UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

"PLAN DE MARKETING POLÍTICO PARA MEJORAR LA IMAGEN DEL CANDIDATO AL GOBIERNO REGIONAL DE LAMBAYEQUE POR EL PARTIDO POLÍTICO ALIANZA PARA EL PROGRESO PARA LAS PRÓXIMAS ELECCIONES ELECTORALES"

PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

AUTOR

Bach. EDWING ADILSON BRUNO MECHATO

ASESOR

Mg. MIRKO MERINO NÚÑEZ

CHICLAYO – PERÚ

2016

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general elaborar un plan de marketing político que tenga en cuenta la lógica del proceso de comunicación para mejorar la imagen del candidato al gobierno regional de Lambayeque por el partido político alianza para el progreso para las elecciones electorales. El trabajo se desarrolló en la región Lambayeque, donde la población electoral está conformada por 771,685 pobladores mayores de 18 años.

La metodología de la investigación es de carácter descriptiva – propositiva y la técnica que se utilizó, es la encuesta. Como antecedentes, encontramos que existe una crisis de los partidos políticos en el Perú, que requiere reformas en el sistema electoral, pero además cambios en la ciudadanía, porque asocian a los políticos con la corrupción, lo cual crea una imagen negativa en la política lambayecana y en especial en el candidato al gobierno regional de Lambayeque.

Como resultados tenemos que el 25% de los lambayecanos tiene una mala imagen del candidato a la presidencia del gobierno regional por el partido político Alianza para el Progreso (APP), seguida del 21% como pésima y sólo el 20% como buena.

Ante este problema, se plantea diseñar un plan de Marketing Político, como una herramienta de apoyo indispensable para promocionar al candidato como un producto, para que, en la lid electoral, este sea aceptado por los clientes (ciudadanos electores), quienes, a través de la consignación favorable de su voto, consuman el producto ofrecido, otorgándole su favoritismo, para que ocupe un cargo público de representatividad democrática.

La conclusión del trabajo es que los aspectos analizados no se están desarrollando con las mejores perspectivas; es por ello, la necesidad de una propuesta de marketing político a medida para mejorar la imagen del candidato al gobierno regional de Lambayeque por el partido político Alianza para el Progreso.

ABSTRACT

This research seeks to diagnose the current state of the image of the candidate for the regional government of Lambayeque by the political party Alliance for Progress, identifying the factors influencing their image, to then design a proposed plan of political marketing orient its communication policy advisers make the best decisions. The work was developed in the Lambayeque region, where the population is made up 771.685 people over 18 years.

The research methodology is descriptive character - purposive and the technique used, is the survey. As background, we find that there is a crisis of political parties in Peru, which requires reforms in the electoral system, but also changes in citizenship, because they associate politicians with corruption, which creates a negative image in the lambayecana policy and especially in the candidate the regional government of Lambayeque.

Faced with this problem, we propose a plan of Political Marketing as a tool indispensable support to promote the candidate as a product, so that in the electoral contest, this is accepted by customers (voters citizens) who, through pro appropriation of their vote, consume the product offered, giving his favoritism, to occupy a public office of democratic representation.

The report concludes that the issues discussed are not developing the best prospects; It is therefore the need for political marketing proposal as to improve the image of the candidate for the regional government of Lambayeque by the political party Alliance for Progress.