

Quatre aprenentatges de la pandèmia i sis pistes del futur

Josep Maria Mons, president d'Asfuncat

El tòpic diu —deia, si més no— que la pandèmia ens faria millors. Dos anys després del seu esclat, no gosaria pas afirmar-ho —ni negar-ho, tampoc— en referència a la societat; permeteu-me, però, que en dubti. Ara bé: el que sí m'atreveixo a assegurar sense cap dubte, i amb dades que ho demostren, és que aquest bienni negre ha suposat una oportunitat perquè les empreses del sector funerari català, aplegades a Asfuncat, evolucionéssim a marxes forçades per donar un servei encara millor; perquè avancéssim amb pas més ferm cap a un futur que ja és aquí. Hem millorat i continuem millorant per un motiu molt senzill: hem après. Què exactament? Sobretot, quatre coses:

1. Hem après que les cerimònies tenen més valor que mai per als familiars i amics dels difunts. El fet que tantes famílies no s'hagin pogut acomiadar d'un ésser estimat a causa de les restriccions decretades per les autoritats sanitàries ha fet créixer la importància dels comiats.
2. Hem après que les famílies tenen molt més interès a estar juntes i acompanyades en aquests moments de tristesa per la mort d'un dels seus membres. Els professionals funeraris som conscients que això ens exigeix que extremem els esforços per donar confort a les famílies i per ser al seu costat en tot moment al llarg de l'episodi de daltabaix emocional.
3. Hem après que la presencialitat i la proximitat han de marcar el nostre acompanyament als usuaris. Tothom que s'hi relacioni en nom de les nostres empreses ha de ser capaç de fer-ho amb la màxima empatia i amb la satisfacció de les seves necessitats com a prioritat absoluta.
4. Hem après que els familiars i amics que viuen lluny del lloc on se celebra la cerimònia de comiat poden voler seguir-la en línia i conservar-ne un record audiovisual. Els actes en *streaming*, disparats per la irrupció del covid, no desapareixeran amb la fi de la pandèmia.

Aquests quatre aprenentatges simples forçats pel confinament són molt valuosos perquè són, alhora, pistes dels serveis funeraris que vénen. La pandèmia ha accelerat un seguit de fenòmens que ja hi eren, que ja observàvem abans. Aquesta transformació ens obliga a anticipar-nos a una nova societat i a les tendències que s'hi produiran, bona part de les quals ja ens envolten. Tenim el deure de reflexionar sobre els serveis que prestem. El vessant humà continuarà sent fonamental, però hi haurà un canvi en les formes. Hem vist que és

necessari reaccionar ràpid als canvis, cercar solucions imaginatives a situacions inesperades. I hem endevinat què ens tocarà fer els pròxims anys:

1. Caldrà potenciar nous canals virtuals per afavorir la comunicació multidireccional entre les empreses i l'entorn dels difunts, i, també, entre els diversos col·lectius i persones que en formen part. Qualsevol trobada o qualsevol esdeveniment social — i un funeral, òbviament, n'és un — ja no s'associa per força a la presencialitat: pot ser presencial, virtual o mixta. Les tecnologies de la informació i la comunicació irrompen en totes les fases del servei.
2. Caldrà posar el focus sobre el suport emocional a les famílies un cop prestats els serveis funeraris convencionals. Compartir-ne el dol a través dels millors professionals i establir-hi una connexió sòlida després de l'enterrament o la incineració ja no és una opció, sinó una obligació, que, alhora, estreny els vincles de confiança i fidelitat entre empreses i famílies.
3. Caldrà avançar encara més en la nostra responsabilitat social i ambiental. No som cap compartiment estanc: ens hem de focalitzar en la comunitat i en el planeta, implicar-nos-hi activament. El nostre sector ha de tenir un paper rellevant davant la crisi social i ambiental.
4. Caldrà millorar l'experiència virtual. La contractació de serveis funeraris a través del comerç electrònic ja creixia abans de la pandèmia, però ara ho fa de manera exponencial. Aquesta via de contacte ha de ser òptima per a les famílies: fàcil, humana, propera. Urgeix trobar noves plataformes que ho facilitin i s'adaptin a tota mena de dispositius mòbils.
5. Caldrà entendre i incorporar a les nostres organitzacions el tarannà de les noves generacions. El canvi generacional és brusc: la distància entre els joves i els més grans és més ampla que mai. Els nadius digitals nascuts pels volts del tombant de segle ja comencen a arribar al mercat laboral: són els professionals del futur i, també, els usuaris dels nostres serveis del futur. Això vol dir que tindran capacitats, necessitats, prioritats i sensibilitats pròpies i diferents de les que encara predominen a la societat. Són menys tradicionals, menys religiosos, més inconformistes, més innovadors, menys previsibles, i haurem d'adaptar-nos-hi: adaptar-hi les empreses, adaptar-hi el servei, adaptar-hi la comunicació. Com que ja no hi ha regles preestablertes, els serveis funeraris han de ser innovadors, personalitzats, vivencials i emocionals.
6. I, sobretot, sobretot, caldrà prioritzar l'usuari i la qualitat del servei que li prestem per sobre de tot. Com sempre, sí, d'acord, però també com mai. La febre per les noves tecnologies no ens ho ha de fer perdre de vista. Les famílies volen ser ateses

cara a cara, amb humanitat, amb afecte, amb cura, en un diàleg constant, que pot ser físic o bé telemàtic. Una de les claus de l'èxit d'una empresa funerària és aconseguir que se sentin escoltades i ben ateses. Més enllà dels preus, els serveis i les instal·lacions, tot es redueix a l'experiència del client.

En només dos anys, les persones i les comunitats han experimentat canvis tan ràpids i tan profunds, que haurien trigat dècades a consolidar-se en condicions normals. Pair-los no resulta sempre fàcil ni en resulta per a tothom: hem de rebatre la desconfiança que aquesta etapa difícil ha generat en molta gent. Hem de continuar combatent els obstacles que suposa conviure amb un fenomen que encara és tabú: la mort. I hem de seguir treballant per avançar en comunicació i en transparència i per, així, deixar enrere una percepció d'opacitat que, en part, perviu. Esforcem-nos a obrir-nos de bat a bat, enfortim els ponts de confiança amb els usuaris i la societat, escoltem-los, analitzem i adoptem els canvis socials que truquen a la porta i fem autocrítica. Plens d'aprenentatges i amb el rumb clar, som-hi.