

Back Stage

Warby Parker, gafas en la cima de la innovación que plantan cara a Apple y Google

Modaes
11 feb 2015 - 11:57

Apple, Alibaba, Google o Instagram. Todas estas compañías, paradigma de la innovación, han sido superadas por **Warby Parker**. La firma de gafas lidera en 2015 el ranking anual de las compañías más innovadoras del mundo, elaborado por la revista *Fast Company*. El reconocimiento es la recompensa por ser “la primera gran marca hecha para Internet”, según la publicación.

Fundada en 2010, **Warby Parker** ha conseguido superar los 100 millones de dólares de facturación con un modelo de negocio vertical basado en el *buy-one-give-one*, o compra sin intermediarios. En las páginas de la revista americana, el mismo consejero delegado de la enseña, **Neil Blumenthal**, se muestra sorprendido: “El mundo nos pregunta el por qué del éxito, es deliberado resumirlo en una sola palabra”, asegura.

Lo que empezó como una plataforma web de nicho se ha convertido en uno de actor destacado en las ventas minoristas de material óptico. **Warby Parker** ha evolucionado convirtiéndose en una empresa omnicanal con una decena de tiendas en Nueva York, Los Angeles, San Francisco, Boston, Chicago o Atlanta, y con presencia en varios otros puntos multimarca de Estados Unidos. Las ventas por metro cuadrado ya rivalizan incluso con las de **Tiffany**, explica la revista.

La compañía se fundó, como muchas empresas innovadoras, como solución a un problema. Los emprendedores que pusieron en marcha **Warby Parker**, David Gilboa, Andrew Hunt y Jeffrey Raider, junto con Blumenthal, tuvieron la idea lejos de casa y con las mochilas en la espalda, en un viaje a la aventura. Uno de ellos perdió sus gafas y se pasó el resto del viaje frunciendo el ceño para ver paisajes. En aquel momento se dio cuenta de lo difícil que resultaba para los habitantes del tercer mundo vivir con algunas dioptrías de más, sin poder acceder a un par de gafas por los altos precios.

Modaes

Fue entonces cuando los excursionistas idearon **Warby Parker**, realizando en casa sus propios diseños y trabajando directamente con fabricantes en China, eliminando intermediarios y evitando así un coste final exagerado. A su vez, la compañía se sirvió de la Red para distribuir sus productos.

Los precios de **Warby Parker** rondan los 95 dólares por unas gafas con graduación simple, y los 295 dólares por unas gafas progresivas. El crecimiento de la compañía ha ido en paralelo a otros proyectos, resultado de la experiencia de sus fundadores en aquel viaje. **Warby Parker** está asociada con la organización sin ánimo de lucro VisionSpring: por cada par de gafas vendidas, el grupo manda otras a alguien con necesidad.