

## **HAWKERS vendió una gafa de sol cada segundo el día del Black Friday**

**La compañía vendió 90.000 unidades en las 24 horas del Black Friday y 625.000 unidades en toda la campaña. Los datos del Black Friday de 2019 suponen un crecimiento del 62 por ciento respecto de 2018. España representó solo el 25% de la facturación del Black Friday, lo que evidencia una mayor globalización de las ventas**

La disruptiva empresa de gafas de sol y óptica Hawkers continúa batiendo récords. El pasado 29 de noviembre, día nuclear del Black Friday, fue para Hawkers un ‘Viernes de Oro’ en el que se consiguieron vender más de 90.000 unidades en tan sólo 24 horas: esto se traduce en una gafa de sol vendida cada segundo. La campaña de Hawkers para el Black Friday 2019, que se lanzó en Europa, Estados Unidos, Sudamérica y Australia; ha superado los resultados de 2018, con 625.000 unidades vendidas, lo que supone un crecimiento del 62 por ciento respecto del año anterior y un promedio de una gafa cada dos segundos.

Se trata de un best practice de campaña omnicanal 360 que ha logrado unos resultados excelentes, lo que evidencia que Hawkers es la compañía líder del sector de las gafas de sol y óptica capitalizando hitos tanto en el ámbito online como offline. La campaña de Hawkers para el Black Friday se ha desarrollado en todos los canales de forma sostenida – online, retail, redes sociales, marketing y medios de comunicación – para garantizar la experiencia de compra al consumidor.

Este hito forma parte del plan de crecimiento que la compañía viene desarrollando en los últimos meses y que ha permitido asentar las bases del futuro, lanzando una agresiva oferta de 3x1 y un provocador concepto ‘Móntate un Trío’.

Nacho Puig, consejero delegado de Grupo Hawkers, ha señalado que “continuamos capitalizando con éxito importantes hitos en la compañía. En esta ocasión, hemos alcanzado volúmenes relevantes de facturación siendo rentables y escalables, gracias a la hoja de ruta que venimos cumpliendo desde principio de año y que nos ha permitido cumplir los objetivos estratégicos”.

“Los resultados de la campaña del Black Friday”, concluye Nacho Puig, “son también fruto de la importante inversión en BI y tecnología que hemos realizado durante todo el año y en especial en este momento y que nos permite seguir analizando data para adaptarnos a las necesidades de nuestros consumidores”.

**Consolidación de negocio e incremento de calidad**

Los resultados del Black Friday dan continuidad a la hoja de ruta iniciada por la compañía a comienzos de 2019, enfocada en la consolidación del negocio, la internacionalización y la diversificación de canales y públicos.

En 2019, la compañía ha ampliado su presencia en el canal de distribución wholesale, ha desarrollado el proyecto de gafas de sol con la apertura de 13 ópticas en España y 1 en Portugal; y ya supera actualmente las 82 tiendas de gafas de sol entre España, Portugal e Italia.

En los próximos meses abrirá una tienda en Covent Garden, convirtiéndose así en la primera firma española de moda en estar presente en el tradicional mercado londinense.

Hawkers realizó además un relevante incremento en los estándares de calidad y diseño en su colección de 2019. La marca presentó por vez primera gafas de sol fabricadas íntegramente en Italia (Colección It Club) con materiales exclusivos de acetato Mazzucchelli y acero inoxidable de alta calidad. Introdujo también gafas deportivas con lentes fotocromáticas, polarizadas, líneas exclusivas para wholesale y retail, con diseños y calidades que alcanzan un nivel superior.

#### Sobre Hawkercos

Hawkercos ([www.hawkercos.com](http://www.hawkercos.com)) es una marca de origen español nacida en el entorno digital que ha abanderado desde su creación en 2013 un cambio de paradigma en el sector de las gafas de sol. La propuesta de Hawkercos ha sido siempre ofrecer un complemento de moda Premium al alcance de cualquier bolsillo, país e incluso estatus social. Todo ello ha sido posible gracias a introducir y posicionar el concepto de compa inteligente: gafas de sol, vista y relojes de calidad y diseño a un precio justo.

Lifestyle, Sportswear, Performance, High Fashion y Ediciones Limitadas con famosos y con las marcas más influyentes a nivel mundial son el core de la firma. En la actualidad, Hawkercos está llevando a cabo una expansión internacional en el ámbito retail (focalizada en España, Portugal, Italia y México), pero preservando sus señas de identidad como compañía experta en estrategias de omnicanalidad.

En tan sólo seis años, Hawkercos se ha situado entre las 3 primeras marcas de gafas de sol del mundo por unidades vendidas y entre las 10 marcas españolas de moda más reconocidas a nivel internacional. Ha sido reconocida como caso de éxito mundial para Facebook, Twitter y Shopify.

Hawkercos pertenece al Grupo Saldum, un holding que agrupa diversas marcas del sector de gafas de sol (Northweek, Wolfnoir, Miss Hamptons) y relojes (Bramble). En la actualidad, Hawkercos tiene más de 80 tiendas en España, Portugal e Italia.

#### **Datos de contacto:**

Antonella Sonza Miranda

Llorente y Cuenca

615 078 359

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

Categorías: [Moda](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>