



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO



07 DE JUNIO 2019

MARÍA TERESA CHÁVEZ MUÑOZ



PROYECTO DE TITULACIÓN DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE MANUAL DE VENTAS A PREVISIÓN.

SERVICIOS FUNERALES VILLA JUÁREZ

Nombre del asesor externo
Carlos A. González Reyes

Nombre del asesor interno
M.C. Cinthya Carrillo Leos

07 JUNIO 2019

AGRADECIMIENTOS:

Sr. Carlos A. González y su esposa Pilar Salazar:

Por brindarme la oportunidad de realizar prácticas de residencias en su empresa, así como por las facilidades otorgadas.

Maestra Cinthya Carrillo:

Por su apoyo y valioso tiempo que me brindó durante las asesorías y guiarme en el desarrollo de este documento, gracias a ello logré realizarlo.

A Dios:

Por el regalo de vida, por mis padres, por mis hermanos, por mi familia, por poner en mi camino la gran oportunidad de retomar mis estudios, y siempre llevarme de su mano.

A mis padres:

Por su amor, cuidados, apoyo, comprensión, gracias por sus consejos y por siempre guiarme por el camino correcto.

A mi familia:

Por siempre apoyarme, por su paciencia, Javier gracias, siempre me acompañaste en mis desveladas.

A mis maestros:

Gracias a todos y cada uno de ellos por sus enseñanzas cada clase fue una gran experiencia de aprendizaje para mí.

Especial agradecimiento a la maestra Armida y al director maestro Humberto Ambriz, por su apoyo absoluto.

3. Resumen.

En este proyecto de residencias profesionales se realizó un Manual de Ventas a Previsión para Servicios Funerales Villa Juárez porque se vio la necesidad de abarcar más clientes, ya que no es suficiente con las cooperativas y los clientes imprevistos. El tener más clientes previsores, permite a la empresa hacer mejoras en su infraestructura, por ejemplo, se necesita de una Sala de Velación.

Para realizar dicho manual se inició realizando benchmarking competitivo a la competencia con mayor presencia en las comunidades donde la empresa tiene cooperativas.

Se detectó que la mayor competencia son Funerales López y Servicios Funerales y Velatorios La Guadalupana, este último ha manejado cooperativas principalmente con ejidatarios de Rincón de Romos y municipios cercanos, recientemente les ha ofrecido Seguros, pero en la póliza no viene especificado cuál es la cantidad que cubre o qué servicios quedan cubiertos en dicha póliza.

También se hicieron encuestas a clientes de la cooperativa, se enfocó en ellos ya que se comenzó ofreciendo las ventas a previsión a ese sector, en este estudio se detectó que la empresa les infunde confianza y las personas que ya han utilizado el servicio dentro de la cooperativa están satisfechas con el servicio que recibieron, su opinión es de agrado hacia la empresa y principalmente con el personal, ya que les despejan cualquier duda, se muestran solidarios con ellos y la relación siempre ha sido de respeto mediante una buena comunicación.

Se elaboró un plan de negocios, cuyo resultado fue que la empresa tiene madurez organizacional y según el estudio financiero esta empresa sí es rentable.

Se integró en el documento el Manual de Ventas a Previsión que era la finalidad de este proyecto en el que viene detallado el perfil del vendedor, los objetivos de venta, así como

el catálogo donde se explican punto por punto los productos, servicios, paquetes y precios que ofrece la empresa.

Al final del documento se encuentra la bibliografía que se utilizó, referencias, así como documentos anexados.

4. Índice

Lista de Tablas	6
Lista de Figuras	6
CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO	7
5.- Introducción	7
7. Problemas a resolver priorizándolos	15
8. Objetivos (General y Específicos)	16
9. Justificación	17
CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO	18
10. Marco Teórico (fundamentos teóricos)	18
CAPÍTULO 4: DESARROLLO	24
11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas	24
Tabla 4 Cronograma de Actividades	28
CAPÍTULO 5: RESULTADOS	29
12. Resultados	29
CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES.....	64
13. Conclusiones del Proyecto	64
CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS	65
14. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.....	65
CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN	66
15. Fuentes de información (Bibliografía Marco Teórico)	66
CAPÍTULO 9: ANEXOS.....	68
16. Anexos.....	68
Glosario.....	98

Lista de Tablas

Tabla 1. Cuadro de cargos y funciones	12
Tabla 2. Cuadro de cooperativas	13
Tabla 3. Análisis FODA	17
Tabla 4. Cronograma de actividades	29

Lista de Figuras

Figura 1. Organigrama	11
Figura 2. Gráfico de Proceso de Cooperativas	14
Figura 3. Gráfico de Proceso Servicio Funerario Cooperativa	15
Figura 4. Proceso Participativo de la APO	21
Figura 5. Diagrama de Flujo	28

CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO

5.- Introducción

Servicios Funerales Villa Juárez es una empresa familiar que se encuentra en crecimiento, y se está adaptando a los cambios y evolución que en el mercado se presentan; es por ello que han estado implementando diferentes tipos de manuales como son Manual de Organización, Manual de Procedimientos y este proyecto en el que se elaboró un Manual de Ventas a Previsión.

La finalidad de estas implementaciones es fortalecer la estructura de la empresa y estandarizar sus procesos y procedimientos para con ello minimizar fallas en su organización con el objetivo de siempre brindar un servicio en tiempo como el cliente lo ha solicitado.

El principal objetivo es lograr aumentar el número de ventas a previsión entre los socios de las cooperativas principalmente.

Para la teoría de este proyecto se citan fragmentos del libro de Mercadotecnia de Laura Fisher, así como de Idalberto Chiavenato de Introducción a la Teoría General de la Administración entre otros.

Se hizo trabajo de observación dentro de la empresa y a la competencia para realizar trabajo de benchmarking, a algunos socios de la cooperativa de Amarillas se les hizo una breve encuesta.

En el Manual de Ventas se informa de manera detallada cuál debe ser el perfil del vendedor, sus habilidades y aptitudes; se le anexo el catálogo de servicios de la empresa.

6. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área del trabajo del estudiante.

La empresa Servicios Funerales Villa Juárez es un negocio familiar y está funcionando desde 1985 en la comunidad de Villa Juárez, Asientos, Ags., sus fundadores fueron el matrimonio formado por el Sr. Alfonso González y su esposa la Sra. Josefina Reyes.

La señora Reyes trabajaba en el registro civil de la comunidad de Villa Juárez, su puesto le permitía darse cuenta de la necesidad que existía para atender este tipo de servicios, y tomó la decisión de poco a poco acercar este tipo de atención a la comunidad ya que se trasladaban hasta la ciudad de Aguascalientes y en este traslado se perdía mucho tiempo y dinero; es por ello que comenzaron con la venta de ataúdes; posteriormente fueron ampliando la cobertura del servicio hasta llegar a lo que es hoy, una empresa que cuenta con embalsamado, un catálogo de ataúdes, servicio de carroza y cafetería.

Dicha empresa se encuentra ahora bajo la dirección del Sr. Carlos A. González Reyes hijo del matrimonio fundador. El trabajo del Sr. Carlos Alfonso junto con el de su esposa Citlaly del Pilar se ve reflejado en el crecimiento de la empresa, poco a poco se han ido extendiendo y cuentan con personal encargado en algunos municipios cercanos a Villa Juárez.



El área donde se desarrolla el proyecto es en el área de ventas, los datos generales de la empresa son los siguientes:

Nombre: Servicios Funerales Villa Juárez

Dirección: Calle Ayuntamiento #131, La Sierra. Villa Juárez, Asientos

Giro: Servicio

Tamaño:

En la actualidad esta empresa está formada por 6 personas internas y de planta que son el gerente, una persona encargada del departamento administrativo, una asistente general, el coordinador de servicio, el conductor y una persona encargada de la limpieza, existe personal eventual. Se cuenta con varios servicios y convenios los cuales son con externos

Misión:

Expresar nuestra solidaridad y respeto a las familias dolientes brindando un servicio humano con un trato cálido, digno y respetuoso.

Visión:

Ser reconocida como una empresa líder en el ramo funerario a nivel nacional e internacional.

Valores Corporativos:

Solidaridad: Somos una empresa comprometida totalmente con la sociedad, nuestra finalidad es apoyar a las personas en momentos tan difíciles como lo es una situación de duelo.

Confidencialidad: Es deber y derecho fundamental de nuestra empresa el guardar secreto profesional aún después de que termine la prestación de los servicios.

Respeto: Se tiene gran respeto por el cuerpo humano.

Servicios Funerales Villa Juárez

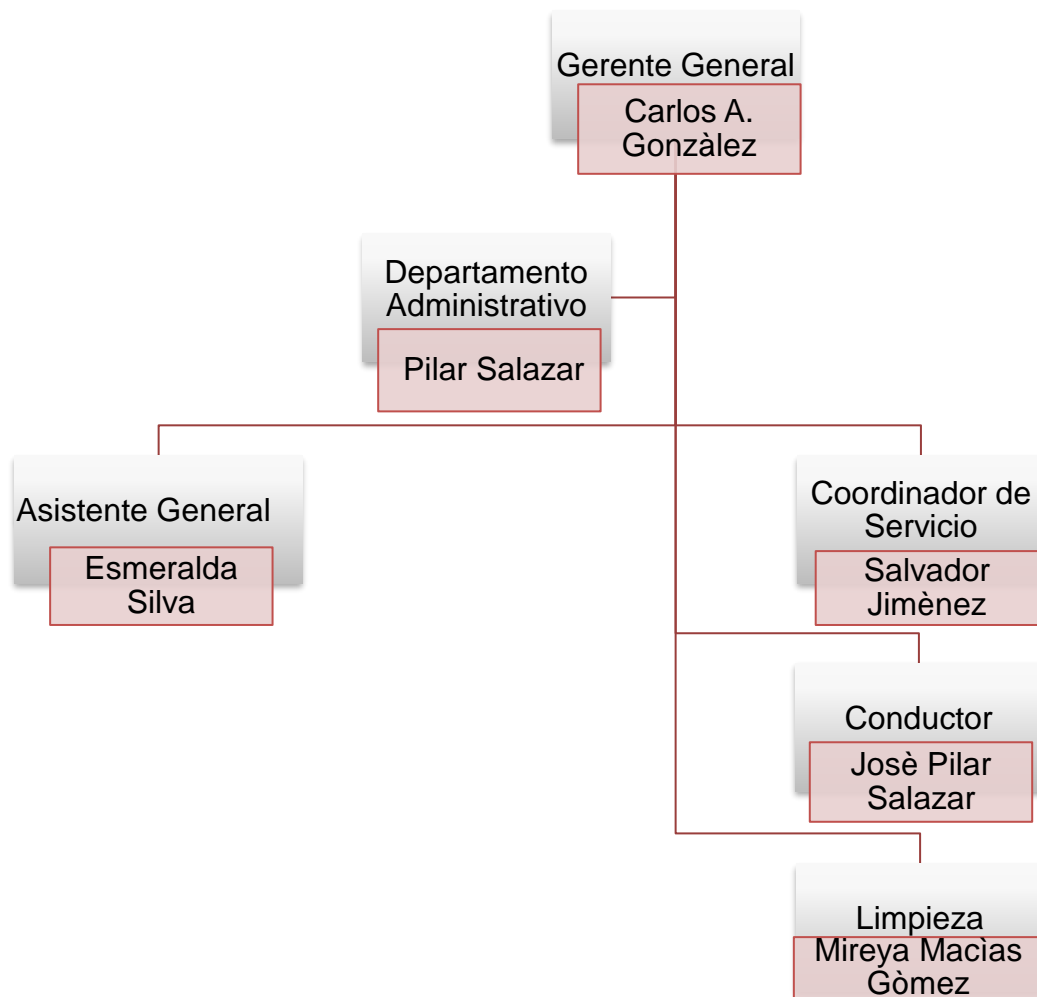


Fig. 1 Organigrama

Departamento	Cargo	Nombre	Funciones
Gerencia	Gerente General	Sr. Carlos A. González Reyes	Coordina y orienta la gestión comercial, administrativa y financiera de Servicios Funerales Villa Juárez, avalando la eficiencia y calidad en los productos y servicios proporcionados, verificando su realización.
Administrativo	Gerente Administrativo	Ing. Pilar Salazar Bernal	Reúne la totalidad de los pagos mensuales de los clientes de servicios inmediatos, las aportaciones de cooperativas funerarias y pagos semanales de servicios a previsión; realiza las funciones de manejo, control y creación de nuevas cooperativas funerarias.
Administrativo	Asistente General	Ing. Esmeralda Silva	Asiste y apoya en las actividades administrativas de la empresa, como es procesar información contable, garantizar el funcionamiento de los recursos tecnológicos, diseño y elaboración de esquelas.
Administrativo	Coordinador de Servicio	Sr. Salvador Jiménez	Brinda orientación en la prestación del servicio funerario, vela para que sea realizado según exigencias del cliente, atendiendo las normas jurídicas y legales, así como las políticas de la empresa.
Administrativo	Conductor	Sr. José Pilar Salazar	Es el responsable de prestar correctamente el servicio de transporte, así como mantener el vehículo en perfecto estado de funcionamiento, orden y presentación.
Administrativo	Afanadora	Sra. Mireya Macías	Realiza actividades de aseo y limpieza de las instalaciones, así como del servicio de cafetería dentro de su turno.

Tabla 1.- Cuadro de cargos y funciones

Los principales clientes de la funeraria son los integrantes de las cooperativas, se cuenta con cooperativas en diferentes comunidades como son: Jaltomate, Santa María; San Vicente, El Tule, Villa Juárez, Viudas del Poniente, Amarillas de Esparza y Tanque Viejo.

Cooperativas de Servicios Funerales Villa Juárez			
Comunidad	Encargado(a)		Número de Familias
Cooperativa Amarillas de Esparza	Sra. Gloria Valadez	Montoya	100
Cooperativa El Tule	Sra. Esmeralda Díaz		82
Cooperativa Jaltomate	Sr. Juan Ruíz Lara		124
Cooperativa San Vicente	Sra. Josefina Ibarra Caldera		60
Cooperativa Santa María	Sra. Natalia Rangel Rangel		81
Cooperativa Tanque Viejo	Sr. Ricardo		74
Cooperativa Villa Juárez	Sra. Verónica García		307
Cooperativa Viudas del Poniente	Sra. Sara V		100

Tabla 2 Cooperativas

Las cooperativas se forman de la siguiente manera:

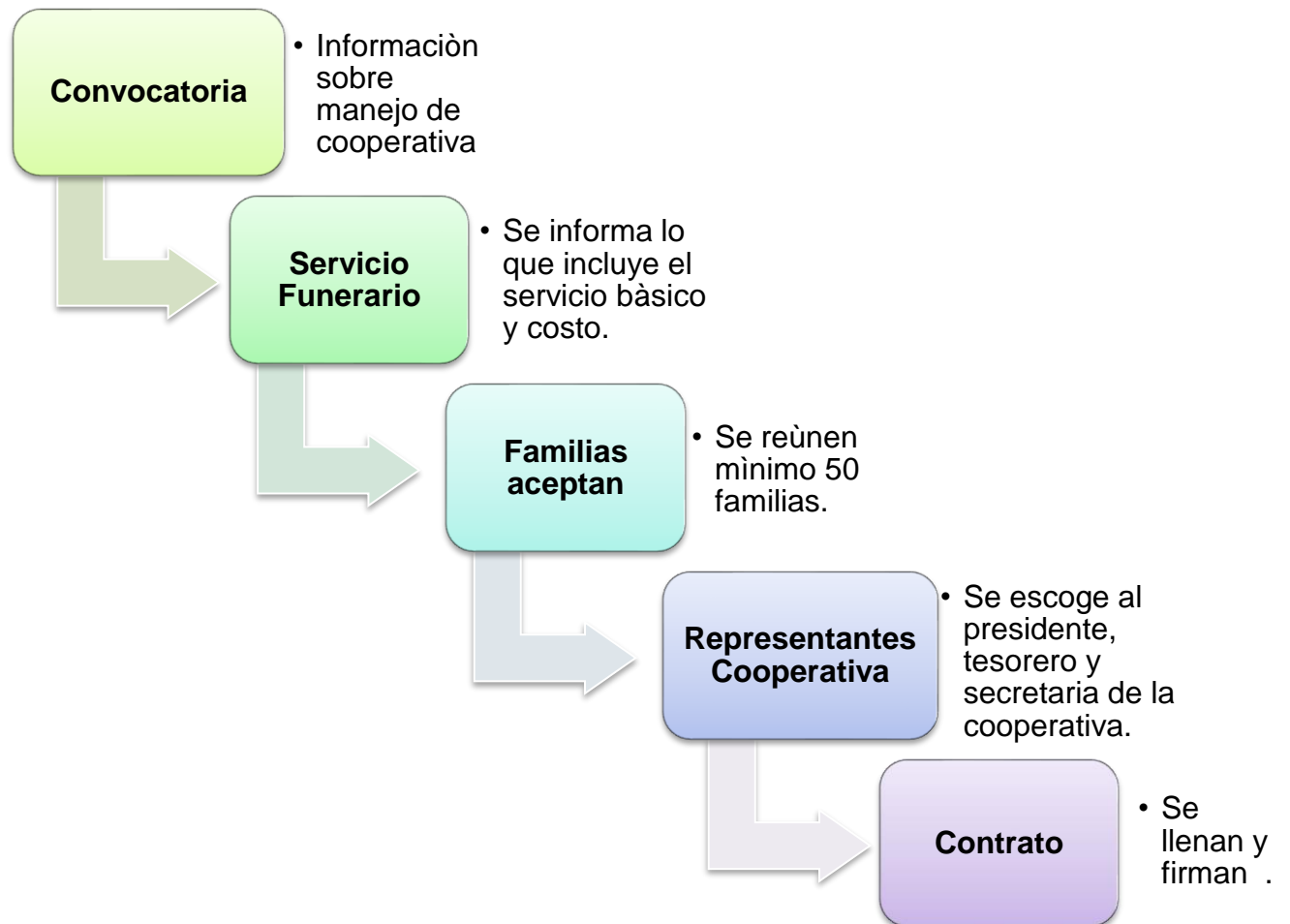


Fig. 2 Gráfico de proceso de cooperativas

El servicio funerario de la cooperativa es mediante el siguiente proceso:

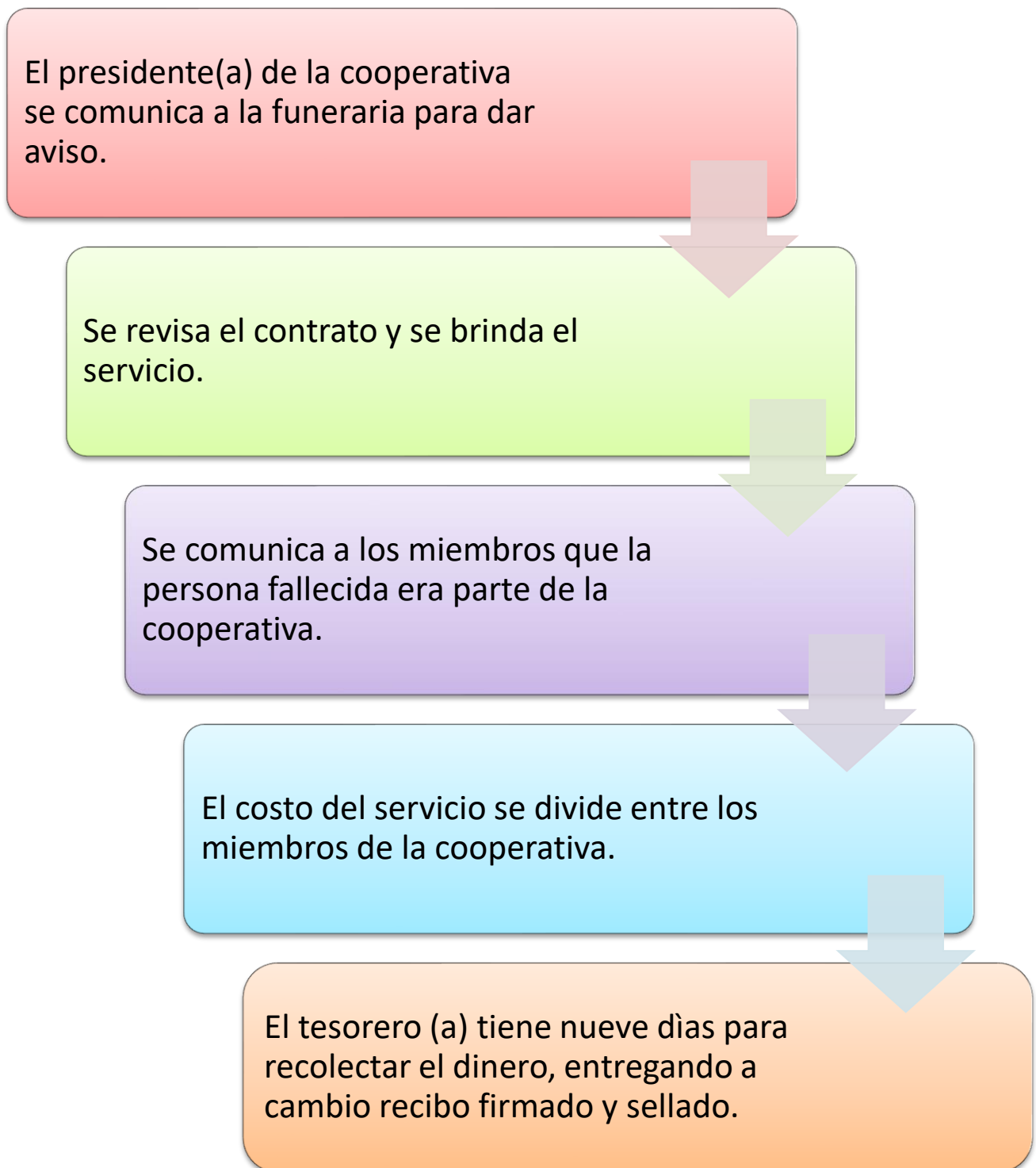


Fig. 3 Gráfico proceso servicio funerario en cooperativa

7. Problemas a resolver priorizándolos.

La empresa Servicios Funerales Villa Juárez tiene presencia en varias comunidades, se creía que su principal competencia sería Funerales de la Rosa, empresa originaria de la ciudad de Zacatecas que instaló una oficina en Villa Juárez, pero en realidad no es así, comparado con SFVJ ha tenido muy pocos servicios; lo que sí se ha notado es que en el aspecto de ventas mediante cooperativas, Funeraria López ha tenido presencia en algunas comunidades donde se cuenta con este tipo de venta y este se ha convertido en uno de los problemas a resolver.

Otro problema detectado es que algunos miembros de la cooperativa se atrasan en el pago, ya sea por desidia porque piensan que es muy poco lo que tienen que cooperar y planean pagarlo más adelante, lo que lleva a que cuando se presenta más de un servicio la cantidad a cooperar aumenta y se les dificulta el ponerse al corriente, cuando se detecta esto la persona encargada de la cooperativa comunica este problema al gerente general y administrativo y ellos a su vez convocan a reunión en la comunidad.

Los gerentes se hacen presentes para escuchar sus motivos de atraso, inconformidades si existen o cualquier otro asunto que deseen tratar.

Hipótesis: Un diagnóstico oportuno y la implementación de un manual de ventas con nuevas estrategias hacen que la empresa sea más atractiva para sus clientes y atraer nuevos clientes.

Selección de muestra:

$$n = \frac{Nk^2 * pq}{(e^2 * (N - 1)) + k^2pq}$$

Confianza: 50%

N=13

Margen de error: 50%

p=0.5

k=0.45

e=.50

q=0.5

Fortalezas	Oportunidades
Solidez en el control operacional. Fidelidad de sus clientes. Sólida posición financiera.	Confianza de la población. Personal reconocido en la comunidad. Existencia de mercado en otras comunidades.
Debilidades	Amenazas
Fallas en la organización. El precio como factor principal en la toma de decisión del posible cliente.	Existen empresas de la competencia en modalidades de ventas a previsión. Poca previsión de parte de la población en la compra de este tipo de servicios.

Tabla 3 Análisis FODA

8. Objetivos (General y Específicos)

General:

- ❖ Elaborar e implementar un manual de ventas a previsión para Servicios Funerales Villa Juárez, en el que se determine el proceso para realizar ventas a previsión y con esto contribuir al incremento en las ventas.

Específicos:

- ❖ Generar un sistema de ventas para servicios funerarios de previsión.
- ❖ Elaborar estrategia para atraer clientes potenciales para servicios funerarios de previsión.
- ❖ Aumentar los clientes de la empresa en un 20%

9. Justificación

Nunca se está listo para enfrentar los gastos ante la pérdida de un familiar, sobre todo en la mayoría de las familias donde las entradas económicas no son las suficientes. Y cuando ocurre una pérdida familiar, es muy difícil realizar gastos fuertes, que en la mayor de las ocasiones lleva a adquirir deudas muy pesadas y difíciles de cubrir a corto plazo. Es por ello que, en Servicios Funerales Villa Juárez, se ha optado por elaborar un manual de ventas a previsión.

El manual de ventas a previsión tiene como finalidad el concientizar a las personas de que es mucho mejor el poder planear y elegir anticipadamente un servicio adecuado en calidad y costo, y como objetivo principal tiene el aumentar las ventas. Como los principales clientes que se tienen son las cooperativas, nos enfocamos en esa población. Actualmente se tiene una cobertura de ventas de 40%. Con el manual se pretende aumentar a 14 servicios por mes durante la primera etapa de implementación para finalizar en 18 servicios, lo que se traduce en aumentar la participación en el mercado un 60%.

CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO

10. Marco Teórico (fundamentos teóricos).

Para que una empresa tenga éxito y sea competitiva y rentable, debe haber una buena administración, así como una excelente comunicación entre todos los departamentos que integran una empresa.

(Fayol, 1987) Uno de los seis grupos que son básicos en la administración son operaciones administrativas las cuales son: previsión, organización, mando, coordinación y control.

Previsión: Escrutar el porvenir y confeccionar el programa de acción.

Organización: Constituir el doble organismo, material y social, de la empresa.

Mando: Dirigir el personal.

Coordinación: Ligar, unir y armonizar todos los actos y todos los esfuerzos.

Control: Vigilar para que todo suceda conforme a las reglas establecidas y a las órdenes dadas.

En la actualidad muchas empresas trabajan ya no teniendo un fin como prioridad, sino que dan importancia a los medios que los llevarán a los resultados deseados, esto es un trabajo por objetivos, dentro de esta empresa aplica este tipo de administración, y como es una empresa con pocos empleados, es más probable que todos participen y adquieran esta mentalidad.

(Chiavenato, 2007) La Administración Por Objetivos (APO) o administración por resultados constituye el modelo administrativo identificado como el espíritu pragmático y democrático de la Teoría Neoclásica. Su aparición ocurrió en 1954, cuando Peter F.

Drucker, considerado como padre de la APO, publicó un libro sobre administración por objetivos.

(*Chiavenato, 2007*) Humble define la APO como “un sistema dinámico que busca integrar las necesidades de la empresa en definir sus metas de utilidad y crecimiento con la necesidad de que el gerente contribuya y se desarrolle. Es un estilo de gerencia exigente y remunerador”.

Características de la APO:

(*Chiavenato, 2007*) La APO es un método por el cual el gerente y sus subordinados definen las metas en conjunto; las responsabilidades se especifican para cada uno en función de los resultados esperados, que constituyen los indicadores o patrones de desempeño bajo los cuales se evaluará a ambos. Analizando el resultado final, el desempeño del gerente y del subordinado puede evaluarse objetivamente y los resultados alcanzados se pueden comparar con los esperados.

- ❖ El establecimiento conjunto de objetivos entre el gerente y su superior.
- ❖ Establecimiento de objetivos para cada departamento o posición.
- ❖ Interrelación entre los objetivos departamentales.
- ❖ Énfasis en la medición y en el control de resultados.
- ❖ Continua evaluación, revisión y modificación de los planes.
- ❖ Participación activa de las gerencias y de los subordinados,
- ❖ Apoyo intensivo del personal

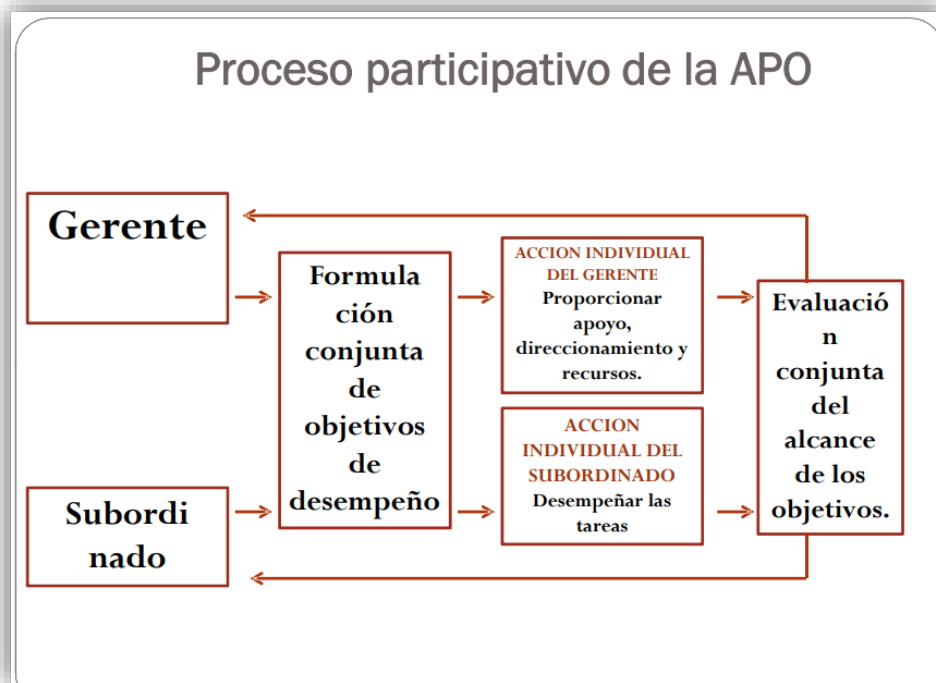


Fig. 4 (Pèrez, 2015)

(Candelas Ramírez, 2012) Organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa. Los organigramas son el instrumento idóneo para expresar y transmitir de manera gráfica y objetiva, la composición de una organización. Asimismo, señala la vinculación entre las áreas, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y comunicación y el tramo de control.

(UNAM) Los organigramas sirven para:

- ❖ Representar la división que existe entre las funciones.
- ❖ Representar los niveles jerárquicos.
- ❖ Representar las líneas de autoridad y responsabilidad.
- ❖ Representar los canales formales de comunicación.
- ❖ Representar la naturaleza ya sea lineal o staff del departamento.
- ❖ Representar los jefes de cada grupo de empleados, trabajadores, etc.
- ❖ Representar las relaciones existentes entre los diversos puestos de la empresa a lo largo y ancho y en cada departamento o sección.
- ❖ Son una fuente oficial de consulta.

Como el objetivo principal de este proyecto es aumentar las ventas, se desean impulsar primeramente dentro de las cooperativas porque es donde existe la mayor competencia.

Según la RAE una cooperativa es: (*Española, s.f.*) Sociedad que se constituye entre productores, vendedores o consumidores, para la utilidad común de los socios.

(*Fischer de la Vega Laura, 2011*) Se había entendido como competencia a todos aquellos productos que son iguales o semejantes a los que nosotros producimos, es decir, aquellos artículos que satisfacen las mismas necesidades y deseos de los consumidores.

Actualmente el concepto es más amplio, la competencia es todo aquel producto que luche por el dinero del consumidor, que interese al cliente y lo haga adquirirlo.

Nuestra principal herramienta será un manual, el cual se define como (*UNAM*) Un documento, carpeta o folleto de fácil manejo, en los que se encuentran en forma detallada y sistemática información necesaria, para auxiliar, guiar, orientar y uniformar la conducta y el trabajo a ejecutar por los miembros de una organización.

¿Pero qué es un Manual de Ventas?

(*Fajardo, 2010*) Es un documento en el que quedan plasmadas las líneas de actuación que sigue la organización en todos los ámbitos que pueden afectar a la labor diaria del vendedor, proporcionándole una guía sobre la que desarrollar su trabajo habitual.

(*Tipos de manuales, 2018*) Se trata de aquellos textos que establecen pautas y procedimientos para llevar adelante las ventas de la organización. En estos se puede incluir desde la manera en que se evaluarán las mismas, hasta el comportamiento de la competencia. También suelen detallar en qué áreas se encuentran los distintos clientes, proveedores, servicios o productos, así como cuáles serán las estrategias para llevar adelante la comercialización. Con ellos se pueden aclarar cuáles serán las técnicas de comercialización y su funcionamiento.

Las ventas es una labor de las más importantes de una empresa, pues son la fuente de ingresos de las empresas, según (*Fischer de la Vega Laura, 2011*) se le llama venta a toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio.

Y la persona con esa capacidad para realizar las ventas son los vendedores, que son la pieza clave para lograrla. Un vendedor (*Thompson, 2006*) es el elemento más importante de las ventas personales, pues establece una comunicación directa y personal con los clientes actuales y potenciales de la empresa, y además tiene la facultad de cerrar la venta y de generar y cultivar relaciones personales a corto y largo plazo con los clientes.

(*Fischer de la Vega Laura, 2011*) Persona que hace de las ventas su forma de vida habitual y que forma parte del equipo encargado de las ventas de un bien o servicio.

Por eso es tan importante la figura del vendedor, porque también transmite la imagen de la empresa a nuestros clientes, ellos son los primeros en ofrecer nuestro servicio a los clientes.

(*John, 2007*) Servicio implica mantener a los clientes existentes, atraer nuevos clientes y dejar en todos ellos una impresión de la empresa que les induzca a hacer de nuevo negocios con ella.

(*Serna Gómez, 2006*) El servicio al cliente se define como el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes.

Entre las características del servicio al cliente (*Serna Gómez, 2006*) se encuentran:

- ❖ Es intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- ❖ Es perecedero, se produce y consume instantáneamente
- ❖ Es continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
- ❖ Es integral, todos los colaboradores forman parte.
- ❖ La oferta del servicio, prometer y cumplir.
- ❖ El foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
- ❖ El valor agregado, plus al producto.

Para que nuestros clientes se sientan satisfechos con nuestra empresa, se les debe brindar calidad en el servicio. (John, 2007) Calidad del servicio es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes; esto incluye a todas las personas que trabajan en la empresa, y no sólo a las que tratan personalmente con los clientes o a las que se comunican con ellos por medio del teléfono, fax, carta o de cualquier otra forma.

Las funciones de la calidad del servicio son (John, 2007):

- ❖ Retener a los clientes
- ❖ Desarrollar nuevas carteras de clientes

Expresado en términos de actitudes, servicio es:

- ❖ Preocupación, y consideración por los demás
- ❖ Cortesía
- ❖ Integridad
- ❖ Confiabilidad
- ❖ Disposición para ayudar
- ❖ Eficiencia
- ❖ Disponibilidad
- ❖ Amistad
- ❖ Conocimientos
- ❖ Profesionalismo

Cientes:

(Alvarado Cardenas , 20111) Según la American Association (A.M.A.), el cliente es “el comprador potencial o real de los productos o servicios”.

Según The Chartered Institute of Marketing (CIM, del Reino Unido), el cliente es “una persona o empresa que adquiere bienes o servicios (no necesariamente el Consumidor final)”.

(Alvarado Cardenas, 2011) “Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios”.

Función comercial:

(Fayol, 1987) Saber comprar y vender es tan importante como saber fabricar bien, la habilidad comercial, unida a la astucia y a la decisión, implica un profundo conocimiento del mercado y de la fuerza de los competidores.

CAPÍTULO 4: DESARROLLO

11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.

Se realizó un plan de negocios a la empresa, arrojando como resultado que la empresa Servicios Funerales Villa Juárez es una empresa rentable, sí reporta utilidades y sus pasivos se pueden cubrir sin ningún problema, así mismo cuenta con madurez organizacional.

Se enmarcan dos contextos el externo que se refiere al mercado, su sector y sus competidores y el interno que se refiere a su producto o servicio, presupuesto, precios, fuerza comercial y las acciones.

En el contexto externo se observó lo siguiente:

El giro de esta empresa es la prestación de servicios, entre sus principales competidores están: Funeraria López, Funerales y Velatorios La Guadalupana, Funeraria San José y Funeraria de la Rosa.

El mercado es un mercado un poco difícil por la oposición que aún existe a ser previsores en este tipo de servicios, vivimos con la mentalidad de “nunca me va a suceder”, más sin embargo es lo único seguro que existe: “Nacer, crecer, morir”.

Mediante una investigación que está sustentada por entrevistas y encuestas que se aplicaron a miembros de las diferentes cooperativas y mediante la observación se recopiló información para realizar un diagnóstico.

Se realizó un benchmarking competitivo no sólo de la competencia cercana, sino también de competencia en otros estados, esto con la finalidad de ver que se puede mejorar y que podemos aplicar de otras empresas más fuertes.

Se observó lo siguiente:

Funerales y Velatorios La Guadalupeana tiene su matriz en el municipio de Rincón de Romos y cuenta con una sucursal en Pabellón de Arteaga, tiene capillas de velación, es muy reconocida en los municipios de Rincón de Romos, Pabellón de Arteaga, Pabellón de Hidalgo, lugares donde manejan cooperativas. Se solicitó información vía telefónica y vía correo electrónico por este último medio no se recibió respuesta, lo que se traduce en un posible cliente menos. Recientemente implementó la venta de Seguros, pero en la póliza no viene especificado cuál es la cantidad que cubre o qué servicios quedan cubiertos con dicha póliza.

Tienen una página de internet (elaborada en WIX) la cual no está actualizada desde julio 2017. Su página en Facebook no tiene mucha actividad.

Esta empresa maneja servicios inmediatos, cooperativas, seguros de gastos funerarios y servicios a previsión.

Funeraria López tiene sus oficinas en la ciudad de Villa García, Zacatecas, no maneja redes sociales, es conocida y maneja cooperativas en los mismos municipios donde Servicios Funerales Villa Juárez tiene presencia.

Hay una empresa originaria en Huetamo, Michoacán que se llama Funerales Romero, su página de Facebook está actualizada, manejan taller de duelo, se capacitan constantemente.

En el contexto interno de Servicios Funerales Villa Juárez se ve que el servicio es de buena calidad, las personas que manejan la empresa tienen experiencia en el negocio, son personas muy conocidas y estimadas dentro del municipio y esto lleva a que dentro de la comunidad sean los preferidos para prestar este tipo de servicio. Sus precios se encuentran dentro del rango.

Se realizó investigación de campo:

Encuesta: Para realizar un análisis y en base a los resultados detectar puntos de falla o descuidados, se modificó el tamaño de la muestra.

Observación directa: Sirvió para conocer al personal, el entorno de la empresa, su mercado, competencias.

Como se ve en las gráficas de la encuesta, los miembros de la cooperativa están conformes con el servicio y cómo la empresa les brinda este servicio, lo único que solicitan es que las sillas que les prestan en el momento de velación, se las presten también durante todo el novenario.

El servicio funerario se inicia desde que entra la llamada que solicita el auxilio, para comprender mejor esto se presenta el siguiente diagrama de flujo.

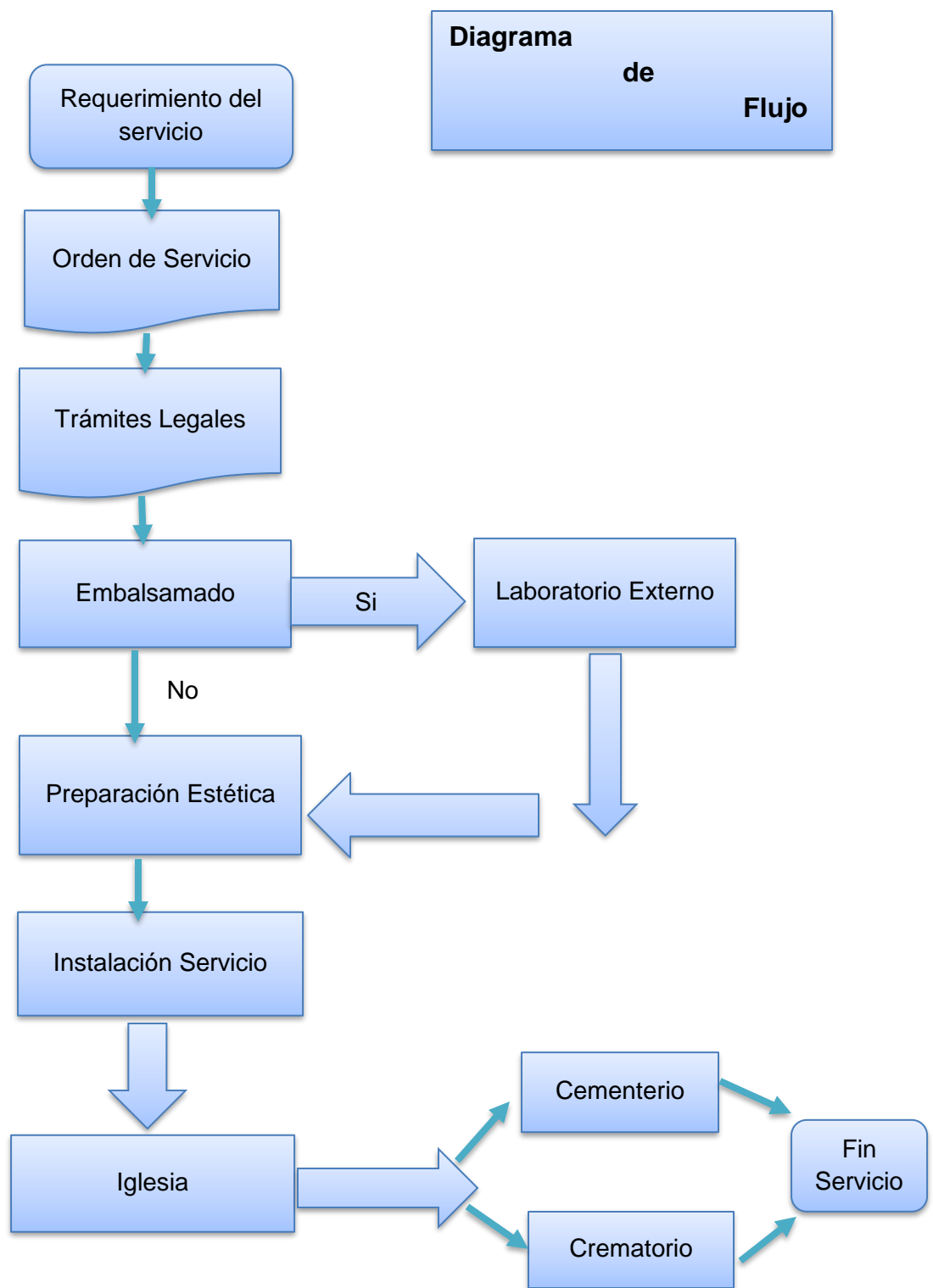


Fig.5 Diagrama de flujo de proceso

Actividades	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Recolección de información de entrada					
Elaboración de Manual de Ventas					
Implementación de Manual de Ventas					
Evaluación de resultados					
Elaboración reporte final residencias					

Tabla 4 Cronograma de Actividades

CAPÍTULO 5: RESULTADOS

12. Resultados

Resultados de encuestas a algunos integrantes de la Cooperativa de Amarillas de Esparza, su rango de edad es de 35 a 72 años.

- 1.-El 100% de las personas encuestadas conoce la empresa.
- 2.-Todas las personas encuestadas tienen una buena opinión de la empresa.
- 3.-El 85% de las personas se enteraron de la cooperativa por medio de una plática que los gerentes ofrecieron y el 15% se enteró por recomendación
- 4.-De las personas que forman parte de la cooperativa el 62% si a utilizado el servicio, el resto no.
- 5.-De las personas que lo han utilizado el 100% coincide que la atención recibida es buena.
- 6.- una escala del 1 al 10 donde 1 es mínimo y 10 es máximo, el 75% califica la calidad del servicio con 10 y el 25% restante con 9.
- 7.-Las personas encuestadas solicitan como punto a mejorar que el tiempo de préstamo de las sillas se extienda hasta el novenario.
- 8.-El 54% de las personas no conocen de alguna otra empresa que brinden este tipo de servicio, el 46% restante dijeron que sí conocen otras empresas.
- 9.-El 100 de las personas prefirieron no contestar al preguntarles si les interesa contratar un servicio a previsión.
- 10.- Por lo anterior no saben cuánto estarían dispuestos a pagar y cada cuánto.



**MANUAL DE VENTAS
A
PREVISIÓN**



**SERVICIOS FUNERALES
VILLA JUÁREZ**



Índice

Introducción

Presentación Corporativa

Estrategias

Misión

Visión

Valores Corporativos

Políticas de la Empresa

Presentación Área de Ventas

Principales Clientes

Base Legal

Catálogo de Servicios y Productos

Introducción

Lo más importante para cualquier empresa, siempre será conservar y aumentar la cartera de clientes, es por ello que el objetivo del presente manual es establecer el procedimiento de trabajo para la empresa Servicios Funerales Villa Juárez que proporcione las actividades y herramientas necesarias para realizar una venta.

Este documento contiene las tareas y procedimientos definidos y autorizados, los cuales podrán ser modificados cuando las necesidades operativas así lo justifiquen, realizando las propuestas correspondientes debidamente fundamentadas ante el gerente general y el departamento administrativo.

La finalidad de este documento es controlar cada una de las partes que integran este proceso, eficientar el uso de los recursos, mantener a los clientes actuales y captar clientes nuevos, todo lo anterior con el propósito de incrementar las ventas y mejorar la participación de mercado de la empresa.

Presentación Corporativa:

Antecedentes:

Servicios Funerales Villa Juárez es una empresa familiar, fundada en 1985, con más de 33 años de experiencia dentro del ramo de servicios funerarios, en el municipio de Asientos y comunidades cercanas.

En los inicios sólo se ofrecía la venta de ataúdes dentro de Villa Juárez, progresivamente la familia se fue adentrando más en este tema y en todo lo que comprende un servicio funerario, es por eso que con el tiempo la empresa se ha ido extendiendo, y la familia ha estado en constante capacitación para poder ofrecer un servicio de gran calidad.

Un servicio comprende orientación en trámites, la venta de ataúd, servicio de carroza, servicio de cafetería, esquelas.

Estrategias:

Visitar cada comunidad donde se ubican las cooperativas para darles una plática donde se explique lo que es un servicio a previsión, con las ventajas que existen al contratarlo, explicando los planes de pago.

Realizar visitas a centros de trabajo cercanos al municipio de Asientos, presentando atractivos paquetes y planes de pago al personal.

Conseguir nuevos clientes a través de envíos de información, llamadas telefónicas y visitas.

En todas las situaciones hacer énfasis en los siguientes puntos, para generar confianza en el cliente.

- ❖ Los contratos se encuentran verificados por la Procuraduría Federal del Consumidor
- ❖ Dentro de los contratos se especifica qué es lo que incluye cada paquete, las declaraciones y cláusulas se encuentran bien detalladas.
- ❖ Dentro del catálogo se encuentran imágenes, precios y paquetes con todo lo que incluye.

¿Qué significa prevenir un servicio funerario?

El poder planear y elegir anticipadamente un servicio adecuado en calidad y costo, es algo que, aún ante la pena de la pérdida; nos da el espacio para vivir con mayor serenidad y menor inquietud ese momento tan difícil.

¿Cuáles son sus beneficios?

- ❖ Tranquilidad para usted y su familia
- ❖ Precio congelado
- ❖ Facilidades de pago
- ❖ 100% transferible
- ❖ Servicio sin caducidad
- ❖ Servicio inmediato
- ❖ Sin pago de intereses
- ❖ Disponibilidad las 24 horas los 365 días del año.
- ❖ En muerte accidental del titular, queda liquidado en su totalidad.
- ❖ En uso inmediato, facilidades de pago mediante un convenio.
- ❖ Ya sea a corto, mediano y largo plazo es una inversión.

Misión:

“Expresar nuestra solidaridad y respeto a las familias dolientes brindando un servicio humano con un trato cálido, digno y respetuoso”.

Visión:

Ser reconocida como una empresa líder en el ramo funerario a nivel nacional e internacional.

Valores Corporativos:

Solidaridad: Somos una empresa comprometida totalmente con la sociedad, nuestra finalidad es apoyar a las personas en momentos tan difíciles como lo es una situación de duelo.

Confidencialidad: Es deber y derecho fundamental de nuestra empresa el guardar secreto profesional aún después de que termine la prestación del servicio.

Respeto: Se tiene gran respeto por el cuerpo humano.

Políticas de la empresa:Generales:

- ❖ Brindar excelente servicio atendiendo las exigencias del cliente, respetando sus costumbres sociales y religiosas.
- ❖ La voz del cliente es primero.
- ❖ Personal calificado para brindar el servicio.
- ❖ Personal con vocación de servicio

Presentación Área de Ventas:

Objetivo:

Realizar una herramienta que contenga la información necesaria para crear afinidad con la empresa, sus políticas, procedimientos, productos, servicios y estrategias de ventas que consideren las necesidades de los clientes.

Política de Ventas:

La venta se realizará con la transparencia y respeto que la circunstancia requiere.

Paquetes personalizados en función de las necesidades y presupuesto del cliente

Personal con imagen impecable.

Nunca hablar mal de la competencia.

Atención personalizada y confiable.

Perfil del Vendedor

- ❖ Persona íntegra y con ética.
- ❖ Extrovertida
- ❖ Responsable
- ❖ Vocación de servicio.
- ❖ Sepa escuchar al cliente.
- ❖ Tener tacto.
- ❖ Discreto
- ❖ Facilidad de palabra.
- ❖ Habilidad para generar y cultivar relaciones con los clientes.
- ❖ Habilidad para determinar las necesidades y deseos del cliente.
- ❖ Habilidad para cerrar la venta.
- ❖ Conocimiento de la empresa.
- ❖ Conocimiento del mercado.
- ❖ Conocimiento de los productos y servicios que ofrece la empresa.

Perfil del Puesto:

Educación:

Profesional en Administración de Empresas o especialidad equivalente.

Experiencia:

Mínima dos años en cargos similares y que conozcan del giro del negocio.

Conocimientos:

Manejo e interpretación de la tecnología y de los servicios que ofrece la empresa.

Rango de edad:

25 – 55 años

Función General:

Comercializar los productos y servicios de la empresa a los clientes asignados dentro de la zona de influencia, cumpliendo las instrucciones de la empresa en cuanto a atención a los clientes, formación y obtención de información, asesorando a los clientes y resolviendo las incidencias que surjan con el fin de conseguir los objetivos de venta nueva, de cartera y de calidad del servicio determinados por la empresa.

Funciones Específicas:

- ❖ Promover, ofertar y comercializar el portafolio de soluciones de la empresa.
- ❖ Cumplimiento de cuota.
- ❖ Realizar prospecciones de mercado y seguimiento de clientes para mantener informado al gerente general periódicamente.
- ❖ Proponer a la compañía la creación de servicios a medida que satisfagan las necesidades de clientes.
- ❖ Gestionar la cartera de clientes realizando visitas comerciales y manteniendo la información sobre nuevos productos para conseguir, consolidar y aumentar el volumen de ventas de cartera.
- ❖ Conseguir nuevos clientes a través de envíos de información, llamadas telefónicas, visitas.
- ❖ Velar por los recursos que la compañía pone a su disposición procurando la optimización de las visitas.
- ❖ Colaborar en el tratamiento eficaz de las reclamaciones de los clientes.

Principales Clientes:

Miembros de la Cooperativa en Villa Juárez

Miembros de la Cooperativa en Amarillas de Esparza

Miembros de la Cooperativa en El Tule

Miembros de la Cooperativa Jaltomate

Miembros de la Cooperativa San Vicente

Miembros de la Cooperativa Tanque Viejo

Miembros de la Cooperativa Santa María

Miembros de la Cooperativa Viudas del Poniente

Base Legal:

Régimen Fiscal:



Persona Física con Actividad Empresarial

Miembro de: Asociación Nacional de Directores de Funerarias A.C. (ANDF)



Contratos verificados por la Procuraduría Federal del Consumidor.

gob.mx

PROFECO

Estimado Usuario RCAL:

Conforme a los artículos 104 de la Ley Federal de Protección al Consumidor y 27, fracciones I, II, III del Acuerdo por el que se establecen los lineamientos que regulan la organización y funcionamiento del Registro Público de Contratos de Adhesión; se te informa que se ha dictado una resolución dentro del trámite correspondiente al expediente PFC.B.E.7/003377-2017, misma que se encuentra disponible a través de la Cronología del Trámite.



1. Nombre del proveedor: CARLOS ALFONSO GONZALEZ REYES
2. Nombre comercial: SERVICIOS FUNERALES VILLA JUAREZ
3. Número de expediente: PFC.B.E.7/003377-2017
4. Tipo de respuesta que el proveedor y DCA notifican: APROBACIÓN
5. Correo electrónico al que se envía el documento: charly_reyes84@hotmail.com
6. Fecha y hora de notificación: 11:13:19 21/06/2017

gob.mx

MOVER MEXICO



SERVICIOS FUNERALES
Villa Juárez

CATÁLOGO



SERVICIOS FUNERALES

Villa Juárez



Somos una empresa con vocación, que ofrece un servicio funerario de calidad y adaptado a la continua evolución de la sociedad.

La muerte ya sea por enfermedad, accidente, vejez u otra causa es una situación que todos los seres humanos, al ser mortales tenemos que enfrentar.

Para que la pérdida de un ser querido no se convierta en una deuda difícil o imposible de pagar es importante adquirir un servicio funerario a previsión.

El poder planear y elegir anticipadamente un servicio adecuado en calidad y costo, es algo que, aún ante la pena de la pérdida; nos da el espacio para vivir con mayor serenidad y menor inquietud ese momento tan difícil.

Te presentamos este catálogo donde se detallan todos los servicios y paquetes que te podemos ofrecer.



SERVICIOS FUNERALES
Villa Juárez



Información y Localización

Domicilio:
Calle Ayuntamiento #131 Colonia Centro,
C.P. 20700
Villa Juárez, Asientos
Aguascalientes

Servicio 24 Horas los 365 días del año

Ofreciendo Servicios Funerarios en:
Villa Juárez, Asientos, Comunidades aledañas,
Aguascalientes, traslados Nacionales e Internacionales

Atención a clientes y asistencia funeraria:

Tel. (496) 114-75-74; (496) 105-43-81

Oficina: (496) 120-06-16

SERVICIOS FUNERALES
Villa Juárez



SERVICIOS FUNERALES *Villa Juárez*



Infantiles 001



***Costo**
\$ 2,800- 60cm
Costo
\$ 3,200-80cm

Incluye:

- ❖ **Ataúd “Angelito” (60 – 80 Cm)**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla a domicilio:**
(1 biombo, 1 Cristo, 4 candeleros,
4 velas y 1 pedestal).
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A**



SERVICIOS FUNERALES *Villa Juárez*

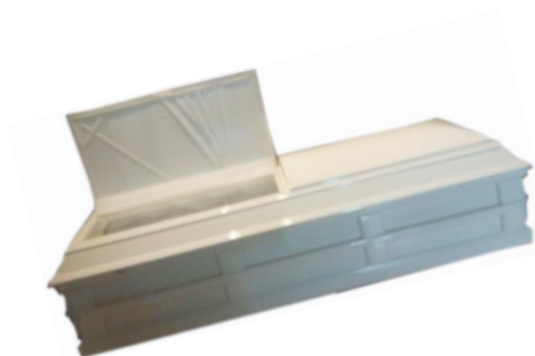


Infantiles

002

***Costo**
\$3,600 - 1m

***Costo**
\$ 3,850-1.20m



Incluye:

- ❖ **Ataúd “Ángel” (1-1.20 M)**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:**
(1 biombo, 1 Cristo, 4 candeleros
4 velas y 1 pedestal).
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES *Villa Juárez*



Lamina

003

***Costo
\$9,100**



Incluye:

- ❖ **Ataúd Venecia**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:**
(1 biombo, 1 Cristo, 4 candeleros,
4 velas y 1 pedestal).
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES
Villa Juárez



Lamina

004



***Costo**
\$11,300

Incluye:

- ❖ **Ataúd Venecia Cobre**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:**
(1 biombo, 1 cristo, 4 candeleros,
4 velas y 1 pedestal).
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES
Villa Juárez



Madera

005



***Costo**
\$14,500

Incluye:

- ❖ **Ataúd Romano Eco**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:**
(1 biombo, 1 cristo, 4 candeleros,
4 velas y 1 pedestal).
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES *Villa Juárez*



Madera

006

***Costo
\$15,300**



Incluye:

- ❖ **Ataúd Romano Grabado**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:
(1 biombo, 1 cristo, 4 candeleros,
4 velas y 1 pedestal).**
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES Villa Juárez



Madera

007

***Costo
\$16,800**



Incluye:

- ❖ **Ataúd Española**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:**
(1 biombo, 1 cristo, 4 candeleros,
4 velas y 1 pedestal).
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES Villa Juárez



Madera

008

***Costo
\$17,000**



Incluye:

- ❖ **Ataúd Plana Imagen Virgen**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:**
(1 biombo, 1 cristo, 4 candeleros, 4 velas y 1 pedestal).
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES *Villa Juárez*



Madera

009

***Costo
\$17,300**



Incluye:

- ❖ **Ataúd Cristo Desmontable**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:
(1 biombo, 1 cristo, 4 candeleros,
4 velas y 1 pedestal).**
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES Villa Juárez



Madera

010

***Costo
\$17,500**



Incluye:

- ❖ **Ataúd Jerusalén**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:
(1 biombo, 1 cristo, 4 candeleros,
4 velas y 1 pedestal).**
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES
Villa Juárez



Madera

011

***Costo
\$18,800**



Incluye:

- ❖ **Ataúd Francia**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:
(1 biombo, 1 cristo, 4 candeleros,
4 velas y 1 pedestal).**
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES Villa Juárez



Madera

012

***Costo
\$19,000**



Incluye:

- ❖ **Ataúd Pino con Imagen**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:
(1 biombo, 1 cristo, 4 candeleros,
4 velas y 1 pedestal).**
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES *Villa Juárez*



Madera

013

***Costo
\$23,500**



Incluye:

- ❖ **Ataúd Guadalupeana Lux**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:**
(1 biombo, 1 cristo, 4 candeleros,
4 velas y 1 pedestal).
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES Villa Juárez



Madera

014



***Costo
\$23,500**



Incluye:

- ❖ **Ataúd Virgen Completa Madera**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:
(1 biombo, 1 cristo, 4 candeleros,
4 velas y 1 pedestal).**
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES *Villa Juárez*



Madera

015



***Costo
\$24,000**

Incluye:

- ❖ **Ataúd Virgen Completa Madera**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:
(1 biombo, 1 cristo, 4 candeleros,
4 velas y 1 pedestal).**
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES
Villa Juárez



Madera

016

***Costo**
\$24,300



Incluye:

- ❖ **Ataúd Diamante Pino**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:**
(1 biombo, 1 cristo, 4 candeleros,
4 velas y 1 pedestal).
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES Villa Juárez



Madera

017

***Costo**
\$ 27,000



Incluye:

- ❖ **Ataúd Talla Medio Lecho con Imagen**
- ❖ **Asesoría en trámites.**
- ❖ **Capilla domicilio:**
(1 biombo, 1 cristo, 4 candeleros, 4 velas y 1 pedestal).
- ❖ **Carpa y sillas para velación.**
- ❖ **Cafetería.**
- ❖ **Arreglo floral.**
- ❖ **Carroza para cortejo.**

► **Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.**



SERVICIOS FUNERALES
Villa Juárez



Servicio de Cremación

***Costo
\$24,000**



**Ataúd de Madera Barnizado Exclusivo para Cremación.
No se utiliza ataúd usado.**

- ❖ Velación en el domicilio.
- ❖ Servicio de carroza.
- ❖ Urna básica para cenizas.

► Embalsamado, cuando sea necesario o el cliente así lo solicite con un costo de \$2,500.00 más I.V.A.



SERVICIOS FUNERALES *Villa Juárez*



Costos de Servicios Extras



Al costo de los paquetes en caso de requerir factura se le agrega el I.V.A.

Servicio Funerario Sin Ataúd

Costo: \$4,640.00 (Precio más I.V.A. en caso de requerir factura)

Incluye:

- ❖ Carroza,
- ❖ 4 candeleros,
- ❖ Cristo,
- ❖ Biombo,
- ❖ Pedestal,
- ❖ 4 velas,
- ❖ 50 sillas
- ❖ y Toldo

Juego De 4 Velas

Costo: \$350.00 (Precio más I.V.A.)

Embalsamado

Costo: \$ 2,500.00 (Precio más I.V.A.)

Kilometraje

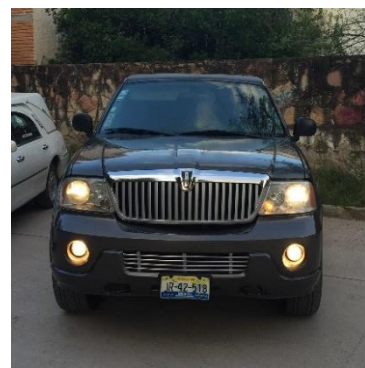
\$19.00 (Precio más I.V.A.)



SERVICIOS FUNERALES *Villa Juárez*



Contamos con un extenso parque vehicular que se adaptan a las necesidades del cliente





SERVICIOS FUNERALES
Villa Juárez



Formas de Pago

- ❖ Pago en efectivo
- ❖ Transferencia bancaria
- ❖ Pago con cheque nominativo
- ❖ Depósito bancario

Datos para depósito o transferencia:

Banco: Banorte

Nombre: Carlos Alfonso González Reyes.

Cuenta: 0647110081

Clabe Interbancaria: 072935006471100814

CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES

13. Conclusiones del Proyecto

El Manual de Ventas a Previsión es una herramienta para la figura del vendedor, donde encontrará la historia de la empresa, la documentación que se utiliza al hacer un contrato, también los nombres de las comunidades donde la empresa tiene cooperativas, así como el catálogo que maneja la empresa donde vienen precios y detallados los diferentes paquetes que se ofrecen.

Los resultados que se esperan al implementar este manual se verán a mediano plazo, primeramente, hay que terminar de informar a todas las cooperativas de este servicio que se les está ofreciendo.

CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS

14. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.

Apliqué métodos cuantitativos y cualitativos en el análisis e interpretación de datos.

Implementé estrategias de mercadotecnia basadas en información recopilada de fuentes primarias y secundarias para incrementar la competitividad de la empresa.

Interpreté información financiera para detectar oportunidades de mejora e inversión que propicié la rentabilidad del negocio.

Utilicé las nuevas tecnologías de información y comunicación.

CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN

15. Fuentes de información (Bibliografía Marco Teórico)

Alvarado Cardenas , V. (5 de Mayo de 2011). *Sesión de Aprendizaje*. Recuperado el 20 de Octubre de 2018, de <http://vilmaalvarado.blogspot.com/2011/05/definicion-de-cliente-para-fines-de.html>

Candelas Ramírez, E. (2012). *Organización y procedimientos -suayed-fca-UNAM*. Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de División Sistema Universidad Abierta y Educación a Distancia: PDF]Organización y procedimientos. - suayed - fca - UNAM

Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (Séptima ed.). (N. I. López, Ed., & E. L. Carmen Leonor de la Fuente Chàvez, Trad.) México: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de <https://libros-gratis.com/ebooks/introduccion-a-la-teoria-general-de-la-administracion-7ma-edicion-idalberto-chiavenato/>

Española, R. A. (s.f.). *Real Academia Española*. Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de <http://www.rae.es/consultas-linguisticas>

Fajardo, O. (19 de Septiembre de 2010). *Friendly Business*. Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de Nuevas ideas para nuevos tiempos: <https://fbusiness.wordpress.com/2010/09/19/como-disenar-el-manual-de-ventas-para-conseguir-una-mayor-eficacia-del-vendedor/>

Fayol, H. (1987). *Administración Industrial Y General*. En H. Fayol, & P. García (Ed.). Argentina, Argentina: "El Ateneo". Recuperado el 18 de Octubre de 2018

Fischer de la Vega Laura, E. C. (2011). *Mercadotecnia* (Tercera ed.). (J. M. Chacòn, Ed.) México: Mc Graw Hill. Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de https://www.academia.edu/18897949/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo

John, T. (2007). Servicio al cliente. En J. Tschohl, *El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*. Recuperado el 16 de Octubre de 2018, de <https://www.pqs.pe/sites/default/files/2016/10/aprende-mas/libro-servicio-al-cliente-el-arma-secreta.pdf>

Pèrez, I. P. (19 de Febrero de 2015). *El Quehacer Administrativo*. Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de <https://isabelportoperez.wordpress.com/>

Serna Gòmez, H. (2006). *Servicio al cliente Métodos de Auditoria y Medición*. Recuperado el 21 de Octubre de 2018

Thompson, I. (Agosto de 2006). *PromonegocioS.net*. Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de <https://www.promonegocios.net/venta/definicion-vendedor.html>

Tipos de manuales. (2018). Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de <https://www.tipos.co/tipos-de-manuales/>

UNAM. (s.f.). *La organización 4.1*. Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de <http://fcaenlinea.unam.mx/2006/1231/docs/unidad4.pdf>

Fuentes consultadas:

<https://laculturadelmarketing.com/plan-de-marketing-xi-como-hacer-una-prevision-de-ventas/>

<https://www.eleconomista.com.mx/finanzaspersonales/Como-construir-un-plan-de-prevision-funerario-20180725-0098.html>

http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Tecnicas_de_venta.pdf

<http://fcaenlinea.unam.mx/2006/1130/docs/unidad4.pdf>

http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2012/administracion/1/fundamentos_administracion.pdf

<https://tesi6kyks.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/20300/1/TESIS%20%20A7.2183.pdf>

https://isabelportoperez.files.wordpress.com/2011/11/admc3b3n_ind_y_general001.pdf

<http://fcaenlinea.unam.mx/2006/1231/docs/unidad4.pdf>

<http://vilmaalvarado.blogspot.com/2011/05/definicion-de-cliente-para-fines-de.html>

<https://robertoespinosa.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos/>

<http://www.novusfunerario.com.mx/funerarios/prevision-servicios-funerario>

<http://www.novusfunerario.com.mx/funerarios/guia-elaborar-manual-procedimientos-funerarias/>

https://www.uv.mx/personal/fcastaneda/files/2010/10/manual_politicas_pacifictel.pdf

Tesina Norma Rita Díaz Rojas UTR

<https://es.slideshare.net/anieto61/flujogramas>

CAPÍTULO 9: ANEXOS


16. Anexos



Fig.4 Socios Cooperativa Amarillas



Fig. 5 Socios Cooperativa Amarillas

	Formato para Carta de Presentación y Agradecimiento de Residencias Profesionales por competencias.	Código: TecNM-AC-PO-054-03
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 7.5.1	Revisión: 0
		Página: 1 de 2

Pabellón de Arteaga, Ags. 30/Agosto/2018

OFICIO No. GTV00160/2018

ASUNTO:
PRESENTACIÓN DEL ESTUDIANTE Y AGRADECIMIENTO

SR. CARLOS ALFONSO GONZÁLEZ REYES
DIRECTOR
SERVICIOS FUNERALES VILLA JUÁREZ
PRESENTE:

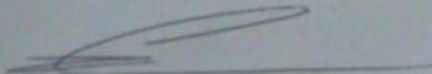
El Instituto Tecnológico de Pabellón de Arteaga, tiene a bien presentar a sus finas atenciones al C. Chávez Muñoz María Teresa con número de control A141050274 de la carrera de Ingeniería en Gestión, quien desea desarrollar en la empresa "Servicios Funerales Villa Juárez" el proyecto de Residencias Profesionales, denominado "Elaboración e Implementación de Manual de Ventas a Previsión de Servicios Funerales Villa Juárez" cubriendo un total de 600 horas, en un periodo de cuatro a seis meses.

Es importante hacer de su conocimiento que todos los estudiantes que se encuentran inscritos en esta institución cuentan con un seguro contra accidentes personales con la empresa AXA, según póliza EH03255A e inscripción en el IMSS 5185661340.

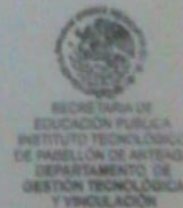
Así mismo, hacemos patente nuestro sincero agradecimiento por su buena disposición y colaboración para que nuestros estudiantes, aun estando en proceso de formación, desarrollen un proyecto de trabajo profesional, donde puedan aplicar el conocimiento y el trabajo en el campo de acción en el que se desenvolverán como futuros profesionistas.

Al vernos favorecidos con su participación en nuestro objetivo, sólo nos resta manifestarle la seguridad de nuestra más atenta y distinguida consideración.

ATENTAMENTE:



MLI JULISSA ELAYNE COSME CASTORENA
Jefa del Departamento de Gestión Tecnológica Vinculación.



Carta de Presentación



ASIENTOS, AGS, 20 DE AGOSTO 2018.

ASUNTO: Carta de Aceptación

MATI. Humberto Ambriz Delgadillo
Director Del Instituto Tecnológico
De Pabellón De Arteaga.

At'n: MLI. Julissa Elayne Cosme Castorena
Jefe(a) del Departamento de Gestión Tecnológica y Vinculación

PRESENTE.

Por este conducto, me permito informarle que la **C. María Teresa Chávez Muñoz**, con número de control **A141050274**, alumno de la carrera de: **Ingeniería en Gestión Empresarial**, fue aceptada para realizar sus Prácticas Profesionales en: **Servicios Funerales Villa Juárez**, donde cubrirá un total de 500 horas, en un periodo de cuatro a seis meses.

Sin otro particular por el momento, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE

Carlos A Gonzalez Reyes

Sr. Carlos Alfonso González Reyes
Director



Carta de Aceptación



Formato para Asignación de Asesor (a) Interno (a) de Residencias Profesionales por competencias.

Código: TecNM-AC-PO-004-02

Revisión: 0

Referencia a la Norma ISO 9001:2015 7.5.1

Página: 1 de 1

Pabellón de Arteaga, Aca., 20/Agosto /18

Sección: Económico Administrativo
OFICIO No. DCEA 097/2018

Asunto: Asignación de Asesor de Residencias Profesionales

MTRA. CINTHYA CARRILLO LEOS
DOCENTE DEL I.T. DE PABELLÓN DE ARTEAGA
P R E S E N T E.

Por este conducto informo a usted que ha sido asignado para fungir como Asesor(a) Interno (a) del Proyecto de Residencias Profesionales que a continuación se describe:

a) Nombre del (la) Residente:	María Teresa Chávez Muñoz
b) Carrera:	Ingeniería en Gestión Empresarial
c) Nombre del Proyecto:	Elaboración e implementación de Manual de Ventas a Previsión de Servicios Funerales
d) Periodo de Realización	Agosto –Diciembre 2018
e) Empresa	

Así mismo, le solicito dar el seguimiento pertinente a la realización del proyecto aplicando los lineamientos establecidos para ello, en el procedimiento del SGC para Residencias Profesionales.

Agradezco de antemano su valioso apoyo en esta importante actividad para la formación profesional de nuestro estudiantado.

Atentamente,

Lic. Ma. Magdalena Cuevas Mtz.
Jefa del Dpto. de Ciencias Económico Administrativas



EDUCACIÓN
INSTITUTO TECNOLÓGICO
DE PABELLÓN DE ARTEAGA
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS

mayte_0502@hotmail.com
449 5533091

PLAN DE NEGOCIOS GUÍA BÁSICA

1. Descripción General del Negocio

1.1 Naturaleza de la Empresa

2. Organización

2.1 Misión

2.2 Visión

2.3 Objetivos

2.4 Estructura del Negocio

3. El Personal

3.1 Contratación

3.2 Políticas Operativas

4. Mercadotecnia

4.1 La competencia

4.2 Clientes y producto

4.3 Análisis del mercado

4.4 Riesgos y oportunidades del mercado

4.5 Publicidad y promociones

5. Producción y servicios

5.1 Descripción del producto o servicio

5.2 Descripción de equipo o maquinaria a adquirir y cuáles serían los beneficios a adquirir

6. Finanzas

6.1 Balance inicial

6.2 Cuadro comparativo de costos e ingresos mensuales aproximados

7. Marco Legal de la Organización

7.1 Constitución de la Empresa

7.2 Régimen Fiscal

Plan De Negocios Desarrollo

1. Descripción General Del Negocio

Realice una descripción detallada de su negocio considerando los datos generales de la empresa, así como la descripción del producto o servicio	
Nombre de la empresa	Servicios Funerales Villa Juárez
Nombre del dueño	Carlos Alfonso González Reyes
Dirección	Calle Ayuntamiento #131, La Sierra Villa Juárez, Asientos
Teléfono	01 496 114 7574
Correo electrónico	charly_reyes84@hotmail.com
Giro de la empresa	Prestación Servicios
Actividad de la empresa	Servicios Funerarios
Descripción del producto o servicio que está vendiendo o que está por desarrollar	Se elaborará un Manual de Ventas a Previsión, donde se determine el proceso para realizar ventas a previsión.

Realice una descripción de las fortalezas y debilidades de su empresa o idea de negocio	<p>Fortalezas</p> <p>Trayectoria y experiencia en el mercado (33 años). Fidelidad de sus clientes. Sólida posición financiera.</p>
---	---

	<p>Debilidades</p> <p>Existen fallas en la organización.</p> <p>El precio como factor principal en la toma de decisiones por parte del futuro cliente.</p>
--	---

1.1 Naturaleza De La Empresa

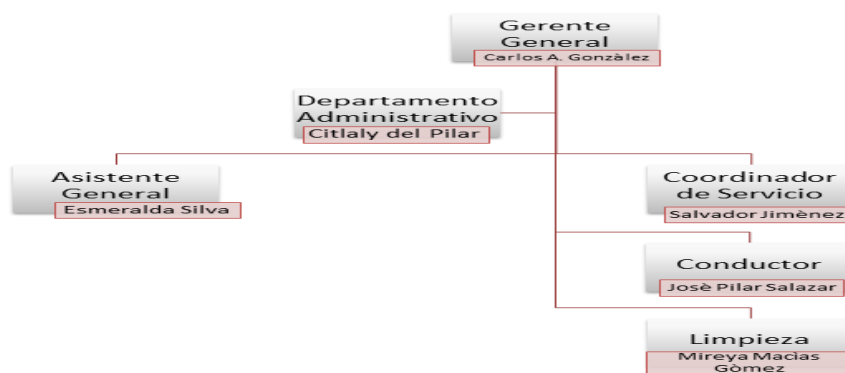
¿Qué experiencia tiene en el manejo de una empresa? Especialmente de este giro	Se cuenta con una experiencia personal de más de 20 años, pues al ser un negocio familiar el actual director ha crecido viendo como sus padres manejaban la empresa.
¿En qué es diferente su idea de negocio de otros que sean iguales o similares?	Años de experiencia Infraestructura Variedad en proveedores
¿Con cuáles recursos cuenta para iniciar su empresa? Considerar maquinaria, equipo, personal, instalaciones, dinero en efectivo, etc.	Infraestructura Convenios con diferentes empresas privadas Forman parte de la asociación nacional de directores funerarios (ANDF)

2. Organización

<p>2.1 Escriba la misión de su empresa, considerando ¿qué necesidad va a satisfacer?, ¿quiénes serán sus clientes?, y ¿cómo será satisfecha la necesidad?</p>	<p>Ofrecer a las familias servicio y productos de excelencia con los mejores planes a previsión e inmediatos y precios accesibles, dando siempre un trato cálido, digno y respetuoso.</p>
---	---

<p>2.2. Escriba la visión de su empresa. Recuerde trazar la meta del negocio, la cual debe contagiar a todo su personal para alcanzarla</p>	<p>Ser reconocida como una empresa líder en el ramo funerario a nivel nacional e internacional.</p>
<p>2.3 Enliste al menos 3 objetivos centrales de su negocio: uno para el corto plazo, otro para el mediano plazo y otro a largo plazo</p>	<p>Generar un sistema de ventas para servicios a previsión. Elaborar estrategia para atraer clientes potenciales para servicios a previsión. Aumentar los clientes de la empresa en un 20%.</p>

2.4 Elabora un pequeño organigrama que delimite la estructura organizacional de su empresa. Puede utilizar el reverso de esta hoja



3. EL PERSONAL

<p>3.1 Describe brevemente el proceso que seguirá para la contratación de su personal</p>	<p>Se busca personal responsable y sepa realizar trabajo con tacto, facilidad de palabra, discreto. Personal con sentido humano, serio y con ganas de trabajar, no existe límite de edad.</p>
<p>3.2 Enliste algunas políticas operativas para el desarrollo diario de las actividades de su empresa</p>	<p>Personal debidamente uniformado Disponibilidad de horario Discreto Brindar calidad al cliente y un trato digno y humano.</p>

4. MERCADOTECNIA

4.1 La competencia. Describa la tabla que se muestra a continuación

Competidor	Producto	Servicio	Variedad	Calidad	Precio	Muchos o pocos clientes
Funeraria López	Servicio funerario	Cooperativa Inmediato	buena	regular	altos	muchos
Funeraria Guadalupeana	Servicio funerario	Cooperativa Inmediato	buena	regular	altos	muchos
Funeraria San José	Servicio funerario	Cooperativa Inmediato	buena	regular	regular	pocos
Funeraria De la Rosa	Servicio funerario	Inmediato	poca	mala	regular	Escasos

4.2 Trate de identificar las necesidades o problemas de sus clientes y cómo tendrían alguna solución con su producto o servicio

Problema detectado	Cómo lo solucionaría mi negocio
El problema más marcado es la economía al ser una zona humilde	Las cooperativas y los servicios a previsión, esto para prever que no se desfalquen en el momento de la pérdida y se pueda ir pagando poco a poco
Contar con un laboratorio cerca para no tardar en entregar el cuerpo. El más cercano se encuentra en Aguascalientes	Tener uno más cerca.

4.3 Cuál es el panorama en el cual se desarrolla o desarrollará tu negocio en función del mercado

Mis principales clientes son
Cooperativas en diferentes municipios.
La razón por la cual compran o comprarán conmigo es
La calidad y confianza al ser familia conocida en el municipio.
Características de mi cliente (sexo, edad promedio, ocupación, preferencias)
Preferencias: El servicio más vendido son los de cooperativas. Las personas que realizan el contrato son las personas adultas, tanto hombres como mujeres de ocupación variada.
Describa negocios iguales o similares que sean su competencia
Funeraria López Funeraria Guadalupana Funeraria San José Funeraria De la Rosa

4.4 Enliste los riesgos que su negocio tiene y cuáles acciones puede realizar para disminuirlos. También las oportunidades y las acciones que implementarías

Riesgos	Acciones a realizar
Fallas en la organización y administración	Se realizaron manuales de organización y procesos
El tiempo de los pagos a previsión, pues son a dos años.	Hacer lo posible para poder ofrecer planes flexibles.
Oportunidades	Acciones a implementar
Existencia de mercado en otras comunidades	Buscar más clientes

4.5 Enumera algunas promociones y el tipo de publicidad que utilizarías, y el por qué

Publicidad o promoción	Justificación
Video	Para explicar lo que es un servicio a previsión y a la vez tratar de concientizar del porqué contratar este tipo de servicio.
Trípticos	Se entregan para que las personas tengan la información a la mano
Redes sociales	Para que la empresa sea más conocida, ya que ahora mucha gente utiliza Facebook

5. PRODUCCIÓN Y SERVICIOS

5.1 Describa las especificaciones de su producto o servicio	El producto son servicios funerarios, que consta de varios tipos de paquetes.
5.2 Describa de manera detallada la maquinaria o equipo que necesita y que compraría con el apoyo de este Fondo. ¿Cómo repercutiría en su negocio?	Mobiliario para laboratorio Equipo para sala de velación.

6 FINANZAS

6.1 De manera aproximada llene el siguiente cuadro

ACTIVO (con qué cuanto al iniciar este negocio) \$2,500,000.00	PASIVO (qué deudas tengo al momento de presentar esa solicitud) \$800,000.00
	PATRIMONIO Activo – Pasivo \$2,500.000.00 - \$800,000.00= \$1,700.000.00
Total Activo \$2,500.00.00	Total Pasivo \$800,000.00

6.2 Complete la siguiente información con datos aproximados

COSTOS MENSUALES (enliste sus posibles costos por mes: luz, renta, agua, teléfono, publicidad, mantenimiento, sueldos, etc.)	INGRESOS MENSUALES (enliste sus probables ventas por mes)
Servicios (agua, luz, teléfono): 2,200.00	Cooperativas: 50,000.00 -60,000,000.00
Sueldos y mantenimiento: 13,800.00	Imprevistos: 2,000.00
Publicidad: 1,000.00	

7 MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

7.1 Describa bajo qué régimen fiscal se constituirá la empresa y justifique	Está bajo el régimen de: <u>Persona Física</u> con <u>Actividad Empresarial</u>
---	---

Nombre Y Firma De Quien Realizó el Llenado de este Formato

Fecha De Elaboración

ENTREVISTA

¿Qué opinión tiene de Servicios Funerales Villa Juárez?

¿Qué es lo que la detiene para adquirir un servicio funerario a previsión?

Modo de pensar Precio Falta de interés

Si el plan fuera flexible a su presupuesto ¿Le interesaría? Si
Porqué_____

No

ENCUESTA

Nombre _____ Sexo _____ Edad _____

Comunidad _____ Fecha _____

1.- ¿Conoce la funeraria Servicios Funerales Villa Juárez? Sí No

2.- ¿Qué opinión tiene de la empresa? Buena Regular Mala

3.- ¿Cómo se enteró de esta cooperativa?

Recomendación Asistí a una plática Ya la conocía

4.- ¿Ha utilizado el servicio? Sí No

5. En caso de que la respuesta sea sí:

¿Qué le pareció la atención? Buena regular mala

6.- ¿Cómo calificaría la calidad del servicio del 1-10 donde 1 es mínimo y 10 máximo?

7.- Según su opinión ¿qué parte del servicio se puede mejorar?

Atención del personal

Servicio cafetería

Asesoría en trámite

Otro _____

8.- ¿Conoce otra empresa que brinde este tipo de servicios? Sí No

¿Cuál? _____

9.- ¿Le interesaría contratar un servicio a previsión? Sí ¿Por qué? _____

No ¿Por qué? _____ Prefiero no contestar: _____

10.- Según sus posibilidades ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? _____

Sus pagos serían: Mensual Quincenal Semanal



Gráfico No. 1

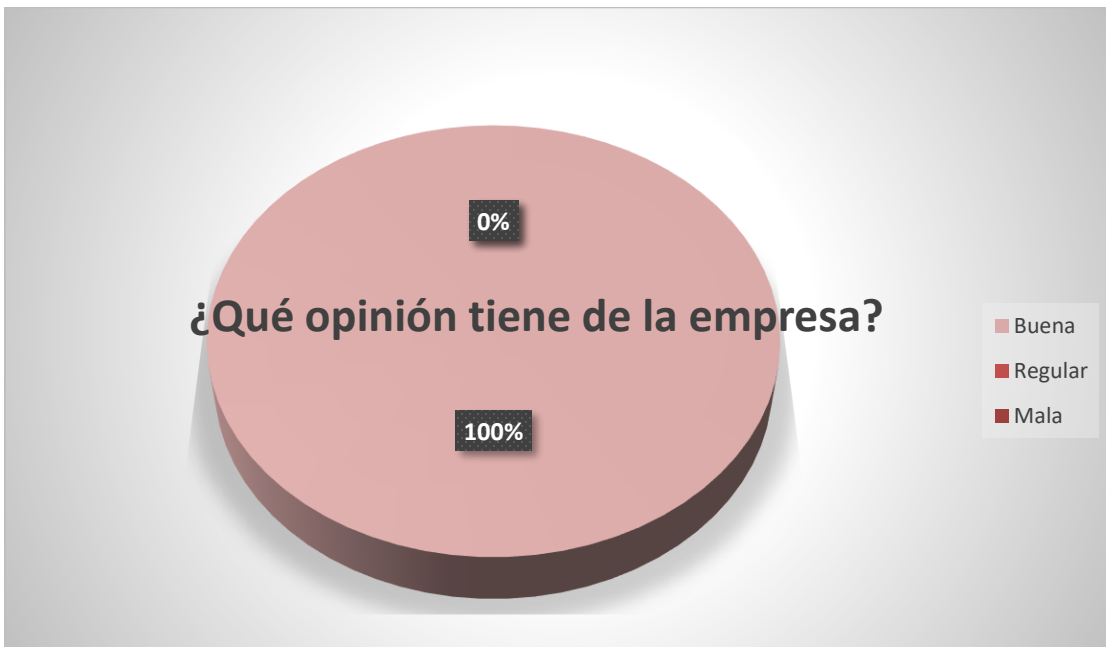


Gráfico No. 2

¿Cómo se enteró de esta cooperativa

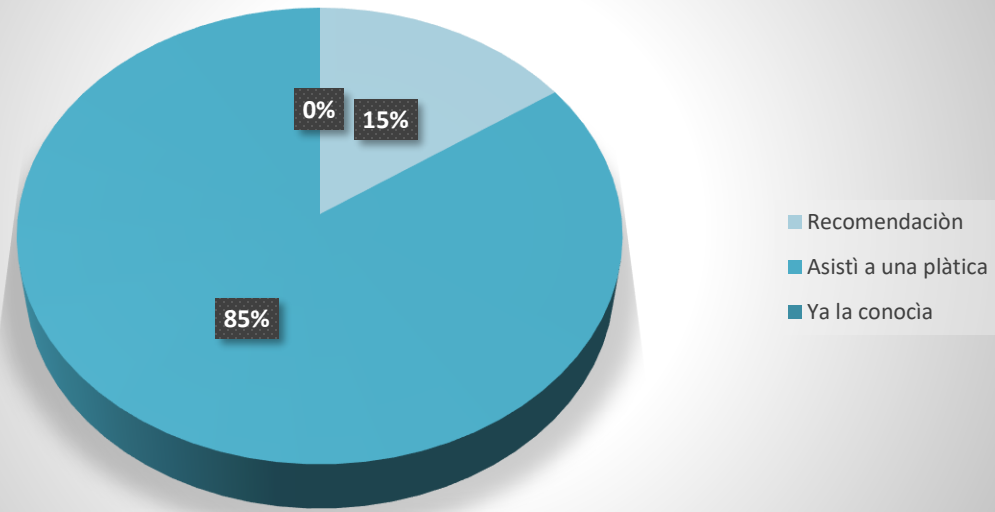


Gráfico No. 3

¿Ha utilizado este servicio?

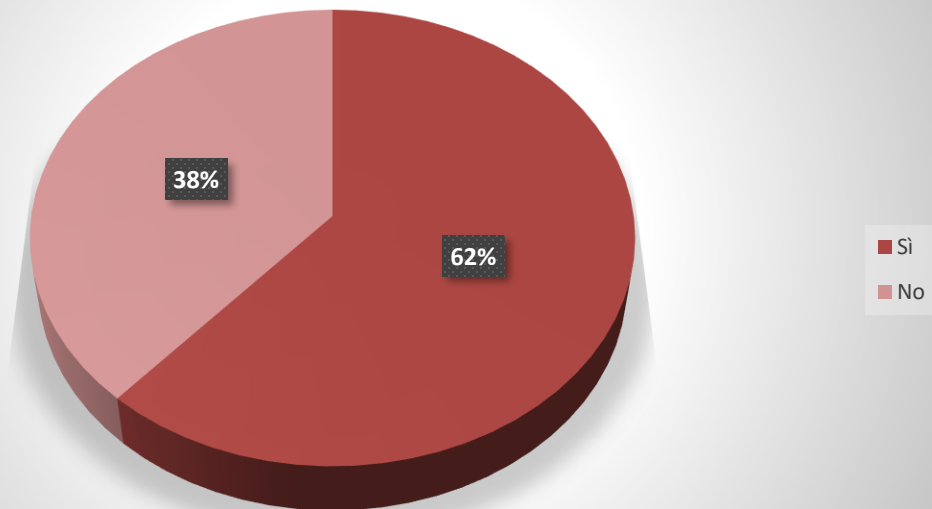


Gráfico No.4



Gráfico No. 5

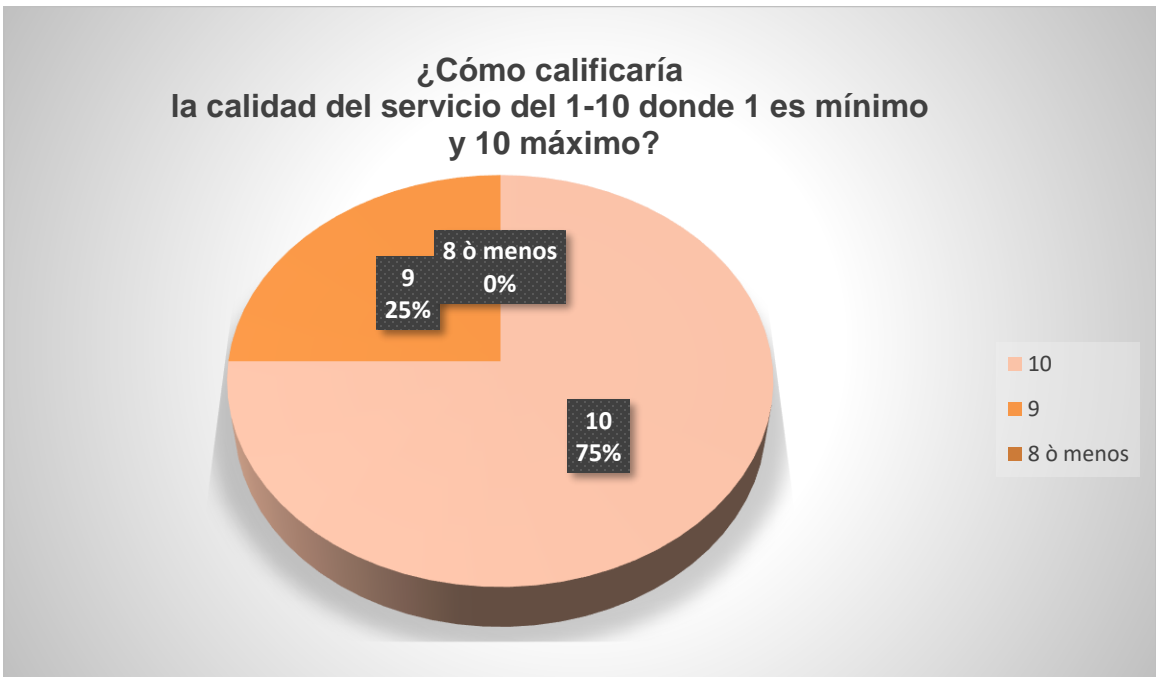


Gráfico No. 6

Según su opinión, ¿Qué parte del servicio se puede mejorar?

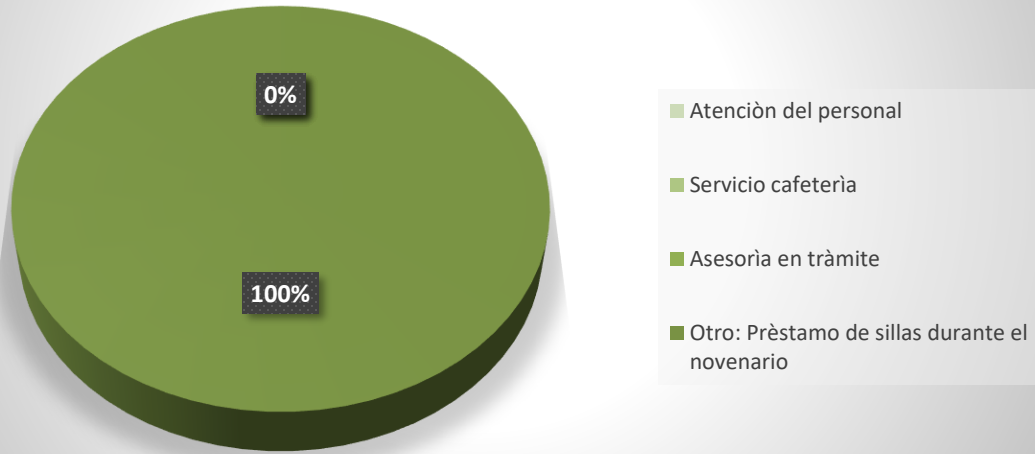


Gráfico No.7

¿Conoce otra empresa que brinde este tipo de servicios?

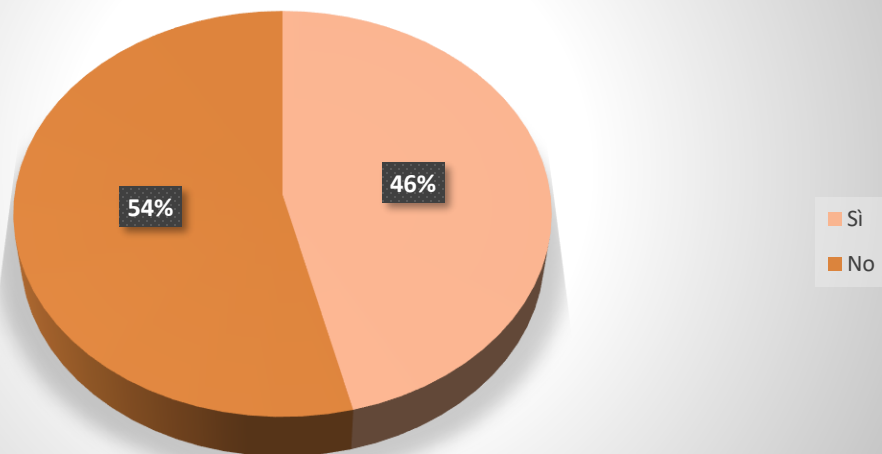


Gráfico No. 8

¿Le interesaría contratar un servicio a previsión?

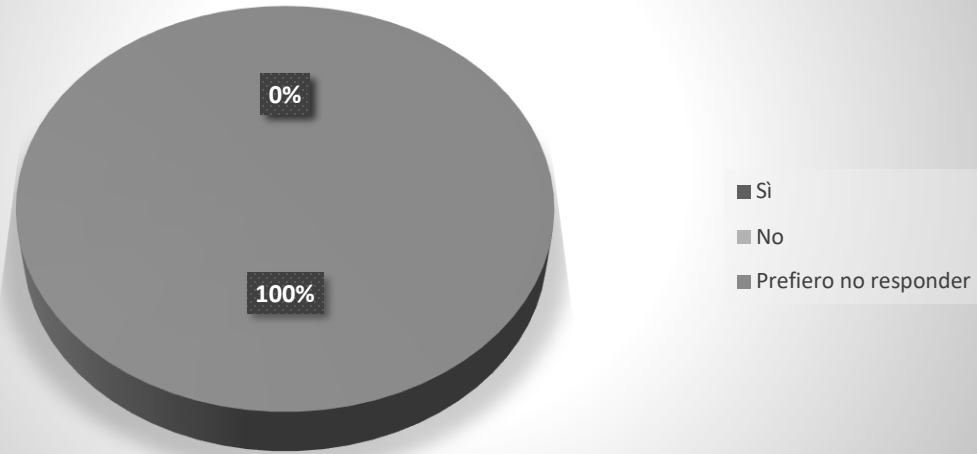


Gráfico No. 9

¿Según sus posibilidades, ¿Cada cuando estaría dispuesto a pagar y cuánto?

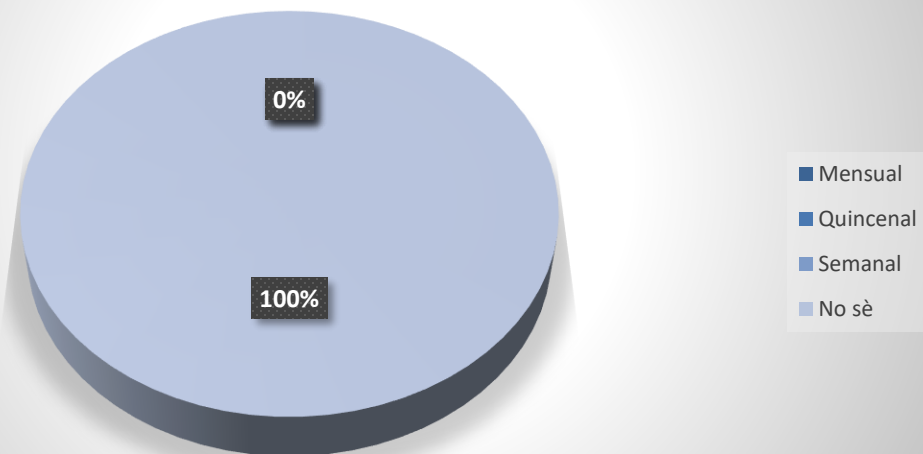


Gráfico No. 10




Nº 0050

Fecha

Solicitud

Contrato

Recibí de _____

Por concepto de _____

Villa Juárez

Cobrador

FUNERALES

Recibo



SOLICITUD DE SERVICIO FUNERARIO A PREVISION



FECHA SOLICITUD Nº **0030**

DATOS GENERALES DEL SOLICITANTE

NOMBRE APELLIDO(S)

DOMICILIO MUNICIPIO/ESTADO

TELÉFONO FECHA DE NACIMIENTO EDAD SEXO

PAQUETE CONTRATADO
ATAUD METALICO

SUECIA

PAGO INICIAL		<input type="text"/>
	Días de Cobro	
Semanal	\$	<input type="text"/>
Quincenal	\$	<input type="text"/>
Mensual	\$	<input type="text"/>

Firma del Solicitante

Firma del Asesor

Personas Autorizadas para toma de decisiones

ATAUD MADERA

ITALIA

PAGO INICIAL		<input type="text"/>
	Días de Cobro	
Semanal	\$	<input type="text"/>
Quincenal	\$	<input type="text"/>
Mensual	\$	<input type="text"/>

Nombre

Parentesco

Nombre

Parentesco

Incluye: Recolección del Cuerpo/Preparación Estética, Servicio de Velación (Capilla y/o Domicilio), Cortejo en Carroza y Personal, Gestoría de tramites Oficiales.

Solicitud de Servicio (Campaña)



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS FUNERARIOS A PREVISIÓN



005

Villa Juárez Asientos Ags.
A _____ del mes _____ de _____

MANIFIESTOS

VILLA JUAREZ FUNERALES manifiesta cubrir el servicio funerario a previsión aquí pactado dando a conocer su propietario Carlos Alfonso González Reyes nombrando a la Señora C. Sra. Citaly del Pilar Salazar Bernal como su representante Legal para cumplir cualquier situación relacionada con el presente contrato.

VILLA JUAREZ FUNERALES se encuentra ubicado en Ayuntamiento # 131 Col. Centro, Villa Juárez, Asientos, Ags. y cuenta con su R.F.C. GORC840809GW5.

CONTRATANTE

Nombre _____
Domicilio _____
Edad _____ Ocupación _____

Incluye

Asesoría personalizada

Ataúd tipo

Preparación estética del cuerpo

Servicio de velación en capilla y/o domicilio

Cafetería básica

Carroza y personal para el cortejo

Asesoría en trámites legales

CLAUSULAS

Primera. El contrato consiste en la garantía de la presentación de un servicio funerario a previsión aquí pactado para el solicitante o el beneficiario que desee asignar ya que es 100% transferible.

Segunda. El costo total del servicio es de _____ a cubrirse de la siguiente forma _____

Tercera. Cualquier servicio adicional a los especificados será por cuenta y cargo de los interesados.

Cuarta. En caso de la cancelación del presente contrato por parte del cliente, no podrá disponer de las mensualidades aportadas a la fecha.

Quinta. Al solicitar al presente servicio el titular o solicitante deberá de mostrar este contrato o vía telefónica notificando el número de este mismo para verificar autenticidad y constancia de pagos al corriente.

Sexta. En caso de atraso de 3 pagos consecutivos será motivo automático de cancelación.

Séptima. En caso de muerte accidental del titular, quedará liquidado este contrato.

Octava. La vigencia del presente contrato terminará con la prestación del servicio contratado.

Me fueron leídas y explicadas las
Clausulas y manifiesto

Representante Legal

Contrato de Previsión (Campaña)

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS FUNERARIOS A FUTURO, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE CARLOS ALFONSO GONZALEZ REYES FUNERALES VILLA JUAREZ, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ “EL PROVEEDOR”, Y POR LA OTRA _____ A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ “EL CONSUMIDOR”, A QUIENES DE MANERA CONJUNTA SE LES DENOMINARÁ COMO “LAS PARTES”. AL TENOR DEL SIGUIENTE GLOSARIO, ASÍ COMO DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

GLOSARIO. - Para los efectos de este Contrato, se entiende por:

- a) **Beneficiarios:** A las personas físicas designadas por “**El consumidor**”, que al fallecimiento de éste y del titular sustituto o en ausencia de ambos, adquieren los derechos, y asumen las obligaciones estipuladas en este contrato.
- b) **Consumidor:** A la persona física o moral que contrata la prestación de servicios funerarios a futuro que son objeto del presente contrato.
- c) **Presupuesto:** Documento expedido por “**El proveedor**” previo a la contratación del servicio, en el que se especifica el servicio funerario solicitado por “**El consumidor**”, con el detalle de los bienes y servicios que lo conforman, el precio total del mismo y la forma de pago.
- d) **Proveedor:** A la persona física que aparece en el rubro del contrato, que presta los servicios funerarios de uso a futuro que son objeto del presente contrato.
- e) **Servicios:** Es el servicio funerario de uso a futuro, que ofrece “**El proveedor**” y que contrata “**El consumidor**” de manera anticipada como previsión, el cual se prestará cuando ocurra la muerte del consumidor o de los usuarios designados por éste o por el Titular sustituto consistente en el paquete de servicios establecido en el presente contrato.
- f) **Titular sustituto:** Es la persona designada por “**El consumidor**”, la cual deberá aceptar su designación para que en ausencia del consumidor o cuando éste se encuentre imposibilitado, disponga de los servicios contratados conforme a sus necesidades.
- g) **Usuario:** Al consumidor o la(s) persona(s) designada(s) por éste, o en su caso por el titular sustituto, para que al fallecer les proporcionen los servicios funerarios objeto del presente Contrato.

DECLARACIONES

I. Declara “El proveedor” que:

- a) Es una persona física de nacionalidad mexicana, con capacidad legal para obligarse en los términos del presente contrato.
- b) Su domicilio se encuentra ubicado en calle Ayuntamiento # 131, Villa Juárez, Asientos Ags. C.P. 20700, el cual señala como domicilio convencional para todos los efectos legales del presente Contrato.
- c) Está inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes bajo el número GORC840809GW5, teléfono 01(496) 114 75 74, (496) 10 54 381, (496) 120 06 16 y correo electrónico: charly_reyes84@hotmail.com.
- d) Cuenta con la infraestructura, los elementos propios, los recursos técnicos y humanos suficientes para cumplir con sus obligaciones conforme a lo establecido en el presente Contrato.

- e) Cuenta con las autorizaciones, permisos, licencias, avisos, manifestaciones, previstas en las disposiciones legales y normas vigentes para llevar a cabo sus actividades y que el presente contrato cumple con los requisitos establecidos en la NOM-036-SCFI-2016.
- f) Para la atención de dudas, aclaraciones, reclamaciones o para proporcionar servicios de orientación, señala los teléfonos y correo electrónico señalado en las declaraciones que anteceden, con un horario de atención al público de 11:00 a 16:00 horas y de 17:00 a 20:00 horas, de lunes a sábado, en días laborables.
- g) Puso a disposición del “Consumidor” un catálogo informativo que contiene los planes de servicios funerarios, el precio de los mismos y el detalle de los bienes y servicios que los integran. Así como la información sobre los bienes, servicios o productos que se pueden contratar o adquirir de forma individual, sus características y el precio correspondiente. Dicho catálogo está disponible en el lugar de prestación del servicio.
- h) Previo a la contratación, elaboró y puso a disposición del “Consumidor” para su consideración y eventual aprobación, el presupuesto de servicios respectivo.

II. Declara “El consumidor” que:

- a) **En caso de Persona Moral:** Es una persona moral con razón social _____, y estar legalmente constituida conforme a las leyes mexicanas, lo que se acredita con el testimonio de la escritura pública número _____, de fecha _____, otorgada ante la fe del (la) Lic. _____ notario público número _____, en _____, e inscrita en el Registro Público de Comercio de _____ bajo el número _____ de fecha _____, y que el _____ en su carácter de representante legal, en este acto interviene con las facultades que se le confieren en el testimonio de la escritura pública número _____, de fecha _____, otorgada ante la fe del (la) Lic. _____, notario público número _____ del _____, misma que se encuentra inscrita en el Registro Público de Comercio, bajo el número _____, y que dichas facultades no le han sido revocadas, modificadas o limitadas a la fecha de firma de este Contrato.
- a) **En caso de Persona Física:** Es una persona física, con capacidad legal y económica para obligarse en los términos del presente Contrato.
- b) Su domicilio se encuentra ubicado en la calle _____, número _____, Colonia _____, Código Postal _____, en _____, _____, el cual señala como domicilio convencional para todos los efectos legales del presente Contrato.
- c) Está inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes bajo el número _____, Fecha de nacimiento _____ Edad _____ Estado Civil _____ teléfono _____ y correo electrónico, _____.
- d) Conoce los servicios que “El proveedor” ofrece, en virtud de que tuvo a su disposición el catálogo informativo de los bienes, servicios o productos, del cual eligió los servicios que se desglosan en el anexo de este contrato y que recibió y acepto el presupuesto correspondiente.

En virtud de las Declaraciones anteriores, “Las partes” convienen en obligarse conforme a las siguientes:

CLÁUSULAS

PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO. “Las Partes” otorgan su voluntad y acuerdan que el objeto del presente Contrato es la prestación de servicios funerarios de uso a futuro, por lo que “El proveedor” se

obliga a prestar el servicio que corresponde al paquete funerario denominado _____ que se integra por los bienes y servicios que se detallan en el anexo que forma parte integral del presente contrato.

Cualquier bien y servicio no establecido expresamente en la descripción del paquete, y que sea solicitado por **“El consumidor”** se considera como un servicio adicional e independiente, por lo que este deberá cubrirlo al precio vigente que se encuentre en ese momento en el catálogo informativo.

La no utilización de algunos de los bienes y servicios detallados en el paquete de servicios funerarios, no es reembolsable ni se podrá intercambiar por algún otro servicio.

Serán por cuenta de **“El consumidor”** todos los gastos y derechos que se causen o llegaren a causar y que no se encuentran incluidos en el paquete de servicios funerarios (Pagos municipales, certificado de defunción, entre otros).

SEGUNDA. PRECIO DEL SERVICIO. - **“El consumidor”** pagará como contraprestación a **“El proveedor”** por el Servicio objeto del presente Contrato, la cantidad de \$ _____. ____ (_____ Pesos ____/____ M.N.), que incluye el Impuesto al Valor Agregado.

TERCERA. FORMA, MEDIO Y LUGAR DE PAGO.- **“El consumidor”** se obliga a pagar del servicio, de la siguiente forma: Un pago inicial al momento de contratar por la cantidad de \$ _____ (_____ 00/100 M.N.); y el resto en ____pagos _____ de \$ _____ (_____ 00/100 M.N.), a partir del día _____de _____ del _____.

“El consumidor” efectuará los pagos correspondientes por el Servicio, en efectivo y en moneda nacional, en el domicilio de **“El proveedor”** señalado en el presente Contrato, o en su caso, en la forma de pago legales que **“Las Partes”** acuerden.

“El proveedor” extenderá al consumidor el comprobante de pago respectivo por el o los pagos efectuados al amparo de este contrato.

“El consumidor” podrá hacer pagos por adelantado, o en su caso podrá realizar el pago total del Servicio sin penalización alguna.

CUARTA. LUGAR DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.- Los servicios se prestaran en las instalaciones de la agencia velatoria ubicada en _____ en el horario de _____ o en el siguiente domicilio señalado por **“El Consumidor”**: _____ en el horario de _____.

QUINTA. DE LA PRESTACION DEL SERVICIO.- **“El proveedor”**, se obliga al momento del fallecimiento de **“El consumidor”** o del usuario designado por este o por el Titular sustituto; a proporcionar el servicio funerario que se consigna en este contrato, y tendrá derecho a su uso, siempre y cuando **“El consumidor”** demuestre haber cubierto por lo menos el 10% del precio total pactado, el saldo restante se cubrirá en el plazo que de común acuerdo establezcan **“La partes”**, el que en ningún caso podrá exceder de 30 días naturales de haberse proporcionado el servicio.

“El consumidor” o, en su caso, el Titular sustituto tienen en todo momento el derecho de designar usuarios y de disponer de los servicios contratados conforme a sus necesidades.

SEXTA. - DOCUMENTOS PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO. - **“El consumidor”** se obliga a proporcionar a **“El proveedor”**, al momento de solicitar los servicios funerarios, el certificado médico de defunción, en original, que le proporcione su médico tratante o en su caso la orden de liberación del cuerpo y certificado médico de defunción proporcionado por el médico legista, así como cualquier otro documento que requieran las autoridades.

SEPTIMA. OTRAS DISPOSICIONES. - En caso de que “**El consumidor**” no haga uso de los servicios funerarios contratados mediante el presente contrato, y elige otra agencia funeraria para los servicios requeridos, “**El proveedor**” no reintegrará a aquél, cantidad alguna que haya sido efectuada por concepto de pago para la prestación de los servicios funerarios, quedando disponible para sucesos futuros el servicio funerario contratado.

OCTAVA. DESIGNACIÓN DEL TITULAR SUSTITUTO. - “**El proveedor**” se obliga a no condicionar la prestación de los servicios funerarios a futuro, a la designación anticipada del Titular sustituto. En este sentido, “**El consumidor**” en caso de así desearlo, podrá designar en este acto un Titular sustituto, para que en su ausencia o cuando se encuentre imposibilitado, disponga del Servicio objeto del presente Contrato; dicho Titular sustituto estará plenamente facultado para decidir sobre la utilización del Servicio.

“**El consumidor**” podrá en cualquier momento designar y/o modificar al Titular sustituto, para lo cual deberá de hacerlo del conocimiento a “**El proveedor**” por escrito. En caso de modificación también se le notificará al Titular sustituto y se anexará a la solicitud de modificación, el escrito de aceptación del nuevo Titular sustituto, por lo que “**El proveedor**” deberá recibir dicha petición. En caso de que “**El consumidor**” fallezca sin haber hecho la designación del Titular sustituto, se prestará el Servicio objeto del presente Contrato a quienes acrediten legalmente los derechos correspondientes conforme a la legislación vigente aplicable.

El Titular sustituto desde su nombramiento y previa aceptación de tal designación, está obligado a respetar los términos y condiciones contenidas en el presente contrato.

Datos del Titular sustituto

Nombre: _____ Edad _____ Parentesco _____ Dirección _____

Teléfono (s) _____ Correo electrónico _____

Firma de aceptación del nombramiento

NOVENA. DESIGNACIÓN DE BENEFICIARIO(S). - “**El proveedor**” se obliga a no condicionar la prestación de los servicios funerarios a futuro, a la designación anticipada de Beneficiarios. En este sentido, “**El consumidor**” en caso de así desearlo, podrá designar en este acto hasta dos Beneficiarios para que al fallecimiento de “**El consumidor**” y el Titular sustituto o en su ausencia de ambos, adquieran en orden de prelación y previa aceptación de tal designación, los derechos consignados en el presente contrato, y asuman las obligaciones estipuladas en el mismo.

“**El consumidor**” podrá en cualquier momento designar Beneficiarios(s), para lo cual deberá de hacerlo del conocimiento a “**El proveedor**” por escrito. En cuyo caso deberá anexar a dicha solicitud el escrito mediante el cual el Beneficiario manifieste su conformidad con dicho nombramiento.

Datos del Primer beneficiario

Nombre: _____ Edad _____ Parentesco _____ Dirección _____

Teléfono (s) _____ Correo electrónico _____

Firma de aceptación del nombramiento

Datos del Segundo beneficiario

Nombre: _____ Edad _____ Parentesco _____ Dirección _____

Teléfono (s) _____ Correo electrónico _____

Firma de aceptación del nombramiento

DECIMA. CAUSAS DE RESCISIÓN. - “Las partes” convienen que cualquiera de ellos tendrá la facultad de rescindir el presente Contrato, cuando alguno de ellos incumpla frente al otro las obligaciones que ha contraído en el mismo.

Se considerará como causa de rescisión imputable a “**El proveedor**”

1. Si el Servicio prestado no corresponde con lo pactado y/o solicitado por “**El consumidor**”.
2. El no respetar lo convenido en este contrato.

Se considerará como causa de rescisión imputable a **“El consumidor”**

1. Que deje de efectuar dos o más pagos consecutivos pactados en el presente contrato.
2. Si **“El consumidor”** ceda, enajene o tratarse de gravar o ceder a favor de terceras personas los derechos que este contrato le confiere, sin el previo consentimiento por escrito de **“El proveedor”**.
3. El incumplimiento a cualquiera de sus obligaciones contenidas en el presente contrato.

Si la rescisión es causada por el incumplimiento de las obligaciones a cargo de **“El consumidor”**, **“El proveedor”** podrá retener la pena convencional, de aquellas cantidades entregadas por **“El consumidor”** a cuenta del precio. Las cantidades que resultaren excedentes a favor de **“El consumidor”**, deberán ser devueltas por **“El proveedor”** dentro de los ___ días naturales siguientes a la fecha de la rescisión del contrato.

Si el incumplimiento fuera a cargo de **“El proveedor”**, además de la pena convencional señalada, restituirá a **“El consumidor”** las cantidades pagadas por éste, obligándose **“El proveedor”** a realizar tal restitución en el plazo establecido en el párrafo anterior.

DECIMA PRIMERA. PENA CONVENCIONAL. - En caso de rescisión del presente Contrato, la parte que incumpla deberá pagar la pena convencional equivalente al 20 % (veinte por ciento) del precio total del Servicio.

DECIMA SEGUNDA. GARANTIA. - **“El proveedor”** garantiza que el servicio objeto del presente contrato se prestara conforme a lo estipulado en el mismo, en el domicilio señalado en la cláusula cuarta del presente contrato. En caso de que **“El proveedor”** no pueda prestar el Servicio en la dirección señalada en el presente Contrato, éste deberá de otorgarle a **“El consumidor”**, la prestación del Servicio en otro establecimiento con las mismas características y condiciones del Servicio contratado sin costo extraordinario por el traslado o por cualquier otro concepto para **“El consumidor”**.

DECIMA TERCERA. CANCELACIÓN DEL SERVICIO. - **“El consumidor”** podrá solicitar la cancelación del Servicio dentro de los 5 (cinco) días hábiles siguientes a la firma del presente Contrato, la cancelación a que se refiere esta Cláusula deberá de solicitarse por escrito. **“El proveedor”** deberá devolver íntegramente la cantidad de los pagos realizados en un plazo no mayor a 5 (cinco) días hábiles siguientes a la fecha de recibida la solicitud. La cancelación del presente Contrato en el tiempo estipulado en la presente Cláusula no tendrá penalización ni costo alguno para **“El consumidor”**. Posterior a este plazo, se aplicará la pena convencional establecida en este contrato.

DÉCIMA CUARTA. CESIÓN DE DERECHOS. - **“El consumidor”** podrá ceder o transferir los derechos obtenidos por la celebración del presente Contrato, previo consentimiento expreso y por escrito de **“El proveedor”**, siempre y cuando **“El consumidor”** se encuentre al corriente en sus pagos y cubra el costo que por tal concepto aparezca en el catálogo informativo de productos y servicios.

“El proveedor” tendrá un plazo de 15 (Quince) días naturales contados a partir de que **“El consumidor”** le efectuó la solicitud por escrito, para manifestar su anuencia o rechazo.

DÉCIMA QUINTA. CONFIDENCIALIDAD.- **“Las Partes”** convienen que el presente Contrato tiene el carácter de confidencial, por lo que **“El proveedor”** se obliga a mantener los datos del Consumidor con tal carácter y únicamente podrá ser revelada la información contenida en el mismo por mandamiento de autoridad competente; de igual forma **“El Proveedor”** se obliga a no ceder o transmitir a terceros con fines mercadotécnicos, publicitarios o de cualquier otra índole los datos e información proporcionada por **“El**

consumidor” con motivo del presente Contrato, ni enviar publicidad sobre los bienes y servicios, salvo que conste la autorización expresa del Consumidor en el presente Contrato.

DÉCIMA SEXTA. AVISO DE PRIVACIDAD. - Previo a la firma del presente Contrato y en cumplimiento a lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, **“El Proveedor”** hizo del conocimiento al Consumidor del aviso de privacidad, así como del procedimiento para ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición al tratamiento de sus datos personales en adelante, derechos ARCO.

DECIMA SEPTIMA. CAMBIO DE DOMICILIO. - “Las Partes” señalan como su domicilio los que se indican en el capítulo de declaraciones del presente contrato. En caso de cambio de domicilio por cualquiera de “Las partes”, deberá de notificarse por escrito dentro de los 15 días siguientes de ocurrido el cambio.

DÉCIMA OCTAVA. VIGENCIA. - El presente contrato surtirá efectos a partir de la firma y se dará por terminado por el cumplimiento total del servicio funerario contratado en los términos del presente contrato.

DÉCIMA NOVENA. JURISDICCIÓN. - Para todo lo relativo a la interpretación, aplicación y cumplimiento del presente Contrato, “Las partes” acuerdan someterse en la vía administrativa a la Procuraduría Federal del Consumidor, y en caso de subsistir diferencias, a la jurisdicción de los tribunales competentes del lugar donde se celebra este Contrato.

Leído que fue y una vez hecha la explicación de su alcance legal y contenido, este Contrato se firma por duplicado en cada una de sus hojas y al calce, en la Ciudad de _____, _____, a los ____ días del mes de _____ del año _____, entregándosele una copia del mismo a **“El consumidor”**.

“El proveedor”

“El consumidor”

Este contrato fue aprobado y registrado por la Procuraduría Federal del Consumidor bajo el número _____ de fecha _____. Cualquier variación del presente contrato en perjuicio de **“El consumidor”**, frente al contrato de adhesión registrado se tendrá por no puesta.








AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN CON FINES MERCADOTÉCNICOS O PUBLICITARIOS.

Autorización con fines mercadotécnicos o publicitarios. - **“El Consumidor”** SI () No () acepta que **“El proveedor”** ceda o transmita a terceros, con fines mercadotécnicos o publicitarios, la información proporcionada con motivo del presente Contrato y SI acepta () NO acepta () que **“El proveedor”** le envíe publicidad sobre bienes y servicios.

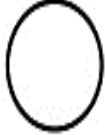



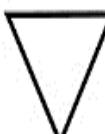
Firma de autorización de **“El Consumidor”**

Para la diagramación del flujo del proceso se utilizó la simbología de la norma ANSI (American National Standard Institute) y ASME (American Society of Mechanical Engineers).

SÍMBOLOS DE LA NORMA ANSI PARA ELABORAR DIAGRAMAS DE FLUJO **(Diagramación administrativa)**

SIMBOLO	REPRESENTA
	Inicio o término. Indica el principio o el fin del flujo, puede ser acción o lugar, además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Actividad. Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.
	Documento. Representa un documento en general que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Decisión o alternativa. Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más alternativas.
	Archivo. Indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continúa el diagrama de flujo.
	Conector. Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

SÍMBOLOS DE LA NORMA ASME PARA ELABORAR DIAGRAMAS DE FLUJO

S I M P L E S	
SÍMBOLO	REPRESENTA
	<i>Operación.</i> Indica las principales fases del proceso, método o procedimiento.
	<i>Inspección.</i> Indica que se verifica la calidad y/o cantidad de algo.
	<i>Desplazamiento o transporte.</i> Indica el movimiento de los empleados, material y equipo de un lugar a otro.
	<i>Depósito provisional o espera.</i> Indica demora en el desarrollo de los hechos.
	<i>Almacenamiento permanente.</i> Indica el depósito de un documento o información dentro de un archivo, o de un objeto cualquiera en un almacén.

PROGRAMA FAMILIAR DE SERVICIOS FUNERARIOS

REGISTRO Tanque Viejo SOCIO No.

DATOS DEL TITULAR

NOMBRE (S) Maira Yessenia Moreno APELLIDO PATERNO Moreno APELLIDO MATERNO
 DOMICILIO (CALLE Y NUMERO) Tanque Viejo COLONIA
 POBLACION ESTADO C.P. TEL.

BENEFICIARIOS

NOMBRE (S)	APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	PARENTESCO
<u>Samuel</u>	<u>Macías</u>	<u>Anguiano</u>	<u>Esposo</u>
<u>Samuel</u>	<u>Macías</u>	<u>Moreno</u>	<u>Hijo</u>
<u>Graciela Estrella</u>	<u>Macías</u>	<u>Moreno</u>	<u>Hija</u>
<u>Sophía Elzguel</u>	<u>Macías</u>	<u>Moreno</u>	<u>Hija</u>
<u>Alcega</u>	<u>Anguiano</u>	<u>Rodríguez</u>	<u>Suegra</u>

CLAUSULAS

- SERVICIOS FUNERARIOS DE AGUASCALIENTES promocionará a todas las familias un seguro de servicios funerarios.
- SERVICIOS FUNERARIOS DE AGUASCALIENTES se obliga a proporcionar servicios funerarios sin límite de edad al Titular y beneficiarios dependientes económicos directos (esposo(a) e Hijos) todo sin trámites burocráticos.
- SERVICIOS FUNERARIOS DE AGUASCALIENTES se obliga a dar el servicio funerario a partir del momento de la aña del registro de la comunidad si así se requiere.
- Este Seguro de Servicio Funerario contratado podrá ser cambiado en el momento por ataúd de mayor precio y/o cremación aportando la diferencia del costo vigente en el momento.
- SERVICIOS FUNERARIOS DE AGUASCALIENTES se obliga a proporcionar un servicio funerario con las siguientes características:
 - Atadú metálico clásico
 - Sala de velación por 24 hrs. y/o domicilio
 - Ofrenda floral
 - Traslado del cuerpo (ambulancia)
 - Servicio de cafetería
 - Transporte para acompañantes
 - Preparación estética del cuerpo
 - Gestión de trámites legales
 - Traslado sin costo adicional a los municipios de Aguascalientes
 - Embalsamado del cuerpo
 - Servicio de carroza
- SERVICIOS FUNERARIOS DE AGUASCALIENTES se compromete atender las 24 hrs. del día los 365 días del año a través de los asesores profesionales coordinadores del programa, en los teléfonos: 972 18 11 • 975 01 74 • 970 38 97 Urgencias: 449 448 65 19 449 105 00 75 Movil: 249 09 68.
- Es obligación del titular y/o beneficiario solicitar sus servicios ÚNICA Y EXCLUSIVAMENTE a las Funerarias TANGASSI y/o JARDINES DE ORIENTE y Representantes de la Compañía.
- Es obligación del titular y/o beneficiarios la definición del servicio de velación:
 - * Velación en funerarias y/o domicilio: Acudir a Funeraria TANGASSI ubicada en calle Ecuador 213 Col. Obraje Tels.: 915 87 87 915 00 27 y JARDINES DE ORIENTE Los Conos reg. Calle las Norias Col. Ocoacinte I Tels.: 971 84 66 • 971 84 64.
- No se proporcionará el apoyo económico, si se acude a solicitar el Servicio Funerario a Funerarias que no pertenecen a la compañía.
- Todo titular y/o beneficiarios que reciban el servicio no podrá cancelar el seguro, ni podrá dejar de dar sus aportaciones venideras, ya que será sancionado por parte del departamento jurídico de la empresa por la cantidad de \$ 20,000.00 costo total del servicio funerario.
- Es obligación del Titular o Beneficiario dar la aportación convenida \$ _____ en su comunidad a los 8 días después de haber proporcionado la empresa al Servicio Funerario.

Aguascalientes, Ags. a 19 de Abril de 2012

Maira Yessenia Moreno
TITULAR

[Firma]

Ejemplo Contrato con cláusulas fraudulentas

Glosario

Benchmarking: Proceso continuo por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes, para compararlos con los de tu propia empresa y posteriormente realizar mejoras e implementarlas.

Contextos: Todo aquello que rodea física o simbólicamente a un acontecimiento.

Cooperativas: Asociación voluntaria de personas que se unen con el fin de lograr un objetivo en común.

Diagnóstico: Proceso de reconocimiento, análisis y evaluación de una cosa o situación para determinar sus tendencias o solucionar un problema.

Diagrama de flujo: Representación gráfica del flujo o secuencia de rutinas simples.

Enmarcan: Establecer o marcar los límites espaciales, temporales, culturales, económicos que rodean algo.

Matriz: Oficina central donde se concentran la mayoría de las funciones de una organización.

Mercado: Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto.

Pasivos: Representa todo lo que la persona o empresa debe a terceros.

Plan de negocios: Documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro.

Previsores: Que prevé o prepara las cosas con antelación.

Rango: En estadística es el intervalo entre el valor máximo y el valor mínimo.

Recopilar: Juntar o reunir cosas dispersas.

Rentable: Que genera provecho, utilidad o ganancia.

Sector: Parte de una clase o colectividad que presentan caracteres particulares.

Seguro de gastos funerarios: Póliza utilizada para cubrir los gastos del funeral y del entierro del titular de la misma.

Taller de duelo: Son grupos donde se brinda ayuda mutua que están dirigidos a aquellas personas que han perdido un ser querido.