

II

BIMESTE

BIMESTRE*

MERCADOTECNIA.

Presentación

En continuación se le presenta varios ejemplos de acciones tangibles e intangibles, y de los servicios que representan.

Índice:

1. Caratula

2. presentación

3. Índice.

4. Trabajo.

5. Egrafía.

IPRAM:

Coatepeque, Quetzaltenango.

• Nombre: Alan Estiben
- Pérez Reyes.

• Grado: 4to Perito en Administración de
Empresas.

• Curso:

* * * * * Mercadotecnia. * * * * *

• Catedrática: Sonia Mayte Escobar Aguilar.

• Ciclo:

2021.

Semana
No. 1.
Segundo
Bloque.

Servicios Tangibles

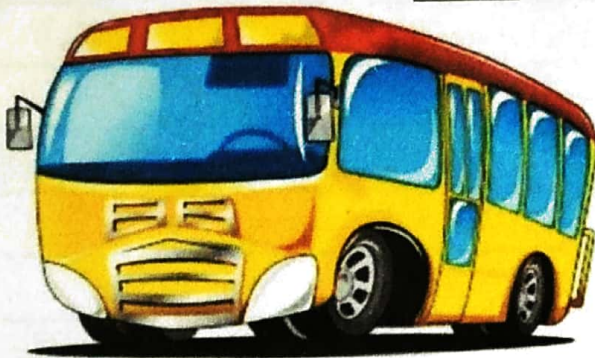
A los bienes que son físicamente apreciables se les conoce como bienes tangibles y pueden tocarse y sentirse por sus características.

Ejemplos:

"Transporte Público."

TRANSPORTE PUBLICO

EL DOCUMENTO TAMBIEN ESTA DISPONIBLE EN LA WEB EN [www.gob.mx/transporte](#)



"Centro de Salud"



“Gasolinera”



“Salón de belleza”



ee Farmacia. 99



ee Banco 99



“Hotel”



“Tienda”



“Jardinería”



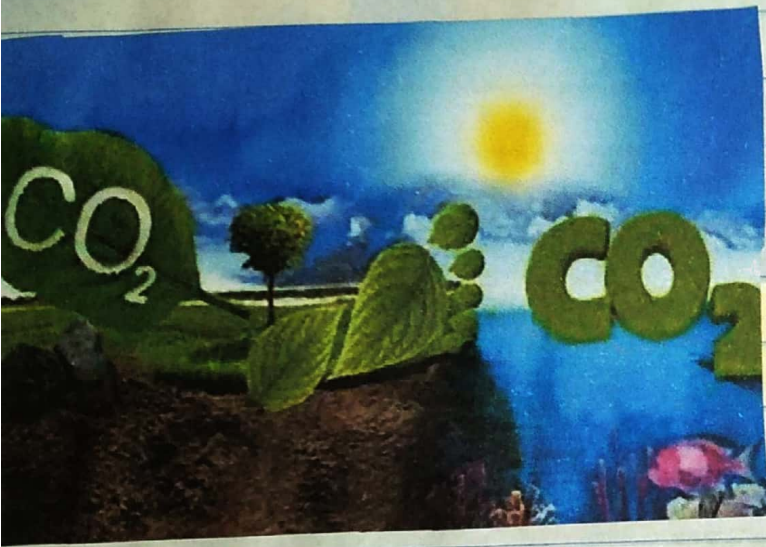
“Mercado” o “Supermercado”



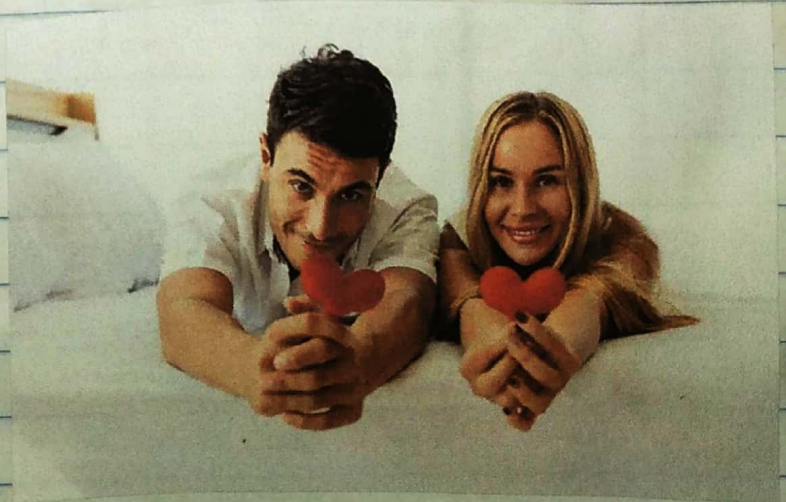
“Servicios intangibles”

Se afirma que los servicios tienen un carácter intangible, por lo tanto que no podemos tocarlo, solo se pueden percibir.

“Agua”



“Amor”



Investigación.



Internet.

Religión.



Contabilidad.



Educación.

Buzón de voz.



Psicoterapia.



Cable.

