

Albarrán, Valeria; Caycho, Danyleth; López, Paula; Moreno, Manuel y Rendón, Kenderlyn. Diseño de una campaña publicitaria para el posicionamiento del restaurante Rhodes Wings en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Comunicación Social. Mención Publicidad y Relaciones Públicas Trabajo Especial de Grado. Maracaibo, 2022.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general diseñar una campaña publicitaria para el posicionamiento del restaurante Rhodes Wings en el municipio Maracaibo estado Zulia. Para ello se partió de los planteamientos teóricos propuestos por los autores Monferrer (2013), Kotler y Armstrong (2008), Arenal (2019), García-Uceda (2011) y Estanyol, Folch, Castellblanque (2016). El tipo de investigación se clasificó como un proyecto factible, descriptivo, de campo, con un diseño no experimental, transversal descriptivo. La población estuvo compuesta por la gerente del restaurante y el público objetivo, constituido por los habitantes del municipio, del que se obtuvo una muestra de ciento cincuenta y seis (156) personas. La técnica de recolección de datos se basó en la observación por encuesta mediante una entrevista compuesta por treinta y tres (33) preguntas abiertas dirigida a la gerente y un cuestionario de veintidós (22) preguntas de las cuales trece (13) fueron de selección múltiple y nueve (9) dicotómicas, hacia el público objetivo. Los instrumentos fueron validados por el Comité Académico de la Facultad de Humanidades y Educación. Se aplicó el método de confiabilidad para el instrumento del público objetivo, obteniendo un alto nivel, establecido con 0,78. Los datos fueron analizados de manera cualitativa y cuantitativa. Se determinó en los resultados que la empresa no estaba posicionada en el mercado, debido a la carencia de conocimiento que tenía su presencia en la ciudad y el hecho de nunca haber implementado estrategias para corregirlo, De manera que se diseñó una campaña publicitaria de posicionamiento, orientada hacia su producto principal. La misma estuvo dirigida a individuos entre dieciocho (18) y cuarenta (40) años, a través de medios como las redes sociales y vallas publicitarias, obteniendo como resultado final destacar los verdaderos atributos de Rhodes Wings como un restaurante experto en alitas de pollo, logrando conectarlo con su público objetivo.

Palabras clave: Campaña Publicitaria, Posicionamiento, Restaurante, Rhodes Wings, Público Objetivo.