



## Comercio y Mercadeo

Bachiller Técnico

Familia profesional:

Administración y comercio

Módulo

MF\_341\_3 Información y atención al cliente, consumidor y usuario.

4º

Tipo de Recurso	Documento	Acceso	Libre
Título recurso	Servicio al cliente		
Descripción	Documento de 410 páginas elaborado por John Tschohl, quién es una persona de referencia en este sector.		
Enlace	<a href="https://issuu.com/sqimexico/docs/servicio_al_cliente_8_edicion">https://issuu.com/sqimexico/docs/servicio_al_cliente_8_edicion</a>		

Tipo de Recurso	Documento	Acceso	Libre
Título recurso	Manual de Servicio y Atención al Cliente		
Descripción	Este libro presenta un modelo integral (el Modelo Relacional) que cualquier organización puede aplicar a sus procesos de atención a clientes. ¡No más reclamos por mala atención! Ahora usted puede comenzar a cultivar clientes realmente contentos, lo que le permitirá vender más y, de paso, obtener recomendaciones gratuitas de parte de ellos.		
Enlace	<a href="https://issuu.com/rodrigorios36/docs/manual_de_servicio_y_atenci_n_al_c">https://issuu.com/rodrigorios36/docs/manual_de_servicio_y_atenci_n_al_c</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Atención al cliente en servicios comerciales</b>		
<b>Descripción</b>	<p>Primer capítulo del manual &amp;quot;Atención al cliente en servicios comerciales&amp;quot; de Certia Editorial. Conseguir buenos resultados en la actividad comercial depende en gran medida de la atención que se le muestre al cliente durante el proceso comercial. Cada vez son más las empresas volcadas en el trato con el cliente, en conocer sus gustos y necesidades y mejorar el proceso de compraventa. En los últimos años los avances informáticos han supuesto importantes cambios en la comunicación con los clientes permitiendo grandes avances en esta área. En el libro se desarrollan de forma amplia todos los procedimientos que el departamento comercial pone en marcha en su relación con los clientes, los aspectos que se deben tener en cuenta en la compraventa, las adaptaciones de la comunicación comercial al telemarketing y la importancia de un buen servicio de postventa. Consigue el manual de &amp;quot;Atención al cliente en servicios comerciales&amp;quot; en la web de Certia Editorial: <a href="http://ow.ly/UPRi305CmrO">http://ow.ly/UPRi305CmrO</a></p>		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/certiaeditorial/docs/cap1-atencion-al-cliente-en-servici">https://issuu.com/certiaeditorial/docs/cap1-atencion-al-cliente-en-servici</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Técnicas del servicio al cliente</b>		
<b>Descripción</b>	Documento de 77 páginas editado por el Instituto Colombiano de Aprendizaje.		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/macafe28/docs/serviciocliente">https://issuu.com/macafe28/docs/serviciocliente</a>		

<b>Módulo</b>	<b>MF_342_3 Gestión de compras en un establecimiento comercial.</b>	<b>4º</b>
---------------	---	-----------

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Gestión de compras</b>		
<b>Descripción</b>	En esta unidad el estudiante aprenderá a: identificar la función logística de la empresa; estipular el ciclo de compras; establecer las variables de calidad y el nivel de servicio; conocer el concepto de calidad total; determinar el sistema de aprovisionamiento denominado Just in Time; calcular los costes logísticos.		
<b>Enlace</b>	<a href="https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448193601.pdf">https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448193601.pdf</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Gestión de Inventarios y Compras</b>		
<b>Descripción</b>	Como veremos en este documento, las decisiones relacionadas con las existencias trascienden el almacén para afectar al servicio dado al cliente, a las relaciones con los proveedores, a las finanzas de la empresa y por supuesto a los costes del producto, de aquí que una buena gestión de almacenes sea uno de los objetivos de cualquier empresa de servicios – comercios - e industrias.		
<b>Enlace</b>	<a href="http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45152/componente45150.pdf">http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45152/componente45150.pdf</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Administración de compras y abastecimientos</b>		
<b>Descripción</b>	Decima cuarta edición de esta obra de 477 páginas considerada como una referencia en el sector de la compra y abastecimiento.		
<b>Enlace</b>	<a href="https://cuadernosdelprofesor.files.wordpress.com/2016/01/libro-admondecomprasyabastecimientos.pdf">https://cuadernosdelprofesor.files.wordpress.com/2016/01/libro-admondecomprasyabastecimientos.pdf</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Presentación</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Gestión de Compras: Logística y Reaprovisionamiento Eficiente</b>		
<b>Descripción</b>	Esta presentación tiene como objetivos: presentar los aspectos en los que el aprovisionamiento puede ayudar para mejorar la rentabilidad. Diseñar un conjunto de medidas para mejorar los resultados del aprovisionamiento. Establecer indicadores operativos y económicos para ajustar y corregir el proceso de aprovisionamiento.		
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.biamericas.com/presentaciones/2012/gestionDeCompras/gestion-de-compras.pdf">http://www.biamericas.com/presentaciones/2012/gestionDeCompras/gestion-de-compras.pdf</a>		

<b>Módulo</b>	<b>MF_343_3 Escaparatismo y promociones comerciales.</b>	<b>4º</b>
---------------	--	-----------

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Escaparatismo y diseño de espacios comerciales</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Documento ilustrado de 101 páginas elaborado por Elena Calvo Virseda.</b>		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/elenavirseda/docs/libro_escaparatismo_completo">https://issuu.com/elenavirseda/docs/libro_escaparatismo_completo</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Escaparatismo y diseño de espacios comerciales</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Documento ilustrado de 177 páginas elaborado por Laura Vismans Merolla.</b>		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/vismansita/docs/escaparatismo_y_disen_o_de_espacio">https://issuu.com/vismansita/docs/escaparatismo_y_disen_o_de_espacio</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Escaparatismo y diseño de espacios comerciales</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Documento ilustrado de 178 páginas elaborado por Soukayna El Habbouti.</b>		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/soukaynaelhabbouti/docs/escaparatismo_tema_6">https://issuu.com/soukaynaelhabbouti/docs/escaparatismo_tema_6</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Escaparatismo y diseño de espacios comerciales</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Documento ilustrado de 117 páginas elaborado por Eva Hernán Fincias.</b>		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/evittarpu9923/docs/libro_de_escaparatismo">https://issuu.com/evittarpu9923/docs/libro_de_escaparatismo</a>		

<b>Módulo</b>	<b>MF_344_3 Publicidad y comunicación comercial.</b>	<b>4º</b>
---------------	--	-----------

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Publicidad promoción y comunicación integrada de marketing</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cuarta edición de esta obra de 471 páginas elaborada por Kenneth e Clow y Donald Baack</b>		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/valeriavargassalazar/docs/publicidad_promoci_n_y_comunicaci_42e98d0b11856b">https://issuu.com/valeriavargassalazar/docs/publicidad_promoci_n_y_comunicaci_42e98d0b11856b</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Módulo 5: comunicación comercial</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Documento de 67 páginas en el que se trabajan las técnicas de venta y comunicación comercial. &amp;nbsp;</b>		
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material_didactico/especialidades/materialdidactico_ventas_comunic-comercial/modulos/MODULO%205%20-%20TECNICAS%20DE%20VENTA.pdf">http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material_didactico/especialidades/materialdidactico_ventas_comunic-comercial/modulos/MODULO%205%20-%20TECNICAS%20DE%20VENTA.pdf</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Sitio web</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Canal Youtube de Marco Creativo</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Canal Youtube en el que se trabaja los diferentes aspectos del diseño publicitario.</b>		
<b>Enlace</b>	<a href="https://www.youtube.com/channel/UCVRfMIEbVj5kTwDf11JQW6w">https://www.youtube.com/channel/UCVRfMIEbVj5kTwDf11JQW6w</a>		

<b>Módulo</b>	<b>MF_340_3 Técnicas de ventas.</b>	<b>5º</b>
---------------	-------------------------------------	-----------

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Técnicas de venta</b>		
<b>Descripción</b>	En este documento se tratan los siguientes temas: el proceso de acción de ventas; la preparación efectiva de los contactos y las visitas comerciales; la toma de contacto con el cliente; cómo descubrir las necesidades técnicas y psicológicas de los clientes; aprender a argumenta delante de los clientes; aprender a rebatir objeciones; vendedores expertos en el cierre de la venta; explotar las relaciones comerciales tras la entrevista de venta, etc.		
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Tecnicas_de_venta.pdf">http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Tecnicas_de_venta.pdf</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Técnicas de venta</b>		
<b>Descripción</b>	Existen numerosas técnicas aplicadas a la venta. Las técnicas son herramientas que se aplican en el proceso de venta para persuadir al cliente o posible cliente hacia la propuesta que el vendedor le ofrece. La mayoría están basadas en la observación del trabajo de los mejores profesionales de la venta, pero no es suficiente conocer estas herramientas, sino que los vendedores deben ser, además, hábiles en su manejo, por lo que necesitarán entrenamiento y experiencia para poner en marcha un proceso de venta. En este libro se tratan los distintos tipos, las fases, la preparación y el argumentario de ventas; se expone cómo aplicar las técnicas de venta en función del producto, el cliente, el tipo de venta y por último las principales técnicas de comunicación.		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/certiaeditorial/docs/tecnicas-de-venta">https://issuu.com/certiaeditorial/docs/tecnicas-de-venta</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Técnicas de venta</b>		
<b>Descripción</b>	Manual de formación ajustado a las exigencias de la UF0031 del certificado de profesionalidad de Actividades de venta (España).		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/ideaspropiaseditorial/docs/978-84-9839-572-3_2b7488dc2b4b0a">https://issuu.com/ideaspropiaseditorial/docs/978-84-9839-572-3_2b7488dc2b4b0a</a>		

<b>Módulo</b>	<b>MF_347_3 Introducción al marketing.</b>	<b>5º</b>
<b>Tipo de Recurso</b>	Documento	Acceso Libre
<b>Título recurso</b>	Marketing, versión para latinoamérica	
<b>Descripción</b>	Entre los principales temas que se presentan en este libro, se encuentran: Establecimiento de relaciones redituables con los clientes Manejo de marcas fuertes para crear valor de marca Aprovechamiento de las tecnologías de marketing en la era digital Marketing socialmente responsable en todo el mundo Marketing real	
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/maribel648/docs/marketing_versi_n_para_latinoam">https://issuu.com/maribel648/docs/marketing_versi_n_para_latinoam</a>	

<b>Tipo de Recurso</b>	Documento	Acceso Libre
<b>Título recurso</b>	Fundamentos de marketing	
<b>Descripción</b>	Documento de 159 páginas. El manual de Fundamentos de marketing está orientado a que el lector conozca la ciencia y filosofía del marketing y su aplicabilidad empresarial y organizativo. Los conocimientos que en él se exponen son de vital importancia para la formación de cualquier agente dentro del ámbito empresarial, sea cual sea su sector específico y, por tanto, sumamente relevante de cara a su actual o potencial actividad en un mercado laboral que cada vez demanda más especialistas en esta materia.	
<b>Enlace</b>	<a href="http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf">http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf</a>	

<b>Tipo de Recurso</b>	Documento	Acceso Libre
<b>Título recurso</b>	Fundamentos de marketing	
<b>Descripción</b>	Documento de 498 páginas. Todos los mercadólogos de alto nivel comparten una meta común: poner a los consumidores en el corazón del marketing. El marketing actual se orienta a la creación de valor para el cliente y la construcción de relaciones fuertes con el cliente en un entorno global de alta tecnología y en constante cambio.	
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/issuesoto/docs/fundamentos_de_marketing_-_philip_k">https://issuu.com/issuesoto/docs/fundamentos_de_marketing_-_philip_k</a>	

<b>Tipo de Recurso</b>	Presentación	Acceso Libre
<b>Título recurso</b>	Esquemas de teoría: introducción al marketing	
<b>Descripción</b>	Presentación de 112 páginas elaborada por Ana Belén Casado Díaz y Ricardo Sellers Rubio del departamento de marketing de la universidad de Alicante.	
<b>Enlace</b>	<a href="https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/25417/6/Esquemas%20de%20Introduccion%20al%20Marketing.pdf">https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/25417/6/Esquemas%20de%20Introduccion%20al%20Marketing.pdf</a>	

<b>Tipo de Recurso</b>	Presentación	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	Introducción al Marketing		
<b>Descripción</b>	Presentación de 15 páginas en la que se describen los conceptos básicos del marketing.		
<b>Enlace</b>	<a href="https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20592/1/Tema1_marketing_STUD.pdf">https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20592/1/Tema1_marketing_STUD.pdf</a>		

<b>Módulo</b>	<b>MF_348_3 Contabilidad</b>	<b>5º</b>
---------------	------------------------------	-----------

<b>Tipo de Recurso</b>	Documento	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	Introducción a la contabilidad y las finanzas		
<b>Descripción</b>	Documento de 289 páginas elaborado por le editorial Profit. Texto introductorio para todo aquel que desea administrar con éxito un negocio.		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/flavioo.penaprior/docs/introducci_n_a_la_contabilidad_y_l">https://issuu.com/flavioo.penaprior/docs/introducci_n_a_la_contabilidad_y_l</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	Documento	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	Manual de contabilidad para pyme		
<b>Descripción</b>	Documento muy práctico de iniciación a la contabilidad.		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/elizabethsuarezrios/docs/manual_de_contabilidad_para_pyme">https://issuu.com/elizabethsuarezrios/docs/manual_de_contabilidad_para_pyme</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	Documento	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	Contabilidad básica		
<b>Descripción</b>	documento de 122 páginas elaborado en el marco del proyecto Universidad en el Campo.		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/belenherreranoboa/docs/contabilidad">https://issuu.com/belenherreranoboa/docs/contabilidad</a>		

<b>Módulo</b>	<b>MF_345_3 Técnicas de entrevista y encuestas.</b>	<b>6º</b>
---------------	---	-----------

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Investigación de Mercados</b>		
<b>Descripción</b>	En esta obra se analiza el Big Data y se muestra como esta herramienta ofrece profundos discernimientos sobre clientes potenciales y mercados. La tendencia hacia la investigación de mercados en teléfonos celulares y redes sociales cambia de manera constante, así como la manera de obtener información para la toma de decisiones, es por esto que esta obra describe las herramientas usadas actualmente para encuestas en línea, como las ofrecidas por Survey Monkey, la cual muestra como un mayor número de empresas han incursionado en la investigación de mercados con la dinámica de hágalo usted mismo.		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/cengagelatam/docs/investigaci_n_de_mercados_mcdaniel">https://issuu.com/cengagelatam/docs/investigaci_n_de_mercados_mcdaniel</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Entrevista y observacion</b>		
<b>Descripción</b>	Documento de 126 páginas elaborado en el marco de las actividades de la Universidad Continental (Perú).		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/ucvirtual/docs/entrevista_y_observacion">https://issuu.com/ucvirtual/docs/entrevista_y_observacion</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>El proceso de investigación cuantitativa</b>		
<b>Descripción</b>	Documento de 498 páginas sobre el proceso de investigación cuantitativa.		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/rgallardol/docs/metodologia_20de_20la_20investigaci">https://issuu.com/rgallardol/docs/metodologia_20de_20la_20investigaci</a>		

<b>Módulo</b>	<b>MF_346_3 Organización de un sistema de información de consumo.</b>	<b>6º</b>
---------------	---	-----------

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Administración de los Sistemas de Información</b>		
<b>Descripción</b>	Ofrece bases sólidas de las tecnologías de la información relacionada con los negocios, hecho que les permitirá desarrollar una carrera profesional exitosa sin importar los campos que seleccionen. Proporciona a los estudiantes el equilibrio necesario entre la información técnica y las aplicaciones reales. Sin importar el campo que elijan, los futuros profesionistas ingresarán al mundo de los negocios sabiendo cómo hacer que la información trabaje para ellos, sabrán lo suficiente sobre las tecnologías de la información para colaborar productivamente con los especialistas de esta rama, y conocerán lo suficiente de las aplicaciones de negocios para lograr que los sistemas de información apoyen su trabajo de la mejor forma posible.		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/cengagelatam/docs/sousa">https://issuu.com/cengagelatam/docs/sousa</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Sistema de Información Gerencial</b>		
<b>Descripción</b>	Documento de 304 páginas elaborado en el marco de las actividades de la Universidad de Tarapaca, Chile. Incluye herramientas de seguimiento del aprendizaje.		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/canalbibliotecauta/docs/libro_sig_2015_ebook_en_pdf">https://issuu.com/canalbibliotecauta/docs/libro_sig_2015_ebook_en_pdf</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Documento</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Análisis y diseño de sistemas de información</b>		
<b>Descripción</b>	Documento de 205 páginas elaborado en Colombia en 2015. Curso de Análisis y Diseño de Sistemas de Información con énfasis en nuevas tecnologías.		
<b>Enlace</b>	<a href="https://issuu.com/manuelricardoavilarincon/docs/an_lisis_y_dise_o_de_sistemas_d_e_">https://issuu.com/manuelricardoavilarincon/docs/an_lisis_y_dise_o_de_sistemas_d_e_</a>		

<b>Módulo</b>	<b>MF_349_3 Impuesto de consumo.</b>	<b>6º</b>
---------------	--------------------------------------	-----------

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Sitio web</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Impuesto Selectivo al Consumo</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Página del sitio web de la Dirección General de Impuestos Internos de República Dominicana que trata del Impuesto Selectivo al Consumo.</b>		
<b>Enlace</b>	<a href="https://dgi.gov.do/cicloContribuyente/obligacionesTributarias/principalesImpuestos/Paginas/impuestoSelectivoConsumo.aspx">https://dgi.gov.do/cicloContribuyente/obligacionesTributarias/principalesImpuestos/Paginas/impuestoSelectivoConsumo.aspx</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Sitio web</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Calculadora de impuestos para vehículos</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Página de la Dirección General de Aduanas donde se puede calcular los impuestos de importación de vehículos de motor.</b>		
<b>Enlace</b>	<a href="https://www.aduanas.gob.do/de-inter%C3%A9s/consultas/calculadora-de-impuestos-de-veh%C3%ADculos/">https://www.aduanas.gob.do/de-inter%C3%A9s/consultas/calculadora-de-impuestos-de-veh%C3%ADculos/</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Sitio web</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>¿Qué cambia con la nueva norma sobre comprobantes fiscales emitida por la DGII?</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Página del sitio web Argentarium en el que se explica la Norma General 06-2018 sobre Comprobantes Fiscales y sus consecuencias para los contribuyentes.</b>		
<b>Enlace</b>	<a href="https://www.argentarium.com/debate/germania-montas/36004-la-norma-general-06-2018-comprobantes-fiscales/">https://www.argentarium.com/debate/germania-montas/36004-la-norma-general-06-2018-comprobantes-fiscales/</a>		

<b>Tipo de Recurso</b>	<b>Video</b>	<b>Acceso</b>	<b>Libre</b>
<b>Título recurso</b>	<b>Llenado de Formato de Envío 606</b>		
<b>Descripción</b>	<b>En este video de poco menos de 7 minutos elaborado por la DGII se explica detenidamente como rellenar el formato de envío 606.</b>		
<b>Enlace</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=MTP81FYq9UI">https://www.youtube.com/watch?v=MTP81FYq9UI</a>		