



Mensos y Smileat, emprendedores sociales que cooperan para crecer

EMPREDIMIENTO SOCIAL, TERCER SECTOR, 15 OCTUBRE 2015

Mensos y Smileat son dos compañías que tienen mucho en común. Aunque la primera se dedica a la mensajería y la segunda a la alimentación infantil, ambas tienen un fuerte carácter social y colaborativo que les ha ayudado a encontrar un nexo de unión para apoyarse la una sobre la otra. Además, las dos, de reciente creación, han sido impulsadas por el programa Crece de Edmond de Rothschild Foundations y UnLtd Spain.



Alejandro Corroto, creador de Mensos.

GEMA L. ALBENDEA

@GemaLAlbendea



Recientemente el grupo financiero Edmond de Rothschild, a través de sus fundaciones, ha cerrado la primera edición de su **programa Crece**, puesto en marcha en colaboración con UnLtd Spain. Esta iniciativa, que tiene como objetivo impulsar a emprendedores sociales a través del asesoramiento y el apoyo profesional, ha dado cobertura a varias empresas de reciente creación, entre las que se encuentran **Mensos** y **Smileat**.

La primera es una compañía de **mensajería urgente en bicicleta que apuesta por la sostenibilidad medioambiental y la máxima eficiencia en el transporte**. Una idea salida de la mente de Alejandro Corroto, profesional de la logística y triatleta, que, de momento, se mueve con su equipo por la Comunidad de Madrid.

Por su parte, Smileat es una marca de alimentación infantil fundada por Javier Quintana, Alberto Jiménez y Rocío de la Iglesia, cuyos **productos presumen de ser 100% ecológicos: 'potitos' de frutas, verduras, carne y pescado con alimentos de temporada**, sin congelados ni concentrados, que ya llegan a todos los rincones de España.

Gracias a Crece, ambas empresas se conocieron y decidieron aprovechar sus sinergias para colaborar entre sí. Ahora, Mensos se encarga de los repartos que Smileat tiene que realizar en Madrid, garantizándole un traslado sostenible que reafirma sus políticas de compromiso social.

“Llevamos desde mayo del 2014 en contacto permanente, es un punto de unión muy fuerte que sirve para que, al final, nos ayudemos los unos a los otros. Además, ver que hay más gente como tú, con las mismas necesidades, te sirve como apoyo para seguir adelante”, analiza Corroto.

Hábitos saludables para los más pequeños

Aunque oficialmente lleva rodando en el mercado desde enero de 2015, Smileat surgió hace casi dos años en Madrid. “Vimos como una alimentación sana y variada podía minimizar el riesgo de padecer determinadas enfermedades graves y evitar alergias. Por otra parte, **España es el mayor productor de materia prima ecológica de Europa y el octavo del mundo**. A todo ello se sumó una experiencia personal: mi hermano iba a tener un bebé. Estas tres ideas fueron nuestro punto de partida”, explica Alberto Jiménez, cofundador de la compañía.

“Un producto como el nuestro puede servir para cambiar los hábitos de alimentación infantil en España, ofrecemos un producto artesanal, natural y 100% ecológico, apoyando a agricultores y ganaderos del país”, añade Javier Quintana.



En mayo empezaron a vender a nivel nacional, y sus productos ya pueden encontrarse en 250 puntos de venta (tiendas ecológicas, farmacias, herbolarios, en algunos supermercados) y a través de ecommerce. “De hecho, en nuestra página web tenemos nuestra propia tienda online, que está funcionando bastante bien”, afirma Quintana.

Con este despliegue en lo que respecta a la distribución, Smileat se ha marcado unos ambiciosos objetivos de futuro: “Queremos ser la marca líder de alimentación infantil a nivel ecológico, y también trasladar el producto fuera de las fronteras de España”, aseguran desde la compañía. Sus fundadores ya están **poniendo los ojos sobre países del centro y norte de Europa, como Alemania, donde el consumo ecológico está más normalizado**.

En lo que respecta a cifras económicas, los socios de Smileat tienen previsto cerrar el año 2015 con 120.000 euros facturados. “Los hitos que nos habíamos marcado en cuanto a facturación y puntos de venta ya los hemos cumplido. El año clave será el 2016, porque queremos entrar en más supermercados, seguir creciendo en tiendas ecológicas y en algunas zonas geográficas donde no tenemos mucho impacto”.

Mensajería sin atascos

Mensos nace de la experiencia profesional y personal de Alejandro Corroto, que lleva trabajando en el sector logístico desde que alcanzó la mayoría de edad. “Decidimos apostar por una mensajería ecológica para solucionar dos problemas acuciantes: la contaminación y el tráfico”, explica el fundador de la compañía.

MÁS LEÍDOS

[La importancia de la gestión de los riesgos reputacionales](#)

[Escuchar a los consumidores, primer paso de los bancos para recuperar la confianza](#)

[Los bosques, mucho más que paisajes](#)

[La Bolsa Social lleva el 'crowdfunding' a las inversiones de impacto](#)

[Follow the Money! Algunas preguntas básicas sobre el dinero estatal para la cultura \(Parte 2\)](#)

NOTICIAS RECIENTES

[Civio propone un decálogo de transparencia para los partidos políticos de cara a las elecciones](#)

[Telefónica, BBVA y Atento, las mejores empresas españolas para trabajar en el mundo](#)

[Mensos y Smileat, emprendedores sociales que cooperan para crecer](#)

[Los directores de RSC de los bancos señalan el gobierno corporativo como su principal prioridad](#)

[Los grupos de interés reclaman](#)

Gran defensor del ciclismo urbano, su gran objetivo social es el de “cambiar el paradigma de la distribución en las ciudades”. En su opinión, **si todos los repartos se hicieran en bicicleta, desaparecerían muchos coches, se reduciría la contaminación y se mejoraría el tráfico**. “Me di cuenta de que, en trayectos de menos de cinco kilómetros, llegaba mucho más rápido en bicicleta que en coche”.

La compañía cuenta con una modesta flota de bicicletas con 350 litros de carga cada una, importadas de Alemania, donde este tipo de reparto está mucho más extendido. “Tenemos cuatro mensajeros en plantilla más dos autónomos, aunque para el año que viene queremos llegar a doce, incluyendo un vehículo eléctrico que conecte el parque empresarial de Pozuelo de Alarcón con el centro de Madrid. La idea es aportar siempre la sostenibilidad del vehículo no contaminante”, afirma Corroto.

Estos objetivos son cruciales para que la empresa se asiente de forma definitiva en la Comunidad de Madrid y logre sus metas de facturación: “Este año hemos llegado casi a 60.000 euros de facturación en un año y medio de vida. Esperamos 200.000 para el año que viene y 300.000 para el siguiente, aunque todo depende de la inversión que pueda venir de fuera”, asegura el fundador de Mensos, que añade: “Queremos hacernos ver y que nuestro mensaje cale en la sociedad”.

Un programa que se repetirá

Los buenos resultados obtenidos por la primera edición del programa Crece han servido no sólo para que la experiencia se repita, sino para aumentar el número de empresas que participarán en él en 2016. Edmond de Rothschild Foundations y UnLtd Spain han decidido que la próxima edición, que arrancará en enero, serán nueve los emprendedores sociales que recibirán su apoyo, frente a los cuatro que salieron de la primera.

Para optar a una de esas nueve plazas, sus patrocinadores buscan proyectos de gran contenido social, “ya sea local, nacional, internacional... pero que sea patente”, explica Manuel Lencero, cofundador de la división española de UnLtd. Va dirigido a compañías ya constituidas que puedan demostrar más de un año de andadura.

Además del apoyo, el asesoramiento y la formación proporcionada, los proyectos seleccionados reciben un capital de hasta 10.000 euros a fondo perdido. “El programa tiene como propósito principal **preparar a los emprendedores para la captación y gestión de la inversión necesaria para su consolidación y crecimiento**”, apunta Lencero.

Tanto Alejandro Corroto como Javier Quintana y Alberto Jiménez se declaran satisfechos con su participación en el programa: “A mí me ha sido muy útil, sobre todo, a la hora de tomar decisiones. El apoyo de los mentores ha sido muy importante para despejar dudas. Probablemente, si no hubiera sido por ellos, hubiéramos tomado decisiones que no eran adecuadas en ese momento”, asegura el fundador de Mensos.

“Nos han apoyado bastante, también económicamente, es algo importante para poder crecer y desarrollar el negocio. Además, las sinergias que se han generado con todo el grupo de emprendedores que empezamos conjuntamente han sido muy interesantes”, añade Javier Quintana, de Smileat.

Reacciones así le dan a Manuel Lencero la seguridad de que **UnLtd** está haciendo bien su trabajo: “El emprendedor social aplica soluciones innovadoras a un problema preexistente, que impactan directamente en la sociedad casi más que en su rendimiento económico. Ahí es donde entramos nosotros, **intentamos que ese negocio sea sostenible para que siga dando réditos a la sociedad**, a través de la formación y el asesoramiento”, asegura.

Por Gema L. Albendea

MÁS COMPARTIDOS

ColorADD, el 'código braille' para daltónicos

8 104

“En España la educación financiera es manifiestamente mejorable, hay disparidad de formación y de niveles de conocimiento”

14 94

Los bosques, mucho más que paisajes

20 55

Escuchar a los consumidores, primer paso de los bancos para recuperar la confianza

10 59

Follow the Money! Algunas preguntas básicas sobre el dinero estatal para la cultura (Parte 2)

16 47