

# *Costumbre y hábitos funerarios* *-General-*

Mayo 2021

# Tabla de contenido

1	<b>Generalidades</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aspectos básicos para entendimiento del proyecto</li></ul>
2	<b>Percepción</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aspectos tenidos en cuenta a la hora de elegir un servicio funerario.</li></ul>
3	<b>Planeación</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Entendimiento sobre los servicios de previsión exequial.</li><li>• Componentes importantes a la hora de escoger un servicio funerario.</li></ul>
4	<b>Experiencia</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Opinión sobre los distintos prestadores de servicio funerario.</li></ul>
5	<b>Adicional: Pandemia</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comportamiento y expectativas de los consumidores en tiempos de pandemia.</li></ul>
6	<b>Hallazgos y Conclusiones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Elementos importantes identificados que permitan un mejor entendimiento de la categoría.</li></ul>

**Top Two Box (T2B):** Este indicador es producto de la suma de los dos resultados de las calificaciones más altas de la escala.

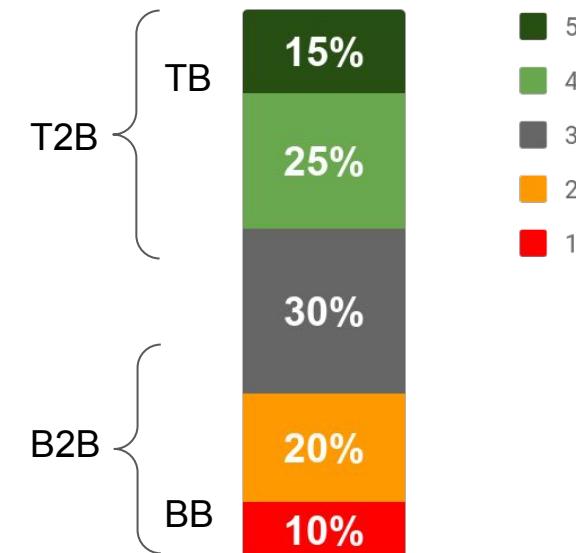
En este estudio se utilizó una escala de 1 a 5, por lo tanto, el T2B es producto de la sumatoria de los resultados de 4 y 5.

**Top Box (TB):** Este indicador es resultado de la calificación más alta. Para este estudio, es el porcentaje de personas que contestaron 5 al calificar determinada variable.

**Bottom Box (BB):** Este indicador es resultado de la calificación más baja. Para este estudio, es el porcentaje de personas que contestaron 1 al calificar determinada variable.

**Bottom Two Box (B2B):** Este indicador es producto de la suma de los dos resultados de las calificaciones más bajas de la escala.

En este estudio se utilizó una escala de 1 a 5, por lo tanto, el B2B es producto de la sumatoria de los resultados de 1 y 2.



## Matriz Importancia vs. Satisfacción

### Metodología

A partir de los resultados realizamos un análisis de las variables teniendo en cuenta: el **nivel de Asociación (Eje Y)** y la **Importancia (Eje X)** asociada a cada una de las variables.

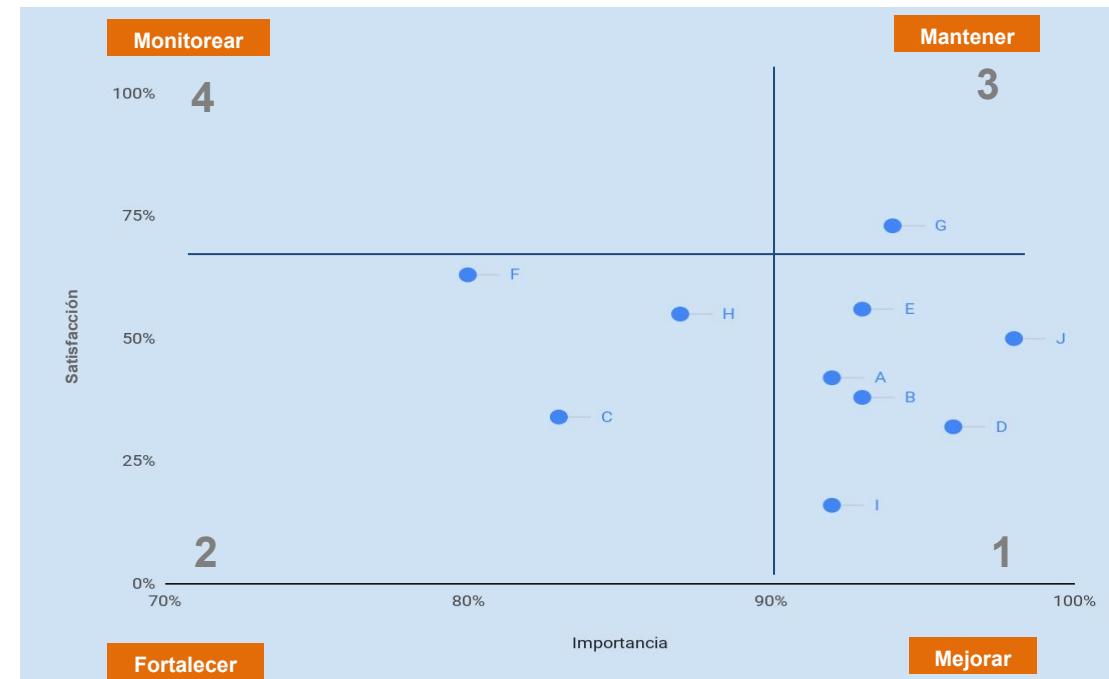
Una vez obtenemos el plano cartesiano, este nos asigna un punto de ubicación para cada variable en alguno de los 4 cuadrantes.

#### Para el análisis de los datos:

1. Tomar para la variable de **Asociación Positiva** como Action Standard positivo el promedio de calificación generando 2 niveles de clasificación.
2. Para la variable de **Importancia**, las variables quedan distribuidas en el plano a partir del promedio resultante de la misma evaluación realizada a los encuestados, generando de igual manera dos niveles de clasificación.

## Metodología

### Interpretación de resultados



# Generalidades

- *Ficha técnica*
- *Metodología utilizada*
- *Objetivos del proyecto*
- *Datos de la muestra*

<b>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN</b>	Cuantitativa
<b>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN</b>	Captura de información mediante encuestas presencial , online y telefónicas
<b>FUENTE DE DATOS</b>	Primaria con personas
<b>INSTRUMENTO O HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN</b>	Cuestionario Estructurado
<b>TARGET</b>	Adultos de entre 18 y 75 años Género: hombres y mujeres NSE: 1,2,3,4,5,6 18 ciudades clave del país
<b>MUESTRA</b>	2770 personas en las 18 ciudades que componen el 45% de la población nacional.
<b>CIUDADES Y FECHA DE RECOLECCIÓN</b>	Entre noviembre y diciembre del 2020

Se realizó el levantamiento de la información utilizando metodología cuantitativa a través de encuestas presenciales, online y telefónicas aplicadas por nuestros encuestadores, siguiendo el plan de cobertura por estratos en cada una de las ciudades.

Esta metodología permitió tener una evaluación puntual y estructurada sobre los objetivos planteados en el estudio.



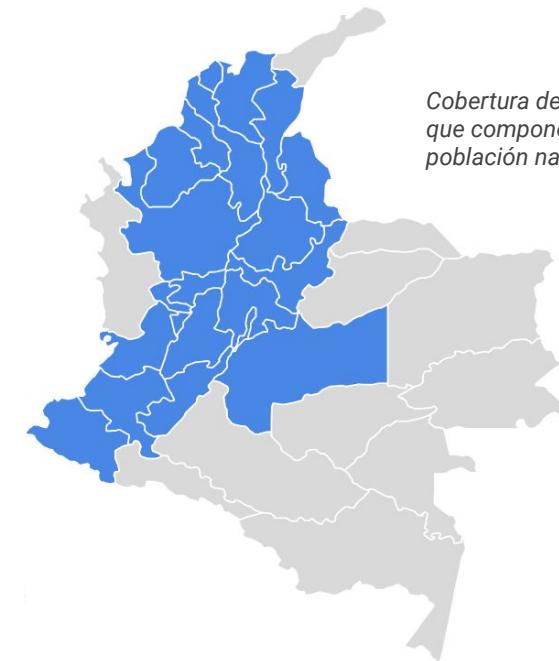
Encuestas realizadas.

**TOTAL: 2.770 Encuestas**

Divididas equitativamente entre las siguientes ciudades:

- 1** Bogotá
- 2** Armenia
- 3** Barranquilla
- 4** Neiva
- 5** Cartagena
- 6** Bucaramanga
- 7** Ibagué
- 8** Pereira
- 9** Cúcuta

- 10** Pasto
- 11** Villavicencio
- 12** Medellín
- 13** Cali
- 14** Santa Marta
- 15** Montería
- 16** Valledupar
- 17** Manizales
- 18** Tunja



Cobertura de 18 ciudades que componen el **45%** de la población nacional.

2770 Encuestas realizadas.

**Andina**

Bogotá  
Ibagué  
Neiva  
Tunja  
Villavicencio

**Cafetera**

Medellín  
Armenia  
Manizales  
Pereira

**Oriente**

Bucaramanga  
Cúcuta

**Norte**

Barranquilla  
Cartagena  
Montería  
Santa Marta  
Valledupar

**Occidente**

Cali  
Pasto

**Indagar sobre el conocimiento, preferencias y hábitos que tienen los colombianos frente a los servicios funerarios en su núcleo familiar y sus expectativas post pandemia.**

## Percepción

- 1** Identificar aspectos que tenían y tienen ahora en cuenta los consumidores a la hora de elegir un servicio funerario.

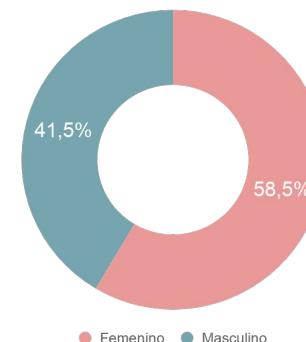
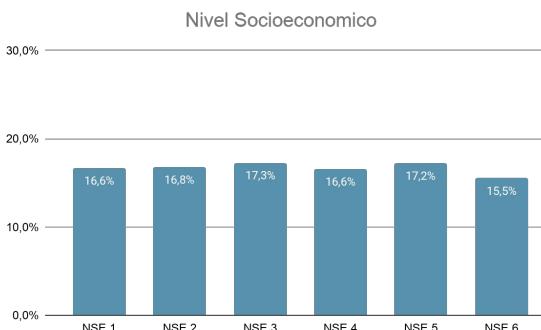
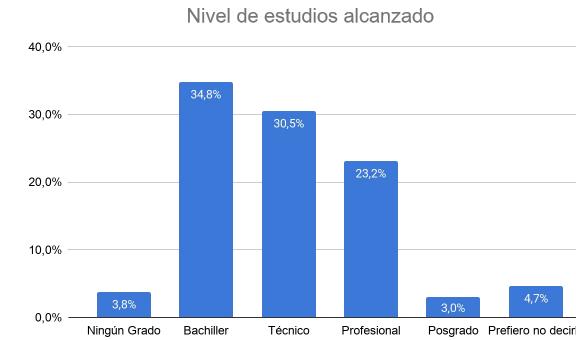
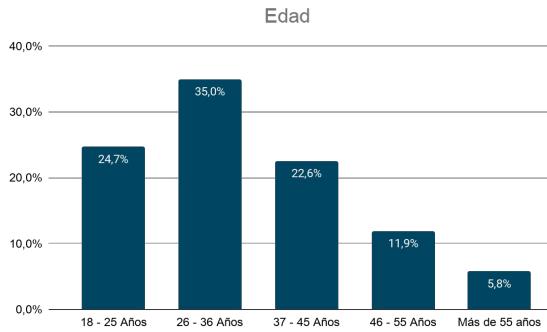
## Planeación

- 2** Entender los componentes importantes a la hora de elegir un servicio funerario.
- 3** Validar el entendimiento que tiene el consumidor sobre los servicios de previsión exequial.

## Experiencia

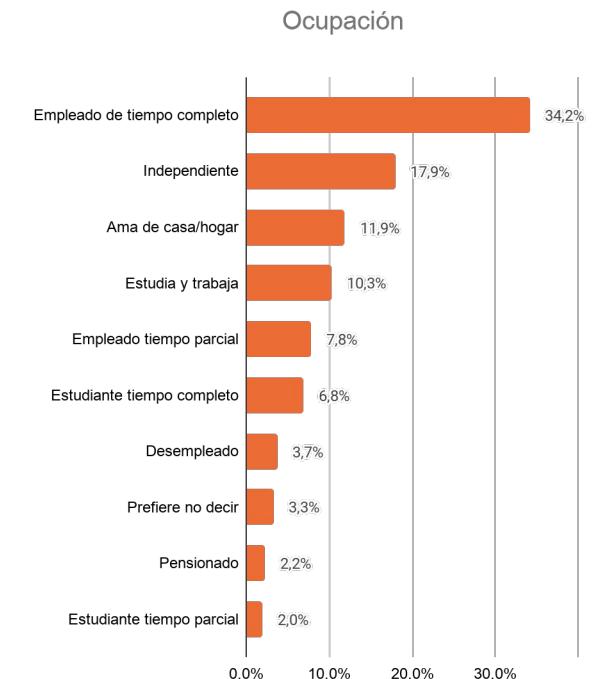
- 4** Conocer la opinión sobre los prestadores de servicio funerario.
- 5** **Adicional:** Conocer el comportamiento y expectativas sobre el uso de los servicios funerarios en tiempos de pandemia.

33% Con experiencia funeraria Cercana al último año\*



## Datos de la muestra

Datos Sociodemográficos.

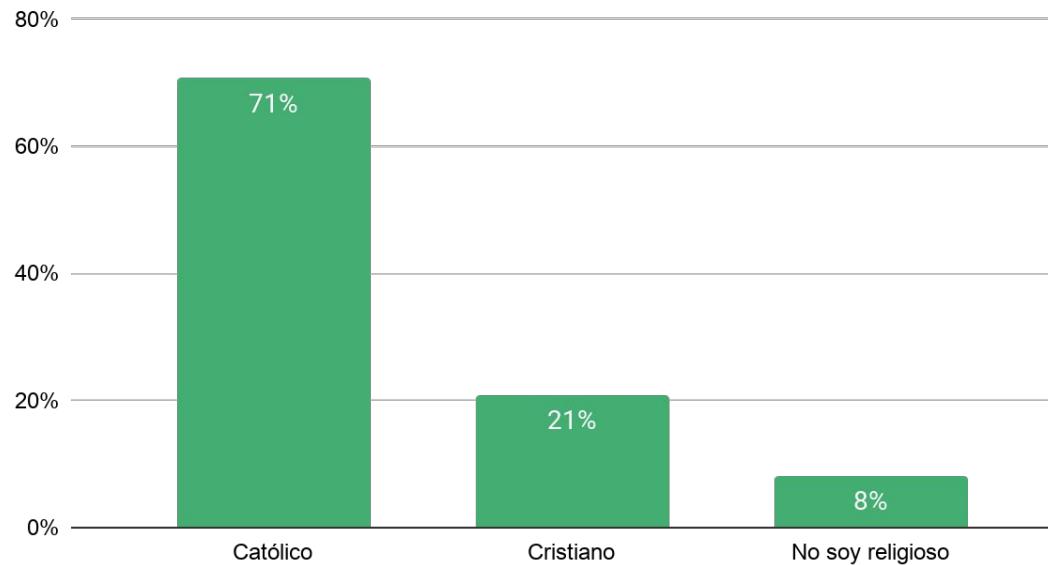


**Objetivo del capítulo:** Validar la importancia de los servicios funerarios disponibles. Cuál es el mejor acompañante en cada momento del proceso funerario.

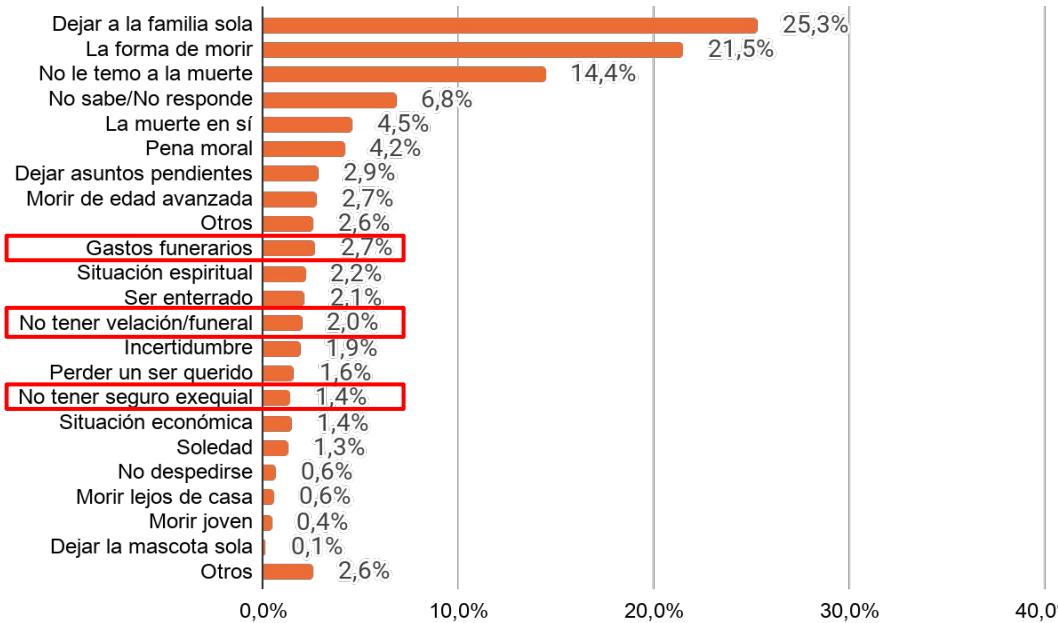
# Percepción

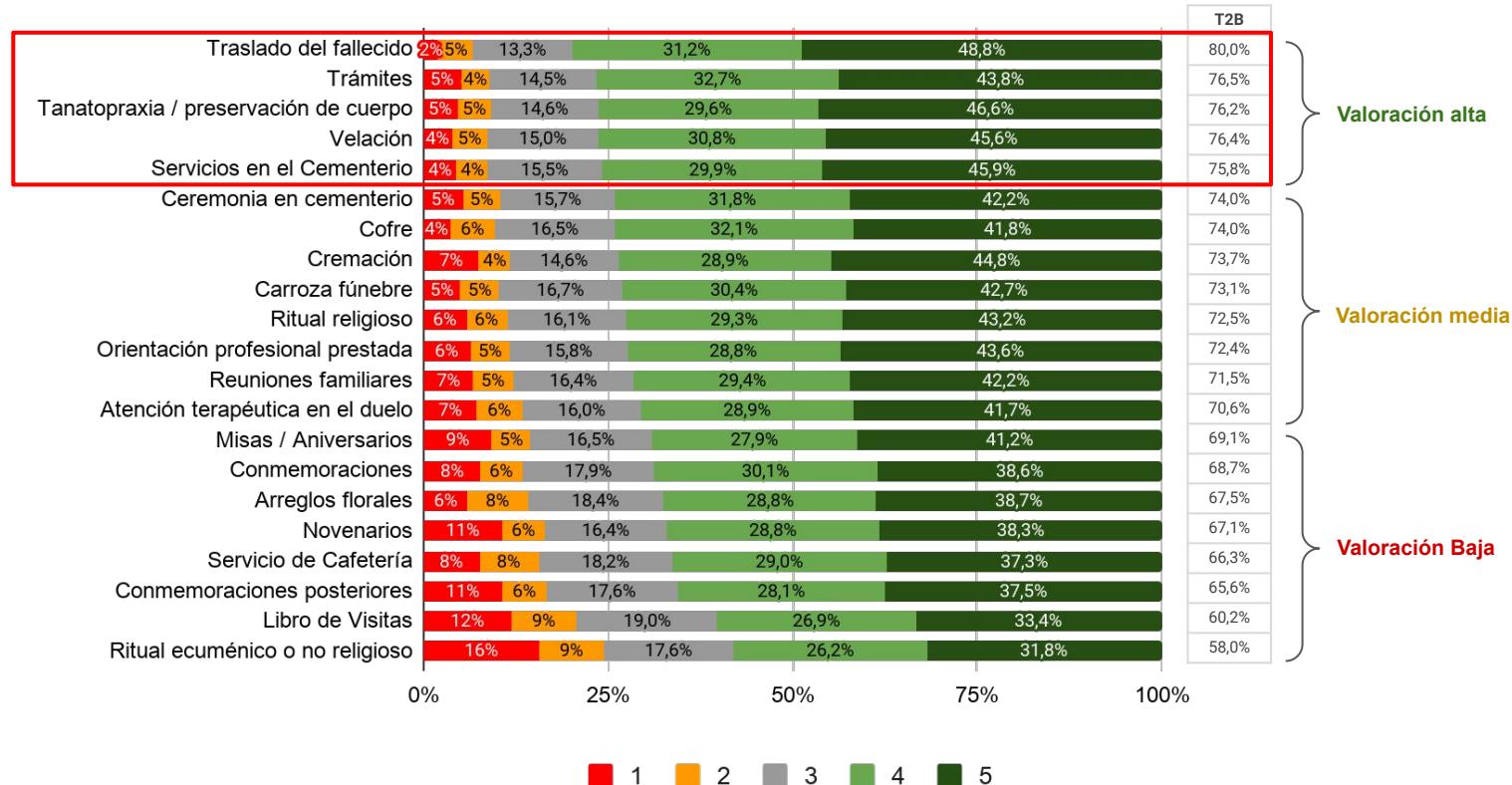
- *Temor en caso de muerte.*
- *Importancia componentes servicios funerarios.*
- *Mejor compañía en cada momento.*
- *Opinión prestadores de servicios funerarios.*
- *Conocimiento general plan previsión exequial.*
- *Conocimiento general seguro previsión exequial.*

## Congregación religiosa

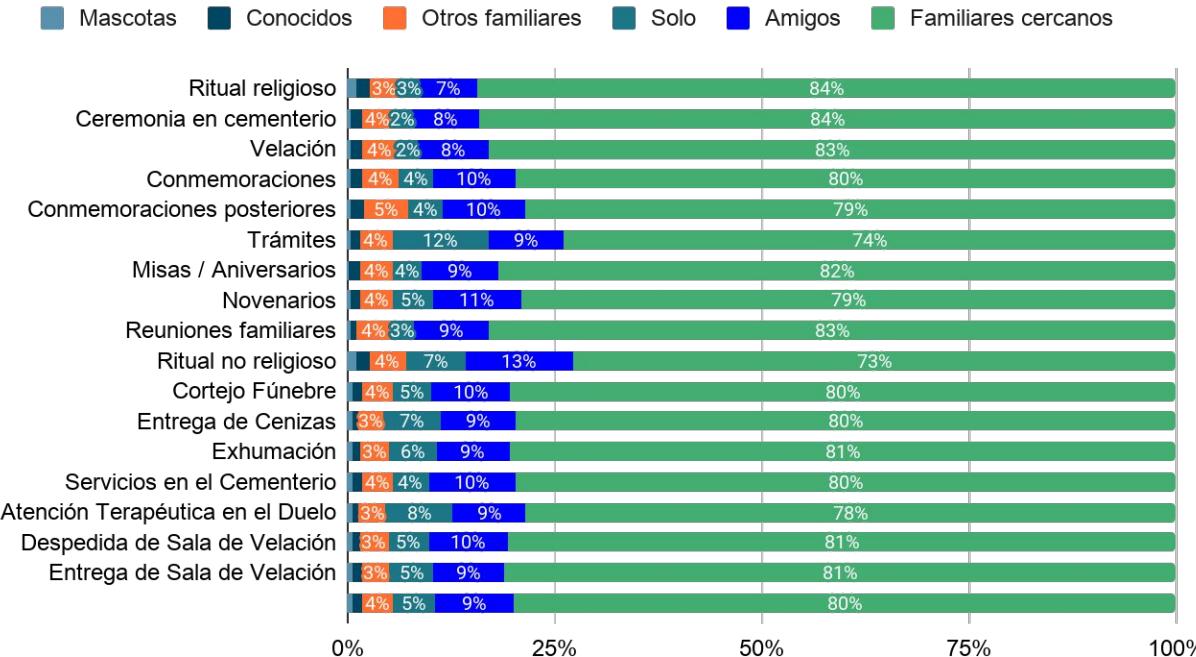


## ¿A qué le teme en caso de muerte?





Mejor compañía en cada momento



En el **80%** de los momentos las personas prefieren estar acompañados de sus familiares cercanos.

% de Asocio B2B		1	2	3	4	5		% de Asocio T2B
	-						+	
<b>6,8%</b>	Grosero	1,2%	5,6%	31,4%	41,4%	20,5%	Amable	<b>61,8%</b>
<b>11,0%</b>	Informal	1,1%	9,9%	28,3%	36,7%	23,9%	Profesional	<b>60,6%</b>
<b>8,7%</b>	Descortés	1,1%	7,6%	31,1%	38,5%	21,8%	Servicial	<b>60,3%</b>
<b>12,5%</b>	Indiferente Socialmente	2,3%	10,2%	29,3%	32,9%	25,3%	Responsable Socialmente	<b>58,2%</b>
<b>11,8%</b>	Indiferentes	3,3%	8,5%	31,9%	39,3%	17,0%	Sensibles	<b>56,3%</b>
<b>15,9%</b>	Lejano	3,4%	12,5%	33,7%	34,0%	16,4%	Cercano	<b>50,4%</b>



*Calificación Personas que han tenido experiencias funerarias cercanas al último año\**

% de Asocio B2B		1	2	3	4	5		% de Asocio T2B
<b>7,2%</b>	Grosero	0,7%	6,5%	16,4%	41,9%	34,5%	Amable	<b>76,46%</b>
<b>14,1%</b>	Informal	0,8%	13,3%	19,5%	36,0%	30,5%	Profesional	<b>66,45%</b>
<b>11,3%</b>	Descortés	0,7%	10,7%	16,8%	38,1%	33,8%	Servicial	<b>71,84%</b>
<b>16,8%</b>	Indiferente Socialmente	1,5%	15,3%	18,8%	33,3%	31,0%	Responsable Socialmente	<b>64,36%</b>
<b>10,8%</b>	Indiferentes	2,2%	8,6%	12,2%	41,1%	35,9%	Sensibles	<b>77,01%</b>
<b>18,9%</b>	Lejano	3,1%	15,8%	11,9%	34,3%	34,9%	Cercano	<b>69,20%</b>



## PREVISIÓN EXEQUIAL

- “Es un plan que cuando la persona fallece cubrirá la mayoría de sus gastos”
- “Es una medida de seguridad que se brinda para afrontar la muerte de un familiar”
- “Lo mismo que un seguro de vida”
- “Organización que te ayuda con gastos en caso de la muerte”
- “Es un ahorro que uno hace para dejar en caso de muerte”
- “Es un plan que cubre a tu familia en caso de morir”
- “Es una protección donde se compra seguridad y te puedes afiliar tu y tu familia”
- “Un plan para pagar todos los servicios exequiales propios del núcleo familiar”

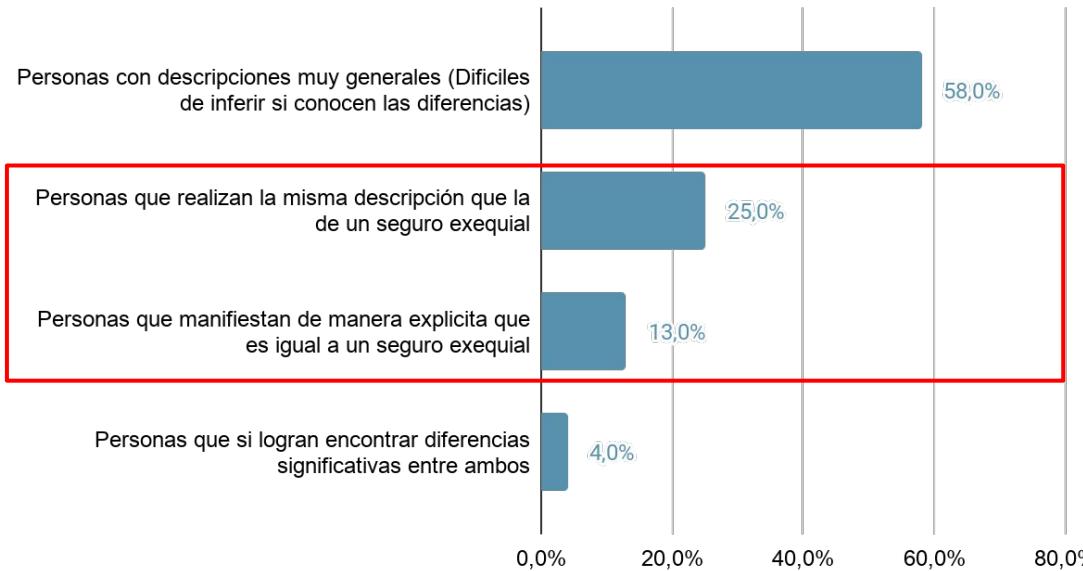
Previsión exequial para los entrevistados significa **estar preparado por si lo peor ocurre, protección a tu familia**, ser responsable y organizado ahorrando para cubrir a futuro cualquier eventualidad relacionada al uso de un servicio funerario.

## SEGURO EXEQUIAL

- “Es un seguro que cubre todo en caso de muerte y además le da cierta remuneración monetaria a tu familia en dado caso esto ocurra”
- “Es una indemnización que te dan en caso de muerte por ciertas circunstancias”
- “le dan una indemnización a tu familia al morir que sirve para cubrir gastos relacionados al funeral”
- “Un beneficio que le queda a tu familia o a la persona que elijas al morir”
- “Es un pago que le hacen a las funerarias de manera anticipada en caso una fallezca tener todo listo”
- “Indemnización que garantiza la cobertura de tus servicios funerarios y algunos servicios anexos a lo que deja la muerte”

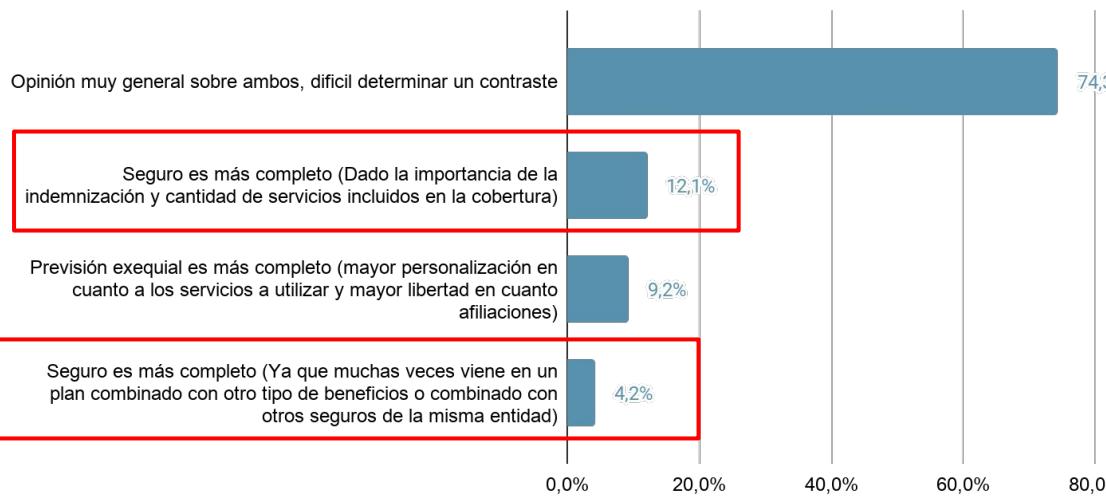
Un seguro exequial es visto como una ayuda económica y cobertura de algunos servicios fúnebres al momento de fallecer. El seguro exequial **se percibe como una protección para la familia y el alivio de poder ahorrar en vida algo para dejarles mientras no se esté.**

## Descripción Plan de previsión exequial



38% de los participantes vinculan los planes de previsión exequial de manera explícita o implícita, y teniendo en cuenta que la mitad de la muestra dio respuestas muy generales como para conocer si son conscientes o no de la diferencia, podemos concluir que tenemos como resultado un número alto de personas con poco conocimiento sobre la diferencia entre estos dos servicios.

## Contraste seguro exequial vs plan de previsión exequial

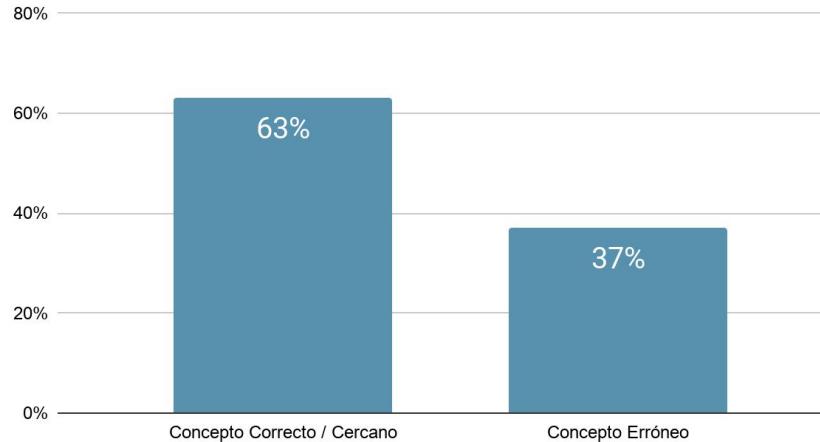


La mayor parte de los encuestados consideran el seguro exequial como un servicio más completo, dadas sus posibilidades de combinarlos con otros seguros y la importancia que le dan a la indemnización.

**Insight encontrado:** En general los participantes escribieron mucha más información en la descripción del seguro que en la del plan de previsión.

**Insight encontrado:** Muchas personas en la descripción del plan de previsión exequial comentan la importancia de la familia y sus afiliaciones, a diferencia de la descripción del seguro donde el dinero recibido como indemnización se convierte en el principal beneficio y punto a comentar.

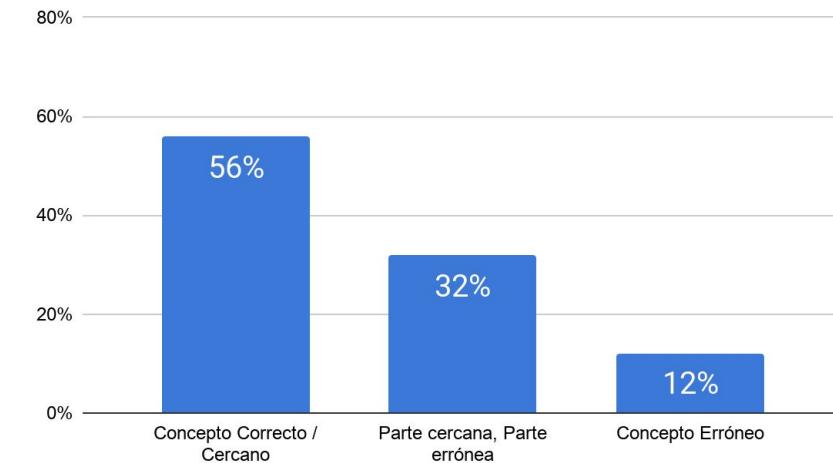
### Plan de previsión exequial



En resumen la mayoría de los participantes vinculan un plan de previsión exequial como la cobertura de los servicios funerarios como los gastos de entierro, homenaje, ceremonias entre otros. También la vinculación de personas beneficiarias resultó muy mencionadas al igual que cada cuenta tiene un titular.

Las personas con conceptos erróneos mencionaron que estos planes son iguales a los seguros o que estos también otorgan indemnización o son ofrecidos también por aseguradoras como Sura.

### Seguro exequial



Muchas personas hablan del seguro exequial de manera correcta, incluso mencionando aseguradoras y otros proveedores del segmento como Colmena y Sura.

Varias personas dan un concepto semi-correcto al mencionar características propias del seguro combinadas con algunas del plan de previsión, como indemnización en conjunto con servicios en la funeraria o hasta alquiler de capillas.

**Objetivo del capítulo:** Validar la percepción y entendimiento de planes de previsión exequial así como los servicios relacionados con la temática funeraria.

# Planeación

- *Tenencia plan previsión exequial.*
- *Es titular o beneficiario del plan.*
- *Cantidad y relación con beneficiarios.*
- *Toma de decisión y entidad utilizada.*
- *Empresas funerarias prestadoras del servicio.*
- *Productos/Servicios funerarios conocidos.*
- *Habló de su voluntad al momento de fallecimiento.*
- *Aporte económico al servicio funerario de familiares.*
- *Ritual funerario para ser querido, Joven y anciano.*
- *Preferencia disposición final según el caso.*
- *Qué haría con las cenizas.*
- *Plan previsión exequial para mascotas.*
- *Factores importantes al contratar un servicio de previsión exequial.*
- *Medio de preferencia para anunciar fallecimiento.*

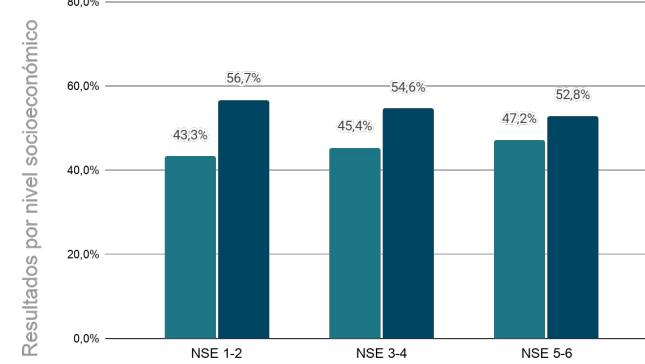
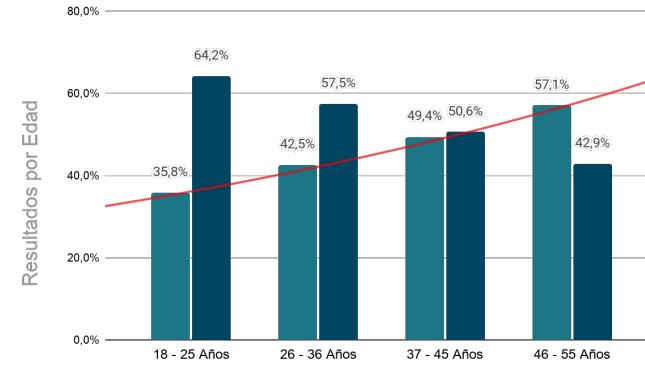
## Tenencia Plan de previsión exequial

¿Tiene contratado un plan de previsión exequial?

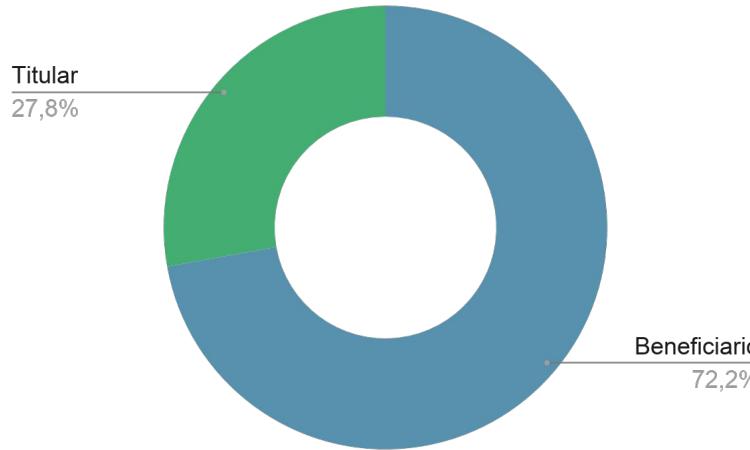
**Tendencias detectadas:**

- Entre mayor sea la edad es más probable que la persona tenga contratado un plan de previsión exequial.

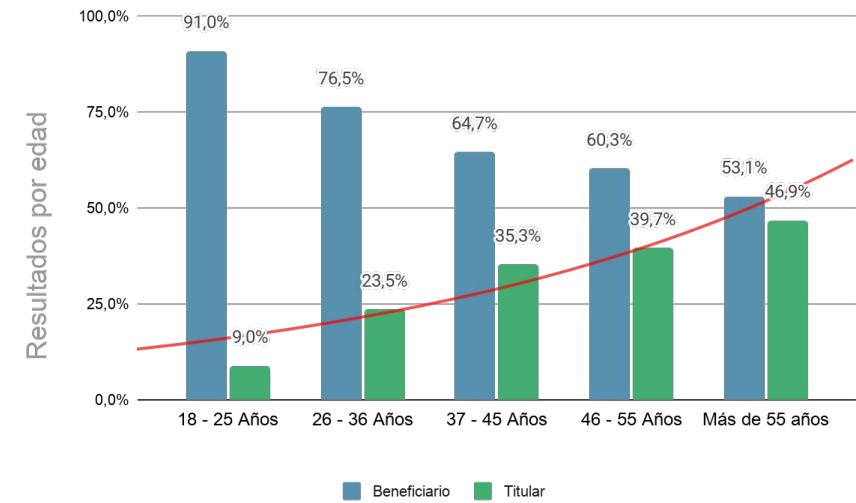
¿Tiene contratado un plan previsión exequial?



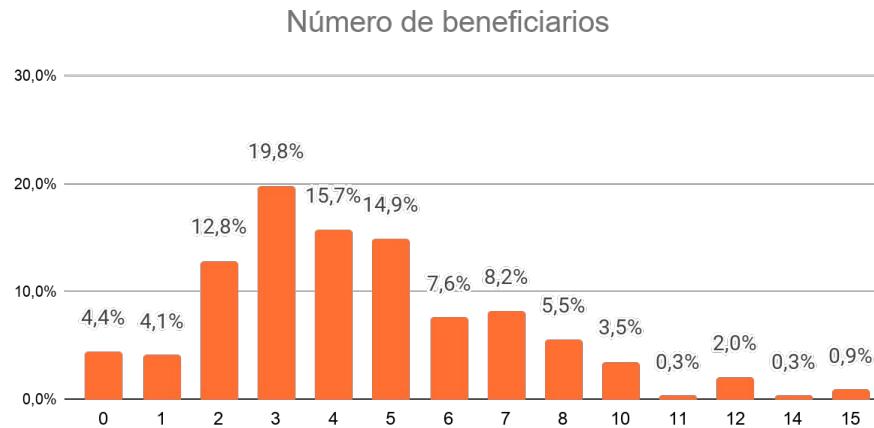
Es titular o beneficiario del plan

**Tendencias detectadas:**

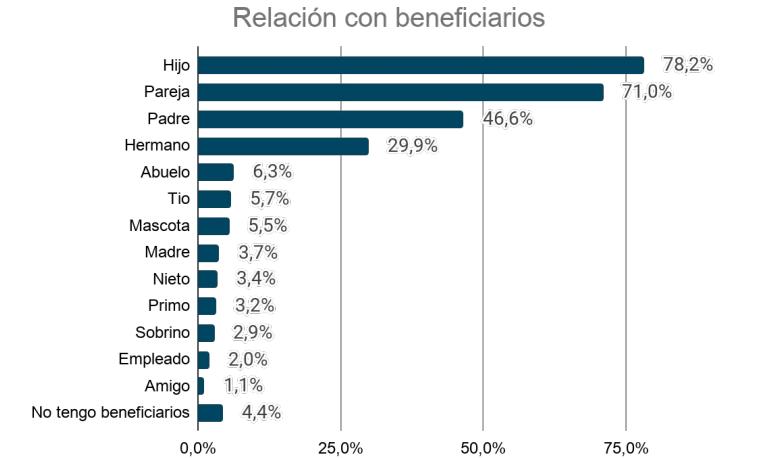
- Entre mayor es la edad es más probable que la persona sea el titular del plan.



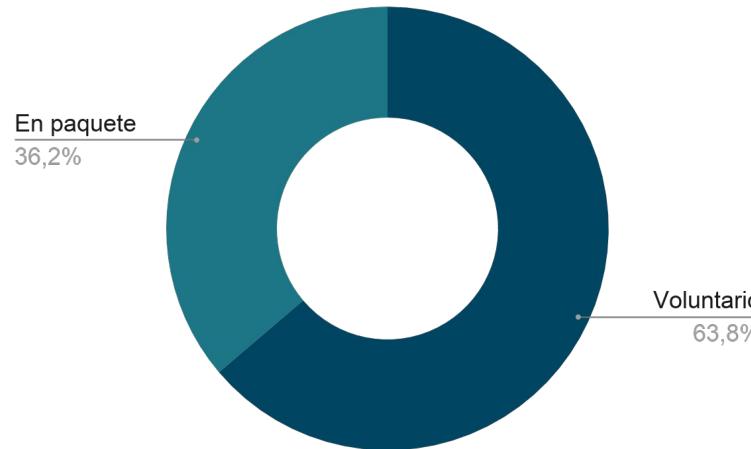
Cantidad y relación con los beneficiarios



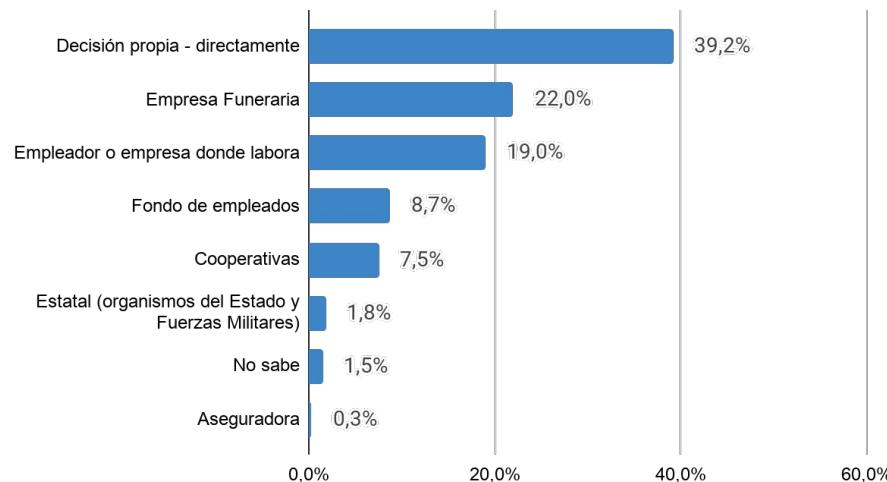
Pregunta realizada únicamente a las personas que manifestaron ser titulares de sus planes (28%)\*



¿Decisión voluntaria o venía incluido en un paquete?



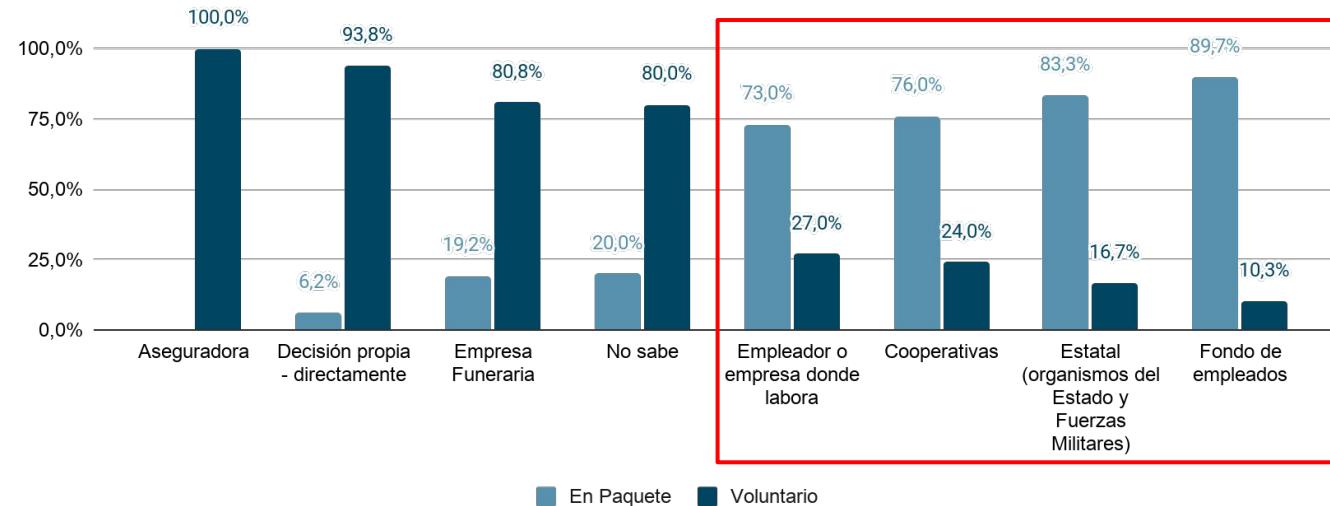
¿A través de qué entidad o empresa lo tiene?



Pregunta realizada únicamente a las personas que manifestaron ser titulares de sus planes (28%)\*

¿Tomó la decisión de adquirir el servicio voluntariamente o venía incluido en un paquete de servicios?, ¿A través de qué entidad o empresa lo tiene?

Relación tipo de paquete con entidad que le presta el servicio



Cómo se logra apreciar en la gráfica aquellos que contratan el servicio en paquete en su gran mayoría pertenecen a un rubro distinto a las empresas funerarias y aseguradoras donde la tendencia es a adquirirlo de manera voluntaria o decisión propia.

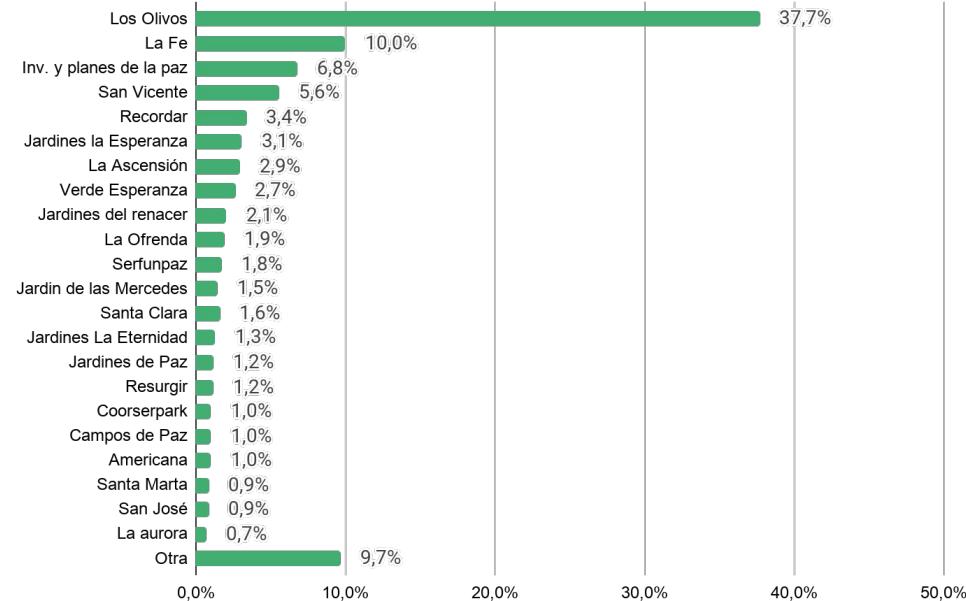
## Total País

¿Sabe que empresa funeraria le presta el servicio?



Pregunta realizada únicamente a las personas que manifestaron contratar el servicio por medio de una empresa funeraria (22%)\*

## Empresa funeraria que presta el servicio



## Productos o servicios funerarios conocidos



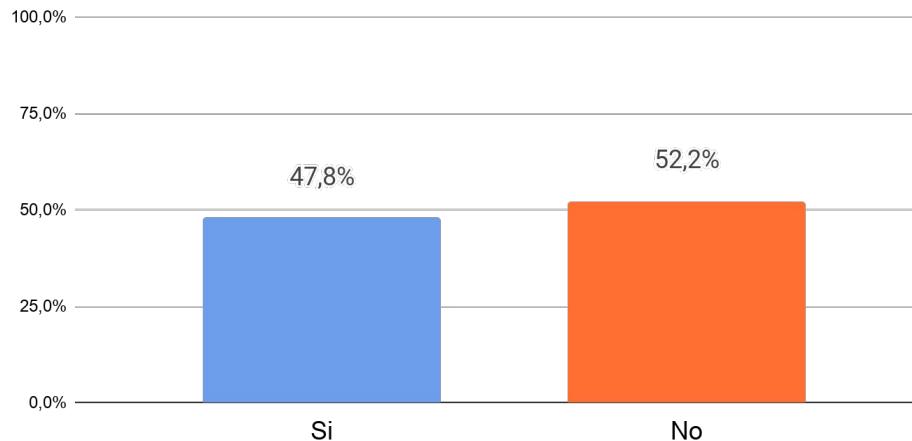
## Otros (Menos del 1,1%):

- Carroza funebre
- Planes para mascotas
- Vestimenta para el cuerpo
- Decoración Velorio
- Alquiler capilla
- Contrato sacerdote para misa
- Resomación / Hidrólisis alcalina
- Alquiler salón social
- Promoción / Entierro ecológico
- Cuenta de ahorros y T.C
- Tramitación para donación de órganos a hospitales.

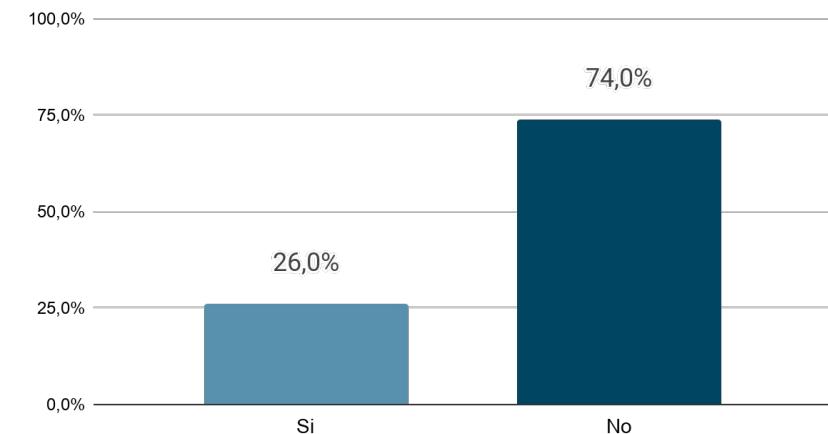
Alternativas a la cremación tradicional van apareciendo en la mente de las personas.

Habló de su voluntad al momento de fallecimiento

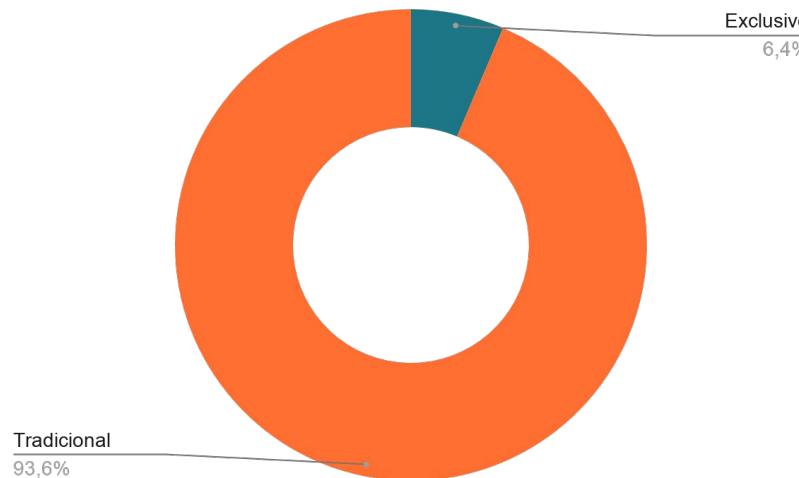
¿Ha hablado con su familia de su voluntad de las disposiciones funerarias al momento de su fallecimiento?



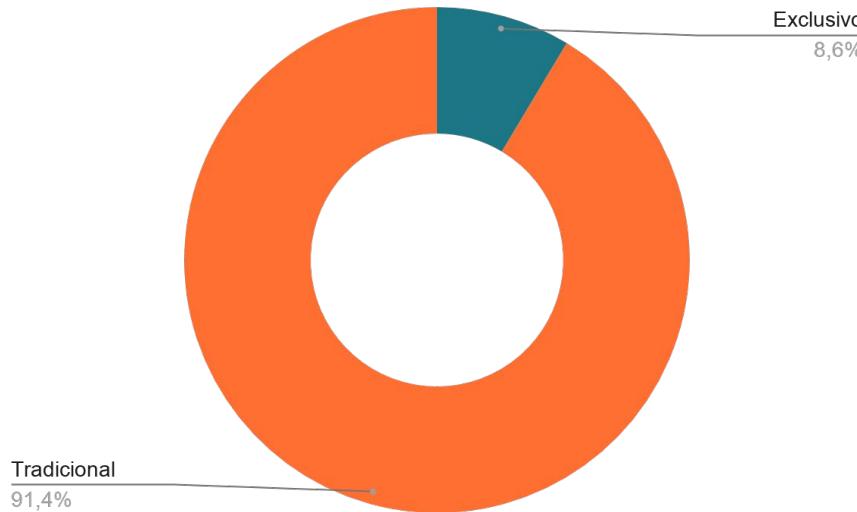
¿Ha donado/aportado económicoamente al servicio funerario de algún conocido o familiar?



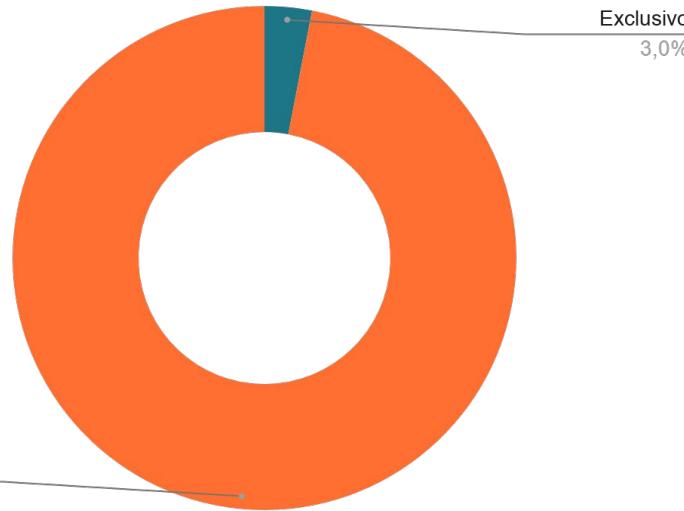
**Nota:** No se encontró variación significativa en aperturar por NSE\*

Ritual funerario para **ser querido****Si fuera exclusivo... ¿cómo se lo imagina?**

- “Con mariachis o su música favorita, algo feliz y no tan triste”
- “Que sus cenizas sirvieran como abono para plantar un árbol”
- “Subir a una montaña y lanzar las cenizas junto a su familia aplaudiendo”
- “En el mar lanzar las cenizas y rezar por él o ella junto a la familia en la playa”
- “Hacer un festín para que el alma del invitado disfrute antes de partir”
- “Hacer una fiesta en su nombre para que no nos vea tristes y sea amena su despedida”

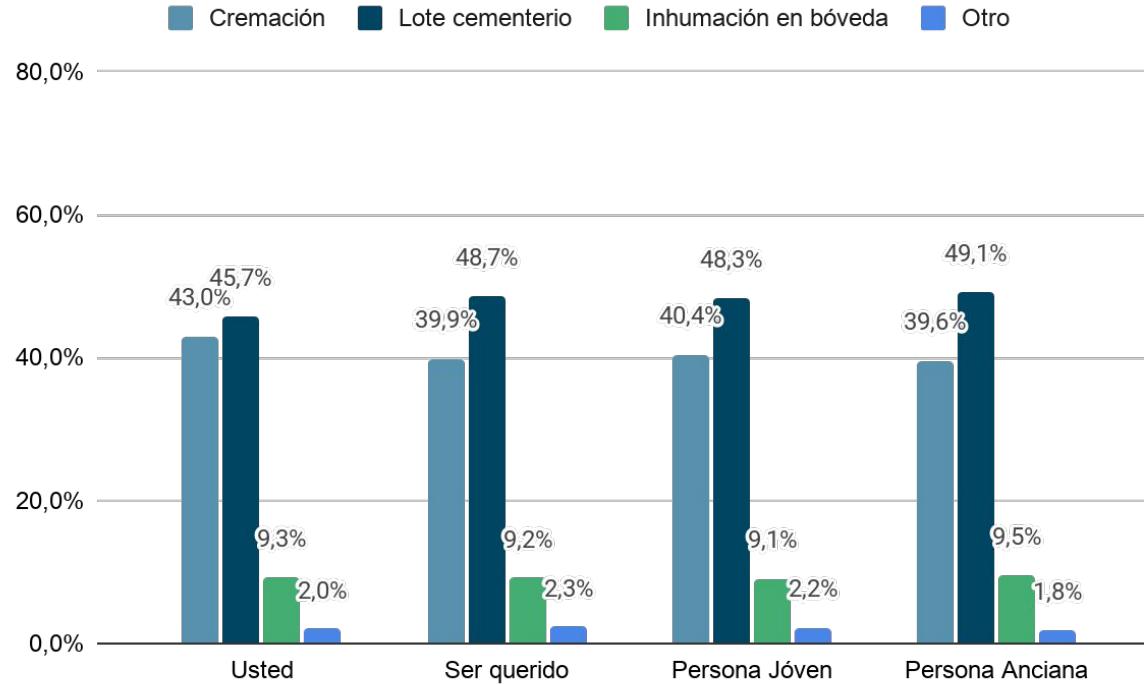
Ritual funerario para **una persona joven****Si fuera exclusivo... ¿cómo se lo imagina?**

- *"Una velación no tan triste y con todos sus amigos, algo alegre por que un niño es felicidad."*
- *"Ropa blanca todos ya que significa esperanza y con todos sus amigos"*
- *"Si fuera un amigo mío me gustaría que fuera con un partido de fútbol, algo donde todos sus amigos participen y lo recuerden"*
- *"Algo para apoyar a la madre que seguro es la que más sufriría, pueden ser llevarle flores a ella o hacerle algún tipo de regalo"*
- *"Que todos estemos vestidos con la camiseta del equipo que le gusta en caso de ser futbolera la persona"*

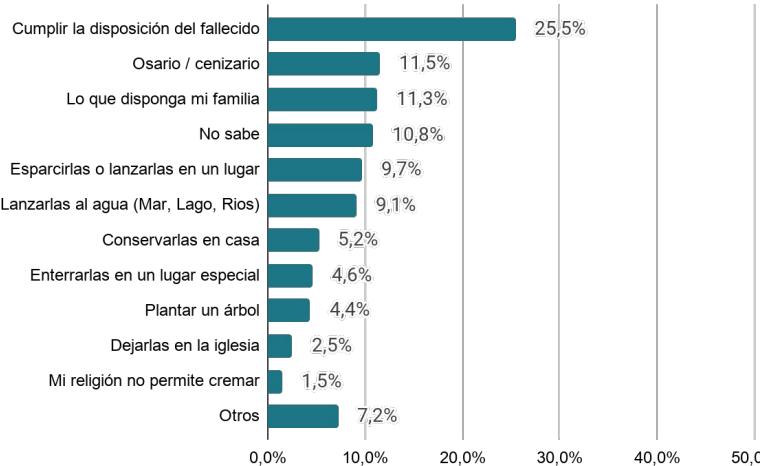
Ritual funerario para **una persona anciana****Si fuera exclusivo... ¿como se lo imagina?**

- *"De Pronto haciendo algo de su época, puede ser escuchando música de su tiempo"*
- *"Una reunión con todos sus familiares y amigos para contar las anécdotas que vivieron con él, que seguramente serán varias por su edad"*
- *"Con música instrumental en vivo ya que muchos ancianos disfrutan mucho este detalle"*
- *"Semipresencial, ya que seguro tendrá allegados de avanzada edad y no se puede tener mucho contacto con ellos en esta época."*
- *"Plantar un árbol con sus cenizas y que sus nietos escriban mensajes en el para recordarlo"*

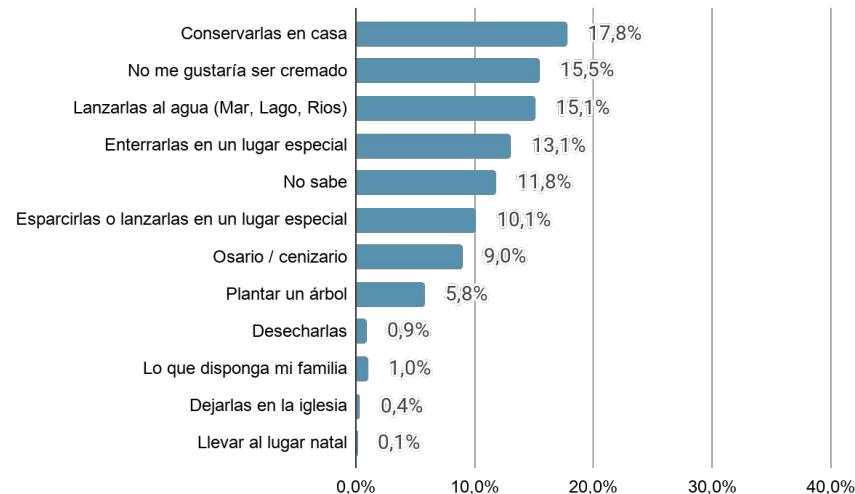
Preferencia disposición final según caso



¿Qué haría con las cenizas de un familiar cercano?



¿Qué le gustaría que hicieran con sus cenizas (De ser el caso)?

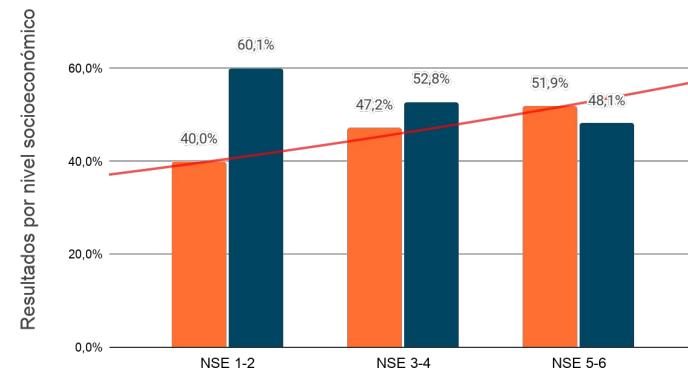
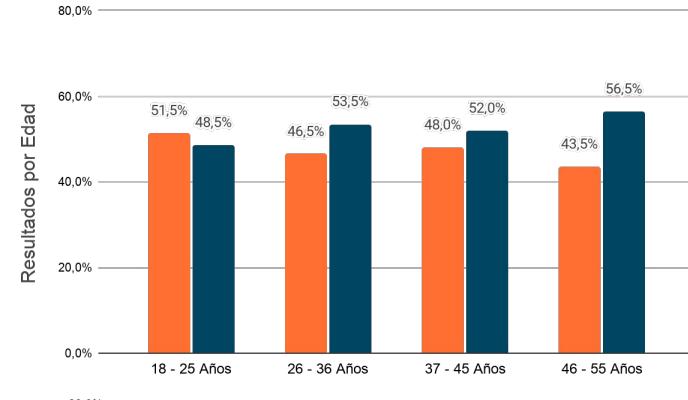


Servicio de previsión exequial para mascota

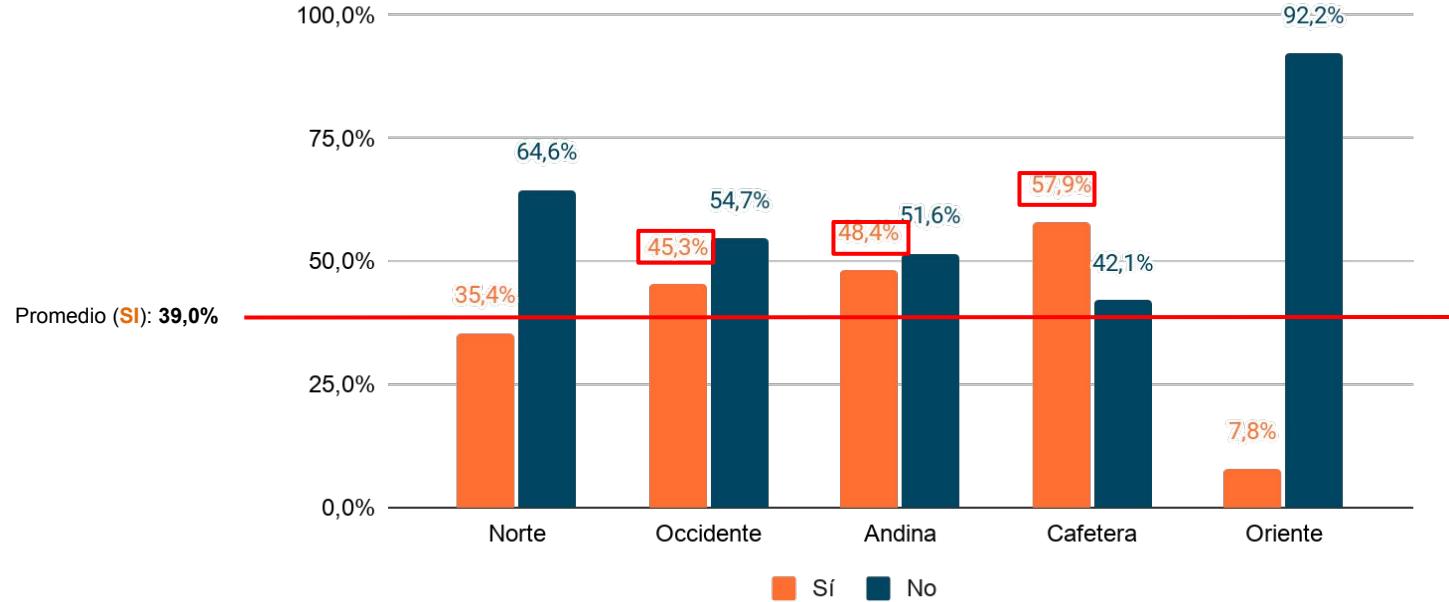
**Tendencias detectadas:**

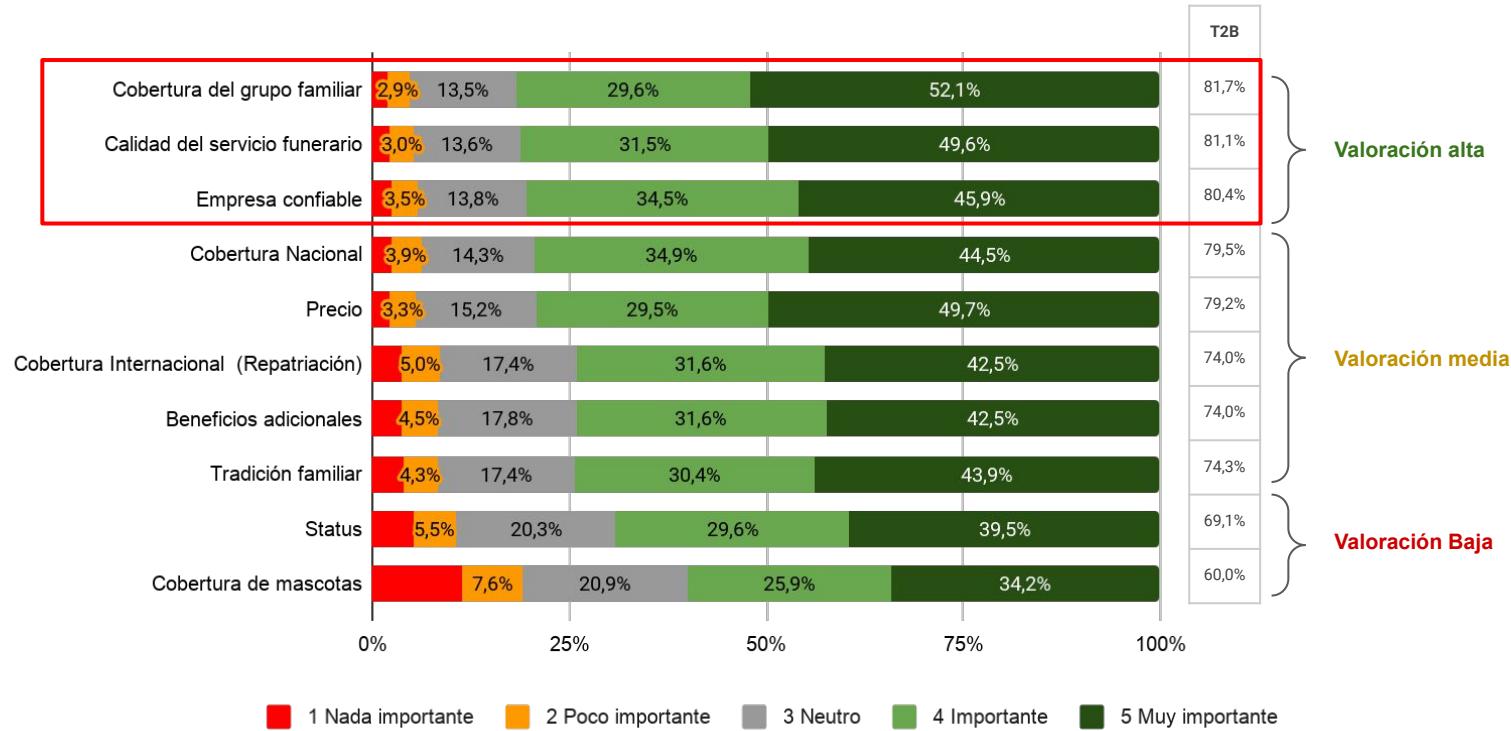
- Entre mayor sea el nivel socioeconómico es más probable que esté dispuesto a pagar un servicio de previsión exequial para su mascota.

¿Usted pagaría un servicio previsión exequial a su mascota?

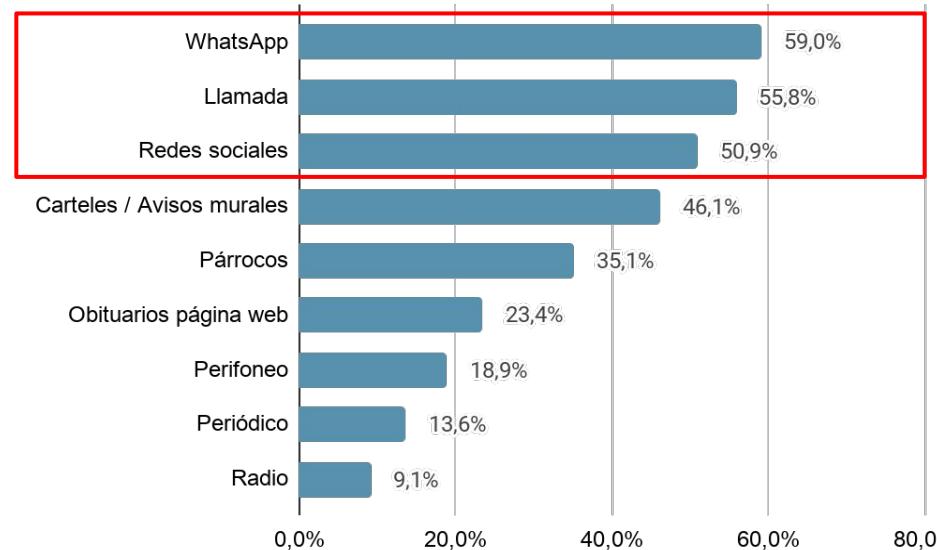


¿Usted pagaría un servicio previsión exequial a su mascota?





## Resultado General



## Algunos Insights:

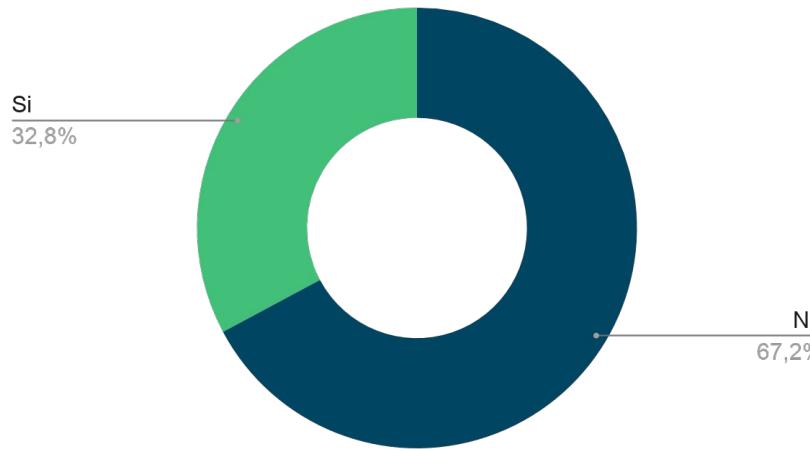
- El medio preferido para la mayoría es whatsapp.
- El medio preferido para los jóvenes (18 - 25 años) son las redes sociales.
- El medio preferido para las personas mayores de 55 años es llamada.

**Objetivo del capítulo:** Indagar cuales son las experiencias que han tenido con los servicios y prestadores de servicios funerarios.

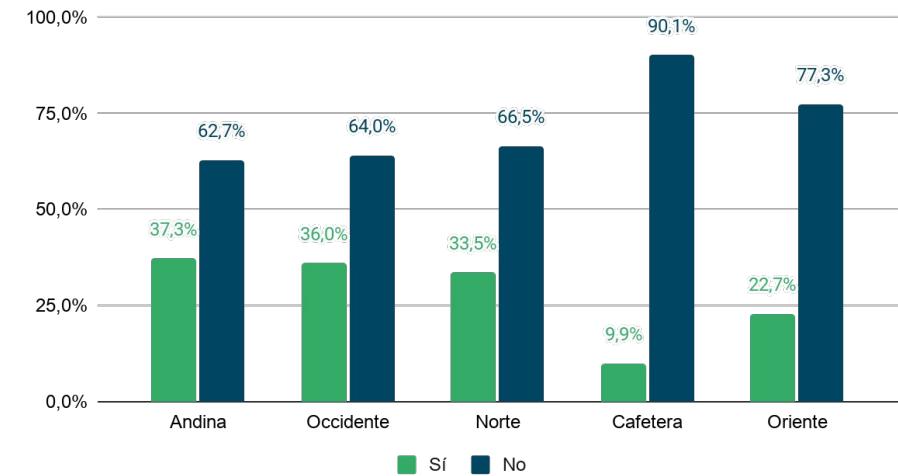
# Experiencia

- *Experiencia con servicios funerarios.*
- *Lo más valorado al momento de utilizar servicios funerarios.*
- *Gastos no previstos al momento de utilizar servicios funerarios.*
- *Mejoras en los componentes del servicio funerario.*
- *PQR'S Servicios funerarios.*
- *Contrato servicios funerarios de necesidad inmediata.*

¿Algún de su círculo cercano falleció hace menos de un año?



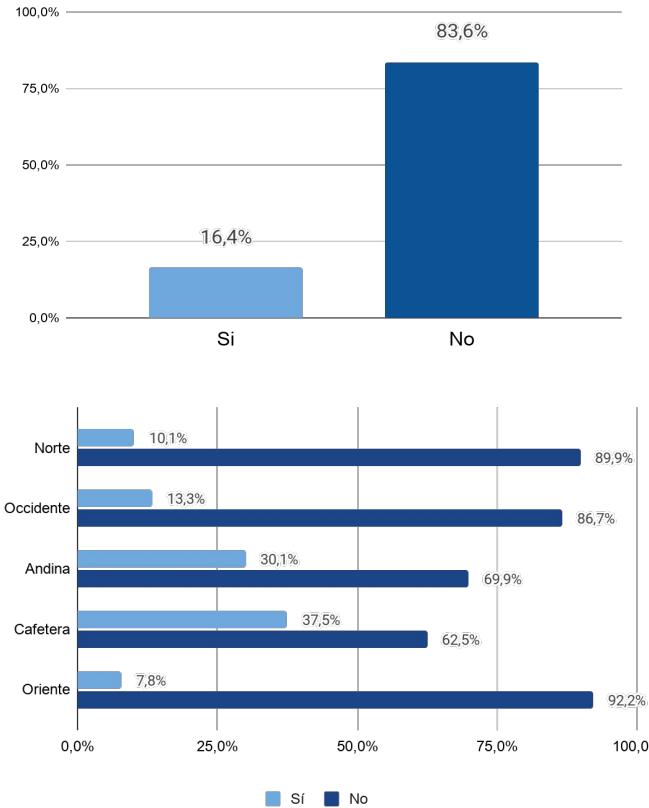
¿Algún de su círculo cercano falleció recientemente hace menos de un año?



# Experiencia

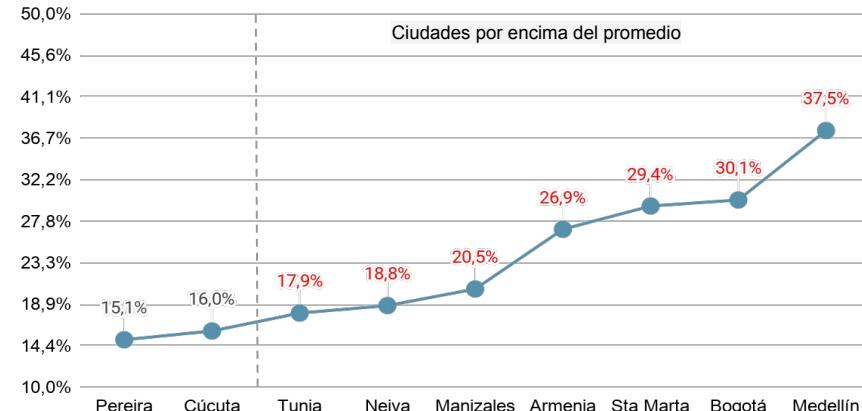
Experiencia con servicios funerarios

¿Usted ha contratado un servicio funerario?



¿Usted ha tenido que contratar alguna vez un servicio funerario?

¿Usted ha contratado un servicio funerario? / **Si**



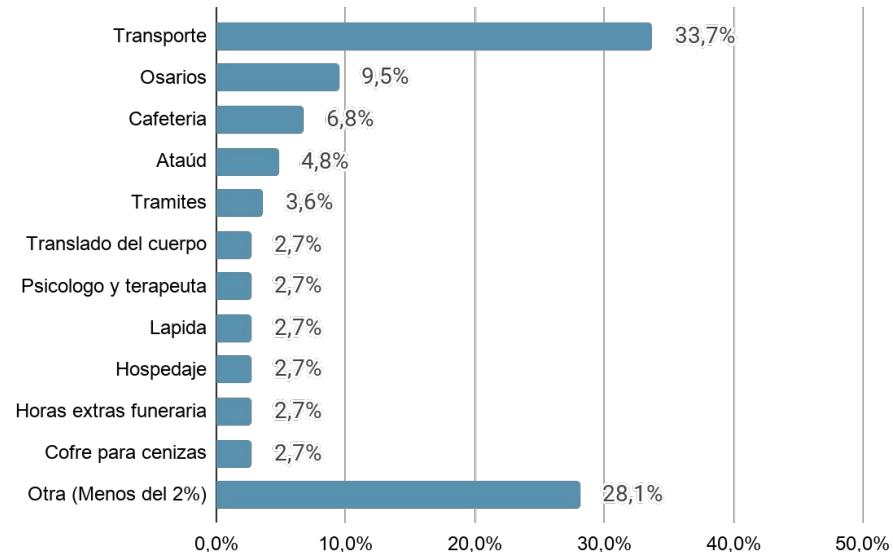
Gastos no previstos al momento de utilizar el servicio

¿Incurrió en gastos no previstos?



Pregunta realizada únicamente a las personas que manifestaron contratar alguna vez un servicio funerario (16%)\*

¿Qué tipo de gastos?

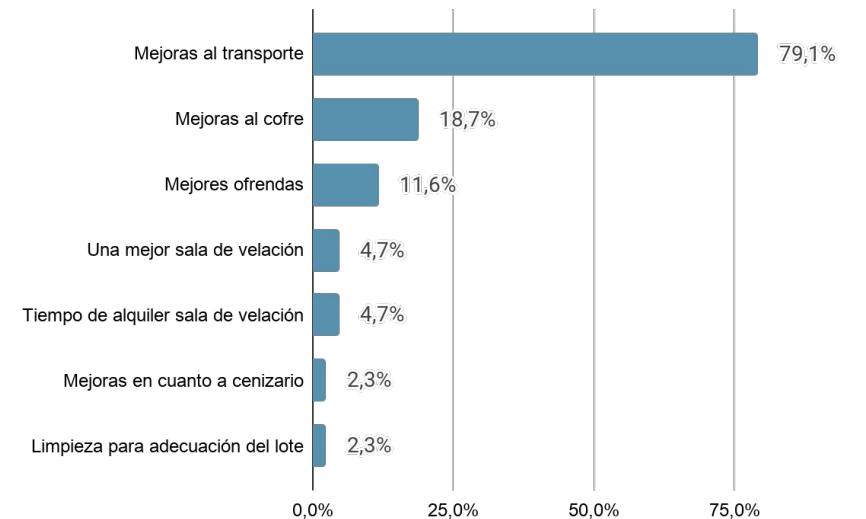


Mejoras en los componentes del servicio funerario

¿Incurrió en gastos extras / Adicionales ?



¿Qué tipo de gastos?



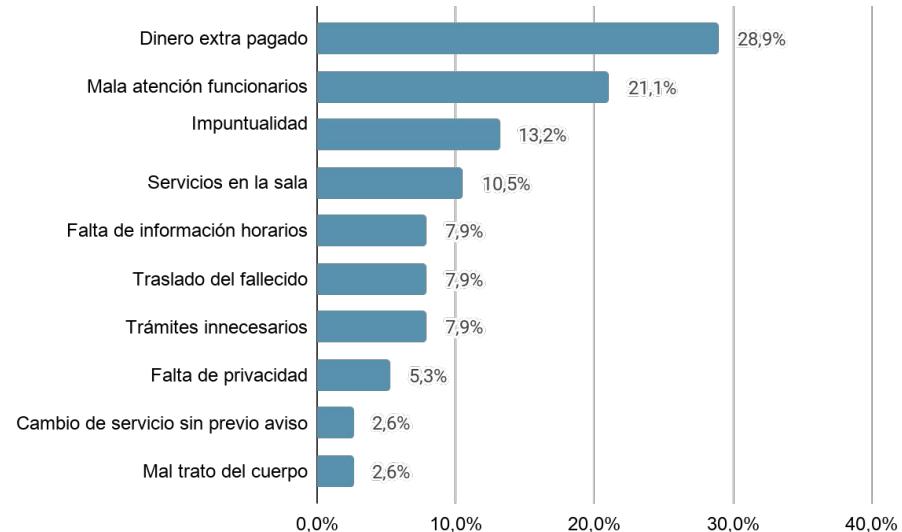
Pregunta realizada únicamente a las personas que manifestaron contratar alguna vez un servicio funerario (16%)\*

¿Incurrió en peticiones, quejas o reclamos?



Pregunta realizada únicamente a las personas que manifestaron contratar alguna vez un servicio funerario (16%)\*

¿Qué tipo de inconformidad?



¿Ha contratado un servicio funerario **con necesidad inmediata**?

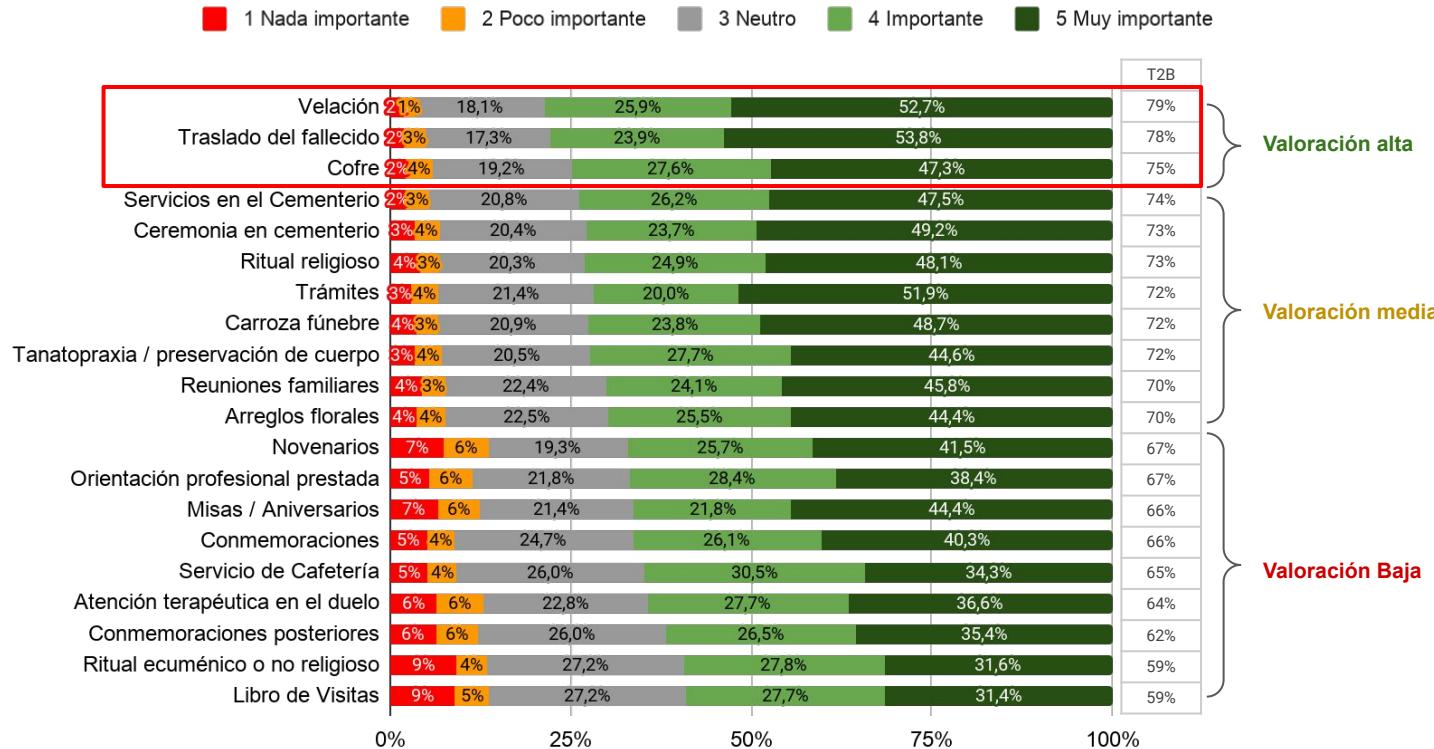


*Pregunta realizada únicamente a las personas que manifestaron contratar alguna vez un servicio funerario (16%)\**

**Principales motivos contratación servicio funerario de necesidad inmediata:**

- Muerte de un familiar / amigo de manera inesperada.
- Ayuda a un familiar o amigo que necesitaba la contratación de un servicio de manera inmediata dada causas similares pero no tenía recursos para adquirirlo.

Lo más valorado al momento de utilizar un servicio funerario



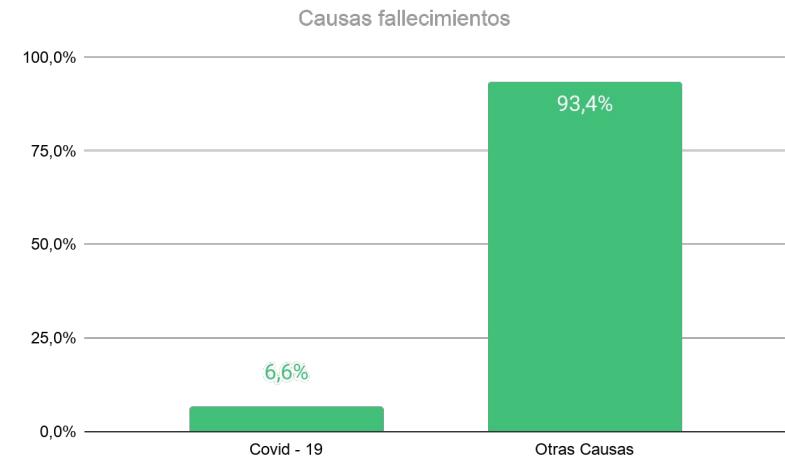
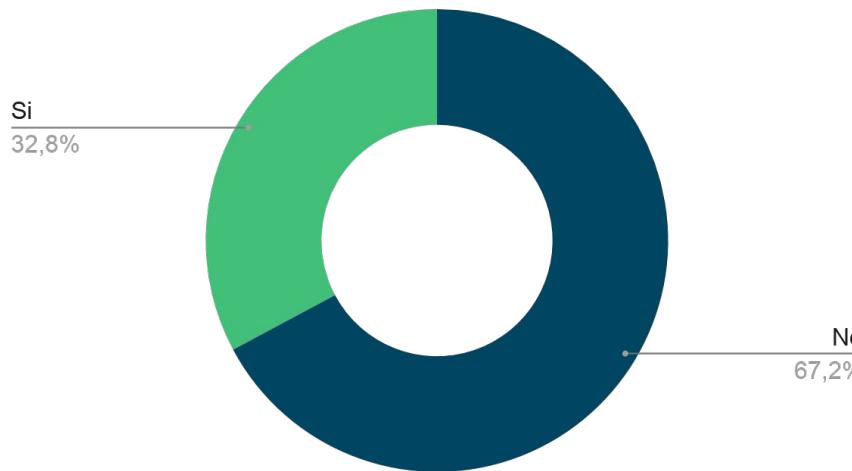
Pregunta realizada únicamente a las personas que manifestaron contratar alguna vez un servicio funerario (16%)\*

**Objetivo del capítulo:** Conocer el comportamiento y expectativas sobre el uso de los servicios funerarios en el actual momento de pandemia.

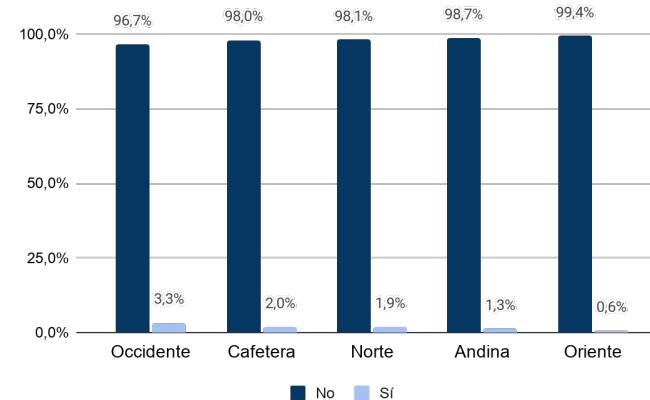
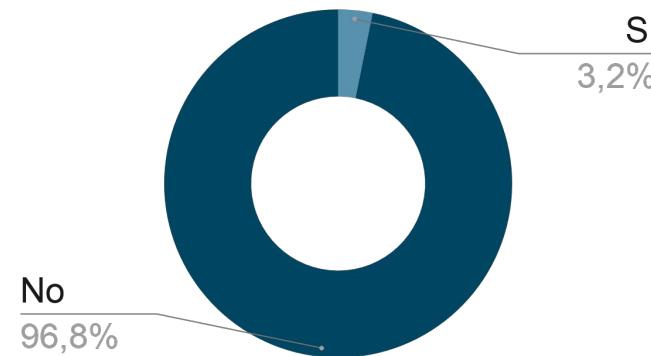
# Adicional: Pandemia

- *Muertes relacionadas al Covid - 19.*
- *Necesidad plan de previsión exequial debido a la pandemia.*
- *Disposición final y congregación allegados fallecidos por Covid - 19.*
- *Servicios a utilizar y cultos a realizar tras fallecimiento por Covid - 19.*

¿Alguien de su círculo cercano falleció hace menos de un año?



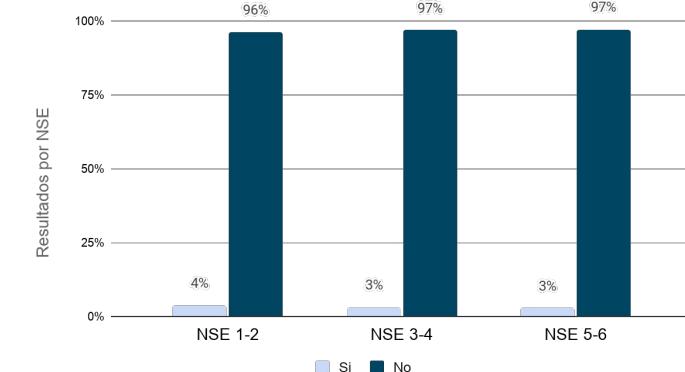
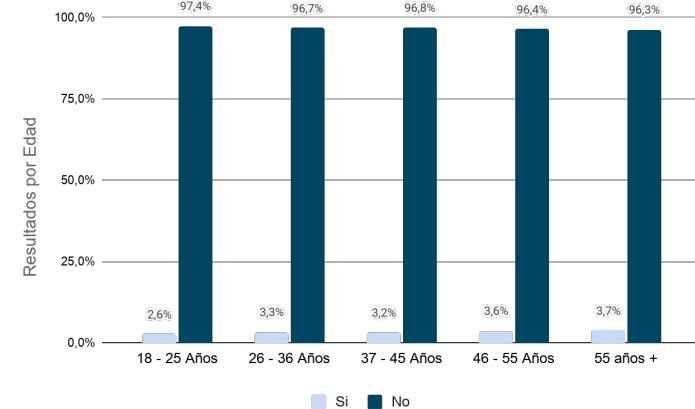
¿Adquirió usted recientemente un plan de previsión exequial debido a la pandemia?



Adquirió usted recientemente un plan de previsión exequial debido a la pandemia del Covid - 19?

## Adicional: Pandemia

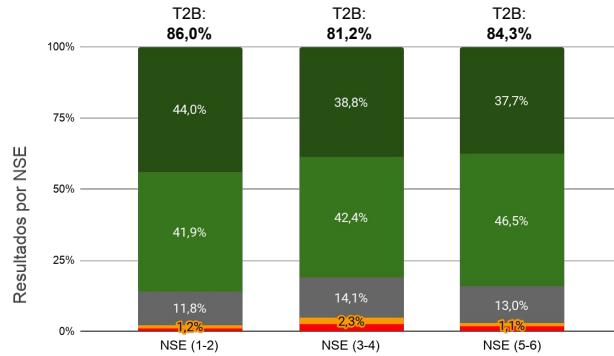
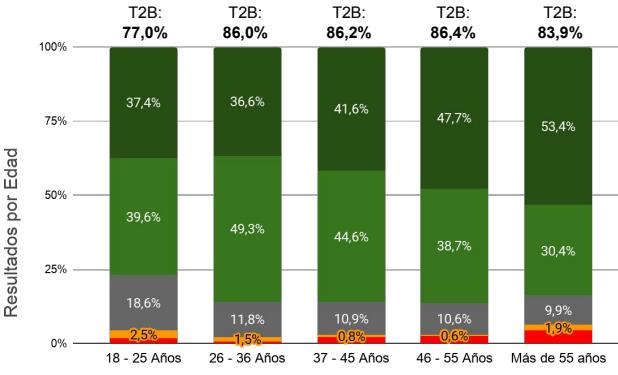
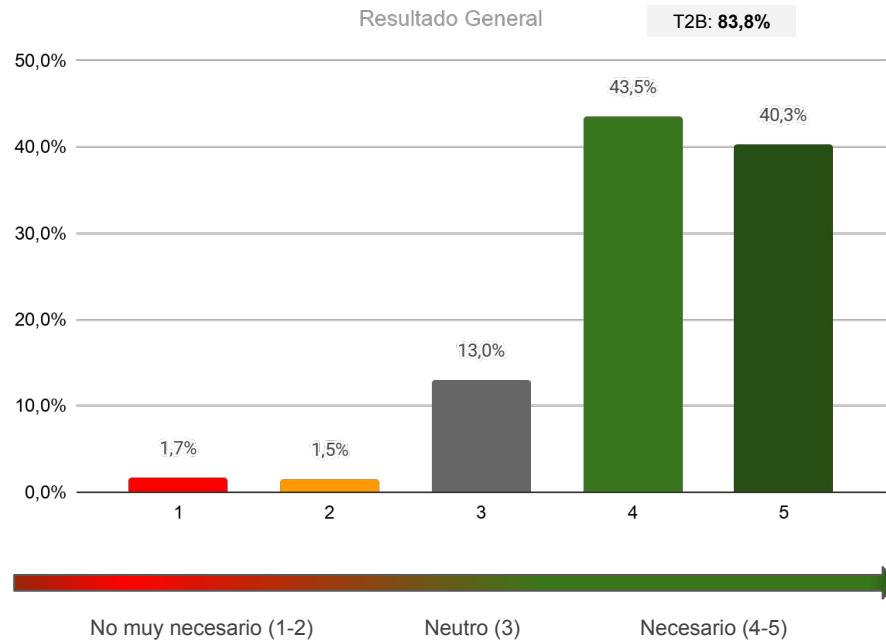
Necesidad seguro previsión exequial debido a la pandemia



# Adicional: Pandemia

Necesidad plan previsión exequial debido a la pandemia

¿Qué tan necesario considera es un plan de previsión exequial hoy en día debido a la pandemia del Covid - 19?

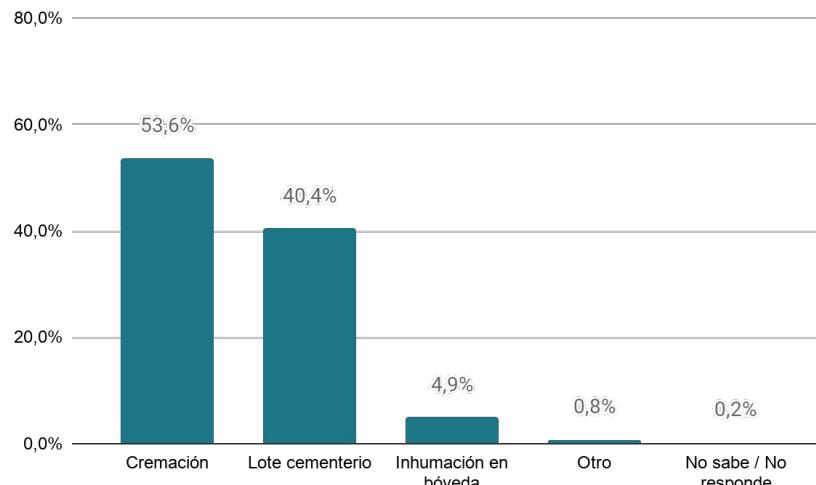


■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

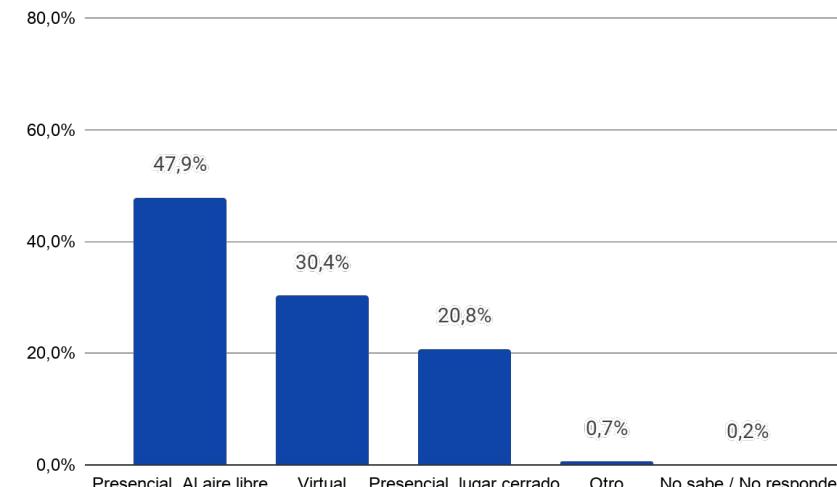
Califique de 1 a 5 siendo 1 nada Necesario 5 muy Necesario ¿Qué tan necesario considera es un plan de previsión exequial hoy en día debido a la pandemia del Covid - 19?

Disposición final y congregación allegados fallecidos por Covid - 19

Si un ser querido llegase a fallecer debido al Covid - 19 ¿cuál quisiera fuera la disposición final para este?,

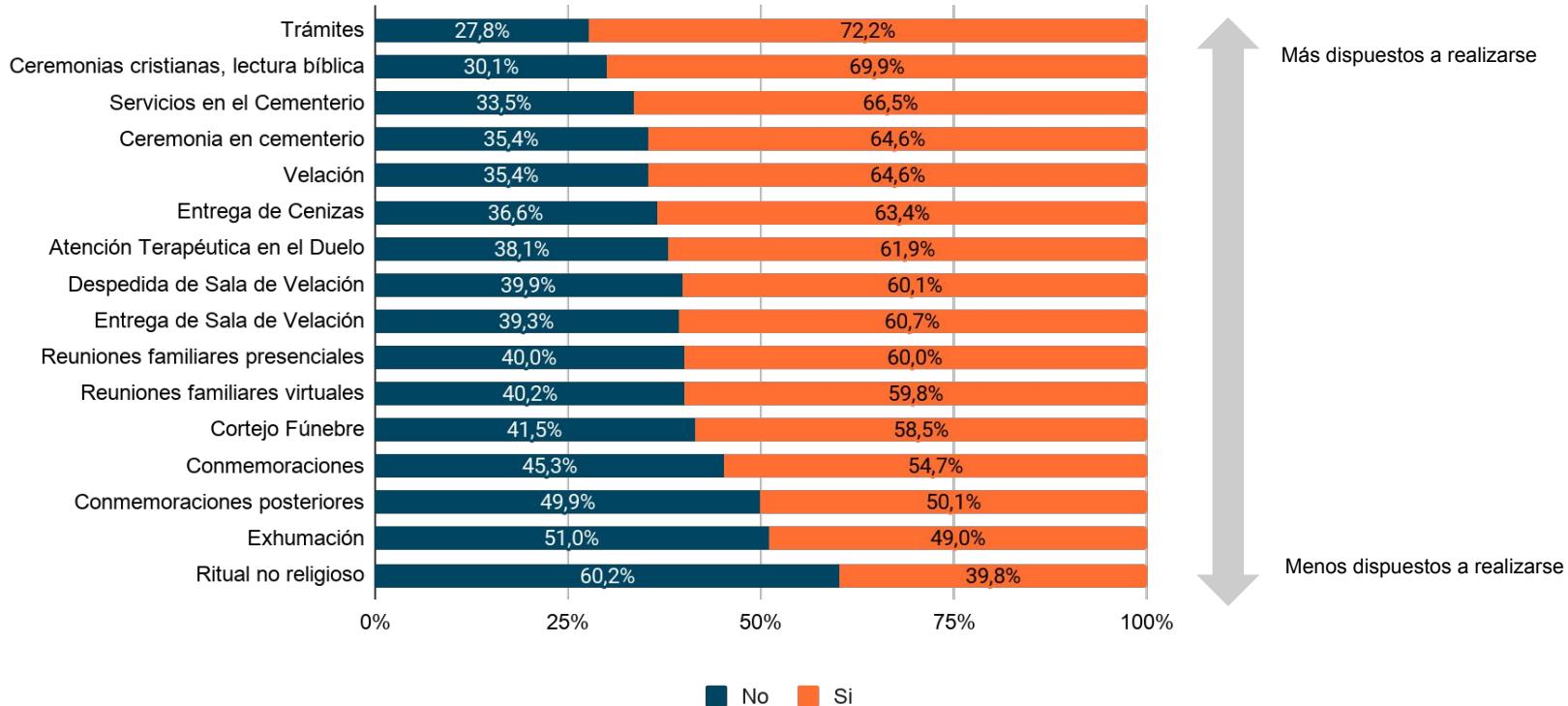


¿ Cómo preferiría que fuera la congregación de los allegados a un ser querido tras fallecer debido al Covid - 19?



Servicios a utilizar y cultos a realizar tras fallecimiento por Covid - 19

¿Utilizará alguno de estos servicios o realizaría alguno de estos cultos  
tras el fallecimiento de un ser querido debido al Covid - 19?



¿Selecciones Sí /No, si utilizaría alguno de estos servicios o realizaría alguno de estos cultos tras el fallecimiento de un ser querido debido al Covid - 19?

**Objetivo del capítulo:** Elementos más importantes identificados que permitan un mejor entendimiento de la categoría.

# Hallazgos y Conclusiones

Análisis elementos relacionados a la oferta del servicio funerario

## Importancia elementos oferta servicio funerario vs satisfacción tras experiencia



	Atributo	Importancia componentes servicios funerarios (T2B)	Satisfacción tras experiencia con elementos del servicio funerario. (T2B)	Ptos %
A	Trámites	77%	72%	-5%
B	Traslado del fallecido	80%	78%	-2%
C	Tanatopraxia	76%	72%	-4%
D	Cofre	74%	75%	1%
E	Velación	76%	79%	2%
F	Arreglos florales	68%	70%	2%
G	Servicio de Cafetería	66%	65%	-2%
H	Libro de Visitas	60%	59%	-1%
I	Ritual religioso	73%	73%	0%
J	Ritual no religioso	58%	59%	1%
K	Carroza fúnebre	73%	72%	-1%
L	Ceremonia en cementerio	74%	73%	-1%
M	Servicios en el Cementerio	76%	74%	-2%
N	Conmemoraciones	69%	66%	-2%
O	Misas / Aniversarios	69%	66%	-3%
P	Novenarios	67%	67%	0%
Q	Reuniones familiares	72%	70%	-2%
R	Orientación profesional prestada	72%	67%	-6%
S	Atención terapéutica en el duelo	71%	64%	-6%
T	Conmemoraciones posteriores	66%	62%	-4%

 Interpretación de resultados. [Click aquí](#)

## Aspectos a mejorar o fortalecer la comunicación dentro de la experiencia del consumidor frente a:

- En el uso del **libro de Visitas**
- En **ritual no religioso**
- En **conmemoraciones posteriores**
- En la **atención terapéutica en duelo**
- En el **servicio de cafetería**
- En **misas / Aniversarios**
- En **conmemoraciones**
- En **novenarios**
- En la **orientación profesional**

Los anteriores corresponden a atributos con calificación por debajo del promedio por lo que necesitan ser mejorados o fortalecidos para mejorar la experiencia del consumidor.

## Hallazgos y conclusiones

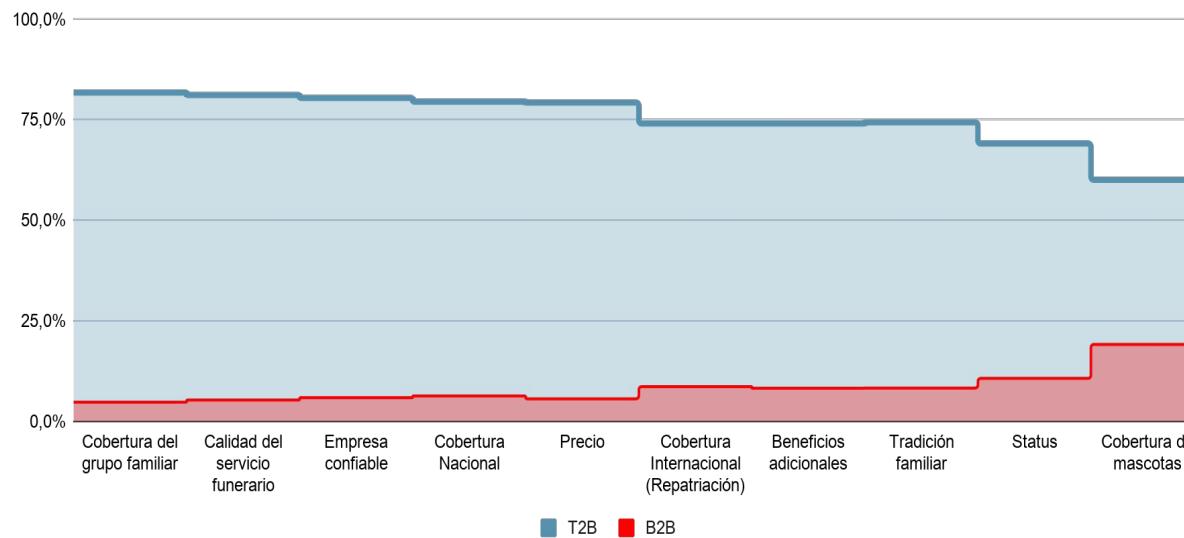
### Experiencia del cliente

	Atributo	Importancia componentes servicios funerarios (T2B)	Satisfacción tras experiencia con elementos del servicio funerario. (T2B)	Ptos %
A	Trámites	77%	72%	-5%
B	Traslado del fallecido	80%	78%	-2%
C	Tanatopraxia	76%	72%	-4%
D	Cofre	74%	75%	1%
E	Velación	76%	79%	2%
F	Arreglos florales	68%	70%	2%
G	Servicio de Cafetería	66%	65%	-2%
H	Libro de Visitas	60%	59%	-1%
I	Ritual religioso	73%	73%	0%
J	Ritual no religioso	58%	59%	1%
K	Carroza fúnebre	73%	72%	-1%
L	Ceremonia en cementerio	74%	73%	-1%
M	Servicios en el Cementerio	76%	74%	-2%
N	Conmemoraciones	69%	66%	-2%
O	Misas / Aniversarios	69%	66%	-3%
P	Novenarios	67%	67%	0%
Q	Reuniones familiares	72%	70%	-2%
R	Orientación profesional prestada	72%	67%	-6%
S	Atención terapéutica en el duelo	71%	64%	-6%
T	Conmemoraciones posteriores	66%	62%	-4%

# Hallazgos y conclusiones

Entendimiento factores importantes al momento de contratar un plan de previsión exequial

Factores considerados previo a contratar un plan de previsión exequial



**Cobertura Familiar**

**Servicio de calidad**

**Empresa confiable**

**Cobertura nacional**

**Precio**

**Cobertura internacional**

**Beneficios adicionales**

**Tradición familiar**

**Status**

**Cobertura mascotas**



## FORTALEZAS

- Amplia oferta de servicios dentro de los planes existentes.
- Múltiples opciones de paquetes que satisfacen necesidades generales y específicas. (Coberturas, asistencia especiales, psicólogos, etc.)
- Innovación constante (Cobertura mascotas, Posibilidad de rituales exclusivos o distintos, etc)

## DEBILIDADES

- Cerca de la mitad de las personas que tienen el servicio no conocen empresas funerarias que prestan el servicio y la recordación de los que se acuerdan se centra casi siempre en la más popular.
- Cerca de la mitad de las veces tras la experiencia el personal de atención no es percibido como cercano o sensible.

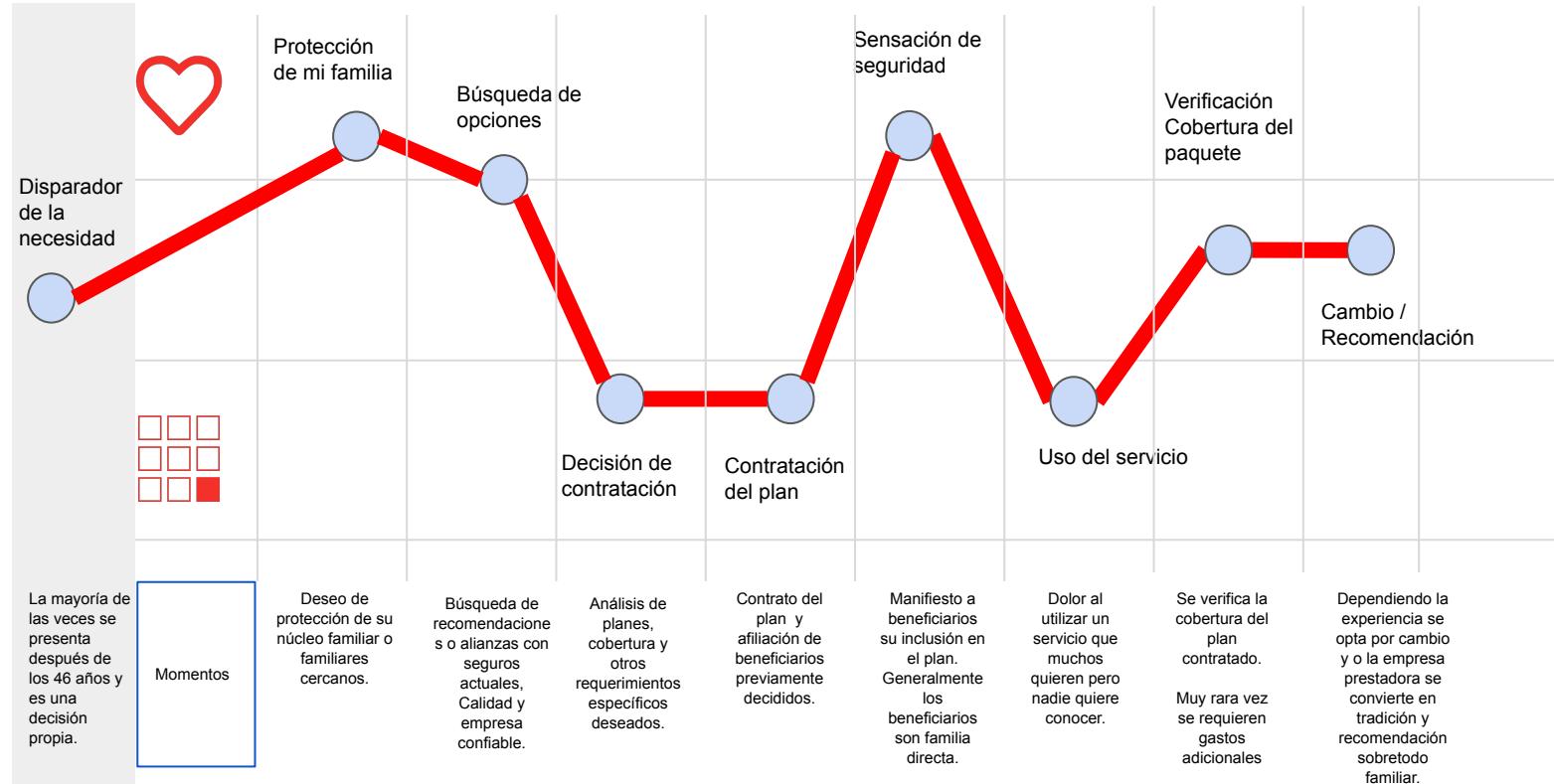
## OPORTUNIDADES

- La pandemia deja una sensación sobre la búsqueda de proteger a los tuyos.
- Los servicios son amplios pero no se tienen muchos factores diferenciadores con respecto a la experiencia del usuario en situaciones anexas al uso del mismo (Ej: Cafetería, Asistencia en conmemoraciones posteriores, etc.)

## AMENAZAS

- Clientes focalizados a partir de ciertas edades, jóvenes muy alejados al tema y sin deseos de contratación a largo plazo esto más que todo debido a que se sienten muy conformes siendo beneficiarios como para acceder a titulares en un futuro.

Se deben construir los momentos racionales de manera deliberada. Los emocionales deben ser CONCRETOS



# Gracias

Views Colombia  
Calle 100 N° 23-44  
Bogotá

## Contacto

Felipe Acosta  
Cel 3182895431  
[felipe.acosta@views.co](mailto:felipe.acosta@views.co)