

Atención y servicio a clientes

Área(s):

Contaduría y administración
Mantenimiento e instalación
Electricidad y electrónica
Tecnología y transporte

Carrera(s):

**Profesional Técnico y
Profesional Técnico-Bachiller en:**

Administración
Todas las carreras de Mantenimiento e Instalación,
Electricidad, Electrónica y TIC




**Programa
de Estudios**

Editor: Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica

Programa de Estudios del Módulo: Atención y servicio a clientes

Área(s): Contaduría y administración, Mantenimiento e Instalación, Electricidad, Electrónica y TIC

Carrera(s): Profesional Técnico y Profesional Técnico –Bachiller en Administración y Todas las carreras de Mantenimiento e Instalación, Electricidad, Electrónica y TIC

Semestre(s): Quinto

D. R. Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica.

Este material es vigente a partir de agosto de 2012.

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio, sin autorización por escrito del Conalep.

Calle 16 de Septiembre 147 Norte, Col. Lázaro Cárdenas, Metepec, Edo. de México, C. P. 52148.

HECHO EN MÉXICO.

Tercera Edición

www.conalep.edu.mx

Fecha en que se terminó su edición: julio de 2012.

Directorio

Directora General

Candita Victoria Gil Jiménez

Secretario General

Roger Armando Frías Frías

Secretaria Académica

María Elena Salazar Peña

Secretaria de Administración

Corazón de María Madrigal

Secretario de Planeación y Desarrollo Institucional

Francisco Cuauhtémoc Santiago Jaime

Secretario de Servicios Institucionales

Pedro Eduardo Azuara Arechederra

Director Corporativo de Asuntos Jurídicos

Juan Carlos Castillo Guzmán

Titular de la Unidad de Estudios e Intercambio Académico

Patricia Guadalupe Guadarrama Hernández

Director Corporativo de Tecnologías Aplicadas

Humberto Zentella Falcón

Directora de Diseño Curricular

Silvia Alejandra Guzmán Saldaña

Coordinadora de las Áreas Básicas y de Servicios

Caridad del Carmen Cruz López

Coordinador de las Áreas de Mantenimiento e Instalación,
Electricidad, Electrónica y TIC

Marco Antonio Valadez Pérez

Coordinador de las Áreas de Procesos de Producción y
Transformación

René Montero Montano

Grupo de trabajo

Técnico:

Con la asesoría de consultores contratados por obra y tiempo
determinados

Atención y servicio a clientes

Contenido

		Pág.
	Mensaje de la Directora General	5
	Presentación de la Secretaria Académica	7
Capítulo I:	Generalidades de las Carreras	
1.1	Objetivo General de la Carrera	8
1.2	Competencias Transversales al Currículum	9
Capítulo II:	Aspectos Específicos del Módulo	
2.1	Presentación	11
2.2	Propósito del Módulo	12
2.3	Mapa del Módulo	13
2.4	Unidades de Aprendizaje	14
2.5	Referencias	19

**Mensaje de la
Directora General**

Me es grato poner en sus manos una herramienta muy útil para orientar a los maestros en el proceso de enseñanza y para ayudar a los alumnos en la planeación de su aprendizaje.

Esta, es precisamente la importancia de los programas de estudio: favorecer el desarrollo de destrezas, habilidades y valores, que les permitan afrontar con éxito los retos de la actualidad.

Se trata, sin lugar a dudas, del principal recurso didáctico que tendrán a su disposición para garantizar una educación integral y de calidad.

Sin dejar de lado, desde luego, aquéllos que les brinda la Biblioteca Digital de la Red Académica del CONALEP.

En ellos encontrarán los propósitos de cada módulo, la manera y el tiempo en que deben ser alcanzados, así como los respectivos criterios de evaluación.

Utilizarlos en forma cotidiana y sistemática es deber de todos, teniendo siempre presente que están elaborados con base en las necesidades de lo que el sector productivo exige y la sociedad merece.

México tiene depositada su confianza en el CONALEP, como pilar de una enseñanza técnica de vanguardia.

No es casual que el Gobierno de la República, a través de la Secretaría de Educación Pública, haya decidido fortalecer la noble labor que se realiza en nuestras aulas, laboratorios y talleres, con un Modelo Académico de primera.

Un modelo derivado de la Reforma Integral de la Educación Media Superior:

- Que avanza hacia la consolidación del Sistema Nacional de Bachillerato y la construcción de un Marco Curricular Común;
- Que se fortalece con las valiosas aportaciones de los profesores, estudiantes y representantes de la iniciativa privada;
- Que es congruente con los desafíos de la globalización;
- Y que forja generaciones competentes, emprendedoras, creativas y capaces de atender los principales problemas del país.

Este es el perfil de los profesionales que estamos formando.

Este es el compromiso que asumimos con entrega, vocación y convicción.

Y esta es la razón que nos impulsa a seguir hacia adelante.

Estimados docentes y alumnos:

Yo los invito a aprovechar al máximo estos programas de estudio, como guías de nuestras responsabilidades académicas y formativas, que sirvan de facilitadores de conocimientos e instrumentos para un diálogo respetuoso, permanente y fecundo.

Hagamos juntos la diferencia con la excelencia, responsabilizándonos de la tarea que nos corresponde cumplir.

Demostremos que sabemos, que podemos y que somos **ORGULLOSAMENTE CONALEP**.

M.A. Candita Victoria Gil Jiménez

Directora General del Sistema CONALEP

**Presentación de la
Secretaría Académica**

De acuerdo con el Modelo Académico CONALEP, la propuesta de aprendizajes considerados para promoverse en un módulo integrado al diseño de una carrera o trayecto se concreta en el programa de estudio, en la guía pedagógica y en la de evaluación. Estos documentos, constituyen el principal referente para planear y desarrollar el proceso de enseñanza-aprendizaje en las aulas, talleres y laboratorios de nuestra institución.

Los programas y guías de estudio han sido diseñados con un enfoque de competencias, con lo que se da cumplimiento a los preceptos de la Reforma Integral de la Educación Media Superior (RIEMS), que indica el fomento y promoción de competencias genéricas y disciplinares que debe poseer una persona egresada de la educación media superior, mismas que le servirán para toda la vida; mientras que las competencias profesionales, le permiten el desempeño de funciones laborales requeridas por los sectores productivos regional y nacional.

En cada uno de los documentos curriculares se refleja el desempeño de especialistas técnicos y de profesionales en diseño curricular, así como las aportaciones de los integrantes del sector productivo, contribuyendo con sus conocimientos, habilidades y experiencias para el profesional técnico y el profesional técnico bachiller.

Lo anterior, hace posible la amplia aceptación de nuestros egresados, ya sea en el mercado laboral en el que se desempeñan con profesionalismo, o bien, en las Universidades o Institutos Tecnológicos, si es que deciden continuar estudios en el nivel superior, acción en la que destacan por su sólida formación.

Mtra. María Elena Salazar Peña

CAPÍTULO I: Generalidades de la Carrera

1.1. Objetivo General de la Carrera

P.T. y P.T-B en Administración

Realizar funciones relacionadas con los procesos logísticos, así como de planeación, organización, integración, dirección y control para la optimización de los recursos humanos, financieros, técnicos y materiales en la compra, venta, producción o prestación de servicios de las organizaciones

1.2. Competencias Transversales al Currículo (*)

Competencias Genéricas	Atributos
<p>Se autodetermina y cuida de sí</p> <p>1. Se conoce y valora a sí mismo y aborda problemas y retos teniendo en cuenta los objetivos que persigue.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Enfrenta las dificultades que se le presentan y es consciente de sus valores, fortalezas y debilidades. • Identifica sus emociones, las maneja de manera constructiva y reconoce la necesidad de solicitar apoyo ante una situación que lo rebase. • Elige alternativas y cursos de acción con base en criterios sustentados y en el marco de un proyecto de vida. • Analiza críticamente los factores que influyen en su toma de decisiones. • Asume las consecuencias de sus comportamientos y decisiones. • Administra los recursos disponibles teniendo en cuenta las restricciones para el logro de sus metas.
<p>2. Es sensible al arte y participa en la apreciación e interpretación de sus expresiones en distintos géneros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valora el arte como manifestación de la belleza y expresión de ideas, sensaciones y emociones. • Experimenta el arte como un hecho histórico compartido que permite la comunicación entre individuos y culturas en el tiempo y el espacio, a la vez que desarrolla un sentido de identidad. • Participa en prácticas relacionadas con el arte.
<p>3. Elige y practica estilos de vida saludables.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce la actividad física como un medio para su desarrollo físico, mental y social. • Toma decisiones a partir de la valoración de las consecuencias de distintos hábitos de consumo y conductas de riesgo. • Cultiva relaciones interpersonales que contribuyen a su desarrollo humano y el de quienes lo rodean.
<p>Se expresa y comunica</p> <p>4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas, matemáticas o gráficas. • Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue. • Identifica las ideas clave en un texto o discurso oral e infiere conclusiones a partir de ellas. • Se comunica en una segunda lengua en situaciones cotidianas. • Maneja las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y expresar ideas.
<p>Piensa crítica y reflexivamente</p> <p>5. Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo. • Ordena información de acuerdo a categorías, jerarquías y relaciones. • Identifica los sistemas y reglas o principios medulares que subyacen a una serie de fenómenos. • Construye hipótesis y diseña y aplica modelos para probar su validez. • Sintetiza evidencias obtenidas mediante la experimentación para producir conclusiones y formular nuevas preguntas. • Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para procesar e interpretar información.

<p>6. Sustenta una postura personal sobre temas de interés y relevancia general, considerando otros puntos de vista de manera crítica y reflexiva.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elige las fuentes de información más relevantes para un propósito específico y discrimina entre ellas de acuerdo a su relevancia y confiabilidad. • Evalúa argumentos y opiniones e identifica prejuicios y falacias. • Reconoce los propios prejuicios, modifica sus puntos de vista al conocer nuevas evidencias, e integra nuevos conocimientos y perspectivas al acervo con el que cuenta. • Estructura ideas y argumentos de manera clara, coherente y sintética.
<p>Aprende de forma autónoma</p> <p>7. Aprende por iniciativa e interés propio a lo largo de la vida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Define metas y da seguimiento a sus procesos de construcción de conocimiento. • Identifica las actividades que le resultan de menor y mayor interés y dificultad, reconociendo y controlando sus reacciones frente a retos y obstáculos. • Articula saberes de diversos campos y establece relaciones entre ellos y su vida cotidiana.
<p>Trabaja en forma colaborativa</p> <p>8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Propone maneras de solucionar un problema o desarrollar un proyecto en equipo, definiendo un curso de acción con pasos específicos. • Aporta puntos de vista con apertura y considera los de otras personas de manera reflexiva. • Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.
<p>Participa con responsabilidad en la sociedad</p> <p>9. Participa con una conciencia cívica y ética en la vida de su comunidad, región, México y el mundo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Privilegia el diálogo como mecanismo para la solución de conflictos. • Toma decisiones a fin de contribuir a la equidad, bienestar y desarrollo democrático de la sociedad. • Conoce sus derechos y obligaciones como mexicano y miembro de distintas comunidades e instituciones, y reconoce el valor de la participación como herramienta para ejercerlos. • Contribuye a alcanzar un equilibrio entre el interés y bienestar individual y el interés general de la sociedad. • Actúa de manera propositiva frente a fenómenos de la sociedad y se mantiene informado. • Advierte que los fenómenos que se desarrollan en los ámbitos local, nacional e internacional ocurren dentro de un contexto global interdependiente.
<p>10. Mantiene una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce que la diversidad tiene lugar en un espacio democrático de igualdad de dignidad y derechos de todas las personas, y rechaza toda forma de discriminación. • Dialoga y aprende de personas con distintos puntos de vista y tradiciones culturales mediante la ubicación de sus propias circunstancias en un contexto más amplio. • Asume que el respeto de las diferencias es el principio de integración y convivencia en los contextos local, nacional e internacional.
<p>11. Contribuye al desarrollo sustentable de manera crítica, con acciones responsables.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Asume una actitud que favorece la solución de problemas ambientales en los ámbitos local, nacional e internacional. • Reconoce y comprende las implicaciones biológicas, económicas, políticas y sociales del daño ambiental en un contexto global interdependiente. • Contribuye al alcance de un equilibrio entre los intereses de corto y largo plazo con relación al ambiente.

*Fuente: Acuerdo 444 por el que se establecen las competencias que constituyen el Marco Curricular Común del Sistema Nacional de Bachillerato.

CAPÍTULO II: Aspectos Específicos del Módulo.

2.1. Presentación

El módulo de **Atención y servicio a clientes**, se imparte en el quinto semestre, corresponde al núcleo de formación profesional dentro del Trayecto Técnico Operación del proceso de ventas de las carreras de Profesional Técnico (PT) y Profesional Técnico-Bachiller (PT-B) en Administración, así como en todas las carreras de las áreas de Mantenimiento e Instalación, Electricidad, Electrónica y TIC. Tiene como finalidad, que el alumno proporcione servicio y atención al cliente mediante la mejora de la presentación de los productos y la evaluación de la calidad del servicio, aplicando indicadores de gestión para la mejora continua.

Para ello, el módulo está conformado por dos unidades de aprendizaje. La primera integra los elementos que le permitirán al alumno mejorar la presentación y planear la transportación de un producto, con la finalidad de mantener satisfechos a los clientes. La segunda se refiere a la evaluación de la satisfacción del consumidor de acuerdo con indicadores de gestión, basados en la calidad.

La formación profesional del PT y el PT-B, está diseñada con un enfoque de procesos, para un desarrollo de competencias profesionales por lo cual este módulo, se complementa con otros módulos como son Administración de crédito y cobranza, Manejo de procesos mercadotécnicos, Manejo del proceso mercantil, Administración del proceso de compra venta y Aplicación de estándares de calidad.

Además, estas competencias se complementan con la incorporación de otras competencias básicas, las profesionales y genéricas que refuerzan la formación tecnológica y científica, y fortalecen la formación integral de los educandos; que los prepara para comprender los procesos productivos en los que está involucrado para enriquecerlos, transformarlos, resolver problemas, ejercer la toma de decisiones y desempeñarse en diferentes ambientes laborales, con una actitud creadora, crítica, responsable y propositiva; de la misma manera, fomenta el trabajo en equipo, el desarrollo pleno de su potencial en los ámbitos profesional y personal y la convivencia de manera armónica con el medio ambiente y la sociedad.

La tarea docente en este módulo tendrá que diversificarse, a fin de que los docentes realicen funciones preceptoras, las que consistirán en la guía y acompañamiento de los alumnos durante su proceso de formación académica y personal y en la definición de estrategias de participación que permitan incorporar a su familia en un esquema de corresponsabilidad que coadyuve a su desarrollo integral; por lo cual, deberá destinar tiempo dentro de cada unidad para brindar este apoyo a la labor educativa de acuerdo al Programa de Preceptorías.

Por último, es necesario que al final de cada unidad de aprendizaje se considere una sesión de clase en la cual se realice la recapitulación de los aprendizajes logrados, en lo general, por los alumnos, con el propósito de verificar que éstos se han alcanzado o, en caso contrario, determinar las acciones de mejora pertinentes. Cabe señalar que en esta sesión el alumno que haya obtenido insuficiencia en sus actividades de evaluación o desee mejorar su resultado, tendrá la oportunidad de entregar nuevas evidencias.

2.2. Propósito del módulo

Proporcionar servicio y atención al cliente mediante la mejora de la presentación de los productos y la evaluación de la calidad del servicio con la finalidad de mantener satisfechos a los clientes.

2.3. Mapa del Módulo

Nombre del Módulo	Unidad de Aprendizaje	Resultado de Aprendizaje
Atención y servicio a clientes 90 Horas	1. Estrategias mercadotécnicas para mejorar la presentación de un producto a satisfacción de los clientes. 48 horas	1.1 Identifica los tipos de servicios a clientes usados para apoyar la venta de un producto y los que son centros de utilidad de acuerdo con sus características. 23 horas 1.2 Aplica estrategias de presentación mediante el manejo de los colores para mejorar la venta de un producto. 25 horas
	2. Evaluación de los servicios y/o productos ofrecidos al cliente 42 horas	2.1 Aplica las políticas de venta y pago establecidas por la empresa atendiendo a la temporalidad en que se generan. 25 horas 2.2 Valora la satisfacción del cliente, la calidad del servicio y el compromiso de los empleados mediante indicadores de gestión. 17 horas

2.4. Unidades de Aprendizaje

de

Unidad de aprendizaje:	Estrategias mercadotécnicas para mejorar la presentación de un producto a satisfacción de los clientes.	Número	1
Propósito de la unidad:	Realizará el control en la venta de un producto y/o servicio, mediante estrategias mercadotécnicas de presentación, para satisfacer las necesidades de los clientes o consumidores del mercado.		48 horas
Resultado de aprendizaje:	1.1 Identifica los tipos de servicios a clientes usados para apoyar la venta de un producto y los que son centros de utilidad de acuerdo con sus características.		23 horas

Actividades de evaluación	C	P	A	Evidencias a recopilar	Ponderación	Contenidos
1.1.1 Elaborar una tabla comparativa entre centros de utilidad y centros de apoyo, que considere: <ul style="list-style-type: none"> • Concepto • Categorías • Diferencia entre ambos 	✓		✓	<ul style="list-style-type: none"> • Tabla comparativa 	20%	A. Identificación de los tipos de servicios a clientes <ul style="list-style-type: none"> • Definición de servicios a clientes • Importancia del servicio al cliente • Tipo de servicios <ul style="list-style-type: none"> - Centros de utilidad - Servicios de apoyo B. Identificación de las categorías de servicios <ul style="list-style-type: none"> • De crédito • De manejo de mercancías • De atención a los clientes • De información y consulta • Para comodidad de los clientes en sus compras

C: Conceptual

P: Procedimental

A: Actitudinal

Resultado de aprendizaje:	1.2 Aplica estrategias de presentación mediante el manejo de los colores para mejorar la venta de un producto.	25 horas
----------------------------------	---	----------

Actividades de evaluación	C	P	A	Evidencias a recopilar	Ponderación	Contenidos
1.2.1. Elaborar un documento escrito que contenga las estrategias de presentación para los clientes de cualquier producto que el alumno elija, tomando en consideración: <ul style="list-style-type: none"> • Color • Empaque • Embalaje • Medio de transportación 	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> • Documento escrito con estrategias 	25%	A. Presentación del Producto <ul style="list-style-type: none"> • Diferenciar el producto por medio del empaque • Conexión entre los consumidores y el color <ul style="list-style-type: none"> - Azul - Rojo - Amarillo - Naranja - Verde - Púrpura - Rosa - Negro - Blanco • Packaging moderno • Pruebas de resistencia de materiales de empaque <ul style="list-style-type: none"> - De impacto vertical y horizontal - De vibración - Fisiológicas - De transporte simulado - Prueba comercial completa • Embalaje para distribución <ul style="list-style-type: none"> - Funciones del embalaje - Tipos de embalaje B. Importancia del manejo de materiales <ul style="list-style-type: none"> • Daños a partes y productos • Clientes inconformes • Pérdidas

Sesión para recapitulación y entrega de evidencias

C: Conceptual P: Procedimental A: Actitudinal

Unidad de aprendizaje:	Evaluación de los servicios y/o productos ofrecidos al cliente	Número	2
Propósito de la unidad:	Evaluará los servicios y/o productos ofrecidos al cliente, de acuerdo con las políticas de venta de la empresa para dar cumplimiento a la cadena de suministro.		42 horas
Resultado de aprendizaje:	2.1. Aplica las políticas de venta y pago establecidas por la empresa atendiendo a la temporalidad en que se generan.		25 horas

Actividades de evaluación	C	P	A	Evidencias a recopilar	Ponderación	Contenidos
<p>2.1.1. Desarrolla una simulación, en equipo, acerca de la aplicación de las políticas y formas de pago que de una empresa, en donde se realice:</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de las políticas de venta y pago de una empresa ficticia. Definición del producto a vender y sus características, tipo de compradores. Tipos de servicios adicionales o complementarios Representación de las etapas de venta. 	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Guion de representación Descripción 	35%	<p>A. Identificación de los elementos de servicio al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> Antes de la venta <ul style="list-style-type: none"> Política de servicio al cliente Adecuada estructura organizativa Flexibilidad del sistema Servicios de gestión y apoyo Durante la venta <ul style="list-style-type: none"> Disponibilidad de la existencia Información de pedidos Transporte Sustitución de producto Tiempo de atención al cliente Después de la venta <ul style="list-style-type: none"> Instalación Garantía Trazabilidad del producto Sustitución temporal de productos. <p>B. Aplicación de las políticas e información de ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> Administración de ventas <ul style="list-style-type: none"> Objetivo de vender Clasificación de los vendedores Plan de compensación Etapas del proceso de ventas Capacitación del personal

						<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación del desempeño de ventas • Programa de políticas de ventas <ul style="list-style-type: none"> - A crédito - Al contado - Medio de pago: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Efectivo ▪ Tarjeta de crédito o débito ▪ Documentos financieros
--	--	--	--	--	--	---

C: Conceptual

P: Procedimental

A: Actitudinal

Resultado de aprendizaje:	2.2 Valora la satisfacción del cliente, la calidad del servicio y el compromiso de los empleados mediante indicadores de gestión.	17 horas
----------------------------------	---	----------

Actividades de evaluación	C	P	A	Evidencias a recopilar	Ponderación	Contenidos
2.2.1 Elaboración de un cuestionario para evaluación de la satisfacción del cliente, de acuerdo a las características del producto y empresa de la actividad 2.1.1	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Cuestionario elaborado 	20%	A. Identificación de los indicadores de gestión <ul style="list-style-type: none"> Normas ISO 9000:2000 <ul style="list-style-type: none"> - ISO 9000 - ISO 9001 - ISO 9004 SIX SIGMA B. Evaluación de la satisfacción del cliente <ul style="list-style-type: none"> Elaboración del instrumento <ul style="list-style-type: none"> -Características o elementos -Destinatario Aplicación Interpretación

Sesión para recapitulación y entrega de evidencias.

C: Conceptual

P: Procedimental

A: Actitudinal

2.5. Referencias

Básica:

Espejo, Jorge. **Mercadotecnia**. México, Editorial McGraw-Hill. 2009

Ramsés A. Galindo Cota. **Mercadotecnia**. México, Editorial Trillas, 2006

Stanton, William, Etzel, Michael, Walker, Bruce. **Fundamentos de Marketing**, México, Editorial McGraw-Hill Interamericana, 2007

Complementaria:

Muñiz, Rafael. **Marketing en el siglo XXI**, México, Editorial Centro de Estudios Financieros, 2007

Sahul Maldonado, Alejandro. **Mercadotecnia y sociedad de consumo**, México, Editorial Fontamara, 2008

Czinkota, Michael. **Administración de mercadotecnia**, México, Editorial Thomson, 2008.

Fred. R. David. **Conceptos de administración estratégica**. México. Editorial Pearson Educación. 2003

Páginas Web

Indicadores de gestión para la satisfacción del cliente. **Disponible en:** <http://www.slideshare.net/jcfdezmx2/indicadores-de-gestion-para-la-satisfaccion-del-cliente-presentation> (14-07-2015)

Canales-distribución. **Disponible en:** <http://www.monografias.com/trabajos17/canales-distribucion/canales-distribucion.shtml#CONSIDER> (14-07-2015)

Tipos-canales-distribución. **Disponible en:** <http://www.promonegocios.net/distribucion/tipos-canales-distribucion.html> (14-07-2015)

Canales-de-distribución. **Disponible en:** <http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm> (14-07-2015)

Canales de distribución. **Disponible en:** <http://www.gestiopolis.com/dirgp/mar/canales.htm> (14-07-2015)

Estrategias de publicidad. **Disponible en:** <http://www.estudiosimbiosis.com.ar/publicidad/estrategias-de-publicidad> (14-07-2015)

Técnicas y procesos de negociación. **Disponible en:** <http://www.marketing-xxi.com/tecnicas-y-procesos-de-negociacion-102.htm> (14-07-2015)

Estrategias de mercadotecnia. **Disponible en:** <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/estrategias-mercadotecnia.html> (14-07-2015)