

Bones pràctiques de Responsabilitat Social de les Empreses d'Igualada



Sector d'activitat:
Comerç

Activitat de l'empresa: Comerç
al detall de productes
d'alimentació i per a la llar

Nre. Treballadors/es:
42

Altres marques:

Pàgina web:
<http://www.supermas.cat/>

Adreça i contacte:
Pg. Verdaguer 178
Telf. 93 804 34 00
supermas@supermas.cat

*Supermas destaca pel
seu compromís amb els
productes de proximitat,
ecològics i la xarcuteria
selecta*



Descripció de l'empresa

Supermas és una empresa familiar que neix l'any 1975 amb un primer establiment a la Plaça Pompeu Fabra (Plaça de les Tortugues) d'Igualada amb una clara vocació de servei a la ciutat. L'any 1987 obre un nou establiment al passeig de Verdaguer ampliant d'aquesta manera la seva oferta i cinc anys més tard inaugura un nou supermercat a Vilanova del Camí, el més petit. El primer de tots tres establiments es va reubicar fa tres anys en un edifici nou a la mateixa Plaça Pompeu Fabra, amb més volum de superfície i servei d'aparcament per a la clientela.

Als establiments de Supermas s'hi pot trobar un ampli ventall de productes:

- d'alimentació, tant en les seccions de fresc com de sec,
- de cura i higiene personal,
- i per a la neteja de la roba i de la llar, que completen la secció de perfumeria i drogueria.

Supermas potencia especialment els **productes de proximitat i de qualitat**, de comarques catalanes i amb Denominació d'Origen o Indicació Geogràfica Protegida. I també s'hi pot trobar una secció de productes **ecològics**, principalment alimentació i alguns productes de neteja.

Els supermercats de la companyia compten amb una gran varietat de marques i preus. Supermas es diferencia respecte altres supermercats amb l'oferta de productes de primeres marques, tot i que hi ha diferències significatives entre els tres establiments de la cadena pel que fa al comportament de la clientela.

Actualment l'empresa compta amb una plantilla de 42 persones que treballen per donar el millor servei possible i la màxima qualitat a tota la clientela.

Compromís amb la clientela

Supermas prioritza un **servei personalitzat a la clientela**, que els diferencia i posiciona respecte altres establiments del seu sector. Entre els seus valors, destaca escoltar i servir a les persones que els fan confiança, acompanyant-les en una compra que s'adeqüi el màxim a



Compra òptima:
Supermas opta per oferir
el millor preu possible i
la millor opció possible
per a cada persona

les seves necessitats.

Supermas vol millorar l'experiència de compra de les persones que entren als seus supermercats. Això es veu reflectit en una gran cura dels espais, que destaquen pel seu ordre i neteja, però sobretot per una **atenció amable i personalitzada** de tot el personal, que escolta les necessitats i ofereix la millor alternativa.

Aquesta filosofia d'adaptació a les necessitats del client els ha fet observar que ha crescut un grup de clients afectats pel context socioeconòmic, en un sector on han baixat les vendes en general. El client s'està decantant cada cop més per formats petits, enlloc de paquets familiars que de seguida omplen el carro en volum, però no en varietat.

Supermas es caracteritza per oferir una varietat de productes empaquetats en petites mesures i que permeten al client omplir una cistella de la compra molt complerta i variada que dona resposta al que creuen que són necessitats "reals" dels clients. És el que anomenen la "**compra òptima**". Per a la cerca de la compra òptima, l'empresa analitza i tracta en reunions quinzenals amb els responsables de botigues les sortides periòdiques de productes, aplicant la rotació que calgui i donant-los d'alta o de baixa.

Per a la fidelització del client, Supermas ha defugit de targes, clubs de clients i altres accions de descomptes. Opta directament per les ofertes a l'estanteria, les promocions de temporada... en definitiva, per oferir el **millor preu possible i la millor opció possible per a cada persona**.

La vocació de servei al client també pren protagonisme amb el producte nou. La degustació de nous productes de qualitat és una pràctica que es dona sovint en les superfícies comercials de Supermas, assumint la pròpia empresa la inversió per satisfer el client i anar introduint nous productes vinculats a l'estratègia de l'empresa: ecològics i de proximitat.

Malgrat aquesta clara orientació a la clientela, són conscients de la necessitat d'estructurar sistemes per mesurar la satisfacció de les persones que hi compren respecte la seva oferta de productes i serveis. En aquest sentit, i amb la voluntat d'iniciar un diàleg permanent amb la clientela que els permeti millorar i adaptar encara més els seus serveis i productes a les seves demandes, tenen previst realitzar enquestes o altres mecanismes per conèixer el que la clientela valora respecte el producte, l'establiment i l'atenció del personal.

Compromís amb el producte del territori, ecològic i de qualitat

Supermas ha efectuat una aposta per oferir un **producte de qualitat i saludable** a la seva clientela: l'oferta destaca pel seu compromís amb productes de proximitat, productes ecològics i xarcuteria selecta, tal com ho promociona la seva cartellera i la seva pàgina web.

Fa una aposta clara per un producte de proximitat, de comarques catalanes destacant-lo amb adhesius i retolació específica. Molts són productes amb la garantia d'Indicació Geogràfica Protegida (IGP) o de Denominacions d'Origen (DO) que afegeixen valor i compromís amb el desenvolupament econòmic del sector agroalimentari de productes autòctons. Reforcen aquesta promoció amb un conjunt de tríptics i fulletons informatius que disposen per a la clientela.

Des de Supermas asseguren que la línia de producte ecològic ha crescut entre un 12-14% el darrer any i està agafant cada cop més protagonisme a les botigues. Cada cop ofereixen més varietat, tant de producte fresc com sec, incloent noves línies de producte ecològic, com per exemple el de neteja. L'empresa té un interès especial en promocionar la línia ecològica, però ho fan progressivament, a mida que el producte va tenint sortida. El producte ecològic es destaca en prestatgeries especialment indicades i retolades, amb una presentació que evoca un estil lligat a la terra i a la natura. Proveïdors com Ecosaling, Cal Valls, Ecològica dels Pirineus, Natursoy i Mafriseu donen continuïtat, prestigi i garantia a aquesta línia de productes.

Supermas promou el producte ecològic realitzant accions de sensibilització entre la seva clientela, ja sigui a través d'una col·laboració amb la premsa local, com a través de la seva pàgina web on destaquen els segells distintius i s'expliquen les característiques de la línia de productes ecològics. A Supermas els agradaria que aquesta línia de producte cresqués més, però són conscients que tenen competidors a l'entorn que només es dediquen a aquest tipus de producte, i van a poc a poc, però amb pas ferm.

El compromís de Supermas amb la promoció d'un consum responsable ha fet que també incorporin **productes de comerç just**, com el cafè, el cacao, la xocolata, galetes, etc.

Mantenint el seu compromís amb els proveïdors i les empreses del territori català, Supermas manté una fidelitat amb el seu proveïdor principal: Miquel Alimentació, donant sortida a la marca Gourmet. Aquesta relació de confiança es combina amb altres proveïdors segons necessitats, prioritzant els proveïdors propers, sempre buscant la millor solució per als clients exigents i àvids de producte de qualitat i també de novetats i producte ecològic. Puntualment, es compra directament a productors locals, productes de proximitat i de temporada, com les patates, els préssecs de l'Ordal...



El compromís amb el medi i l'aposta per uns establiments i productes respectuosos amb l'entorn, la natura i l'ecologia són valors que es transmeten al personal i a la clientela

Compromís ambiental

En l'àmbit mediambiental Supermas destaca per una sensibilitat que l'ha fet estar a l'avantguarda de les normatives que s'han anat implantant en el seu sector. Sempre s'han mostrat sensibles i han pres la iniciativa en matèria d'estalvi energètic o reciclatge. Un exemple d'això és que les botigues esdevingueren punts de recollida de piles molt abans que la normativa ho contemplés.

Les reformes recents a Supermas han adaptat la superfície de venda als nous temps i a una nova **cultura d'estalvi i eficiència energètica**. Destaquen els murals expositors tancats amb portes imantades a despit de l'accessibilitat del client al producte. Tot i les reticències inicials, han comprovat que la mesura ha estat ben rebuda per la clientela. Aquesta iniciativa ha permès reduir a la meitat l'activitat dels condensadors d'energia, disminuint considerablement consums i emissions.

Altres exemples concrets d'aquesta inversió són la il·luminació per LEDs, o una climatització d'última generació més eficient energètica i ecològicament, que ha disminuït les emissions de CO₂ i els consums d'electricitat.

Totes les reformes han seguit aquesta línia de racionalitat energètica, essent considerades en el seu global com una bona pràctica ambiental que no ha vingut motivada per cap ajut econòmic ni cap normativa, sinó pels valors de l'empresa. El compromís amb el medi i l'aposta per uns establiments i productes respectuosos amb l'entorn, la natura i l'ecologia són valors que es transmeten al personal i a la clientela.

L'empresa és conscient del volum de residus que genera la seva activitat i de la cura que han de tenir per reduir l'impacte ambiental. Recicla el cartró a través del proveïdor, i separa la brossa en els contenidors adequats segons el material de rebuig.

Pel que fa a les oficines, també es promou el reciclatge de les càrregues de tinta de les impressores, reduint considerablement l'ús d'un residu molt tòxic i de difícil absorció per al medi natural. El poc paper que es genera a les oficines passa a ser triturat i llençat al contenidor de paper.

Compromisos laborals

L'empresa compta amb 42 persones col·laboradores, de les quals el 70% són dones i el 30% restant, homes. Tota la plantilla és de la comarca, majoritàriament d'Igualada i de Vilanova del Camí fet que mostra el compromís de l'empresa amb el territori i la generació d'ocupació estable i de qualitat. Cal destacar que la plantilla té molt poca rotació, amb **personal estable** des dels inicis de l'empresa.

Més enllà de cenyir-se al conveni laboral del sector, Supermas ha basat les seves relacions amb les persones treballadores en la **proximitat i la confiança**. Tot i no tenir algunes polítiques estructurades i escrites, Supermas contempla una sèrie d'iniciatives destinades a millorar la implicació del personal en el funcionament de l'empresa i en la millora de les condicions laborals: el caràcter d'empresa familiar fa que la direcció es presti a que les qüestions personals es puguin tractar amb naturalitat, atenent les demandes i donant certa flexibilitat, sempre assegurant una correcta atenció a la clientela i tenint en compte el marc horari del comerç. La direcció té la sensació que plana un **bon ambient de treball** i és el que intenten promoure.

Donat que la seva activitat es basa en l'atenció directa a la clientela, han d'oferir uns horaris que s'adeqüin a les seves necessitats. Això pot provocar una dificultat per a les persones treballadores i la seva conciliació laboral i personal. Des de Supermas intenten realitzar una **planificació molt acurada** que faciliti la conciliació de totes les persones treballadores a través de la realització de torns per tal d'oferir el servei en caps de setmana i períodes de vacances. A través d'aquesta planificació es dona el marge de flexibilitat, permetent canvis de torn entre el personal.

L'empresa segueix de forma estricta totes les normatives de seguretat i els protocols de prevenció de riscos laborals, fet que es veu reflectit en la inexistència d'accidents.

Supermas aposta per una **formació continuada** de les persones treballadores, ja sigui sobre atenció al client, sobre gestió de la caixa, gestió de personal, per als reposadors o per a les seccions. Destaquen positivament la interacció que permeten els cursos i que ha acabat esdevenint un espai de relació molt positiu, on es poden tractar situacions, fins i tot resoldre petits conflictes quotidians, entorn l'activitat al supermercat.



Supermas es visualitza com una empresa amable i integrada a l'entorn, amb vocació de servir la comunitat

Compromís amb la comunitat i bon govern

Supermas es visualitza com una **empresa amable i integrada a l'entorn**, amb vocació de servir la comunitat. Una de les iniciatives més importants que realitza és la col·laboració amb les diferents jornades i accions de recapte d'aliments que es realitzen amb la voluntat de contribuir al benestar i cohesió del territori. Anualment col·laboren amb entitats com Creu Roja, el Banc d'Aliments o el convent del Caputxins d'Igualada posant i segellant contenidors d'aliments que els clients compren per a persones en situació d'extrema pobresa, contribuint així a pal·liar el dèficit alimentari d'aquestes.

Supermas també té un clar **compromís amb la vida associativa i cultural local** i col·labora amb diversos esdeveniments esportius,

	<p>culturals i d'oci, proporcionant beguda, fruita i altres aliments. En són un exemple les col·laboracions amb els Moixigangers d'Igualada, els Amics del Gos, la cursa popular nocturna, la pujada als dipòsits, la cursa popular de Vilanova del Camí, l'Associació de Veïns, la Festa del Jazz entre altres, i que fan de Supermas una empresa integrada a la comunitat, que contribueix al desenvolupament cívic, social i cultural.</p> <p>En el terreny de les aliances locals, l'empresa és membre actiu de la Unió de Botiguers d'Igualada (UBIC) i de la Unió Empresarial de l'Anoia. En aquest àmbit advoquen per una coordinació més estreta amb el gremi d'hostaleria i els productors locals per promocionar el producte local. Un exemple són les activitats a l'entorn del Cigronet i de l'Artesania Alimentària, on Supermas ha participat fent promoció del producte, però sense coordinar-se amb altres agents del territori, principalment el gremi de l'hostaleria.</p> <p>Finalment, també cal destacar el compromís amb la llengua del país, doncs l'etiquetatge de tots els productes és en català, com també ho són els tríptics, fulletons i cartells de promoció del supermercat.</p>
	<div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Conclusions</div> <p>Destacat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Servei client <ul style="list-style-type: none"> o Compra òptima o Atenció personalitzada o Satisfacció - Producte: (destacar una de les línies de producte en les que es volen diferenciar) <ul style="list-style-type: none"> o Del territori (IGP, DO...) o Ecològic o Qualitat i primeres marques o Comerç just - Eficiència energètica establiments - Compromís amb la comunitat, associacions i entitats, recapte d'aliments
<p><i>Aquesta fitxa ha estat elaborada en data de juny de 2013 per Pere Ribas i Albert Huerta de Vector 5, Excel·lència i Sostenibilitat a partir de l'entrevista realitzada amb Jordi i Mònica Vilarrubias i validada per l'empresa. 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 d'Igualada. 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.</i></p>	