



ESCUELA DE POSGRADO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSTGRADO

TESIS

**“PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORA A TRAVÉS DEL
MARKETING PÚBLICO, PARA MEJORAR LA IMAGEN DE LA
GESTIÓN DEL GOBIERNO REGIONAL DE LAMBAYEQUE
ABRIL – AGOSTO 2014”**

**PARA OBTENER EL GRADO DE MAGISTER
EN GESTIÓN PÚBLICA**

AUTOR

Br. MORENO LUNA, JULIO CÉSAR

ASESOR

MBA CHRISTIAN ABRAHAM DIOS CASTILLO

CHICLAYO – PERÚ

2014

Dr. LUIS MONTENEGRO CAMACHO
Presidente

Dr. AMADO FERNANDEZ CUEVA
Secretario

Dr. CRISTHIAN ABRAHAN DIOS CASTILLO
Vocal

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Julio César Moreno Luna egresado del Programa de Maestría (x) Doctorado () Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo SAC. Chiclayo, identificado con DNI N° 42269863

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor de la tesis titulada: **“PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORA A TRAVÉS DEL MARKETING PÚBLICO, PARA MEJORAR LA IMAGEN DE LA GESTIÓN DEL GOBIERNO REGIONAL DE LAMBAYEQUE ABRIL – AGOSTO 2014”**
2. La misma que presento para optar el grado de: Maestría en Gestión Pública.
3. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
4. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
5. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
6. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse algún tipo de falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo S.A.C. Chiclayo; por lo que, LA UNIVERSIDAD podrá suspender el grado y denunciar tal hecho ante las autoridades competentes, ello conforme a la Ley 27444 del Procedimiento Administrativo General.

Pimentel, 04 de agosto de 2016

Firma

Nombres y apellidos: Julio César Moreno Luna

DNI: 42269863

Dedicatoria.

Al Fundador de la Universidad César Vallejo
Dr. César Acuña Peralta, por su loable labor y
convicción que el desarrollo integral del país
solo se logra con la educación.

Dedicamos también el presente
trabajo a familiares, amigos y
profesionales por su comprensión y
sus aportes de conocimientos que
enriquecieron el contenido teórico y
técnico que conllevó a la culminación
del presente proyecto.

El Autor.

Agradecimiento.

Al Gobierno Regional de Lambayeque representado en la persona de su Presidente el Dr. Humberto Acuña Peralta y su equipo de Imagen Institucional encabezado por el Lic. Víctor Acevedo Vélez, quienes nos prestaron las facilidades de acceso a información que complemento el presente trabajo.

El Autor.

Presentación

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento con las disposiciones y de acuerdo con las normas internas de la Universidad Cesar Vallejo, presento la tesis titulada “Propuesta de un Plan de Mejora a través del Marketing Público, para mejorar la imagen de la gestión del Gobierno Regional de Lambayeque abril – agosto 2014”. La presente tesis ha sido elaborada tomando en consideración la situación actual del Gobierno Regional de Lambayeque con respecto a la gestión de su imagen debido a que no se tiene los factores que influyen en la imagen del antes mencionado, para esto se ha realizado consultas a especialistas, libros, revistas, internet; así mismo se aplicó los conocimientos adquiridos en las aulas de la universidad.

Esta investigación tiene por finalidad proponer un plan de mejora a través del Marketing Público, para mejorar la Imagen de la Gestión del Gobierno Regional de Lambayeque.

Hago propicia la oportunidad para expresar mi sincero agradecimiento a ustedes señores miembros del jurado y a todos los docentes que con sus conocimientos y experiencias han contribuido en la elaboración de la tesis.

Dejo a consideración de ustedes sus aportes y sugerencias para mejorar este informe de tesis y cumplir con este anhelo de superación profesional.

Índice.

Contenido

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Presentación.....	iv
Índice.....	v
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Introducción.....	ix
CAPÍTULO I.....	10
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	10
Problema de Investigación.....	11
1.1. Planteamiento del Problema.....	11
1.2. Formulación del problema.....	14
1.3. Justificación.....	15
1.4. Antecedentes.....	15
1.4.1. A nivel internacional.....	15
1.4.2. A nivel regional.....	18
1.5. Objetivos.....	20
1.5.1. General.....	20
1.5.2. Específicos.....	20
CAPÍTULO II.....	21
MARCO TEÓRICO.....	21
Marco Teórico.....	22
2.1 Marco teórico.....	22
2.1.3. Variable dependiente. "LA IMAGEN DE LA GESTIÓN DEL GOBIERNO REGIONAL DE LAMBAYEQUE".....	52
2.1.4. Variable independiente. "PLAN DE MEJORA A TRAVÉS DEL MARKETING PÚBLICO".....	53
2.2 Marco conceptual.....	54
CAPÍTULO III.....	57
MARCO METODOLÓGICO.....	57
3.1 Hipótesis.....	58
3.2 Variables.....	58

3.3	Metodología.....	59
3.3.1.	Tipo de Estudio.....	59
3.3.2.	Diseño.....	59
3.4	Población y muestra.....	59
3.5.	Método de Investigación.....	61
3.6.	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	62
3.7.	Métodos de análisis de datos.....	62
CAPÍTULO IV.....		63
RESULTADOS.....		63
Resultados.....		64
Discusión.....		71
CONCLUSIONES.....		73
Sugerencias.....		75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		76
Referencias Bibliográficas.....		77
ANEXOS.....		80

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo principal presentar una “Propuesta de un Plan de Mejora a través del Marketing Público, para mejorar la imagen de la gestión del Gobierno Regional de Lambayeque abril – agosto 2014”, para este estudio se contó con el apoyo de información documental relacionada con las diferentes teorías del marketing, marketing público y gestión pública.

La metodología implementada en esta investigación fue concebida bajo la modalidad de proyecto factible, apoyada en una investigación de campo que incluye el estudio científico y directo, metodología que fue clave para realizar un monitoreo de la situación del Gobierno Regional de Lambayeque en cuanto a la gestión de su imagen, para esto fue necesario aplicar un instrumento de recojo de información, que luego fue analizada cualitativa y cuantitativamente, mediante la presentación de gráficos y tablas.

Se pudo determinar que la aplicación de un plan de mejora a través del Marketing Público permitirá mejorar la Imagen de la Gestión del Gobierno Regional de Lambayeque, debido a que se consideran las tres dimensiones relacionadas a esta variable: definir acciones que permitan mantener a una población satisfecha, mediante estrategias de comunicación adecuadas y oportunas de las obras y proyectos de la gestión; así mismo, definir acciones de acercamiento a la comunidad por parte del presidente regional que permita una mejor percepción de su imagen por parte de la misma.

Palabras Clave: Marketing, Marketing Público y Gestión Pública.

Abstract

This research has as a principal aim to present a Proposal for an Improvement Plan through the Public Marketing, to improve the Lambayeque Regional Government image from April to August, 2014, for this study we had the support of information document related to the different theories of marketing, public marketing and public management.

The methodology used in this investigation was conceived under the modality of feasible project, based on field research including scientific and direct study, methodology was the key for monitoring the status of the Lambayeque Regional Government in terms of management its image, for this, it was necessary to apply an instrument of information gathering, which was then analyzed qualitatively and quantitatively, by presenting graphs and tables.

It was possible to determine that the application of an improvement plan across the Public Marketing will allow to improve the Image of the Lambayeque Regional Government management, because they are considered the three dimensions related to this variable: defining actions to sustain a population met by appropriate and timely strategies of the works and management of communication projects; likewise, define actions of community outreach by the Regional President to allow a better perception of its image by the same.

Keywords: Marketing, Public Marketing and Public Management.