UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico previo a la obtención del Título de Licenciada en Mercadotecnia

TEMA: "Femvertising en la publicidad de barbie y su impacto en la intención de compra"

AUTORA: Alice Ibeth Garzón Montaguano

TUTOR: Ing. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría, PhD.

AMBATO – ECUADOR

Febrero 2025

APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría, PhD.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación "**Femvertising en la publicidad de barbie y su impacto en la intención de compra**" presentado por la señorita **Alice Ibeth Garzón Montaguano** para optar por el título de Licenciada en Mercadotecnia, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 3 de febrero de 2025



Ing. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría, PhD.

C.I. 1802643898

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Alice Ibeth Garzón Montaguano,** declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada en Mercadotecnia, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Alice Ibeth Garzón Montaguano

C.I. 0550340657

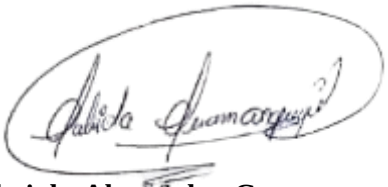
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Santiago Oswaldo Verdesoto Velástegui, PhD.

C.I.1802890036



Eco. Gabriela Alexandra Guamanquispe Lascano, Mg.

C.I. 1802950848

Ambato, 3 de febrero del 2025

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Alice Ibeth Garzón Montaguano

C.I. 0550340657

DEDICATORIA

A la mujer que soy y a la que sigo descubriendo cada día.

Este artículo es testigo de mi esfuerzo, pasión y de esas madrugadas de insomnio en las que cada idea tomó forma y significado. Es el reflejo de mi creatividad y de mi deseo de explorar lo desconocido, cuestionar, aprender y seguir creciendo en cada paso.

Que mi creatividad me lleve lejos, que mi pasión nunca se apague, que cada sueño cobre vida, que mi fe sea inquebrantable y que jamás dude del poder que hay en mí.

AGRADECIMIENTO

A mi madre, quien me enseñó a florecer incluso en medio de las tormentas. Tu valentía, resiliencia y amor han sido las raíces que me sostienen, dándome la fuerza para seguir adelante. Cada sonrisa tuya fue el sol que iluminó mi camino, y espero que estas palabras reflejen lo fundamental que has sido en mi vida.

A mi padre, mi roca firme, cuya fe inquebrantable fue mi faro en los momentos más oscuros. Tu apoyo incondicional y tu amor me impulsaron más allá de lo que alguna vez creí posible. Cada logro mío lleva tu huella, y honraré siempre la fortaleza y seguridad que me enseñaste.

A mi amado Israel Morocho, mi refugio. A tu lado encontré la fuerza para seguir adelante cuando el cansancio y la duda intentaban detenerme. Gracias por recoger mis pedazos, por abrazar mis sueños como propios y por ser mi mayor impulso. Este logro tiene un significado aún más profundo porque estuviste a mi lado, siempre creyendo en mí.

A Anabel Parra, por tu amistad incondicional y por soñar conmigo en cada paso de este camino. Sé que un día tendremos nuestra propia agencia y seguiremos creciendo juntas. A Dennis Lizano, por recordarme que el viaje es tan valioso como la meta. Tu alegría y amistad son un regalo que siempre llevaré conmigo

A Mike, mi compañero leal y ahora mi ángel guardián, por estar a mi lado en las madrugadas silenciosas, donde solo quedábamos tú y yo. A Martín, por demostrar tu amor de una manera única

A mi tutor, por ser un guía paciente. Su conocimiento y orientación me ayudaron a encontrar el rumbo cuando más lo necesitaba, y su apoyo fue fundamental para que este sueño se hiciera realidad.

A todos ustedes, mi gratitud eterna.

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación analiza cómo las estrategias de femvertising impactan en la intención de compra de mujeres jóvenes en Ambato-Ecuador. Este enfoque publicitario, que combina feminismo y publicidad, busca promover la igualdad de género y desafiar los estereotipos. Empresas como Mattel, a través de campañas como la de Barbie 2023, implementan estas estrategias para fortalecer la conexión emocional con su audiencia y posicionarse como agentes de cambio social.

El estudio tiene como objetivo identificar los factores clave que influyen en la percepción y decisión de compra del público femenino. Con un enfoque cuantitativo, se encuestaron 384 mujeres y se aplicó un análisis de componentes principales para determinar las dimensiones más influyentes. Que incluyen la influencia digital, experiencias nostálgicas y diversidad empoderante.

Entre los resultados, el marketing digital, liderado por influencers y redes sociales, destacado como el factor más relevante, seguido por la capacidad de las campañas para evocar nostalgia y conectar emocionalmente. Asimismo, la inclusión de diversidad en los mensajes publicitarios mostró un impacto significativo en la percepción de los consumidores.

En conclusión, el femvertising es una herramienta poderosa para las marcas que buscan conectar con las mujeres de manera auténtica. Sin embargo, su éxito depende de un compromiso genuino con la inclusión y el empoderamiento, adaptándose constantemente a las tendencias y particularidades culturales.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, BARBIE, COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, EMPODERAMIENTO, FEMVERTISING, INTENCIÓN DE COMPRA; PUBLICIDAD.

ABSTRACT

The research examines how femvertising strategies impact the purchase intentions of young women in Ambato, Ecuador. This advertising approach, which combines feminism and advertising, seeks to promote gender equality and challenge stereotypes. Companies like Mattel, through campaigns such as Barbie 2023, implement these strategies to strengthen their emotional connection with the audience and position themselves as agents of social change.

The study aims to identify the key factors influencing the perception and purchasing decisions of the female audience. Using a quantitative approach, 384 women were surveyed, and principal component analysis was applied to determine the most influential dimensions. These include digital influence, nostalgic experiences, empowering diversity, and social responsibility.

Among the findings, digital marketing, led by influencers and social media, emerged as the most relevant factor, followed by the ability of campaigns to evoke nostalgia and create emotional connections. Additionally, the inclusion of diversity in advertising messages had a significant impact on consumer perception.

In conclusion, femvertising is a powerful tool for brands seeking to connect with women authentically. However, its success relies on a genuine commitment to inclusion and empowerment, continuously adapting to trends and cultural particularities.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, BARBIE, CONSUMER BEHAVIOR, EMPOWERMENT, FEMVERTISING, PURCHASE INTENT, ADVERTISING.

CARTA DE ACEPTACIÓN DEL ARTÍCULO ACADÉMICO

IROCAMM.
INTERNATIONAL REVIEW OF COMMUNICATION AND MARKETING MIX

Ph.D. Gloria Jiménez-Marín, *IROCAMM - International Review of Communication And Marketing Mix* Editor, edited by University of Seville Editorial (ISSN: 2605-0447)

CERTIFIES

that the article entitled "Femvertising in Barbie's advertising and its impact on purchase intention" by authors Alice Garzon and Mauricio Quisimalin has been accepted and will be published in this journal in volume 8, number 2, corresponding to July-December 2025, with DOI: https://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM.2025.v08.i02.04
IROCAMM is a biannual scientific journal on communication with a decided international vocation in its topics, readers, and authors. The articles are evaluated following a peer review process. It is currently indexed in DOAJ, Latindex, MIAR, Dialnet Métricas, ERIHPLUS, Dulcinea, CRUE, among other sources, and is being considered for other databases.

Ph.D. Gloria Jiménez-Marín, editora de *IROCAMM - International Review of Communication And Marketing Mix*, editada por la Editorial de la Universidad de Sevilla (ISSN: 2605-0447)

CERTIFICA

que el artículo titulado "Femvertising en la publicidad de Barbie y su impacto en la intención de compra" de los autores Alice Garzon and Mauricio Quisimalin ha sido aceptado y se publicará en esta revista en el volumen 8, número 1, correspondiente a julio-diciembre de 2025, con el DOI: https://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM.2025.v08.i02.04

IROCAMM es una revista científica de comunicación, semestral, con una decidida vocación internacional en sus temas, lectores y autores. Los artículos se evalúan siguiendo un proceso de revisión por pares. Actualmente está indexada en DOAJ, Latindex, MIAR, Dialnet Métricas, ERIHPLUS, Dulcinea, CRUE, entre otras fuentes, y se está estudiando su inclusión en otras bases de datos.

For appropriate purposes, I certify at the date of signature in Seville (Spain).
A los efectos oportunos, lo hago constar a la fecha de firma en Sevilla (España).



Ph.D. Gloria Jiménez-Marín
IROCAMM - International Review of Communication And marketing Mix Editor
Faculty of Communication
University of Seville
Cartuja Island - 41092 - Seville - Spain

Código Seguro De Verificación	DuhwAmJvP21f/JgLDVlRrw==	Fecha	22/12/2024
Firmado Por	GLORIA JIMENEZ MARIN		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/DuhwAmJvP21f%2FJgLDVlRrw%3D%3D	Página	1/1