

# PRESENTACIÓN

En el ámbito electoral la palabra *marketing* supone la promoción de un candidato a algún cargo de elección popular, el proyecto de gobierno de un determinado partido político o la difusión de una plataforma política, siguiendo las pautas comerciales aplicadas a los estudios de mercado. En este sentido, conocer y aplicar las herramientas de la mercadotecnia representa una de las mejores estrategias para captar el mayor número de votos y obtener el acceso al poder.

Precisamente, el *marketing* político ha sido concebido por diversos especialistas como el conjunto de técnicas que permiten captar las necesidades que un mercado electoral tiene, estableciendo, con base en esas necesidades, un programa ideológico de las soluciones y ofreciéndole un candidato que personalice dicho programa y al que se apoya e impulsa a través de la publicidad política.

Con el afán de propiciar la reflexión y discusión sobre la importancia que tiene el diseño de una política simbólica en el ámbito de la comunicación política, el Instituto Federal Electoral presenta el Cuaderno de Orientación Metodológica número 2, “Mercadotecnia Política”, del Dr. Luis Ignacio Arbesú Verduzco, destacado experto en dicha materia.

El objetivo de este cuaderno es que los funcionarios del Instituto, a través de herramientas teórico-metodológicas, puedan interpretar los elementos de la comunicación representativa que diseñan las áreas responsables, así como las actividades que realizan los partidos y agrupaciones políticas, a través de sus candidatos, representantes de partido ante las instancias electorales y militantes durante las campañas electorales.