

SERVICIOS FUNERARIOS



PANASEF presenta los datos económicos y sociales de la actividad funeraria en España

Con motivo de la festividad de Todos los Santos, la Asociación Nacional de Servicios Funerarios, que representa a las empresas prestadoras del 70% de los servicios funerarios en España, ha presentado su informe anual, a modo de radiografía, con los datos que giran en torno a la actividad funeraria.

Según detalla el informe, durante 2016 han fallecido 409.099 personas (209.144 mujeres y 213.132 hombres), un 3,12% menos que en el año anterior, en el que fallecieron 422.276, cifra récord desde que existen datos oficiales en nuestro país.

La facturación de las 1.404 empresas funerarias que operan en España durante el año 2016 también ha descendido. Al permanecer el coste de los servicios estables y ante el descenso de la mortalidad respecto al año anterior, la facturación del sector ha sido de 1.430 millones de euros respecto a los 1.471 millones del año anterior. "Al contrario de lo que pudiera parecer, el volumen de facturación no corresponde exclusivamente a la facturación de empresas funerarias en sentido estricto, sino que en ella intervienen hasta 9 agentes económicos diferentes como floristerías, aseguradoras, medios de comunicación, empresas de catering, etc.", explica Juan Vicente Sánchez-Araña, presidente de PANASEF.

El coste medio de un funeral está compuesto en un 49% por el coste de los servicios funerarios en sentido estricto, un 15% de servicios complementarios (certificados y tasas, iglesia, coronas, lápidas, esquelas, etc.), un 19% por los costes de la inhumación o incineración y un 17% de impuestos indirectos (IVA). Según datos de ICEA, el 58,84% de las defunciones

son cubiertas por pólizas de compañías de seguros. En este contexto, las principales compañías aseguradoras se están integrando verticalmente en el mercado de empresas funerarias, lo que apunta a un incremento paulatino y constante de la concentración.

El mercado funerario movió en 2016 en España más de 1.400 millones de euros, un 0'13% del PIB

Continúa el incremento de las cremaciones

El número de familias que optan por la cremación frente a la inhumación continúa en aumento. Durante 2016, el 40,33% de los fallecidos fueron incinerados y se estima que en el año 2025 esta opción alcance el 60%.

Para poder cubrir esta creciente demanda, nuestro país dispone de 380 hornos crematorios, el número de hornos más alto de toda Europa. Esta infraestructura permitiría 1.520 incineraciones/día, cuando sólo existen 452 cremaciones diarias de media, lo cual implica más de un 300% de sobrecapacidad.



Satisfacción de las familias

En el informe presentado por PANASEF se han incorporado los datos elaborados por una empresa externa sobre la satisfacción de las familias que hacen uso de los servicios funerarios. Para ello se ha utilizado el modelo NPS (Net Promoter Score) y se ha encuestado a más de 40.000 familias.

Según los datos obtenidos, el 97% de las familias encuestadas puntúan el servicio de las empresas funerarias con un 7 o más, frente a un 3% de usuarios que opinan que en el servicio recibido había algún aspecto que mejorar. Entre los motivos que más valoran los usuarios encontramos el trato humano recibido, la profesionalidad en las gestiones y la calidad de las instalaciones funerarias.

10 empleados por fallecimiento

El sector funerario emplea a 11.126 trabajadores, de los cuales más del 26% son mujeres y casi el 74% son varones. En España fallecen 1.120 personas diariamente, en consecuencia el sector cuenta con casi diez empleados por fallecimiento diario.

Cada día, la mujer está desempeñando un papel más relevante en el sector. Actualmente, las tareas administrativas y de atención al cliente son ocupadas principalmente por mujeres y se están incorporando a otros puestos como operarias funerarias y tanatopractoras. Aun cuando hay mucho camino por recorrer, las mujeres ya ocupan el 19% de los puestos de alta dirección, una cifra que crece cada día

El sector asegurador canaliza el 60% de los sepelios en España

El seguro juega un papel destacado en los sepelios en España. Así lo demuestran las cifras: el pasado año el sector asegurador se hizo cargo del entierro de 243.000 personas, lo que supone el 60% de los fallecidos en el país. Esta es una de las conclusiones que se desprenden del Informe Estamos Seguros 2016 elaborado por UNESPA.

El seguro de decesos es, por detrás del de automóviles, el ramo con mayor capilaridad en España. No en vano, 21 millones de personas de los 46,5 millones de residentes en el país están protegidas por una de estas pólizas, de acuerdo

con datos recabados por ICEA, representando el 44,5% de la población. Como en el mercado hay 8 millones de pólizas, existe una media de 2,6 asegurados por contrato. Este dato refrenda

Los índices de suscripción más altos de este producto se dan pasados los 45 años y, muy especialmente, en la vejez

el carácter familiar de este producto.

Según el informe de UNESPA, la implantación del seguro de decesos es particularmente destacada en Extremadura, donde el 70,2% de la gente se encuentra cubierta. Le siguen por relevancia Asturias (64,1%) y Anda-

lucía (60,5%). También apunta el estudio que incluso en las regiones donde el seguro de decesos tiene un peso comparativamente bajo, su presencia sigue siendo perceptible. Es el caso, por ejemplo, de Baleares (22%), Navarra (23,2%) y La Rioja (29%), siendo estas comunidades autónomas las que presentan algunas de las tasas de crecimiento en la contratación más elevadas en el último año.

Los índices de suscripción más altos de este producto se dan pasados los 45 años y, muy especialmente, en la vejez. No obstante, el seguro de decesos también está bastante presente

entre los niños y la gente joven. Las tasas de aseguramiento entre las cohortes de población menores de 30 años oscilan entre el 20% y el 40%, aproximadamente.

El citado informe pone de manifiesto que la inmensa mayoría de las inhumaciones (165.000) se produjeron en la misma localidad donde ocurrió el fallecimiento. En 78.000 casos, un 32% del total, fue preciso trasladar el cadáver de una población a otra dentro del territorio nacional. Asimismo, hubo 715 personas que fallecieron en el extranjero y cuyos cuerpos fueron repatriados.

El seguro de decesos es, por detrás del de automóviles, el ramo con mayor capilaridad en España

Entrevista JUAN VICENTE SÁNCHEZ-ARAÑA PRESIDENTE DE PANASEF

“Uno de los objetivos de PANASEF es la profesionalización del sector funerario”



PANASEF es la asociación que representa a las empresas prestadoras del 70% de los servicios funerarios en España. Constituida hace 20 años, tiene por misión la defensa de los intereses de sus asociados, así como el fomento de la profesionalización del sector funerario, y el fomento de la normalización, la realización de buenas prácticas y la defensa de los usuarios de los servicios funerarios. Juan Vicente Sánchez-Araña, su presidente, afirma que “el objetivo de Panasef es crear un entorno de trabajo adecuado con el fin último de ofrecer el mejor servicio a las familias”.

presa externa ha presentado un informe basado en NPS (tipo de encuesta que mide el nivel de satisfacción y recomendación de un producto o servicio) sobre el sector funerario fundamentado en 40.000 entrevistas telefónicas a familias y los datos extraídos son importantes.

Según este estudio, el 97% de las familias que han usado nuestros servicios recientemente se muestran satisfechas o muy satisfechas con el trato recibido por parte de las empresas funerarias y recomendarían el servicio que han recibido.

Estos datos nos alientan a seguir trabajando en la dirección que se ha marcado el sector: queremos seguir mejorando y creciendo

Un servicio básico y cotidiano como éste requiere además de una sensibilidad especial por ser un momento delicado para las familias. ¿Qué importancia tiene contar con un equipo humano profesional y cualificado?

Para nosotros el trabajo diario de los funerarios es nuestro mayor valor. Ellos trabajan en situaciones muy complicadas y por ello es necesario

contar con profesionales bien formados y preparados. Estamos muy implicados en la formación de calidad, a todos los niveles, de los diferentes profesionales que intervienen en la prestación de un servicio funerario.

Hace un par de meses sufrimos un grave atentado terrorista en Barcelona y los funerarios realizaron un excelente trabajo. Algunas empresas, tras esos días, organizaron un taller de ayuda psicológica donde los trabajadores, de manera voluntaria, podían participar y aliviar la carga emocional que habían sufrido esos días. Éste es un ejemplo de cómo hay que contar con un equipo humano formado y profesional.

Por último, Panasef acaba de presentar un estudio titulado Radiografía del Sector Funerario 2017 con datos sectoriales del sector funerario. Y uno de esos datos hace referencia precisamente a la formación de los trabajadores. Durante 2016, el 54,30% de los trabajadores funerarios participaron en alguna actividad formativa relacionada con el sector.

Como ves, es un tema que nos preocupa mucho a las empresas funerarias.

¿En qué nuevos proyectos están inmersos? ¿Cuáles son las novedades en las que están volcando sus esfuerzos?

Uno de los proyectos en los que estamos más ilusionados es en el Fórum Panasef. Se trata de un evento abierto a la sociedad que se celebrará en Zaragoza del 25 al 27 de octubre de 2018.

A través de diversas actividades, como exposiciones, talleres infantiles, música, gastronomía, cine, demostración de arte floral..., queremos abrir nuestro sector a la sociedad e intentar romper ese tabú de la muerte que caracteriza a la sociedad española.

Entre las actividades en las que estamos trabajando, contaremos con la participación de la soprano Ainhoa Arteta que nos ofrecerá un repertorio específico para este evento.

Todos los eventos serán de entrada libre y gratuita y por ello, aprovecho para invitar a todos los zaragozanos y a los que os queráis acercar a visitar el Fórum Panasef. En la web forum.panasef.com podéis ver cómo avanza el programa de actos.

Por último, ¿a qué retos deberá hacer frente el sector en los próximos años?

El sector ha sufrido una transformación importante en los últimos años que no ha venido acompañada de una adaptación del marco normativo que regula el sector funerario.

Carecemos de un marco normativo uniforme y creemos que es algo necesario para todos, para las familias y para las empresas. Una Ley Nacional nos permitiría trabajar en igualdad de condiciones en todo el territorio y con todas las garantías.

Otro de los retos importantes del sector es la necesaria bajada del IVA. Actualmente, el IVA de los servicios funerarios, que es un servicio esencial básico, se sitúa en el 21%, uno de los más altos de toda Europa. Si conseguimos la reducción, esta medida puede suponer para las familias un ahorro de 400/500 euros por servicio.

Vamos a seguir defendiendo esta postura y trabajando para intentar paliar esta situación que tanto está afectando a las familias españolas.

Recientemente han presentado el nuevo Decálogo del Profesional Funerario, contando también con el apoyo de CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales). ¿Por qué podemos asegurar que este decálogo es una garantía para las familias?

Todas las empresas asociadas a Panasef se han comprometido a asumir el Decálogo del Profesional Funerario. Un decálogo que recoge los puntos más relevantes de nuestro código deontológico y que se está repartiendo entre todos los tanatorios de las empresas asociadas.

En definitiva, es un compromiso de profesionalización y transparencia.

El Decálogo del Profesional Funerario se ha presentado recientemente en la CEOE y para nosotros ha sido muy positivo contar con el respaldo de esta organización empresarial.

¿Qué objetivos persigue?

Desde hace unos años, uno de los objetivos de PANASEF es la profesionalización del sector funerario, y estamos trabajando en esta dirección. Al presentar este decálogo, las empresas están asumiendo una forma de trabajar profesional y orientada al buen servicio a las familias.

Para nosotros, la calidad del servicio a las familias es el centro de nuestra actividad. Recientemente una em-

Agentes económicos que intervienen en una factura funeraria

Agentes económicos que participan en el coste medio para la familia

- + Funerarias
- + Floristerías
- + Marmolistas
- + Prensa/Radio
- + Taxistas
- + Médicos/psicólogos/forenses
- + Cementerios/Crematorios
- + Restauración
- + Iglesia
- + Administración Pública

Estructura media del servicio

+ Impuestos indirectos (IVA)



+ Cementerio
+ Cremación / Urna

+ Certificados y tasas
+ Iglesia
+ Coronas
+ Lápida
+ Esquela

- + Arca.
- + Traslados de difuntos (desde lugar de fallecimiento a tanatorio, desde tanatorio a centro de ceremonia, desde centro de ceremonia a cementerio/crematorio)
- + Instalaciones para velatorio.
- + Asistencia personal 24 horas
- + Catering para familia.
- + Coordinación de ceremonias.
- + Permisos administrativos.
- + Gestión certificado médico.
- + Inscripción en registro civil.
- + Libro de recordatorios.
- + Gestión con aseguradoras.
- + Tanatoestética.
- + Tanatopraxia.
- + Asistencia psicológica.

Fuente: Panasef

*Datos basados en la media aritmética de la muestra analizada. Estos porcentajes pueden variar según los servicios específicos contratados por cada familia.

Entrevista **JUAN GARCÍA** GESTOR DE SERVICIOS DE FUNERARIA LAS ANGUSTIAS

“Cuidamos de cada familia”

Funeraria Las Angustias nace en los años 80 para dar servicio a los pueblos del área metropolitana de Granada y hoy es un referente en su sector en la zona. Tras casi cuatro décadas de trayectoria sigue siendo una empresa familiar, ahora de segunda generación, que ha sabido adaptarse a las exigencias del momento, apostando por la innovación.

¿Qué aspectos resumen los más de 30 años de trabajo de Funeraria Las Angustias en el sector funerario?

Nuestra vocación de servicio al cliente. Trabajamos orientados a su plena satisfacción. Queremos que se sienta arropado, acogido por nuestro equipo y que delegue en nosotros, con confianza, todo cuanto necesite para gestionar de la mejor manera el delicado momento que está viviendo. Y lo hacemos adaptándonos a sus particulares deseos, personalizando nuestros servicios a su medida.

Ya a nivel interno, lo más destacable de nuestra empresa puertas adentro es la lucha constante de los socios fundadores de Funeraria Las Angustias por crecer, por ampliar la gama de servicios y por ofrecer cada vez mayor cobertura en la provincia de Granada, a través de todos nuestros tanatorios. Todo ello orientado a ofrecer el mejor servicio posible a las familias. Por algo “Cuidamos de cada familia” es nuestro eslogan.

¿Qué valores les distinguen en el marco de los servicios funerarios?

Nuestra razón de ser es la dedicación hacia los familiares en el difícil momento de la pérdida de un ser querido, poniéndonos a su disposición para lo que precisen, ofreciendo el trato humano y respeto que la situación merece, haciendo uso de nuestra experiencia y saber hacer. Otro aspecto que nos caracteriza es nuestra motivación por conseguir diferenciarnos siempre, por darle un toque diferente a nuestros servicios, a cada detalle, por ofrecer ser-

vicios u opciones que no ofrecen el resto de funerarias de la provincia. Prueba de ello es que actualmente ponemos a disposición de nuestros clientes el primer y único coche fúnebre blanco de Granada, rompiendo con el tradicional color oscuro habitual en este tipo de flotas.

Tratar con el cliente en momentos difíciles tiene una complejidad añadida... En este sentido ¿Cómo trabaja el equipo de Funeraria Las Angustias?

Todo el equipo de Funeraria Las Angustias trata de transmitir cercanía a las familias. Insisto, “Cuidar a las familias” es la frase que nos mueve. Intentamos ofrecer la mayor calidad de servicio para que puedan estar totalmente conformes con lo todo lo que hacemos, y actuar siempre con la mayor diligencia posible, empatizando con el cliente y procurando aportar la tranquilidad que necesita para que pueda estar únicamente pendiente de su duelo, dejando toda la gestión del sepelio en nuestras manos.

¿Qué infraestructura han desplegado en estos años? Cuentan con una red propia de tanatorios en el área metropolitana de Granada...

Efectivamente, hoy contamos con 8 tanatorios propios ubicados en 7 localidades granadinas, lo que nos convierte en la empresa del sector con más tanatorios en la provincia de Granada, fruto de la inversión constante a lo largo de los años y, una vez más, del esfuerzo de nuestros socios, que actuaron con visión de futuro com-



Juan García con urna eco esférica

“Procuramos ir siempre un paso por delante, ofreciendo productos y servicios funerarios innovadores”

prando terrenos y edificando cada uno de esos tanatorios.

Además, damos cobertura en Granada capital y provincia, tanto en tanatorios municipales como velatorios en domicilio. Y tenemos dos oficinas de atención al cliente, una en Granada y otra en Armilla, desde donde coordinamos todos nuestros servicios.

¿La expansión sigue?

Sí. Tenemos en marcha la construcción de un nuevo tanatorio en la zona norte de Granada; y estamos tramitando la implantación en tres localidades más de nuestra provincia. Se trata de tanatorios de entre 2 y 4 salas con los que queremos dar cobertura a esas localidades de una manera más cercana al cliente.

Los servicios funerarios se han ido ampliando en los últimos tiempos hasta abarcar numerosas áreas ¿Cuáles ofrecen ustedes?

En este sentido somos una empresa muy innovadora. Cada nuevo servicio que incorporamos a nuestro portfolio lo hacemos pensando en seguir diferenciándonos. Por ejemplo, hemos sido pioneros en Granada en ofrecer esquelos y notas de pésame online. También ofrecemos servicio de floristería online, con reparto urgente a toda la provincia de Granada y garantía de entrega rápida. Nada más entrarnos un pedido, contactamos telefónicamente con el cliente, para agradecerse, confirmarse y personalizarlo en la medida que desee. También ofrecemos servicio de catering-pausa café en todos nuestros tanatorios. Una atención más pensada para reconfortar a nuestros clientes.

Pensando en más cosas que nos diferencian, mencionaríamos nuestras prelápidas personalizadas con diferentes dibujos o imágenes que permiten dejar el nicho más lucido hasta la llegada de la lápida definitiva; y nuestros recordatorios, totalmente personali-

zables con la imagen y el texto que el cliente nos aporte. En Funeraria Las Angustias procuramos ir siempre un paso por delante en nuestro sector.

También con las Eco-Cremaciones y las urnas ecológicas...

Efectivamente. Desde Funeraria Las Angustias, y en el marco de nuestra RSC, promovemos el uso de sudarios biodegradables y arcas ecológicas certificadas para la cremación, respetando además los tiempos de incineración porque, si se alteran, el proceso puede resultar más contaminante.

Nuestras urnas ecológicas están fabricadas con minerales y pasta de plantas, por lo que se pueden disolver en tierra, mar y ríos de forma natural y sin dañar el medio. Dichas urnas, al igual que las mini urnas (permiten conservar y guardar una parte simbólica de las cenizas), están disponibles para clientes en toda España a través de nuestra tienda online, a precios muy competitivos (desde 52 euros IVA incluido).

¿Dónde empieza y dónde termina su trabajo? ¿Cubren todo el proceso de un fallecimiento?

Sí, todo el proceso desde la primera llamada en que se comunica el deceso y hasta el entierro o cremación y posterior entrega de las cenizas del difunto. También ofrecemos a nuestros clientes un servicio gratuito de asesoría jurídica, pensado para familias que no tienen contratado un seguro de decesos.

Han creado el servicio Planes a Futuro... ¿En qué consiste?

Sí. Se trata de un servicio por el que el cliente contrata a precio de hoy los servicios funerarios que le prestaremos en el futuro. A la práctica, este servicio permite personalizar en vida el propio entierro, dejando gestionadas las últimas voluntades (flores, recordatorios, cremación o inhumación...). Este es otro ejemplo de que no queremos ser una funeraria más, sino ofrecer servicios funerarios diferenciados, incluso financiación.

Con la incorporación de la nueva generación al frente de la empresa ¿Dónde quiere estar Funeraria Las Angustias mañana?

Queremos seguir posicionados como un referente de calidad en servicios funerarios en la provincia de Granada, siendo fieles a los principios y valores que inspiraron nuestros inicios y que han venido marcando toda nuestra trayectoria, aportando eso sí el plus de innovación que exigen los nuevos tiempos.



Exclusivo y único coche blanco en Granada



Pre lápidas diferentes, recordatorios personalizados y mini urnas

Albia apuesta por la innovación y el compromiso social

La sociedad evoluciona exponencialmente y el sector funerario no es ajeno a estos cambios. La tradición de inhumar en cementerios perdura, incluso la cultura de guardar luto, velar al difunto en su domicilio (fundamentalmente, en poblaciones rurales) o acudir a los cementerios el Día de Todos los Santos, pero existe una evolución en las preferencias de las familias que tienden a realizar cremaciones, ceremonias laicas, mantener las tradiciones de todo tipo de creencias, apostar por los materiales más ecológicos, o incorporar la tecnología para generar recuerdos más emotivos.

Gruppo Albia es un grupo empresarial de referencia a nivel nacional dedicado a la organización, gestión y realización integral y personalizada de Servicios Funerarios. Cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector y una amplia vocación de servicio al cliente. En la actualidad, emplea a más de 1.000 profesionales, gestiona 253 centros funerarios, 122 tanatorios, 34 crematorios y 20 cementerios en todo el país.

El equipo humano de Albia apoya y aconseja a las familias, realiza todas las gestiones administrativas y pone a su disposición un amplio abanico de servicios y productos: tanatorios con salas multiconfesionales; FlexiAlbia, con diferentes opciones de financiación a medida; Albia_Asesor, donde se ofrece asesoramiento en todos los trámites administrativos que se deben realizar después de un fallecimiento; y, más recientemente, la posibilidad de custodiar el ADN de los familiares, elaborar recuerdos personalizados

mediante la impresión en 3D o diferentes opciones de decidir el destino final de las cenizas.

Además, también se contempla el borrado de huella digital en redes sociales y soportes digitales, ejerciendo el denominado Derecho al Olvido, eliminando perfiles en redes sociales, buscadores, blogs y otras páginas de Internet habituales en España.

El duelo infantil, una tarea pendiente de la sociedad

Una de las líneas de trabajo más importantes de Albia se centra en la investigación y gestión de los procesos de duelo. “Consideramos que es necesario dar voz a esta situación relacionada con las pérdidas y por las que todos los seres humanos vamos a pasar en innumerables ocasiones a lo largo de toda nuestra vida, comenzando por las primeras que sufrimos a edades tempranas (infancia y adolescencia), y proponer herramientas sobre cómo gestionarlas”, subraya Daniel Palacios, Director comercial y de marketing.

‘Hoy tengo la edad de mi padre’ es un proyecto de Albia que nace de la necesidad y la preocupación por una correcta gestión del duelo, con una especial sensibilidad hacia la etapa infantil, cuando debes enfrentar la pérdida de un ser querido sin contar con todas las herramientas del conocimiento, de la madurez o del consuelo de tu círculo más próximo

Surge así un documental, “Hoy



tengo la edad de mi padre”, narrado por los propios protagonistas de una historia de duelo infantil, desde la perspectiva del paso del tiempo. Sus palabras se unen a la de profesionales habitados a tratar con el dolor como son psicólogos, personal sanitario y empresarios funerarios que nos ayu-

dan a entender la trascendencia del duelo en la infancia y la adolescencia.

Albia ha puesto en marcha la web www.hoytengolaedaddemipadre.com, en la que la que aquellos que lo deseen podrán profundizar en esta reflexión con un blog gestionado por profesionales del duelo. También está disponi-

ble una página en Facebook www.facebook.com/hoytengolaedaddemipadre, que ya suma 5.000 seguidores, en la que se comparten contenidos relacionados con el duelo infantil, los estudios realizados por iniciativa de Albia y debates que invitan a la reflexión. Todo esto con el firme propósito de crear una comunidad de escucha de necesidades e inquietudes, y de compartir herramientas para una mejor gestión del duelo infantil.

Paralelamente, Albia ha promovido un estudio con profesionales que analizan la manera en la que los más jóvenes entienden el duelo y cómo los adultos se enfrentan a esas situaciones cuando hay menores en el entorno familiar. “Se trata de un proyecto con un enfoque innovador y único, ya que cuenta con el análisis de familias, expertos, personal funerario y menores. A través del estudio queremos ofrecer a las familias herramientas que les ayuden en la gestión de un proceso tan sensible, además de hacernos conscientes y comprometernos con las mejoras que aún debemos incorporar en nuestra empresa para realizar una labor más eficiente”, explica Daniel Palacios.

Nuestra sociedad muestra una actitud ambivalente hacia la muerte. Por un lado, es un tema que siempre se intenta evitar en conversaciones o en planteamientos a futuro; pero, al mismo tiempo, es un concepto muy presente en nuestra vida cotidiana (películas, incluso de dibujos animados, videojuegos...). Normalizar este tipo de situaciones y gestionar de manera eficaz la comunicación durante esos momentos, son los principales objetivos que Albia quiere plantear con este proyecto.

Albia afronta este reto y apuesta por la continua evolución de los servicios funerarios y la formación constante de su personal. Siempre con el objetivo último de ofrecer un servicio integral, personalizado y de máxima calidad, acompañando a las familias para lograr su máxima tranquilidad.



www.albia.es
www.hoytengolaedaddemipadre.com
www.facebook.com/hoytengolaedaddemipadre



info@albia.es
900 24 24 20

Festividad de Todos los Santos
Por los que han llenado nuestra vida de recuerdos

Albia
Servicios funerarios

A tu lado
Para tu tranquilidad

Consulta nuestra red nacional de centros en

www.albia.es

Entrevista JAVIER MENDIRI GERENTE DE FUNERARIA LA SOLEDAD

“En los momentos difíciles sólo quieres estar con aquellos en los que más confías”

Empresa familiar de cuarta generación, Funeraria la Soledad nace en 1860 fundada en Zamora por el recordado Ildelfonso Rodríguez Barba, bisabuelo de su actual propietario, a quien entrevistamos a continuación para conocer su clara apuesta por la calidad de la empresa.

Ofrecer servicios funerarios significa tratar con personas en momentos difíciles de su vida ¿Cómo responden ante esta particularidad?

Ante todo, con un trato humano exquisito. En Funeraria La Soledad ponemos todo nuestro empeño en contribuir a que todo el proceso del fallecimiento sea lo más llevadero posible, para que las familias puedan estar únicamente pendientes de su duelo, sin

más preocupaciones. Todo ello actuando con total transparencia y honestidad. Nosotros optamos por posicionarnos como una funeraria de confianza, con todos los procesos supervisados y regulados. Una funeraria que trabaja bien, y no porque lo digamos

Funeraria La Soledad es la única funeraria de la provincia de Zamora con calidad certificada en ISO 9001

nosotros, sino porque hay un organismo, que es AENOR, que certifica que es verdad: desde 2010 contamos con la ISO 9001, siendo la única funeraria de nuestra provincia que tiene esta certificación.

Esa es su gran diferencia comparativa y competitiva al respecto del resto de funerarias de Zamora...

Sí. Nuestra orientación siempre ha sido el servicio al cliente: mi abuela ya trabajaba así, con el mismo esmero, la misma transparencia y el mismo com-

promiso con el cliente, pero no tenía un documento que se lo acreditara. Nosotros sí. Hoy podemos demostrar que actuamos bien, en base a la ISO 9001, una certificación que tienen las grandes funerarias del país y que nosotros, siendo una empresa pequeña, nos enorgullecemos de tener. Creo además que contar con esta certificación debería ser condición sine qua non para poder trabajar con las compañías aseguradoras. En nuestro caso, el cliente sí puede estar seguro de cómo trabajamos y de que, por ejemplo, los precios que les damos son los que corresponden por el servicio que les prestamos.

Ustedes son proveedores de las principales compañías con seguros de decesos...

Sí. Trabajamos para las dos más importantes, Ocaso y Santa Lucía, pero también para el resto de compañías de nuestro sector. A todas podemos garantizarles que ofrecemos la calidad de servicio que decimos. Estamos muy pendientes de las familias, que agradecen a nuestros trabajadores su empatía y trato impecable, dando un 99,9% de satisfacción en las encuestas sobre nuestros servicios.

¿Con qué infraestructura cuentan?

Desde hace 50 años tenemos nuestra oficina en una de las principales calles de Zamora, un lugar muy conocido entre nuestros conciudadanos, en la céntrica Calle San Andrés. Frente a la iglesia de la Horta se enclava nuestro tanatorio, muy luminoso, en el que todo está dispuesto para ser lo más acogedor posible, con una estética actual, moderna pero elegante, con espacios comunes muy amplios y salas renovadas. Todo ello adaptado a todas las normativas de accesibilidad. A destacar la sala VIP, que cuenta con todos los servicios de las demás, pero de forma privada e individual para la familia del fallecido.

A las afueras de Zamora se ubica nuestro crematorio, equipado con un horno de última generación que agiliza enormemente el proceso de cremación y que está a disposición también de otras funerarias.



www.lasoledad-vdademendiri.es

SU EMPRESA EN PRENSA NACIONAL

GuíadePrensa.com

Especialistas en gestión de monográficos en prensa.

Campañas publicitarias personalizadas

Entrevista FRANCISCO JAVIER PARDO ADJUNTO DE DIRECCIÓN EN PARDO ARTESANÍA EN PIEDRA

“Cuando un cliente vea una de nuestras lápidas reconoce nuestro sello”

Pardo Artesanía en Piedra, es una empresa dedicada desde hace casi medio siglo a trabajar el mármol y la piedra natural. Para conocer con más detalle en qué consiste su labor, hablamos con su responsable, Francisco Javier Pardo.

¿Cuándo nació Pardo Artesanía en Piedra?

Los orígenes de la empresa se remontan a 1969, cuando mi padre puso en marcha un pequeño taller de mármol especializado en el arte funerario. En aquel entonces se dedicaba a grabar imágenes para otros talleres mayores, siempre a mano y de forma artesanal.

Y el proyecto fue creciendo...

Así es. Mi padre acudía con regularidad a las principales ferias de Italia y Bélgica y allí contactó con personas y empresas dedicadas a la maquinaria para trabajar el mármol. En los años 80 fue cuando se decidió a incorporar

las primeras máquinas y a combinar la industrialización con la mano del artesano. Un ejemplo de ello son los equipos para realizar relieves, cuyo trabajo es siempre acabado manualmente. Los años 90 fueron los de la informatización de la empresa con la adquisición de maquinaria de control numérico como los equipos de corte por chorro de agua, que hacían el trabajo más preciso y rápido.

¿Fue eso lo que les permitió diversificar?

Alrededor del año 2000 comenzamos a introducirnos en el mundo de la decoración, participando en proyectos



de hoteles, residencias, teatros... Fueron trabajos muy importantes, pero el núcleo del negocio de Pardo Artesanía en Piedra sigue siendo el funerario.

¿Cuál es la estructura actual de la empresa?

Hoy en día tenemos en unas instalaciones productivas de 3.000 metros cuadrados en la localidad de El Altet, a las que hay que sumar un showroom en Alicante donde nuestros clientes pueden ver nuestra oferta, tanto en el campo funerario como en el de suelos, murales y mobiliario. En conjunto, nuestro equipo está formado por 40 profesionales.



¿Cómo definiría la filosofía de trabajo de Pardo Artesanía en Piedra?

Creo que hay varios aspectos que nos definen muy bien. El primero de ellos es la innovación. Siempre hemos procurado ir más allá de lo establecido para ofrecer a nuestros clientes algo distinto, pero con la calidad, la garantía y el servicio que han acompañado desde el primer día. El segundo gran aspecto es el trato personalizado al cliente, que sabe que encontrará en nosotros un aliado capaz de dar respuesta a sus necesidades.

¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Somos mayoristas, de modo que prestamos nuestros servicios a los marmolistas de toda la vida que necesitan un trabajo en mármol y granito. Si hablamos de decoración, nos dirigimos tanto a tiendas como a prescriptores (arquitectos, decoradores...) para que vean en el mármol un elemento de alto valor para sus proyectos.

¿Aún es posible innovar en un sector como el de la piedra natural?

Siempre se puede ir más allá, sobre todo en aquello que tiene que ver con técnicas y procesos en el tratamiento del producto. Nosotros procuramos estudiar cómo mejorar el resultado de nuestro trabajo para que quien vea una de nuestras lápidas la relacione rápidamente con Pardo. Un ejemplo de ello es el uso del porcelánico o la impresión en cristal y el grabado interior mediante láser.

¿Cuáles son los retos de futuro de Pardo Artesanía en Piedra?

La nuestra es una empresa familiar y los tres hermanos que la dirigimos tenemos en mente algunos proyectos. Uno de ellos es seguir trabajando para inte-

“Pardo Artesanía en Piedra combina la tecnología con la mano artesana”

grar nuevos productos a nuestra oferta; el otro, consolidar nuestra presencia en mercado como Portugal o el sur de Francia, donde ya hemos realizado algunas operaciones.

Principales proyectos

Aunque el núcleo del negocio de Pardo Artesanía en Piedra es el arte funerario, a lo largo de su historia ha participado en multitud de proyectos singulares, algunos de los cuales tienen en sus pavimentos y revestimientos una verdadera muestra de la capacidad de la empresa.

Así, esta firma alicantina se ocupó de los suelos de hoteles como el Hilton Buenavista de Toledo, el Westin (Valencia) o el Teatro Victoria Eugenia de San Sebastián. “Durante algún tiempo realizamos también trabajos de decoración fuera de España, desde Rusia a Gran Bretaña, pero actualmente solo trabajamos en nuestro país”, explican desde la empresa.

De hecho, en el showroom que Pardo Artesanía en Piedra tiene en Alicante pueden encontrarse muestras de sus diseños en mobiliario y de la traslación de esa conjunción de oficio y tecnología a un material tan noble como la piedra natural.



CHAO Un nuevo concepto de ataúdes

Anivel particular no es fácil pensar en el ataúd que se usará en nuestra defunción o en la defunción de un familiar. Es un tema que no se trata habitualmente. Sin embargo, las funerarias y tanatorios son conscientes de que sus clientes se merecen el mejor producto y que el féretro en el que descansarán los restos de una persona es un elemento muy importante en cada servicio que se realiza. Las familias, cada vez más exigentes con los detalles de los productos que consumen, se sienten más tranquilas cuando saben que el féretro que se está utilizando en una defunción es un producto responsable.

Este es el éxito de CHAO. Esta empresa apuesta por un producto con una fabricación sostenible, en la que en todos los procesos se asegure el mínimo impacto ecológico sobre el medio. Para la producción de estos féretros se usan maderas con certificado PEFC (Asociación para la Sostenibilidad Forestal Española) o FSC (Forest Stewardship Council), asegurando el cuidado y replantación de las masas forestales de las que provienen. Se barnizan con tintes y disolventes al agua, evitando compuestos químicos con mayor impacto ambiental en su producción y aplicación, y se tapizan con tejidos naturales de algodón o lino ecológicos. Además, a través de di-

ferentes actuaciones, CHAO consigue realizar una producción con los mínimos consumos energéticos. Este aspecto mejora la eficiencia en los procesos productivos, lo que contribuye a mejorar los resultados de los rigurosos test medioambientales a los que se somete la empresa de ataúdes gallega, así como a ofrecer un producto con una excelente relación calidad precio.

Calidad, respeto al medio ambiente y compromiso con la sociedad

Para asegurar al consumidor estas características, CHAO audita anualmente sus procesos y productos. Toda la fabricación cuenta con un sistema de gestión medioambiental conforme a la Norma UNE-EN-ISO14001:2004 y al Reglamento EMAS, todo ello auditado por AENOR. Por otro lado, sus productos ecológicos están certificados con la marca N de Producto y Medio Ambiente según la norma UNE-190001:2013. Además de todo esto, CHAO desarrolla una política

con una marcada Responsabilidad Social Empresarial generando un impacto positivo en la sociedad, mediante procesos beneficiosos para sus trabajadores, sus clientes, el medio ambiente y la comunidad en general.

Una fabricación española, con materias primas de primera calidad, que utiliza procesos industriales avanzados, que invierte en I+D y que asegura un suministro eficaz a todos sus clientes. La calidad de su producto y su servicio está avalada por el grado de satisfacción de sus compradores, algo de lo que CHAO presume de forma permanente.

Un aspecto que también diferencia a esta empresa de su competencia es el tipo de comunicación que realiza. CHAO está desarrollando un plan comercial caracterizado por un excelente departamento de atención al cliente y por la implantación de una imagen corporativa moderna y elegante. Este hecho se transmite a sus clientes, tanatorios y funerarias, que usan estos argu-

mentos para aportar un elemento más de calidad en sus servicios. La venta y distribución de ataúdes ahora va asociada a un concepto de marca donde el diseño y el cuidado de todos los detalles están en primera línea.

Como ya indicamos, ante el proceso de duelo por la pérdida de un ser querido, todos los detalles son importantes. El diseño del féretro, sus acabados, el tipo de madera, los tapizados, todo es muy importante. CHAO ofrece a los tanatorios y funerarias un producto con diseños clásicos, pero también líneas más modernas, inspirados en modas y tendencias del mueble que, al mismo tiempo, pueden llegar a transmitir aspectos personales del fallecido o de las personas que le acompañan. Todos estos aspectos favorecen el recuerdo amable, en un momento doloroso, de ese ser querido.

Una estrategia basada en la atención al cliente y la calidad de los productos.

La compañía está siguiendo un intenso plan de expansión comercial tanto en España como en mercados internacionales, presentando catálogos con producto adaptado a la normativa y costumbres de cada territorio. El objetivo es captar y fidelizar a sus clientes a través de un modelo basado en la atención co-

mercial, la calidad del producto y el reconocimiento de marca. Este modelo se afianza aún más a través de la creación de nuevas formas de negocio con sus clientes, y mediante las sinergias comerciales generadas con las oportunidades que ofrece la compañía.

El objetivo de la compañía es captar y fidelizar a sus clientes a través de un modelo basado en la atención comercial, la calidad del producto y el reconocimiento de marca

CHAO, desde su sede principal, da servicio a toda la península de forma directa o apoyándose en almacenes y puntos de distribución. Esta estructura sirve como base para la estrategia comercial de penetración en otros países permitiendo el almacenaje de stocks con producto adaptado a la normativa de todos los territorios.

Para CHAO es fundamental que las características de sus productos sean perfectamente conocidas por sus clientes. En esta línea desarrolla diferentes estrategias en función de la disponibilidad de las funerarias y tanatorios. Ofrece material físico informativo para el personal, un servicio de atención telefónica 24 horas para la solución de consultas, y asistencia en la creación de catálogos de féretros y en el diseño de exposiciones. Incluso ofrece charlas formativas, que permiten transmitir su mensaje de forma directa al personal que asiste a las familias, de forma que éste pueda solventar todas sus dudas y pueda transmitir sus necesidades directamente al proveedor de uno de los elementos clave en el este tipo de servicios.

Con todo ello CHAO cumple su principal objetivo: aportar a sus clientes de nuevas herramientas que les faciliten el día a día en el desarrollo de su trabajo así como conocer de primera mano sus demandas para, en la medida de lo posible, poder materializarlas.

Una fabricación española, con materias primas de primera calidad, que utiliza procesos industriales avanzados, que invierte en I+D y que asegura un suministro eficaz a todos sus clientes

