



**Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

**Universidad del Perú. Decana de América**

Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática  
Escuela Académico Profesional de Ingeniería de Sistemas

**Mensajería publicitaria utilizando el marketing SMS  
para lograr fidelización de clientes de tiendas por  
departamento en el Perú**

**TESINA**

Para optar el Título Profesional de Ingeniero de Sistemas

**AUTOR**

Raúl Víctor CASO VICUÑA

**ASESOR**

Augusto Parcemon CORTEZ VÁSQUEZ

Lima, Perú

2010

---

**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**  
**FACULTAD DE INGENIERIA DE SISTEMAS E INFORMATICA**  
**ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE INGENIERIA DE SISTEMAS E**  
**INFORMATICA**

**MENSAJERIA PUBLICITARIA UTILIZANDO EL MARKETING**  
**SMS PARA LOGRAR FIDELIZACIÓN DE CLIENTES DE**  
**TIENDAS POR DEPARTAMENTO EN EL PERÚ**

**Autor:** CASO VICUÑA, Raúl

**Asesor:** CORTEZ VÁSQUEZ, Augusto

**Título:** Tesina, para optar el Título Profesional de Ingeniero de Sistemas

**Fecha:** Noviembre del 2010

**RESUMEN**

En el presente trabajo se propone el diseño de un portal de envío de mensajería publicitaria por medio de mensajes de texto personalizados hacia los clientes de tiendas por departamento, cuyo objetivo es establecer un mecanismo de comunicación directa entre clientes con las tiendas por departamento logrando una identificación y fidelización con alguna tienda específica permitiendo que se diferencie de la competencia a través de una solución tecnológica.

**Palabras Claves:** SMS, Marketing SMS, estrategia, tiendas por departamento, fidelización, diferenciación, celular.

---

**MAJOR NATIONAL UNIVERSITY OF SAN MARCOS**  
**FACULTY OF SYSTEMS ENGINEERING**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E**  
**INFORMÁTICA**

**MESSAGING SEND SMS USING MARKETING TO ACHIEVE**  
**CUSTOMER LOYALTY DEPARTMENT STORES IN PERU**

**Autor:** CASO VICUÑA, Raúl

**Asesor:** CORTEZ VÁSQUEZ, Augusto

**Título:** Tesina, para optar el Título Profesional de Ingeniero de Sistemas

**Fecha:** Noviembre del 2010

**ABSTRACT**

In this paper we propose the design of a website advertising messaging delivery through customized text messages to customers of department stores, which aims to establish a mechanism for direct communication between customers with department store making identification and loyalty to a specific store allowing them to differentiate from the competition through a technological solution.

**Keywords:** SMS, SMS Marketing, strategy, department stores, customer loyalty, differentiation, cell.