



Bones pràctiques
de Responsabilitat
Social

Llagurt



Iniciativa empresarial per al
desenvolupament de la responsabilitat
social a Catalunya

www.respon.cat



Llagurt

Nom de l'empresa Rahola i Salomó, SL

Sector d'activitat Detallista

Activitat de l'empresa Cadena de iogurteries

Nombre de treballadors/es 7 estructura i 4 a cada botiga

Pàgina web www.llagurt.cat

Adreça Mosquerola 27-I - Vilablareix (Gironès) **Contacte** T. 972 396 023 - info@llagurt.cat



DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Llagurt és un concepte nou de botiga on el iogurt natural i el gelat de iogurt són els grans protagonistes, i que és fruit de l'Íngrid i la Glòria, dues joves emprenedores gironines. Utilitzen producte de gran qualitat i ecològic, procedent de productors locals. Després d'obrir dues botigues, van tenir una gran demanda per créixer a partir de franquiciats. Ara ja són 18 botigues (14 són franquícies), on hi treballen en total una seixentena de persones, i mouen un negoci de poc més de 1 milió d'euros.

COMPROMÍS AMB LA QUALITAT I LA SALUT

Llagurt és el nom d'una proposta original especialitzada en la venda de iogurts gelats artesans i iogurt natural, caracteritzats principalment pel seu bon gust i pel seu baix contingut en greixos. Utilitzen com a base de la seva oferta la recepta tradicional de iogurt fresc, natural, cremós, que és font de proteïnes, calci i vitamines B2, A i D, fet que converteix aquest aliment en una alternativa molt saludable de les propostes de gelat que hi ha al mercat, en línia amb la cultura a la salut que predomina cada cop més a la nostra societat

A més, aposten per un iogurt de proximitat, de quilòmetre zero i ecològic, ja que hi ha altres marques que elaboren el iogurt amb aigua i llet en pols, cosa que permet reduir els costos i fer una expansió més ràpida. Van considerar que *aquí tenim la peculiaritat que ens agrada menjar bé, per això nosaltres ho fem amb iogurt natural ecològic, que té una caducitat molt reduïda, de manera que per ara no sortirem de l'àmbit de Catalunya i Perpinyà.*

El model comercial es basa en la gran qualitat dels productes i el fet que cada client s'ho pugui personalitzar combinant els diferents guarniments

“Una proposta original especialitzada en la venda de iogurts gelats artesans i iogurt natural”





6 La seva història ha pres forma de conte, el conte de les Llagurteres i el volen fer servir per animar a tots els nens i nenes a creure en els seus somnis i fer-los realitat.

o *toppings*. Les varietats són múltiples: amb la base del iogurt ecològic, ja sigui natural o gelat, cadascú afegir-hi els *toppings* escollits: cereals, fruita seca, salses de fruita d'elaboració pròpia o les fruites naturals tallades al moment, entre altres.

El producte base, el iogurt, és **ecològic**, i la major part dels guarniments són naturals. Però com que, per raons de mercat, també tenen algun guarniment com gominols o lacasitos, no poden dir que són un comerç 100% ecològic. Amb petites excepcions, doncs, els productes formen part d'un model d'**alimentació saludable** i fins i tot en el cas dels fruits secs se'n trien de torrat artesanal.

ORIGEN I FILOSOFIA

Llagurt és un bon exemple d'emprenedoria amb una història al darrere: dues noies de 26 anys, llicenciades en Administració d'empreses, engeguen un projecte, després que des de petites ja tinguessin la pretensió de fer algun negoci conjunt. Íngrid Rahola i Glòria Salomó van escollir la idea del projecte a partir de captar el que podia ser una oportunitat de mercat i s'han anat expandint. La idea prové del 2010, quan la Glòria estudiava a Chicago i va observar cues per comprar una terrina de iogurt. En aquell cas americà, es tractava d'un producte fet a partir d'hidratar un iogurt en pols. L'Íngrid va deixar la feina d'orientadora laboral per posar fil a l'agulla. En tot just dos mesos havien trobat la maquinària per fer els gelats i les granges per comprar la llet fresca i el iogurt ecològic. D'aquí va néixer la idea que, dos mesos més tard, es traduïa en el primer establiment Llagurt, a la Rambla de Girona.

La seva història, tant vinculada a un projecte personal, ha pres forma de conte, el **Conte de les Llagurteres**, i el volen fer servir per animar a tots els nens i nenes a creure en els seus somnis i fer-los realitat, explicant que aquest conte, a diferència d'altres, sí que és real, i així fomentar la emprenedoria i l'educació en valors.

MODEL DE NEGOCI

La idea d'obrir iogurteries no és nova, i de fet competeixen amb altres marques. Es tracta d'un **nínxol de mercat** que està experimentant un fort creixement i que s'ha posat de moda arreu com a alternativa *light* als gelats. Per diferenciar-se de la competència, Llagurt va optar per elaborar els seus iogurts amb llet fresca i iogurt ecològic afegint tot un seguit de valors de responsabilitat social.

Llagurt **vol ser la iogurteria de referència a nivell català** amb un concepte diferencial de producte d'alta qualitat, i promocionar molt més la proximitat, Km 0, la terra catalana i l'ecologia. Vol ser la primera opció del client, gràcies a l'eficiència i responsabilitat en aquest camp i aportar un gra de sorra a la societat promocionant l'alimentació sana i digna.

Llagurt pretén abarcar un gran segment de clientela i territori per tal de millorar en la comoditat de l'usuari, arribant a més persones, amb el convenciment que poden millorar la qualitat de vida dels consumidors oferint-los una **experiència atractiva, divertida, diferent i única** gaudint d'un iogurt de primera qualitat.

Llagurt té uns **valors** empresarials no escrits però molt intensos, fins al punt que remarquen que els agrada *treballar per valors i no per números*. Creuen en el compromís en el treball i amb el client, la responsabilitat social, la transparència i l'honestedat per tal de complir totes les expectatives del client, sense apartar-se del principi de la bona alimentació. Combinen el treball amb rigor amb una gran passió que es nota en les seves

expressions i en el seu estil, i que formen part de tot l'equip. Han transferit aquests valors personals en una passió empresarial i estil de gestió, però l'impuls personal es fa molt present: *Això no és només un negoci, és un projecte personal. Ens agrada el que fem, no és només una feina, sinó un estil de vida. No som ambicioses de créixer molt, sinó de ser felices*".

Se senten emprenedores abans que iogurteres. El iogurt ha estat la matèria escollida per a muntar el negoci, i ara se l'han fet seu, per descomptat. En tractar-se d'un aliment, els valors ecològics i de salut hi lligaven de ple, però encara que haguessin escollit un altre sector d'activitat, segur que també haurien optat per fer un model amb una opció per la sostenibilitat, perquè forma part d'una opció personal prèvia i, encara que no sigui el més barat, creuen que el model de negoci que avui dia toca va per aquí. Una altra cosa és si s'ha de comunicar molt o no, i en aquest cas, volen explicar que el seu iogurt és ecològic però eviten parlar d'establiment ecològic perquè alguns guarniments no són i això podria provocar que algú pensés que estan donant informació equívoca.

COMPROMÍS AMB ELS PRODUCTORS I PROVEÏDORS

Per al seu model de negoci, la matèria primera és clau: llet fresca pasteuritzada provinent de granges seleccionades segons la zona, iogurt de La Selvatana, una granja familiar de llet ecològica de Campllong (Gironès). Conseqüents amb el concepte de productes de proximitat, les promotores de Llagurt tenen un coneixement directe de tots els proveïdors, i van a conèixer de prop els seus processos de producció.

Recentment, a causa del procés d'expansió, les mateixes franquícies han proposat més proveïdors per poder cobrir millor la demanda, ja sigui en quantitat com en proximitat. Per això, en el cas d'Osona, treballen amb la Vaqueria per al subministrament de llet; a Figueres, amb el mas Colomer d'Esponellà, i amb cal Porta, de Sant Fruitós de Bages. Aquesta implicació de noves granges d'arreu del territori satisfà les creadores de Llagurt, que ho valoren com una oportunitat d'apropar-se més als territoris.

En la selecció de productes i proveïdors també cal anar incorporant la **innovació**, a partir de les demandes dels consumidors o avançant-s'hi, però sempre procurant treballar amb productes d'aquí que tinguin la qualitat i la sostenibilitat com a base dels seus negocis.

Per uns cèntims de diferència no canviarien de proveïdor, ja que la relació està basada també en altres factors com la **confiança i la complicitat**. Saben que els seus proveïdors els faran costat si en alguna ocasió cal fer algun esforç especial, com també saben que, sense necessitat de firmar cap exclusivitat, alguns proveïdors també han refusat propostes de muntar altres iogurteries. I és que més enllà del preu, busquen proveïdors que se sentin **compromesos en el projecte**, que el visquin com a propi.

ELS ESTABLIMENTS

L'extensió per Catalunya la fan a través de la concessió de **franquícies i de botigues pròpies** i ja han rebut prop més de mil cinc-cents sol·licituds per a obrir franquícies, 1.100 de Catalunya i unes 500 de fora, incloent diversos països europeus, però no es casen amb el primer que els ho proposa. La prova és que sols n'han donat 14, de Perpinyà fins a Reus, i que no preveuen créixer gaire més: *Només acceptem la gent, que veiem que cuidarà el producte, que veus que els hi brillen els ulls quan parlen de l'empresa*.

Els **valors** de Llagurt es consideren molt importants per a l'expansió i, si bé s'està obert a qui vulgui compartir el projecte, es demana de compartir

PROVEÏDORS



“ Els valors de Llagurt es consideren molt importants per a l'expansió, es demana de compartir aquest estil ”



aquest estil de qualitat, esforç, cura dels detalls i tracte humà. D'alguna manera volen una continuïtat en els valors que ja estan presents en la producció del iogurt, fent que acompanyin la traçabilitat del producte: ofereixen un producte que ha estat elaborat amb matèria prima de la nostra terra per proveïdors que estimen els seus oficis i que estan fortament compromesos amb el respecte als animals i al medi ambient. Aquest esforç, cura i delicadesa en la producció donen com a resultat un producte fresc de qualitat i volen que aquests mateixos valors es mantinguin presents quan arribi al consumidor.

Però també tenen cura de la **viabilitat econòmica** de cada establiment franquiciat, més quan són conscients que sovint es tracta de projectes d'autoocupació i, per tant, de les il·lusions d'una persona que fa una inversió molt important. Cada establiment requereix una inversió entre 40.000 i 60.000 euros. Per això, preferim no obrir una franquícia si no valoren que hi ha les condicions necessàries per a l'èxit: *no volem tancar botigues i dilapidar els estalvis del franquiciat*. Trien llocs on hi passi prou gent i sempre en poblacions de més de 30.000 habitants.

L'EQUIP

A les 18 botigues hi treballen una seixentena de persones, però d'aquestes 14 són franquícies. L'equip directe de Llagurt es redueix a les dues emprenedores, tres persones a oficines, un repartidor i una noia de la neteja, les persones de les quatre botigues pròpies, que a l'estiu passen a cinc, i que donen feina a unes 20 persones. En total, unes 20 persones. A totes les persones que formen part de Llagurt, incloses les franquícies, es demana un gran **sentit de pertinença** al projecte, fer-se seus els valors i creure-hi, cosa que es facilita arran de l'exemple de les dues fundadores.

Miren de tenir cura de l'equip i volen que cada persona se senti involucrada en el projecte, que vinguin a treballar de gust, que siguin bons ambaixadors de la marca, que des de la botiga s'aconselli el client, que sàpiguen els gustos i què pensa el client: *si volem que el client que vingui se senti com a casa, hem de cuidar molt el personal, ja que és bàsic!* Una de les pràctiques que tenen per aconseguir que tothom treballi a gust és que el nou personal l'escullin des del propi equip, ja que és amb qui hauran de compartir moltes hores i il·lusions. I també intenten fomentar un **model participatiu** que fomenti la creativitat de tot l'equip per a triar nous productes i noves decisions. Estan orgullosos de tenir un equipàs, que fan les coses fàcils, i els agrada remarcar que el dia que algú vulgui endegar un projecte propi estarà molt ben preparat, fent notar que el seu estil capacitador ajuda a millorar l'ocupabilitat i valors emprenedors.

COMPROMÍS AMB LA CLIENTELA

En relació amb la clientela, l'element central és la **qualitat** del producte, alhora que es preocupen per la **diversitat** entre els consumidors: serveixen productes sense gluten i baixos en lactosa, per tal de poder atendre el nombre creixent de persones que tenen malalties o intoleràncies que els impedeixen prendre'n. Això implica, per exemple, tenir dues batidores diferents a cada establiment per assegurar que no es produeix cap contaminació, o que les fruites fresques es tallin en el mateix moment.

Per tal de tenir un coneixement profund de com tenir una operativa adequada, van treballar-ho amb l'Associació Catalana de Persones Celíaqües, i ara tots els franquiciats disposen d'un coneixement dels procediments que es van definir i cada nou treballador rep una formació específica, i poden orientar, per exemple, sobre quins guarniments són aptes per a ce-



líacs i quins no. Respecte a la lactosa, els seus productes són molt baixos en aquest ingredient, estan en el límit del que pot prendre una persona afectada, de manera que en funció del grau d'afectació podrà prendre'n o no.

Acompanyant aquesta qualitat del producte, consideren que el **tracte** és fonamental, de manera que valoren les **actituds**, creure en el producte i la marca, o disposar d'habilitats bàsiques, entre les quals tenir plena fluïdesa per expressar-se en **català**. Procuren mostrar la màxima **transparència** envers la clientela i una bona atenció al punt de venda, on el consumidor es pot informar dels productes i on els agrada rebre suggeriments per a **millorar**.

COMPROMÍS AMB L'ENTORN

El compromís amb l'entorn és un valor fonamental d'aquesta empresa i és consubstancial al seu funcionament a partir de les **aliances** amb productors locals. De fet, malgrat les propostes que han tingut, aquest és un projecte de proximitat i no tenen previst sortir de Catalunya.

Els **valors de país** són indestruïbles del projecte, i són un vector d'alineació entre el compromís amb el territori de les dues propietàries i el model de negoci basat en la proximitat, l'arrelament, la intensitat de les relacions... Podem dir que han sabut convertir uns valors socials en uns valors empresarials, que permeten posicionar l'empresa davant la competència i generar una proximitat amb la clientela i amb la societat. La marca simbolitza plenament aquesta idea, ja que no podem deixar de fer referència al nom de l'empresa, que prové de la manera com les iaies de Girona anomenen al iogurt, *llagurt*.

En aquest sentit, també cal fer notar que l'empresa fa ús de la llengua catalana en totes les relacions i que la retolació és exclusivament en català. A més, col·laboren en el programa **Voluntaris per la Llengua**, de manera que totes aquelles persones que estiguin estudiant català poden venir als establiments de Llagurt a practicar i dialogar en parelles, sense necessitat de consumir.

En el marc de l'aposta per una "alimentació sana i digna", s'han implicat en projectes adreçats a reeducar els joves en aquest camp. Realitzen a les escoles de primària l'ofici de llagurter, així afavorint la importància dels productes de la terra i la qualitat en l'alimentació.

Llagurt han col·laborat realitzant **conferències d'emprenedoria** a diferents centres com ara la Tribuna de Girona, UDG, UAB... ajuntaments i altres centres educatius.

Els agrada col·laborar en iniciatives de salut o culturals. En la part més social, han col·laborat i han estat considerats "**Empresa amb ànima**" de l'Associació Somnis, de suport a infants i joves en situació de fragilitat social. Respecte a les col·laboracions, sempre les fan en espècies, per ara no es plantegen altre tipus d'aportacions.

La seva curta trajectòria ja ha rebut diversos premis i **reconeixements**:

- 1a edició dels premis Girona Emprèn.
- Millor Iniciativa Comercial en Innovació de la Generalitat de Catalunya.
- Reconeixement a la Qualitat Lingüística Empresarial 2012, dins els Premis Jove Empresari de l'AIJEC.
- XVII edició dels premis Bancaja en la categoria de joves emprenedors 2012.



“ Els valors de país són indestruïbles del projecte, i són un vector d'alineació entre el compromís amb el territori de les dues propietàries i el model de negoci basat en la proximitat ”

