

Bones pràctiques de Responsabilitat Social de les Empreses de Vilafranca del Penedès

Xerigots



Nom: Xerigots SCP

Sector d'activitat: Alimentació

Activitat de l'empresa: Botiga i degustació de vins i formatges

Nre. Treballadors/es: Tres socis i una persona contractada

Pàgina web:
www.xerigots.cat

Adreça i contacte:
Av. Tarragona, 3
08720 Vilafranca del Penedès (Alt Penedès)
938902378
info@xerigots.cat

Descripció de l'empresa

Xerigots és un petit establiment situat al centre de Vilafranca del Penedès. Es dediquen a la venda i tast de vins i formatges principalment, a més a més disposen d'altres productes que poden ser complementaris a aquests dos grups principals.

Des de l'octubre de 2011, la Gemma el Jordi i la Laia van engegar aquest projecte empesos per la voluntat de crear un negoci propi dedicat al foment de la cultura del vi, un dels eixos fonamentals de l'activitat econòmica de la comarca del Penedès, i el formatge. Aquesta iniciativa es va gestar a partir d'un pla de negoci que es va dur a terme a través del servei públic d'assessorament INICIA per a la creació d'empreses.

Els tres socis provenen de sectors diferents i, de fet, no han abandonat les antigues professions. Aquest element, lluny d'impedir una suficient dedicació a aquesta nova empresa, els permet enriquir el projecte amb els coneixements personals de cadascun d'ells. La Gemma es cuida de la comandes. Gràcies a la seva formació i trajectòria professional en l'àmbit periodístic aporta coneixements en el camp de la comunicació tan necessaris en les empreses actuals. El Jordi des de la seva formació en assessorament d'empreses, a més de dur la comptabilitat també intervé en l'operativa de l'empresa, i la Laia, amb formació d'enginyera agrònoma, aporta coneixements d'aquest àmbit, molt vinculat a la terra i a l'alimentació.

El focus de l'empresa és **fomentar la cultura del vi del Penedès i del formatge, oferint productes de qualitat a un preu raonable**. "Es pot gaudir d'un vi excel·lent a un preu assequible", afirma la Gemma. L'estratègia de gestió està basada a conèixer molt bé el producte que ofereixen i en el tracte proper al client i la voluntat de difondre aquests coneixements i promocionar l'enologia i els productors de la comarca. Aquesta estratègia parteix de la voluntat d'oferir un producte de qualitat a un preu assequible, i aposta de manera inequívoca cap a una oferta variada **amb un estoc constant voltant els 250 vins de producció catalana i 200 varietats de formatges de tot el món**. Aquestes dues premisses formen part de l'ADN de l'empresa, el model de negoci s'articula a partir d'aquest eixos principals: varietat de vins del país i de formatge d'arreu, tot plegat a un preu raonable.

Es per això que organitzen sessions de maridatge on es fusionen aquestes idees. A Xerigots s'organitzen periòdicament presentacions de vins, acompanyats de tastos de formatge, on conviden enòlegs experts a fi de transmetre a la clientela la passió pel vi i donar a conèixer gran varietat de



“promoure petits cellers lliga amb l'estratègia de gestió basada en difondre la cultura del vi, emfasitzant el producte de la comarca”



formatges.

Com s'ha dit, els dos productes estrella són el vi i el formatge. El seu estoc sol voltar els 250 vins catalans i els 200 formatges de tot el món. Pel que fa a aquest últim, són franquícia de la “Casa de los quesos”, que els proveeix d'una gran varietat de formatges tallats en petites porcions i envasats al buit a punt de ser venuts i degustats. Això afavoreix flexibilitat a l'hora de vendre el producte i que el client no es vegi obligat a adquirir més quantitat que la desitjada, alhora que evita que resti producte residual a la botiga que, o bé representa pèrdues, o bé disminueix la qualitat i la possibilitat de disposar de molta varietat.

El producte

Pensant a fer arribar el seu producte a tot tipus de client s'han volgut allunyar de la idea de botiga per a gourmets que sovint aposta per vins de preus elevats. Una de les màximes de Xerigots és que **es pot gaudir d'un vi de qualitat a un preu assequible**. Coherents amb aquesta idea han creat una zona *low cost* on es poden trobar formatges i vins a preus rebaixats.

A Xerigots els agrada donar molta rotació al producte i tenir sempre les prestatgeries plenes de novetats. És per això que esmercen temps i dedicació per estar al dia de l'oferta vitícola. També són partidaris de donar a conèixer petits productors que disposen d'uns vins molt cuidats i no sempre tenen fàcil accés al client final. Això els suposa un esforç considerable. Anar a fires i estar al dia de la gran varietat que existeix en el mercat suposa un inversió de temps important. Tanmateix la idea de promoure aquests petits productors lliga amb l'estratègia de gestió basada en difondre la cultura del vi, emfasitzant el producte de la comarca.

Fidels a aquesta filosofia de difondre la cultura del vi, no només gaudeixen compartint coneixements amb els clients que visiten l'establiment, sinó que a la web trobem informacions detallades de molts dels seus productes, a més d'un arxiu on es poden veure les diferents activitats i les fitxes de les sessions de maridatge. La informació sobre els productes segueix un protocol establert: foto, descripció i difusió a través dels diversos mitjans de què disposen.

A la botiga trobem tots els productes etiquetats amb tota la informació pel que fa a ingredients i procedència, tal com marca la legislació. Però a més, sensibles a les diverses intoleràncies, distingeixen els que són aptes per a celíacs i altres patologies o al·lèrgies, cada vegada més comuns entre la clientela.



“un diàleg ric i fluid perquè la clientela aprengui a conèixer i estimar la cultura del vi”



Compromís amb el territori

El compromís amb el territori i l'enologia és manifest. La seva política de selecció de producte es basa en la venda de vins catalans, posant èmfasi en vins de la comarca. Un 45% dels vins que venen són del Penedès. Pel que fa al formatge, també hi ha presència de producte del país, tot i que no n'hi ha exclusivitat. D'altres productes que estan introduint són, per exemple, derivats làctics elaborats de manera artesanal, com ara els iogurts de Gurb, Osona.

Com a franquiciadors, i mostrant un compromís amb el territori, han aconseguit que “La casa de los quesos” hagi començat a comercialitzar per tot l'àmbit estatal alguns formatges catalans que els eren desconeguts, i també és mèrit propi que hagin catalanitzat la imatge de marca i, a partir d'ara, en els rètols exteriors de les noves franquícies que obren a Catalunya ja hi diu “La casa dels formatges”.

La voluntat de donar l’oportunitat a petits productors de la zona de formar part de les sessions de maridatge que organitzen i difondre aquest vins que altrament tenen una difícil entrada al mercat, també està alineat amb aquesta idea de promocionar el Penedès.

Així mateix, pensant a afavorir el territori, participen en la majoria d’activitats locals i col·laboren amb diferents associacions i activitats com ara Enoturisme del Penedès, Centre Vila Associació de comerços, Contra Etiqueta · Enoteques associades de Catalunya, Cambra de Comerç de Barcelona, (acord amb altres establiments per fer descomptes), Botiga al carrer (Fora estocs, Compres nocturnes), Vijazz, la Fira del Gall, el Most Festival, per citar-ne algunes. També volem destacar sessions que s’organitzen dirigides a menors d’edat, on es conjuga la presentació d’un llibre amb un tast de most i de formatge

Des de Xerigots es mostra una marcada sensibilitat vers la comunitat on estan ubicats tenint en compte els diferents impactes i efectes que una empresa pot provocar en el seu entorn més proper.

Conscients de les molèsties que poden causar al veïnat i als transeünts en els moments de descàrrega de producte, han decidit dur a terme aquesta acció per la rebotiga, on no hi ha veïns propers i no és pas de vianants. A més, i de manera habitual i normalitzada, es cuiden del bon estat general i de neteja de la vorera que els pertoca.

Compromís amb la clientela

Un dels aspectes que més es treballa a Xerigots és el tracte i el bon servei a la clientela. És amb aquest objectiu que s’organitzen setmanalment sessions de maridatge per a unes 25 o 30 persones, amb un producte curosament seleccionat i convidant experts enòlegs.

La Gemma ens explica amb un somriure que “som una botiga que hem de parlar molt”, i és així com transmeten la passió pel vi i l’enologia. Llavors



xerrades amb la clientela per a identificar cada olor i cada matís del vi. El gran coneixement del producte els permet trencar tòpics i donar una informació de qualitat que el públic agraeix i valora. Un diàleg ric i fluid perquè la clientela aprengui a conèixer i estimar la cultura del vi. A més, els agrada comptar amb públic diferent en aquestes sessions. Per aquest motiu, i donat l'espai limitat de l'establiment, anuncien els maridatges de cinc en cinc i no permeten que la clientela repeteixi en curts períodes de temps a fi que persones diferents gaudeixin de les sessions de maridatge.

Conscients de la importància de la comunicació amb els grups d'interès, han constituït diversos canals de diàleg servint-se de les noves tecnologies. Estan presents en xarxes socials, tenen un web accessible i entenedor, envien newsletters periòdicament, i han creat un blog. Tot plegat cobreix un doble objectiu: d'una banda comunicar la filosofia de l'empresa i donar a conèixer els productes i les diferents activitats que es duen a terme; i, de l'altra banda, captar les inquietuds i percepcions de la clientela o d'altres grups d'interès a fi de comprendre millor l'entorn en què es mouen.

En aquest sentit, i donada la creixent demanda de la clientela de vins ecològics i amb pocs sulfits, treballen per a poder oferir gamma amb aquesta característica, malgrat que no es fàcil ja que la reducció dels sulfits també escurça el temps de conservació dels vins.

La gestió del multilingüisme amb la clientela passa per un primer *bon dia* en català, com a llengua del país, i a continuació adaptar-se a la llengua del client. Tenen capacitat per atendre en català, castellà, anglès i francès.

Tenen uns compromisos de qualitat que gestionen per mitjà d'una iniciativa anomenada "Compromís de Qualitat Turística", de la qual tenen el reconeixement vàlid fins al 2014.

Entenen la qualitat com una actitud constant de millora. Si per exemple hi ha un problema amb un producte segueixen un protocol, bescanvien el producte al client i contacten amb el proveïdor per entendre'n la causa i evitar que es torni a repetir.

Respecte a l'accessibilitat, disposen d'una rampa que permet l'accés a tota la botiga per part de persones amb cadira de rodes.

Compromisos ambientals

Conscients de la necessitat de preservar el medi ambient, la política de Xerigots en aquest aspecte és d'observar i copsar totes aquelles accions en què poden ser més sostenibles.

L'eficiència energètica és un element important. Disposen de fluorescents de baix consum i apliquen criteris de consum responsable pel que fa a calefacció i aire condicionat, tanmateix i donada la naturalesa del producte han de ser estrictes a les necessitats d'aquest per tal de garantir l'estat de conservació.

Minimitzen l'ús de productes de neteja agressius ja que no n'hi ha necessitat. Fan la separació de residus i personalment els porten al contenidor adient.

Creativitat per a l'ecoeficiència

Els aparells de refrigeració, on conserven i mostren els productes làctics, tenen unes tanques, a mode de cortina, que es despleguen quan l'establiment està tancat, de manera que permet conservar millor la refrigeració i no consumir energia innecessàriament. És un sistema molt pràctic perquè està integrat en el mateix aparell.

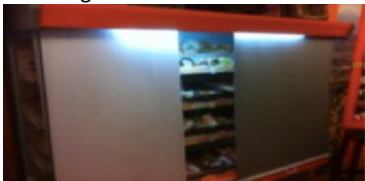


Però van considerar que igualment permetia una fugida important del fred pels laterals, ja que no és un sistema estanc.

Per això, van fabricar-se unes peces gruixudes de porexpan que s'adapten a la mida exacta a fi que durant els intervals de temps en què la botiga no està oberta al públic s'optimitzi l'aïllament i es disminueixi el consum energètic.

Segons els càlculs que han realitzat arriben a estalviar fins al 30% d'energia. Cal afegir que aquest sistema ha estat revisat pels fabricants dels aparells refrigeradors amb tant d'èxit que fins i tot els proposen a altres clients donats els bons resultats que han constatat tant pel que fa a estalvi energètic com per la capacitat de mantenir la temperatura

interna sense oscil·lacions que podrien afectar el manteniment de la cadena de fred. També pel que fa a la legislació, aquest sistema que han ideat ha passat els controls a què són sotmesos en tant que establiment dedicat a la venda de producte alimentari, ja que els productes que hi ha dins les neveres estan envasats al buit i el porexpan és un material inert, no susceptible de proliferar l'existència de microorganismes nocius



Les tasques d'oficina són mínimes, però val a dir que malgrat això apliquen criteris d'oficina verda com ara utilitzar suport digital sempre que és possible, fins i tot en les accions de promoció, i minimitzar les impressions.

Pel que fa als embolcalls i bosses, n'hi ha de paper i de plàstic. En aquest cas, el cost i el volum del que s'ha consumit és el que es valora a l'hora de donar una o l'altra. La de paper per a una compra més petita, la de plàstic per a un volum major. Les de paper tenen el format idoni per a les ampolles, per tant el vi el posen en bossa de paper. També disposen de caps de cartró per a les presentacions de regal.

Compromisos laborals

L'equip de tres socis de Xerigots es complementa amb una persona contractada, que és qui hi treballa cobrint tota la jornada. Així, els socis, que tenen altres ocupacions, s'afegeixen a l'atenció a la clientela els dies de major afluència, que acostumen a ser els dissabtes, alhora que supleixen la treballadora quan ha de ser absent. Aquesta pràctica, molt flexible pel fet de ser un petit negoci amb una sola persona, suposa una manera convinguda de poder facilitar la conciliació de la vida laboral i familiar, a banda, per descomptat, de respectar els dies de festa setmanal i els períodes de vacances.

També hi ha interès per tal que aquesta persona contractada tingui una formació adequada, de manera que s'incentiven cursos d'aprenentatge, es fomenten visites a cellers i, fins i tot, quan un expert enòleg acudeix a les sessions de maridatge de Xerigots, es promou que aquesta persona pugui seguir la sessió plenament, amb els suport dels socis per a atendre la clientela

Conclusions

Davant nostre tenim una empresa molt jove, que mostra la seva frescor i dinamisme amb un fort compromís amb la qualitat cap a la clientela i envers el territori.

La voluntat de transmetre la tradició de la cultura del vi amb rigor i professionalitat els converteix en una peça més de l'estratègia territorial de fomentar l'enoturisme com a eix de promoció econòmica i d'atractiu turístic. Per això el seu negoci és un element rellevant dins la suma d'empreses i agents implicats: la capacitat de reflectir els actius del territori i fer-ho amb excel·lència esdevé una responsabilitat envers la societat, en tant que no solament està en joc el seu negoci sinó que formen part del desenvolupament d'un model i una estratègia col·lectiva.

Aquesta relació tan curosa cap a la clientela i el territori és el seu punt de partida en el camí d'incorporar la responsabilitat social en la gestió empresarial, que els permetrà anar avançant i millorant, esdevenint una



empresa capaç de comprendre el seu entorn, donar-hi resposta, i fins i tot situar-se en la posició d'ajudar a arrossegar en els reptes compartits del territori.

Xerigots adopta un posicionament clar en crear valor econòmic i social, tot fomentant el sector turisme com a part integrada a la seva pròpia activitat comercial. Per tant, el marc del projecte Territori Socialment Responsable és idoni per dotar a Xerigots d'una eina més a fi de posar en valor les diverses accions que s'estan duent a terme, i fins i tot implementar-ne alguna de nova, per tal de fomentar les sinergies entre els diferents agents implicats i anar creant l'atribut de territori socialment responsable com a procés de millora transversal.

*Aquesta fitxa ha estat elaborada en data de juny de 2013 per Vector 5, Excel·lència i Sostenibilitat a partir de l'entrevista realitzada a Gemma Urgell, sòcia, a càrrec Josep Maria Canyelles i Marta Ribera. La fitxa reflecteix informacions aportades per l'empresa i ha estat validada per aquesta. En aquest procés també s'han identificat aspectes subjecte de millora, i s'està acompanyant l'empresa per tal d'abordar-los. L'elaboració de les fitxes d'RSE s'emmarca en el projecte Destinacions Turístiques Socialment Responsables impulsat per la **Fundació Pro-Penedès** i la col·laboració de l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès. Aquest projecte està subvencionat pel SOC i el Fons Social Europeu, d'acord amb el Programa d'Ajuts a projectes Innovadors i Experimentals, regulat per l'Ordre EMO/312/2012*