



Bones pràctiques
de Responsabilitat
Social **2017**

On the Rocks

www.respon.cat



Iniciativa empresarial per al
desenvolupament de la responsabilitat
social a Catalunya

GESTIÓ RESPONSABLE, EMPRESA SOSTENIBLE



Consell General de Cambres
de Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa
i Coneixement

On the Rocks

Nom de l'empresa Licores on the Rocks, SL

Sector d'activitat Alimentació

Activitat de l'empresa Elaboració de licors naturals i artesanals

Plantilla 2 persones

Pàgina web www.spiritontherocks.com

Twitter @OnTheRockspirit

Adreça Pl. Agermanament, 1, 43430 Vimbodí (Conca de Barberà)

Contacte T. 660 580 841 - info@spiritontherocks.com

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Licores on the Rocks és una iniciativa d'una emprenedora, Maria de la Peña. La idea va néixer durant una sobretaula en un sopar amb amistats: davant del *xupito* final van preguntar-se si no podrien prendre alguna cosa que estigués bo de debò, artesanal, amb gust a herbes de veritat i no a colorants, i que els fes recordar per sempre més aquell moment, aquella essència. Per què no tenir el dilema davant d'un licor de cafè de si prendre'l o no a la nit perquè porti cafeïna de veritat i potser no poder dormir? O sigui, no pas amb gust de cafè, sinó de cafè! Els mancava... *allò*.

Així fou doncs com deixà la seva feina en consultoria a les rodalies de Barcelona i tornà a la seva Conca de Barberà, a Vimbodí, on va néixer, per fundar la companyia centrada en oferir **moments únics** més que un licor, combinant la tradició i la modernitat internacional. D'un costat van idear el licor del Monestir de Poblet junt amb la comunitat monacal, i l'elaboren en l'actualitat. De l'altre, exporten ja a països com Suïssa, la República Txeca i Andorra.

La combinació de tots dos fets es plasma en especial en un dels seus productes estrella, el licor de magnòlia. A Vimbodí, per exemple, al bell costat del monestir de Poblet, les padrines des de sempre han destil·lat licor -medicinal- de magnòlia amb receptes pròpies i amb gairebé el mateix sistema de destil·lació que a l'antic Egipte: hi ha viatges en el temps en els que l'essència mateixa no canvia. Es pot guanyar avui dia en eficiència, però si es canvia res més deixa de ser *allò* que més que un licor és un moment únic i singular compartit. L'enfoc relacional que la Maria dona al negoci fa que a través de la seva xarxa de contactes conegués que en un racó remot de la Xina anualment hi fan la festa de la magnòlia. Ràpidament va començar a pensar que també hi podrien gaudir d'un licor de l'essència de la seva festa. És un moment l'any, és un moment que viu una petita comunitat, o dues, o potser algunes més, però cadascuna al seu racó del món, cadascuna a casa seva, a la seva taula en una experiència de grup. Hi està treballant.

Tot i viure al món rural això no li comporta cap problema rellevant, ans al contrari, ha millorat la **qualitat de vida** respecte a quan vivia a ciutat. Això sí, té per sistema de viatjar els dijous a Barcelona per assistir a la reunió setmanal de la xarxa internacional de referències de negocis BNI, per tot seguit destinar la resta del dia a altres gestions.

En aquest camí ja han acumulat més de **trenta medalles** en la desena de concursos internacionals als que s'han presentat.

ON THE ROCKS





LA INNOVACIÓ I QUALITAT SÓN L'ESSÈNCIA RESPONSABLE DEL PROJECTE EMPRESARIAL

Malgrat no tenir experiència ni coneixements previs en el sector de la fabricació de licors, excepte com a consumidora exigent, l'impuls vers allò que havien trobat a faltar en aquell sopar ella i la seva colla va poder més.

És un projecte que gira al voltant de la qualitat, del que és artesà, d'un determinat lifestyle, d'ingredients secrets i de receptes tradicionals:

- Els millors ingredients: seleccionen les millors matèries primeres per obtenir el gust desitjat en cada moment.
- Productes locals: fan servir plantes aromàtiques que cultiven al seu propi hort o bé les compren a proveïdors locals i de confiança.
- Tradició i modernitat: són les receptes de les seves àvies -les padrines-, amb un toc actual, i d'altres sortides directament de la seva R+D.
- Varietat: disposen d'una cartera molt àmplia, per a tot tipus de paladars exigents i, sobretot, per a tota mena d'ocasions, de moments... i de llocs.

Vol proporcionar **experiències de luxe responsable**, un producte que es podria vendre molt més car -és natural, artesanal, no hi ha res similar al país-, i en canvi l'ofereixen a un preu més que assequible perquè tothom en pugui gaudir, no és l'opulència el que cerquen satisfer sinó la posada en valor de generar luxe espontani en uns **moments especials**: moments de luxe, no és diners per diners, sinó diners amb un sentit; és més aspiracional que prohibitiu. I això també forma part de la innovació. En el rerefons hi ha la voluntat de **recuperar la sobretaula**, tornar a connectar amb la gent, la família, facilitar els bons moments.

A les seves fórmules es diu que els ingredients secrets són el que els fan més diferents, tot i que com que són naturals 100% no dubten que els paladars més sensibles els puguin descobrir.

Tenen una cura molt especial en trobar el punt òptim de destil·lació, per **evitar un excés innecessari de grau d'alcohol** que, a més, faria més difícil assaborir les herbes de debò. En general es mouen en graduacions d'entre 14 i 36 graus (meitat per exemple que un *orujo*), per tant són alternatives més saludables. El seu licor de pastís de poma, per posar un cas, té 14 graus, mentre que normalment els de la resta del mercat acostumen a moure's per sobre dels 20.

Forma també part de la **innovació responsable** treballar una personalitat de marca que transmeti tot el que s'ha esmentat.

Quan concep un licor sempre ho fa pensant en un licor per un moment, i tenen en ment arribar als licors a la carta, amb experiències úniques per a grups o persones úniques.

La creació d'experiències no es limita al producte en si mateix, també la seva **vinculació amb l'entorn** intenta ser innovadora, com és el cas del que anomenen **lico-turisme**, experiències enoturístiques que han mogut darrerament creant sinergies amb les visites o tastets: *si no t'ho creus, vine'm a veure*, un concepte molt habitual al món del vi i del cava, però no pas al del licor.

Cerquen alhora aliances amb l'entorn: tastets de dolços locals, visites al Museu del Vidre i altres. El seu concepte d'essència va acompanyat de l'entorn, d'experiències multisensorials úniques i compartides.

El concepte de *qualitat*, que tenen molt integrat a la seva essència, passa per assumir el cost de qualsevol insatisfacció de la clientela, en especial per les produccions o licors a mida: el licor ha de ser realment *allò*. Per tant, l'excel·lència per davant de tot. En concret però l'entenen així:



- **La qualitat és relativa**, sempre en relació amb la resta de l'oferta del mercat, i es proposen sempre donar el millor que poden donar, cosa que fan amb èxit ateses les medalles atresorades en aquests pocs anys en concursos internacionals.
- També tenen en compte el que en diuen la **qualitat de l'endemà**, perquè tenen la màxima proporció possible d'etanol i la menor de metanol, és a dir, de l'alcohol *dolent* que genera efectes secundaris l'endemà.

Fruit d'aquesta concepció de la qualitat no es plantegen cap creixement massiu, sinó un de sostingut en el temps i coherent amb els valors, l'essència, de la marca.

EL MEDI AMBIENT DINS L'AMPOLLA

Com a derivada del concepte de qualitat, la millor selecció de les herbes que fan servir l'aconsegueixen tenint **el propi hort** al costat de la nau industrial. No hi fan cultiu intensiu, apliquen els propis cicles complets de les plantes (per exemple, unes herbes poden ser fertilitzants d'altres), trien el millor sòl per a cada planta i, si no és possible cultivar-les al seu hort per climatologia o situació geogràfica, les compren a proveïdors locals del seu entorn.

A través dels seus comercials **eduquen la clientela en el valor ambiental**, alhora que a través de les iniciatives i visites ecoturístiques.

I malgrat que no són una indústria realment intensiva en consum d'electricitat, que és quasi nul, sí que miren de reduir la seva **petjada de carboni** ens els processos en què directament o indirecta sí que hi impacten:

- El transport.
- La fabricació de les ampolles: no les fabriquen elles, però atesa la qualitat, consumeixen força silici i energia.
- Cartonatge: per més que sigui reciclat, sempre n'hi ha una part de nou.

Les **emissions de CO₂** calculades a partir dels consums i empremta ecològica les compensen col·laborant amb un projecte minihidràulic de Nicaragua, així com en un altre de reforestació.

L'activitat que fa l'empresa és relativament perillosa, pel fet de treballar amb alcohol, de manera que van treballar amb l'ajuntament poder disposar ben a prop d'un **punt d'hidrant** davant de possibles emergències. L'Ajuntament obté a canvi una dinamització important amb l'activitat econòmica i també amb la circulació de persones en les visites. L'activitat en si no és molesta per al barri on s'ubiquen i, de fet, ha fet que estigui més concorregut del que era habitual, cosa que aporta més sensació fins i tot de seguretat.

EL NETWORKING COM A EINA DE BON GOVERN

De la mateixa manera que treballen la relació amb la comunitat i amb la pròpia clientela, l'element que més destaca en el bon govern de l'empresa és la utilització del **networking i el màrqueting relacional**. Disposar d'una sistemàtica de relació amb potencials contactes, i això implica tant aportar com rebre, ha permès a la Maria d'obtenir resultats molt destacables, en especial, com s'ha esmentat, per la qualitat dels contactes més que per la seva quantitat.

La sistemàtica d'assistir cada dijous a les reunions de la xarxa BNI, i aprofitar tot seguit per fer les reunions i gestions corresponents a Barcelona, aporta un ordre imprescindible en el bon govern de tota empresa. Mira





Durant el 2017, després d'haver estat seleccionada, l'empresa ha participat en el programa RSE.Pime, organitzat per l'associació empresarial Respon.cat, amb el suport del Consell de Cambres de Comerç de Catalunya i del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya. Per mitjà del procés de capacitació i consultoria, l'empresa ha pogut identificar les seves bones pràctiques i les àrees de millora, i es proposa avançar en la gestió de l'RSE en els propers mesos.

Aquesta fitxa ha estat elaborada en data de gener de 2018 per Xevi Agulló a partir de les entrevistes realitzades a Maria de la Peña, promotora de Licores On The Rocks.

La fitxa reflecteix informacions aportades per l'empresa i ha estat validada per aquesta. L'elaboració de les fitxes d'RSE és una iniciativa de l'associació Respon.cat, iniciativa empresarial per al desenvolupament de la responsabilitat social a Catalunya.

Aquesta sèrie de fitxes correspon a empreses participants en el programa RSE.Pime, amb el suport del Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya i la col·laboració del Consell de Cambres de Comerç de Catalunya i el Palau Macaya de l'Obra social de la Caixa.

d'envoltar-se sempre de bons professionals, a qui pugui aportar però també de qui en pugui rebre, i assegura que n'ha estat un factor clau del desenvolupament del projecte.

També forma part del bon govern la **transparència informativa**, la que es pot derivar del mateix networking i màrqueting relacional, però alhora la possibilitat que s'ofereix a la clientela de visitar les instal·lacions i fer tastets: el *lico-turisme*.

COMPRA SOSTENIBLE

En la mesura que els és possible, miren de prioritzar compra de proximitat, com en els serveis professionals, neteja o manteniment, però també amb compra de matèries primeres com el safrà, que és de Montblanc i que, asseguren, és de qualitat igual o superior al de l'Índia.

Per als palets fan servir fusta certificada FSC, i per a internacional palets de fibra "Inka". La companyia elèctrica que van escollir és Holaluz, que genera l'electricitat que distribueix de fonts totalment renovables, entre elles biomassa especialment.

LA VINCULACIÓ AMB LES SEVES PERSONES COL·LABORADORES I LA COMUNITAT

Licores On The Rocks és una microempresa que dona feina a les **dues emprenedores**, la Maria i la Rosa. Però la vinculació també se cerca amb les persones subcontractades per feines de neteja, logística, manteniment o gestoria, i sobretot amb els **quatre comercials**, que tot i que no treballen en cap dels casos a temps complet per l'empresa, sí que reben una part de la retribució en concepte fix, encara que no se'ls demani exclusivitat.

Internament miren de tenir molt en compte la **flexibilitat horària**. De moment, en no ser una empresa gran, els resulta fàcil, però volen que amb el creixement futur no deixi de ser una essència també del projecte: la **qualitat de vida**. Una de les mesures habituals, és la utilització de la videoconferència.

Tenen moltes idees per implementar en un futur no massa llunyà, ja sigui col·laborant amb un centre especial de treball o incorporant alguna persona amb discapacitat física. Assegura la Maria que la diversitat ha de ser un mirall del que són al mercat, el producte és **diversitat** en si mateix.

La vinculació amb la comunitat les ha portat també a formar part de l'Associació de Productors Agroalimentaris de la Conca de Barberà, de la qual van ser una de les tretze empreses fundadores.

També han mirat de trobar sortida al poble a la gran quantitat de fruita de la qual només aprofiten les peles, però aspectes sanitaris han evitat que ho puguin cedir a l'escola, per exemple. En tot cas és una de les moltes qüestions obertes en el seu esperit de relació amb l'entorn.

Ara esperen poder fer el viatge amb la seva essència vital i emprenedora que les porti a la festa de la magnòlia de la Xina, trencant l'espai-temps, ajuntant moments i gent d'arreu.