura 21:Influencia de la percepción de la carrera en la elección de carrera militar	101
Figura 22: Influencia de emociones y sentimientos en la elección de carrera militar.	102
Figura 23: Influencia de conocimiento previo de la carrera en la elección de carrera militar.	102
Figura 24:Influencia de conocimiento profesional en la elección de carrera militar.103	103
Figura 25: Influencia de la edad en la elección de la carrera militar	104
Figura 26: Influencia de la formación previa en la elección de la carrera militar....	104
Figura 27: Influencia del estilo de vida en la elección de la carrera militar	105
Figura 28:Influencia de la falta de oportunidades laborales en la elección de la carrera militar	106
Figura 29: Influencia de la falta de medios para estudiar otra carrera en la elección de la carrera militar	106
Figura 30: Influencia de autonomía que otorga la carrera militar en la elección de la carrera militar.	107
Figura 31:Nube de palabras del Focus Group piloto.....	110
Figura 32: Nube de palabras del Focus primer grupo.....	111
Figura 33:Nube de palabras del Focus segundo grupo.....	112
Figura 34: Nube de palabras del tercer grupo	113
Figura 35:Diagrama de dispersión entre los factores Culturales y la elección de la carrera.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 36:Diagrama de dispersión entre los factores sociales y la elección de la carrera.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 37: Diagrama de dispersión entre los factores personales y la elección de la carrera.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 38:Diagrama de dispersión entre los factores psicológicos y la elección de la carrera.....	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar cuales son los factores que influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019. La metodología que se aplicó en la investigación fue de enfoque mixto, con un alcance descriptivo correlacional con un diseño no experimental y de corte transversal.

Se realizó una investigación cualitativa mediante 4 Focus Group; y una investigación cuantitativa a través de la aplicación de encuestas a una muestra de 72 cadetes pertenecientes a la Escuela Militar de Chorrillos.

Los resultados obtenidos mediante los análisis estadísticos comprueban las hipótesis presentadas en la investigación, obteniendo una relación directa y significativa entre las variables y dimensiones propuestas.

Se pudo concluir que los factores más relevantes en la elección de la carrera militar para una mujer son los Factores Sociales, Psicológicos y Personales.

Palabras Clave: Comportamiento del consumidor, elección de carrera, factores determinantes, Carrera Militar.

ABSTRACT

The main objective of this research is to analyze the influence of the determining factors in women for the choice of a military career at the Chorrillos Military School in the period 2014-2019. The methodology applied in the research was a mixed approach, with a descriptive scope correlated with a non-experimental and cross-sectional design.

A qualitative research was carried out through 4 Focus Group; and a quantitative research through the application of surveys to a sample of 72 cadets belonging to the Chorrillos Military School.

The results obtained through statistical analysis, verify the hypotheses presented in the research, obtaining a direct and significant relationship between the variables and dimensions proposed.

It was possible to conclude that the most relevant factors in the choice of a military career for a woman are the Social, Psychological and Personal Factors.

Keywords: Consumer behavior, career choice, determining factors, Military Career.

INTRODUCCIÓN

Según el Director de la Escuela Militar en las últimas décadas, se viene observando que la Carrera Militar no es elegida como primera opción por las jóvenes entre 16 a 21 años de edad esto se debe según Celestino, M. (2008) a que la demanda estudiantil femenina se concentra en las áreas vinculadas con las Ciencias sociales y Administrativas (Derecho, Contabilidad y Administración), seguidas de las Ciencias de la Salud por lo cual es importante enfocar atención en el proceso de selección de carrera ya que de esta manera se puede determinar qué factores influyen en una mujer para elegir la Carrera Militar. Teniendo en consideración que, en el pasado, las mujeres no tenían derecho de participar en actividades políticas ni militares. Sin embargo, con el tiempo eso cambió y actualmente en algunos países las mujeres se reclutan en el Ejército al igual que los hombres y realizan un entrenamiento completo para ser militares profesionales.

En el Perú el 13 de junio de 1996 se promulgó la Ley 26628, que amplió el acceso de las mujeres a las Escuelas de Oficiales y Suboficiales de las Fuerzas Armadas, lo cual viene impulsando a muchas mujeres a incorporarse al Ejército del Perú desde hace 22 años, según la Red de Seguridad y Defensa de América Latina (Resdal) las mujeres componen cerca del 4% de la fuerza militar en América Latina y el 7.5% del Ejército del Perú.

Actualmente el Ejército del Perú, no le da la importancia debida al conocer los factores que influyen en una mujer en el proceso de elección de carrera para poder determinar porqué terminó eligiendo esta carrera como carrera profesional antes que cualquier otra.

Asimismo, es importante mencionar que anteriormente no se ha realizado un estudio de elección de carrera orientado a las fuerzas armadas evidenciando así que no se ha tenido un interés real por conocer los razones o influencia que se presentan por parte de su público

objetivo para así poder vender u ofrecer de manera adecuada la Carrera Militar brindando un valor agregado y disminuyendo así el nivel de deserción generando así relaciones de largo plazo.

Finalmente, teniendo en cuenta todo lo mencionado anteriormente, la presente investigación tuvo como objetivo principal conocer cuáles fueron los factores determinantes que influyeron en las mujeres para la elección de la Carrera Militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

Capítulo 1: Comprende el marco teórico de la investigación, que incluye estudios relacionados al comportamiento del consumidor y la elección de carreras tanto en el Perú como en el mundo. También como las bases teóricas que le dieron más refuerzo a nuestra investigación.

Capítulo 2: Se plantea el problema de investigación, los objetivos, la justificación del estudio, limitaciones, viabilidad de la investigación además de la formulación de hipótesis y la operacionalización de las variables.

Capítulo 3: El diseño de la investigación (con las metodologías) y la herramienta estadística Regresión Lineal para estudiar mejor los resultados.

Capítulo 4: Se presentan los resultados obtenidos en el trabajo de campo de la investigación.

Capítulo 5: Se presenta el análisis de la investigación cualitativa y cuantitativa en base a los objetivos e hipótesis planteadas.

Se pudo concluir que los factores más relevantes en la elección de la Carrera Militar para una mujer son los Factores Sociales, Psicológicos y Personales.

Finalmente, se presentan las referencias bibliográficas utilizadas en la investigación y los anexos.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1. Antecedentes nacionales

En Lima, Alonzo, A. y Gonzáles, M. (2015) realizaron una investigación sobre los factores que motivan a la elección de la carrera profesional de educación en los estudiantes de ciencias sociales de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzman y Valle, cuyo objetivo principal fue saber cuáles eran los factores que motivaban a los alumnos de ciencias sociales en dicha universidad para elegir la carrera de educación. Se utilizó un diseño descriptivo y una muestra de 92 estudiantes, a quienes se les aplicó un cuestionario para medir la elección de la carrera elegida, luego de un análisis en donde se usó la prueba de Chi cuadrado se pudo llegar a determinar que de todos los factores que uno tiene al momento de elegir la carrera, solo dos de ellos influyen y son: los económicos ($p < 0,05$ y $X^2 = 4,887$) e interpersonales ($p < 0,05$ y $X^2 = 9,630$).

En el Callao, Jauregui, C. (2019) realizó una investigación sobre los factores que determinan la elección de una carrera profesional. Tuvo como muestra a los estudiantes del primer ciclo, semestre académico 2017 I y semestre académico 2017 II de la Facultad de Ciencias de la UNAC. Se utilizó un diseño descriptivo, con una muestra de 99 estudiantes, a quienes se les aplicó un cuestionario para medir la elección de la carrera elegida. Los resultados indican que existen factores que influyen en la elección de la carrera profesional son: padres sin título profesional

(79% de los encuestados), orientación vocacional en el colegio (51%) y desconocimiento del plan de estudios de la carrera profesional de economía (78%).

En Lima, Quispe, M. (2014), hizo una investigación de tipo descriptivo-correlacional sobre los motivos ocupacionales y auto concepto en la elección de carreras. Se basó en conocer la relación entre los motivos ocupacionales y el auto concepto en la elección de su carrera. Esto se aplicó a 87 alumnos de quinto de secundaria de un colegio con un nivel socioeconómico medio, para ser exactos fueron 47 hombres y 40 mujeres. Se aplicó dos tipos de métodos que son el modelo de Shavelson y el cuestionario de auto descripción de II de Marsh. El resultado dio a conocer que existe una relación directa entre los motivos de autonomía y realización y el autoconcepto académico general; y una asociación negativa entre los motivos de relación con la familia y el autoconcepto de relación con los padres. También, se halló que los motivos de orientación prosocial y los autoconceptos de honestidad y verbal fueron más altos en las mujeres, mientras que los autoconceptos de matemáticas y estabilidad emocional eran más altos en los hombres. Finalmente, se encontró que los motivos de éxito y reconocimiento fueron más altos en estudiantes que elegían carreras de letras y ciencias y que los estudiantes que escogieron carreras de ciencias poseían más alto autoconcepto en académico general y en matemáticas.

En Ica, Campos, R. y Aquije, G. (2017), en su investigación método de investigación correlacional de diseño hipotético-descriptivo sobre el interés motivacional y elección profesional de los ingresantes a la Universidad Autónoma de Ica 2017-1, tuvo como finalidad saber cuál era la relación entre el interés motivacional y la elección de la carrera. Se tuvo como muestra a 202 alumnos de estudios generales

para aplicar una muestra probabilística y 82 estudiantes para la muestra no probabilística. El test que se implementó fue el de Inventarios de Intereses Vocacionales de Angelini como primer instrumento, así como también se basaron en las fichas de matrículas de dichos alumnos. El resultado que arrojó la investigación fue que efectivamente existe relación directa y significativa entre el interés vocacional con la elección de una carrera profesional, ya que el 51% de los ingresantes responden a su interés vocacional significativo.

En Lima, Angulo, J. (2008), realizó una investigación de tipo básico de corte transeccional, diseño no experimental sobre la relación de la motivación, satisfacción con la profesión elegida y con el rendimiento de los estudiantes de la Facultad de educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Tuvo como objetivo saber cómo influye la motivación y satisfacción cuando eliges una carrera con el rendimiento que se tiene durante esta. La muestra se realizó con 240 alumnos de la facultad de medicina y se aplicó como instrumento el cuestionario de motivación para estudiar Psicología llamado MOPI y este fue hecho por Gómez. El resultado que arrojó la investigación con un 95% de seguridad que los factores motivacionales íntros- extrínsecos se relacionan con el rendimiento académico. Asimismo, se pudo determinar que la motivación intrínseca no está relacionada con el rendimiento académico y por último la motivación extrínseca si está relacionada de manera muy directa con el rendimiento académico que tienen los alumnos.

En Trujillo, Ríos, J. (2015), hizo una investigación descriptiva transversal sobre los factores motivacionales que influyen en los jóvenes para la elección de la carrera de Estomatología. Esta fue desarrollada en la Universidad Privada Antenor Orrego, tuvo

como principal objetivo saber cuáles son los factores motivacionales que influyen en los estudiantes para elegir la carrera de Estomatología. Se tuvo una muestra de 197 alumnos que cursaban el primero y segundo año de la carrera en dicha universidad y que decidieron ser parte de la investigación. El estudio reveló que con un 97%, el motivo sociocultural más influyente fue que ellos saben que estudiar esa carrera le ayudará a brindar apoyo a la sociedad y esto tuvo mayor tendencia en el género femenino. En resumen, se supo que los estudiantes de la carrera de Estomatología decidieron elegirla porque tienen vocación de servicio a la sociedad y por las metas que desean cumplir.

En Lima, Quispe, R. (2013), en su investigación de tipo descriptiva sobre las motivaciones en la elección de estudios de maestría en la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, tuvo como objetivo principal saber cuáles son los motivos por el cual los alumnos de medicina de UNMSM deciden estudiar una maestría. Se utilizó un diseño descriptivo y se aplicó el instrumento EPS (Escala de participación en educación) para saber cuáles son los factores que derivan a los estudiantes a elegir una maestría en medicina. El alfa de cronbach de los factores de motivación más elevado fue para el factor “Servicio comunitario” con un valor de 0,92, siendo el valor más bajo de 0,76 para el factor “Desarrollo profesional”. Al considerar todas las maestrías, el factor motivacional de servicio comunitario obtuvo un valor de factor de 1,0; le sigue en segundo la curiosidad relacionada a la competencia y en tercer lugar el desarrollo profesional. El factor “Escapar de la rutina” obtuvo un valor 3,92. En conclusión los factores motivacionales que más influyen al momento de la elección de los estudios de

posgrado fueron “Servicio comunitario” y “Curiosidad relacionada a la competencia”.

En Lima, Lozano, E. (2017), hizo una investigación descriptiva sobre los factores determinantes en la elección de estudiar la carrera de Gestión de Recursos Humanos de la Universidad San Martín de Porres. Tuvo como objetivo principal saber cuáles son los factores determinantes cuando eligen estudiar Recursos Humanos, esto fue aplicado a los alumnos del semestre 2017-I, esto ayudaría mucho para poder implementar estrategias de marketing que generen más ingresos de alumnos a la carrera ya que actualmente es un número muy bajo. El instrumento que se aplicó fue el de encuestas y éstas se realizaron a los alumnos de del primer ciclo hasta décimo ciclo de la carrera de Gestión de Recursos Humanos. Tuvo como resultado que los factores determinantes son la infraestructura, la malla curricular y la bolsa de trabajo. Por otro lado, los factores menos influyentes fueron el costo de la mensualidad y la ubicación geográfica de la universidad. Se recomendó implementar estrategias que impulsen los beneficios que tiene estudiar la carrera en la Universidad San Martín de Porres, así como que se mantengan las pensiones de los alumnos y por último que en las estrategias de marketing se tenga un plan para captar estudiantes que vivan cerca a Santa Anita que es donde está ubicada la universidad.

1.1.2. Antecedentes internacionales

En Chile, Orozco, A. (2009), investigó sobre las variables que inciden en la elección de carrera y casa de estudios, en la perspectiva del género. Este estudio de carácter descriptivo exploratorio se realizó a estudiantes que cursan el cuarto y quinto de secundaria tuvo como objetivo principal saber cuáles son las variables que influyen

en la elección de la carrera. Los resultados arrojaron que la variable más alta es la influencia de los padres al tomar una decisión, luego están las recomendaciones de los amigos. Lo más impactante de la investigación fue saber que los alumnos reconocían que una vez que ingresaron no sabían si habían hecho lo correcto en seguir las influencias y cuál de las dos opiniones fue la que más peso al momento de la elección de su carrera.

En México, Rosales, V. (2012), en su investigación descriptiva sobre los factores que influyen para la elección de carrera en los estudiantes de preparatoria. Tuvo como principal objetivo identificar factores que influyen en la elección vocacional del adolescente de nivel superior. El instrumento que se aplicó fue una encuesta y la muestra fue de 28 alumnos de una preparatoria en la Ciudad de México. El resultado fue que los factores personales son tuvieron mayor influencia al momento de tomar una decisión sobre la carrera a estudiar y los que tienen menor influencia son los factores contextuales.

En México, Covarrubias, L. (2013), realizó una investigación de carácter descriptivo sobre la elección de carrera: aspectos que influyen en los jóvenes. Su principal objetivo fue identificar si los aspectos familiares, económicos y actitudinales influyeron para que un joven pueda elegir la carrera de Psicología. Tuvo como muestra a 7 personas, la metodología utilizada fue la cualitativa y los instrumentos fueron entrevistas semiestructuradas. El resultado que arrojó fue que el aspecto familiar tuvo la mayor influencia en los estudiantes mientras que el ámbito económico y actitudinal no tuvieron relevancia.

En Colombia, Pineda, L. (2015), en su investigación de tipo descriptivo explicativo sobre los factores que afectan la elección de carrera: Caso Bogotá, se basó en que el mayor problema con el capital humano son las malas elecciones de las carreras. El objetivo principal fue encontrar factores individuales, socioeconómicos, académicos y sobre todo salariales que influyeron en la elección de una carrera universitaria en alumnos que hicieron una prueba entre el 2009 y 2013 que se encontraban matriculados en una academia en Bogotá. El instrumento a aplicar es un Modelo Logit Multinomial. los resultados determinan que si la madre tiene educación superior, es más probable que el estudiante elija una carrera de Ciencias Económicas y Administrativas. Por otro lado, si los exámenes de Lenguaje y/o Filosofía aumentan en un punto, el estudiante probablemente estudiará un programa de Ciencias Sociales Humanas y Derecho. Y por último, si el aumento del punto se produce en la calificación los exámenes de Química y/o Física, es más probable que el estudiante elija la Ingeniería.

En Chile, Gonzáles, R. (2011), en su tesis transversal de tipo descriptivo sobre los motivos para ingresar a las carreras de pedagogía de los estudiantes del primer año de la Universidad de Concepción, tuvo como objetivo principal conocer los motivos de los estudiantes del primer año de la Universidad de Concepción para poder postular a las carreras de pedagogía. Se tuvo como muestra 279 estudiantes de 11 carreras de pedagogía de la Facultad de Educación, se utilizó el cuestionario “Motivación hacia estudios de magisterio”. Se tuvo como resultado que la gran mayoría de estudiantes respondieron positivamente diciendo que eligieron la carrera por que les gustó, porque le gustaría enseñar a los demás, la mayoría de motivos son intrínsecos esto es beneficioso ya que esto indica que las personas tienen mejores

probabilidades de enfrentar la profesión de docente a pesar de las dificultades que genera tener esa carrera.

En Argentina, Pidello, M. y Rossi, B. (2013), en su investigación sobre las voces de los docentes: motivos de elección de la carrera docente, valores subyacentes, desarrollada en la Universidad Nacional de Rosario en Argentina, se realizó desde una perspectiva cualitativa, inductiva en el sentido de una teoría fundamentada (Glaser y Strauss, 1967) y tuvo como principal objetivo analizar las motivaciones que condujeron y llevaron a sostener el desempeño de la tarea docente. La encuesta fue realizada a 150 docentes del nivel primaria y secundaria en actividad, tuvo como criterio dos elementos fundamentales que fueron su dedicación a la docencia como su única ocupación laboral por más de cinco años y su compromiso hacia ella. Esta muestra será fundamental para poder establecer el grado de influencia que tiene actualmente la carrera y en qué manera los antecedentes escolares afectan su elección profesional.

En Colombia, Mercado, M. y Mamani, E. (2017), en su investigación descriptiva cuantitativa sobre la familia y la elección de carrera profesional en estudiantes de primer a quinto año de la carrera de turismo de la Universidad Mayor de San Andrés, tuvo como objetivo principal averiguar la influencia que tiene la familia en la elección de la carrera profesional de los alumnos. Tuvo una muestra de 260 estudiantes inscritos en la carrera de Turismo los cuales fueron elegidos al azar, se les aplicó un cuestionario de preguntas cerradas. El resultado fue que el 81,4% de los encuestados, dijeron que habían sido influenciados por la carrera del papá, la presión

de elegir una carrera que brinde futuro, el reconocimiento profesional y social, una carrera que no cueste mucho y sobre todo una carrera fácil.

En México, Rodríguez, A., Baas, M. y Cachón, C. (2017), en su investigación sobre los factores que influyen en los alumnos para la elección de carrera de escuelas normales públicas, se siguió un diseño cuantitativo, transeccional, descriptivo.

tuvo como principal objetivo conocer los factores que influyen al momento de elegir una carrera. Se tuvo como muestra a 240 alumnos y se aplicó como instrumento un cuestionario en línea. El resultado fue que los factores que más influyen en su decisión al momento de elegir la carrera normalista son los factores personales, es decir, tomaron en cuenta sus aptitudes, habilidades, capacidades y expectativas, basando su elección en sus gustos e intereses intrínsecos.

1.2. Bases Teóricas

En la presente investigación desde la perspectiva del marketing se consideró como consumidor al individuo que está apunto de elegir una carrera profesional y como producto se consideró la carrera profesional, es por ello que fue fundamental iniciar esta recopilación de información con datos relacionados al comportamiento del consumidor y los distintos factores que lo influncian.

1.2.1. Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor se define como:

“El comportamiento que los consumidores tienen al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades” (Schiffman, L. & Kanuk, L., 2010).

Cuando hablamos de consumidores nos podemos referir tanto a un niño de cinco años que le pide a su padre que le compre un chupetín como a un gerente que decide el equipamiento de su empresa.

Para Lamb el comportamiento del consumidor, “son los procesos que un consumidor utiliza para tomar decisiones de compra, así como para usar y disponer de los bienes o servicios adquiridos; también incluye factores que influyen en las decisiones de compra y uso del producto” (Lamb, Hair, MC Daniel, 2006).

Kotler, P.(2001) indica lo siguiente: “Después de la compra, el consumidor experimentará cierto grado de satisfacción o insatisfacción. También se involucrará en acciones posteriores a la compra y uso del producto” P.29.

Kotler, P. & Keller, K. (2012), hace mención que así tenga satisfacción o insatisfacción después de la compra el consumidor se mantendrá alerta de la información que apoye su decisión, por lo que es importante que durante esta etapa las comunicaciones de marketing le proporcionen creencias y evaluaciones que refuercen su elección y le ayuden a sentirse bien con el producto y la marca.

1.2.2. Modelos de comportamiento del consumidor

1.2.2.1. Modelo de Marshall

Según Cevallos, A. Baquero, C. Lema, L. & Vera, N. (2018) este modelo gira entorno a la oferta y la demanda: Si sube la oferta de un producto más rápido que la demanda el precio bajará, por el contrario, si sube la demanda de un producto, su precio tiende a subir. Marshall uso el concepto de “la vara de medir el dinero” esto hacer referencia al grado de intensidad con que los consumidores controlan sus deseos psicológicos.

Según Marshall el comportamiento del consumidor al momento de elegir comprar algo es el resultado de hacer cálculos económicos, racionales y conscientes. El consumidor gasta dinero en productos que tienen utilidad para él.

Asimismo, Arévalo, L. Garizabal, A. & Campo, C. (2001) refuerza esta definición ya que sostienen que esta teoría sustenta que la decisión de compra es el resultado de cálculos económicos, racionales y conscientes. El comprador gasta dinero en productos que le proporcionen utilidad de acuerdo con sus gustos.

Senise, O. (2008) indica que este modelo no tiene en cuenta la estructura del proceso de toma de decisiones y se apoya en tres consideraciones:

- 1) Los recursos que dispone cualquier agente económico son limitados.
- 2) Las necesidades son ilimitadas.
- 3) En el mercado existen numerosas ofertas capaces de satisfacer sus necesidades y deseos.

Finalmente, existen 4 factores económicos en el modelo del comportamiento del consumidor:

- Cuando menos cuesta un producto, más se vende.
- Mientras más alto sea el precio, menor es la venta.

- Cuanto más alto sea el ingreso real, el producto o servicio se seguirá vendiendo.
- Mientras más alto sean las promociones, las ventas serán mayores.

1.2.2.2. Modelo Pavlov

Caballero, J. & Del Castillo, I. (2018) indica que esta teoría nace de los experimentos de Pavlov y se basa en la idea de que gran parte del comportamiento del consumidor depende de experiencias pasadas y de que con la repetición de estímulos se refuerza el aprendizaje.

Asimismo, León, G. (2017) indica que este modelo dentro del contexto del marketing sostiene que la decisión compra es la respuesta a los estímulos; por lo que el anunciante debe explotar las palabras, colores, imágenes que representen un estímulo para que el consumidor y así este responda positivamente en la compra de un producto o servicio.

Por otro lado, Cevallos, A. Baquero, C. Lema, L. & Vera, N. (2018) reconoce que este modelo no pretende presentar una teoría completa sobre el comportamiento del consumidor, más bien explica varios aspectos importantes del comportamiento del consumidor, además asegura que este modelo ofrece guías para el campo de la publicidad, que se basan en la repetición de anuncios que producen efectos deseables y sirve de refuerzo para la compra.

1.2.2.3. Modelo social de Veblen

Veblen, T. (1963) sostiene que hay ciertos consumos que son símbolos de admiración social, estos no están relacionados a la satisfacción de necesidades básicas, sino con el simbolismo en términos de admiración social que otorga la posesión de ciertos objetos.

También menciona que el consumidor es influenciado por su entorno, dependiendo de sus intereses y basándose en su personalidad realiza compras que pueden ser resultado de influencias de las clases sociales y de los deseos por pertenecer a cierto grupo de su interés; es por ello que muchas veces la compra se ve afectada por el prestigio del producto y/o servicio, ya que el consumidor desea obtener el producto con mayor prestigio en la sociedad a la que pertenece; y por último, los factores de familia, la cultura y los grupos de referencia, pueden influir considerablemente en dicho comportamiento.

Martinez, O. Ruiz, J. Lozano, C. & Verán, R. (2015) indica que el modelo de Veblen considera al hombre como un animal social adaptado a las normas de su cultura, hace énfasis en que las actividades del hombre están directamente relacionadas con su conducta, influidas por distintos niveles que existen en la sociedad:

- a) Cultura: Definida como el complejo de símbolos y artificios, que pasan de una generación a otra como reguladores del comportamiento.
- b) Subcultura: Es cuando la cultura se desarrolla, y tiende a hacerse más heterogénea. Influyen los diferentes tipos de religiones, diversas formas de pensamiento en el mismo sistema, etc.

- c) Clases Sociales: Determinante sociocultural de las percepciones y el comportamiento del individuo.
- d) Grupos de Referencia: Son todos esos grupos al cual desea pertenecer el individuo, pues se identifica con ellos.
- e) Grupos de Convivencia: Son todos los grupos donde se desenvuelven las personas.
- f) La familia: Núcleo con un gran impacto y duradero en la formación de las actitudes hacia la religión, la política, el ahorro, la castidad y las relaciones humanas, etc.

1.2.2.4. Modelo Freud

La universidad ESAN (2015) en su artículo “¿Cómo influye la personalidad en el comportamiento del consumidor?” reconoce que Freud popularizó dos conceptos sobre la personalidad: mente consciente y mente inconsciente. El primer concepto hace referencia a lo que podemos percibir en un momento determinado, como nuestros recuerdos, pensamientos y fantasías; y el segundo se encuentra todo aquello de lo que no somos conscientes, como los traumas, instintos, impulsos, etc. Según Freud, en este inconsciente se originan las principales motivaciones, ya sea de adquirir algo, iniciar una relación, conocer un lugar nuevo, etc.

En conclusión, este modelo, fundamenta que el consumidor actúa con base a dichos impulsos inconscientes, los cuales además moldean rasgos importantes en la personalidad.

Freud afirmaba que las fuerzas psicológicas que forman la conducta humana pertenecen en gran parte al inconsciente es por lo que una persona no puede comprender del todo sus propias motivaciones.

Rodriguez, S. (2015) coincide en que en el modelo de Freud se afirma que las fuerzas psicológicas que conforman la conducta humana pertenecen en su mayoría al inconsciente por lo que una persona no es capaz de comprender sus propias motivaciones, esta teoría también afirma que cuando un consumidor examine un producto para la compra, su decisión no solo será el resultado de las características específicas de este producto, sino que además Influenciarán en él factores de los que no es consciente. Finalmente, para Freud la meta principal de todo individuo es la obtención del placer a través de la reducción de la tensión que producen las necesidades corporales; a este tipo de motivación se le conoce con el nombre de psico-dinámica.

Sahui, J. (2008) nos dice que la teoría de Freud considera que la persona reprime muchos impulsos durante su desarrollo, y que estos impulsos nunca son eliminados por completo, ni tampoco se les puede controlar. Asimismo, plantea el siguiente ejemplo para poder comprender mejor esta teoría:

“Si una persona quiere comprar una cámara fotográfica costosa, quizás piense que su motivo consiste en desear un pasatiempo o una profesión. A un nivel más profundo, tal vez quiera comprar la cámara para impresionar a otras personas con su talento creativo. A un nivel aún más profundo, tal vez está comprando la cámara para sentirse joven e independiente otra vez”.

Figura 1: Teoría de Sigmund Freud



Fuente: Angie Torres (2015).

1.2.2.5. Modelo Kotler

Según Kotler (2001) para entender el comportamiento del consumidor es necesario comprender las influencias que pueden afectar al consumidor, Kotler indica que la elección de compra de una persona está influenciada por los factores culturales, sociales, personales y psicológicos.

1.2.2.5.1. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor

En la actualidad, hay cambios de manera acelerada debido a la globalización, por lo que los mercados y la sociedad se encuentran expuestos a estos constantes cambios, donde el comportamiento es uno de los principales en presentar modificaciones. Es por ello que ahora la práctica de estudios del mercado y comportamiento de compra ha cobrado mayor importancia.

Básicamente, lo que se busca conocer es el porqué de la decisión y acción de compra por parte del consumidor, en anteriores investigaciones se ha dado a conocer que existen factores influyentes en el comportamiento de las personas. Estos factores están agrupados en los aspectos que rodean la vida de una persona. Estos factores están divididos en:

Figura 2: Factores que influyen en el comportamiento del consumidor



Fuente: Figura elaborada por cuenta propia bajo los factores que influyen en el comportamiento del consumidor según Kotler.

1.2.2.5.1.1. Factores Culturales

Según la RAE “el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época de un grupo social. Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico”. En la cultura también se encuentran los valores con los que una persona crece y la induce luego a tomar decisiones.

Según Greo (2019) los factores culturales son los pensamientos, tradiciones, símbolos, normas y creencias que se va formando en la sociedad. Cada país tiene distintas culturas que puede hacer que el ser humano pueda tener distintos enfoques depende al lugar dónde se encuentre.

Estos factores son muy importantes ya que la cultura es algo que puede afectar la popularidad, actitudes y alcances que puede tener una persona. También puede afectar las consecuencias del objetivo principal que tiene el estudiante ya que esto puede cambiar sus decisiones acerca de la carrera que han elegido estudiar.

Según Osipow (2019) Los factores culturales para la elección de una carrera profesional, se dividen en 5:

- Los agentes de enculturación del adolescente
- El prestigio social y los estereotipos
- La diferencia de géneros
- La familia como agente de socialización
- Relación escuela y trabajo

1. Los agentes de enculturación del adolescente

Se basa en que el adolescente necesita varios tipos de mecanismos para que pueda integrarse a la sociedad, es decir puede ir formando su estatus social para cuando llegue a ser adulto. Esto se desarrollará con la familia, amigos y contexto social en el que vive el adolescente.

En la etapa de la adolescencia, el estudiante se deja influenciar por su entorno social es decir la familia, escuela, grupo de amigos, clase social, etc. Ya que ellos son los primeros que le transmiten conocimientos y eso ayudará a que ellos puedan poder a tener su propia identidad. Esto se genera mayormente dentro de la escuela y en la familia ya que van viendo como es el desarrollo profesional. Por otro lado, la sociedad le va a transmitir conocimientos culturales como el poder, prestigio y placer, esto jugará un rol importante ya que el estudiante podrá ver el otro lado del mundo, entrará en confusión con respecto a la carrera profesional que escoger ya que se enfrentará a la realidad laboral en su actualidad.

2. El prestigio social y los estereotipos

El lugar de donde proviene el estudiante es un factor determinante cuando se trata de escoger su carrera profesional. Se puede decir que muchas veces en este aspecto se tiene mayores expectativas con una carrera sobre otra, la cuál puede o no agradar al estudiante por la posición social que tiene. Las carreras con mejores posiciones son, por ejemplo: la medicina, derecho,

ingeniería, etc. comparado con carreras basadas más en el lado humanístico como la filosofía, geología, etc.

Sin embargo, este tipo de enfoque se basa en que lo más importante o lo que el estudiante toma en cuenta es que mientras más dinero te de la carrera, tendrá más y por lo tanto podrá disfrutar de más títulos académicos y tener una mejor clase social.

Esto es debido a que la sociedad ha generado prejuicios y ha dado mucho valor material a las cosas, lo cuál hace que el estudiante siempre busque tener más y muchas veces se salga de la realidad.

En el prestigio social y los estereotipos también debemos hacer mención a los medios de comunicación ya que ellos muestran ejemplos de personas que lograron ser exitosas por sus hazañas, trabajo o alguna otra razón que no tiene nada que ver con los estudios. Esto genera un gran debate a las personas que están en el proceso de elección de una carrera profesional ya que por una parte la familia exige el estudio de una carrera, buenas calificaciones y títulos, pero por la otra la sociedad le ofrece otra parte donde puedes acceder por tu estatus social y esto genera grandes ingresos económicos, lo cual los vuelve independientes.

3. La diferencia de géneros

Este es un factor muy importante por el rol que en estos tiempos la mujer está empezando a asumir en el mundo. Esto se ve reflejado en las grandes

posiciones laborales que están obteniendo hoy en día como gerentes, presidentas, etc. Estas posiciones anteriormente solo se podían ver que la ocupan personas del género masculino. Muchas veces, las mujeres van a elegir la carrera por la posición laboral que les puede ofrecer y puedan llegar a alcanzar.

4. La familia como agente de socialización

La presión que realiza la familia para que el estudiante pueda escoger su carrera profesional la podemos ubicar en esta parte de los factores culturales.

Muchas veces los padres de familia imponen a sus hijos carreras profesionales que creen que son lo mejor para ellos porque piensan que sus hijos aún no alcanzan la madurez para poder elegir su por cuenta propia su carrera. El criterio que toman en cuenta son la posición y la remuneración que podrán ganar con esta.

Esto con el tiempo es un gran problema ya que muchas veces se escoge una carrera que no cumple con las aptitudes de sus hijos y que quizá con el tiempo no llegue a ser de su agrado y la termine dejando. Otras veces, los papás les imponen a sus hijos carreras que ellos nunca pudieron estudiar, a esto se le llama “sueños frustrados”, esperando que sus hijos sean lo que ellos algún día quisieron ser.

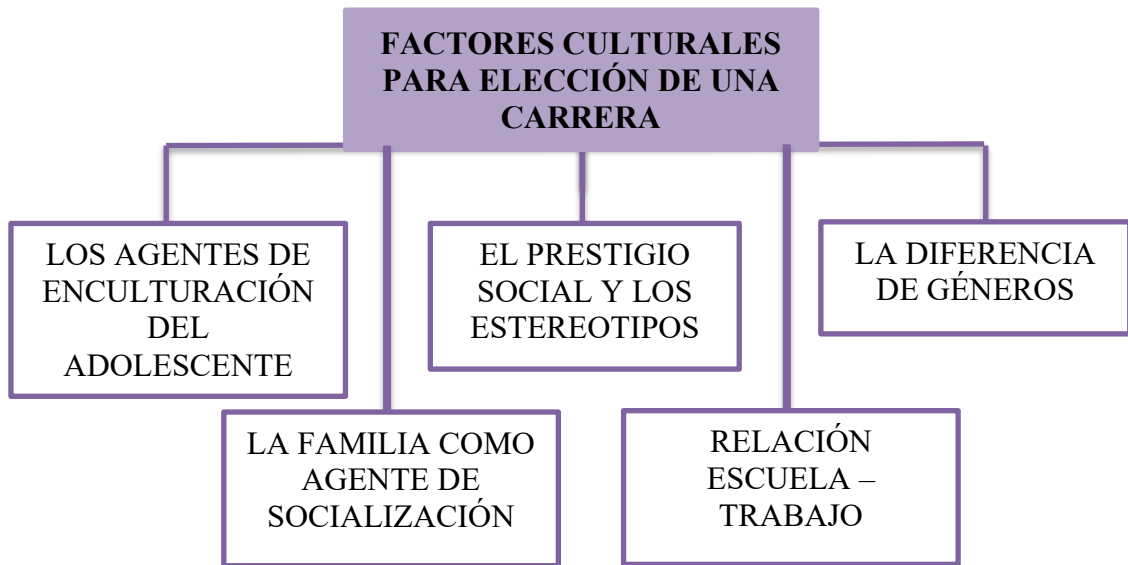
Por otro lado, se tiene algunos estudiantes que eligen la carrera de sus papás porque es de su elección propia ya que buscan identificarse con ellos. Sin embargo, tenemos algunos estudiantes que quieren desligarse por completo del legado familiar y estudian una carrera muy distinta a la de la familia. Esto dependerá mucho de lo que vean los estudiantes a lo largo de su crecimiento, si ven lo que han logrado sus papás con sus carreras, es muy probable que escojan una similar.

5. Relación escuela – trabajo

El colegio es una parte fundamental de la formación de los estudiantes para la elección de su carrera profesional. Es muy importante que durante los 11 años que pasa el estudiante en el colegio, los profesores puedan centrarlos en la realidad de lo que es la oferta laboral en nuestra sociedad.

Aquí va a depender mucho las ferias vocacionales que se realizan en los colegios, ya que mediante eso ellos podrán tener mucha más información de todas las carreras que pueden estudiar y así cuando llegué el momento de elegir, puedan tomar una decisión correcta.

Figura 3: Factores culturales según Osipow



Fuente: Cuadro elaborado por cuenta propia bajo los factores culturales indicados por Osipow.

Hablar de los factores culturales, es hablar sobre distintos factores dentro de la sociedad la que influyen al estudiante a tomar la elección de su carrera profesional.

Según Seumed (2019) Los factores culturales no son dimensiones, ni elementos, son condiciones determinantes en tanto reportan esencialidades de los comportamientos humanos. Aspectos como la religiosidad, costumbres y tradiciones aportan un conjunto de significados que no se pueden soslayar en los estudios de las comunidades. Divide a los factores culturales en 10 partes:

- Identificación de la localidad o comunidad
- Economía y Política
- Sociedad
- Recursos
- Tendencia de desarrollo
- Estilo de vida

1. Identificación de la localidad o comunidad

Uno de los factores determinantes para poder elegir una carrera profesional es de donde vienen los estudiantes y sobre todo los recursos y límites que tuvo durante sus primeros años de estudios.

Estos datos ayudan a identificar qué es lo que aporta y enriquece el conocimiento del estudiante ya que muchas veces de donde vienen es donde se quedará a laborar y eso se vuelve un indicador para la carrera que el estudiante va a elegir.

La comunidad también juega un rol muy importante ya que dentro de un contexto geográfico el estudiante se identifica con sus actividades laborales, culturales y religiosas.

2. Economía y Política

La economía y política son uno de los temas de cuál se habla hoy en día ya que la estabilidad económica es básica para el desarrollo de un país. Hay muchos estudiantes que desde pequeños ven como su familia se va adaptando a las demandas de la sociedad y la mayoría de estudiantes buscan estudiar una carrera que pueda sacar adelante lo que más quieren.

Muchos de ellos también buscan estudiar carreras fuera del país ya que ven que se podrán desarrollar mejor y obtener mejores conocimientos. Pero, es

importante recalcar que mientras que no se tenga una buena política, el país no podrá tener crecimientos en educación.

El autor nos da a entender que mientras se tenga una crisis política se tendrá una economía muy inestable. Esto causa que muchas personas trabajen desde que terminan el colegio y ya no se enfocan en buscar una carrera que seguir.

3. Sociedad

La sociedad juega un rol muy importante en los factores culturales ya que, durante toda la adolescencia, el estudiante va adaptando y copiando todo lo que ve a su alrededor. Desde su comportamiento individual, familiar y de grupo. La definición de papeles, estatus, liderazgo proceso de socialización, ciclo de vida, rutina diaria y disfunciones sociales.

La influencia de las personas alrededor del estudiante puede afectar seriamente la decisión en la elección de una carrera profesional. Muchas veces, esto les sirve como experiencia y empiezan a madurar para la toma de una buena decisión.

4. Recursos

Los recursos que una persona tiene, son un indicador importante dentro de los factores culturales. Entre ellos se tiene:

- Agua
- Vivienda
- Manejo de alimentos
- Nutrición
- Turismo
- Servicios públicos en general
- Infraestructura

5. Tendencia de desarrollo

Es importante relacionar los factores culturales de manera directa con el desarrollo de la comunidad. Esto beneficia directamente a las personas que forman parte la comunidad ya que ellos comparten varios patrones de comportamientos similares por lo que viven y crecen juntos durante varios años.

En ese sentido la cultura está representada por la trama de significados en función de la cual los grupos interpretan su experiencia y conducen sus acciones, la estructura social sería la forma que asume la acción.

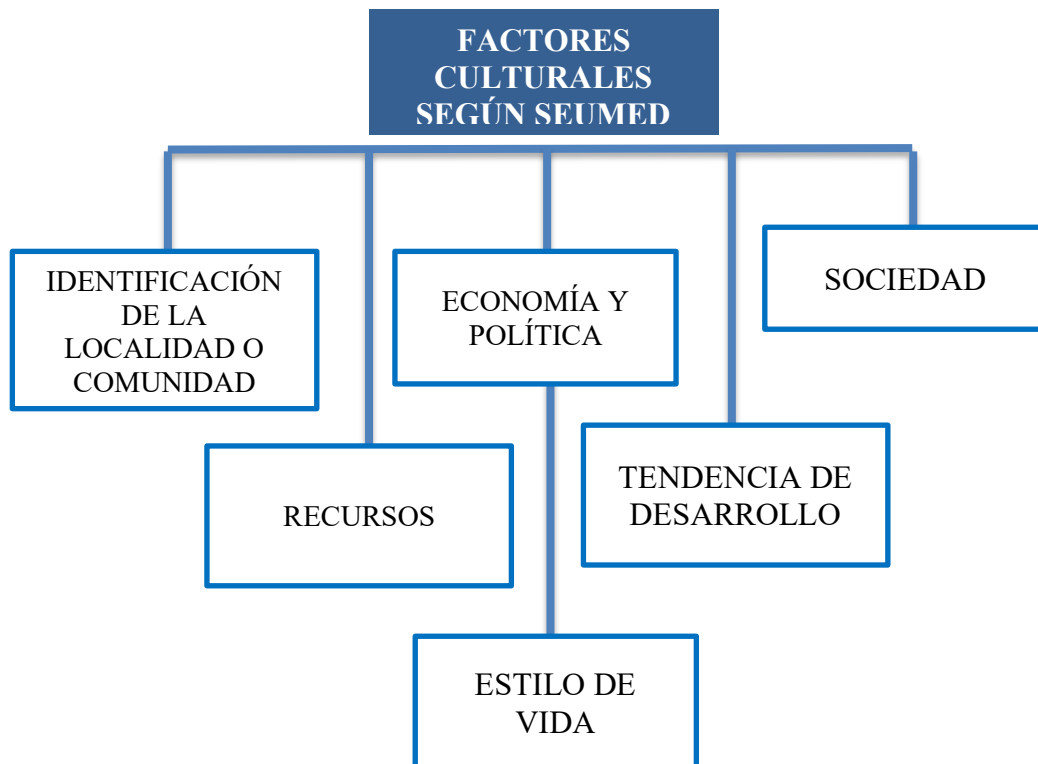
Si se habla del tema educativo, una sociedad con alta tendencia de desarrollo tiende a tener muchas más personas que pueden aportar para el crecimiento del país.

6. Estilo de vida

Las tradiciones no son una herencia impuesta por el pasado, sino que se vinculan con los valores de una experiencia precedente en la que se seleccionan un grupo de elementos específicos que se proyectan hacia la contemporaneidad.

El estilo de vida es un factor fuerte dentro de una persona. Uno desde pequeño adapta comportamientos y conocimientos que se aplicarán durante toda la vida. Por ese motivo, el rol de la familia es básica para poder inculcar valores y enseñar la diferencia entre lo que es correcto e incorrecto.

Figura 4: Factores Culturales según Seumed.



**Cuadro elaborado por cuenta propia bajo los factores culturales indicados por Seumed.*

Para efecto de la investigación se define a los factores culturales como condiciones determinantes en tanto reportan esencialidades de los comportamientos humanos. Aspectos como la religiosidad, costumbres y tradiciones aportan un conjunto de significados que no se pueden soslayar en los estudios de las comunidades.

1.2.2.5.1.2. Factores Sociales

Según Oskamp (1991) la formación de la opinión es el resultado de un proceso interno y externo del individuo, los factores que la determinarán serán la familia, la socialización, la escuela, grupos de referencia, prejuicios, exposición y tolerancia de otras ideas y el aprendizaje.

Para efecto de la investigación se define a los factores sociales como diversos hechos sociales que determinan también el comportamiento del consumidor: la familia y grupos de amigos a los que pertenezca, así como el rol y status que tenga en estos grupos.

Para Del Pino de la Puente (2016) la toma de decisiones en una persona es muy importante y una de ellas es la elección de la Carrera que va a estudiar ya que de eso va a depender lo que hará en su futuro. Aunque resulta irónico que una decisión de esa magnitud se tenga que tomar a una edad muy temprana dónde recién se está terminando de descubrir las cosas. Es un momento en el que casi todos se encuentran buscando su identidad, es decir se encuentran en la adolescencia.

Álvarez y Bonilla (1999) La adolescencia es definida como una etapa por la cual pasa el ser humano, esta se divide entre la inmadurez de la niñez y la madurez al llegar a ser adulto. Según indican los autores en este párrafo, esta es una etapa donde los adolescentes buscan ser independientes, buscan adaptarse, así como también se dejan llevar por los sentimientos, inseguridades y culpabilidad.

Entonces podemos decir que un adolescente no es lo suficientemente maduro para tomar la decisión de elegir la carrera que quiere estudiar. Es por ese motivo, que muchos factores influyen en esta decisión, se trata de ver cuáles son y si los sociales están vinculados en estos.

Es común pensar como “factores sociales” los aspectos de transmisión educativa y de tradiciones culturales, que varían de una sociedad a otra. Es en esas presiones sociales colectivas que se piensa cuando se quiere explicar las variaciones cognitivas de una sociedad a otra, a comenzar por las diversas lenguas capaces de ejercer una acción importante sobre las propias operaciones y sobre sus contenidos. Sin embargo, esas presiones colectivas no son diferenciadas de los procesos colectivos más generales, como los factores de interacción o coordinación interindividual que atraviesan las diferentes culturas y sociedades. Ese tratamiento en bloque del factor social, sin la necesaria diferenciación de sus modos de acción, ha obstaculizado el análisis y la explicación más adecuada del desarrollo de la razón y de los conocimientos organizados en sistemas de composición. Dongo (Significado de los factores sociales y culturales en el desarrollo cognitivo, p.2, 2009).

Para entender los factores sociales, se tiene que hablar de socialización. Se define como el proceso por el cual pasa una persona cuando adapta las normas, valores culturales, pautas y perspectivas de la sociedad. Durante toda la vida, una persona pasa por este proceso, pero es de vital importancia cuando se está en la etapa de la niñez ya que es donde uno adapta todas sus costumbres y maneras de comportarse.

Según Del Pino de la Puente (2016) La primera socialización que tiene una persona es con la familia. Todos vienen de una y son los que transmiten lo que se aprende en esta vida.

La influencia familiar es algo que siempre acompañará a las personas para poder tomar decisiones por eso continúa siendo decisivo para elegir la carrera que estudiar. Hay muchos jóvenes que eligen su carrera porque desean realizar los sueños que sus padres no pudieron realizar, otros porque que quieren continuar los que sus padres han iniciado o simplemente algunos no quieren hacer lo mismo que ellos y eligen una carrera muy distinta. Esto quiere decir que todo el proceso que han pasado los papás anteriormente siempre afectará el futuro de sus hijos ya que en eso basaran sus decisiones.

Según Cortada (1991) menciona que los papás tienen mayor influencia en la decisión que toman sus hijos respecto a su carrera, esto es mediante el aspecto psicológico ya que son las personas más cercanas que ellos tienen. Los factores sociales que tiene la familia también sin duda causan un efecto en los estudiantes.

Los padres de familia son los pilares de enseñarles y transmitirles a sus hijos todo lo que es importante en este mundo. La importancia de diferenciar lo bueno de lo malo, lo que les conviene y lo que no. Esto a medida de lo que los hijos van creciendo ya solo deberían acompañarlos en las decisiones que tomen, deberían ser solo sus acompañantes. Esto debería presentarse cuando ellos eligen la carrera que deciden estudiar, ya que esto debería ser decisión propia de los hijos y no ser influenciados por los padres.

Otros factores sociales que tenemos son los siguientes:

- **Las amistades:** La adolescencia es una etapa fundamental en que la amistad tiene una influencia fundamental en las aptitudes que los adolescentes adaptan y forman su identidad. Lo más importante es que el adolescente no se deje llevar por las sugerencias y logre tomar las decisiones por sí mismo valorando sus propios deseos e intereses.
- **Medios de comunicación:** Proporciona datos claros y objetivos para la elección de la carrera mediante la difusión de la información.
- **La oferta educativa:** Muchas veces se tiene charlas vocacionales en las universidades e institutos donde ellos explican acerca de todas las carreras que tienen. Por eso es importante que la oferta educativa y los beneficios que trae consigo el estudiar lo que están ofreciendo, sea atractivo y pueda convencer al estudiante de que será lo mejor para su futuro.

- **Duración de la carrera:** El tiempo que dura la carrera que se ofrece también es un punto importante y determinante para que los escolares consideren estudiar la carrera.
- **Oferta laboral:** El título el cual obtendrán también es un factor determinante para que puedan estudiar una carrera. Muchas veces los escolares prefieren las carreras universitarias que tengan bachiller o una licenciatura.

1.2.2.5.1.3. Factores personales

Es la tercera categoría que influye en la toma de decisión de compra del consumidor. Esta categoría incluye la edad y la etapa en el ciclo de vida, la profesión, las circunstancias económicas, los estilos de vida y la personalidad. Para Oliveira (2016) los factores personales son las influencias de factores como edad, ocupación, circunstancias económicas, personalidad y autoimagen.

Según las Monferrer (2013) los factores se agrupan en sociodemográficos y psicográficos del consumidor. Dentro de los factores sociodemográfico se encuentra la edad, el ciclo de vida, la ocupación y las circunstancias económicas, mientras que en los factores psicográficos se tiene a los estilos de vida, la personalidad y el autoconcepto.

- Edad y etapa del ciclo de vida:** La edad de un individuo tiene un impacto profundo en los gustos y motivaciones de compra. Es decir, se cambian cuando el consumidor se hace mayor. Asimismo, el patrón de consumo de

las personas de la misma edad y género difiere debido a la diferencia en su etapa de ciclo de vida familiar. Zuazo, J. (2018) p.21.

- b) Profesión:** Zuazo, J. (2018) indica que Kotler afirma que la profesión de una persona influye en su patrón de compra, ya que normalmente una persona compra los productos relacionados a su profesión y la naturaleza de su trabajo.

Colet, R. & Polío, J. (2014) Refuerzan esta afirmación ya que indican que el tipo de trabajo al que se dedica el consumidor ejerce gran influencia en su comportamiento al momento de compra.

- c) Estilo de Vida:** Colet, R. & Polío, J. (2014) definen al estilo de vida como todo aquello que tiene que ver con la forma de vivir de una persona, sus intereses, opiniones, gustos, etc.

Asimismo, Fernandez L. (2014) indican que el estilo de vida influye en las necesidades del consumidor y a su vez en su comportamiento de compra y finalmente en la predisposición de adquirir o no adquirir un producto o servicio.

- d) Circunstancias económicas:** Fernandez, D. (2016) nos dice que la elección de los productos está altamente afectada por este factor, ya que depende de los ingresos disponibles, los ahorros, los recursos familiares, poder crediticio y la actitud frente al ahorro que el consumidor tenga al momento de la compra.

Oliveira, F. (2016) complementa esto indicando que es posible definir las necesidades de productos según el poder adquisitivo y el estado deseado. Por ello es importante que las empresas sean conscientes de los cambios en la economía, porque, en medio de una crisis económica, se reduce el patrón de consumo.

- e) **Personalidad:** Orta, J. (2014) describe a la personalidad como la confianza en uno mismo y está relacionada con el concepto que una persona tiene de sí mismo.

Colet, R. & Polío, J. (2014) también menciona que cada persona tiene una personalidad diferente, algunas son más extrovertidas y con mayor seguridad y estas formas de encarar la vida influyen en su comportamiento de compra ya que los productos o servicios reflejan el carácter de quien lo lleva o usa.

1.2.2.5.1.4. Factores psicológicos

Según análisis de Kotler, P. (2001), estos factores pueden dividirse en: motivación, percepción, aprendizaje, creencias y actitudes.

a) Motivación:

Kotler, P. (2001) nos dice una persona tiene muchas necesidades en cualquier momento, estas pueden ser biológicas, derivadas de estados de tensión como el hambre, la sed o la incomodidad; o pueden ser psicológicas, derivadas de la necesidad de reconocimiento, estima o pertenencia.

Monferrer, D. (2013) concluye que la motivación es una necesidad que ejerce una fuerte presión que impulsa a actuar. Asimismo, menciona que existen varias teorías sobre la motivación, entre ellas la más conocida es la Teoría de la motivación de Maslow. De acuerdo con Maslow las necesidades humanas se organizan por orden de importancia en una jerarquía (figura 5).

Figura 5: Pirámide de la Jerarquía de necesidades de Maslow



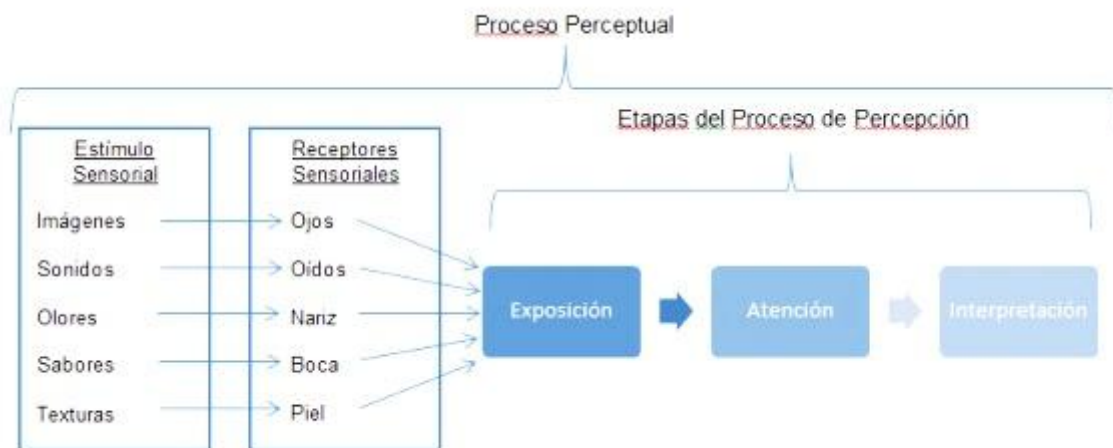
Fuente: CogniFit (2019) España.

b) Percepción:

Raiteri, M. y Ocaña, H. (2016) señalan que la percepción es un proceso donde una persona selecciona, interpreta y organiza toda la información que recibe para crear y diseñar una imagen del mundo. La percepción depende de los estímulos físicos involucrados, de la relación entre estímulos y del ambiente que lo rodea.

Esto quiere decir según Monferrer, D. (2013) que, aunque dos personas tengan las mismas motivaciones y se encuentren en la misma situación, no significa que vayan a actuar de la misma manera ya que cada uno percibe la situación de distinta forma, es decir, cada persona organiza e interpreta la información de manera individual.

Figura 6: Proceso de la percepción



Fuente: Solomon, Michael R. (2013). Comportamiento del Consumidor. México DF: Pearson Educación

c) Aprendizaje:

Para Monferrer, D. (2013) el aprendizaje es un proceso donde los consumidores adquieren el conocimiento de lo que compra y esta experiencia la aplican en un comportamiento futuro similar.

Asimismo, Raiteri y Ocaña (2016) indica que el comportamiento y los intereses de consumo de las personas se modifican a medida que aprenden porque adquieren experiencia.

d) Creencias y Aptitudes:

Raiteri, M. y Ocaña, H. (2016) nos dicen que con el aprendizaje los individuos adoptan nuevas creencias y comportamientos de compra.

Orta, J. (2014) define a las creencias como conocimientos que generan un pensamiento descriptivo que un individuo tiene acerca de algo.

Además, existe otro factor importante en el comportamiento del consumidor, estas son las actitudes. Por actitud se entiende a las evaluaciones favorables o desfavorables de una persona, sus emociones y conductas perdurables hacia un objeto. Asimismo, Kotler, P. & Armstrong, G. (2013) afirma que es difícil cambiar las actitudes. Las actitudes de una persona están sujetas a un patrón; cambiar una actitud requiere de ajustes difíciles de muchos otros patrones.

1.2.3. Elección de la carrera profesional

La elección de una carrera es una de las decisiones más difíciles que una persona debe tomar durante su vida. Muchas personas desde pequeñas ya saben que carrera escoger cuando crezcan porque en el camino van descubriendo cuales son las cosas que más le apasionan.

Podemos decir entonces que la elección de una carrera no es una decisión que se toma de un momento para otro, si no es una decisión que se va tomando durante los años. Pero también se debe hablar de que muchos estudiantes con el tiempo se dan cuenta que no eligieron bien su carrera.

Según Rivas (1988) existen 3 motivos por el cual el estudiante elige mal su carrera profesional:

- Incapacidad de elección: Cuando el estudiante no sabe que es lo que quiere hacer, por lo tanto, no toma una decisión.
- Incertidumbre en la elección: Esto se genera cuando el estudiante tiene grandes dudas, especialmente desconfianza en su decisión. Esto se debe a que no tuvo una buena orientación vocacional.
- Elección destinada: Es cuando el estudiante toma la decisión de estudiar una carrera que tiene ciertas exigencias que el estudiante sabe que no podrá cumplir, es decir que no tenga la aptitud para poder ejercerla.

Según Bohoslarsky (1993), se puede decir que para la elección de una carrera es muy importante la orientación vocacional, ya que, con esto se encamina al estudiante a descubrir su vocación y así podrá escoger una carrera que va a desarrollar por el resto de su vida. Este tipo de orientación se debe dar mucho antes de que ingresen a la vida universitaria. Se está hablando de orientación vocacional y formación profesional, ya que hay muchos estudiantes que desde pequeños desarrollan ciertas aptitudes que confirman cuál sería la carrera adecuada para ellos. El elegir bien una carrera profesional lleva a que los estudiantes puedan disfrutar del aprendizaje y que puedan desempeñarse laboralmente.

Hay muchos factores que influyen en la decisión de elegir una carrera profesional, dentro de ellos están:

- La edad

- El género
- Origen socioeconómico
- Estereotipos profesionales
- Prestigio social de la carrera
- La imagen personal
- Las influencias familiares y amigos
- Expectativas laborales
- Habilidades relacionadas con la carrera
- Gusto e Interés

Se puede decir, para poder tomar una buena decisión en la carrera que estudiar, se debe hablar de la orientación vocacional.

De acuerdo con Vélaz (2008) la orientación se define como el conjunto de conocimientos, metodologías y principios teóricos que fundamentan la planificación, diseño, aplicación y evaluación de la intervención psicopedagógica preventiva, comprensiva y continuo que se dirige a las personas y el contexto comunitario con el objeto de facilitar y promover el desarrollo integral de los sujetos a lo largo de las distintas etapas de su vida, con la implicación de los diferentes agentes educativos y sociales.

Enfoque evolutivo

Ginzberg, Ginsburg, Alexrad, Herma (1951) realizaron una teoría acerca de la elección de la carrera basados en la psicología evolutiva y el psicoanálisis. Ellos indicaron que la decisión de una carrera profesional debe ser congruente con el

concepto que se tiene de sí mismo, es decir con las aptitudes que va desarrollando durante toda su vida.

Según Osipow (1981), el enfoque evolutivo es un modelo que estudia el crecimiento de la persona mediante estímulos de tareas de entrenamiento y perfección. Se puede decir que la elección de la carrera profesional se desarrolla durante diferentes periodos a lo largo de los años debido a todo lo que el estudiante adquiere desde que va creciendo.

Estos periodos se dividen de la siguiente manera:

A) Periodo de la fantasía: Se da entre los 10 hasta los 12 años

En este periodo se habla de que los niños empiezan a tomar sus preferencias vocacionales desde los 4 y 5 años, pero se desarrollan principalmente entre los 10 y 12 años. Eso se realiza en los juegos que realizan los niños, es decir realizan actividades solo por complacerse. Mientras van creciendo este periodo se va acabando ya que se empiezan a dar cuenta que empiezan a desarrollar actividades para complacer a otras personas, uno de ellos son los padres de familia. Es decir, empiezan a realizar acciones que tengan que recibir una recompensa como juguetes, dulces, etc.

B) Periodo de elección tentativa: Se da entre los 11 hasta los 18 años

Este es el periodo donde los niños empiezan a desarrollar experiencias vocacionales ya que empiezan a diferenciar en que están interesados y que les gustaría hacer. Pero también empiezan a tener conocimiento de que puedan

realizar ciertas cosas siendo más hábiles y que esto les puede traer un beneficio ya que tienen más valores intrínsecos. Este periodo a su vez se divide en 4 subetapas:

- **Etapa de los intereses:** Esto se da exactamente a los 11 años.

En esta etapa los niños empiezan a diferenciar las actividades que les gustan vs las que no le agradan para nada. Empiezan a tener preferencias por uno de sus papás y empiezan a aceptar que son inestables.

- **Etapa de las capacidades:** Esto se da entre las edades de 12 y 14 años.

Aquí se empiezan a volver hábiles ya que empiezan a descubrir sus intereses, empiezan a descubrir que pueden hacer mucha más cosa con sus habilidades.

- **Etapa de los valores:** Esto se da entre los 15 y 16 años.

Empiezan a darse cuenta de su vocación de servicio ya que toman conciencia que el trabajo les puede ofrecer mayor satisfacción por el ingreso de dinero.

- **Etapa de transición:** Esto se da entre los 17 y 18 años.

Es donde se enfrentan a la toma de decisiones respecto a su futuro, muchos de ellos toman decisiones rápidas y no muy realistas. También ya empiezan a asumir las consecuencias de sus actos y ya son independientes. Aquí resaltan dos puntos importantes: el tiempo de duración de la carrera y estudiar una carrera por urgencia.

C) Periodo de elección realista: Se da entre los 19 hasta los 29 años

Este periodo se da durante 10 años, pero se refleja más hasta los 24 años. Esto también va a depender mucho de la duración de la carrera escogida, el nivel socioeconómico y los aspectos culturales del estudiante.

Este periodo se divide en 2 etapas:

- **Etapas de la exploración: Se da a los 18 años:**

Se mezclan los gustos y rechazos, se busca la aceptación en la sociedad. Tiene varios tipos de comportamientos ya que para esta edad el estudiante ya ingresó a la universidad y tiene mucho mayor libertad. Por lo tanto, los intereses que tiene pueden cambiar de un momento a otro. Pero si se tiene que recalcar algo es que, a esta edad, ellos ya tienen la presión de seguir estudiante con la carrera.

- **Periodo de la cristalización: Se da entre los 19 y 29 años:**

Aquí los estudiantes ya son más realistas, aceptan la elección que tomaron. Empiezan a madurar ya que obtienen sus primeros fracasos, pero también empezarán a desarrollar éxitos. Ya se sienten comprometidos con su elección y no darán marcha atrás.

Pocasangre, E. (2015) Define a la elección de la carrera como la elección que realiza una persona basándose en sus intereses, aptitudes, habilidades y proyectos, con la intención conocer y aprender nuevas habilidades, adquirir conocimientos y obtener experiencia basándose en la decisión tomada. En esta decisión influyen la interacción de factores psicológicos, sociológicos, económicos, entre otros. La correcta elección de carrera es fundamental para la autorrealización y el desempeño profesional a lo largo de su vida.

De acuerdo con Montero (2000), es un medio para lograr mejores condiciones de vida, o bien una herramienta para mantener o cambiar cierto estatus, para obtener privilegio, respeto, reconocimiento, mejor ingreso, entre otras.

Para Pereda, O. (2018) la elección de carrera es un proceso que implica conocerse a sí mismo. En la medida en la que el individuo tenga autoconocimiento, será más fácil saber qué es lo que quiero, qué persigue en la vida profesional, y a dónde quiere llegar, esto hará más fácil tomar una decisión. Para elegir una carrera se deben tomar en cuenta factores como: intereses profesionales; habilidades como características de una personalidad y el desarrollo de las capacidades para realizar algo de interés. Si bien estos tres son los principales componentes de un perfil profesional, existen otros elementos que se deberán tomar en cuenta para elegir una carrera profesional, como las metas u objetivos, y estilo de vida que tenga el individuo. Asimismo, la profesión que elija contribuirá al logro de los objetivos de vida, que conducirán a la adquisición del bienestar y plenitud de lo que se aspira.

1.2.4. Carrera Militar

Según la RAE (2007). Define a la carrera militar como la trayectoria profesional de un militar a través del cual ocupa diferentes cargos, asciende y la progresiva capacitación para puestos de mayor responsabilidad, combinando preparación y experiencia profesional en el desempeño de sus labores para su institución.

Asimismo, según La Editorial el Tiempo (2017) en su portal Guía Académica hace mención a la carrera militar como un programa académico que tiene como objetivo formar oficiales del ejército capacitados en áreas militares como: disciplina

académica en armas, administración de recursos e instrucción de personal con capacidad de favorecer la seguridad y el desarrollo nacional.

1.2.4.1. Clasificación por grados militares

El Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas proporciona la siguiente información con respecto a la clasificación por grados del Ejército del Perú

Tabla 1: Clasificación por grados del Ejército del Perú

OFICIALES	General de Ejército
	General de División
	General de Brigada
	Coronel
	Teniente coronel
	Mayor
	Capitán
	Teniente
	Sub teniente o Alférez
PERSONAL AUXILIAR O SUBALTERNO	Técnico Jefe Superior
	Técnico jefe
	Técnico 1era
	Técnico 2da
	Técnico 3era
	Sub-Oficial 1ra
	Sub-Oficial 2da
	Sub-Oficial 3ra
TROPA SERVICIO MILITAR	Sargento 1ero
	Sargento 2do
	Cabo
	Soldado

Fuente: Elaboración propia

Finalmente es importante mencionar que para efectos de la investigación se recopiló información sobre modelos de comportamiento del consumidor para la toma de decisión de compra, no se utilizó bases teóricas con un enfoque psicológico o

académico respecto a la elección de carrera, ya que el enfoque que se le dio está orientado al marketing y tendencia de consumidor.

Para las bases teóricas se tomó en cuenta elementos como: comportamiento del consumidor, elección de carrera, factores determinantes e información sobre el Ejército del Perú.

1.3. Definición de términos básicos

1.3.1. Elección de carrera

Pocasangre, E. (2015) Define a la elección de la carrera como la elección que realiza una persona basándose en sus intereses, aptitudes, habilidades y proyectos, con la intención conocer y aprender nuevas habilidades, adquirir conocimientos y obtener experiencia basándose en la decisión tomada. En esta decisión influyen la interacción de factores psicológicos, sociológicos, económicos, entre otros. La correcta elección de carrera es fundamental para la autorrealización y el desempeño profesional a lo largo de su vida.

Para Pereda, O. (2018) la elección de carrera es un proceso que implica conocerse a sí mismo. En la medida en la que el individuo tenga autoconocimiento, será más fácil saber qué es lo que quiero, qué persigue en la vida profesional, y a dónde quiere llegar, esto hará más fácil tomar una decisión. Para elegir una carrera se deben tomar en cuenta factores como: intereses profesionales; habilidades como características de una personalidad y el desarrollo de las capacidades para realizar algo de interés. Si bien estos tres son los principales componentes de un perfil profesional, existen otros elementos que se deberán tomar en cuenta para elegir una

carrera profesional, como las metas u objetivos, y estilo de vida que tenga el individuo. Asimismo, la profesión que elija contribuirá al logro de los objetivos de vida, que conducirán a la adquisición del bienestar y plenitud de lo que se aspira.

Para efectos de este trabajo se manejarán definiciones operativas con una relación directa con los indicadores a trabajar, entonces, la elección de carrera se entenderá como la toma de decisiones en base a su interés profesional tomando en cuenta sus habilidades para satisfacer sus necesidades de educación.

Dimensiones:

- Interés profesional
- Habilidades y destrezas
- Satisfacción de la carrera elegida

1.3.2. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor.

Según Kotler, P. (2002) los factores determinantes son las variables que afectan el comportamiento de los consumidores y pueden dividirse en 4 grupos: (Culturales, Sociales, Psicológicos y Personales).

Dimensiones:

- Factores Culturales
- Factores Sociales
- Factores Personales
- Factores Psicológicos

1.3.3. Factores culturales

Según la RAE “el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época de un grupo social. Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico". En la cultura también se encuentran los valores con los que una persona crece y la induce luego a tomar decisiones.

Para efecto de la investigación se define a los factores culturales como condiciones determinantes en tanto reportan esencialidades de los comportamientos humanos. Aspectos como la religiosidad, costumbres y tradiciones aportan un conjunto de significados que no se pueden soslayar en los estudios de las comunidades.

Dimensiones:

- Cultura
- Subcultura
- Clases Sociales

1.3.4. Factores sociales

Según Oskamp (1991) la formación de la opinión es el resultado de un proceso interno y externo del individuo, los factores que la determinarán serán la familia, la socialización, la escuela, grupos de referencia, prejuicios, exposición y tolerancia de otras ideas y el aprendizaje.

Para efecto de la investigación se define a los factores sociales como diversos hechos sociales que determinan también el comportamiento del consumidor: la familia y grupos de amigos a los que pertenezca, así como el rol y status que tenga en estos grupos.

Dimensiones:

- Familia
- Grupos de Referencia
- Roles y Status

1.3.5. Factores personales

Se incluyen aquellos factores de índole personal, cuyas interrelaciones se pueden producir en función de variables subjetivas, sociales e institucionales, también algunos factores asociados al comportamiento del consumidor (Garbanzo, 2007).

Para efecto de la investigación los factores personales son el conjunto de actitudes que podemos cambiar de forma consciente.

Dimensiones:

- La edad y etapa de vida
- Estilo de vida
- Ocupación y circunstancias económicas
- Personalidad

1.3.6. Factores psicológicos

Para efecto de la investigación se define a los factores psicológicos como el conjunto de pensamientos, sentimientos, actitudes u otras características cognitivas o afectivas de una persona que influyen en su comportamiento.

Dimensiones

- Motivación
- Percepción
- Actitudes y creencias
- Aprendizaje

CAPITULO II: HIPOTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación del problema

2.1.1. Problema general:

¿Cuáles los factores que influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019?

2.1.2. Problemas específicos:

Problema específico N°1:

¿Cómo influyen los factores culturales en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019?

Problema específico N°2:

¿Cómo influyen los factores sociales en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019?

Problema específico N°3:

¿Cómo influyen los factores psicológicos en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019?

Problema específico N°4:

¿Cómo influyen los factores personales en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019?

2.2.Objetivos de la investigación

2.2.1. Los que reflejan los problemas de la investigación

El objetivo general de este trabajo es analizar el comportamiento de las mujeres, entre los 16 y 21 años, (entendida ésta como “consumidor”) en la elección de la carrera militar, desde la perspectiva del marketing para determinar cuales son los factores que influyen en la elección de la carrera militar (entendiendo a la carrera militar como “producto”). Los objetivos específicos están señalados en los siguientes puntos:

2.2.2. Objetivo específico N°1:

Identificar la influencia de los factores culturales en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

2.2.3. Objetivo específico N°2:

Identificar la influencia de los factores sociales en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

2.2.4. Objetivo específico N°3:

Identificar la influencia de los factores psicológicos en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

2.2.5. Objetivo Específico N°4:

Identificar la influencia de los factores personales en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

2.2.6. Los que expresan los fines para los cuales se realiza la investigación

- Conocer las motivaciones de las mujeres para direccionar adecuadamente las estrategias de comunicación y marketing en futuras campañas de comunicación de la EMCH.
- Conocer las necesidades de las mujeres para ofrecer una oferta educativa adecuada en la EMCH.
- Incrementar el índice de postulantes mujeres a la EMCH
- Disminuir el número de deserciones.

2.3. Justificación de la investigación

En todos los rubros ya sea de servicio o producto existe la competencia. En el caso del rubro de educación superior, en los últimos años se ha observado que existe un problema de desproporción en la demanda de carreras ya que la demanda estudiantil femenina se concentra en las áreas vinculadas con las Ciencias sociales y

Administrativas (Derecho, Contabilidad y Administración), seguidas de las Ciencias de la Salud, lo cual genera que la carrera militar no sea tomada como primera opción al momento de elegir una carrera profesional, asimismo se relaciona esta desproporción estrechamente con el proceso de elección de carrera que realizan las estudiantes por lo cual es importante enfocar atención en este proceso ya que de esta manera se puede comprender qué factores influyen en una mujer para elegir la carrera militar antes que cualquier otra carrera.

Al final de esta investigación se tendrán criterios e indicadores sobre los factores que influyen en la elección de la carrera militar, los cuales servirán para elaborar e implementar estrategias para campañas de marketing y publicidad que influyan en su elección de profesión.

2.4.Importancia de la investigación

La importancia de esta investigación parte de que es necesario poder definir en qué basa su decisión el consumidor para poder usar esta información antes de plantear cualquier estrategia de marketing. Trasladándose al rubro de educación es necesario saber cuáles son los factores que llevan al estudiante a elegir una carrera profesional.

Por ello es fundamental para nuestra investigación basarnos en testimonios de mujeres que se encuentren dentro de la vida militar para conocer realmente cuáles fueron las razones que las impulsaron a elegir la carrera militar antes que cualquier otra.

Asimismo, los resultados de este trabajo permitirán que surjan otras preguntas de investigación para ampliar y mejorar los métodos e instrumentos de evaluación, fortaleciendo así las teorías de elección de profesión.

2.5.Limitaciones del estudio

La principal limitación que se encuentran en esta investigación es:

- **Referencias Bibliográficas:** Si bien el tema de los factores que influyen en la elección de la carrera profesional es un tema conocido, no existe bibliografía referida específicamente a la elección de la carrera militar.

2.6.Viabilidad de la investigación

2.6.1. Viabilidad técnica

El Proyecto reúne características, condiciones técnicas y operativas que aseguran el cumplimiento de los objetivos. Además, gracias al permiso otorgado por la institución se podrá acceder a información vital para la investigación y así mismo poder realizar las encuestas.

2.6.2. Viabilidad económica

Los gastos serán mínimos ya que la Escuela Militar se encuentra en Lima por lo que no es necesario viajar. En cuanto a los recursos que emplearemos para esta investigación serán nuestras laptops y usb's para recopilar toda la información y si hablamos del gasto más representativo será el de copias e impresiones.

2.6.3. Viabilidad ética

Nuestra investigación es éticamente viable ya que no involucra experimentos que ocasionen algún tipo de daño o incomodidad a nuestra muestra.

Toda la información será recolectada bajo el consentimiento de la persona y a su vez se llevará de manera confidencial.

Además, gracias al permiso otorgado por la Escuela Militar de Chorrillos no estamos infringiendo ninguna ley de posesión de información.

2.7. Formulación de hipótesis

La hipótesis general de este trabajo es que los factores que influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019 son Culturales, Sociales, Psicológicos y Personales. Las hipótesis específicas están señaladas en los siguientes puntos:

2.7.1. Hipótesis específica N°1:

Los factores culturales (La cultura, la subcultura y las clases sociales) influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

2.7.2. Hipótesis específica N°2:

Los factores sociales (Los grupos de referencia, la familia y roles y estatus) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

2.7.3. Hipótesis específica N°3:

Los factores psicológicos (motivación, percepción, aprendizaje y actitud) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

2.7.4. Hipótesis específica N°4:

Los factores personales (la edad y la etapa de ciclo de vida, estilo de vida, personalidad y concepto de sí mismo) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

2.8. Variables

2.8.1. Variable Dependiente

Elección profesional

2.8.2. Variable Independientes

- Factores Culturales
- Factores Sociales
- Factores Personales
- Factores Psicológicos

2.9.Operacionalización de las variables

Tabla 2: Operacionalización de la variable 1

Variable: Factores Culturales				
Definición conceptual: Según la RAE “el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época de un grupo social. Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico”. En la cultura también se encuentran los valores con los que una persona crece y la induce luego a tomar decisiones.				
Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento	Instrumento	Escala
Cultura: Altieri, A (2001) define a la cultura como la educación o formación de las facultades intelectuales y morales del hombre en oposición al mundo exterior.	Influencia de la cultura	¿La discriminación que recibe de los hombres influye en su elección de estudiar la carrera militar?	Encuestas	Likert (1,2,3,4 y 5)
		¿La opinión de la sociedad al no considerar la carrera militar como una profesión para mujeres influye en su elección de estudiar la carrera militar?		
Subcultura: Para Wolfgang, M. (1975) es la subdivisión que resulta de la combinación de factores tales como procedencia étnica, residencia y afiliación religiosa.	Influencia de la subcultura	¿Considera Ud. que sus creencias influyen en su elección de estudiar la carrera militar?		
		¿Considera Ud. que su religión influye en su elección de estudiar la carrera militar?		
Clases sociales: Raiteri, M. (2016) Son las divisiones de una sociedad, estas se ordenan jerárquicamente y sus miembros tienen valores, conductas e intereses similares. Reflejan el nivel de ingresos, ocupación, nivel de educación.	Influencia de factores económicos y clases sociales.	¿Cree Ud. que el costo de la carrera están acorde a sus ingresos económicos?		
		¿Considera Ud. que su estatus social (clase social) influye en su elección de estudiar la carrera militar?		

Tabla 3: Operacionalización de la variable 2

Variable: Factores Sociales				
Definición conceptual: Según Oskamp (1991) la formación de la opinión es el resultado de un proceso interno y externo del individuo, los factores que la determinarán serán la familia, la socialización, la escuela, grupos de referencia, prejuicios, exposición y tolerancia de otras ideas y el aprendizaje.				
Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento	Instrumento	Escala
La familia: Kotler, P. (2012) define a la familia como la organización de compras de consumo más importante de la sociedad, sus miembros son el grupo de referencia con mayor influencia primaria.	Influencia de la familia	¿La opinión de la familia influye en su elección de estudiar la carrera militar?	Encuestas	Likert (1,2,3,4 y 5)
		¿Estudiar la carrera militar es tradición en su familia?		
Los Grupos de Referencia: Kotler, P. (2012) nos dice que son todos aquellos grupos que tienen influencia directa o indirecta sobre sus actitudes y comportamientos de una persona.	Influencia de los grupos de referencia	¿La opinión de sus amistades Grupo de Preferencia (Grupos de amigos del colegio, grupo de amigos del barrio) influyen en su elección de estudiar la carrera militar?		
		¿Considera Ud. que las referencias familiares, amistades o grupos sociales influyen en su elección de estudiar la carrera militar?		
Roles y Status: Kotler, P. (2012) nos dice que el rol consiste en las actividades que se espera que la persona desempeñe. A su vez, cada rol connota un estatus.	Influencia del status añorado y los roles a desempeñar	¿Considera Ud. que el prestigio y status que otorga el ser militar influyen en la elección de estudiar esta carrera?		
		¿Considera Ud. que la comodidad, estabilidad laboral y el poder alcanzar sus planes a futuro que otorga el Ejército del Perú influye en su elección de estudiar la carrera militar?		

Tabla 4: Operacionalización de Variable 3

Variable: Factores Personales				
Definición conceptual: Se incluyen aquellos factores de índole personal, cuyas interrelaciones se pueden producir en función de variables subjetivas, sociales e institucionales, también algunos factores asociados al comportamiento del consumidor (Garbanzo, 2007).				
Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento	Instrumento	Escala
La edad y etapa del ciclo de vida: Kotler, P. (2012) Indica que los patrones de consumo dependen del ciclo de vida de la familia, y del número, edad y género de las personas que la conforman en un momento.	Influencia de la edad e la toma de decisiones	¿Cree Ud. que su edad influye en su elección de estudiar la carrera militar?	Encuestas	Likert (1,2,3,4 y 5)
El estilo de vida: Para Kotler, P. (2012) es el patrón de vida de una persona, y se expresa a través de sus actividades, intereses y opiniones.	Influencia del estilo de vida	¿Considera Ud. el tener una previa formación militar influyen en la elección de estudiar la carrera militar?		
		¿Su estilo de vida influye en su elección de estudiar la carrera militar?		
Ocupación y circunstancias económicas: Kotler, P. (2012) afirma que según la profesión y el trabajo que una persona tenga, será lo que consume. Y las circunstancias económicas influirán en qué actitud se tendrá hacia los gastos o hacia al ahorro.	Influencia del entorno económico y social	¿Considera Ud. que la falta de oportunidades laborales en el país influyen en su elección de estudiar la carrera militar?		
		¿La falta de medios para cursar otra carrera influye en su elección de estudiar la carrera militar?		
La personalidad y Autoconcepto: Para Kotler, P. (2012) la personalidad es la suma de las características psicológicas distintivas. Los rasgos que muestra la personalidad como confianza en uno mismo, autoridad y autonomía. Con respecto a la imagen propia, es la imagen que tiene uno mismo de sí.	Personalidad	Elegí estudiar la carrera militar porque da autonomía en la vida.		

Tabla 5: Operacionalización de Variable 4

Variable: Factores Sociales				
Definición conceptual: El conjunto de pensamientos, sentimientos, actitudes u otras características cognitivas o afectivas de una persona que influyen en su comportamiento.				
Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento	Instrumento	Escala
La motivación: Raiteri, M. (2016) la define como un factor interno que impulsa el comportamiento, le da orientación y lo dirige.	Motivación de reconocimiento	¿Considera Ud. que el reconocimiento por parte de su familia influyen en la elección de estudiar la carrera militar?	Encuestas	Likert (1,2,3,4 y 5)
La percepción: Raiteri, M. (2016) Nos dice que es el proceso por el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta la información que recibe del mundo exterior.	Influencia de la percepción de de la carrera militar	¿Considera Ud. que los medios de comunicación influye en su elección de estudiar la carrera militar?		
		¿Considera Ud. que la percepción que tiene sobre la carrera militar influye en su elección de estudiar esta carrera?		
Actitudes y creencias: Raiteri, M. (2016) indica que se refiere a lo que una persona siente o cree sobre algo. Son las evaluaciones de una persona, sus estados emocionales y sus tendencias de acción hacia un objeto.	Influencia de sentimientos	¿Considera Ud. que sus sentimientos y emociones influye en su elección de estudiar la carrera militar?		
El aprendizaje: Raiteri, M. (2016) afirma que el aprendizaje es un cambio relativamente permanente de la conductamemoria que se obtiene como resultado de la práctica o experiencia.	Influencia del previo aprendizaje	¿Considera Ud. que tener previo conocimiento de la malla curricular influye en su elección de estudiar la carrera militar?		
		¿Considera Ud. que tener previo conocimiento del desempeño influye en su elección de estudiar la carrera militar?		

Tabla 6 : Operacionalización de Variable 5

Variable: Elección de carrera.				
Definición conceptual: Pocasangre, E. (2015) Define a la elección de la carrera como la elección que realiza una persona en base a sus intereses, aptitudes, habilidades y proyectos, con la intención conocer y aprender nuevas habilidades, adquirir conocimientos y obtener experiencia en base a la decisión tomada. En esta decisión influyen la interacción de factores psicológicos, sociológicos, económicos, entre otros. La correcta elección de carrera es fundamental para la autorrealización y el desempeño profesional a lo largo de su vida.				
Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento	Instrumento	Escala
Elección de carrera profesional	Interes y Afiliación	En el test vocacional salió que siga la carrera militar.	Encuestas	Likert (1,2,3,4 y 5)
		Siempre tuve atracción por la vida militar.		
		No tenía otra opción		
	Habilidad y Razonamiento	Siento una verdadera vocación por la carrera militar		
		Me siento identificada con la institución.		
		Considero que cuento con habilidades para estudiar la carrera militar.		
	Autorrealización y Seguridad	Creo que he tomado una buena decisión al estudiar la carrera militar		
		La institución ha cumplido con mis expectativas.		
		Recomendaría a otra mujer que estudiara la carrera militar.		

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

Para poder abordar todas las incógnitas de nuestra investigación y poder obtener un mejor resultado, hemos decidido aplicar una metodología mixta donde utilizaremos el enfoque cualitativo y cuantitativo.

Según Pacheco y Blanco (2015), la metodología mixta consiste en que los investigadores analizan y juntan los datos cuantitativos y los cualitativos en uno solo. De esa manera, ellos pueden observar si la información obtenida está conectada.

Es importante recalcar que estamos utilizando este tipo de metodología ya que primero debemos conocer las definiciones, bases, objetivos (cuantitativo) y luego ver lo que fundamenta o sustenta estos resultados (cualitativo).

Según Johnson y Onwuegbuzie (2004), indican que utilizar una metodología mixta puede darte resultados muy favorables para poder entender conceptos y problemas que están dentro de la investigación.

Emplearemos un método cuantitativo ya que los datos analizados son cuantificables y se obtendrán de las cadetes de la Escuela Militar de Chorrillos, pero para darle un mejor soporte utilizaremos también el método cualitativo ya que se emplearán focus group dónde obtendremos con mayor profundidad por qué marcaron esas respuestas en las encuestas. Es una manera de poder conocer mejor a nuestro público objetivo.

Vildolsóla (2009) nos dice que la metodología mixta tiene 5 objetivos fundamentales:

- **Triangulación:** Para una mejor visualización de resultados
- **Complementariedad:** Diferentes facetas de la investigación
- **Iniciación:** Contradicciones y nuevas perspectivas
- **Desarrollo:** El resultado del primer método informa el uso del segundo método.
- **Expansión:** Ambos métodos combinados con una mayor ampliación.

Por otro lado, esta investigación tiene un alcance descriptivo-correlacional, no experimental, transaccional. Será descriptivo - correlacional ya que se determinará características y propiedades del fenómeno que las mujeres elijan la carrera militar, no experimental debido a que no se pueden manipular las variables y los datos se obtendrán de las cadetes de la EMCH y transaccional porque la recolección de datos se realizará en un solo tiempo.

3.2.Diseño muestral

3.2.1. Población

Antes de describir la muestra de esta investigación, es necesario determinar la población; Ésta según Arístides Vara (2012) “es el conjunto de todos los individuos (objetos, personas, documentos, data, eventos, empresas, situaciones, etc.) a investigar. La población es el conjunto de sujetos o cosas que tienen una o más propiedades en común, se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo.”, (p. 221). Para la presente investigación, la población de la investigación está conformada por todas las cadetes de 1° a 5°

año de la escuela militar de Chorrillos, la cual es considerada como finita según su número, ya que está conformada por lo menos de 77 cadetes.

3.2.2. Muestra

3.2.2.1.Muestra 1

El diseño muestral de la primera parte de esta investigación es **Probabilístico**, al respecto Hernández, Fernández y Batista (2007), sostienen que en el muestreo probabilístico todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtiene por medio de una selección aleatoria o alguna mecánica de las unidades de análisis; esta investigación hace una asociación entre variables y sus resultados servirán para tomar decisiones en futuras campañas de marketing, por medio de una muestra probabilística, de tal manera que los datos lleguen a ser generalizados a la población con un margen de error.

Se utilizó fórmula de muestreo aleatorio simple (MAS), teniendo en cuenta un margen de error del 3% y nivel de confianza del 95%. Se obtuvieron 72 cadetes mujeres de 1° a 5° año de la escuela militar de Chorrillos del año 2019.

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

n = Tamaño de muestra

N= Tamaño conocido de la población

z = Nivel de confianza elegido 95% (igual a 1.96)

S² = Varianza de la población en estudio (0.5)

d = error máximo permitido (3%)

$$n = \frac{77 (1.96^2)(0.5^2)}{0.03^2(77 - 1) + (1.96^2)(0.5^2)}$$

$$n = \frac{77 (3.8416)(0.25)}{0.03^2(76) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{77 (0.9604)}{0.03^2(76) + 0.9604}$$

$$n = \frac{73.9508}{0.0684 + 0.9604}$$

$$n = \frac{73.9508}{1.0288}$$

$$n = 71.88063764 = \mathbf{72}$$

3.2.2.2.Muestra 2

La segunda parte de la investigación que es de carácter cualitativo tendrá un diseño muestral **No Probabilístico intencional**, al respecto Ávila (2006), indica que el muestreo no probabilístico intencional, permite seleccionar aquellos individuos característicos de una

población limitando la muestra sólo a estos casos; en este caso para poder hacer una correcta triangulación de resultados es necesario que por medio de una muestra no probabilística intencional se seleccionen a los participantes del focus group de tal manera que solo puedan participar de los focus cadetes que ya hayan sido previamente encuestadas (participantes de la primera parte de la investigación en el estudio cuantitativo).

Esta muestra estuvo compuesta por un total de 28 mujeres cadetes de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019. Con un rango de edad entre 17 y 22 años, se encontraban dentro de los cinco primeros años de estudios. Se estableció un total de tres grupos focales:

- Grupo Focal N°1: 7 participantes, 17-18, cadetes de 1er año.
- Grupo Focal N°2: 7 participantes, 18-19, cadetes de 2do año.
- Grupo Focal N°3: 7 participantes, 19 - 20, cadete de 3er año.
- Grupo Focal N°4: 7 participantes, 21 - 22, cadete de 4to año.

Se tuvo en cuenta que en este tipo de estudio la calidad de la información relevada no depende del tamaño de la muestra. La distribución de los grupos se cumplió según lo programado.

Las participantes del grupo piloto fueron 7 mujeres de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos con edades de entre 17 y 18 años.

3.2.3. Técnicas de recolección de datos

3.2.3.1. Técnica cuantitativa: Encuesta

En relación con el planteamiento de los objetivos de investigación se empleó como instrumento las encuestas, aplicando una guía de preguntas claras y sencillas, las cuales han permitido acopiar información vinculada con cada variable, analizar datos de importancia y profundizar en los segmentos seleccionados.

Las encuestas se realizarán en la parte del trabajo de campo que en este caso es La Escuela Militar de Chorrillos donde nos basaremos en realizarle preguntas a nuestra muestra (alumnas que están entre el 1° y 5° año de cadetes).

Para esta investigación se usó el cuestionario modificado MOEDU por Angulo, J. (2008). Estas preguntas son de tipo cerradas, con respuestas en escala de Likert, mismas que fueron codificadas y cuyas respuestas permitieron realizar la verificación de la hipótesis como resultado final.

3.2.3.1.1. Procedimiento:

- Se realizaron propuestas de preguntas acerca de los objetivos descritos en la investigación.
- Previo a realizar las encuestas, se pidió ayuda a nuestro asesor con la corrección de algunas preguntas.

- Con las preguntas finales establecidas se procedió a realizar el trabajo de campo en la Escuela Militar de Chorrillos.
- Se realizaron preguntas cerradas con respuestas en escala de likert.
- Se tomaron fotos para tener evidencia de nuestro trabajo de campo.
- Una vez terminada la encuesta, se analizaron las respuestas una a una.

3.2.3.1.2. Preguntas encuesta:

Tabla 7: Preguntas encuestas Factores que influyen en la elección de la carrera militar

VARIABLE 1 : FACTORES DETERMINANTES	
	Enunciado
FACTORES CULTURALES	¿La discriminación que recibe de los hombres influye en su elección de estudiar la carrera militar?
	¿La opinión de la sociedad al no considerar la carrera militar como una profesión para mujeres influye en su elección de estudiar la carrera militar?
	¿Considera Ud. que sus creencias influyen en su elección de estudiar la carrera militar?
	¿Cree Ud. que el costo de la carrera están acorde a sus ingresos económicos?
	¿Considera Ud. que su religión influye en su elección de estudiar la carrera militar?
	¿Considera Ud. que su estatus social (clase social) influye en su elección de estudiar la carrera militar?
FACTORES SOCIALES	¿La opinión de la familia influye en su elección de estudiar la carrera militar?
	¿Estudiar la carrera militar es tradición en su familia?
	¿La opinión de sus amistades Grupo de Referencia (Grupos de amigos del colegio, grupo de amigos del barrio) influyen en su elección de estudiar la carrera militar?
	¿Considera Ud. que las referencias familiares, amistades o grupos sociales influyen en su elección de estudiar la carrera militar?
	¿Considera Ud. que el prestigio y status que otorga el ser militar influyen en la elección de estudiar esta carrera?
	¿Considera Ud. que la comodidad, estabilidad laboral y el poder alcanzar sus planes a futuro que otorga el Ejército del Perú influye en su elección de estudiar la carrera militar?
	¿Cree Ud. que su edad influye en su elección de estudiar la carrera militar?

FACTORES PERSONALES	¿Considera Ud. el tener una previa formación militar influyen en la elección de estudiar la carrera militar?
	¿Su estilo de vida influye en su elección de estudiar la carrera militar?
	¿Considera Ud. que la falta de oportunidades laborales en el país influyen en su elección de estudiar la carrera militar?
	¿La falta de medios para cursar otra carrera influye en su elección de estudiar la carrera militar?
	Elegí estudiar la carrera militar porque da autonomía en la vida.
FACTORES PSICOLÓGICOS	¿Considera Ud. que el reconocimiento por parte de su familia influyen en la elección de estudiar la carrera militar?
	¿Considera Ud. que los medios de comunicación influye en su elección de estudiar la carrera militar?
	¿Considera Ud. que la percepción que tiene sobre la carrera militar influye en su elección de estudiar esta carrera?
	¿Considera Ud. que sus sentimientos y emociones influye en su elección de estudiar la carrera militar?
	¿Considera Ud. que tener previo conocimiento de la malla curricular influye en su elección de estudiar la carrera militar?
	¿Considera Ud. que tener previo conocimiento del desempeño influye en su elección de estudiar la carrera militar?
VARIABLE 2: ELECCIÓN DE LA CARRERA	
Enunciado	
Interes Profesional	Estudiar la carrera militar era mi primera opción.
	En el test vocacional salió que siga la carrera militar.
	Siempre tuve atracción por la vida militar.
	No tenía otra opción
Identidad Ocupacional	Siento una verdadera vocación por la carrera militar
	Me siento identificada con la institución.
	Me siento orgullosa de estudiar la carrera militar.
Satisfacción	Creo que he tomado una buena decisión al estudiar la carrera militar
	La institución ha cumplido con mis expectativas.
	Recomendaría a otra mujer que estudiara la carrera militar.

3.2.3.2. Técnica cualitativa: Focus Group

Se elaboró una guía de 50 preguntas abiertas que exploraron las siguientes Áreas: Datos socio demográficos (edad, sexo, estado civil, lugar de procedencia, nivel Educativo, estructura familiar), Factores Determinantes: Factores culturales (cultura y subcultura, Clases sociales), Factores Sociales

(Grupos de referencia), Factores Psicológicos (Motivación, percepción, Aprendizaje), Factores Personales (Edad y etapa del ciclo de vida), Personalidad (Estilo de vida, Concepto de sí mismo), Elección de carrera (Interés Profesional, Identidad Ocupacional, Satisfacción). Las preguntas de la guía fueron ordenadas teniendo en cuenta que las preguntas iniciales fueran las más fáciles de responder, para facilitar la generación de confianza entre el moderador y los participantes del grupo.

El estudio piloto de la Guía de preguntas se realizó con la finalidad de comprobar su operatividad y hacer los cambios que se hubiesen considerado necesarios antes de aplicar a un número mayor de participantes.

3.2.3.2.1. Procedimiento:

- Se realizó la convocatoria de los participantes para los grupos focales online.
- La realización de la convocatoria estuvo a cargo de las investigadoras principales.
- Se entró en contacto telefónico con la persona de apoyo dentro de la Escuela Militar de Chorrillos.
- Antes de iniciar los grupos focales se les entregó a las participantes el enlace para que puedan llenar el Consentimiento Informado Online se informó que la participación era voluntaria, confidencial y se les solicitó permiso para la grabación en video y audio de los grupos focales

- En el consentimiento informado online se les explicó brevemente los objetivos, fecha, hora y enlace de los grupos focales, con la finalidad de motivar la participación. Ningún participante mostró objeción a que la reunión sea grabada.
- El ambiente online donde se realizaron los grupos focales fue la plataforma Meet de Google que permitió la interacción cara a cara con los participantes, y la transmisión.
- Los participantes ingresaron las sesiones haciendo clic en un enlace sin necesidad de instalar ningún software.
- Las participantes de los grupos focales se encontraron en la sala de cómputo de la escuela Militar de Chorrillos.
- El moderador e investigadoras principales se contactaron a la sesión online cada uno desde su domicilio.
- Culminada la sesión se les pidió sus nombres para enviarles un obsequio por su participación en el grupo focal.
- Cada grupo focal se realizó en fechas diferentes:
 - Grupo Focal N° 1 se realizó el día martes 24 de noviembre del 2020 de 07:00 p.m. a 08:45 p.m. con una duración de 1hr. y 45 min.
 - Grupo Focal N° 2 se realizó el día miércoles 25 de noviembre del 2020 de 07:00 p.m. a 08:30 p.m. con una duración de 1 hrs y 30 min.
 - Grupo Focal N° 3 se ejecutó el día jueves 26 de noviembre del 2020 de 07:00 p.m. a 08:40 pm con una duración de 1 hrs y 40 min.
- Antes de iniciar las sesiones se les brindó las instrucciones necesarias que debe tener el espacio en donde se realizarán las sesiones:
 - Contar con acceso a internet

- Encontrarse en un ambiente iluminado, sin ruidos molestos o distractores.
- Comprobar la configuración tecnológica con los participantes antes de la sesión
- Tener las condiciones para facilitar la grabación del audio y privacidad.
- Se utilizará un aplicativo que permitirá grabar el audio y video de la sesión en formato MP4 para próximamente poder hacer la transcripción de los audios y análisis de los videos para el análisis de los datos.

3.2.3.2.2. Guía de grupos focales

GUIA DE GRUPOS FOCALES

PRESENTACIÓN*

Buenos días/tardes/noches; mi nombre es (Nombre del Moderador) y voy a ser el encargado de conducir esta reunión. Les presento a las personas que me van a acompañar en este trabajo, (Nombre de las investigadoras) mi nombre es (Nombre del Entrevistador) y formo parte de un equipo de profesionales que está realizando un estudio para conocer sus opiniones sobre el proceso de toma de decisiones de las mujeres en la elección de la carrera militar, entre los 16 y 21 años, para identificar cuáles son los factores que influyen en el proceso de decisión, el cual termina eligiendo la carrera en la Escuela Militar de Chorrillos.

Ahora vamos a tener una conversación abierta donde yo plantearé algunos temas generales e indicaré el orden en que cada una de ustedes participará.

Para nosotros es muy importante lo que dicen cada una de ustedes, así que, para no perdernos ningún comentario, les informamos que vamos a grabar la videoconferencia. Obviamente,

todo lo que se diga aquí, así como la información recolectada se mantendrá en estricto privado y será confidencial. El video será grabado y cifrado para salvaguardar la confidencialidad de la información en este estudio.

Por favor, antes de empezar siéntanse cómodas y expresen sus opiniones libremente, que todas son válidas.

*Compartir las instrucciones en la pantalla al inicio de la sesión.

Hemos culminado con la entrevista, agradecemos nuevamente su participación y el tiempo brindado. Buenos días/tardes/noches

Sección 1: Introducción (familiarización).

a) Datos generales.

- *¿Cuál es tu nombre y apellidos?*
- *¿Qué edad tienes?*
- *¿Dónde naciste, en qué lugar del País? (Departamento, provincia si es posible)*
- *¿En qué año te encuentras estudiando?, ¿Estudias alguna especialidad?*
- *¿Cuál es tu estado civil?*

b) Características básicas de su familia.

- *¿Con quién/es vives (papá, mamá, padrastro, madrastra, hermano, hijos, etc.)?*
- *¿Cuántos hermanos tienes?*
- *¿Cuántos hijos e hijas tienes?*
- *¿Cómo es tu relación con tu familia? ¿Buena, regular o mala?*

Sección 2: Factores Culturales

c) La cultura y subcultura

- *¿Por qué razones creen que ustedes que las mujeres estudian la carrera militar?*
- *¿Consideran ustedes que la sociedad está de acuerdo con que las mujeres sigan la carrera militar? ¿Por qué?*
- *Creen que la discriminación a la mujer influye en la decisión para elegir la carrera militar. ¿Por qué razón?*

d) Clases sociales

- *¿Cuál es el grado de instrucción de sus padres? (secundaria incompleta, secundaria completa, superior no universitario, superior universitario)*
- *¿Cuál es el grado de instrucción de sus hermanas/os? (secundaria incompleta, secundaria completa, superior no universitario, superior universitario)*

Sección 3: Factores Sociales

e) Grupos de referencia

- *¿Algún familiar o amigo influyó en su decisión al momento de elegir estudiar la carrera militar?*
- *¿Como se enteraron por primera vez de la carrera militar para mujeres? (feria vocacional, publicidad, Redes Sociales, entorno familiar, amigos).*

f) Familia

- *¿Algún familiar o persona cercana a ustedes ha seguido o sigue la carrera militar? ¿Es Oficial o Sub oficial? ¿Qué grado tiene u obtuvo?*
- *¿Alguien de su familia les apoya económica o financieramente en sus estudios?*

g) Roles y status

- *¿Considera usted que las mujeres eligieron estudiar la carrera militar porque querían ser modelo para otras personas?*
- *¿Considera usted que las mujeres eligieron estudiar la carrera militar porque les daría estatus?*
- *¿Considera usted que las mujeres eligieron estudiar la carrera militar porque les da más oportunidades en el campo laboral?*

Sección 4: Factores Psicológicos

h) Motivación

- *¿Cuál fue el motivo más importante para tomar la decisión de estudiar una carrera militar?*

i) La percepción

- *Creer que la carrera militar es la profesión que buscaba. ¿Por qué?*
- *Si tuviera la oportunidad de escoger otra carrera, ¿Cambiaría la carrera militar? ¿Por qué?*
- *Piensan que la carrera militar es muy difícil. ¿Por qué?*
- *Considera usted que las actividades co-curriculares deberían ser separadas por género. ¿Por qué?*
- *Creer que lo que se dice en la publicidad no es la realidad de la carrera militar. ¿Por qué?*

j) Aprendizaje

- *Tenían conocimiento del plan curricular de la carrera militar antes de ingresar a la escuela ¿Cómo se enteraron?*
- *Tenían conocimiento del desempeño profesional de la carrera militar antes de ingresar a la escuela ¿Cómo se enteraron?*
- *Piensan que las mujeres cuentan con las capacidades para estudiar una carrera militar. ¿Por qué?*

Sección 5: Factores Personales

k) La edad y la etapa del ciclo de vida

- *¿Piensan que la edad influye mucho en la elección de la carrera militar?*
- *¿Creer que elegir estudiar la carrera militar ayudará a alcanzar sus metas propuestas?*

l) Personalidad

- *Piensan que elegir la carrera militar les puede dar prestigio. ¿Por qué razón?*
- *Opinan que el elegir la carrera militar puede hacerlos ser una persona importante. ¿Por qué razón?*
- *¿Piensan que elegir la carrera militar podría intimidar y limitar sus relaciones sentimentales, sociales, etc.?*

- *¿Considera usted, que la carrera militar en una mujer influye en la personalidad de sus hijos?*

m) Estilo de vida

- *Piensan que el estudiar la carrera militar les ayudara a desarrollar sus talentos ¿Cuáles?*
- *¿Qué opinan acerca de que el formar parte de la carrera militar les puede dar autonomía en la vida?*

n) Concepto de sí mismo

- *Me gusta la vida militar por eso quiero estudiar la carrera.*
- *Me siento segura de estudiar la carrera militar.*

Sección 6: Selección de la Carrera

o) Interés Profesional

- *En cuanto a sus intereses profesionales, ¿Cuáles eran las opciones que tenían?*
- *Alguna vez realizaron un test vocacional ¿Qué carrera salió elegida?*
- *Que opinan de seguir la carrera militar por tradición ¿Este es tu caso?*
- *Se sentían atraídas por la vida militar. ¿Por qué?*
- *¿Tenían otras opciones de carreras?*

p) Identidad Ocupacional

- *Sienten una verdadera vocación por la carrera militar ¿Por qué?*
- *Se sienten identificadas con la institución. ¿Por qué?*
- *Se sienten orgullosas de estudiar la carrera militar. ¿Por qué?*

q) Satisfacción

- *Creen que tomaron una buena decisión al estudiar la carrera militar ¿Por qué?*
- *Creen que la institución ha cumplido con sus expectativas. ¿Por qué?*
- *Le recomendaría a otra mujer que estudiara la carrera militar ¿Qué le diría para motivarla a elegir esta carrera?*

Hemos culminado con la entrevista, agradecemos nuevamente su participación y el tiempo brindado. Buenos días/tardes/noches

3.2.3. Procesamiento de la información

Los resultados se analizaron mediante la estadística descriptiva, ya que esta se dedica a analizar y representar los datos por medio de tablas y gráficos

Para lo cual se tuvo en cuenta lo siguiente:

Análisis cuantitativo: El proceso de análisis será estadístico utilizando el programa estadístico informático Spss 25.

Se tabularon los datos con el programa de Excel seguidamente se procesarán en el programa Spss 25 para obtener tabla de frecuencias, gráficos de barras y para la contratación de hipótesis.

Para la confiabilidad del cuestionario se usó la prueba del coeficiente alfa de Cronbach.

Análisis Cualitativo: La información recabada de los cuatro grupos focales fue analizada en tres etapas:

1. **Reducción de datos:** cada sesión fue registrada en grabaciones de audio y transcrita Fielmente, en la medida de lo posible, respetando los fenómenos del habla tales como exclamaciones, Intenciones, silencios, murmullos, neologismos, argot de consumo, etc. En esta Etapa fue necesaria la entrega de archivos electrónicos (formato Microsoft Word) y físicos (impresos) de cada una de las transcripciones realizadas. El material de audio grabado de cada Grupo focal tuvo un rango de 60 a 90 minutos de duración aproximadamente.

2. **Palabras clave:** Se estable cuales son las palabras más usadas y establecer cómo son utilizadas en contexto con otras; específicamente, representa un análisis de la cultura del uso de la palabra.

3. **Análisis de discurso:** Seleccionar segmentos representativos y luego analizarlas en detalle para estudiar cómo versiones de elementos tales como sociedad, comunidad, instituciones, experiencias y eventos surgen en el discurso.

3.3. Aspectos éticos

En la elaboración de esta investigación, se dará cumplimiento de la Ética Profesional, el desarrollo no involucra daños físicos y emocionales a los implicados, ya que toda la información recibida es bajo el consentimiento de los participantes y a su vez está se manejará de manera confidencial, las encuestas también serán manejadas de manera anónima de modo que el nombre del participante no se podrá saber. En general, el desarrollo se ha llevado a cabo prevaleciendo los valores éticos.

Por otro lado, se solicitó el permiso a la Escuela Militar de Chorrillos para poder realizar encuestas a las cadetes que se encuentran dentro de la institución, así como también poder tener información básica para nuestra investigación.

3.4. Confiabilidad del Instrumento

Confiabilidad a través del coeficiente Alfa de Cronbach del cuestionario de factores que motivan la elección de la carrera profesional.

Según Sánchez y Reyes (2006), la Confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado de precisión o exactitud de la medida, en el sentido de que si aplicamos repetidamente el instrumento al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados.

Tabla 8: Criterios de confiabilidad

CRITERIO DE CONFIABILIDAD	VALORES
No es confiable	-1 a 0
Baja confiabilidad	0,01 a 0,49
Moderada confiabilidad	0,5 a 0,75
Fuerte confiabilidad	0,76 a 0,89
Alta confiabilidad	0,9 a 1

Fuente: Sánchez y Reyes (2006)

Confiabilidad del cuestionario de factores que motivan la elección de la carrera profesional

Se tomó una muestra, mediante la aplicación de una prueba piloto de 72 estudiantes de la escuela militar de Chorrillos.

Tabla 9: Alfa Cronbach, cuestionario 34 ítems

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,972	34

Fuente: Confiabilidad del cuestionario “Factores que influyen en la elección de la carrera militar” con 34 ítems

Según el análisis realizado se obtuvo un equivalente de 97,2% de confiabilidad. Considerando la escala de valores que determina el rango de 0.90 a 1 y el valor de 0.972 obtenido en el cálculo de la confiabilidad para el instrumento, se puede decir que el instrumento aplicado en la presente investigación posee una **Alta confiabilidad**.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos en el trabajo de campo que se realizó a través del análisis de los datos obtenidos de las cadetes femeninas de la Escuela Militar de Chorrillos (EMCH)

Este análisis se enfoca en el estudio de los factores que influyen en la decisión de una mujer para elegir la carrera militar. La información fue obtenida mediante encuestas y focus groups realizados a las cadetes de la escuela militar. Es importante mencionar que los instrumentos que se emplearon: Encuestas y Focus group fueron validados a través de especialistas de las áreas de marketing e investigación, los cuales se encargaron de corregir adecuadamente el instrumento con la finalidad de poder obtener la información requerida para el estudio.

4.1. Descripción de resultados

4.1.1. Influencia de los factores culturales en la elección de carrera

El **25%** y **30,56%** de las cadetes se muestran **muy desacuerdo** y **desacuerdo** respectivamente cuando se les pregunta si la discriminación que reciben de los hombres influyen en su elección de estudiar la carrera militar. Por otro lado, el 18,06% de las encuestadas se muestran **muy de acuerdo** en relación con la misma consulta. Es decir, que más de la mitad de las encuestadas no consideran a la discriminación que recibe por parte los hombres como influencia para la toma de decisiones.

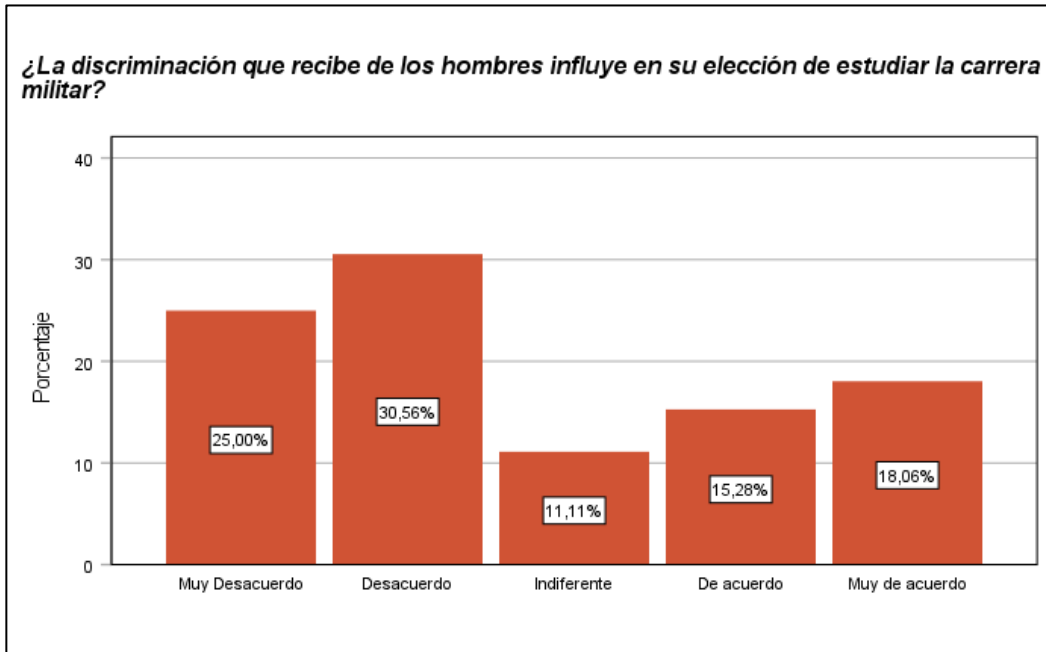


Figura 7: Influencia de machismo en la elección de la carrera militar

Como se puede observar en la figura 8, el **44.44%** de las encuestadas se muestran **desacuerdo** en que la opinión de la sociedad influye en su elección de la carrera militar, mientras que solo el **4,17%** se mostró **muy de acuerdo** en que la opinión de la sociedad la influyó durante el proceso de elección de la carrera militar.

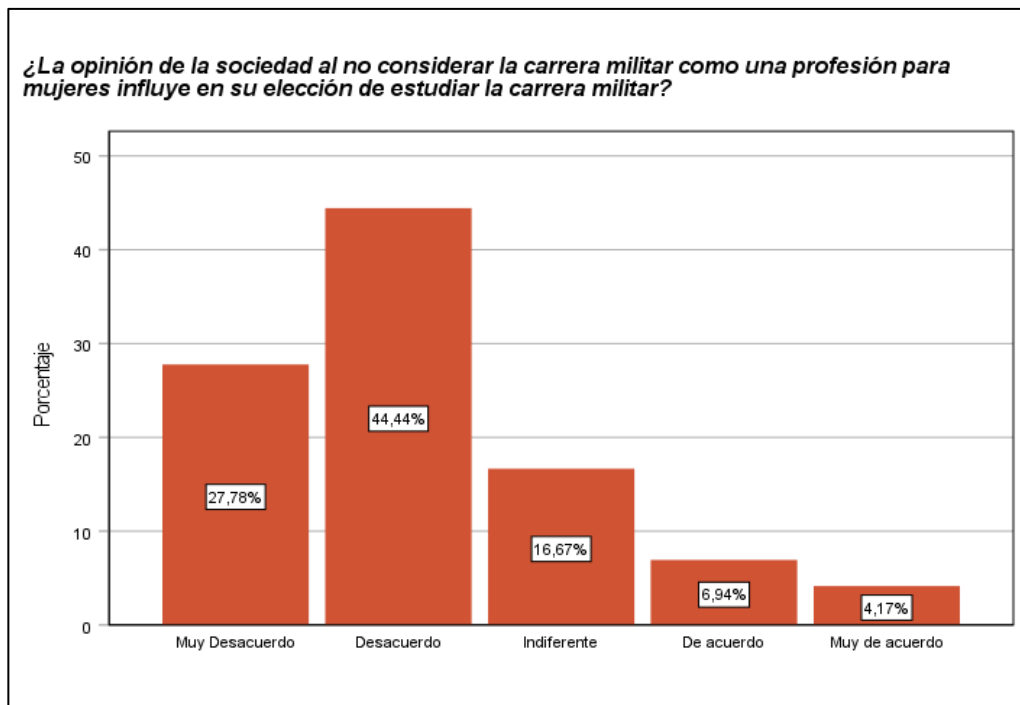


Figura 8: Influencia de la opinión de la sociedad en la elección de la carrera militar

La opción que obtuvo un mayor porcentaje fue la opción “**Muy Desacuerdo**” con un **73,61%**. Lo cual evidencia que más de la mitad de las encuestadas están muy desacuerdo en que las creencias influyen en su elección de la carrera militar. Por lo cual no se considera un factor influyente al momento de elegir la carrera militar

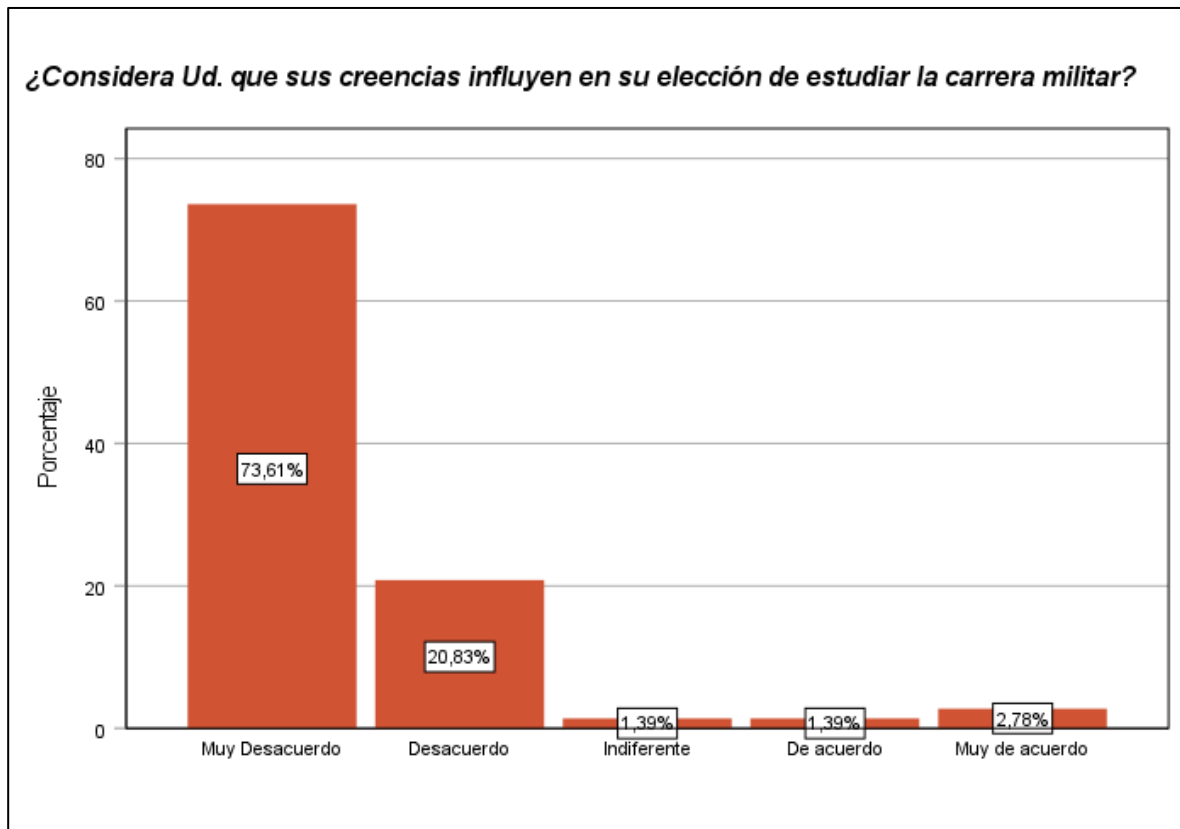


Figura 9:Influencia de las creencias en la elección de la carrera militar

Para el **48.61%** de las cadetes están **muy de acuerdo** con que el costo de la carrera está acorde a sus ingresos. Lo que evidencia que antes de elegir la carrera se toma en cuenta si podrá solventarse el pago de la carrera, se considera un factor influyente al momento de elegir la carrera militar..

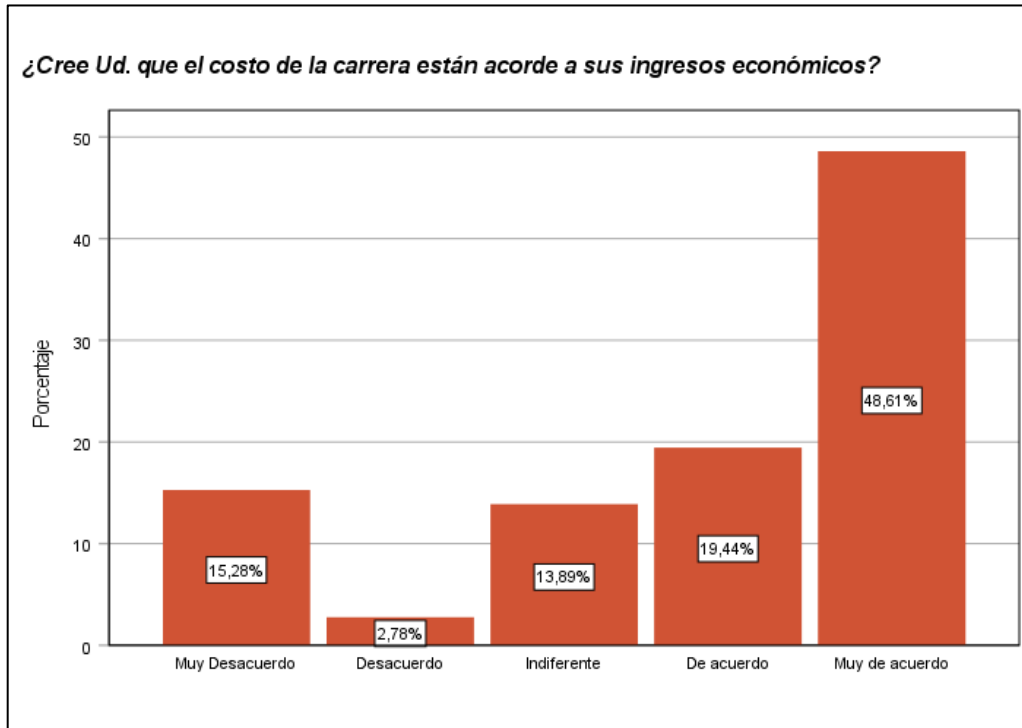


Figura 10:Costo de carrera en relación con los ingresos.

En el gráfico 11 la mayoría de las encuestadas **desacuerdo** en que su religión influyen en la elección de la carrera militar. Mientras que solo un **1.39%** de las cadetes considera que su religión si influye en la elección .

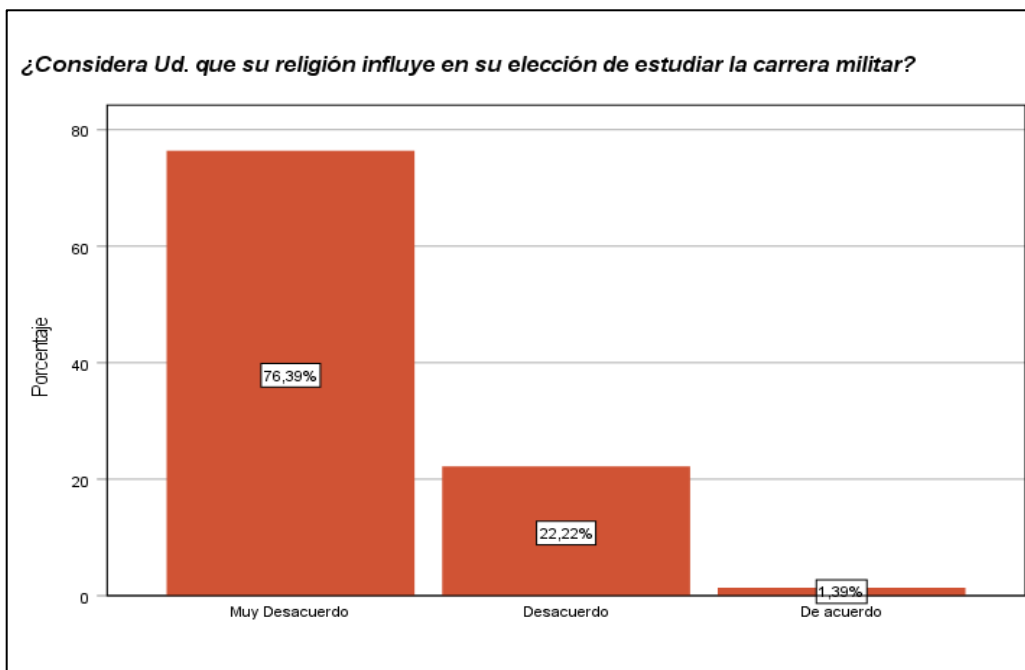


Figura 11:Influencia de la religión en la elección de la carrera militar

En el gráfico se puede observar que el estatus social no influye en la elección, ya que el **58.33%** de los encuestados se muestran **muy desacuerdo** cuando se les pregunta si consideran que este factor influye en su elección profesional.

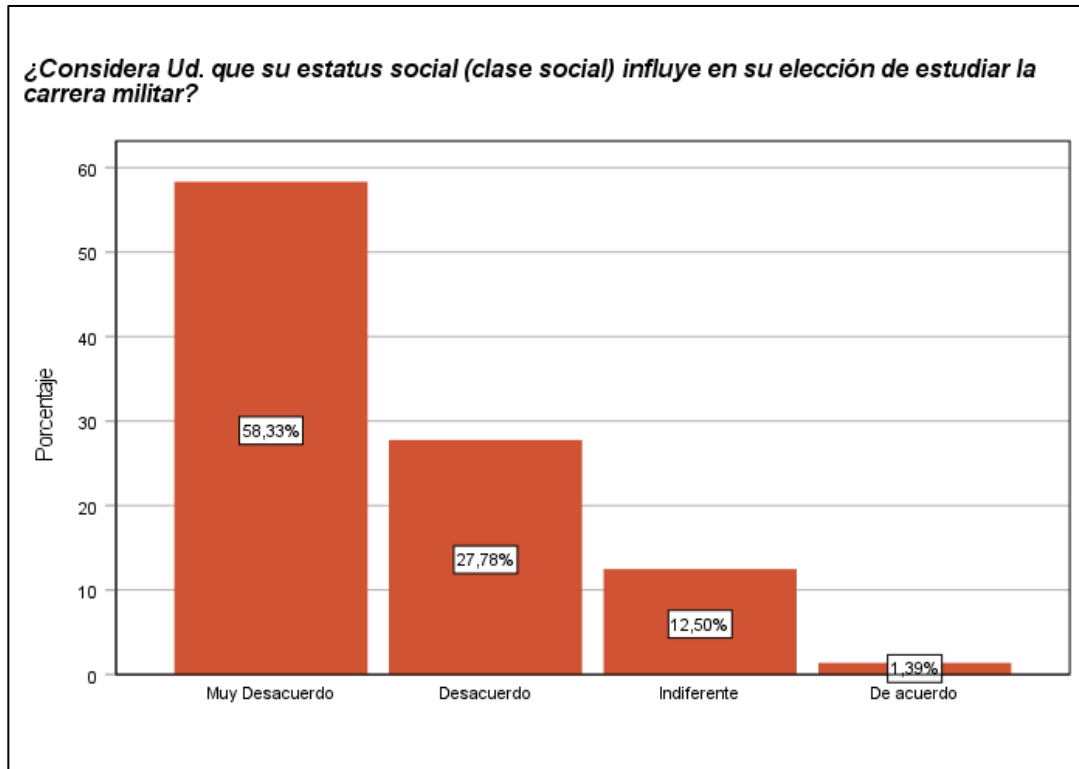


Figura 12:Influencia de la clase social en la elección de la carrera.

4.1.2. Influencia de los factores sociales en la elección de carrera

Cuando se consulta a las cadetes si la opinión de la familia influye al momento de elegir la carrera militar el **36.11%** se muestra **muy de acuerdo**, mientras que **20,87%** se mostró muy **desacuerdo** cuando se les hace la misma consulta.

Este análisis se realiza para observar si la opinión de la familia influye al momento de escoger la carrera militar.

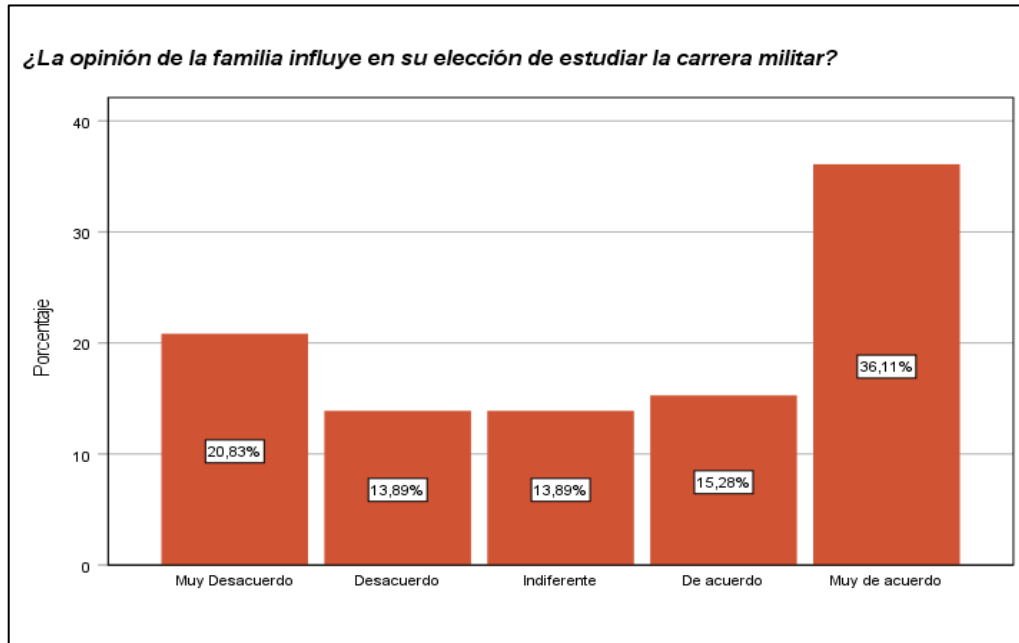


Figura 13:Influencia de la opinión de la familia en la elección de la carrera.

En el gráfico14 se resalta que el **61.11%** de las encuestadas, indican que la carrera militar no es una tradición en su familia. Por lo cual no se considera la presión de tradición familiar como un factor influyente al momento de elegir la carrera militar.

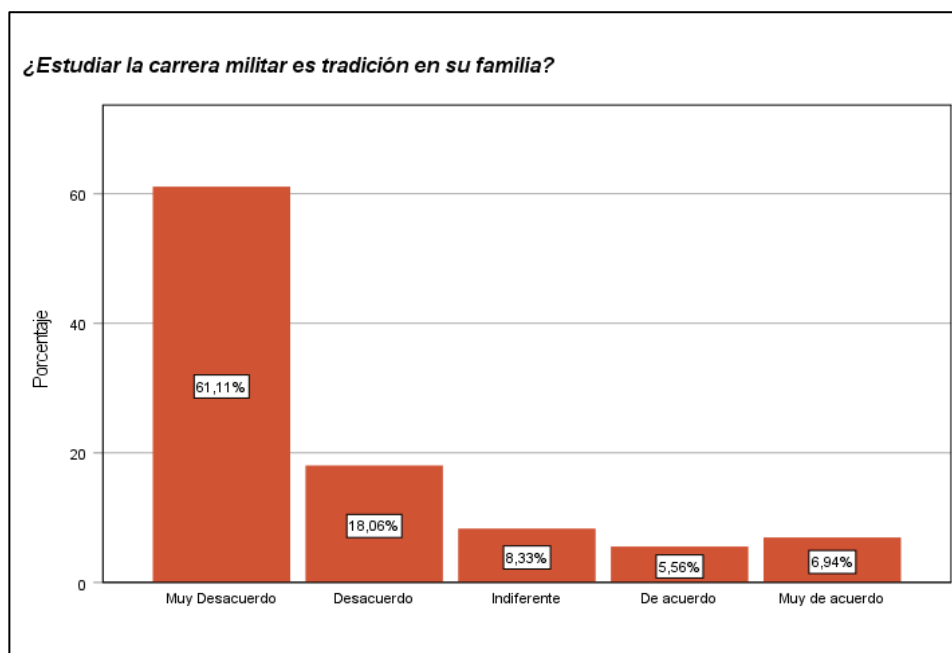


Figura 14:Influencia de la tradición familiar en la elección de la carrera.

El **59.72%** de las cadetes de la EMCH consideran que la opinión de sus amistades **no influyen** en su elección de la carrera militar. Por otro lado, solo el **6.94%** de las encuestadas respondieron que se encuentran **muy de acuerdo** con la misma afirmación. Es decir, la opinión de los grupos de preferencia no es un factor importante al momento de elegir una carrera.

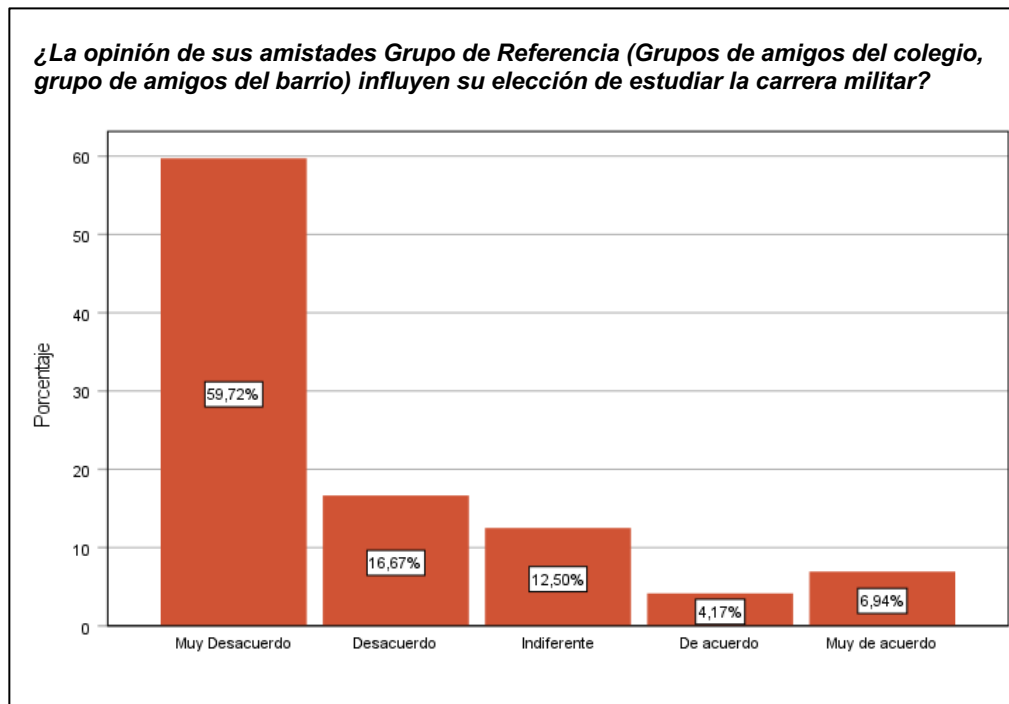


Figura 15:Influencia de los grupos de referencia en la elección de la carrera.

Como se puede observar en la figura 16, el **33,33%** y el **25%** de las encuestadas se muestran **muy de acuerdo** y **de acuerdo** en que las referencias de los amigos y familia influyen en el proceso de elección de la carrera militar, mientras que el **9.72%** de los encuestados se muestra muy desacuerdo con respecto a la misma afirmación, lo cual demuestra que si bien no toman en cuenta la opinión de los grupos sociales si tienen en cuenta la referencias que estos brindan al momento de elegir esta carrera profesional.

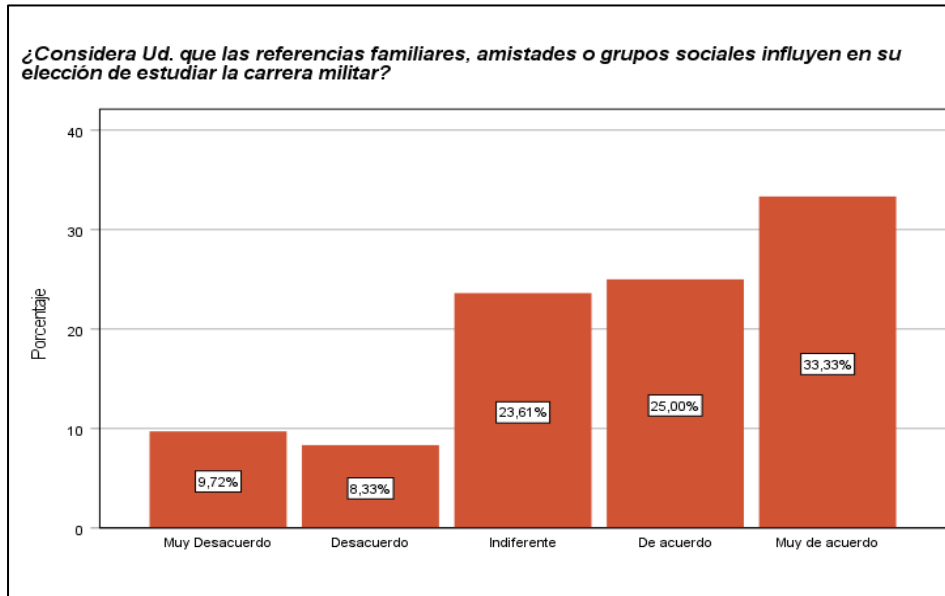


Figura 16: Influencia de referencias familiares y amicales en la elección de la carrera militar

En la figura 17 se resalta que el **44.44%** de las encuestadas se encuentra **muy de acuerdo** en que el prestigio y status que otorga la carrera son factores importantes en el proceso de elección de carrera, por lo cual se considera un factor influyente en este proceso de elección.

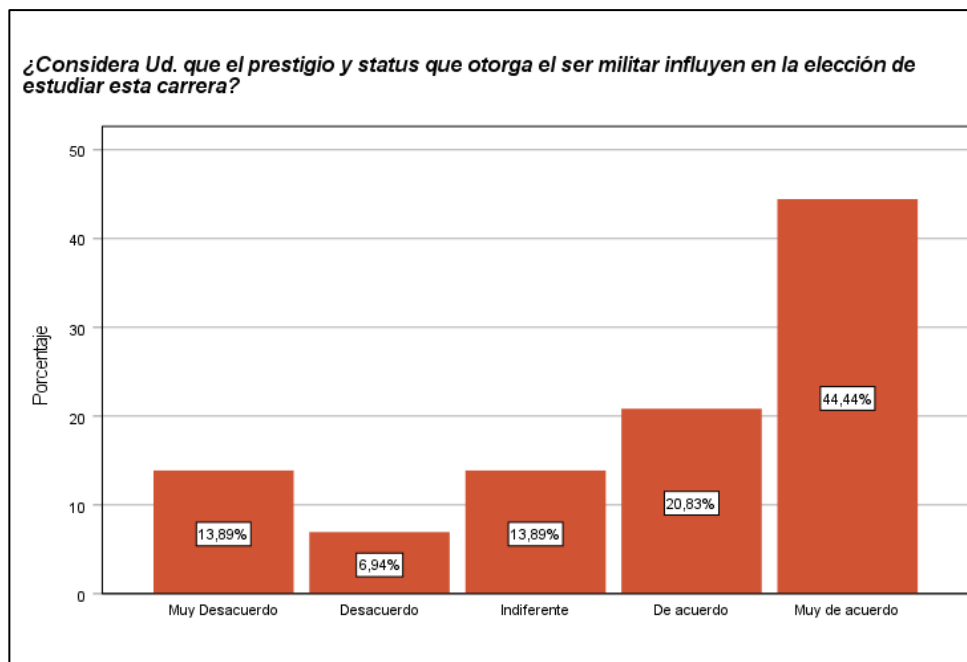


Figura 17: Influencia de status y prestigio que otorga la carrera militar en la elección de la carrera militar

Asimismo, los resultados son muy similares cuando se habla de la influencia de la comodidad y estabilidad laboral que otorga la carrera al momento de elegir la carrera militar, ya que el **61,11%** de las encuestas indica que está **muy de acuerdo** con esta afirmación, lo cual evidencia que los beneficios que otorga estudiar esta carrera.

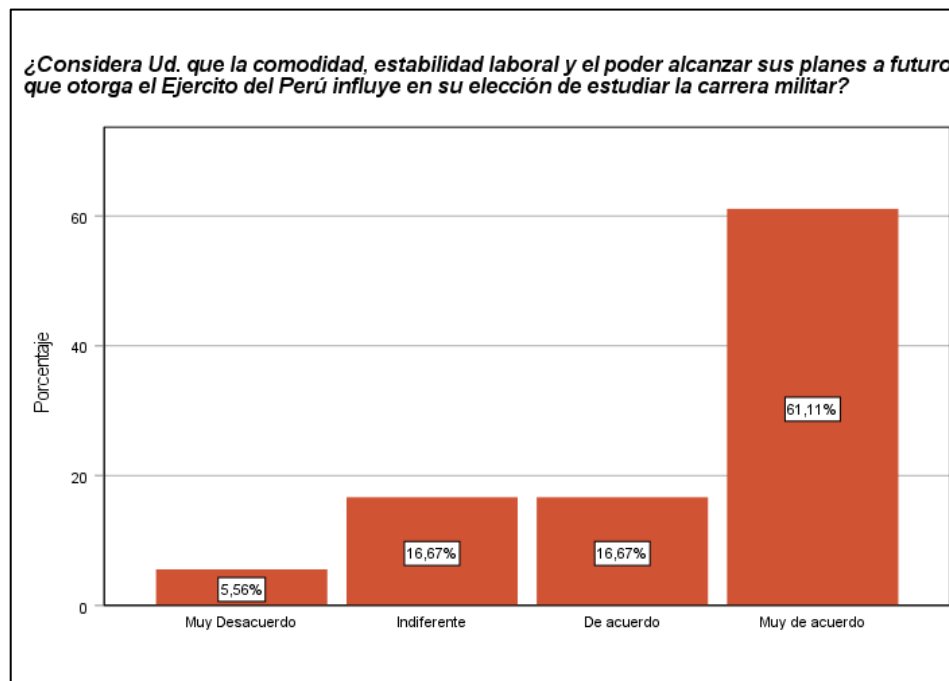


Figura 18: Influencia de beneficios que otorga la carrera militar

4.1.3. Influencia de los factores psicológicos en la elección de carrera

Del 100% de las encuestadas el **63,89%** se muestra **muy de acuerdo** en que el reconocimiento que obtiene de su familia es un factor que si influyen en la elección de la carrera militar, esto evidencia que si bien no consideran la opinión de la familia sobre que carrera estudiar si es importante obtener el reconocimiento por parte de ellos.

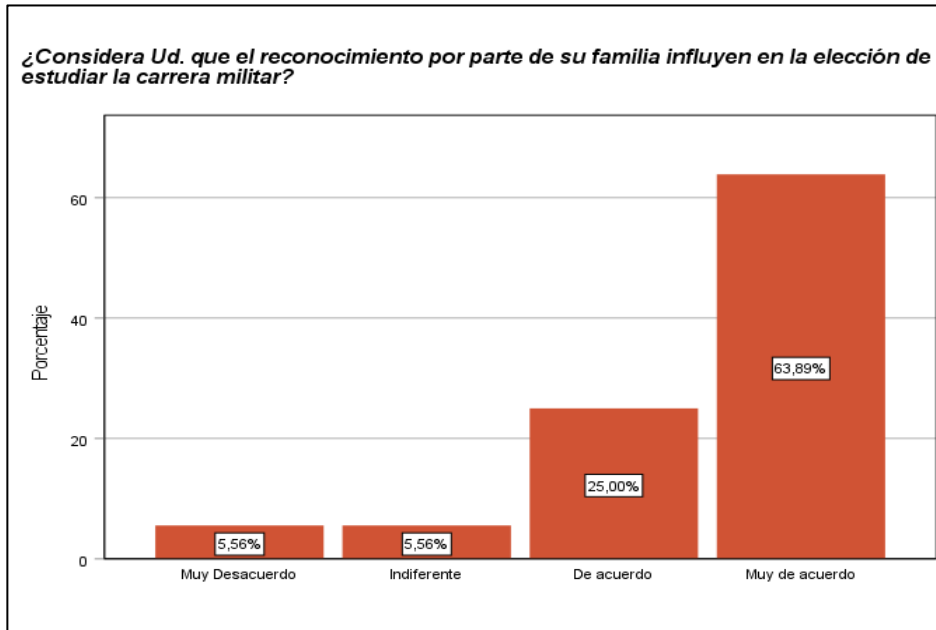


Figura 19: Influencia del reconocimiento por parte de la familia en la elección de la carrera militar

Con respecto a la influencia de los medios de comunicación en la elección de la carrera el 27.78% considera que los medios de comunicación no influyen, pero el mismo porcentaje considera que si influyen en su elección. Lo que evidencia que este es un factor neutro en la elección de una carrera profesional.

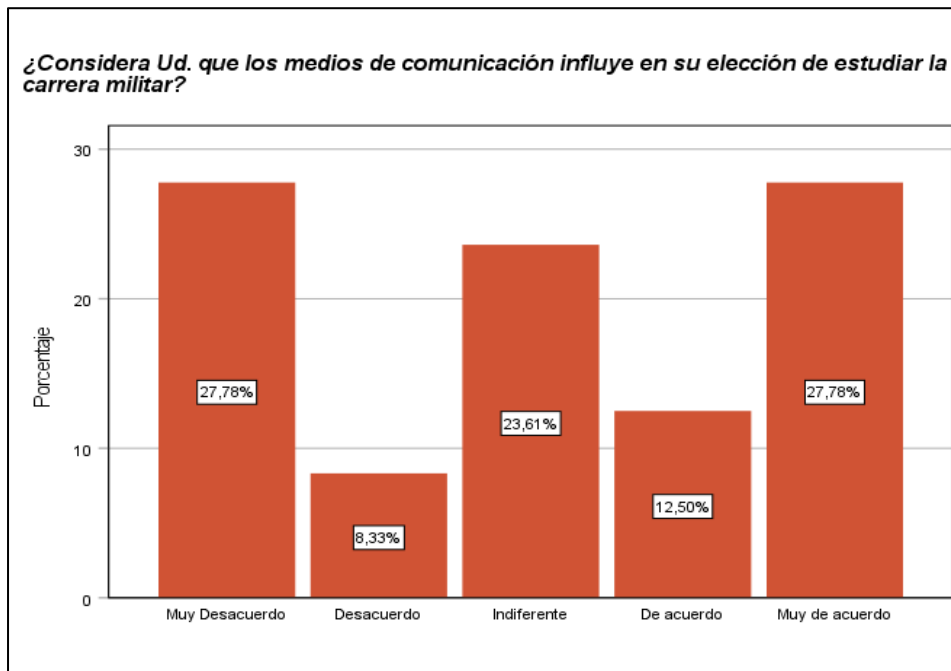


Figura 20: Influencia de los medios de comunicación influye en la elección de carrera militar

Se puede observar que en el gráfico 21 el **68.06%** de las encuestadas coinciden en que la percepción que tienen de la carrera militar influye en su elección, esto a su vez evidencia que es muy importante que el aspirante tenga una buena percepción de lo que la carrera militar.

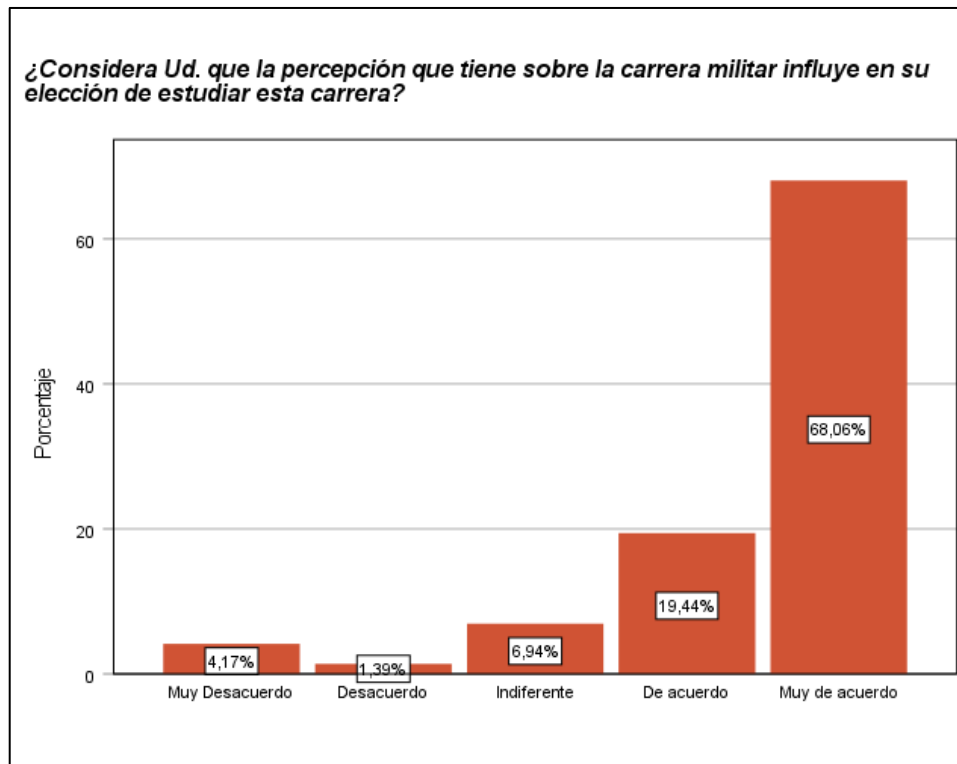


Figura 21: Influencia de la percepción de la carrera en la elección de carrera militar

Cuando se habla sobre la influencia de los sentimientos y emociones en la elección de la carrera militar el 80,56% de las encuestas se muestra muy de acuerdo con esta información, esto nos evidencia que las mujeres son muy emocionales y tienen en cuenta este factor para una decisión tan importante como es la de estudiar una carrera profesional.

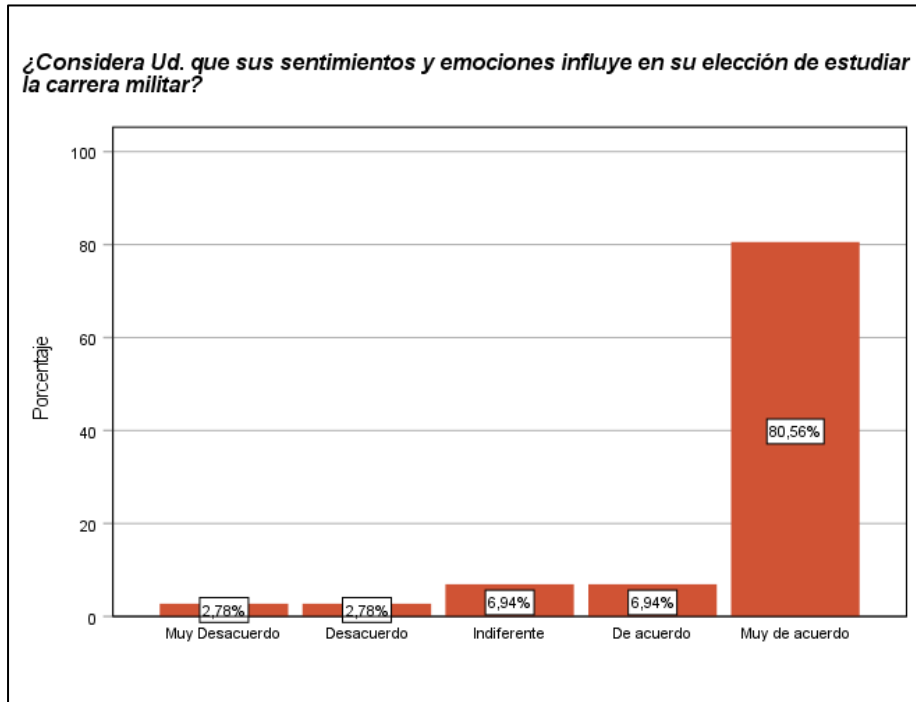


Figura 22: Influencia de emociones y sentimientos en la elección de carrera militar.

En el gráfico 23 la mayoría de los estudiantes encuestados se encuentran muy desacuerdo en que el previo conocimiento de la malla curricular influyen en la toma de decisión.

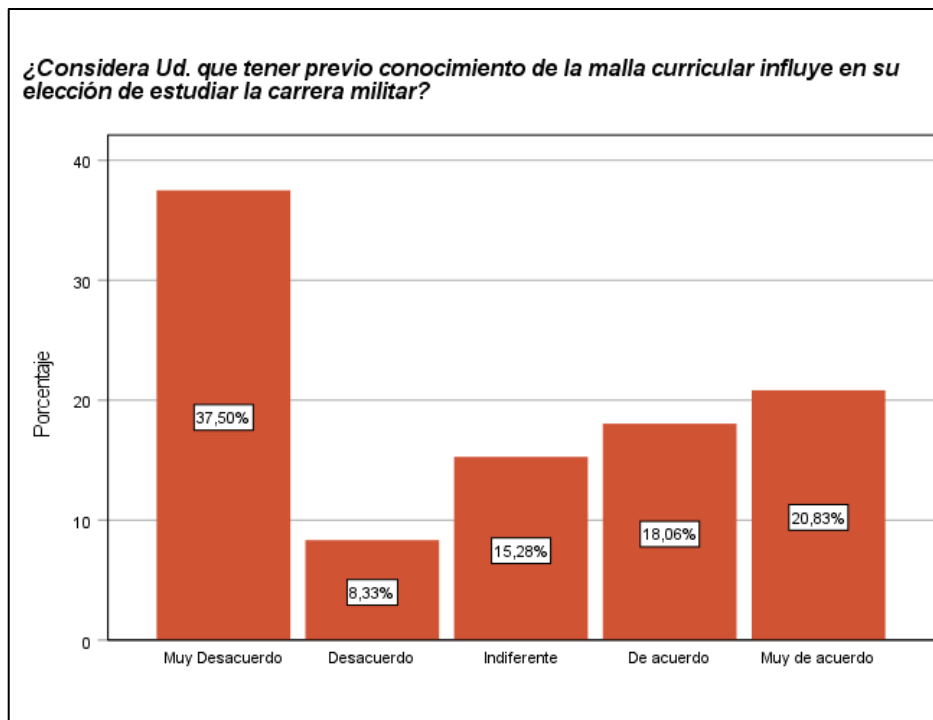


Figura 23: Influencia de conocimiento previo de la carrera en la elección de carrera militar.

EL 41,67% de las encuestadas afirman que se encuentran muy de acuerdo cuando se afirma que el conocimiento del desempeño profesional influye en la elección profesional, haciendo un contraste lo que nos dice que más que información plasmada en un documento, lo que importa más es saber que realizará en la práctica diaria de esta profesión.

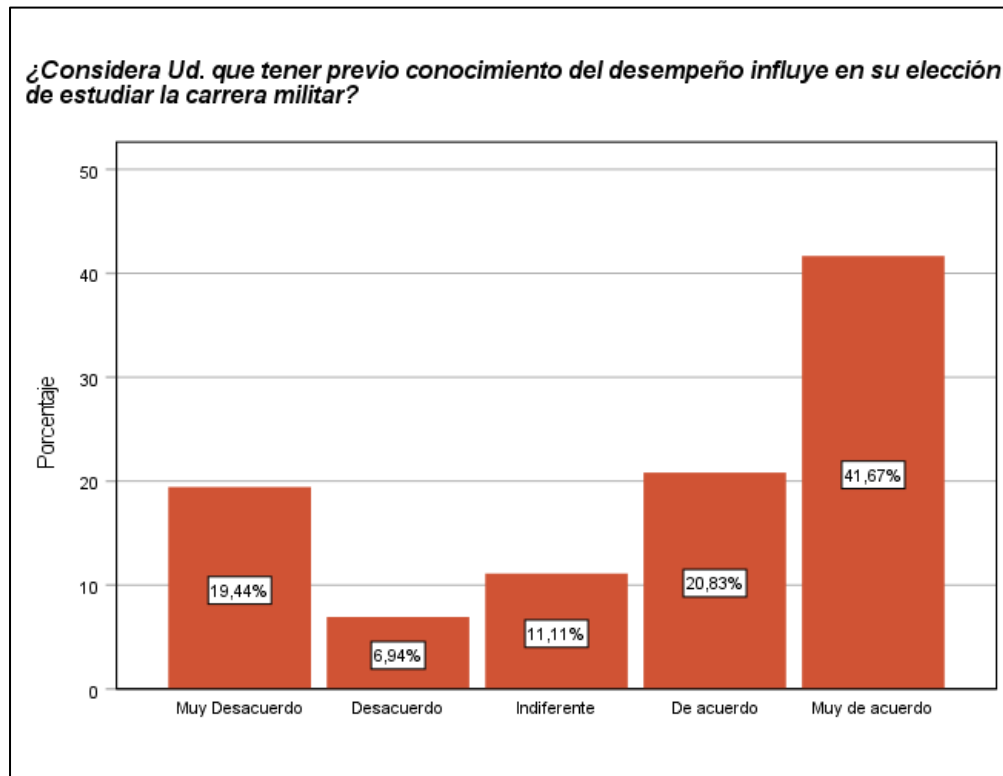


Figura 24:Influencia de conocimiento profesional en la elección de carrera militar.

4.1.3. Influencia de los factores personales en la elección de carrera

Como se puede observar en el gráfico 25, el **43.06%** de las encuestadas consideran que la edad **influye** en la elección de la carrera militar, mientras que el **9,72%** de las encuestadas se encuentran **muy desacuerdo** con esta afirmación.

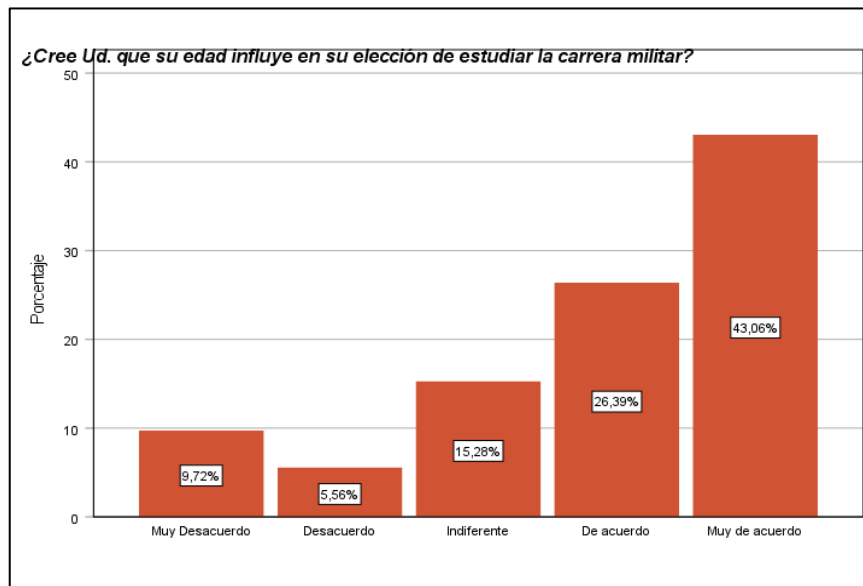


Figura 25: Influencia de la edad en la elección de la carrera militar

El 45, 83% considera que no es necesario tener preparación previa para poder elegir estudiar la carrera militar, sin embargo existe un 23.61% que considera que el tener una previa preparación influye en la elección de la carrera. Se evidencia que existe una gran diferencia de porcentajes, por lo que no se considera un factor influyente al momento de elegir la universidad.

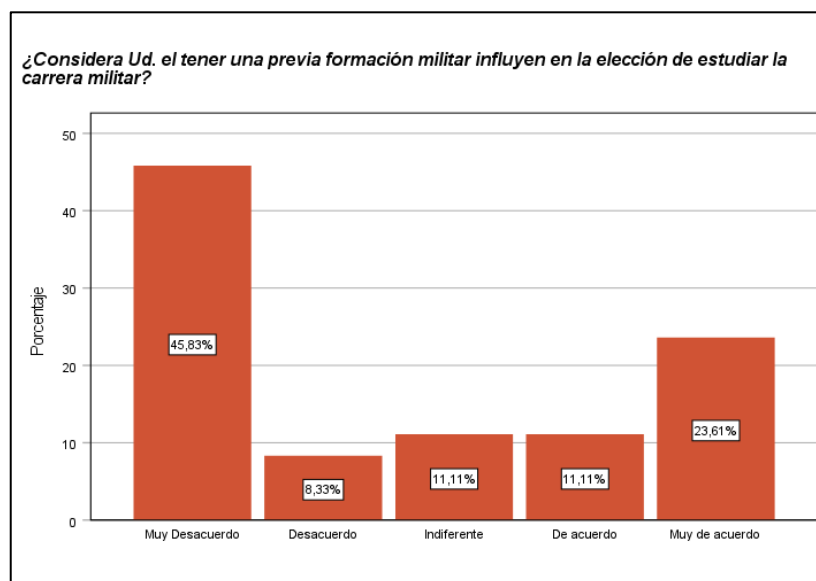


Figura 26: Influencia de la formación previa en la elección de la carrera militar

En el gráfico 27 la mayoría de las encuestadas se encuentra muy desacuerdo en que el estilo de vida influye en la elección de la carrera. Sin embargo, el **20.83%** está muy de acuerdo en que el estilo de vida si influye en el proceso de elección. Esto evidencia que la mayoría de aspirantes no necesariamente tienen un estilo de vida similar al militar y recién lo adquieren durante la carrera.

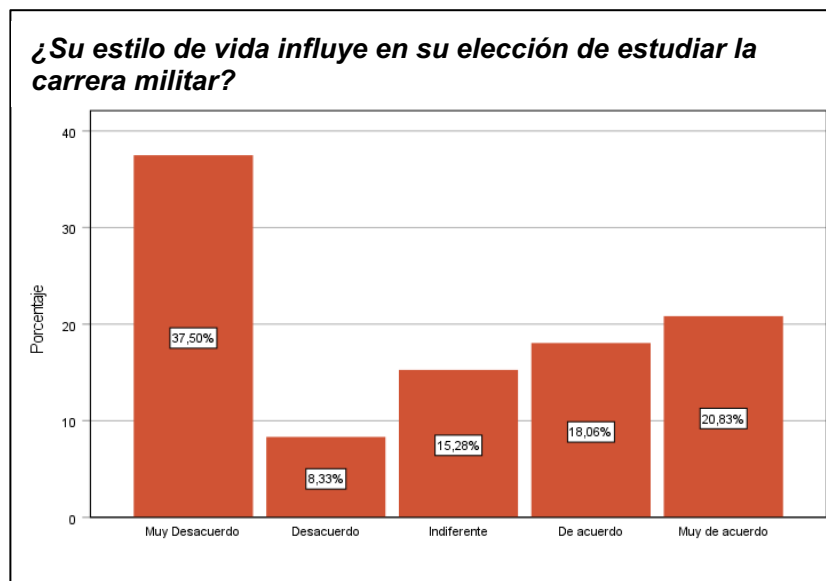


Figura 27: Influencia del estilo de vida en la elección de la carrera militar

Como se puede observar en el gráfico 28, el **52.78%** de las encuestadas consideran que la falta de oportunidades laborales influyen en la elección de la carrera, por lo cual se considera como un factor muy importante en el proceso de elección de la carrera profesional.

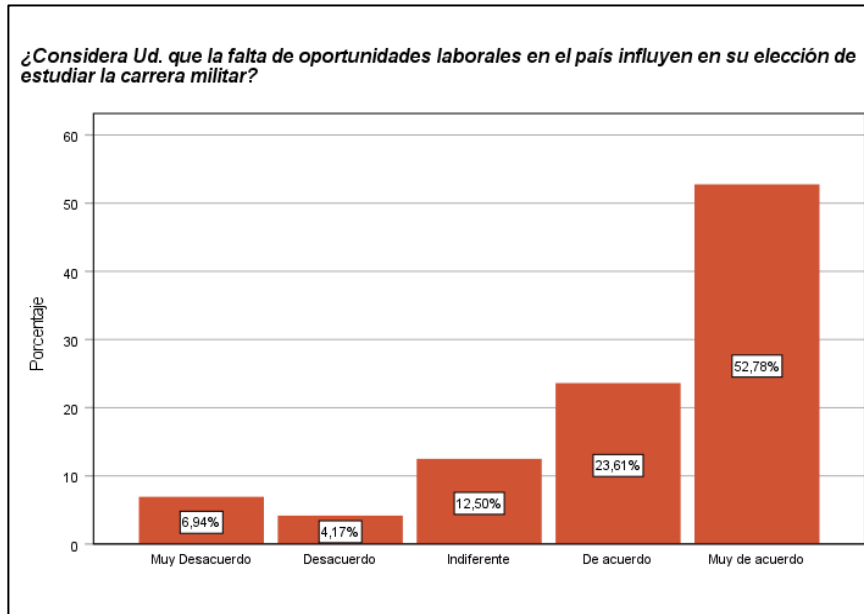


Figura 28: Influencia de la falta de oportunidades laborales en la elección de la carrera militar

Asimismo, cuando se consulta si la falta de medios para cursar otra carrera profesional influye en la elección de estudiar la carrera militar, el **38,89%** se muestra muy de acuerdo frente a esta afirmación, lo cual evidencia que si bien un **18,06%** está muy segura al momento de su decisión, existe un porcentaje mayor que al no tener otra alternativa eligió esta carrera.

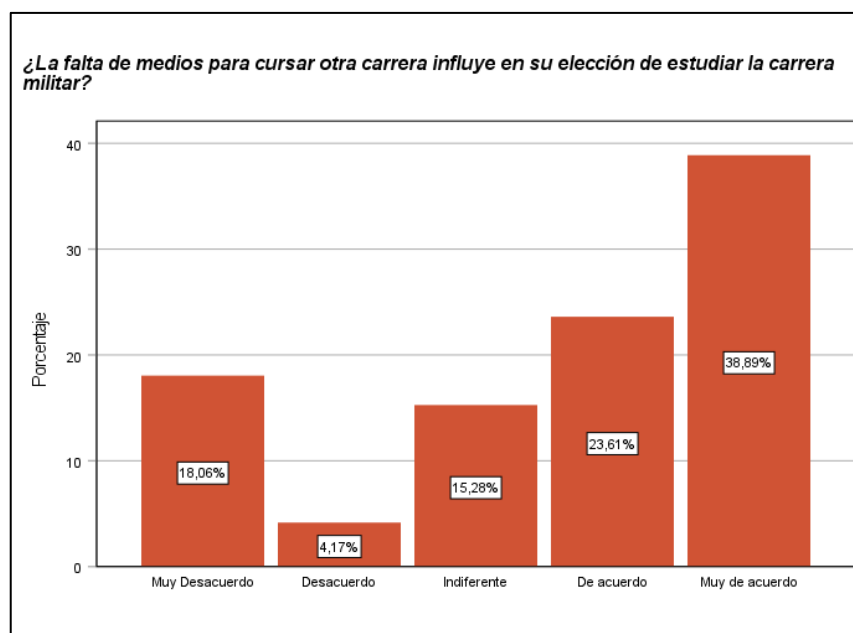


Figura 29: Influencia de la falta de medios para estudiar otra carrera en la elección de la carrera militar

En la figura 30 se resalta que el **51.39%** de las encuestadas eligió estudiar la carrera militar porque le da autonomía. Lo cual indica que el estudiar la carrera militar empodera de cierta manera a las mujeres.

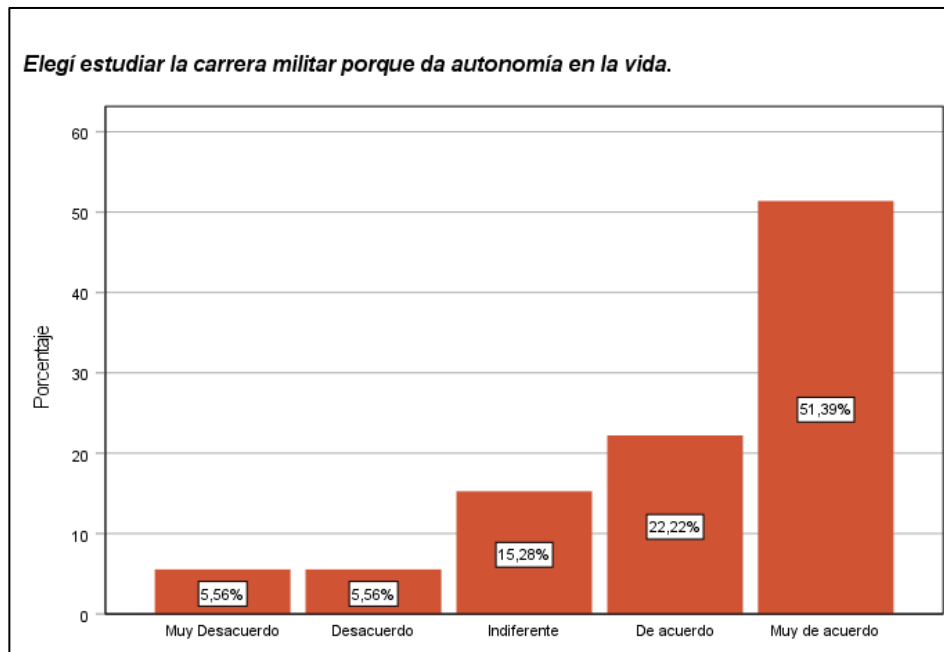


Figura 30: Influencia de autonomía que otorga la carrera militar en la elección de la carrera militar.

4.2. Resultados de Focus Group

4.2.1. Proceso de análisis interpretativo en la investigación

Factores Culturales

- *Motivación de demostrar que no solamente los hombres pueden realizar ese tipo de carreras.*
- *La discriminación hacía la mujer no influye en la elección de la carrera*
- *Motivación de estudiar la carrera militar para demostrar que las mujeres son capaces.*
- *La elección de la Carrera Militar solo por una tradición familiar.*

Factores Sociales

- *Influencia de padre policía en la elección de la carrera militar.*
- *Eligió la carrera porque su hermana es militar.*
- *No tienen padres militares pero la influencia la recibieron de sus tíos y abuelos que sirvieron en la época del terrorismo.*
- *La mamá la impulsó en la elección ya que ella quiso ser militar cuando era joven pero no pudo.*
- *Influencia de su mamá porque sirvió al Ejército.*
- *Amigos de la familia que influenciaron en la toma de decisión.*
- *El que no te apoyen tus padres también influye en que desistas de estudiar la carrera.*
- *Obtener beneficios a largo plazo.*

Factores Psicológicos

- *Ser reconocidas como ejemplo de sus hermanas.*
- *Tener la oportunidad de estudiar una 2 carrera.*
- *Tener vocación para la vida militar.*
- *Te permite desarrollarte de manera profesional constantemente.*
- *No decepcionar a la familia.*
- *Motivación ser el orgullo de mi madre.*
- *La decisión de estudiar la carrera militar fue por iniciativa propia*
- *Me animó a decidirme la publicidad que hace la escuela.*
- *Resultado de test vocacional*

Factores Personales

- *Alcanzar autonomía como motivación para la elección de la carrera militar.*
- *Demostrarse a una misma las capacidades que tiene y hasta donde puede llegar.*
- *Reto personal*
- *Disfrutar experiencias previas relacionadas a la vida militar motiva a elegir la carrera militar.*
- *Identidad hacia nuestra patria.*
- *Motivación ayudar a otras personas.*
- *Estabilidad económica que ofrece la carrera.*
- *Trabajo seguro al culminar la carrera.*

4.2.2. Hallazgos Generales

- No todos los padres son o están relacionados a la vida militar.
- La mayoría de las cadetes vienen de provincia.
- Existe discriminación dentro y fuera del Ejército del Perú
- Las cadetes o aspirantes a cadetes no se limitan por la desigualdad de género.
- Dentro de la escuela tienen convenios con otras instituciones para oportunidades de desarrollo académico.
- Consideran que las actividades de la mujer dentro del Ejército del Perú les falta difusión.
- A las cadetes mujeres no se les permite realizar los mismos cursos que los hombres solamente pueden postular a algunos cursos de especialización.
- Las mujeres no pueden elegir especialidad armas de combate.
- Están prohibidas relaciones interpersonales dentro de la escuela.
- Actualmente se ha implementado una norma que si una cadete saliera embarazada se da dos años de licencia de maternidad.
- Los oficiales más antiguos son los más reacios al cambio de igualdad de género.
- Actualmente con el fin de combatir el machismo y aportar con la igualdad de género, se están brindando charlas de empoderamiento.
- Dentro de la escuela se toma en cuenta tanto la preparación física como la pedagógica.
- Se tiene un aprendizaje y capacitación constante.
- Tienen una motivación constante.
- Todas las cadetes perciben mucho compañerismo dentro de la escuela.
- La cantidad de vacantes de ingreso que les otorgan a las mujeres son pocas en comparación a la cantidad de vacantes que les otorgan a los hombres.

de palabras” (figura 32) has destacado los términos: papá, carrera militar, mujeres, mamá, hermano, ejército, opinión, vocación, familia, igualdad, entorno.

Es interesante ver como se ha hablado sobre la vocación y la influencia de opinión de la familia en la elección de la carrera militar

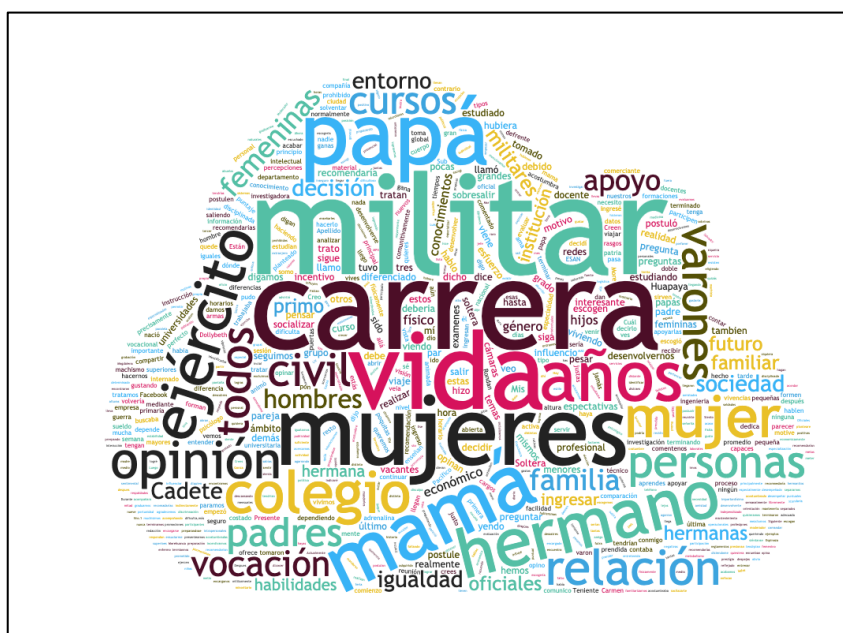


Figura 32: Nube de palabras del Focus primer grupo

SEGUNDO GRUPO CADETES DE 3ER AÑO

Este grupo lo conformaron cadetes de 3er año y la discusión duró 1 hora y 26 min y fue el grupo que tuvo la participación más básica. En su “nube de palabras” (figura 33)

destacan: carrera militar, escuela, papá, vida, apoyo, hermana, cadete, físico y universidad.



Figura 33:Nube de palabras del Focus segundo grupo

TERCER GRUPO CADETES DE 4TO AÑO

La discusión, realizada entre las cadetes de 4to año duró 1 hora y 53min fue la sesión más larga en donde hubo muchas opiniones que enriquecieron la investigación.

En la “nube de palabras” (figura 34) se aprecian nuevos argumentos como: el de aportar y ser ejemplo. Las palabras más repetidas han sido en primer lugar “carrera”, “militar” y “papá”, con una pequeña diferencia seguida de: mamá , familia, ejemplo, sociedad, decisión, aporte y ejército.



Figura 34: Nube de palabras del tercer grupo

4.2.4. Conclusiones

Durante las 4 sesiones de Focus Group que se tuvo con las cadetes de distintos años de la escuela Militar de Chorrillos se habla mucho del machismo que existe tanto afuera como adentro del Ejército del Perú, el **factor cultural no es fundamental** para que ellas desistan de estudiar, ya que al contrario en cierta medida es un impulso para probarle a la sociedad en general que una mujer también puede ser un buen militar.

C1: “Para acatar algo de lo que dice mi promoción Acosta, las mujeres nos vamos a hacer patrullaje, porque acá las mujeres en el Ejército también no se nos permite realizar esos cursos operacionales, que son el curso regular de comando, cursos de montaña, esos cursos son plenamente para hombres y a nosotras las mujeres no se nos permite postular.”

C2: “el machismo en la escuela militar todavía no se puede lidiar con eso, algunos oficiales no aceptan o no se hacen la idea que hay femeninas en el Ejército. Por ejemplo, en nuestro caso algunas femeninas no podemos elegir algunas armas que los varones eligen, como el caso de infantería, artillería y caballería, solamente tenemos un cierto número de armas para elegir, para nosotros hay lo que es inteligencia, ingeniería intendencia y material de guerra. O sea, todavía dicen que las armas de artillería, infantería y caballería son armas de combate, muchas veces las femeninas no podemos cumplir las mismas misiones o los mismos roles de un varón.”

C3: “ también es el trato que nos pueden dar algunos oficiales mayores superiores a nosotros, quizás hay oficiales mayores que en su etapa de formación no convivieron con cadetes femeninas, porque antes solamente era la escuela militar para varones, pero en este caso a esos oficiales les cuesta lidiar con cadetes femeninas.”

C4: : “Yo creo que más que todo que es para demostrar que no solamente los hombres pueden realizar ese tipo de carreras, sino que también las mujeres podemos desarrollarnos bien.”

C5: : “es un reto cuando te dicen, yo no creo que tú como mujer sirves para eso, porque es vida para varones y tú va querer dar la contra, postulas y lo haces y callar muchas bocas, sobre todo de los varones que te dicen no la vas hacer, porque eres mujer, por qué vas a postular si no sirves para eso.”

C6: “Yo creo que no solamente es en la sociedad misma, por qué cuando tú vas con todos los prejuicios de las personas, de tus amigos cuando te dicen que cómo vas a ingresar al Ejército, te van a maltratar, que vas a sufrir prácticamente, porque todos piensan que acá es una cárcel, cuando tú ingresas eres de 20 hombres, una, mujeres somos poquitas y somos el centro de atención, ante todo. Entonces, nosotras como mujeres nos exigimos más para demostrar más, por qué los hombres son machistas y algunas mentalidades, lo tienen y siempre al cantar por ejemplo nos callan por tener voz afinada, o porque en el físico nos dan un poco más y se creen mejores”

Con respecto a los **factores sociales**, si bien en las encuestas no se evidencia mucho la influencia de estos factores, durante el focus group saltaron muchos datos interesantes, ya que en su mayoría las cadetes presentan una **influencia significativa** de su entorno social, muchas de ellas indican que han tenido influencia directa de sus padres, ya que han pertenecido al ejército o a alguna fuerza armada, asimismo se ve una influencia importante de la madre pero a modo de cumplir sus sueños a través de su hija.

Además del entorno familiar también algunas indicaron que habían tenido una educación militar y el resultado de su test vocacional le indicaba que debía estudiar

esta carrera, ya que cuenta con las habilidades necesarias y por último la publicidad que entrega la escuela en las ferias vocacionales, le pareció interesante y postuló.

C1: “hubo un amigo de mi papá que me habló de la escuela militar y vi los cursos que hacían, Vi las diferentes actividades que realizaban acá los cadetes, como era el estilo de vida y me dijeron que era muy pocas las personas que lograron ingresar, que eran 500 o 600 mujeres y al final ingresaban 30 y que era poco probable que uno ingresé, y eso hizo al contrario que yo quisiera ingresar con más ganas.”

C2: “nos dieron un test vocacional de todas las características que te dan para marcar, yo marcaba las que me gustaban, o sea, las que yo soy yo sabía que iban con mi personalidad y cualidades que yo tenía. Entonces, a mí me salió que podía estudiar una carrera que sea derecho o de las fuerzas armadas y entonces como que me quedé con eso y me di cuenta que realmente me gustaba, más o menos derecho me gustaban las letras y leer, y sobre la vida militar me gustaba leer y las preguntas sobre Fuerzas Armadas.”

C3: “En mi caso fue mi papá, bueno mi papá como le dije era policía en retiro y nos motivó a mí y a mi hermano a postular acá”

C4: “en mi caso fue mi hermana, ya que ella me dijo que haga lo que más me gustaba, que era realmente escoger la carrera militar y que si iba a postular les contara a mis tíos y quizás mis tíos me iban a apoyar con la decisión que había tomado, entonces fue ahí donde yo decidí postular por primera vez”

C5: “Yo postulé porque a mí antes mis abuelos y mis tíos han servido al Ejército durante la época del terrorismo y siempre me contaban sus anécdotas, y me llamo mucho la atención,”

C6: “En mi caso fue mi mamá, porque mi mamá quería ser policía y como ella quería ser policía me dijo que intenté y yo ingresé”

C7: “A mí el que me influyó para ingresar a la escuela fue mi papá, yo antes de postular a la escuela quería estar en universidad y entonces también quería postular a la policía, mi papá me habló del Ejército y decidí postular”

En cuanto a los **factores Psicológicos**, muchas coinciden que una de las principales razones por la que eligió la carrera militar es que tienes una estabilidad económica y que apenas sales de la escuela ya tienes un trabajo estable, además de los beneficios a largo plazo que se te ofrecen y definitivamente la oportunidad de desarrollarse profesionalmente, en el mejor de los casos hasta estudiar una segunda carrera, también

reconocen que para elegir la carrera militar es fundamental contar con vocación de servicio y actitud, manifiestan que hace tiempo ya sentían que esta vida era para ellas y que solo deberías estudiar esta carrera si realmente estás preparada, ya que hace una fuerte inversión y salirte a la mitad de tu carrera no sería justo para sus padres, esto es muy importante ya las entrevistadas se muestran muy preocupados en no decepcionar a su familia y ser el orgullo de sus padres.

C1: “yo fui la de la idea hacia mis padres de querer ser militar y bueno, al inicio mi mamá le cayó de sorpresa, porque me dijo que era la única mujer de mi familia militar, entonces me dijo que piense bien y que vea el resto opciones que había, debido al mismo tema machista del Ejército me decía que tratan mal a las mujeres, le contaban cosas, las ideas que le metían a los padres y en este caso mi mamá no quería por cierta parte que sea militar, entonces fue decisión propia de decirle que sí”

C2: “por diferentes razones, porque hoy en día la escuela tiene diferentes convenios con diferentes universidades, con la universidad Pacifico, con la ESAN y cuando ya nos graduamos y somos oficiales también tienen diferentes convenios con otras universidades para estudiar otras carreras o también estudiar en el extranjero incluso.”

C3: “jóvenes que quieren postular a la escuela, es en realidad por los beneficios que te dan en la institución. Si bien es cierto nosotros los militares, no necesitamos trabajo nosotros ya tenemos un trabajo asegurado y tenemos otros beneficios que nos brinda la institución”

C4: “Creo que esa es la motivación que tiene cada uno, de seguir adelante por su familia”

C5: “Uno también de los motivos que creo que resaltó en mí, es que al terminar esta carrera militar ya tenemos trabajo asegurado a diferencia de un civil que tiene que buscar al culminar sus estudios.”

C6: “mi motivación es esa que mi mamá me encuentre y me vea uniformada, y esa es mi motivación día a día no solamente en los estudios, sino cuando estás corriendo o nadando o en cualquier cosa, en cualquier reto que tengo en la escuela ella siempre está presente.”

En el caso de los **factores Personales**, las cadetes si consideran que **influyen de manera significativa**, debido a que algunos casos han vivido previamente experiencias relacionadas a la vida militar, también indican que el haber decidido estudiar la carrera militar es un reto personal para ellas y además es una manera de superarse a ellas mismas.

Indican a su vez que al estudiar la carrera militar logrará autonomía ya finalmente el tener identidad hacia la patria y querer ayudar a los demás son motivos o razones por estudiar la carrera militar.

C1: “es un reto personal para saber hasta dónde se puede llegar y lo que puede hacer, porque a veces uno no se da cuenta de lo que es capaz de hacer, por ejemplo, yo decidí hacer ciertas cosas que no hubiera hecho antes, pero estando ya dentro del Ejército me he dado cuenta que he hecho cosas que yo antes no pensaba poder hacer, te pones a pensar que si lo puedes lograr”

C2: “es un tema de identidad hacia nuestra patria, porque no es muy común que una mujer escoja la vida de militar, porque bien podemos llevar carreras civiles, como ser doctores, ingenieros, abogados, etc. Sin embargo, a través de la vida militar nosotros podemos mover y cambiar bastante el pensamiento de las personas”

C3: “una mujer puede elegir la vida militar, es también depende de demostrarse una misma qué capacidades tiene y qué capacidades hasta dónde puede llegar”

C4: “cuando yo era pequeña trabajaba en el colegio Leoncio Prado y recuerdo que una vez hubo, no sé si fue por el de los papás que permitían llevar a sus hijos por una semana y ver cómo era la experiencia dentro del colegio militar, cada técnico podía llevar a sus hijos, recuerdo que, en el rancho, la piscina, tengo mis recuerdos y creció en mí la vocación de poder postular más adelante”

C5: “también demostrártelo a ti misma, que, si puedes hacer cosas que tú pensabas que no las podías hacer y que por el hecho de ser mujer no las puedas lograr, incluso, podemos hacer las cosas mejor que un hombre y ese es mi punto de vista.”

C6: “por el tema una mujer puede elegir la vida militar, es también depende de demostrarse una misma qué capacidades tiene y qué capacidades hasta donde puede llegar”

4.3. Contrastación de hipótesis

A través de la estadística inferencial se demuestra la influencia y grado de correlación entre las variables y se realiza con las hipótesis planteadas:

4.3.1. Hipótesis General

H1: Los factores que influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019 son Culturales, Sociales, Psicológicos y Personales.

H0: Los factores que influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019 NO son Culturales, Sociales, Psicológicos y Personales.

Tabla 10: Resumen modelo Regresión múltiple

Resumen del modelo						
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio	
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F
1	,985 ^a	,970	,968	1,779	,970	546,420

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	6915,781	4	1728,945	546,420	,000 ^b
	Residuo	211,997	67	3,164		
	Total	7127,778	71			

a. Variable dependiente: EleccionC

b. Predictores: (Constante), FPsicologicos, FCulturales, FSociales, FPersonales

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta			
1	(Constante)	7,184	1,186			6,060	,000
	FCulturales	-,037	,049	-,020		-,760	,450
	FSociales	-,286	,183	-,201		-1,568	,122
	FPersonales	,030	,201	,024		,151	,880
	FPsicologicos	1,659	,158	1,150		10,531	,000

Tales resultados indican que el coeficiente de correlación múltiple es .970, es decir, la correlación entre el conjunto de variables predictoras (Factores Culturales Factores Sociales, Factores Personales y Factores Psicológicos y la variable dependiente (Elección de carrera), por lo que el 97% de la variabilidad de Y (.985) se explica por las variables predictoras contempladas en el modelo.

Según los resultados obtenidos, la ecuación que representa la regresión de los factores culturales, sociales, personales y psicológicos sobre la elección de la carrera es:

$$\text{Elección de carrera} = 7,184 - 0,037 * F1 - 0,286 * F2 + 0,030 * F3 + 1,659 * F4$$

Lo cual refleja que por un punto más en la variable **factores culturales (F1)**, se disminuye la probabilidad de elección de carrera solo **.037 puntos**. Respecto a los **factores sociales (F2)**, la probabilidad de elección de carrera disminuye en **0.286** por cada punto adicional de esta última variable. En el caso de los **factores personales (F3)** por un punto más en esta variable se incrementa la probabilidad de elección de carrera sólo **.030 puntos** y a su vez con mayor peso los **factores psicológicos (F4)** incrementa en **1.659 puntos** la probabilidad de elección de carrera. Por último, la

probabilidad de elección de carrera en ausencia de factores, culturales, sociales, personales y psicológicos es de 7,184.

Podemos concluir que la hipótesis **se cumple**, ya que el pronóstico se realiza con un porcentaje de aciertos elevado: el 97 por 100 de la variabilidad los 4 factores influyen en la elección de la carrera.

Asimismo, añadimos a esta información cuantitativa sobre la que basamos nuestro análisis, la representación gráfica de los datos y la recta de regresión estimada para una mejor comprensión de la influencia de cada factor en la variable de elección de carrera.

4.3.2. Hipótesis Específicas

Desde el punto de vista analítico, pues, las correlaciones que presenta cada una de las variables predictoras con la variable elección de la carrera militar (correlaciones bivariadas) no se corresponden con las correlaciones de tipo parcial sobre las que se basa el cálculo de los coeficientes en la ecuación múltiple. Es decir, en las correlaciones bivaridas. Para confirmar esto que decimos basta analizar cuáles son los valores de las correlaciones bivariadas para nuestros datos:

4.3.2.1. Primera Hipótesis

“Los factores culturales (La cultura, la subcultura y las clases sociales) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.”

Correlaciones

		EleccionC	FCulturales
EleccionC	Correlación de Pearson	1	-,175
	Sig. (bilateral)		,141
	N	72	72
FCulturales	Correlación de Pearson	-,175	1
	Sig. (bilateral)	,141	
	N	72	72

Tabla 11: Correlación entre Factores Culturales y elección de la carrera

Interpretación:

La relación entre los factores culturales y elección de la carrera es de $-.175$ con una significación de $.141$. Esta tabla nos dice lo siguiente:

- a) La relación entre los factores culturales y elección de la carrera es inversa porque hay un signo negativo ($-.175$). Entonces, a mayor cantidad de factores culturales menor es la probabilidad de la elección de carrera militar. Además, nos dice que hay una relación o covarianza compartida de 17.5% .

- b) La relación entre estas dos variables no es significativa, porque la significación es de $.141$ número que es mayor a 0.05 . Entonces, no hay relación significativa entre estas dos variables. Finalmente, se concluye que **se cumple** con la hipótesis, ya que los factores culturales no influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

4.3.2.2. Segunda hipótesis

“Los factores sociales (Los grupos de referencia, la familia y roles y estatus) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.”

		EleccionC	FSociales
EleccionC	Correlación de Pearson	1	,934**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	72	72
FSociales	Correlación de Pearson	,934**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	72	72

Tabla 12: Correlación entre Factores Sociales y elección de la carrera

Interpretación:

En este caso la relación entre los factores sociales y elección de la carrera es de .934 con una significación de .000. Esta tabla nos dice que:

La relación entre los factores sociales y elección de la carrera es de (.934) con signo positivo y es significativa porque es menor a 0.05.

Entonces, finalmente, podemos decir que los factores sociales están relacionados positivamente con la elección de la carrera militar .

En conclusión, **se cumple** con la hipótesis, ya que los factores sociales (Los grupos de referencia, la familia y roles y estatus) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

4.3.2.3. Tercera hipótesis

“Los factores psicológicos (motivación, percepción, aprendizaje y actitud) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.”

		EleccionC	FPsicologicos
EleccionC	Correlación de Pearson	1	,984**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	72	72
FPsicologicos	Correlación de Pearson	,984**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	72	72

Tabla 13: Correlación entre Factores Psicológicas y elección de la carrera

Interpretación:

Si la correlación tiene un signo positivo como en este caso, quiere decir que, a mayor puntaje de factores psicológicos, habrá mayor puntaje de elección de la carrera. La correlación es de .984 y es significativa porque es menor a 0.05. Entonces, podemos decir que los factores psicológicos están relacionados positivamente con la elección de la carrera militar. En este caso, tienen 98.4% (.984) de varianza compartida que también es llamada covarianza.

En conclusión, **se cumple** con la hipótesis, ya que los factores psicológicos si influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar.

4.3.2.4. Cuarta hipótesis

“Los factores personales (la edad y la etapa de ciclo de vida, estilo de vida, personalidad y concepto de sí mismo) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.”

		Correlaciones	
		EleccionC	FSociales
EleccionC	Correlación de Pearson	1	,934**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	72	72
FSociales	Correlación de Pearson	,934**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	72	72

Tabla 14: Correlación entre Factores Personales y elección de la carrera

Interpretación:

En este caso la correlación entre los factores personales y la elección de la carrera tiene un signo positivo, quiere decir que, a mayor puntaje de factores personales, habrá mayor puntaje de elección de la carrera. La correlación es de .934 y es significativa porque es menor a 0.05. Entonces, podemos decir que los factores personales están relacionados positivamente con la elección de la carrera militar. En este caso, tienen 93.4% (.934) de varianza compartida.

En conclusión, **se cumple** con la hipótesis, ya que los factores personales si influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar.

Finalmente es importante mencionar que la interpretación de los coeficientes de la ecuación de regresión múltiple se debe realizar con mucha cautela. Un coeficiente bajo no es reflejo de una baja correlación entre la variable que lo acompaña y el criterio si no que puede significar que el resultado es compartido entre dicha variable y otras variables del modelo. Es por ello que, teniendo en cuenta esto se elaboró un análisis de manera independiente las variables que explican Y.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El objetivo de la presente investigación fue determinar cuáles son los factores que influyen en la elección de la carrera militar. En este apartado vamos a comparar lo dicho por autores ya mencionados en las bases teóricas, antecedentes nacionales e internacionales, así como los resultados obtenidos de las encuestas, los focus group , regresión lineal y las correlaciones de Pearson encontrados por la parte estadística.

Los resultados se obtuvieron al realizar un diagnóstico acerca de los factores determinantes que influyeron en la elección de la carrera militar, a través de encuestas y 4 focus group, con la finalidad de comprobar y corroborar las hipótesis que se sustentan bajo los instrumentos utilizados en la presente investigación.

Para una mejor organización de los resultados, estos serán explicados en títulos que comprenden: 1 hipótesis general (objetivo general) y 4 hipótesis específicas (objetivos específicos).

5.1.Hipótesis General: Los factores que influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019 son Culturales, Sociales, Psicológicos y Personales.

Con los resultados obtenidos en la investigación podemos afirmar que las pruebas son válidas y confiables, por lo tanto, se pueden usar en el desarrollo del presente trabajo y de cualquier otro que se quiera realizar utilizando estas variables. Esto es sin duda un primer aporte de esta tesis que seguramente va a ser adecuadamente aprovechado por otros investigadores interesados en profundizar el estudio sobre los factores que influyen en la elección de la carrera militar.

En lo que se refiere a la hipótesis general de investigación formulada “Los factores que influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019 son Culturales, Sociales, Psicológicos y Personales.”, los resultados nos confirman que esta hipótesis ha sido aceptada y esto es, se ha comprobado que las 4 variables influyen juntas en la elección de la carrera militar.

Estos resultados confirman las propuestas teóricas Quispe, R. (2013) Motivaciones en la elección de estudios de maestría en la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos 2007 se concluye que Los profesionales de la salud optan por realizar estudios de Maestría, para tomar la decisión se ven influenciados por factores externos e internos.

Asimismo, este resultado coincide con el modelo propuesto por Kotler (2001) en donde indica que la elección de compra de una persona está influenciada por los factores culturales, sociales, personales y psicológicos.

5.2.Hipótesis específicas

5.2.1. Los factores culturales (La cultura, la subcultura y las clases sociales) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

En la dimensión Factor Cultural; el 46% de los entrevistados se encuentran muy desacuerdo y el 25% desacuerdo cuando se les consulta solo la influencia de factores culturales en la elección de la carrera militar. Respecto a la prueba estadística se

calculó el coeficiente de correlación de Pearson resultó -0.174. Por lo tanto existe negativa relación no significativa entre la elección de la carrera militar y Factor Cultural. Sin embargo esto no concuerda con la teoría de comportamiento del autor Kotler, ya que él indica que los factores culturales son influencias particularmente importantes para el comportamiento de compra del cliente.

5.2.2. Los factores sociales (Los grupos de referencia, la familia y roles y estatus) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

En la dimensión Factor Social; el 31% de las cadetes se encuentran muy de acuerdo y el 16% de acuerdo cuando se consulta si los factores sociales influyen en su elección de la carrera militar. Respecto a la prueba estadística se calculó el coeficiente de correlación de Pearson resultó 0.934. Por lo tanto existe relación significativa entre la elección y los factores sociales. Asimismo, en los resultados obtenidos del focus group reforzaron este resultado, ya que la mayoría de cadetes indica que la referencia de sus familiares o personas cercanas influyen de manera positiva en el proceso de elección de la carrera militar. Esto concuerda con los que nos dice Kotler, en la forma de comportarse de una persona, influyen factores sociales como los grupos de referencia, la familia, los roles y estatus sociales afectan nuestro comportamiento de compra.

5.2.3. Los factores psicológicos (motivación, percepción, aprendizaje y actitud) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

En la dimensión Factor Psicológico; el 50% de las cadetes se muestra muy de acuerdo y el 17% de acuerdo cuando se les consulta si los factores psicológicos influyen en la elección de la carrera militar. Respecto a la prueba estadística se calculó el coeficiente de correlación de Pearson resultó 0.934. Por lo tanto existe relación significativa entre elección de carrera militar y los factores psicológicos. Esto coincide con la teoría de Kotler, que nos dice que el comportamiento de compra de una persona está influenciado también por cuatro factores psicológicos como: motivación, percepción aprendizaje y Creencias.

5.2.4. Los factores personales (la edad y la etapa de ciclo de vida, estilo de vida, personalidad y concepto de sí mismo) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.

En la dimensión Factor Personal; el 35% de las cadetes encuestas se muestra muy de acuerdo y el 18% de acuerdo cuando se les consulta si los factores personales influyeron en su elección de la carrera militar. Respecto a la prueba estadística se calculó el coeficiente de correlación de Pearson resultó 0.934. Por lo tanto existe relación entre la elección de carrera militar y Factor Personal. Esto se refuerza con los resultados obtenidos en el focus group, ya que sostienen que alcanzar autonomía en sus vidas y el aprovechar los beneficios que brinda que la institución son

motivaciones para la elección de la carrera militar. Este resultado es similar al de Rodríguez, A., Baas, M. y Cachón, C. (2017), en su investigación sobre los factores que influyen en los alumnos para la elección de carrera de escuelas normales públicas, ya que concluyen que los factores que más influyen en su decisión al momento de elegir la carrera son los factores personales, es decir, tomaron en cuenta sus aptitudes, habilidades, capacidades y expectativas, basando su elección en sus gustos e intereses intrínsecos. Finalmente según Kotler, las características personales influyen en la decisión del comprador y son: la edad y la etapa del ciclo de vida, la ocupación y las circunstancias económicas, la personalidad y el concepto personal, el estilo de vida y los valores.

CONCLUSIONES

El objetivo principal de la tesis fue determinar cuáles son los factores que influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019. Según resultados cuantitativos nos han permitido identificar los factores del comportamiento del consumidor que presenta influencia en elección de la carrera militar. Factores culturales, Factores sociales, Factores psicológicos y Factor personales.

El primer objetivo específico era determinar comportamiento de compra según el factor cultural, social, personal y psicológico.

PRIMER HALLAZGO: Los resultados indican que la mayoría de las mujeres decide elegir la carrera militar debido a la influencia de los factores psicológicos, es decir su elección está influenciada en su mayoría por la motivación, percepción, aprendizaje y actitudes; quedando los demás factores en el siguiente orden: Factores Personal, Factores Sociales y Factores Culturales.

SEGUNDO HALLAZGO: Los Factores Culturales no influyen de manera significativa en la elección de la carrera militar; las cadetes indicaron que realmente existe mucho machismo tanto en la sociedad como dentro del mismo Ejército del Perú, sin embargo esto no es relevante para que ellas desistan de estudiar la carrera militar, por el contrario al elegir esta carrera sienten que contribuyen a romper los estereotipos en la sociedad y la institución.

TERCER HALLAZGO: Los factores Sociales, de acuerdo al grado de influencia en la elección de la carrera militar se encuentran en 3er puesto con una relación del 0,934; esto puso al descubierto que los padres son los individuos que generan mayor influencia, pero no de manera directa u obligando, en la mayoría de casos manifestaron que sus padres,

hermanos, familiares y hasta incluso amigos de la familia que han sido militares y policías y les gustaría ser como ellos, asimismo, indican que su papá o mamá en algún momento quisieron pertenecer al Ejército del Perú pero no pudieron y ahora ellas quieren concretar este sueño.

CUARTO HALLAZGO: Los Factores Psicológicos son los factores que tienen mayor influencia en una mujer para la elección de la carrera militar, la mayoría manifiestan que el obtener beneficios a largo plazo, la estabilidad económica y laboral que ofrece la carrera además de la constante capacitación y superación que tendrían son motivaciones que ellas tuvieron en cuenta al momento de elegir esta carrera, pero sobre todo tienen como motivación principal el no decepcionar a sus familiares y ser el orgullo de ellos.

QUINTO HALLAZGO: Los factores Personales influyen de manera significativa en la elección de la carrera militar, las cadetes manifiestan que el haber tenido contacto con el mundo militar desde niñas, las hizo ver que la carrera también podía ser para ellas. Además, nos comentaron que al elegir la carrera militar buscan alcanzar autonomía en sus vidas, esto también es una manera de demostrarse a sí mismas las capacidades que tiene y hasta donde pueden llegar, es decir lo toman como un reto personal. Finalmente consideran que es muy importante tener identidad con nuestra patria y la motivación de querer ayudar a otras personas para poder ser buenos profesionales.

RECOMENDACIONES

Después de haber presentado las conclusiones de acuerdo a cada objetivo, se procede a realizar las siguientes recomendaciones para mejorar la problemática, en donde la carrera militar no es elegida como primera opción por las jóvenes entre 16 a 21 años de edad.

Se recomienda a los involucrados lo siguiente:

Ministerio del Interior

- A pesar de las charlas de igualdad de género, las cadetes manifiestan que aún está presente el machismo sobre todo en los altos mandos, en este caso se recomienda brindar charlas de igualdad de género no solo a cadetes mujeres, sino a la institución en general garantizando la participación de altos mandos, con el fin de disminuir la participación del machismo a fin de cambiar la cultura de la institución.
- Con el fin de lograr una mayor satisfacción con la carrera militar y reducir la cantidad de deserciones se recomienda generar una igualdad de cargos y oportunidades de desarrollo dentro de la institución.
- Para lograr disminuir la concentración de demanda estudiantil femenina en las áreas vinculadas con las Ciencias sociales y Administrativas se recomienda incrementar el número actual de vacantes de ingreso para mujeres a la EMCH.

Director de la EMCH

- Se recomienda que para a la comunicación además del concepto de “servir a la patria” deben explotar el concepto de “romper con estereotipos”.
- Con el fin de generar mayor interés por parte de las jóvenes entre 16 a 21 años de edad, se recomienda hacer una mayor difusión de las actividades que realizan las cadetes y oficiales femeninas.
- Una cantidad significativa de las cadetes manifiesta tener algún familiar militar. Por lo que se recomienda realizar “Lunchs”, “meetings” o “eventos” exclusivos para familiares directos de los militares (oficiales, suboficiales y personal civil) para que puedan conocer más de la carrera y los beneficios dentro de la escuela.
- Al momento de difundir la carrera militar en las instituciones escolares se recomienda no excluir a los colegios conformados solamente por mujeres.
- Se recomienda que al momento de comunicar los beneficios que se obtiene con la carrera militar se de un mensaje de mismas oportunidades tanto para hombres como para mujeres.
- Finalmente se sugiere incluir en la página web información sobre las especialidades y el plan curricular dentro de la carrera militar con el fin de generar mayor interés.

BIBLIOGRAFÍA

1. ANGULO, J. (2008) Relación de la motivación y satisfacción con la profesión elegida con el rendimiento de los estudiantes de la Facultad de Educación de la UNMSM.
https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/2383/Angulo_rj.pdf?sequence=1&isAllowed=y
2. ALONZO, A. GONZALES, M. (2015). Factores que motivan la elección de la carrera profesional de educación en los estudiantes de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, 2015.
<http://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/1198>
3. ALTIERI, A. (2001). ¿Qué es la cultura?
<https://www.redalyc.org/pdf/844/84420403.pdf>
4. APEIM. (2005). NIVELES SOCIOECONÓMICOS EN LIMA METROPOLITANA Y CALLAO. 20/03/2019, de APEIM Sitio web: <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2003-2004-LIMA.pdf>
5. ARÉVALO, L. GARIZABAL, A. & CAMPO, C. (2001) Psicología del consumidor. Modelos del comportamiento del consumidor. Tesis, Cooperación Unificada Nacional de Educación Superior., Santa Marta.
<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/14790/1/T-ESPE-040176.pdf>
6. ASTURIAS CORPORACIÓN UNIVERSITARIA (2018) El Proceso de Decisión de Compra.
https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/fundamentos_mercadeo/unidad3_pdf1.pdf
7. AVENDAÑO, C. GONZALES R. (2011) Motivos para ingresar a las carreras de pedagogía de los estudiantes de primer año de la Universidad de Concepción.
<http://repositorio.udec.cl/handle/11594/793>
8. ÁVILA BARAY, H.L. (2006) Introducción a la metodología de la investigación Edición electrónica. Texto completo en www.eumed.net/libros/2006c/203/
9. BENESCH, H. (1996). Psicología de la actividad comercial. Ed Rialp, Madrid.
10. BURGA, R, CHEREQUE, A. Y VALDIVIA, F. (1998). Opciones profesionales: Bachillerato peruano. Lima, Bruño.
11. Caballero, J. & Del Castillo, I. (2018) La percepción como base de la comprensión el comportamiento del consumidor.
<http://132.248.9.195/ptd2014/marzo/0710658/0710658.pdf>

12. CABANILLAS A. (2004). Tesis de Influencia de la enseñanza directa en el mejoramiento de la comprensión lectora de los estudiantes de Ciencias de la Educación UNISCH
13. CANO, M. (2008). Motivación y elección de carrera. Revista Mexicana de Orientación Educativa, 5(13), 6-9, http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1665-75272008000100003
14. CAMPOS, R. AQUIJE, G. (2017). Interés vocacional y elección profesional de los ingresantes a la Universidad Autónoma de Ica 2017-1 <http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/handle/autonomadeica/136>
15. CARRERAS Y MUNDO DEL TRABAJO EN CHILE. (s.f.). Glosario de Términos. Recuperado de: http://www.eird.org/wikies/images/Informe_oferta-academica.pdf
16. CEVALLOS, A. BAQUERO, C. LEMA, L. VERA, N. (2018) Psicología del Consumidor. <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/460/1/Guia%20de%20psicologo%20del%20consumidor.pdf>
17. COMANDO CONJUNTO DE LAS FUERZAS ARMADAS. Clasificación por grados militares. Perú. Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas. <http://www.cffaa.mil.pe/>
18. CONSEJO DE EDUCACIÓN DE PUERTO RICO. (s.f.). Glosario de Términos. Recuperado de: <http://www2.pr.gov/agencias/cepr/inicio/publicaciones/Publicaciones/EstudioDesarrolloEstudiosPosgradoLuis%20Iturralde.pdf>
19. CONSEJO MEXICANO DE INVESTIGACIÓN EDUCATIVA. (2017). Factores que influyen en los alumnos para la elección de carrera de escuelas normales Públicas. Recuperado de <http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v14/doc/2500.pdf>
20. COVARRUBIAS, L. (2013) Elección de carrera: Aspectos que influyen en los jóvenes. <http://200.23.113.51/pdf/29909.pdf>
21. DE LA MANO, M. MORO, M. DE MELO, M. Motivaciones en la elección de la carrera universitaria: Metas y objetivos de los estudiantes de Grado en el Área de Biblioteconomía y Documentación en las Universidades de Salamanca y Coímbra. Recuperado de:

- http://eprints.rclis.org/23194/1/SPAIN_Motivaciones%20en%20la%20elecci%2B%C2%A6n%20de%20la%20carrera%20universitaria.pdf
22. DIAZ, S. GONZALES, A. (1985). Factores que inciden en la elección de la profesión de enfermería. Recuperado de: <http://ayura.udea.edu.co:8080/jspui/bitstream/123456789/1386/1/I0090.pdf>
 23. DÍAZ, N. (2018) Factores que influyen en la decisión de compra del mercado de consumo final. Estudio comparativo entre dos tiendas de autoservicio en la ciudad de Xalapa, Veracruz. <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/48392/DiazDominguezNora.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
 24. EDITORIAL EL TIEMPO (2017) Guía Académica. Consultado en: <https://www.guiaacademica.com/porque-estudiar/ciencias-militares/30>
 25. ESTEBAN, I. (2006). *Conducta real del consumidor y marketing efectivo*, Madrid, España: ESIC.
 26. FERNANDEZ, D. (2016) COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. <http://imagenes.uniremington.edu.co/moodle/M%C3%B3dulos%20de%20aprendizaje/Comportamientos%20del%20Consumidor/Modulo%20Comportamiento%20del%20consumidor%202016.pdf>
 27. FERNANDEZ L. (2014) Factores que aumentan la actividad de búsqueda de EWOM en el sector turísticos. https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/29594/TFM_FdezCarus,Leticia.pdf;jsessionid=A2112EFBCD12438DCBB93E2018DE56FD?sequence=6
 28. FIGUEROA DE AMORÓS, E. (1993). La Elección de Carrera: Una decisión de gran trascendencia: EDUCACIÓN. Volumen II. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5056955.pdf>
 29. FISCHER, L. ESPEJO, J. (2011). *Mercadotecnia*, México D.F., México: Mc Graw Hill
 30. FUENTES, M. (2010), La orientación profesional para elegir fundamentadamente una ocupación. Propuesta alternativa, Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=243016324012>
 31. FUNDACIÓN CANFRANC. (2012). La personalidad. Obra social Fundación “La Caixa”. Pág.3.
 32. Fundación secretariado Gitano (2010). La identidad, Recuperado de: <https://www.gitanos.org/publicaciones/guiapromocionmujeres/pdf/03.pdf>

33. GARCÍA MUÑOZ, T. (03 de marzo de 2003). El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación, Unidad didáctica, (15).
34. GARCIA, T. & GASTULO D. (2018) FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DEL CONSUMIDOR PARA LA MARCA METRO – CHICLAYO.
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1039/1/TL_GarciaGrandaTatianaLiseth_GastuloChuzonDoritaNatali.pdf.pdf
35. GOBIERNO DE ARAGÓN. Blog Biodiversidad. Recuperado de:
<http://diversidadagroambiental.aragon.es/index.php/mod.conts/mem.detalle/idcont.264/menu.1/reCategoria.5031/reMenu.28/chk.5f8f3abb7fe47ae7e418ae0fc9258d71>
36. GONZALES, R. (2011). Motivos para ingresar a las carreras de Pedagogía de los estudiantes de primer año de la Universidad de Concepción (Tesis de posgrado). Universidad de Concepción, Chile.
37. HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BATISTA (2014). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill Education.
38. JAUREGUI, C. (2019) Factores que determinan la elección de la carrera profesional en la facultad de ciencias económicas de la Universidad Nacional Del Callao.
<http://repositorio.unac.edu.pe/handle/UNAC/4190>
39. KOTLER, P. (2001) Dirección de Mercadotecnia.
<https://anafuenmayorsite.files.wordpress.com/2017/08/libro-kotler.pdf>
40. KOTLER, P. & KELLER, K. (2012) Dirección de Marketing.
<http://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
41. LOZANO, E. (2017) Factores determinantes en la elección de estudiar la carrera de gestión de recursos humanos de la universidad de san martín de porres.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2878/lozano_cee.pdf?sequence=3&isAllowed=y
42. LOZANO, R. SILVA, D. (2014). Criterios de los estudiantes que determinan la elección de una carrera universitaria en el área de los negocios un estudio descriptivo: Caso Chile, Recuperado de:
<http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xix/docs/8.04.pdf>

43. MARTINEZ, O. RUIZ, J. LOZANO, C. & VERÁN, R. (2015) El comportamiento del consumidor en internet bajo el modelo psicológico social de Veblen.
44. MERCADO, M & MAMANI, E. (2017). La familia y la elección de carrera profesional en estudiantes de primer a quinto año de la carrera de turismo de la Universidad mayor de San Andrés 2014 (Tesis de pregrado). Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia.
45. MERCADO, M. MAMANI, E. (2017). La familia y la elección de carrera profesional en estudiantes de primer a quinto año de la carrera de turismo de la universidad mayor de san Andrés 2014. Recuperado de: <http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/11565/TESIS%20LA%20FAMILIA%20Y%20LA%20ELECCI%C3%93N%20DE%20CARRERA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
46. MINEDU (2013). Tutoría y Orientación Educativa en Educación. Lima.
47. MINISTERIO DE DEFENSA (2018). Libro Blanco de la Defensa Nacional del Perú. Perú: Ministerio de defensa. Recuperado de: https://www.mindef.gob.pe/informacion/documentos/libroblanco/Capitulo_VI.pdf
48. MONFERRER, D. (2013) Fundamentos del Marketing. <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf;sequence=3>
49. MONTERO, M. (2000), Elección de carrera profesional visiones, promesas y desafíos. México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. <http://www3.uacj.mx/CSB/BIVIR/Documents/Acervos/libros/Elecciondecarreraprofesional.pdf>
50. MONTESANO, J. & ZAMBRANO, E. (2013). Factores que influyen en la elección de una carrera universitaria en la Universidad Católica Andrés Bello. (Tesis pregrado). Universidad Católica Andrés Bello. Venezuela.
51. NAVARRO, M. (2009). Temas para la educación. Revista digital para profesionales de la enseñanza. Pág. 2.
52. OLIVERA, F. (2016). Comportamiento del consumidor: los factores de influencia. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracion-de-empresas/comportamiento-del-consumidor>
53. OROZCO, A. (2009). Variables que inciden en la elección de carrera y Casa de estudios, en la perspectiva del género. (Tesis de pregrado). Universidad de Chile, Chile.

54. ORTA, J. (2014) La percepción como base de la comprensión del comportamiento del consumidor. <http://132.248.9.195/ptd2014/marzo/0710658/0710658.pdf>
55. PADILLA, J. VINDAS, L. VILLALOBOS, A. (2012). Decisión de estudiar medicina: Factores determinantes y elección de la especialidad. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/262618205_Decision_de_estudiar_medici na Factores determinantes y eleccion de la especialidad](https://www.researchgate.net/publication/262618205_Decision_de_estudiar_medici_na_Factores_determinantes_y_eleccion_de_la_especialidad)
56. PEREDA, O. (2018) Talleres de Profesiones Bachillerato. <https://repositorioinstitucional.buap.mx/handle/20.500.12371/965>
57. PIDELLO, M., ROSSI, B., SAGAZTIZABAL, M. (2013). Las voces de los docentes: motivos de elección de la carrera docente, valores subyacentes. Revista Educación Departamento Educación PUCP. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/educacion/article/view/7499/7738>
58. PINEDA, L. (2015). Factores que afectan la elección de carrera: Caso Bogotá. Recuperado de: http://cea.javeriana.edu.co/documents/153049/2786252/Vol.+15_N3_Oct_2015.pdf/f47b2452-c9c0-4a60-886e-118076bd9936
59. POCASANGRE, E. (2015). Factores que influyeron en la elección vocacional de los alumnos de cuarto curso del colegio Bautista Shalom. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/84/Pocasangre-Esmirna.pdf>
60. QUISPE, R. (2013) Motivaciones en la elección de estudios de maestría en la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos 2007. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/3480>
61. QUISPE, M. (2014) Motivos ocupacionales y autoconcepto en la elección de carrera. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/5549>
62. RAITERI, M. Y OCAÑA, H. (2016). El comportamiento del consumidor actual. https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/8046/raiteri-melisa-daniela.pdf
63. RAMOS, J. (2008) Relación de la motivación y satisfacción con la profesión elegida con el rendimiento de los estudiantes de la Facultad de Educación de la UNMSM https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/2383/Angulo_rj.pdf?sequence=1&isAllowed=y
64. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2020). Diccionario panhispánico del español jurídico. Consultado en: <https://dpej.rae.es/>

65. RESDAL (2005). Libro de Defensa Nacional de Nicaragua, Argentina: Red de Seguridad y Defensa de América Latina. Recuperado de: <http://www.resdal.org/Archivo/nica-libro-blanco.html>
66. RESICO, M. (2010), Mercado de trabajo y política laboral. Introducción a la economía social de mercado. Recuperado de: http://www.kas.de/upload/dokumente/2011/10/SOPLA_Einfuehrung_SoMa/parte2_6.pdf
67. RIOS, J. (2015) Factores motivacionales que influyen en los jóvenes para la elección de la carrera de Estomatología - Trujillo 2015
https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/1917/1/REP_ESTO_JORGE_RIOS_FACTORES.MOTIVACIONALES.INFLUYEN.J%C3%93VENES.ELECCI%C3%93N.CARRERA.ESTOMATOLOG%C3%8DA.TRUJILLO.2015.pdf
68. RIVAS, A. & GRANDE, E. (2010). Comportamiento del consumidor (6ed.) Madrid. ESIC.
69. RODRÍGUEZ, A., BAAS, M. Y CACHÓN, C. (2017). Factores que influyen en los alumnos para la elección de carrera de Escuelas Públicas Normales.
<https://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v14/doc/2500.pdf>
70. RODRIGUEZ, D. (2014). Proceso de Decisión del consumidor: Factores explicativos el visionado de películas en la sala de cine de los jóvenes universitarios españoles.
https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/146251/David_Rodriguez_Rabad%C3%A1n%20Benito.pdf?sequence=1&isAllowed=y
71. RODRIGUEZ, S. (2015) Comportamiento del consumo de los núcleos familiares con hijos independientes económicamente.
https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/387217/SRR_TESIS.pdf?sequence=1
72. ROSALES, V. (2012). Factores que influyen en la elección de una carrera universitaria en la Universidad Católica Andrés Bello. (Tesis pregrado). Universidad Pedagógica Nacional. México.
73. SAHUI, J. (2008). INFLUENCIA DE LOS FACTORES PSICOLÓGICOS EN LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR.
<https://www.eumed.net/rev/tecsistecat1/n5/jasm.pdf>
74. SAID-HUNG, E. GRATACÓS, G. VALENCIA, J. (2017). Factores que influyen en la elección de las carreras de pedagogía en Colombia. Recuperado de: <http://www.scielo.br/pdf/ep/v43n1/1517-9702-ep-43-1-0031.pdf>

75. SINESE, O. (2008) EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y DE LAS ORGANIZACIONES. <http://www4.ujaen.es/~osenise/tema%205.pdf>
76. SCHÜSSLER, R. (28 de diciembre de 2007), Género y Educación. Cuaderno temático. Recuperado de: <http://www.oei.es/historico/noticias/spip.php?article1631>
77. SHIFFMAN, L. & LAZAR, L. (2010) Comportamiento del consumidor. file:///Users/dolly/Downloads/LIBRO_comportamiento_del_consumidor_10ed.pdf
78. UNIVERSIDAD ESAN (2015). Conexión Esan. Consultado en: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/10/como-influye-personalidad-comportamiento-consumidor/>
79. VILLADA, C. LÓPEZ, L. PATIÑO, C. RAMÍREZ, W. JURADO, C. OSSA, J. (2002). Factores asociados a la elección de carrera y universidad. Recuperado de: <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/unip/article/viewFile/13163/11819>
80. VILLAFUERTE, C. (2019). Factores que determinan la elección de la carrera profesional en la facultad de ciencias económicas de la Universidad Nacional Del Callao. <http://repositorio.unac.edu.pe/handle/UNAC/4190>
81. VIVAR, L. (1992). Análisis del proceso de decisión del consumidor para la estrategia comercial de la empresa. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=786117>
82. WATT, H. RICHARDSON, P. KLUSMANN, U. KUNTER, M. BEYER, B. TRAUTWEIN, U. BAUMERT, J. (2012). Motivations for choosing teaching as a career: An international comparison using the FIT-Choice scale. Recuperado de: <https://pdfs.semanticscholar.org/ba0f/69f4a51af5f4dbd6f0df85ec3a82a3978540.pdf>
83. ZUAZO, J. (2018) ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y SU RELACIÓN CON LA DECISIÓN DE COMPRA. https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1358/2018_ADYDE_18-1_07_TI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

CUESTIONARIO

1. ¿La discriminación que recibe de los hombres influye en su elección de estudiar la carrera militar?
2. ¿La opinión de la sociedad al no considerar la carrera militar como una profesión para mujeres influye en su elección de estudiar la carrera militar?
3. ¿Considera Ud. que sus creencias influyen en su elección de estudiar la carrera militar?
4. ¿Considera Ud. que su religión influye en su elección de estudiar la carrera militar?
5. ¿Cree Ud. que el costo de la carrera está acorde a sus ingresos económicos?
6. ¿Considera Ud. que su estatus social (clase social) influye en su elección de estudiar la carrera militar?
7. ¿La opinión de la familia influye en su elección de estudiar la carrera militar?
8. ¿Estudiar la carrera militar es tradición en su familia?
9. ¿La opinión de sus amistades Grupo de Preferencia (Grupos de amigos del colegio, grupo de amigos del barrio) influyen su elección de estudiar la carrera militar?
10. ¿Considera Ud. que las referencias familiares, amistades o grupos sociales influyen en su elección de estudiar la carrera militar?
11. ¿Considera Ud. que el prestigio y status que otorga el ser militar influyen en la elección de estudiar esta carrera?

12. ¿Considera Ud. que la comodidad, estabilidad laboral y el poder alcanzar sus planes a futuro que otorga el Ejército del Perú influye en su elección de estudiar la carrera militar?
13. ¿Cree Ud. que su edad influye en su elección de estudiar la carrera militar?
14. ¿Considera Ud. el tener una previa formación militar influyen en la elección de estudiar la carrera militar?
15. ¿Su estilo de vida influye en su elección de estudiar la carrera militar?
16. ¿Considera Ud. que la falta de oportunidades laborales en el país influye en su elección de estudiar la carrera militar?
17. ¿La falta de medios para cursar otra carrera influye en su elección de estudiar la carrera militar?
18. Elegí estudiar la carrera militar porque da autonomía en la vida.
19. ¿Considera Ud. que el reconocimiento por parte de su familia influye en la elección de estudiar la carrera militar?
20. ¿Considera Ud. que los medios de comunicación influyen en su elección de estudiar la carrera militar?
21. ¿Considera Ud. que la percepción que tiene sobre la carrera militar influye en su elección de estudiar esta carrera?
22. ¿Considera Ud. que sus sentimientos y emociones influye en su elección de estudiar la carrera militar?
23. ¿Considera Ud. que tener previo conocimiento de la malla curricular influye en su elección de estudiar la carrera militar?

24. ¿Considera Ud. que tener previo conocimiento del desempeño influye en su elección de estudiar la carrera militar?
25. En el test vocacional salió que siga la carrera militar.
26. Siempre tuve atracción por la vida militar.
27. No tenía otra opción
28. Siento una verdadera vocación por la carrera militar
29. Me siento identificada con la institución.
30. Considero que cuento con habilidades para estudiar la carrera militar.
31. Creo que he tomado una buena decisión al estudiar la carrera militar
32. La institución ha cumplido con mis expectativas.
33. Recomendaría a otra mujer que estudiara la carrera militar.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LOS GRUPOS FOCALES

Nuestros nombres son Claudia Isabel Castillo Rosales y Dollybeth Alejandra La Chira Calle, estamos realizando esta investigación cuyo objetivo es analizar el proceso de toma de decisiones de las mujeres, entre los 16 y 21 años, sobre la elección de la carrera militar, desde la perspectiva del marketing para identificar cuáles son los factores que influyen en el proceso de decisión que culmina eligiendo la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos.

Has sido elegida al azar entre un grupo de participantes que realizaron la encuesta que forma parte de la investigación. En esta fase de la investigación estamos invitando a grupos de participantes a conversar en con mayor detalle estos temas. De allí que tu participación es muy valiosa para nosotras. Ahora te explicaré algunos aspectos importantes que sucederían si aceptas participar:

- La discusión contará con la participación de 6-8 personas y la discusión será moderada por el psicólogo Luis Espinoza Paul.
- La discusión se hará vía online por la plataforma Meet de Google, se grabará toda la sesión, pero tanto el video como el audio ser únicamente utilizado para los fines de la investigación.
- El video será grabado en MP4 y será cifrado la información grabada es confidencial, y nadie, excepto las investigadoras principales tendrán acceso.
- Los archivos de la discusión en MP4 se destruirán después de 30 días de analizadas las discusiones. Toda la información que brinde se guardara con la mayor confidencialidad posible.
- No se utilizará su nombre para ningún reporte o publicación finalizado el estudio.
- Tanto en las respuestas como en los resultados se respetará el anonimato y la confidencialidad. Los resultados de la investigación serán publicados de manera grupal y por ningún motivo los resultados serán presentados de manera individual.
- Le pediremos a usted y a los demás integrantes del grupo que no hablen con gente fuera del grupo acerca de lo que se habló ahí. En otras palabras, le pediremos a cada uno de ustedes que mantengan la confidencialidad de lo que se diga en el grupo.

No tienes qué tomar parte en una discusión si siente que la(s) pregunta(s) son demasiado personales, o si hablar acerca de algo te resulta incomodo. Estás en libertad de no aceptar participar ahora en esta discusión. Puede que más bien sea en otro momento. No hay ningún costo por participar en este estudio. No se te ofrecerá ningún incentivo para que participes en la investigación.

Si tuvieras otras preguntas acerca del estudio puedes comunicarte con el Claudia Isabel Castillo Rosales al teléfono 984-298399 o Dollybeth Alejandra La Chira Calle al teléfono 944-471872, Investigadoras principales del estudio.

Yo he leído toda la información de este formato y he recibido toda la información adicional solicitada.

La participación en este estudio es **VOLUNTARIA**. Puedes rehusar su participación o de retirarse en cualquier momento. ¿Deseas participar en este estudio? Si () No ()
Si tu respuesta es afirmativa, entonces por favor firma en la parte inferior.

Fecha

Firma del participante del estudio

Dollybeth Alejandra La Chira Calle

Claudia Isabel Castillo Rosales

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de la investigación: “ Factores que influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar de la escuela militar de chorrillos en el 2019”

Línea de investigación: Violencia, genero y empresa

Autores: Claudia Castillo Rosales – Dollybeth Alejandra La Chira Calle

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cuáles los factores determinantes que influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019?	Determinar cuáles son los factores que influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.	Los factores que influyen en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019 son Culturales, Sociales, Psicológicos y Personales.	Variable Dependiente: Elección profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Interés profesional • Habilidades y destrezas • Satisfacción de la carrera elegida 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Cuantitativo y Cualitativo • Tipo: Descriptivo • Alcance: Descriptivo • Diseño: Transaccional • Unidad de investigación: Cadetes mujeres de la Escuela Militar de Chorrillos
			Variable Independientes: Factores determinantes	<ul style="list-style-type: none"> • Factores Culturales • Factores Sociales • Factores Psicológicos • Factores Personales 	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		DIMENSIONES	Fuente de Información
¿Cómo influyen los factores culturales en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019?	Identificar la influencia de los factores culturales en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.	Los factores culturales (La cultura, la subcultura y las clases sociales) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.	Variable Dependiente: Elección profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Interés profesional • Habilidades y destrezas • Satisfacción de la carrera elegida 	<ul style="list-style-type: none"> • Libros • Revistas científicas • Tesis
			Variable Independiente: Factores Culturales	<ul style="list-style-type: none"> • La cultura • La subcultura • Las clases sociales 	

¿Cómo influyen los factores sociales en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019?	Identificar la influencia de los factores sociales en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.	Los factores sociales (Los grupos de referencia, la familia y roles y estatus) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.	Variable Dependiente: Elección profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Interés profesional • Habilidades y destrezas • Satisfacción de la carrera elegida
			Variable Independiente: Factores Sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Los Grupos de Referencia • La familia • Los Roles y estatus
¿Cómo influyen los factores psicológicos en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019?	Identificar la influencia de los factores psicológicos en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.	Los factores psicológicos (motivación, percepción, aprendizaje y actitud) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.	Variable Dependiente: Elección profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Interés profesional • Habilidades y destrezas • Satisfacción de la carrera elegida
			Variable Independiente: Factores Psicológicos	<ul style="list-style-type: none"> • La motivación • La percepción • El aprendizaje • La actitud
¿Cómo influyen los factores personales en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019?	Identificar la influencia de los factores personales en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.	Los factores personales (la edad y la etapa de ciclo de vida, estilo de vida, personalidad y concepto de sí mismo) si influyen significativamente en las mujeres para la elección de la carrera militar de la Escuela Militar de Chorrillos en el 2019.	Variable Dependiente: Elección profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Interés Profesional • Identidad ocupacional • Satisfacción
			Variable Independiente: Factores Personales	<ul style="list-style-type: none"> • La edad y etapa del ciclo de vida. • La personalidad • El estilo de vida • Concepto de sí mismo