Avila, Mayrelis y Oberto, Jhoselyn. Diseño de una campaña publicitaria para el posicionamiento de la empresa Technoconexion Latam 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, 2025.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general diseñar una campaña publicitaria para el posicionamiento de la empresa Technoconexion Latam C.A. en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Para su realización se utilizaron los enfoques teóricos de los autores Jiménez y Gervilla (2011), Stanton, Etzel y Walker (2007), Kotler y Armstrong (2009) y Pérez, Bergés y Sabater (2009), entre otros, para las variables campaña publicitaria y posicionamiento. El tipo de investigación se tipificó como un proyecto factible, bajo la modalidad de campo, con un diseño no experimental y descriptivo transeccional. la población estuvo conformada por el gerente general de la empresa lo cual fue finita y accesible y se aplicó un censo poblacional 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 hacia el gerente general y doce (12) preguntas de selección simple para el cuestionario del 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 de estabilidad para el instrumento del público objetivo obteniendo así 0.87, catalogada como muy alta. Los datos obtenidos fueron analizados de manera cualitativa y cuantitativa. Se concluye que Se concluye que diseñar una campaña publicitaria para la empresa Technoconexion Latam C.A. en Maracaibo permitirá posicionarla como una institución líder en la venta de fibra óptica y servicios de internet en la ciudad. Dicha estrategia no solo mejorará su visibilidad, sino que también fomentará la confianza del consumidor, impulsando el crecimiento y la fidelización de clientes en un mercado cada vez más competitivo.

Palabras claves: Campaña Publicitaria, Posicionamiento, Publicidad, Fidelización de clientes, Internet.

Escaneado con CamScanner