

BOROW. Llega la revolución en el universo del alquiler de ropa

Su tienda a pie de calle promete convertirse en el ‘place to be’ de la capital y su espacio online, en una web de visita obligada antes de acudir a cualquier evento. Borow revoluciona el mercado del alquiler con las firmas más exclusivas nacionales e internacionales y un montón de valores añadidos

Borow es un proyecto de las hermanas Eva y Joanna Chen, y ha llegado a nuestras vidas para revolucionar el universo del alquiler de ropa y demostrar que no hace falta poseer una prenda para poder vestirla –ni amarla-.

Con Borow querían crear algo que fuese asequible pero que no fomentase o empeorase el problema de la sostenibilidad que implica la ‘fast fashion’; y dar la oportunidad a todas las mujeres de aportar su granito de arena en hacer la moda más ética de una manera fácil, divertida, y sobre todo, con mucho estilo.

El armario soñado

Poder acceder a firmas como Zimmermann, Jacquemus, Diane Von Furstenberg, Self-Portrait, Azulu, Inuñez, Encinar, Manuri, Retrofete, Anna October es un sueño hecho realidad para las más entendidas en moda y las que se quieren salir del ‘circuito convencional’ y de las perchas de Borow cuelgan prendas únicas de primeras firmas nacionales e internacionales.

Su página web es interactiva. En la pestaña How it Works el funcionamiento queda explicado con todo lujo de detalles y cuenta con varias FAQ para resolver cualquier duda.

El armario de Borow es ‘creciente’ porque cada temporada se introducen colecciones y diseñadores nuevos. Las colecciones pasadas, en consonancia con la filosofía de la marca no se rebajan ni de discontinúan porque se trata de diseños atemporales.

Se pueden reservar prendas con hasta 6 meses de antelación.

Pueden alquilarse durante 8 días e incluso más tiempo si fuera necesario.

Todas las prendas se lavan usando un método especial llamado ‘Wet Cleaning’, de manera sostenible, artesanal y ecológica, para no dañar las prendas delicadas y alargar su vida.

Hay pocas unidades de cada modelo, con el fin de que sean más especiales, pero sí una gran variedad de tallas que se adaptan a cualquier silueta.

Así funciona

La forma más fácil es alquilar a través de la web, donde estarán todos los modelos y se podrán consultar las tallas, la disponibilidad y reservar uno o varios vestidos para las fechas deseadas. Se paga en el momento de la reserva, pero se puede cancelar si la cliente cambia de idea o incluso devolver el servicio si no le gusta cómo le sienta la prenda el día que le llega. En estos casos se devuelve el dinero.

También está la opción de acudir a la tienda offline, donde están todas las prendas. Esto permite probarse cualquier prenda con antelación -o en último momento- y hacer la reserva en persona.

Las prendas llegan a casa acompañadas de una pegatina para realizar fácilmente la devolución al terminar los 4/8 días y la cliente podrá elegir entre la recogida a domicilio o dejarlo en un punto de recogida.

Eva y Joanna Chen, el sueño de dos hermanas

Cuando una emprendedora en serie y una fashionista experta en inversiones -que han compartido armario desde niñas-, deciden revolucionar el mercado del alquiler de ropa, nada puede salir mal.

Borow es el punto en el que confluyen las dos carreras -tan distintas como apasionantes- de estas hermanas que se criaron compartiendo armario para combatir el aburrimiento estilístico. Pero antes de meterse de lleno en el universo fashion Eva y Joanna Chen ya habían demostrado valentía, visión de futuro y talento empresarial en los campos más variados.

Joanna, el instinto fashion de un genio de las finanzas

Cuando fue a Londres a estudiar Business Management en King's College ya fue consciente de que tendría que compaginar los números con una buena dosis de creatividad que aplacara su espíritu rebelde. Tras graduarse, trabajó en PwC durante cuatro años asesorando a todo tipo de empresas de Retail y Consumo y llevando fondos de capital privado. Por aquel entonces, no podía imaginar que esa experiencia le serviría para montar su propio negocio. Pero sí se gastaba casi todo el sueldo del mes en ropa low cost para después afirmar que no tenía 'nada que ponerse'.

Con el tiempo, no solo fue refinando su estilo, sino que empezó a preocuparse por la sostenibilidad, llegando a la conclusión de que el objetivo real de la moda debía ser éste, así como permitir lucir prendas únicas de forma más asequible.

Cuando descubrió el mundo del mercado del alquiler lo dejó todo y volvió a España dispuesta a lanzarse a la creación de Borow.

Eva, de la restauración a la moda

A los 31 años, Eva ya sabe lo que es arriesgar. Graduada en ADE en California, su primer trabajo en Madrid se desarrolló en el departamento de Expansión y Comercio Internacional de Repsol. Pero pronto sintió la llamada del ADN y se lanzó a perpetuar una saga hostelera que comenzó con su

abuelo, fundador de la cadena La Gran Muralla y que sus padres convirtieron en TAO. El restaurante La Pagoda fue su primer éxito y en la actualidad dirige Manolita Chen junto a su marido, un templo que mantiene la misma base gastronómica, pero en otro ambiente y con otros matices. A pesar de confesarse una apasionada de su trabajo, no se lo pensó dos veces cuando recibió la propuesta de su hermana Joanna para embarcarse en un proyecto de moda que tenía en mente. Y como esta es otra de sus pasiones dijo que sí.

La tienda offline de Borow es el nuevo 'place to be' de la capital. El concepto partió de la idea de crear un espacio joven y relajado que reflejase los valores y el lenguaje estético de la marca.

Jugando con una sencilla paleta de materiales y formas simples, se suceden los distintos ambientes, cálidos y sorprendentes, que van acompañando al cliente en toda la experiencia de compra.

La propia geometría del local permitió dar forma a este recorrido, que va desde lo más público, en la parte más exterior de la tienda, hasta lo más íntimo en la zona de probadores. La fachada de piedra, protegida, se mantiene, pero ya integra de manera sutil la imagen de la marca. Sus grandes ventanales dejan ver el espacio de acceso a la tienda, especialmente diseñado para conquistar al viandante e invitarlo a acceder. La rampa y el muro de artista de fondo se pensaron como una invitación a recorrer el espacio, una oportunidad para desacelerar el ritmo y disfrutar.

La sección intermedia es la que acoge la mayor parte del producto, expuesto en percheros de formas suaves, orgánicas y con diferentes alturas para adaptarse a las longitudes de las prendas y con la flexibilidad de poder disponerse en tienda de infinitas maneras. Estas líneas curvas y fluidas son una constante en el diseño de la tienda, permitiendo al cliente relajarse, divertirse y disfrutar de la experiencia; además, están inspiradas en los arcos y formas orgánicas característicos de la identidad de marca.

La zona del fondo, tras los arcos, es el espacio más íntimo y el final del recorrido. Está tratado con un mimo especial para aportar un sentimiento de seguridad y confianza donde la clienta se pueda ver y sentir espectacular cuando se esté probando la ropa. La zona del sofá a la entrada de los probadores, recuerda la intimidad del momento en que las amigas o hermanas se reúnen para prestarse ropa para algún evento especial, momento del que nace todo el concepto Borow.

¿Dónde?

Tienda offline. C/. Almirante, 4, Madrid.

Tienda online. www.borow.es

Datos de contacto:

Lorena S. Rubio

Alem Comunicación

913787732

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Moda](#) [Madrid](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>