



Bones pràctiques
de Responsabilitat
Social **2016**

**Intersport
Olaria**

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

Intersport Olaria

Nom de l'empresa Olaria Esports, S.L.

Sector d'activitat Venda detallista de material d'esport

Plantilla 40 persones

Pàgina web www.facebook.com/olaria.intersport/

Adreça Plaça Soler Gustems, 5 - 08800 Vilanova i la Geltrú (Garraf)

Contacte T. 93 814 1436 - olaria@shop.intersport.es



DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Intersport Olaria disposa d'oferta multiesportiva i té establiments a **Vilanova i la Geltrú, el Vendrell i Vilafranca del Penedès**. Des de fa vint-i-set anys, formen part de la cadena internacional Intersport, fet que els permet oferir productes de marca pròpia al costat de les primeres marques mundials. S'adrecen a un públic practicant d'esports diversos, tant els que s'inicien en el món de l'esport com els esportistes d'un nivell més avançat.

L'empresa està regentada per la tercera generació, amb Meritxell Martorell, gerent i responsable de tèxtil, i Daniel Olivé, director tècnic i responsable de calçat i material. L'activitat comercial es va iniciar l'any 1960, si bé aleshores no es dedicava al mateix sector. L'avi matern de la Meritxell era fusters i a la botiga s'hi venien joguines de fusta, a més de molts altres productes molt diversos. A partir d'aquí, es van anar orientant a les joguines i, posteriorment, fa 30 anys, van centrar-se en esport. Era un moment en què l'esport ja havia pres molta rellevància social tant en volum, perquè a les escoles se'n començava a fer, com per la relació entre els conceptes d'esport i salut. Al 1994 s'abandona definitivament la joguina. Després va venir l'expansió: 1996 Vilafranca del Penedès, 1997 al Vendrell i 1999, Sitges. Finalment, la consolidació del projecte i el procés de tecnificació.

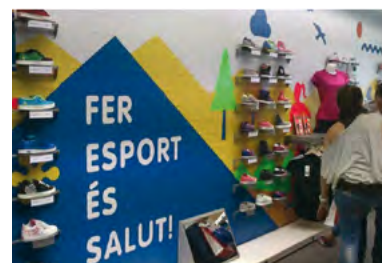
Intersport Olaria és soci d'Intersport Espanya, que, al seu torn, forma part del grup internacional Intersport, amb seu a Berna, Suïssa.

Durant el 2016, després d'haver estat seleccionada, Intersport Olaria ha participat en el **programa RSE.Pime**, organitzat per l'associació empresarial Respon.cat. Per mitjà del procés de capacitació i consultoria, l'empresa ha pogut identificar les seves bones pràctiques i les àrees de millora.

COMPROMÍS AMB LA CLIENTELA

Ja fa anys que estan en aquest sector, i la relació que avui dia es dona entre esport, activitat física i salut la viuen amb una gran responsabilitat pel que suposa de d'oportunitat i necessitat d'assessorar la clientela. A pesar de tocar esports diversos, tant d'equip com individuals, com atletisme o muntanya, són especialistes en cadascun d'ells, i a més, cada client té un perfil molt diferenciat.

La qualitat en el tracte cap a la clientela és que els permet diferenciar-se d'altres models comercials en el món de l'esport, i aquesta qualitat no sols és una atenció més personal i més dedicació, sinó disposar de la preparació tècnica per poder assessorar. De fet, consideren que la clientela es mostra més exigent amb ells que davant altres models de negoci del mateix sector perquè ja hi ha expectatives diferents sobre el tracte, l'estona esmerçada, o fins i tot sobre l'embolicat del producte... Pel que fa a la capacitació per



assessorar, treballen amb marques de referència que ofereixen uns clínics als seus equips per actualitzar coneixements tècnics: quan hi ha novetats les marques fan una formació, de manera que sempre estan al dia.

L'**assessorament tècnic** és fonamental en temes de seguretat, ja que en esports de muntanya et pots jugar la vida si no vas ben equipat. Amb les xarxes socials i internet, avui dia la gent ja ve molt més informada; tot i així, hi ha moltes característiques tècniques que requereixen un assessorament personalitzat.

El sentit de responsabilitat és gran perquè alguns esports es fan amb sentit terapèutic, per recuperar-se o fer manteniment. En aquest sentit, disposen d'articles per optimitzar la pràctica esportiva per a persones amb problemes d'esquena o musculars. I alhora cal un gran respecte a tothom, en el nivell en què estiguin i amb la intensitat amb què visquin la seva pràctica: alguns esports, com el senderisme per exemple, són viscuts com un estil de vida.

Però també cal aportar la informació a les persones que potser venen influïdes per modes i que pretenen escollir productes no prou adequats. Així, es troben que de vegades la clientela vol un producte de prestigi, per influència de la publicitat, i cal assessorar en el sentit que per a iniciar-se en un esport no cal disposar d'un producte estrella de màximes prestacions.

Respecte a l'evolució en els valors i sensibilitat de la clientela, observen que puntualment sí que es donen fases de rebuig a certs productes pel seu origen, com ara quan s'ha emès algun reportatge sobre la producció d'algunes marques en països del Sud. Però en general, consideren que per al gran gruix de la gent, la pressió se centra en el preu, fet que amb la crisi encara s'ha accentuat més. També han notat el cas de les persones veganes, que demanen productes que no tinguin pells o materials animals.

Des del punt de vista de l'evolució al llarg dels anys, observen que hi ha hagut un retrocés en l'exigència social i també que, en general, s'ha desenvolupat molt més la cultura dels drets que la dels deures, fet que atribueixen als valors socials dominants i també a l'educació. I en seu sector això té conseqüències, com ara un augment en les reclamacions, que no sempre són raonables. Lamenten, en aquest sentit, que la cultura comercial actual comporti que sempre s'hagi de canviar el producte encara que se n'hagi fet un ús incorrecte, ja sigui per amabilitat comercial, per evitar els costos majors de gestionar la disputa, o fins i tot per les amenaces creixents de fer ús de les xarxes socials per causar desprestigi de l'establiment. La realitat de les xarxes socials és que normalment magnifiquen un comentari negatiu, molt fàcil de fer, mentre que rares vegades algú hi escriu una valoració positiva perquè s'entén que el bon servei ja és el que toca.

Aquestes observacions sobre l'evolució que han observat en la clientela, també tenen una afectació als horaris, ja que cada cop ha esdevingut més habitual que un client es pugui presentar uns minuts abans de l'hora de tancament a comprar algun producte dels que requereixen força temps per triar, donar un bon assessorament i prendre la decisió. Consideren que entre la gent jove, que és el seu públic majoritari, cada cop és més habitual tenir un concepte laxe dels horaris comercials.

Per mantenir la relació amb la clientela, Intersport Olaria disposa de **xarxes socials**, en concret una pàgina a Facebook, que usen no sols amb finalitat comercial sinó per transmetre notícies i explicar les campanyes i esdeveniments on col·laboren. Per exemple, el concurs fotogràfic de la campanya ON actitud@ s'hi ha basat com a vehicle de difusió.

COMPROMÍS AMB L'EQUIP

L'equip està compost per 40 persones, la majoria fixes, i tenen un índex de rotació molt baix.

Apliquen el conveni del sector de la moda i confecció, que resulta més favorable que el del comerç general, i salarialment encara hi estan per sobre. De fet, la mitjana salarial és més alta que respecte el conjunt del grup, ja que no tothom aplica el mateix conveni.

Respecte als horaris, cal dir que compleixen estrictament les 40h previstes, i quan cal fer hores extres, seguint el conveni, es remuneren en una relació d'una a dues hores. Intenten facilitar la flexibilitat, si bé la conciliació no és fàcil en el món del comerç detallista. En aquest sentit, disposen d'algunes amb jornades parcials per interès de les pròpies persones afectades.

Obren de 10 a 13:30 i de 17 a 20:30, i disposen d'un matí de festa. Estan dissenyant uns nous horaris per no tancar el migdia de divendres i dissabte. Són conscients que tantes hores entre matí i tarda dificulta la contractació de persones de fora del municipi o de la comarca, les que no els surt a compte anar a casa, fet que augmenta la dificultat de captar talent, especialment en el cas de les funcions més qualificades.

La formació és important per a fer un bon servei a la clientela, i es basen en els clínics que els fan les marques, a més de la formació obligatòria de riscos laborals i algun cop algun curs d'atenció a la clientela o de llengües.

Pel que fa al gènere, la realitat és que la majoria són de sexe femení, fet que voldrien redreçar però, segons expliquen, els nois van més buscats. D'altra banda, encara observen un cert apriorisme social en el sentit que alguns clients tendeixen a considerar que l'opinió d'un venedor masculí serà més tècnica i, per tant, més valorada en certs productes, si bé amb el pas de les generacions aquest aspecte ja està tendint a millorar.

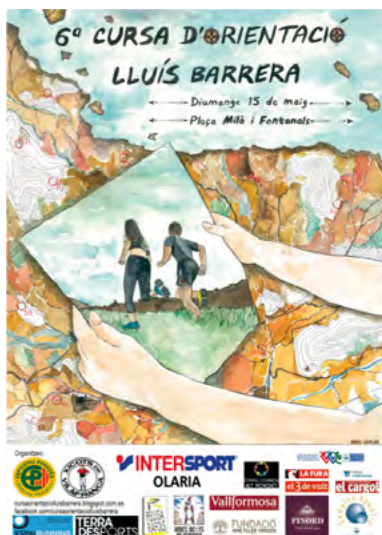
Acullen estudiants de pràctiques als seus establiments, per mitjà de convenis amb diferents instituts del territori que ofereixen el mòdul de comerç. A més, en algun cas estan col·laborant en formació dual, fet que suposa una durada, un compromís, i uns resultats molt més alts. A més, en aquest moment estan abordant la contractació d'una persona amb discapacitat intel·lectual, que podria treballar com a suport al magatzem.

COMPROMÍS AMB LA SOSTENIBILITAT ECONÒMICA

Després dels anys de crisi, el seu objectiu és la consolidació. De fet, del que se senten més orgullosos és de tenir una empresa que ha perdurat en el temps –ara mateix durant tres generacions– i haver pogut aguantar en les èpoques difícils. I tot això fent les coses bé, des d'un punt de vista de compliment normatiu i de sentit de responsabilitat envers la clientela, l'equip i la societat.

Ara mateix, han optat per tancar un dels establiments, el de Sitges, fet que els permetrà centrar-se millor en els altres. En concret, es disposen a afrontar una reforma de l'establiment central, el de Vilanova, fet que els permetrà millores ambientals i també adequació d'horaris a les demandes de la clientela.

Cal dir que pateixen un nombre de furts no menyspreable, i de fet ha estat un dels motius per tancar l'establiment de Sitges. Reflexionen que la gent que furta no ho fa per cap necessitat econòmica, sinó que són o bé professionals -fins i tot per encàrrec- o bé forma part d'un divertiment,



com és el cas d'un entorn turístic on suposen que devia formar part d'un divertiment.

Respecte al grup, Intersport Espanya va començar sent una cooperativa que agrupava els comerços detallistes, però posteriorment va esdevenir una societat anònima per solucionar les dificultats bancàries d'accés al crèdit. Actualment el grup internacional està present a 39 països amb més de 5.200 botigues.

Intersport Olaria estableix com a missió aconseguir una societat millor a través de l'esport. Respecte al grup, Intersport sintetitza la filosofia amb el lema "Sport to the people", i estableixen els següents principis:

- EL NOSTRE COMPROMÍS AMB ELS CLIENTS: Garantir que tota persona pugui gaudir dels beneficis d'un estil de vida activa i saludable.
- EL NOSTRE ORGULL: Rebre els nostres clients en un entorn de compra agradable i atractiu.
- LA NOSTRA PASSIÓ: Compartir la nostra experiència i el nostre coneixement amb els nostres clients.
- LA NOSTRA GARANTIA: Oferir a cada client un assessorament personalitzat tenint en compte la seva edat, la seva aptitud i els seus recursos.
- LA NOSTRA MISSIÓ: Incentivar i donar suport als nostres clients en la pràctica de l'esport
- EL NOSTRE PROPÒSIT: Proveir material esportiu de qualitat i les millors marques per gaudir plenament de l'esport.

COMPROMÍS AMB LA COMUNITAT

Entenen que Intersport Olaria no és sols un negoci sinó que també els agrada posar el seu granet de sorra i ser coresponsables amb la societat. En aquest sentit, entenen l'esport com un espai de comunicació i un canal per poder ajudar la gent, ja que permet ajudar a comunicar un repte, una malaltia, una discapacitat, etc., i facilita posar en contacte col·lectius diversos. Per això, col·laboren habitualment amb diverses organitzacions.

En coherència amb el seu sector d'activitat, Intersport Olaria porta a terme un esforç de promoció de la pràctica de l'atletisme i el trail running, fet que els porta a establir tot un ventall de **col·laboracions** amb iniciatives de la societat civil que es desenvolupen als territoris d'influència, sempre respectant la identitat dels col·lectius que organitzen cada activitat. Entre aquestes cal destacar les carreres de trail com la Cursa de la Tiula, de Cubelles; la Cursa de la Talaia, a Vilanova; la Camikursa de Sant Cugat Segrarrigues, la Cursa Roca de Sant Martí Sarroca, la Cursa d'Orientació Lluís Barrera ... I també competicions d'asfalt com els 10 km de Vilanova i la Geltrú. A més, tenen un acord de col·laboració amb el Club Atletes VNG i el Club Atletisme Vilanova als quals proveeixen del material tèxtil esportiu.

Una acció singular on col·laboren anualment és la dels **118 km solidaris** corrent pel desert dels Monegros. Es tracta de la causa solidaria de l'atleta d'ultra distància Carles Aguilar, que ha dissenyat una ruta circular per aquell desert aragonès. Al 2016, el repte va servir per donar visibilitat mediàtica i social a les activitats de la Federació de Salut Mental de Catalunya www.salutmental.org. En una altra edició, es va col·laborar en el repte esportiu i solidari "The Coastline Ultra", que va suposar córrer uns 400 kms en 6 etapes consecutives per ajudar a la sensibilització social dels nens que pateixen paràlisi cerebral.



Nadal solidari: han promogut un concurs que té per eslògan la fórmula Intersport Olaria + **ON actitud@** + Facebook, i està impregnat d'una forta càrrega de solidaritat, donat que una part dels beneficis que se n'obtinguin es destinaran a la Fundació Isidre Esteve per a lesionats medul·lars.

Conté un missatge de positivitat que pretén transmetre una visió d'optimisme i de coratge a l'hora d'afrontar els problemes. Un estil de vida que entronca amb el fet esportiu i amb paraules com autosuperació, joc net o treball en equip, i connecta amb l'eix del projecte empresarial: un estil de vida. Amb aquest motiu ON actitud@ insta tothom a posar-se en moviment, a connectar-se, en definitiva, a avançar, amb un missatge que convida a reflexionar que *la manera com ens vagin les coses, en bona mesura, depèn de nosaltres mateixos i de la actitud que adoptem a l'hora d'afrontar els problemes.*

Durant dotze mesos han anat mostrant una sèrie de persones que han aconseguit superar molts reptes diferents, de totes les disciplines, des del ciclisme fins al ball, i que han demostrat que la vida tan sols té una direcció, sempre endavant.

Ara han iniciat un procediment per fer **donacions** de productes que són aptes per a l'ús però no per a la venda. Alguns són fruit de reclamacions injustificades o bé lleugerament deteriorades per haver estat exposades a l'aparador, o tenir alguna tara. Els donen a Càritas amb l'objectiu que els puguin lliura a persones amb necessitats.

El seu compromís amb la societat també inclou l'ús prioritari de la **llengua catalana**, que es fa evident en la cartelleria, publicitat, xarxes socials i comunicació en general. Respecte a l'atenció a la clientela, entenen que finalment cal atendre cada client amb la llengua que aquest esculli, com a màxima mostra de respecte. Pel que fa al grup, lamenten que encara no hagi incorporat la llengua pròpia del país al web ni a l'etiquetatge.

COMPROMÍS AMB EL MEDI AMBIENT

Els impactes estan relacionats especialment amb els consums energètics. Han substituït per leds totes les lluminàries de la planta baixa i façana i han substituït l'aire condicionat de l'establiment de Vilanova, fet que ha suposat una millora molt rellevant.

Ara faran una reforma important en aquest establiment, que tancarà un dels dos accessos, fet que permetrà una millora en l'eficiència de l'aire condicionat, a més, de millorar la seguretat i guanyar superfície comercial i espai d'aparador.

Un altre aspecte és que intenten fer rutes de visita de cada establiment amb uns criteris que permetin guanyar eficiència i minimitzar els consums i emissions.

COMPROMÍS AMB L'RSE EN LA CADENA DE PROVEÏMENT

Per part del grup, Intersport comunica una política d'RSC centrada en els temes més sensibles en el seu sector. Així, en l'adjudicació de comandes de producció internacional, a més dels criteris de qualitat, també tenen en compte les **normes socials i laborals**, particularment a les plantes de producció ubicades en països en desenvolupament i als països del tercer món. En concret, tenen codis de conducta obligatoris que obliguen per escrit els proveïdors a respectar els convenis de l'Organització Internacional del Treball (OIT) i altres convenis internacionals de Nacions Unides, i porten a terme un control intern amb sistemes de supervisió independent i auditors independents internacionals certificats (Auditors SA8000), per assegurar els compromisos s'apliquen correctament.



L'objectiu és introduir i controlar els estàndards socials a totes les empreses proveïdores que operen en països de risc. Aquesta iniciativa va acompanyada de partners estatals i no estatals, cosa que garanteix la independència de les auditories. A més, Intersport és membre de l'Associació de Comerç Exterior (FTA) i del Business Social Compliance Initiative (BSCI).

CONCLUSIONS

A pesar de la integració d'Olaria dins INTERSPORT, l'empresa manté la seva pròpia idiosincràsia, fruit del seu caràcter familiar i de les característiques del sector detallista, que ha de crear i mantenir la confiança amb la clientela i amb el conjunt de la comunitat. Per això, se senten des de sempre abocats al seu territori d'influència, les tres comarques penedesenques.

Aquesta fitxa ha estat elaborada al 2017 per Josep Maria Canyelles, a partir de les entrevistes realitzades a Daniel Olivé, director tècnic.

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.