

CAPÍTULO 1
INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Los pueblos cuentan con una historia que les permite diferenciarse y los identifica de las demás poblaciones. Sus raíces les permiten fortalecerse al igual que a sus habitantes, lo que hace a la cultura esencial para el desarrollo de un lugar y su gente.

San Andrés Cholula es un municipio que ha preservado su identidad cultural, a pesar de su estrecha cercanía con dos grandes centros urbanos como lo son las ciudades de Puebla y San Pedro Cholula. La herencia histórica y cultural de sus antepasados es muy extensa y rica, evidente hasta ahora en sus diversas manifestaciones religiosas de sus pueblos y comunidades; las fiestas, los desfiles, las ferias, los cohetes, las alfombras elaboradas de aserrín y sus arcos florales, la música de las bandas y el resonar de las campanas son tan frecuentes, pero tan naturales para los pobladores, que sólo asombran a los foráneos (Gobierno del municipio de San Andrés Cholula, 2008). Dada su gran herencia histórica y cultural, el teatro ha dejado de ser valorado como una actividad cultural importante en el ámbito recreativo, de convivencia y formativo.

De acuerdo con Pérez (1999) el teatro representa una expresión ancestral, sobre todo en México; es un arte que se puede acoplar de acuerdo a la necesidad del tiempo, lugar y persona. La principal característica del teatro es la formación; es una actividad educativa, reflexiva, que fomenta el trabajo en grupo y la creatividad. Tiene todas las características para ser una actividad que debería estar disponible en todos los pueblos, si bien a través de colegios, de universidades o de talleres de teatro dentro del municipio.

San Andrés Cholula, de acuerdo al Gobierno del municipio (2008), no cuenta con herramientas suficientes de difusión, de planeación, distribución y seguimiento para impulsar el teatro. Por lo que se ha determinado establecer los parámetros para desarrollar una estrategia de mercadotecnia cultural que impulse y fomente el teatro en el municipio.

Se ha establecido enfocar las obras a jóvenes estudiantes de 15 a 25 años de clase media y media alta, debido a que están en la etapa de formación por lo que son más receptivos a los estímulos del entorno. Para formar un carácter crítico y analítico que beneficiará en un futuro a su desarrollo tanto individual como colectivo.

1.2 Objetivo general

Realizar una investigación sobre el comportamiento de los jóvenes estudiantes que radican en San Andrés Cholula con respecto al teatro con el fin de poder establecer los parámetros para desarrollar una estrategia de mercadotecnia cultural para impulsar el teatro en los jóvenes del municipio de San Andrés Cholula, Puebla.

1.3 Objetivos específicos

- Analizar la situación actual del teatro en San Andrés, Cholula, Puebla.
- Identificar los motivos del comportamiento de los jóvenes en cuanto al teatro en San Andrés, Cholula.
- Determinar los factores que dificultan el desarrollo del teatro en San Andrés.
- Identificar las ventajas de impulsar el teatro en los jóvenes de San Andrés.
- Establecer los parámetros para desarrollar una estrategia de mercadotecnia cultural que impulse al teatro en San Andrés, Cholula.

1.4 Justificación

El teatro se crea como un espacio de expresión y transformación en el que las personas puedan tener una disciplina que ayude a construir y reconstruir su autoestima. Se utiliza al teatro como un espacio democrático y flexible a la diversidad donde no hay diferencias. Se concibe el teatro como una herramienta eficaz para promover la diversidad y la tolerancia (Markovits, 2006). El cual puede ser benéfico para el desarrollo del lugar así como de sus habitantes.

Con el desarrollo de una estrategia de mercadotecnia cultural se pretende conocer si existe el interés hacia el teatro, con el fin de contemplar las herramientas ideales para poder impulsar el teatro, en San Andrés, Cholula. Se escogió este municipio debido a la gran

influencia que obtiene de varias universidades pero sobre todo por la cercanía con la Universidad de las Américas, Puebla (UDLAP). Se pretende estudiar y comprender el comportamiento de los jóvenes que habitan en esta zona a manera que si es necesario se modifique su comportamiento para que se interesen más por el teatro y que sean partícipes de este arte, con esto desarrollando a la persona y al municipio de manera cultural. Se buscará que con esto se renueve el interés por el y darlo a conocer a más personas, sobre todo que la juventud se sienta identificada con las artes escénicas.

1.5 Alcances

- El proyecto está enfocado al establecimiento de los parámetros para el desarrollo de una estrategia de mercadotecnia cultural para impulsar el teatro en los jóvenes de San Andrés, Cholula.
- La investigación será dirigida a los jóvenes que habiten en el municipio de San Andrés, Cholula, Puebla.
- Solo se enfocará la investigación al municipio de San Andrés, Cholula en Puebla.
- Se analizarán las siguientes variables: difusión del teatro, si hay apoyo por parte del organismo gubernamental, calidad de las obras, creatividad de los espectáculos y su aportación al municipio y sus habitantes.
- La investigación terminará en el establecimiento de los parámetros para desarrollar una estrategia de mercadotecnia cultural para impulsar el teatro en los jóvenes de San Andrés, Cholula, Puebla.

1.6 Limitaciones

- No se abarcará otro segmento que no sea el de jóvenes estudiantes con un rango de edad de 15 a 25 años, de clase media, media alta que habiten en San Andrés, Cholula.
- Esta investigación no analizará otras variables que no tengan que ver con el teatro.
- No se utilizará todas las disciplinas de las bellas artes.
- No se realizará la etapa de implementación de la estrategia de mercadotecnia cultural.

1.7 Capitulación

En este apartado se definirá el contenido de los capítulos establecidos, que abarcará la investigación de este proyecto.

- El Capítulo 1
Presentará el planteamiento del problema, el objetivo general, los objetivos específicos, la justificación, los alcances y limitaciones de la tesis para poder profundizar la investigación.
- El Capítulo 2
Presentará el marco teórico que apoyará teóricamente el estudio donde, se mostrará desde las definiciones de los temas en común como los modelos en los que se basará la estructura de la investigación, donde se mostrará el modelo de mercadotecnia tradicional y el modelo de mercadotecnia cultural enfocado al teatro.
- El Capítulo 3
Expondrá el marco referencial en el que se abarcará de manera más detallada lo que es el teatro, sus antecedentes en México y en Puebla al igual que sus beneficios.
- El Capítulo 4
Mostrará la metodología que seguirá esta investigación, abarcando; recopilación de datos, la selección de la muestra, los motivos de escoger la muestra, su diseño y el análisis exhaustivo de los datos.
- El Capítulo 5
Expondrá los resultados de la investigación y se presentarán un detallado análisis de los resultados obtenidos de la recopilación de datos mostrados en cuadros sinópticos.

- El capítulo 6
Presentará los parámetros para desarrollar una estrategia de mercadotecnia cultural planteada para impulsar al teatro en los jóvenes de San Andrés, Cholula, Puebla.

- El Capítulo 7
Determinará las conclusiones del análisis de resultados de la investigación así como exponer las recomendaciones para ejecutar adecuadamente las estrategias de mercadotecnia cultural para impulsar el teatro en los jóvenes de 15 a 25 años, de clase media y media alta en San Andrés, Cholula, Puebla.