



Bones pràctiques
de Responsabilitat
Social **2015**

**Kiddy's
World**

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

Kiddy's World

Nom de l'empresa Kiddy's World, SL

Sector d'activitat Turisme i oci

Activitat de l'empresa Comercialització d'experiències per un públic infantil i familiar amb valors

Plantilla 10

Pàgina web www.kiddysbox.com - www.familysbox.com

Twitter @kiddysbox

Adreça Llacuna, 162 -164 - 08018 Barcelona

Contacte T. 931 691 699 - alba.linares@kiddysworld.es

DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Kiddy's World S.L és una start-up nascuda al 2012 dedicada a la comercialització d'experiències amb valors per a un públic infantil i familiar, amb voluntat de contribuir al creixement i desenvolupament infantil de qualitat i enfortir els vincles familiars. Disposa de dues marques:

- Kiddy's Box són caixes d'experiències pensades per regalar al públic infantil i que permeten que el receptor esculli per catàleg entre una varietat d'activitats de naturalesa i aventura, de tallers i oci urbà i finalment d'estàncies. El producte està presentat en una original carmanyola i inclou una polsera pels més petits.
- Family's Box són caixes d'experiències pensades per regalar a adults (pares, tiets, avis, amics...) per realitzar una activitat amb nens, amb l'objectiu de fomentar el temps compartit i de bona qualitat en família.

En l'actualitat, els packs es distribueixen a botigues de joguines, centres comercials, com ara el Corte Inglés o FNAC, agències de viatges, llibreries, com Abacus, conformant una xarxa de distribució amb més de 250 punts de venda a tot l'Estat, a més de disposar de botiga *online*.

Finalment, disposa d'una línia de productes adequats per a empreses que desitgen premiar els seus clients o col·laboradors, ja sigui a nivell de promoció o fidelització, i també una línia de servei a empreses (B2B) per donar resposta a les necessitats empresarials de conciliació de la vida laboral i familiar, a més de facilitar i col·laborar en accions de màrqueting relacional dirigides a fomentar el valor de la marca de les empreses a través de les experiències proposades.

D'altra banda, aquest any 2016, Kiddy's World ha obert una nova línia de creació d'experiències exclusives pròpies, a més d'obrir-se a l'organització d'esdeveniments exclusius tant per empreses com per particulars.

COMPROMÍS AMB ELS VALORS RESPONSABLES

L'origen del projecte té a veure amb un estudi sobre la infància, ja que moltes patologies infantils venen originades per la manca d'atenció dels pares. Per això, disposen d'un comitè científic integrat per una pedagoga, dues mestres i una doctora.

El fet de fer sortides i trobar els espais per a l'esbarjo fora de casa permet despertar oportunitats no només lúdiques sinó educatives. Contràriament, estar tancats entre quatre parets pot afavorir l'aparició de més conflictes. D'altra banda, fer un regal immaterial, al costat de l'enfocament educatiu, permet fomentar valors de sostenibilitat i que no es





valori tant la possessió d'objectes. Consideren que els valors propis de l'organització són

- Il·lusió i felicitat
- Compromís
- Respecte i diversitat
- Sensibilitat i creixement humà
- Qualitat i orientació al client

COMPROMÍS AMB L'EQUIP

L'organització acull un equip de deu persones. Dues d'aquestes estan ubicades a Madrid, fet que ha facilitat que comencin a experimentar amb el format de teletreball.

El fet de ser un projecte empresarial tan recent no els ha permès encara estructurar plenament la política d'RSE interna, però ja han començat a treballar amb tot el seu equip en la prioritització dels valors corporatius per presentar-los de manera sintetitzada i prioritzada, i treballar-los de tal manera que siguin realment els valors de l'organització i de l'estil de treball de totes les persones implicades. En aquest sentit, es proposen desenvolupar el *teambuilding* a partir de trobades periòdiques, crear un pla de formació, i desenvolupar plans personalitzats d'objectius per a cada lloc de treball.

Malgrat que era una funció inicialment no prevista, han hagut de disposar comercials als punts de venda, ja que és un sector en el qual les vendes estan molt concentrades en campanyes com la de Nadal i comunions. Amb el model comercial que practiquen alguns grans centres comercials, el manteniment dels expositors depèn de cada proveïdor, i cal estar-hi present per a explicar el producte o fins i tot per a evitar el desordre i la possible desaparició de material comercial, cosa que suposa un gran esforç per a aquesta start-up. Els cal tenir una cura elevada d'aquests expositors perquè és el seu lligam directe amb els compradors i és un element més de comunicació.

Més enllà del seu equip directe, tenen tot el conjunt d'aliances amb **col·laboradors** d'allotjament i d'activitats. La recerca d'experiències per a convertir-les en ofertes els requereix molta dedicació i sovint han d'explorar possibilitats entre persones que no havien ofert mai una activitat turística. Per exemple, es pot donar el cas que ofereixin una visita a una família de pastors i pot passar que, com a manera complementària de guanyar-se la vida, aquests facin formatges i puguin aprofitar per oferir algun taller artesanal. En casos com aquests, no deixen d'estar activant oportunitats econòmiques i facilitant la interrelació entre clients i productors, i sovint fins i tot entre operadors diversos del mateix territori, que han de trobar maneres de col·laborar entre ells per a millorar la integració del paquet turístic.

COMPROMÍS AMB LA CLIENTELA

Respecte a la qualitat han establert protocols d'atenció a la clientela i ara van protocol·litzant altres procediments interns.

Tenen una persona encarregada d'atenció a la clientela, que ahora porta els temes d'RSE. Als primers mesos de l'activitat empresarial, el tema principal en la relació amb la clientela era la caducitat en la vigència del regal, tema que per la repercussió que podia tenir en termes ètics ja

van resoldre satisfactòriament, mostrant capacitat de reacció davant les **inquietuds** del seu grup d'interès més rellevant.

D'altra banda, consideren que hi ha un factor que pot jugar a la contra del seu producte, i és que algú pot creure que regalar un viatge per mitjà d'una caixa d'experiència pot sortir més car. Per això, expliquen que fer ús d'una capsula regal no encareix el gaudi dels serveis sinó que, de fet, pot sortir igual o més **econòmic**, donat que aconsegueixen pactar preus especials, mentre que el fet d'oferir una oferta integrada per un conjunt d'activitats, un pack, és un valor afegit rellevant.

Durant certes èpoques de l'any, coincidint amb temporada alta de vendes, fan alguns **tallers** en escoles i punts de venda. Es tracta d'una acció de caràcter comercial però on apliquen criteris pedagògics. Van començar fent un taller que sols s'adreçava als infants, però posteriorment van millorar-lo per tal que fos conjunt entre pares i fills. Un dels tallers que fan consisteix en una capsula de cartolina amb una finestra per on es veuen diferents elements penjats: en diuen la family box, perquè connecta la proposta de valors familiars que proposen amb la identitat de la seva marca. Altres dels tallers són sobre recollir en un estenedor experiències viscudes o construir un arbre de valors.

COMPROMÍS AMB EL MEDI AMBIENT

Allò que més els agrada destacar és que ofereixen una alternativa a regals materials convencionals, com són els jocs i artefactes tecnològics amb piles i amb materials que requereixen una major gestió de residus. El seu producte integra un menor impacte ambiental i major impacte educatiu, segons el seu model.

Com a capsula física per als regals infantils fan servir una carmanyola apta per a ús alimentari, de manera que pot ser reutilitzada. El llibretó que conté a dins serveix per a triar el regal, però després també es pot conservar com a recull de propostes d'interès turístic, a les quals s'hi pot accedir lliurement. Així, solament es llencen els elements de la funda, amb la part de plàstic i la part de paper, imprès amb tinta no tòxica. D'altra banda, per als més recurrents es disposa d'uns Bonus sense capsula.

En tant que empresa, a banda de les capsules, el seu impacte és limitat i estan introduint criteris d'Oficina verda.

COMPROMÍS AMB LA SOCIETAT

Quan es van plantejar un model de compromís social que estigués integrat en la seva activitat, van pensar en els infants amb discapacitat, ja que volien evitar que es veiessin bandejats en les seves propostes, però tampoc els satisfia crear un recull específic, ja que suposava un tracte massa diferenciat. Respecte a la solució, el primer que cal dir és que són inclusius: els infants amb discapacitats poden fer moltes activitats. I en segon lloc, no han volgut fer un dossier a banda sinó que estan indicades en el recull general d'ofertes.

- Empresa inclusiva en moltes de les propostes d'activitats.
- Col·laboren en la Cistella Solidària Mar Bella, que promou l'Obra Social de Sant Joan de Déu



- Alguna de les persones de l'equip ja fa voluntariat, un projecte que encara ha d'evolucionar.
- Estan analitzant alguns projectes socials relacionats amb infància per a explorar possibles col·laboracions

En certa ocasió van tenir l'oportunitat de col·laborar amb IKEA, empresa que els va demanar implicar-se per a produir un espot amb missatge. A l'inici del vídeo podem llegir que per què ens capfiquem a no regalar als infants el que volen per Nadal. Estan molt satisfets del resultat, que es pot trobar per internet, i els agrada mostrar-lo.



CONCLUSIONS

Es tracta d'una startup, que amb poc temps ha aconseguit el seu objectiu de posicionar-se en el mercat en un segment que l'obliga a reforçar els valors de responsabilitat social empresarial, en aquest cas amb un enfocament de caràcter educatiu.

Consideren que la gestió de l'RSE els ha ajudat a focalitzar millor els seus reptes per tal de poder abordar el desenvolupament empresarial i millorar les oportunitats de crear confiança en els seus grups d'interès. Després de la participació a l'RSE, Pime pretenen portar a terme un Pla d'acció que millori l'aplicació d'aquest enfocament de gestió, amb una millor planificació d'objectius, monitorització d'indicadors i comunicació de les bones pràctiques.

Aquesta fitxa ha estat elaborada en data de desembre de 2015 per Josep Maria Canyelles, a partir de les entrevistes realitzades a Eva Plaza, gerent, i Alba Linares, responsable de comunicació.

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 corresponen a empreses participants en el programa RSE. Pime, coorganitzat amb el Consell de Cambres de Catalunya i amb el suport del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.