

**Abreu, Daileni; Miranda, Anaiz; Montiel, Sofía y Ríos, Valeria. Diseño de una campaña publicitaria para la concientización sobre el impacto ambiental del “Fast Fashion” 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, 2023.**

## **RESUMEN**

Esta investigación tuvo como objetivo general diseñar una campaña publicitaria para la concientización sobre el impacto ambiental del “Fast Fashion” en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Se consultaron los enfoques teóricos de los autores Badía y García (2013), Monferrer (2013), Balas (2011), García (2011), Zamarreño (2020), González y Temprano (2018), Consuegra (2010) y Chesney (2008). El tipo de investigación fue un proyecto factible, descriptivo, de campo, con un diseño no experimental y transeccional descriptivo. La población estuvo conformada por una experta en Publicidad, una experta en Impacto Ambiental, y 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 fue la observación por encuesta mediante una entrevista a la experta en Publicidad compuesta por treinta y tres (33) preguntas abiertas, una entrevista dirigida a la experta en el área de Impacto Ambiental, constituida por quince (15) preguntas abiertas, y un cuestionario simple dirigido a los habitantes del municipio Maracaibo, de trece (13) preguntas, con una (1) respuesta dicotómica y doce (12) de selección simple. Los instrumentos fueron validados por el Comité Académico de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín. Se aplicó el método de confiabilidad para el cuestionario, obteniendo un alto nivel de confiabilidad de 0.87. Los datos fueron analizados de manera cualitativa y cuantitativa. Los resultados detectaron la desinformación que existe sobre el “Fast Fashion”. La campaña será dirigida a mujeres de entre dieciocho (18) y cuarenta y cinco (45) años de edad, mayormente residentes de la zona oeste y zona norte. Tendrá como fin informar sobre esta problemática a través de medios digitales audiovisuales para así lograr mayor impacto y concientización.

**Palabras clave:** Campaña Publicitaria, Concientización, Impacto Ambiental, Fast Fashion, Informar.