

Empresa

Las gafas de la española Clandestine desembarcan en Latinoamérica con el foco puesto en México

La *start up* especializada en lentes de sol tantea también otros mercados latinoamericanos como Colombia y Chile, para comenzar a operar con ecommerce y a través de retailers locales.

María Bertero
31 oct 2017 - 00:00

Las gafas de la española Clandestine desembarcan en Latinoamérica con el foco puesto

Clandestine hace foco en Latinoamérica. La empresa española de lentes de sol ultima su desembarco en la región en el marco de su expansión internacional. La empresa comenzará a operar este noviembre en México.

La llegada al mercado azteca se llevará a cabo a través del canal online. **A su vez, la empresa ultima negociaciones con Liverpool para también llevar su negocio al offline.** Con precios que oscilan entre los treinta y los cuarenta dólares, Clandestine llegará a México por “no ser un mercado tan estacional como lo es España”, según ha informado Miguel Díaz, cofundador de Clandestine, a Modaes.

La empresa vio la luz el pasado mayo de la mano de Díaz y los emprendedores Paul Awad y Manuel Pérez, a los cuales se incorporó poco después Salvador López como socio capitalista. Awad es responsable del área de producción y desarrollo de negocio, mientras que Pérez gestiona la logística y la atención al cliente. Hace poco, la *start up* incorporó a una nueva empleada, Laura Díaz, para hacerse cargo de las relaciones con influencers.

Clandestine se ha marcado el objetivo de facturar tres millones de euros en 2018

Modaes

En paralelo a su desembarco en México, Clandestine comenzará a operar también en Australia, para así cubrir los dos hemisferios. Chile y Colombia son otros mercados en los que la empresa de lentes prevé desarrollarse.

Para ello, la compañía no descarta saltar al offline y comenzar a operar en retailers locales. Clandestine ha constituido filiales tanto en México como en Australia para desarrollar su negocio en ambos mercados.

Con sede central en Madrid, Clandestine ofrece más de cuarenta referencias, divididas en tres colecciones. El diseño de las gafas de la empresa se realiza en Milán y el *packaging* en España. La producción, por su parte, tiene lugar en Asia, principalmente en China y Japón. **Díaz se marca como objetivo alcanzar las 100.000 unidades vendidas en 2018 y una facturación cercana a los tres millones de euros (3,4 millones de dólares).**

La compañía española prepara también su lanzamiento en el mercado australiano

El interés de la empresa en los prescriptores digitales de tendencias está en línea con el bagaje profesional de Díaz, formado en los ámbitos del *márketing* y la comunicación. Antes de iniciar Clandestine, el emprendedor y otro socio fundaron la agencia de comunicación Cool Media, cuya actividad compaginaron durante una temporada con la concepción y desarrollo de la *start up* de óptica.

Las colaboraciones con *celebrities* son uno de las estrategias clave de la empresa para potenciar sus ventas. En la actualidad, **Clandestine comercializa una colección de gafas de edición limitada diseñada por la actriz española Elsa Pataky.**