

Universidad de Lima  
Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación



# **CONECTANDO CON TU AUDIENCIA EN LA ERA DIGITAL**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en  
Comunicación

**Natalia Fitzgerald Pizarro**

**Código 20050460**

**Asesor**

**GATJENS CACERES CHRISTOPHER JOSEPH**

Lima – Perú  
Mayo de 2023

## **RESUMEN EN ESPAÑOL**

En el presente informe se expondrá el caso de la plataforma digital: Más Abrazos by Huggies. La cual trabaja principalmente en el mundo online, pero también tiene estrategias en el offline. Más abrazos nace con la visión de conectar de una manera más cercana y personalizada con la audiencia de la marca. Adicional pueden exponerse diversos ejemplos de cómo crear una comunicación en doble vía. De esta forma el público brinda insights, y se vuelve el centro de las decisiones y acciones. Esta es la herramienta de captura de first party data de Huggies, término que hace referencia a la creación de la audiencia propia de la marca, sin necesidad de tener intermediarios. De esta forma se crea un público propio clasificado de acuerdo a la etapa/edad del bebé. Las etapas se dividen en: Embarazadas, recién nacidos, y bebés activos.

Adicionalmente la plataforma tiene una parte de conversión, que completa la experiencia del usuario en todo el funnel (embudo) de la marca.

**Palabras claves: Más Abrazos by Huggies, Customer Relationship Marketing (CRM), comunicación personalizada, online y offline.**

## **RESUMEN EN INGLÉS**

In this report I will present the digital platform Más Abrazos by Huggies. “Más abrazos” combines the online and offline world. This engagement platform was created with the vision of connect in a close and personalized way with their audience.

In addition, it has examples of how generate a two-way of communication, where the public give insights, and they become the center of the decisions and actions. This tool is part of the strategy to capture first party data for Huggies, making in this way their own audience that is classify by the stage/age of the baby. Also “Más Abrazos” have a part of conversion, which completes the user experience in the whole funnel of the brand.

**Keywords: Más Abrazos by Huggies, Customer Relationship Marketing (CRM), personalized communication, online and offline.**



# Inf. Turnitin

## INFORME DE ORIGINALIDAD

2%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.ulima.edu.pe">repositorio.ulima.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
2	<a href="http://bibliotecadigital.exactas.uba.ar">bibliotecadigital.exactas.uba.ar</a> Fuente de Internet	<1%
3	<a href="http://renati.sunedu.gob.pe">renati.sunedu.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1%
4	<a href="http://soniaeducadorainfantil.wordpress.com">soniaeducadorainfantil.wordpress.com</a> Fuente de Internet	<1%
5	Submitted to Universidad de Lima Trabajo del estudiante	<1%
6	<a href="http://dspace.uib.es">dspace.uib.es</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="http://sipromicro.com">sipromicro.com</a> Fuente de Internet	<1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo