

**UNIVERSIDAD DE PALERMO**  
**GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS**  
**PROGRAMA MBA**

**Trabajo de Tesis**

**“ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA PARA LA CREACIÓN DE  
LEALTAD DE MARCA EN LAS CUENTAS DE AHORRO DIRIGIDAS A  
NIÑOS, PARA LA BANCA RETAIL EN LA CADENA DE  
SUPERMERCADOS EL RÍO, S.A., EN LA CIUDAD DE GUATEMALA”**

**Para obtener el título de  
MASTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**Presentado por  
Lic. Jackelyne Monterroso E.**

**Tutor de Tesis  
Ing. Jorge Almada**

**Buenos Aires, Argentina**

**Mayo 2007**

## **Resumen Ejecutivo**

La siguiente tesis presenta un estudio del producto Cuenta de ahorro para niños de Banca Retail de Supermercados El Río, S.A.

El documento está dividido de modo de presentar al lector las bases sobre las cuales se estableció el desarrollo del estudio, resultados y aportes.

En el marco contextual, se encuentra una explicación del ámbito sobre el cual se desarrolla la empresa y el producto en estudio.

En relación al tema en el que se desarrolla la tesis se presenta una recopilación de contenidos teóricos de autores expertos en la materia.

A continuación se presenta el planteamiento del problema, seguido por el desarrollo del estudio de mercado con la presentación de resultados estadísticos, y las conclusiones más sobresalientes, las cuales fueron cotejadas con opiniones de varios autores para definir ciertos parámetros y recomendaciones para la empresa.

Por último, como aporte del maestrando, se propone una estrategia para lograr los objetivos de mercadotecnia orientados hacia la fidelización de los clientes del producto Cuenta de ahorro para niños de Banca Retail de Supermercados El Río, S.A.