



Instalaciones de Servicios Funerarios del Pirineo. S.E.

## Servicios Funerarios del Pirineo celebra su primer aniversario con novedades

Carácter innovador de esta empresa

**Mercedes PORTELLA**

**SABIÑÁNIGO.-** Servicios Funerarios del Pirineo tras su primer año de andadura se consolida en la Comarca del Alto Gállego para poder prestar servicio tanto en Sabiñánigo como todo el Valle de Tena, siendo una empresa que ha apostado por la calidad, por la aplicación de las nuevas tecnologías, tanto en sus instalaciones para la ergonomía y libertad de horarios como por ser la pionera en Aragón que ofrece desde su página web ([www.sfpirineos.es](http://www.sfpirineos.es)) un servicio gratuito de esquelas.

Daniel Fañanás, director gerente de esta empresa, indica que para celebrar este aniversario, como novedad ofrece "una adaptación de la página web oficial, preparada específicamente para poderse conectar y utilizar con mayor agilidad y facilidad a través del teléfono móvil, [www.sfpirineos.mobi](http://www.sfpirineos.mobi)

Además, aunque la empresa se ha presentado durante todo este año como nueva, "hay que resaltar que es la tercera generación relacionada con el sector fu-

nerario. Al igual que el personal actual que presta los servicios, tiene varios años de experiencia adquirida en otras localidades, además de estar formado y cualificado, a través del Instituto Francés de Tanatopraxia y diversos diplomas".

Daniel Fañanás quiere agradecer "el apoyo recibido de las familias en las cuales confían en nuestra profesionalidad y servicio, a los medios de comunicación por darnos a conocer, a todos los organismos oficiales que nos han ayudado a cumplir nuestro objetivo, compañías de seguros, asesor de marketing y asesor de medios digitales, que apostaron y creyeron en nuestro proyecto, y en especial a todas las familias que nos han dado su confianza y hemos tenido la oportunidad de atender, por creer en la profesionalidad y buen hacer en esos momentos tan difíciles".

Coincidiendo con este primer aniversario, Fañanás apunta que en breve "tendremos disponible una ampliación de Servicios Funerarios del Pirineo en la Comarca del Alto Gállego".

## La Escuela de Negocios de la CAI programa la jornada de "Control del Inventario"

**D.A.**

**HUESCA.-** La Escuela de Negocios de Caja Inmaculada ha programado para el día 18 de noviembre, en su sede oscense en el Coso Alto, una jornada sobre "Control del Inventario", que será impartida por Antonio Luis Iglesias López, licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Máster en Logística Integral, experto en logística en

grandes empresas, profesor en escuelas de negocios y gerente del área logística de Balanced Life S.L.

El programa se centrará en la importancia del stock en la empresa, con su incidencia en los aspectos financieros y en los productivos. Pretende también definir los motivos que generan diferencias en los inventarios y establecer medidas para mejorar el control.

## El secreto está en el contenido

*"El individuo no inventa su contenido, sino que se limita a realizar en sí el contenido sustancial."*

*Georg Wilhelm Friedrich Hegel*

Planteo la irrupción de una nueva forma de entender el marketing, que algunos han denominado marketing 2.0 por su relación con la web 2.0. Un marketing que evoluciona acorde con los Clientes y las nuevas tecnologías, y que no implica eliminar por completo las herramientas masivas que utilizaba el marketing tradicional sino que trata de optimizarlas al máximo.

### MARKETING DE CONTENIDOS

Hablamos de un marketing de contenidos, un marketing que genera historias que van saltando de un soporte a otro, acciones multiformato, lo que contribuye a obtener un aumento considerable de la repercusión que producen las mismas, incluso el tiempo que permanecen activas. Por tanto, lo fundamental es el contenido, no el soporte.

Se trata de acciones que interactúan con el Cliente, el cual extrae sus propias conclusiones que determinarán la percepción que tiene de la empresa, marca, producto...

Un marketing más creíble que el marketing clásico y no intrusivo, teniendo en cuenta que los consumidores desean que les informemos pero sólo sobre aquello que realmente les interesa, en el momento y lugar adecuados, estableciendo continuos diálogos con los consumidores.

### MANIFIESTO 2.0

Existe un manifiesto de 24 puntos en los que se plantean las características del nuevo marketing 2.0 y que os detallo a continuación:

1. No me mentirás ni tratarás de engañarme. ¡Nada de publicidad engañosa!
2. Yo soy quien consume tu producto, y por tanto, quien más sabe de él. ¡Pregúntame mi opinión!
3. Me pedirás permiso antes de coger mis datos.
4. Me pedirás permiso antes de mandarme información, sobre todo a mi móvil. ¡Adiós al spam, a la publicidad no deseada y a la intrusiva!
5. Me gusta jugar. ¡Diviérteme!
6. El humor es el sexo del cerebro. ¡Hazme reír!
7. ¡Sorpréndeme!
8. ¡No a la letra pequeña y a los rótulos que no da tiempo a leer!
9. No peleéis entre vosotros. Prefiero vuestras alianzas a vuestras riñas.
10. No tratarás de ser quien no eres ¡Se acabaron los anuncios hechos por padres intentando parecer guay frente a sus hijos!
11. Si quieres que compre algo,

tengo que entender qué es. ¿Por qué no me hablas en mi idioma? ¡No a los anuncios de perfume en francés y a los anuncios de coches que no entiendo!

12. Sé decidir por mí mismo, gracias. No hace falta que me digas lo que está de moda o lo que me tiene que gustar.
13. El sexo vende, pero no hace falta que lo utilices en todas tus campañas.
14. Yo decido qué es viral y a quién se lo quiero mandar, y, por cierto, una pestaña de "mandar a un amigo" no es marketing viral.
15. No me interrumpirás cuando estoy jugando para intentar venderme algo.
16. No interrumpirás mi programa favorito para intentar venderme algo.
17. Cuando visito una página web, voy allí por su contenido, no por sus banners.
18. ¡No me tapes con banners lo que quiero leer!
19. Hace tiempo que descubrí que algo caro no tiene por qué ser lo mejor.
20. Confiaré más en lo que me diga alguien de verdad como yo que en un famoso al que nunca he visto en persona.
21. Cuando te llamo por teléfono quiero que me resuelvas un problema, no hablar con tres telefonistas diferentes.
22. Me gusta que me llamen por mi nombre.
23. Ten en cuenta cuando entre en tus tiendas que el ser humano no sólo es vista y oído.
24. Cuando entro en una de tus tiendas, trátame como si fuese un invitado en tu casa.

Como podemos observar, el manifiesto refrenda muchas de mis teorías y formas de entender el marketing referentes a la transparencia, la no intrusión, la creatividad, el trato con personas, la empatía, la clientefilia...

### EN DEFINITIVA...

- El marketing del futuro que dialoga e interactúa con el consumidor aportándole valor con acciones que despiertan su interés.
- Se fundamenta en tres pilares básicos: la planificación minuciosa, la "creatividad" y la oportunidad.
- Gracias a esta forma de hacer marketing, un club modesto como el Amoeiro, de la 3ª regional gallega, puede tener repercusión a nivel nacional ([www.cacadelavaca.es](http://www.cacadelavaca.es)) o el Parque de Aventura La Gabarda aparecer en Buenafuente, uno de los programas de máxima audiencia de la sexta. ([www.lagabarda.com/blog](http://www.lagabarda.com/blog))

**Sergio BERNUÉS CORÉ**  
Director de Cetresce Consultores.  
Socio - Director de Evolucionaria.  
[www.sergiober-nues.com](http://www.sergiober-nues.com)

