



UAT
Universidad Autónoma
de Tamaulipas



**Facultad de Comercio
y Administración Victoria**

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

Tesis:

**EL EFECTO DEL *STORYTELLING* EN LA INTENCIÓN DE CAMBIO CONDUCTUAL.
UN ANÁLISIS SOBRE LA OBESIDAD EN LA POBLACIÓN DE CIUDAD VICTORIA,
TAMAULIPAS**

Para obtener el grado de:

MAESTRO EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL CON ÉNFASIS EN MERCADOTECNIA

Presentada por:

Ing. José Francisco Zúñiga Ortega

Directores:

Dra. Yesenia Sánchez Tovar

MTI. José Iván Lara Treviño

Resumen

A través de los años se ha logrado apreciar un cambio en el marketing, principalmente, pasando del tradicional a la digital, sin embargo, este no ha sido el único cambio que ha experimentado, sino que, con éste, otro tipo de herramientas o técnicas también han tenido que evolucionar. El *Storytelling* es un claro ejemplo de este avance. Esta técnica se ha logrado destacar debido a su facilidad de implementación, pero no solo en áreas de marketing, sino también en áreas como finanzas, psicología o salud, pero para que esta herramienta pueda ser eficaz se requiere de tener un buen *engagement* narrativo. Es por eso por lo que este documento presenta una investigación que tiene como objetivo analizar el efecto que tiene el *engagement* narrativo en la intención de cambio conductual, todo esto por medio de la herramienta *Storytelling*. Este estudio tiene un enfoque cuantitativo del tipo experimental. Para este estudio fue necesaria la aplicación de una encuesta a 509 sujetos de los cuales se obtuvo una muestra validada de 387. La técnica de análisis utilizada fue el modelo de ecuaciones estructurales, por medio del cual se obtuvo como resultado que, para que la intención de cambio conductual pueda suceder, se requiere tratar al sujeto por un periodo de tiempo más largo para que éste pueda cambiar un hábito.

Palabras Clave: *Storytelling*, *Engagement* Narrativo, Intención de Cambio Conductual