Padrón Valery. "Diseño de una campaña publicitaria para el posicionamiento de la empresa Serena Nails and Spa 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 Serena Nails and Spa en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Para su realización se utilizaron los enfoques teóricos de los autores Fischer y Espejo (2011) y O'Guinn, Allen y Semenik (2012). El tipo de investigación se tipificó como un proyecto factible, descriptivo, de campo, con un diseño no experimental y transversal descriptivo. La población estuvo conformada por la gerente general de la empresa y los habitantes del municipio Maracaibo, se extrajo una muestra de ciento cincuenta y seis (156) personas. La técnica de recolección de datos fue la observación por encuesta mediante una entrevista de veintisiete (27) preguntas abiertas a la gerente general y un cuestionario de trece (13) preguntas, de las cuales diez (10) fueron de selección simple, dos (2) de selección múltiple y una (1) fue dicotómica, al 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 0,7. Los datos obtenidos fueron analizados de manera cualitativa y cuantitativa, se detectó en los resultados que debido a la poca trayectoria que posee la empresa en el mercado, no ha logrado posicionarse en la mente de sus consumidores. La campaña "Cuidar de ti, es cuidar de tu esencia" será dirigida a mujeres entre dieciocho (18) y sesenta (60) años, y centra a la marca como un referente en bienestar integral, destacando su enfoque en el amor propio y la relajación. La estrategia incluyó contenido inmersivo y experiencial con una fuerte presencia multicanal, buscando generar una conexión emocional profunda con el público objetivo.

Palabras claves: campaña publicitaria, posicionamiento, público objetivo, salón de belleza, spa.