

↓ EMPRESA

## Bloomers: los bikinis de Laura Sánchez incorporan nuevo socio para duplicar ventas en 2021

La empresa de ropa de baño e íntimo de la modelo ha abierto su capital a Hugo Ogea, fundador de la consultora de moda Oishii y de la marca de baño Bora Bora.



Nuevo socio y nueva estrategia. Bloomers, la empresa que la modelo Laura Sánchez creó en 2012, cambia de rumbo para consolidar su crecimiento. **La compañía ha contratado a Hugo Ogea como nuevo director comercial y de estrategia y le ha dado entrada en el accionariado con un 25% del capital.** Laura y su marido, David Ascano, mantienen el 75% restante. La empresa, que hasta ahora crecía de manera orgánica, ha elaborado un plan para duplicar ventas este año y alcanzar el millón de euros antes de 2023.

La incorporación de Ogea tiene como principal objetivo relanzar la compañía y establecer una nueva estrategia desde cero. **“Bloomers tiene una marca muy potente pero no tenía un plan; era momento de definir una nueva estrategia para darle el impulso definitivo”,** cuenta el nuevo socio a Modaes.es.

Hugo Ogea lleva treinta años ligado al sector de la moda en particular a la moda de baño. **Fue propietario y fundador de la marca de ropa de baño Bora Bora** y creó Muchacha, empresa que cerró en 2007. Además, fue distribuidor en exclusiva para Europa de la marca brasileña Colcci.

Los primeros acuerdos entre Sánchez y Ogea arrancaron hace tres años, cuando se sentaron las bases de una posible colaboración. Fue Sánchez la que se puso en contacto con el directivo para proponerle incorporarse al proyecto. “Estuvimos trazando un plan, pero la pandemia lo paralizó todo”, recuerda Ogea. **El pasado marzo finalmente, se cerró su incorporación a la compañía.**

---

## **Bloomers pretende facturar 400.000 euros este año y duplicar las ventas en 2022**

---

La nueva estrategia de la compañía diseñada por Ogea pasa por duplicar ventas este año. **La empresa facturó 150.000 euros en 2019 y redujo sus ventas un 40% en 2020.** “Laura vendía online sobre la marcha e iba a tiendas a ofrecer sus productos sin más, pero en pandemia estaban casi todas cerradas”, explica Ogea.

Para 2021, **la compañía tiene previsto facturar alrededor de 400.000 euros, el 60% en España y el 40% en el extranjero.** En 2022, la empresa pretende duplicar ese importe hasta 800.000 euros y alcanzar el millón de euros en 2023.

Por canales, el objetivo de la empresa para este año es que el canal digital represente el 60% de la facturación y el 40% se realice a través de tiendas multimarca. **En 2019, el ecommerce de la compañía representó el 75% y el retail supuso el restante 25%.**

El plan de negocios de la empresa pasa por consolidar una red profesional de agentes comerciales. **Hasta la fecha ha cerrado acuerdos con siete agentes que cubrirán toda España.** “La venta de prendas de baño es complicada por su estacionalidad, de ahí que hayamos creado una estrategia para darle otra salida y apostar por la expansión internacional”, explica Ogea.

---

## **La empresa, que produce sus prendas en Portugal, ha trasladado a Mataró (Barcelona) su almacén logístico**

---

La expansión internacional es uno de los grandes retos de la empresa, **que prevé que el negocio exterior represente el 40% del volumen de ventas este año**. Con este objetivo, la empresa ha cerrado acuerdos con agentes comerciales para vender en Italia, Portugal, Francia y Grecia.

La empresa mantendrá la sede central en Madrid, pero **ha trasladado la delegación operativa y comercial, que dirigirá el propio Ogea, a Barcelona**. Además, ha creado y externalizado el resto de departamentos para resultar más operativa. De esta manera, Sánchez seguirá siendo la directora creativa y trabajará desde la capital. El departamento de ecommerce se gestionará desde una agencia en Sevilla.

**La compañía ha trasladado su distribución a un centro logístico inteligente ubicado en Mataró (Barcelona)**. La producción de sus prendas se lleva a cabo en Portugal, a través de tres proveedores. “Trabajamos con el producto totalmente acabado; este modelo nos resulta mucho más sencillo y nos evita problemas”, defiende Ojea

Bloomers nació en 2012 de la mano de Laura Sánchez. La empresa vende ropa de baño e íntimo que comercializa bajo el nombre de *bloomers*, prendas fabricadas en una sola pieza. La compañía tiene previsto diversificar con nuevas líneas de *home wear* y complementos en 2021.