Beltrán, Antonio, Prieto Naomi, Romero María. "Diseño de una campaña publicitaria para la difusión del comportamiento proambiental 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 difusión del comportamiento proambiental en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Para su realización se utilizaron los enfoques teóricos de los autores Fisher y Espejo (2011), Papí-Gálvez (2017), Kotler y Armstrong (2012), Alonso (2006), García (2011), Vilajoana (2015), Monferrer (2013), Schiffman y Kanuk (2010), Hines (citado en Shi, Lu y Wei, 16/01/25). La investigación se clasificó como un proyecto factible, descriptivo y de campo, con un diseño no experimental de tipo transeccional. La población estuvo conformada por la experta en comportamiento proambiental y el público objetivo, constituido por los habitantes del municipio Maracaibo del estado Zulia, del cual se extrajo una muestra de cuatrocientas (400) personas. La técnica de recolección de datos utilizada fue la observación por encuesta mediante una entrevista compuesta por treinta y tres (32) preguntas abiertas dirigida a la experta y un cuestionario compuesto por treinta y seis (36) preguntas, de las cuales dieciséis (16) fueron de selección simple, una (1) de selección múltiple, diecisiete (17) de tipo escala y dos (2) preguntas fueron dicotómicas. 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 0,84. Los datos obtenidos fueron analizados tanto cualitativa como cuantitativamente. La campaña se diseñó bajo el concepto "¿Y si lo hacemos diferente?", reflejando la necesidad de cambiar el comportamiento proambiental de los marabinos con un lenguaje cercano. Integra estrategia de medios 360, el desarrollo del primer perfil de comportamiento proambiental marabino, y la creación de una aplicación móvil gamificada para fomentar la acción sostenida. Se complementa con una página web interactiva asistida por Inteligencia Artificial para la visualización de datos, producción de un teaser para generar expectativa, microdocumentales y un mural de tapas como acción BTL.

Palabras clave: Campaña publicitaria, Comportamiento Proambiental, Aplicación Móvil, Perfil Proambiental Marabino, Inteligencia Artificial.