

## EQUIPAMIENTO

# Born Living Yoga entra en los 'marketplaces' de Women'secret y Zalando y apunta a los diez millones en 2021

La empresa española, que facturó 4,4 millones el año pasado, ha comenzado a vender en las plataformas online de Women'secret y Scalpers y el mes que viene lo hará en Zalando.

David Ruiz  
13 abr 2021 - 04:53



Born Living Yoga pisa el acelerador. La compañía especializada en ropa para la práctica del yoga, una de las actividades que más ha crecido en el último año, ha sellado acuerdos para aterrizar en los *marketplaces* de Women'secret, Scalpers y Zalando con el objetivo de más que duplicar sus ingresos este año. La empresa, que cerró 2020 con una facturación de 4,4 millones de euros, prevé llegara a diez millones en ventas en 2021.

El yoga es, junto al ciclismo y el *running*, una de las actividades que mejor evolucionó en el año de la pandemia. Lululemon, especializada en esta categoría, fue una de las

empresas de moda deportiva que mejor evolucionó, con un crecimiento del 10,6% el año pasado. Su auge llevó a gigantes como Decathlon o Puma a irrumpir en este segmento con sublíneas específicas.

El sector estaba ya en auge cuando, en 2017, Álvaro Roca y su madre, Arianne Puig, crearon Born Living Yoga. Roca es consejero delegado de la empresa y responsable de expansión y desarrollo de la marca. Puig es la directora creativa de la firma.

En 2018, la empresa abrió una ronda de financiación para captar capital. A la llamada acudieron siete socios más que aportaron 200.000 euros para consolidar el negocio. Puig y Roca conservan más de la mitad del capital de la compañía “con el fin de mantener la libertad creativa y de gestión en la toma de decisiones”, explica.

Born Living Barcelona, centrada en el público femenino, ha multiplicado por diez su facturación desde 2019. “La fiebre por el *athelisure* en plena pandemia nos ha hecho crecer de manera inimaginable hace sólo dos años”, explica Roca a Modaes.es.

## **Born Living Yoga facturó un millón de euros en 2019 y prevé multiplicar por diez esa cifra este año**

Born Living Yoga ha firmado recientemente acuerdos con Tendam y con Scalpers para vender sus productos a través de sus plataformas de ecommerce (sus productos están en la plataforma de Scalpers desde hace cinco días y en la de Women'secret desde hace dos semanas). Además, la compañía, que también vende a través de la web de El Corte Inglés o Sprinter ha llegado a un acuerdo para comercializar a partir del mes que viene sus productos a través de Zalando. “Todas ellas se pusieron en contacto con nosotros porque vieron que nuestros productos eran complementarios y muy compatibles con su *target*”, explica Roca.

La empresa madrileña no tiene intención de abrir tiendas propias, pero sí que se ha apoyado en el canal multimarca para seguir creciendo. “Tenemos 52 puntos de venta mutimarca por todo el territorio nacional pero nuestro ADN sigue siendo el digital”, defiende Roca. De hecho, la compañía ha consolidado su estrategia de crecimiento apostando por las redes sociales. “El marketing de *influencers* a través de Instagram ha sido fundamental en nuestro crecimiento”, cuenta Roca.

La empresa madrileña ha tenido que ampliar sus instalaciones para hacer frente al crecimiento de la demanda en estos dos últimos años. De un almacén de

cuatrocientos metros cuadrados en Boadilla del Monte (Madrid) ha pasado a uno de mil metros cuadrados en Alcorcón que ya se le queda pequeño. “Tenemos previsto ampliar otros mil metros cuadrados más este año para hacer frente a nuestro creciente volumen de pedidos”, explica Roca.

La compañía tiene actualmente veintitrés empleados, el doble que hace justo un año. “Nosotros no hemos tenido a ningún trabajador en un expediente de regulación de empleo ( Erte); al contrario, hemos tenido que ir ampliando constantemente”, sostiene Roca.

## **Born Living vende en cuatro mercados europeos: Francia, Portugal, Italia y Alemania.**

Born Living Yoga produce en Asia. “Todos nuestros proveedores proceden de allí porque mi madre, que lleva treinta años en el sector, tiene grandes contactos en la zona”, justifica Roca.

La empresa sigue poniendo el foco en España, donde considera que aún le queda mucho por crecer, pero mantiene la vista puesta en cuatro mercados importantes: Francia, Portugal, Italia y Alemania. “Hasta ahora nuestro primer mercado europeo era Francia, donde existe una gran tradición por el yoga, pero, tras nuestro reciente acuerdo con Zalando, en breve Alemania pasará a ocupar ese lugar”, prevé el consejero delegado de la compañía madrileña.