

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MASTER DE  
LA UNIVERSIDAD DE PALERMO DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Marketing Móvil:

La introducción del Marketing de proximidad vía bluetooth  
en Argentina.

Presentada por:

Irene Basterrechea

Tutor de Tesis:

Antonio Ambrosini

Buenos Aires, Argentina, Octubre, 2008

## RESUMEN DE TESIS

En el siguiente trabajo de investigación se desea demostrar que a través del marketing de proximidad con bluetooth las empresas pueden complementar sus campañas de publicidad, llegando directamente a las manos de los consumidores.

Para poder comprobar esto, se va a describir que es el marketing de proximidad, sus beneficios y desventajas. Además, como los expertos lo han utilizado para poder comunicarse con sus clientes.

Durante la investigación se realizaron entrevistas a expertos sobre el tema, que prestan el servicio de marketing móvil para diferentes empresas en el país. Estas personas identificaron las necesidades y la importancia para utilizar este nuevo servicio. Por otro lado, informaron sobre las nuevas tendencias que está teniendo el mercado argentino en esta rama.

Asimismo, se basó en la búsqueda de información con fuentes secundarias, como libros de texto, revistas, páginas web, etc.

Durante la investigación, se pudo comprobar que las empresas actualmente están recurriendo a utilizar el servicio de marketing móvil, para sus campañas de publicidad. Y que el mercado argentino en telecomunicaciones está creciendo cada día más, están entrando mejores dispositivos móviles, tecnología nueva, mejores aplicaciones, etc.

La mayoría de expertos coinciden que el crecimiento de esta tendencia es lento, pero en pocos años todo se estará realizando a través del celular, y los consumidores estarán acostumbrados a manejarse a través de él.

El marketing de proximidad es un medio barato para las empresas que deseen utilizar esto para comunicarse con sus clientes, por lo que este ahorro se transmite hacia ellos también. Y se puede realizar en diferentes lugares donde ellos transitan constantemente, como en las calles, centros comerciales, nocturnos, aeropuertos, lugares turísticos, deportivos, culturales, musicales, etc.