**Machado Isabella, Sisiruca Bianca. ‘‘Diseño de una campaña publicitaria para la concientización sobre la moda sostenible 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, 2025.**

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general diseñar una campaña publicitaria para la concientización sobre la moda sostenible en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Para su realización se utilizaron los enfoques teóricos de los autores Vilajoana (2015) y Consuegra (2010). El tipo de investigación se tipificó como un proyecto factible, descriptivo, de campo, con un diseño no experimental y descriptivo transeccional. La población estuvo conformada por una experta en publicidad, una experta en moda sostenible 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 dirigida a la experta en el área de publicidad compuesta por treinta (30) preguntas abiertas, una entrevista dirigida a la experta en el área de moda sostenible, constituida por veinte (20) preguntas abiertas y un cuestionario simple dirigido a los habitantes de las diferentes parroquias del municipio Maracaibo, conformado por trece (13) preguntas, una (1) 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 Belloso Chacín. Se aplicó el método de confiabilidad para el instrumento del público objetivo, obteniendo un alto nivel de confiabilidad con el 0,87. Los datos obtenidos fueron analizados de manera cualitativa y cuantitativa, se detectó en los resultados el desconocimiento del impacto del Fast Fashion en el medio ambiente. La campaña estará orientada a proporcionar información sobre la moda sostenible utilizando el concepto creativo de ‘’Elige moda que respete el planeta, elige sostenibilidad’’ para comunicar la necesidad de tomar decisiones rápidas y construir una identidad de consumidor consciente, implementando el internet, la radio, publicidad exterior y publicidad especializada.

**Palabras claves**: Campaña publicitaria, publicidad, ambiente, sostenibilidad, moda sostenible.