UNIVERSIDAD SANTO DOMINGO DE GUZMÁN

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE NEGOCIOS



**LA IMPORTANCIA DEL MARKETING RELACIONAL EN EL SERVICIO AL CLIENTE**

**AUTOR:**

TORRES DIAZ, MANUEL JOEL

https://orcid.org/0000-0001-6686-7123

**ASESOR:**

LUNA BELLIDO, ALBERTO PABLO

https://orcid.org/0000-0003-2202-9587

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE

**INGENIERO DE NEGOCIOS**

JICAMARCA-LIMA

2022

**Resumen**

El estudio tuvo como objetivo general de estudio resaltar la síntesis que trata sobre la magia del *Marketing relacional* y el servicio al cliente en los negocios se notó en base al resultado de investigación de los estudios como realizar estrategias que apoyen en las transacciones y las ofertas en los negocios en tiendas y la captación de nuevos clientes. Se asumió una línea de tiempo de evolución de los conceptos y las claves de manera cronológica asimismo se creó un mapa conceptual para ayudarnos en el estudio. Los métodos de investigación fueron el heurístico de registro de fuentes primarias y secundarias y el hermenéutico que permitió analizar y sistematizar. Se llegó a concluir que el Marketing relacional es un plus en el aprendizaje de la empresa acercándonos a nuestros clientes y asimilar como estos modifican nuestros negocios, sus servicios y dan un valor agregado.

**Palabras clave**: *marketing, negocios, servicio al cliente.*

**Abstract**

The study had as a general objective of study to highlight the synthesis that deals with the magic of relational Marketing and customer service in business, it was noted based on the result of research of the studies such as carrying out strategies that support transactions and offers in business in stores and attracting new customers. A timeline of the evolution of the concepts and the keys was assumed chronologically, and a conceptual map was created to help us in the study. The research methods were the heuristic of registration of primary and secondary sources and the hermeneutic that allowed to analyze and systematize. It was concluded that relational marketing is a plus in the learning of the company, approaching our clients and assimilating how they modify our businesses, their services and give added value.

**Keywords:** *marketing, business, customer service.*