LT PULSO
LATERCERA

Fecha: 10/02/2024 Audiencia: 271.020 Sección: ACTUALIDAD
Vpe: $8.760 Tirada: 76.017 Frecuencia: DIARIO
Vpe pág: $9.949 Difusión: 76.017
Vpe portada: $9.949 Ocupación: 88,04%

Iván Martínez, el empresario funerario que empezó como "cuervo" afuera del Sótero del Río y ahora vende US$ 1 millón mensuales

Hace 23 años, Iván Martínez decidió seguir el camino de sus padres y abuelos para abrir su propia funeraria con su nombre y apellido como marca en Puente Alto. Hoy, su negocio es uno de los más grandes del sector, tiene un cementerio y planes para mover a un mercado dominado por clanes familiares. Famosa por sus avisos publicitarios relativos a la muerte como "¿No te quieres vacunar? ¡Te esperamos!" durante la pandemia, la firma ofreció servicios gratuitos para las víctimas del incendio en la Región de Valparaíso. Esta es su historia.

Un reportaje de **FERNANDO VEGA**

"Todas las familias que perdieron a sus seres queridos en el incendio de Viña, tienen nuestro apoyo en los servicios funerarios (gratuitos) para todos los que lo requieran", decía el post que el empresario Iván Martínez, dueño de las funerarias homónimas colgó en la red social X (ex Twitter) el sábado 3 de febrero pasado. "La verdad que a mí me gustan los negocios. Soy bueno en eso, me encantan, pero yo no puedo perder la oportunidad de ayudar a alguien que realmente lo necesita. En mi vocación de funerario yo tengo que estar", explica a **Pulso**.

Su posteo se viralizó cientos de veces y en las redes se compartieron también otras iniciativas de la firma que desde Puente Alto se convirtió en una de las principales del sector en Chile, con operaciones en casi todos los segmentos de un negocio totalmente atomizado: el 98% del mercado está en manos de familias. "Se da mucho que los hijos heredan y siguen en el negocio. O gente que trabajó en el rubro, que se independiza y crea su propia funeraria", sostiene.

Y su propia historia tiene harto que ver con eso. Ochenta y cinco años de "tradición" como le gusta decir tiene Iván Martínez (44) en sus espaldas. Es nieto de funerarios -sus abuelos manejaban La Estampa- creció entre ataúdes y sepulturas y a los 21 entró de lleno al negocio creando su propia marca con su propio nombre.

Hoy solo piensa en seguir creciendo. Sus ventas ya alcanzan al US$1 millón mensual, incorporó un socio, entró como accionista con el 25% del cementerio Valle Unido de Quilicura y está por iniciar la grabaciones de un programa de emprendimiento (La Red) donde invertirá en el negocio del ganador. Todo eso, mientras revisa diversos proyectos.

Entre sus planes figura crecer en cremaciones, relanzar los funerales para mascotas, profundizar su apuesta por las compras prepagadas y el acompañamiento a los deudos como servicio complementario.

Aquí, Martínez habla por primera vez de sus empresas como "Grupo Iván Martínez" y adelanta algunos de sus planes. "Este sector está en la prehistoria. Hay mucho por hacer todavía. Aquí se hace muy poca innovación", sostiene.

Planificación y prepago

La funeraria Martínez es conocida también por sus carrozas fúnebres antiguas, que regularmente estacionan y van rotando en el frontis de una de sus sedes en La Condes, cerca del mall Alto Las Condes. Son parte de la colección del empresario, fanático además de los autos clásicos y de alta gama.

El 2021, en plena pandemia varios de los vehículos de la funeraria comenzaron a circular con una llamativa publicidad que decía "¿No te quieres vacunar? ¡Te esperamos!". Ello, con el fin de incentivar la vacunación contra el Covid que entonces, empujaba el Ministerio de Salud. Hasta pu-

sieron gigantografías en la vía pública y avisos en redes sociales. "Nosotros somos una empresa que vivimos del fallecido. Pero nadie se quiere morir realmente. Por eso le dimos un poquito la vuelta a eso en la pandemia para que las personas se cuidaran. Fue una publicidad bien diferente", reconoce hoy y cuenta que la crisis del Covid-19 fue una prueba para ellos que no pararon nunca y enfrentaron semanas en que la cifra de muertos solo crecía. "Fue como una guerra. Estuvimos batallando duro año y medio. Pensamos al igual que todos que sería momentáneo y finalmente nos dimos cuenta de que era muy largo", rememora.

En septiembre del año pasado en una alianza con el Colegio Industrial de Puente Alto y Duoc UC convirtieron un Cadillac de 1995 en un vehículo fúnebre eléctrico y la idea es seguir adaptando la flota con el fin de ir respondiendo a las tendencias y demandas.

Martínez reconoce que casi todo se está por hacer en este mercado, del que tan poco se habla y hasta se esquiva, pero que atiende cada año a más de 100 mil personas en el país. El empresario asegura que en el extranjero están las pistas de hacia dónde se encamina el negocio: cada vez más cercano al mundo financiero y la planificación de ese momento que a todos nos llega. Por eso, en la firma están apostando por la compra anticipada del servicio fúnebre, en que una persona va prepagando su funeral y lo puede armar a su medida. Lo mismo pasa con los funerales de mascotas, que este año serán relanzados. "Soy ingenioso pero no tanto. Miro para afuera y voy sacando ideas. Además, tengo la habilidad de concretar lo que pienso antes de contarlo", explicita.

Hoy, además de funeraria, cementerio y flores, la gente está demandando a los servicios fúnebres acompañamiento y comodidades para despedir a sus deudos en momentos tan dolorosos. La firma tienen un staff de psicólogos y hasta ofrecen terapias de apoyo con perros y conejos. Martínez añade que el secreto del negocio, reside precisamente en esa relación, cercana pero respetuosa, con los clientes.

Según datos del Departamento de Estadísticas e Información de Salud (DEIS) en Chile mueren cada año más de 100 mil personas en promedio. Hasta fines de noviembre de 2023 -último dato- murieron 109 mil. La cifra debiese seguir incrementándose, debido al envejecimiento en la estructura demográfica del país. Y eso mismo, reconoce el empresario, lo hace un sector atractivo y con mucha estabilidad en el tiempo. "Vivimos de los fallecidos", reitera.

Cremaciones en Quilicura

"Soy una persona trabajadora y focalizada. Vendía jugos en sobre cuando chico. Para mí los negocios tienen mucho de juego, yo me entretengo haciendo todo esto. Llevo 23 años con la funeraria. Empecé a los 21 cuando me paraba afuera del Sótero del Río como buitre, ofreciendo servicios funerarios y a los 40 ya era el primer actor y necesitaba profesionalizarme. Ahí fue cuando le propuse participar", cuenta Martínez sobre cómo se gestó el ingreso del ex gerente de Bethwine, Mariano Valetutto al 15% de la funeraria en 2020.

Junto a la incorporación del socio -un experto financiero- vinieron la profesionalización y expansión. Comenzaron a operar en diferentes segmentos, como los convenios con los municipios para atender a sus vecinos o emergencias, transformaron los locales en un negocio inmobiliario, y también entraron al cementerio Valle Unido de Quilicura, el año pasado. Hoy venden en promedio US$ 1 millón mensual.

Para Quilicura los planes son grandes. El parque cementerio está recién comercializándose, por lo que queda mucho para crecer. Sobre todo luego de que hace algunos meses consiguieran los permisos para construir un crematorio.

Martínez hace una pausa en la conversación con este diario para explicar que se está produciendo un cambio de tendencia muy fuerte en Chile: la gente ya no quiere tumbas y se está decantando por las cremaciones para llevarse las cenizas de sus seres queridos a la casa o ir a dejarlas a algún lugar dentro de un rito de despedida. "Es un cambio muy, muy fuerte. Incluso hay gente vendiendo sepulturas antiguas, porque al final hay una serie de problemas con la mantención y el cuidado", revela.

La TV

Iván Martínez habla rápido y sus ideas parecen descolgarse unas tras otras. Viene saliendo del casting para su programa de TV, ¿Quieres Ser Mi Socio?, que debutará en marzo en La Red y antes había estado grabado para la Divina Comida de Chilevisión.

Le gusta la pantalla y las comunicaciones. Dice que eso le ha permitido conocer a personas que lo tienen todo para salir adelante como él en su día, pero que solo les falta un último impulso. En "Quieres Ser Mi Socio" elegirá un emprendimiento al que le pondrá $ 100 millones y entrará como accionista corriendo los riesgos.

"Me gusta contar lo bueno y lo malo para que la gente vaya aprendiendo. Hay mucha gente me pide capital o conocimientos para su negocio. Me llegan mensajes a diario" dice en relación a esa veta. Subraya que oír, empatizar y ayudar es parte del *core* de su negocio.