

Back Stage

'Start ups' de verano: MAM Originals, el 'tic tac' sostenible de un millón de euros

La compañía, fundada por Jordi Enrique Albert y Enoc Armengol, prepara su segunda ronda de inversión tras dar entrada a su capital a inversores como Manel Jadraque, Carlos Maíz, Jaime Ferrer o Carlos Blanco.

Salva Rojas
16 ago 2016 - 04:57

El buen tiempo y las ganas de consumir se convierten en el cóctel perfecto para las 'start ups' en verano. En los últimos años, un gran número de jóvenes han decidido emprender en moda y lanzar su propio negocio, en algunos casos con productos que llenan las playas del mediterráneo en la temporada de verano, como capazos, gafas de sol o calzado. En las próximas semanas, con el patrocinio de Grup Met, Modaes.es realizará una serie de entrevistas a jóvenes que esperan hacer el agosto en los meses de más calor.

Start ups de verano: MAM Originals, del 'tic tac' sostenible que genera un millón de euros

¿Tu start up te permite ir de vacaciones?

Sí, por supuesto. Este año nos turnaremos para que todo el equipo pueda hacerlo.

¿Dónde irás este año?

A México, a la isla de Holbox, a ver el tiburón ballena. Además, intentamos hacer un viaje al año con todo el equipo y ya hemos ido a Francia y a Canarias.

¿Cómo han cambiado tus vacaciones desde que eres emprendedor?

No ha habido cambio. Siempre me conecto dos horas por la mañana y después desconecto. Considero que para funcionar es necesario desconectar y tener tus momentos.

¿Qué gadgets llevas contigo a la playa para seguir trabajando?

MacBook Air.

Escoge: ¿la sensación de disfrutar de un mojito en el Caribe o la de que tus ventas crezcan un 50% este verano?

Mi prioridad es que las ventas crezcan un 50% este verano, pero creo que es compatible una cosa y otra. Confiamos en que vamos a crecer un 25% este año, yéndonos todos de vacaciones.

Modaes

Un truco para conseguir desconectar...
Hacer lo que realmente te gusta hacer.

¿Volverías a emprender?

Volvería sin ninguna duda. De hecho, en MAM Originals emprendemos diariamente.

MAM Originals tiene su origen en un viaje a Bali de sus dos socios fundadores, Enoc Armengol y Jordi Enrique Albert, en verano de 2014. Armengol trabajaba para una empresa que comercializaba gafas de madera y Enrique Albert en una compañía que promovía el uso de biomasa para la producción de energía.

Los fundadores de MAM Originals invirtieron un año en desarrollar su primer producto, un reloj de madera, que ahora constituye el negocio principal de la marca. En 2014 se creó la empresa y en noviembre de 2015 empezó su actividad.

El pasado 11 de febrero, la compañía abrió su primera ronda de inversión y la cerró esa misma tarde. La operación valoró la empresa en 750.000 euros y supuso la entrada en su accionariado de inversores como Manel Jadraque, Carlos Maíz, Jaime Ferrer, Carlos Blanco, Pedro Renter, Ronan Bardet o Nydia Parladé. MAM Originals prevé realizar una segunda ronda de financiación en septiembre u octubre de este año.

La marca debe su nombre a las iniciales de *Move, Art and Mission*. Según Enrique Albert, estas siglas responden a la esencia de su marca; *move*, por el dinamismo que quiere transmitir; *art*, porque la empresa considera que su producto es único, y *mission*, porque aúna valores éticos y de sostenibilidad.

El pasado febrero la compañía abrió su primera ronda de inversión, que valoró la compañía en 750.000 euros

El producto que ofrece MAM Originals es diverso e incluye relojes hechos en madera (con un precio mínimo de 89 euros), fundas para móvil y gafas de sol. La voluntad de los fundadores es introducir en breve nuevos productos, todos fabricados con materiales naturales. Su público objetivo lo forman mujeres y hombres de edades comprendidas entre los 25 y los 40 años, de poder adquisitivo medio-alto, que

Modaes

valoran la sostenibilidad.

MAM Originals utiliza en su producción maderas procedentes de Indonesia, Canadá, Estados Unidos, Chile, Mozambique y Europa. La mayor parte de estas maderas proceden del reciclado sostenible y cuentan con la etiqueta de madera controlada FCS (Forest Stewardship Council).

En un principio las ventas de la empresa procedieron mayoritariamente del ecommerce y de la propia tienda que la marca tiene en el número 40 de la calle Sant Pere Mes Alt (Barcelona). Asimismo, MAM Originals ha empezado a instalar sus primeras *pop ups stores* en centros comerciales y está en conversaciones para colaborar con otras marcas del sector de la moda y crear colecciones cápsula.

Con una plantilla de nueve empleados, la compañía superó en julio el millón de euros en ventas. MAM Originals vende sus productos en un total de 35 tiendas multimarca, repartidas por España y Alemania, y próximamente se introducirá en Francia e Italia. Asimismo, respecto a la venta online, la compañía vende en Australia, Estados Unidos y Canadá, pero su mayor volumen de ventas se concentra en Europa. Alemania, Italia, Francia y Reino Unido son sus principales mercados.