**Atencio Valeria, Carvajal Viviana, Frasca María y Roldan Alejandra. "Diseño de una campaña publicitaria para la proyección de la imagen corporativa del Lago Maracaibo Club (Club Creole) 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, 2026.**

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general diseñar una campaña publicitaria para la proyección de la imagen corporativa del Lago Maracaibo Club (Club Creole) en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Los modelos teóricos se fundamentaron en los postulados de Kotler y Keller (2016), Clow y Baack (2010), Kotler y Armstrong (2012) y Fischer y Espejo (2011) para la variable campaña publicitaria, y en Paul Capriotti (2013) y Quintero (2019) para la imagen corporativa. La metodología se tipificó como un proyecto factible, descriptivo y de campo, con un diseño no experimental, transversal-descriptiva. La población estuvo conformada por una Gerente General, la cual fue finita, accesible y se aplicó un censo poblacional,128 accionistas, esta fue finita y accesible, seleccionando una muestra de 71 sujetos mediante un muestreo no probabilístico intencional por tipos de casos. Como técnica de recolección de datos se utilizó la observación por encuesta, empleando una entrevista de 27 preguntas abiertas dirigida a la gerencia y un cuestionario de 14 preguntas de selección múltiple para el público objetivo, validados por el Comité Académico de la Facultad de Humanidades y Educación. Se aplicó el método de confiabilidad de estabilidad con un resultado de 0.78, siendo un nivel alto. La técnica de análisis utilizada fue la cualitativa y cuantitativa. Los resultados arrojaron que el club presenta debilidades críticas en su comunicación digital y una percepción de estancamiento que limita la captación de nuevos miembros. Se constató la ausencia de medios de difusión adecuados para mostrar su identidad hacia nuevas generaciones. Finalmente, se diseñó la campaña publicitaria para la proyección de la imagen corporativa del Lago Maracaibo Club la cual establece una estrategia de diferenciación para comprender al club como un espacio familiar premium mediante una pauta en medios digitales y exteriores.

**Palabras clave**: Campaña Publicitaria, Imagen Corporativa, Club Social, Estrategia Creativa, Proyección.