Lombardi, Sofía y Rossi, Claudia. Diseño de una Campaña Publicitaria para el Lanzamiento de la empresa Disol-Eco Caribe 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. Maracaibo. 2024.

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo general Diseñar una Campaña Publicitaria para el Lanzamiento de la empresa Disol-Eco Caribe en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Se sustentó en los postulados de Fisher y Espejo (2011), Monferrer (2013), Mesonero y Alcaide (2012), García (2011), entre otros. La investigación estuvo enmarcada como un Proyecto Factible, Descriptivo y de Campo, con un Diseño de tipo No Experimental Transversal-Descriptivo. La población estuvo conformada por el Gerente de la empresa y el público objetivo integrado por diez (10) empresas como potenciales clientes, las cuales fueron catalogadas como finitas y accesibles a través de un censo poblacional. La técnica de recolección de datos aplicada fue la observación por encuesta mediante una entrevista dirigida al gerente de la empresa compuesta por veintiocho (28) preguntas abiertas y un cuestionario dirigido al público objetivo compuesto por catorce (14) preguntas cerradas, de las cuales ocho (8) fueron de selección múltiple y seis (6) preguntas fueron dicotómicas. Los instrumentos fueron validados a cargo del Comité Académico de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. En el caso del cuestionario, su confiabilidad fue determinada a través del coeficiente de estabilidad el cual se ubicó en 0.69 catalogado como muy confiable. Los resultados fueron analizados aplicando técnicas de análisis cualitativas y cuantitativas, lo que evidenció la necesidad de una estrategia publicitaria para enfrentar los retos del mercado y dar a conocer la empresa, educando al público sobre sus beneficios, a través de mensajes que conecten con la audiencia. Finalmente se elaboró una Campaña Publicitaria la cual permitió ampliar su visibilidad y reconocimiento en la industria, fortaleciendo así su presencia y reputación ante su audiencia objetivo.

Palabras Clave: Campaña Publicitaria, Lanzamiento, Público Objetivo, Medio Ambiente, Estrategias.