Barrios Giovanna, León Vanescka, Ramos Cristina y Urdaneta Vanessa. Diseño de una campaña publicitaria para el posicionamiento de la empresa de envíos Infinity Cargo C.A. en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Comunicación Social. Mención: Publicidad y Relaciones Públicas, Trabajo Especial de Grado. Maracaibo, 2024.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general diseñar una campaña publicitaria para el posicionamiento de la empresa de envíos Infinity Cargo, C.A. en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Para su realización se utilizaron los enfoques teóricos de los autores O´Guinn, Allen y Semenik (2013), Monferrer (2013), Kotler y Armstrong (2012), Fischer y Espejo (2011), Fanjul (2019), Stanton Etzel y Walter (2007), Clow y Baack (2010), Kotler y Keller (2012), Arens, Weigold y Arens (2008), Ferrell y Hartline (2018), Quintero (2019), Leal y Quero (2011). El tipo de investigación se tipificó como un proyecto factible, descriptivo, de campo, con un diseño no experimental y descriptivo transeccional. La población estuvo conformada por el gerente general de la empresa y el público objetivo constituido por los habitantes del municipio Maracaibo del estado Zulia, del cual se extrajo una muestra de ciento cincuenta y seis (156) personas. La técnica de recolección de datos utilizada fue la observación por encuesta mediante una entrevista compuesta por veinticinco (25) preguntas abiertas dirigida a la gerente general y un cuestionario compuesto por catorce (14) preguntas, de las cuales trece (13) fueron de selección múltiple, y una (1) pregunta de tipo dicotómica, para el público objetivo. Los instrumentos fueron validados por el Comité Académico de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. Se aplicó el método de confiabilidad para el instrumento del público objetivo, obteniendo así un alto nivel de confiabilidad con el 0,71. Los datos obtenidos fueron analizados de manera cualitativa y cuantitativa, por lo que se detectó en los resultados que a pesar de los años que tiene la empresa en el mercado, no se encuentra posicionado en el mercado debido a que no han realizado ningún tipo de campaña publicitaria. La campaña será dirigida a personas entre 18 y 70 años de edad. A través de los medios tradicionales y digitales, con el fin de posicionarse en el mercado marabino.

Palabras Claves: campaña publicitaria, posicionamiento, envíos, mercancías, importación, entregas.