

Negocios fúnebres que dan vida a tu nueva compañía

Urnas con el escudo del equipo de fútbol del difunto, espacios para el recuerdo en entornos deportivos o lápidas decoradas a todo color, son algunas ideas innovadoras convertidas en empresas.

Aranca Bustillo, Madrid

Los fundadores del hotel Lastel en Yokohama (Japón) saben que la muerte tiene un precio. En su caso, los 154 dólares (119 euros) que cobran por las habitaciones frías en las que pueden pasar la noche los difuntos. Una idea que tiene sentido en aquel país, ya que su tasa de mortalidad es muy alta y los fallecidos están obligados a esperar el acceso a un horno crematorio hasta cuatro días.

A España aún no ha llegado este nuevo concepto de *tanatorio*, pero si se están abriendo paso en el sector de los servicios funerarios proyectos como el que capitanea José Carlos Ramos, presidente de Forever Us, una compañía que diseña y decora de forma personalizada las lápidas con un material de tecnología puntera llamado *custones*, y garantiza la entrega del producto en 48 horas. Esta empresa, que plantea la modernización de este sector, nació con una inversión inicial de 145.000 euros para estudiar la viabilidad del proyecto. Una vez completada esta etapa se realizó una ampliación de 220.000 euros para dar comienzo a las operaciones y poner en marcha la red comercial.

La innovación es clave

La originalidad en este campo está más activa que nunca. Desde compañías que permiten rendir homenaje al difunto en espacios de sus clubes deportivos; hasta empresas que secuencian el ADN del fallecido, con el que personalizan algún objeto a través de la técnica de la cromatografía. "El tema de la muerte es un clásico, pero los rituales se adaptan a los cambios sociales y tecnológicos", asegura Ramos.

Marc Pujol y Wyatt Rosenthal tienen claras las posibilida-



GIMESPORTS Santiago Bach Lahor, CEO de la firma, que ha ideado un modelo de negocio global. Su empresa está planificando entrar en México y Asia.

des de este sector: "La media de gasto por entierro puede sobrepasar los 3.000 euros", sostiene Pujol. Han bautizado a su proyecto con el nombre en latín *Memento Mori* que se traduce como *Recuerda que te vas a morir*, un mensaje que va dirigido a aquellos que quieren elegir la forma en la que van a ser recordados. Su propósito es la venta y distribución de artículos funerarios con insignias deportivas. Por ejemplo, urnas con el escudo de su equipo de fútbol.

Y es que los deportes puján al alza en este sector. Si no que se lo preguntan a los creadores de GimeSports, una compañía que en su origen se dedicaba a la enmarcación de cuadros y que decidió innovar, al considerar que la parte

La liberalización del sector y el cambio cultural fomentan la creación de nuevas empresas

Se calcula que el área de servicios funerarios mueve unos 500 millones de euros al año

trasera de los marcos podía ser un lugar óptimo para depositar las cenizas de un pariente fallecido.

La evolución de sus servicios no se quedó ahí. Tras presentar la idea en una feria en Bélgica decidieron ampliar su campo de actuación y ofrecer sus productos no sólo a iglesias y cementerios, sino también a entidades deportivas. Quizá su línea de negocio más original sea ésta última, pues GimeSports crea y gestiona espacios para la memoria en entornos deportivos. Sus clientes pueden elegir entre placas conmemorativas que estarán presentes en algún lugar solemne del club, descansar en un columbario dispuesto en murales en el recinto



FOREVER US A la izquierda, Ignasi Esteban, consejero delegado de la compañía. A la derecha, Ramón, presidente de la firma.

de la entidad deportiva o seguir para siempre al lado de su afición en la *Ara comunitaria*, zonas que se encuentran debajo de un monumento especialmente simbólico para el club. Ya han conseguido acuerdos con el Fútbol Club Barcelona; Atlético de Madrid; Real Club Deportivo Espanyol; Real Betis y Circuit de Catalunya.

Liberalización

Ideas y proyectos que, sin embargo, se topan de frente con un sector muy atomizado, explica Pujol. Un campo en el que, según denuncia la Asociación Funeraria Española (Afaes), no se está potenciando nuestra industria. Las grandes firmas acaparan la mayor parte de los servicios

El gasto medio de un entierro supera los 3.000 euros, aunque en España el 70% dispone de seguro

funerarios. Lo que dificulta que haya nueva competencia en el sector.

Sin embargo, Jordi Vinaixa, director académico de Esade Entrepreneurship Institute, apunta que "con la liberalización del sector y el cambio cultural, hay sitio para nuevas compañías que se dediquen a gestionar todo lo que hay alrededor de un acontecimiento de estas características. La inclusión de las nuevas tecnologías también es ya una tendencia". Es más, el consejero delegado de GimeSports, Santiago Bach Lahor, aconseja a las empresas tradicionales que se actualicen o quedarán fuera del mercado.

Además, las cifras acompañan. "Aunque es complicado establecer con exactitud cuánto dinero mueve este sector, ya que está poco acostumbrado a publicar sus cifras, se calcula que en España el montante anual está por encima de los 500 millones de euros", estima Bach Lahor.

Ideas para pasar a la posteridad

● **AND VINYL.** Esta firma inglesa ofrece la posibilidad de pasar a la eternidad en forma de vinilo. El servicio cuesta algo más de 3.700 euros e incluye un 'pack' de 30 discos elaborados a partir de las cenizas del difunto, que pueden contener discursos del fallecido, sus canciones favoritas o el testamento en audio.

● **MADERÓN.** Esta compañía conjuga el respeto por el medio ambiente con la creatividad en el sector de los servicios funerarios. La idea es ofrecer ataúdes fabricados a partir de cáscaras de almendra y maderas nobles para evitar la tala excesiva de bosques para tal fin.

● **ALGORDANZA.** Esta compañía suiza permite conservar las cenizas de los difuntos transformadas en diamantes. Ofrece una atención personalizada y opera en toda España. Garantiza un servicio discreto, individualizado y cómodo, ya que asegura la entrega de los diamantes de manera personal. Según los quilates y el corte de la piedra, estas joyas pueden costar entre 3.500 y 11.200 euros.

● **MEMORIAL SPAIN.** Esta empresa de servicios funerarios online ofrece la posibilidad de incluir en las lápidas códigos QR para que al ser escaneado por los 'smartphones' y tabletas, aparezcan imágenes, vídeos y música que recuerden al fallecido. La empresa se encarga del montaje de las imágenes que pueden ilustrar la vida del fallecido o un mensaje de cariño. El servicio, incluso, puede ser contratado por el futuro difunto.

PISTA DEL DÍA

Tercera edición de los premios Innova-Galicia a los mejores proyectos creados después de 2010. La convocatoria se cierra el 15 de octubre.

www.premiosinnovag.org

Tu talento merece una oportunidad

En Santander Universidades estamos comprometidos con la educación superior, por eso en 2011 hemos ofrecido más de 21.000 becas de formación y prácticas profesionales.

Infórmate en www.becas-santander.com

Santander
UNIVERSIDADES

EL VALOR
DE LAS IDEAS