

CAPÍTULO 1
INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

Durante los últimos años se han realizado investigaciones en relación a la educación básica en adultos en diversos municipios de México, y resulta difícil aceptar que aún existe un alto índice de personas adultas que carecen de lo que se considera educación básica¹ para adultos, por ello esto se ha convertido en un tema relevante en la sociedad y aún más importante por el impacto que este tipo de problema tiene en el desarrollo social del adulto y de su comunidad (Solís, 2010).

Los gobiernos en su afán por abatir el rezago educativo en las diversas zonas han implementado programas de desarrollo orientados a cubrir la demanda de educación básica en los adultos, pero esto no ha sido suficiente (Ramírez, 2010).

De acuerdo a indicadores estadísticos del INEGI (2010), el nivel de rezago en educación básica en adultos en México es del 41%, esto quiere decir que en México dentro de su territorio se cuenta con 31 918 298 personas de 15 años o más que no han recibido algún tipo de instrucción o que no han concluido su educación básica.

En consecuencia, la falta de la educación básica en los adultos genera una condición de rezago educativo en los diversos municipios de México, lo cual atrae una gran cantidad de problemáticas como: la falta de preparación de la que

¹ La educación básica para adultos se define como: “servicios educativos orientados a la alfabetización, primaria y secundaria de las personas jóvenes y adultas, en los términos del Artículo 43 de la Ley General de Educación, que establece que la educación para adultos está destinada a individuos de 15 años o más que no hayan cursado o concluido la educación primaria y secundaria. La misma se presta a través de los servicios de alfabetización, educación primaria y secundaria, así como la formación para el trabajo, con las particularidades adecuadas a dicha población. Esta educación se apoyará en la solidaridad social” (Diario Oficial de la Federación. Lineamientos de Operación INEA, 2012, p. 7).

carecen los trabajadores en diversas empresas, sueldos fuertemente castigados, discriminación, entre otras (Ramírez, 2010).

La educación básica en adultos también es considerada un elemento fundamental para su desarrollo en los diversos entornos en los que se relaciona a lo largo de toda su vida y aún más importante para que el adulto llegue a tener un mejor desarrollo social y calidad de vida. Actualmente se sabe que quienes cuentan con un mayor nivel educativo, tienen una mayor oportunidad de complementar o cubrir sus necesidades básicas (Martínez, 2008).

El desarrollo de la persona se ve potenciado gracias a la educación y más aún cuando se trata de ejercer los demás derechos como lo son los derechos civiles, políticos, sociales, económicos, etc. Sin un mínimo de educación es difícil que la persona pueda lograr un mejor desarrollo (Latapí, 2009).

Por lo tanto se pretende identificar la situación actual de la educación básica en los adultos, las razones o motivos por los cuales los adultos presentan un rezago de educación básica, los factores que están afectando de manera tanto positiva como negativa esta situación e identificar los objetivos y resultados que los programas propuestos actualmente por el INEA están teniendo en el municipio de San Pedro Cholula, Puebla.

A pesar de que existen instituciones que proporcionan el servicio de educación básica en los adultos, no ha sido suficiente para abatir este tipo de problema, por tal motivo el desarrollar estrategias de promoción eficaces es fundamental (Ramírez, 2010).

Por lo anterior se realizará una estrategia de mercadotecnia social para influir en el comportamiento de las personas adultas a favor de la educación básica dentro del municipio de San Pedro Cholula, Puebla.

1.2 Objetivo General

- Desarrollar una estrategia de mercadotecnia social para fomentar la educación básica en los adultos.

1.3 Objetivos Específicos

- Conocer el motivo de adopción del programa de educación básica en los adultos dentro del municipio de San Pedro Cholula.
- Identificar los factores que impiden la adopción del programa de educación básica para adultos.
- Identificar los factores que faciliten la adopción del programa de educación básica para adultos.
- Identificar el alcance del programa implementado por el Instituto Estatal de Educación para Adultos.
- Definir una estrategia de mercadotecnia social que fomente la educación básica en adultos.

1.4 Justificación

Debido a que en México se cuenta con un indicador del 41% en rezago de educación básica en personas mayores de 15 años distribuido dentro de los diversos estados de la República Mexicana (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2010) se considera importante identificar o conocer la estrategia de mercadotecnia social que permita identificar aquellos factores que están

influyendo en el adulto y que de alguna forma impiden que inicie o concluya su educación básica.

El desarrollo de esta investigación nos proporcionará información que nos permitirá conocer aquellos motivos que el adulto está tomando en cuenta para tomar sus decisiones, teniendo en cuenta dichos motivos para desarrollar y promover un programa afín y útil, que nos permita emplearlo de forma más efectiva contra el rezago educativo.

Al contar con información que está más vinculada a la realidad de lo que el adulto está viviendo día con día, permitirá ofrecer un producto social con el cual se sienta más identificado y familiarizado, esto se logra al implementar una estrategia de mercadotecnia social con la cual se busca beneficiar a través del fomento de comportamientos que beneficien a la sociedad.

1.5 Alcances

- El estudio se desarrollará en la población de San Pedro Cholula, Puebla, el cual involucrará a adultos de 15 años o más que no cuentan o no hayan completado la educación básica.
- El estudio proporcionará información relevante, la cual está relacionada con la problemática de rezago de educación básica en adultos.

1.6 Limitaciones

- El estudio desarrollado no será ejecutado, sólo se planteará lo que es la estrategia de mercadotecnia social.
- La población a analizar sólo pertenecerá al municipio de San Pedro Cholula.

- Solo será enfocado a un municipio del Estado de Puebla.

1.7 Organización del Documento

En el Capítulo 1 se plantea la introducción y problemática que se aborda en este estudio, así como los objetivos que se persiguen, la justificación, los alcances y las limitaciones.

En el Capítulo 2 se desarrolla el marco teórico en el cual se presenta toda aquella información que se recopiló sobre conceptos, teorías, en relación a la mercadotecnia social.

En el Capítulo 3 se presenta el marco referencial, el cual se enfoca en describir el contexto de la educación básica en México, el rezago de educación básica así como en el programa de educación básica para adultos y esfuerzos que el Instituto Nacional de Educación para Adultos implementa para el combate de rezago educativo dentro del estado.

En el Capítulo 4 se desarrolla y expone el método de investigación por el cual se hace la recolección de datos y el tipo de fuentes que se van a emplear para completar la información requerida dentro de la investigación.

En el Capítulo 5 se desarrolla el análisis de los resultados obtenidos.

En el Capítulo 6 se presenta la estrategia de mercadotecnia social que se propone en este trabajo.

En el Capítulo 7 se presentan las conclusiones de la investigación así como las recomendaciones para implementar la estrategia de mercadotecnia social.