

**LC CORPORATIVA  
2020**

## La digitalización de las ventas y los esfuerzos en innovación disparan la facturación de *Lorena Canals* en 2020

La inversión en digitalización, los constantes esfuerzos por innovar y una eficaz puesta a disposición de stock para sus clientes, son los principales factores que han contribuido al crecimiento de *Lorena Canals* en 2020.

Barcelona, 8 de marzo de 2021. – La búsqueda del **bienestar en casa** ha sido uno de los grandes motores que durante esta pandemia ha impulsado a empresas del sector de la decoración y equipamiento del hogar. En esto la **firma textil** con sede en Barcelona, ***Lorena Canals***, no ha sido una excepción.



Innovadora incansable, la **empresaria y diseñadora Lorena Canals**, alma máter de la firma, no ha cesado en su empeño por **innovar**, tras darse a conocer como creadora del **concepto de alfombras lavables** hace más de 20 años. Visionaria de los negocios, ha sabido reinventarse y **digitalizar a tiempo la empresa**, no solo en lo que a plataformas de comercio electrónico se refiere, sino también en lo que respecta a las **ventas en sus canales B2B**, que representan ya el **64% de su volumen de negocio** y sigue en línea ascendente.

La implementación de nuevos **sistemas** para la gestión de las tiendas online y automatización de pedidos B2B, además de la creación de **nuevas webs para su mercado de EE.UU.** (tanto para el canal B2C como el B2B), han supuesto, en

conjunto, las claves para seguir **despuntando en su sector, compensando el descenso de ventas a tiendas físicas con el aumento de ventas online**. Así, las presentaciones de novedades de producto en formato de **showroom virtual en vivo** ya están a la orden del día en las **nuevas formas de trabajar** que ha adoptado la empresa, junto con la implementación del **teletrabajo**, signo de estos tiempos que corren.



Si bien los clientes *online* han sido los grandes beneficiarios de la pandemia, el mayor reto y giro de tuerca que ha aportado *Lorena Canals* ha residido en mantener el suficiente **volumen de stocks** en sus **almacenes de Barcelona, Nueva York y Delhi**, suministrados desde su **fábrica en India**. Es así cómo ha logrado **servir pedidos** en las circunstancias más adversas, llegando desde estos **tres centros logísticos** a hogares de toda Europa, Norteamérica, Sudamérica e incluso parte de Asia, y afianzando su presencia en un total de **77 países**. A la cabeza de sus mercados se sitúan **EEUU y Alemania**, seguidos por Francia, Reino Unido, España, Polonia, Austria, Bélgica, Grecia, Suiza e Italia, entre otros.



En su afán por **investigar e innovar** con la introducción de nuevas gamas de productos textiles que giran entorno al universo de las alfombras, destaca su línea de **lana lavable, Woolable by Lorena Canals®**, presentada en 2019 y que ha seguido afianzándose en el mercado de la decoración de alta gama durante 2020, copando ya un 15% de las ventas globales de la firma.



Entre sus líneas de algodón y de lana, en 2020 la marca ha presentado hasta **7 nuevas colecciones**, y prevé lanzar **9 más en 2021**. Entre éstas y recién presentada, destaca la nueva **colección RugCycled®** como su apuesta más **sostenible** puesto que le ha permitido alcanzar el objetivo de **residuo cero**, reduciendo a mínimos su impacto ambiental al dar una segunda vida a sus propios residuos textiles de algodón.

**Lorena Canals** ha sido reconocida en este último año con varios premios internacionales por la innovación en sus productos, entre los que destacan los **Good Housekeeping Parenting Awards** (EEUU), otorgado por un panel de expertos dedicados al sector infantil y, más concretamente, al ámbito de los textiles.



Otra iniciativa muy positiva que ha hecho despuntar y abrir mercado a la firma, han sido las **colaboraciones con marcas o figuras de renombre**, como la española **Agatha Ruiz de la Prada**, la escocesa **Donna Wilson** o el sello de **Mr. Wonderful**. Con ello, ha lanzado nuevos productos que integran la creatividad de estas firmas con el *savoir faire* de décadas de experiencia en el ámbito del textil de hogar de *Lorena Canals*. En 2021, la firma sigue trabajando en esta línea con nuevas

colaboraciones con sonados nombres como el artista **Edgar Plans**, la firma de juguetes **Oli&Carol**, o la *concept store* parisina **Smallable**, que se espera vuelvan a contribuir a catapultar sus ventas.



Los **valores de marca** que sustentan la firma **Lorena Canals** se basan en las **prestaciones de higiene y seguridad** que proporcionan sus piezas textiles (**lavables a máquina** en el hogar), así como su **fabricación artesanal y sostenible**, con **materias primas naturales y tintes atóxicos**, todo ello, valores en alza en tiempos de pandemia. Junto a ello, aboga por la **responsabilidad social** y la **igualdad** como valores éticos de la marca, ofreciendo condiciones de trabajo dignas y favoreciendo la ocupación femenina. Además, Lorena Canals dedica esfuerzos a nivel personal a **causas solidarias** en cuyo centro se sitúa su **Proyecto Sakûla**, una *nursery* propia en el norte de la India que escolariza y proporciona alimentación a niños desfavorecidos de la zona.

Sin duda la pandemia ha hecho que prestemos más atención a nuestro entorno doméstico, y con ello el “quedarse en casa” ha favorecido las ventas de *Lorena Canals*. Pero los **esfuerzos en innovación y adaptación a la nueva coyuntura** han sido fundamentales para mantenerse como **empresa líder en su sector**, logrando cerrar el año 2020 con una facturación un **40% superior a la del** año anterior. Para 2021 prevé alcanzar un crecimiento global del 20%, representando un 60% sus canales online, tanto B2C como a través de B2B, y una apuesta por la ampliación de mercados en Asia y Sudamérica.



[Click aquí para descargar imágenes en alta resolución](#)

**Contacto de prensa:**

Sarah Martín Pearson

[communication@lorenacanal.com](mailto:communication@lorenacanal.com)

Tel. +34 616 330 499 | +34 93 624 62 19

---

[www.lorenacanal.com](http://www.lorenacanal.com)