

**“STORYTELLING EN EL DESARROLLO DE CONTENIDOS PUBLICITARIOS
DE LAS MARCAS Y SU APLICACIÓN EN REDES SOCIALES”**

Griselda Escobar Ceballos; UPAEP
grises@hotmail.com
Juana Verónica Vargas Manzano; UPAEP
juanaveronica.vargas@upaep.edu.mx
Miguel Ariel Moreno Quezada; UPAEP
miguelariel.moreno@upaep.edu.mx

RESUMEN

Dentro de la investigación cualitativa recientemente el Storytelling como técnica, ha incrementado el interés de investigadores y académicos por lo que ha comenzado a crecer la literatura al respecto y también, en la práctica. Gerentes de marca e investigadores operacionales están aprovechándolo para obtener información y desarrollar estrategias. El objetivo de esta investigación consiste en identificar cómo el storytelling puede contribuir al desarrollo de contenidos publicitarios de las marcas a través de las redes sociales, conectando más profundamente con sus audiencias meta.

Palabras clave:

Storytelling, transmedia, marcas, contenidos publicitarios, redes sociales.