Corobo, Stephany; González, Ariagny; y Sandoval, Andrea. Diseño de una campaña publicitaria para el posicionamiento de la carnicería Escabrisur C.A en el municipio Maracaibo del estado Zulia utilizando Grok de xIA. 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, 2026.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general diseñar una campaña publicitaria para el posicionamiento de la Carnicería Escabrisur C.A. en el municipio Maracaibo del estado Zulia utilizando Grok de xIA, fundamentándose en los postulados teóricos de Fischer y Espejo (2011), Maldonado (2019) y Monferrer (2013), entre otros autores. Metodológicamente, el estudio se tipificó como un proyecto factible, descriptivo y de campo, bajo un diseño no experimental y transeccional-descriptivo. La población estuvo conformada por el gerente general de la empresa y los ciudadanos residentes de Maracaibo, de los que se extrajo una muestra de ciento cincuenta y seis (156) personas. Como técnica de recolección de datos se implementó la observación por encuesta, utilizando como instrumentos una guía de entrevista estructurada de treinta y un (31) ítems dirigida al gerente, y un cuestionario de doce (12) preguntas cerradas de selección múltiple aplicado al público objetivo. Ambos instrumentos fueron validados por el Comité Académico de la Facultad de Humanidades y Educación de la URBE; asimismo, la confiabilidad se determinó mediante un coeficiente que arrojó un valor muy alto de 0,90. A su vez, se implementó la técnica de análisis cualitativa y cuantitativa para el estudio de los datos. Los resultados mostraron que el público objetivo está formado por adultos de 18 a 60 años que residen en la zona norte de Maracaibo y mantienen un estilo de vida acelerado. Con base en este perfil, la campaña adoptó un tono profesional sustentado en el concepto “confianza de llevar calidad y frescura en todos los pedidos”, difundido en televisión, radio, prensa digital e Instagram. Su evaluación se realizó mediante el método pretest para asegurar claridad y pertinencia del mensaje. Asimismo, se integró la inteligencia artificial Grok para optimizar el diseño de spots y piezas publicitarias, generando contenidos acordes con las necesidades del mercado meta.

Palabra calve: Campaña publicitaria, posicionamiento, situación actual, Gok IA, estrategia