

RESUMEN

En el año 2006 se llevaron a cabo las elecciones presidenciales de Ecuador mediante dos vueltas electorales. La primera vuelta electoral se dio el domingo 15 de octubre en la cual solo dos candidatos fueron calificados para la segunda vuelta. En la primera ronda Álvaro Noboa del partido Renovador Institucional Acción Nacional (PRIAN) obtuvo el primer lugar con el 26%. Sin embargo, al no conseguir la mayoría absoluta de los votos tuvo que enfrentarse a Rafael Correa en la segunda vuelta que se celebró el domingo 26 de noviembre. En las campañas electorales, los partidos y otros actores políticos utilizaron una diversidad de estrategias de comunicación y marketing político para destacar sus fortalezas y tratar de convencer a los ciudadanos que sus ofertas de candidatos y programas eran las mejores. La identificación de estas y otras estrategias implementadas en las campañas presidenciales del Ecuador es uno de los propósitos principales de este estudio, y también identificar los actores involucrados en la implementación de estas estrategias. En la realización de este estudio, “Estrategias de comunicación utilizadas en las campañas electorales presidenciales en el Ecuador y su impacto en la percepción de la población del sector Sur en el Distrito Metropolitano de Quito. Período 2006-2015.”, es importante tener claro los conceptos que se aplicaron en la investigación y el modelo de análisis que se realizará. Como cierre de esta investigación, se desarrollaran las conclusiones y recomendaciones para futuros estudios relacionados con esta temática.

PALABRAS CLAVE:

- ESTRATEGIAS
- COMUNICACIÓN
- MARKETING POLÍTICO
- CAMPAÑA ELECTORAL
- IMPACTO.

SUMMARY

In the year 2006 were conducted presidential elections in Ecuador by two electoral rounds. The first ballot was on Sunday 15 October in which only two candidates were qualified for the second round. In the first round national action institutional renewal party Alvaro Noboa (PRIAN) won first place with 26%. However, to not get the absolute majority of the votes it had to face Rafael Correa in the second round which was held on Sunday, November 26. The results in the second round, Rafael Correa's Alianza País party was elected President of the Ecuador with 56.67% of the valid votes. In the election campaign from February 17, 2013 Guillermo Lasso by the group I think, reached 22.68% of the votes, In election campaigns, parties and other political actors used a variety of political marketing and communication strategies to highlight their strengths and try to convince the citizens that their offers of candidates and programs were the best. The identification of these and other strategies implemented in the Ecuador presidential campaigns is one of the main purposes of this study, and also to identify the actors involved in the implementation of these strategies. In this study, "communication strategies used in presidential election campaigns in the Ecuador and its impact on the perception of the population of the sector South in the Quito Metropolitan District. Period 2006-2015 ", it is important to have clear concepts that were applied in the research and the model of analysis to be performed. As a closing of this research, the conclusions and recommendations for future studies related to this topic will be developed.

KEY WORDS:

- STRATEGIES
- COMMUNICATION
- POLITICAL MARKETING
- CAMPAIGN ELECTORAL
- IMPACT