



Año 6, Núm. 17 (Julio - Diciembre 2013)



Revista de Investigación
Académica sin Frontera

ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL ENTORNO FAMILIAR Y SOCIAL, EN EL DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS ADOLESCENTES DE CD. OBREGÓN Y NAVOJOA

JESÚS PEDRO MIRANDA TORRES
Universidad de Sonora

MARIA GUADALUPE ALVARADO IBARRA
Universidad de Sonora

LETICIA MARIA GONZALEZ VELASQUEZ
Universidad de Sonora

RESUMEN

Tomando en cuenta los constantes cambios en el entorno social y educativo, así como los resultados en el aprovechamiento y comportamiento de los jóvenes en la actualidad, se realizó esta investigación que permita crear estrategias que beneficien tanto a padres de familia, como a los mismos estudiantes.

A través de este documento se verá el método que se utilizó, un marco teórico de referencia para mayor comprensión del texto, las características de la muestra encuestada, el instrumento de investigación y aplicación del mismo, hasta llegar a los resultados obtenidos. Es necesario aplicar todo un método que arroje información que permite realizar un análisis concluyente, así mismo poder hacer recomendaciones que fortalezcan el resultado de la investigación.

Palabras Clave: Familia, Desempeño, Adicciones y Sexualidad.

Introducción

Hoy en día las nuevas generaciones presentan un déficit en su desempeño escolar, además de un cierto desapego hacia las relaciones con sus familias, lo cual está afectando su desempeño, principalmente el académico y su capacidad de relacionarse con el entorno.

La influencia de las familias disfuncionales ha afectado a la población de entre 13 y 18 años, que ahora presentan un mayor consumo de estupefacientes, además de favorecer en inicio más temprano de esta actividad; Así como el contacto sexual a una edad más temprana.

La evolución de la sociedad moderna está provocando a jóvenes con más sedentarismo, ociosidad y falta de valores, que estos repercuten en su vida académica y social. Es por eso que se ha realizado esta investigación para sondear el comportamiento en tres ejes: el familiar, el social y el académico.

1. Planteamiento del problema

En la actualidad es importante para las instituciones de nivel básico y nivel media superior, averiguar el impacto que tiene la familia y amigos en la vida estudiantil de los adolescentes, ya que hoy en día presentan un déficit en su aprendizaje y comportamiento. Es también importante considerar al realizar cualquier estudio de esta naturaleza, los diferentes factores que intervienen en la vida del adolescente. Por lo que los cuestionamientos básicos de la investigación son los siguientes:

- ¿Cuál es el impacto de la ausencia de los padres?
- ¿Los padres ponen atención en el desempeño académico de sus hijos?
- ¿Qué bases se les dan en los hogares a los adolescentes?
- ¿Qué nivel de compromiso tienen los adolescentes con sus estudios?

Antecedentes.

Al presentarse tantos cambios en nuestra sociedad y formas de vida, se deben de modificar o adaptar también la manera de cómo educamos a nuestros hijos. Es bien sabido que las necesidades en las familias van en aumento, es por eso que los padres de familia han salido al mercado laboral, dejando parte de la educación a las escuelas.

En las instituciones de nivel básico y media superior, nos encontramos que el joven o adolescente comienza a desenvolverse en el ámbito social, esto acompañado del ámbito escolar; Sin embargo existe muchos factores que deben ser tomados en cuenta e incluso supervisados, no solo por sus maestros, sino que también deben enrolarse los padres de familia ante esta situación.

Para crear estrategias que favorezcan el desempeño y comportamiento de los jóvenes, se realizó esta investigación para obtener información pertinente que permita crear las mismas.

Justificación.

En nuestra actualidad los jóvenes están viviendo con cambios acelerados en todos los aspectos, dándose esto en todos los sentidos. El ritmo de vida, la ocupación de los padres en términos laborales para dar el sustento a sus hijos, la tecnología, la sexualidad, las adicciones, el entretenimiento y demás factores, repercuten directamente en el adolescente; viéndose esto reflejado en sus calificaciones y en su comportamiento. Es por eso que se realizó esta investigación, principalmente dirigida a las instituciones de nivel básico y medio superior, esto con el objetivo de crear estrategias que involucren a padres e hijos, logrando conciencia en el desarrollo de los jóvenes en todos los aspectos.

Objetivos.

Objetivo General.

Conocer la influencia del entorno familiar y social en el desempeño académico de los adolescentes.

Objetivos particulares.

1. Conocer cuál es la situación de los padres, en cuestiones sentimentales, económicas y de convivencia con los hijos.
2. Conocer cuál es la supervisión que realizan los padres sobre los hijos, esto al momento de convivir socialmente.
3. Identificar el conocimiento que tienen los jóvenes en cuanto a sexualidad y adicciones.

2. Marco Teórico-Conceptual y/o Revisión de la literatura

2.1 Investigación de mercados:

Es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing (Malhotra, 2008)¹

2.2 Paso 1: definición del problema

Este *paso de la investigación de mercados*, según Philip Kotler y Gary Armstrong, a menudo es el más difícil, pero es el que guía todo el proceso de investigación.

Una vez que se ha definido con cuidado el problema, se deben *establecer los objetivos de la investigación de mercados*, que según Kotler y Armstrong, pueden ser de tres tipos:

1. *Investigación Exploratoria*: Busca obtener información preliminar que ayude a definir problemas y a sugerir la hipótesis.
2. *Investigación Descriptiva*: Busca describir mejor los problemas de marketing, situaciones o mercados, tales como el potencial de mercado de un producto o los parámetros demográficos y actitudes de los consumidores que compran el producto.
3. *Investigación Causal*: Busca probar la hipótesis acerca de relaciones de causa y efecto.²

2.3 Paso 2: desarrollo del enfoque del problema

Incluye:

- Establecer un marco de referencia (teórico y objetivo).
- Precisar modelos analíticos.
- Formular preguntas de investigación e hipótesis.
- Identificar la información que se necesita.³

2.4 Paso 3: formulación del diseño de investigación

Procedimientos para obtener la información requerida.

- Diseño de un estudio con hipótesis de interés.
- Definición de posibles respuestas a las preguntas de investigación.
- Se realiza la investigación exploratoria.

¹ Malhotra, N. K. (2008). Investigación de mercados. (M. E. Salinas, Trad.). México: Pearson Educación.

² Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Kotler Philip y Armstrong Gary, Prentice Hall, 2003.

³ Malhotra, N. K. (2008). Investigación de mercados. (M. E. Salinas, Trad.). México: Pearson Educación.

– Se definen variables y escalas adecuadas de medición.
– Se diseñan cuestionarios y plan de muestreo (personas que participarán en el proceso), e incluye los siguientes pasos:

1. Definición de la información necesaria.
2. Análisis de datos secundarios.
3. Investigación cualitativa.
4. Técnicas para la obtención de datos cuantitativos (encuesta, observación y experimentación).
5. Procedimientos de medición y de escalamiento.
6. Diseño de cuestionarios.
7. Proceso de muestreo y tamaño de la muestra.
8. Plan de análisis de datos.⁴

2.5 Paso 4: Trabajo de campo o recopilación de datos

Según Peter Chisnall, los dos tipos principales de datos (a obtener) se clasifican como:

Datos Primarios: Es la información recabada la primera vez, única para esa investigación en particular y se recopila mediante uno o varios de éstos elementos: a) observación, b) experimentación y c) cuestionarios (el más popular).

2.6 Paso 5: Preparación y análisis de datos

Luego de obtenidos los datos, se los procesa y analiza para aislar la información y los hallazgos importantes. Es necesario verificar que los datos de los cuestionarios sean exactos y estén completos, y codificarlos para su análisis. Posteriormente, se tabulan los resultados, calculan los promedios y se realizan otras medidas estadísticas.⁵

2.7 Paso 6: elaboración y presentación del informe

A continuación, se detallan los puntos que guían el proceso para la elaboración del informe:

1. El estilo del informe debe estar relacionado con las necesidades de los clientes (o de la dirección).

⁴ Malhotra, N. K. (2008). Investigación de mercados. (M. E. Salinas, Trad.). México: Pearson Educación.

⁵ Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Kotler Philip y Armstrong Gary, Prentice Hall, 2003,

2. Debe usarse un lenguaje claro en los informes de la encuesta.
3. Los diagramas y las tablas empleados en los informes de la encuesta deberán titularse, las unidades de medida citarse con claridad y, si se utiliza material publicado, tal vez en un apéndice.
4. En gran medida, es cuestión de gusto y presupuesto que un texto se complemente con diagramas y tablas.
5. El tipo de impresión y la encuadernación de los informes de la encuesta deben verificarse con los investigadores, lo mismo que el número de copias de los informes de encuesta que se remitirán al cliente (o a la dirección).
6. Finalmente, se debe tener cuidado de que los informes de la investigación presenten resultados dentro de una estructura lógica.⁶

3. Metodología de análisis

La presente investigación es de corte Cuantitativo, que es aquella que permite examinar los datos de manera científica, o de manera más específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

Para que exista metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar. Es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente dónde se inicia el problema.

3.1 Población o muestra.

La técnica de muestreo utilizada para esta investigación fue la aleatoria simple la cual podemos decir que una muestra simple aleatoria es aquella en que sus elementos son seleccionados mediante el muestreo aleatorio simple.

La cual se desarrolló de la siguiente manera:

⁶ CHISNALL, Peter M., *La esencia de la investigación de mercados*, México, Editorial Prentice Hall Hispanoamérica, Edición en Español, 1996.

Desarrollo de la formula.

$$n = \frac{(157,729) (0.5)^2 (1.96)^2}{(157,729 - 1) (0.05)^2 + (0.05) (1.96)^2}$$

$$n = \frac{(157,729) (0.0025) (3.84)}{(157728) (0.0025) + (0.0025) (3.84)}$$

$$n = \frac{151,418.8}{394.32 + 0.0096} = \mathbf{394.32}$$

3.2 Guía de trabajo de campo.

La recolección de datos en esta investigación será a través de la aplicación de una encuesta a cada una de los elementos elegidos en la muestra. Cabe mencionar que de los 394 encuestados la mitad fueron de Ciudad Obregón y la otra mitad del municipio de Navojoa, Sonora. Obtenidos de diferentes secundarias y preparatorias, públicas y privadas.

3.3 Cuestionario

El cuestionario a aplicar está compuesto de 16 preguntas estructuradas, en donde el entrevistado tendrá opción múltiple de responder, de manera que al momento de procesar la información los resultados sean totalmente de acuerdo a las variables que se están investigando. (Ver anexo 1)

3.4 Procesamiento de la información

La técnica que se utilizara para procesar la información primeramente será la edición, es decir revisar y darle un orden a la encuesta, posteriormente se hará una codificación en donde se le dará un valor a cada elemento de la encuesta, siguiendo la realización de la tabulación permitiendo el agrupar la información, llegando con esto a uno de los últimos pasos que es la elaboración de graficas, mismas que harán posible el desarrollo de la interpretación de los resultados.

TABLA 1
Cuestionario parte 1.

Edad 16 Sexo: (M) (F) Grado: 2^a Pública Privada

- ¿Cuál es tu promedio?
 - a) 6-7 8-9 c) 9-10
- ¿Alguno de tus padres trabajan?
 - Si ¿Quién? mi papá y mamá
 - No Otros
- Ordena de mayor a menor de acuerdo a la prioridad de las siguientes actividades, según sea tu criterio:

| | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <u>6</u> Jugar (video juegos) | <u>1</u> Estudiar |
| <u>7</u> Practicar algún deporte | <u>3</u> Estar con el (a) novio (a) |
| <u>4</u> Tarea | <u>2</u> Estar con amigos |
| <u>5</u> Pasar tiempo con la familia. | |
- ¿Cuál es la situación sentimental de tus padres?

| | |
|---|--|
| a) Casados <input type="checkbox"/> | c) Separados <input type="checkbox"/> |
| b) Divorciados <input type="checkbox"/> | d) Padre o madre soltero(a) <input type="checkbox"/> |
- ¿Con quién tienes mayor relación?

| | |
|---|-----------------------------------|
| a) Mamá <input checked="" type="checkbox"/> | c) Tíos <input type="checkbox"/> |
| b) Papá <input checked="" type="checkbox"/> | d) Otros <input type="checkbox"/> |
- ¿Te supervisan tus papás?

| | |
|--|---|
| Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> | |
| <u>Calificaciones</u> | <u>Comportamiento</u> |
| <input type="checkbox"/> Revisan la tarea | Otros <input checked="" type="checkbox"/> |
- ¿Cuánto tiempo pasas al día con tus padres?

| | |
|-------------------------------------|--|
| a) 1 Hora <input type="checkbox"/> | c) 4 Horas <input type="checkbox"/> |
| b) 2 Horas <input type="checkbox"/> | d) Otros <input checked="" type="checkbox"/> |
- ¿A cuántas fiestas al mes asistes?

| | |
|-----------------------------------|--|
| a) 1 a 4 <input type="checkbox"/> | c) 6 a 8 <input checked="" type="checkbox"/> |
| b) 4 a 6 <input type="checkbox"/> | d) Más de 8 <input type="checkbox"/> |
- Cuando asistes a fiesta ¿tus papás están al pendiente de ti?

| | |
|--|-----------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
|--|-----------------------------|
- ¿De qué manera te supervisan tus padres cuando sales?

| | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Te llevan al lugar | <input type="checkbox"/> Te envían con un acompañante |
| <input type="checkbox"/> Te acompañan al evento | <input checked="" type="checkbox"/> Supervisan tu llegada. |

TABLA 2
Cuestionario parte 2

11. Cuando asistes a las fiestas y vas con tus amigos ¿qué es lo que encuentras con ellos?

Botanas y refresco Cigarros
 Alcohol Drogas

12. Cuando vas a las fiestas ¿qué necesitas para divertirte?

Botanas y refresco Drogas
 Alcohol Otros _____
 Cigarros

13. ¿Alguna vez has probado alguna droga?

Sí ¿Cuál la mas mejor * →*(r).
 No la mary jane.

14. ¿Crees que en tu educación has recibido suficiente información acerca de la sexualidad?

Sí No

15. En tu educación te han hablado de los siguientes temas:

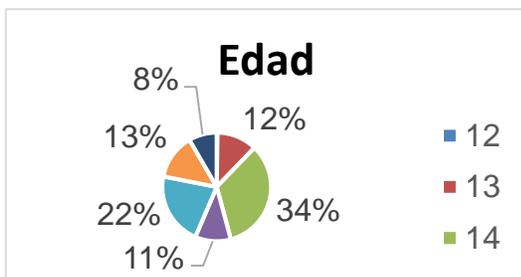
Enfermedades de transmisión sexual Menciona 2 gonorrea, herpes
 Embarazo Aborto Métodos de protección
 Métodos anticonceptivos Menciona 2 abstinencia, pastillas.

16. ¿Alguna vez has tenido relaciones sexuales?

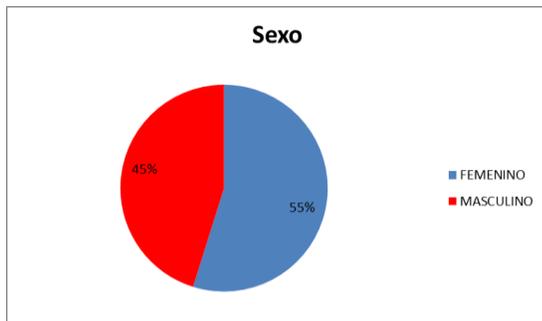
Sí No

4. Resultados y contraste de hipótesis

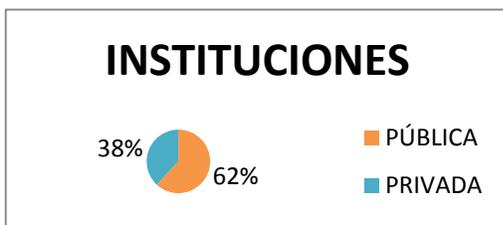
En base a las encuestas realizadas en las diferentes instituciones educativas de la ciudad, los resultados fueron los siguientes:



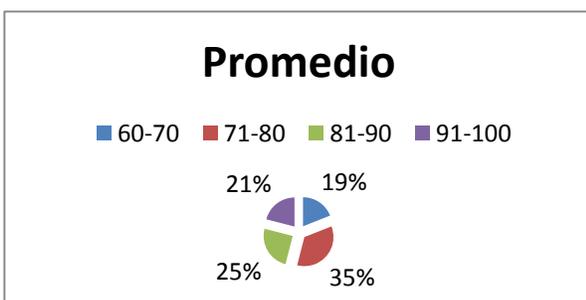
Según las encuestas aplicadas el 33% de los encuestados tienen 14 años, seguidos por el 22% de 16 años, el 14% de 17 años, el 12% de 13 años y el 8% de 18 años.



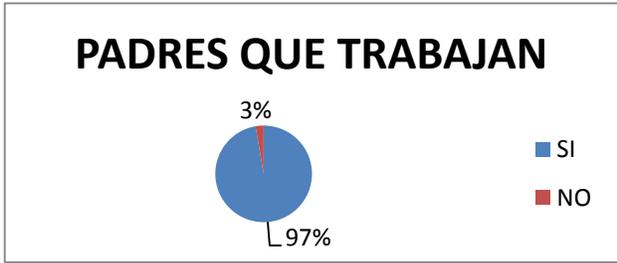
Según las encuestas aplicadas, el 55% de los participantes fueron mujeres y el restante 45% hombres.



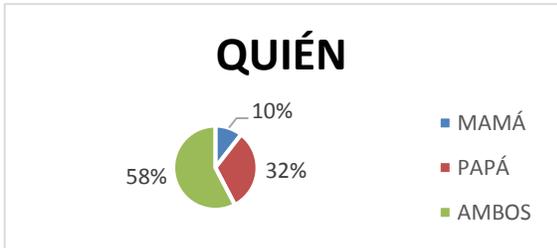
El 62% de los encuestados pertenecen a escuelas públicas y el restante 38% a escuelas privadas.



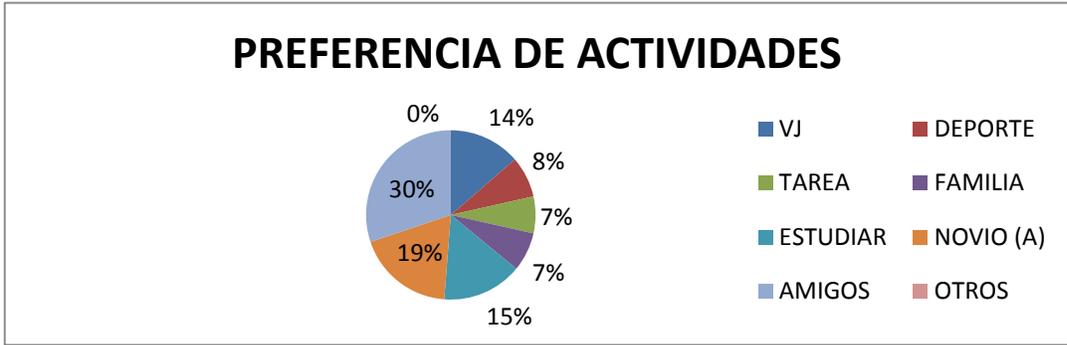
Según las encuestas el 35% cuenta con un promedio de 71 a 80, el 25% de los encuestados cuentan con un promedio de 81 a 90, el 21% con un promedio de 91 a 100 y el 19% con 60 a 70.



El 97% de los encuestados dijeron que alguno o ambos de sus padres trabajan, mientras el 3% ninguno de los padres trabaja.



El 58% de los encuestados respondió que ambos padres trabajan, mientras que el 32% trabaja el papá y el 10% la mamá.



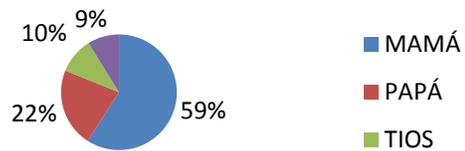
El 30% de los encuestados prefieren estar con sus amigos, el 19% estar con la novia o novio, el 15% estudiar, el 14% jugar Video Juegos, el 8% practicar algún deporte, el 14% restante se divide en 7% hacer tarea y estar con la familia.

SITUACIÓN SENTIMENTAL DE PADRES



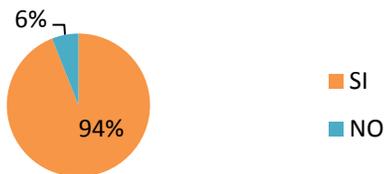
Según las encuestas aplicadas el 90% de los padres están casados y el restante 10% se divide en 4% divorciados, 4% separados y el 2% solteros.

MAYOR RELACIÓN



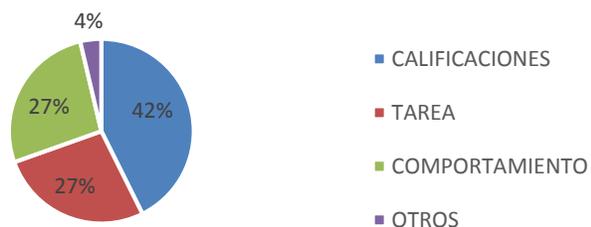
El 59% de los encuestados respondió que cuenta con mayor relación con su mamá, el 22% con su papá, el 10% con sus tíos, y el 9% restante con otras personas, especialmente con amigos, hermanos y abuelos.

SUPERVISIÓN



Según las encuestas el 94% de los estudiantes son supervisados por sus padres, y el 6% no.

FORMA DE SUPERVISIÓN



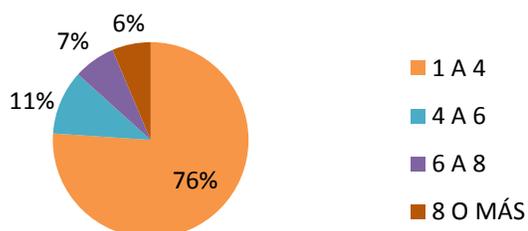
Al 42% le checan sus calificaciones, 27% le checan la tarea, 27% verifican su comportamiento y el 4% utilizan otros métodos.

TIEMPO CON PADRES

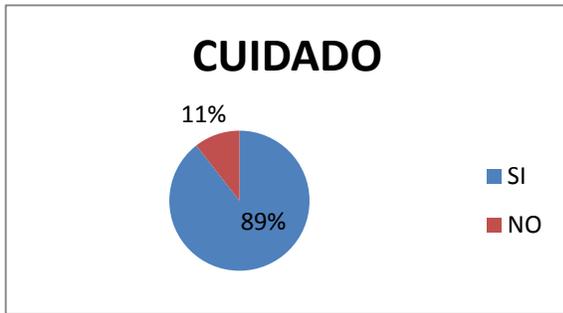


42% de los encuestados dijeron pasar 4 horas diarias con sus padres, otro 42% más de 4 horas, 12% 2 horas y 5% solo 1 hora.

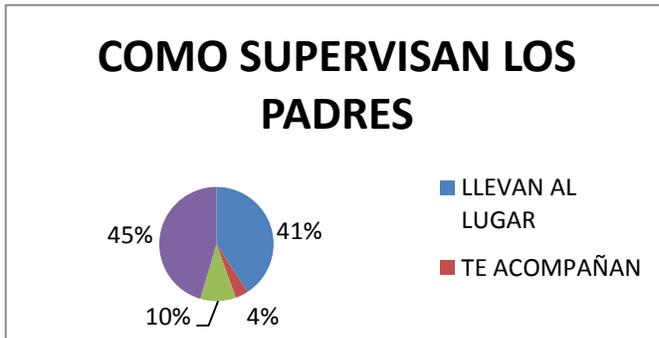
FIESTAS AL MES



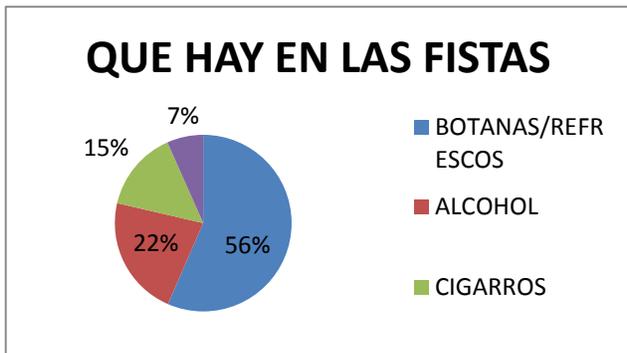
Según las encuestas el 76% solo asiste de 1 a 4 fiestas al mes, el 11% de 4 a 6, el 7% de 6 a 8 y el 6% a más de 8 fiestas a mes.



El 89% de los encuestados dicen que sus padres si están al pendiente de ellos cuando salen, y el 11% que no.

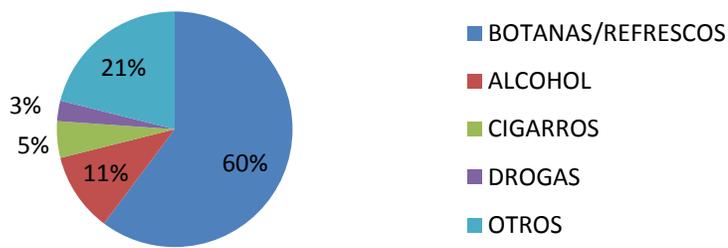


Según los encuestados el 45% dijo que le supervisan su llegada, 41% lo llevan a lugar del evento, al 10% lo envía con un acompañante y el 4% lo acompañan al evento.



El 56% de los encuestados dijo que encuentra botanas y refrescos en las fiestas, el 22% alcohol, el 15% cigarros y el 7% drogas.

SE DIVIERTEN EN FIESTAS CON



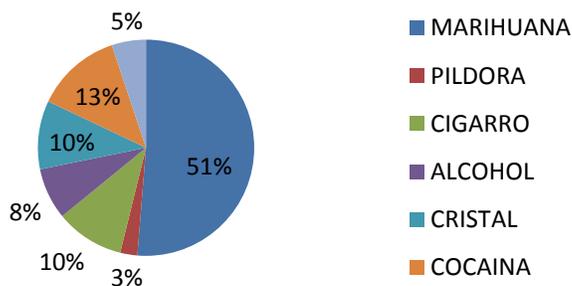
El 60% de los encuestados dijo que solo se divierten con botanas y refresco, el 11% con alcohol, el 5% con cigarros, el 3% con drogas y el 21% con algún otro producto.

HAN PROBADO ALGUNA DROGA



Según las encuestas aplicadas el 85% no ha probado ninguna droga, y el 15% si han consumido algún estupefaciente, especialmente la marihuana.

DROGAS PROBADAS



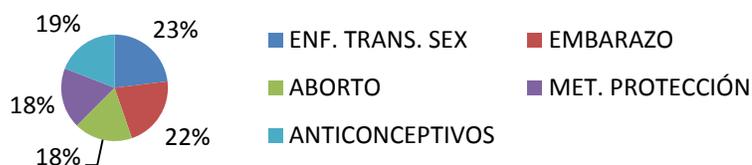
Del 15% que ha probado alguna droga, el 51% ha consumido la marihuana, el 13% cocaína, el 10% cigarro, 10% cristal, 8% alcohol, 5% éxtasis y 3% píldora.

EDUCACIÓN DE SEXUALIDAD



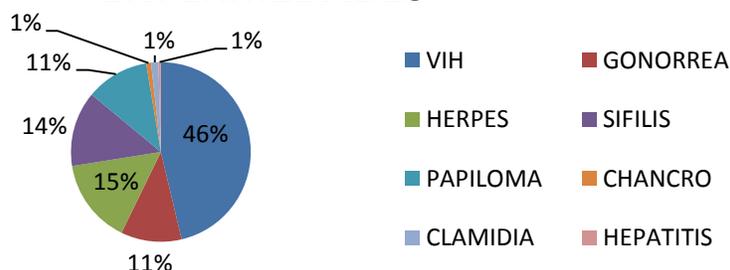
El 91% de los encuestados creen que si han recibido suficiente información acerca de la sexualidad y el 9% no lo considera así.

LES HAN HABLADO SOBRE



El 23% conoce acerca de las enfermedades de transmisión sexual, el 22% sobre el embarazo, 19% de anticonceptivos, 18% del aborto, y 18% métodos de protección.

ENFERMEDADES



Dentro de las enfermedades de transmisión sexual que conocen están el 46% el VIH, 15% herpes, 14% sífilis, 11% gonorrea, 11% papiloma, 1% chancro, 1% clamidia y 1% hepatitis.

METODOS



47% conoce como método anticonceptivo el condón, 37% las pastillas, el 10% el DIU, el 3% el parche, el 2% la abstinencia, y el 1% las inyecciones.



El 78% de los encuestados dijo no haber tenido relaciones sexuales, mientras que el 22% restante admitió ya haber tenido relaciones.

5. Conclusiones e implicaciones sociales y empresariales

El resultado obtenido de este estudio nos arroja que los adolescentes prefieren pasar mayor tiempo con sus amigos que con la familia, incluso realizar cualquier otra actividad.

La persona con la que mayor se relacionan es con la madre, pero existe un porcentaje considerable que relaciona mejor con otras personas ajenas a la familia.

El desempeño académico de los adolescentes en lo general es bueno, pero existe un número considerable de estudiantes con un bajo promedio, por lo cual es importante ponerle atención para obtener un mayor aprovechamiento de estos, además de buscar la causa a esta problemática.

En la actualidad los jóvenes están más expuestos a los vicios que en décadas anteriores, ya que es fácil encontrar drogas tanto legales como ilegales en las fiestas a las que asisten.

Un gran porcentaje de jóvenes ya iniciado su vida sexual activa, muchos de ellos desde los 13 años, lo cual expone a mayores riesgos de enfermedades de transmisión sexual, así como a embarazos no deseados y madres cada vez más jóvenes.

A manera de recomendación sería importante considerar los siguientes puntos:

Es importante que se fomente las relaciones entre los miembros de las familias, es recomendable también que las escuelas creen eventos especiales para esto.

Tener mayor relación entre las instituciones educativas y las familias de los estudiantes, así como darle seguimiento a los perfiles de cada uno.

Realizar antidoping en las escuelas para detectar a los chicos con problemas de drogadicción especialmente.

Invitar a dependencias de gobierno y a ONG'S que se enfoquen directamente con asistencia a personas con adicciones, jóvenes embarazadas, así como también programas dirigidos al bienestar de los jóvenes.

Bibliografía

1. Malhotra, N. K. (2008). Investigación de mercados. (M. E. Salinas, Trad.). México: Pearson Educación.
2. Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Kotler Philip y Armstrong Gary, Prentice Hall, 2003.
3. CHISNALL, Peter M., *La esencia de la investigación de mercados*, México, Editorial Prentice Hall Hispanoamérica, Edición en Español, 1996.
4. Kotler, Philip. Dirección de Mercadotecnia. 7a. ed. Prentice-Hall. México,D.F,1993.
5. Ordoñez, R. (19 de Septiembre de 2010). *Investigación de mercado*. de slideshare.net: <http://www.slideshare.net/11431590/investigacin-de-mercado-5233960>
6. hospitalidad, C. C. (24 de Junio de 2011). Investigacion de Mercados. Obtenido de slideshare.net: <http://www.slideshare.net/alexmontesmm/investigacion-de-mercados-8414329>
7. Muestreo Aleatorio Simple. (2012). Obtenido de unex.es: http://matematicas.unex.es/~inmatorres/teaching/muestreo/assets/Cap_3.pdfSantesmases, M., Sánchez, A. & Valderrey, F. (2003). Mercadotecnia: Conceptos y Estrategias. Madrid: Ediciones Pirámide.