

Empresa

Mímica ▶ Productos para mercadotecnia

Tazas más que solidarias

Esta firma sin ánimo de lucro personaliza cualquier tipo de objetos y reinvierte todo el beneficio que obtiene en la sociedad. Los productos los elaboran personas con disminución psíquica

JOSEP M. BERENGUERAS
BARCELONA

«Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos». Esta es la definición que hace la Real Academia Española del término *empresa*. Sin embargo, hay emprendedores que quieren huir de parte de esa explicación, concretamente de la parte final. Mímica, ideas solidarias, es una compañía sin ánimo de lucro que se dedica a la producción de mercadotecnia solidaria y que destina íntegramente sus beneficios a fines sociales.

El proyecto surgió hace dos años. Matías Podestá, director general de la agencia Inspira Publicidad, tenía encargado a un proveedor un pedido de mercadotecnia. Este proveedor le falló, y la agencia tuvo que salir a buscarse la vida. Ya antes había querido trabajar con algún centro especial de trabajo, y esta fue su oportunidad.

«Es curioso, porque Mímica se ha podido crear gracias a la crisis», explica. Sus fundadores (Podestá, director general; e Inés Borràs, directora creativa) llegaron a un acuerdo con el TEB (Taller Escola Barcelona), un grupo cooperativo cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida de las persona adultas con disminución psíquica. Con la crisis, al centro, en el barrio de Sant Andreu de Barcelona, le sobraba mano de obra (en él trabajan 220 personas) y espacio. El TEB cede los metros cuadrados y los empleados, mientras que Mímica aporta «el conocimiento, las ganas, la inversión y la supervisión».

Mímica (www.mimicaideas.com) es una empresa de producción de mercadotecnia, pero que ofrece algunos pluses a sus clientes. Por un lado, la personalización: tazas, camisetas, bolis, gorras, alfombrillas de ratón, bolsas y cualquier objeto deseado puede ser personalizado, uno a uno, con el nombre



RICARD CUGAT

▶▶ Podestá e Inés Borràs con dos operarios del Taller Escola Barcelona.

Precio competitivo

Mímica ofrece a sus clientes el equilibrio perfecto entre satisfacer su necesidad de material promocional y, al mismo tiempo, ayudar a los demás, sin que esto implique para las empresas un mayor coste, pues ofrece precios competitivos y personalización. Los productos son elaborados por miembros del Taller Escola Barcelona.

del trabajador, «algo casi imposible en una empresa de mercadotecnia habitual». Por el otro, la posibilidad de que las empresas cumplan con la ley de integración social de minusválidos (LISMI) y ventajas fiscales en el impuesto de sociedades. Además del «incalculable valor social de ayudar a quienes más lo necesitan».

«De lo que ingresamos, el 30% se queda en el taller (sueldos, cursos) y otro 5% lo donamos a la Fundación Alex. Estos porcentajes irán creciendo a medida que amorticemos las máquinas y el material. Otro pequeño porcentaje lo guardamos para otros fines» como catástrofes humanitarias o acciones de ayuda concreta, asegura. Ni Podestá ni Borràs cobran por esta actividad profesional: ellos se ganan la vida en la agencia de publicidad.

El objetivo de este proyecto es «ofrecer una oportunidad laboral a personas con discapacidad física e intelectual». Les aportan formación

y experiencia, independencia económica y una mejora de la calidad de vida. Mímica da trabajo a entre 12 y 18 personas, según el volumen de pedidos, aunque si se da el caso pueden ampliar sin problemas la capacidad de producción. En el TEB hay en marcha un ERE temporal, y la firma no se olvida de ellos: organiza con gran éxito talleres y cursos de formación para estas personas.

Ofrecen precios competitivos, personalización máxima y beneficios para las firmas, y trabajan para empresas como USP Hospitales, 3 Efes, Cubigel, Alliance Helthcare, Barcelona Divina y Toyota. El proyecto marcha viento en popa, y ya planean implantar el *negocio* en Salou y en Murcia. No reciben subvenciones ni dinero de organización o empresa alguna, por lo que compite en las mismas condiciones que otras empresas de material promocional. Cuantos más pedidos, más ayudas para los chicos y la sociedad. ■