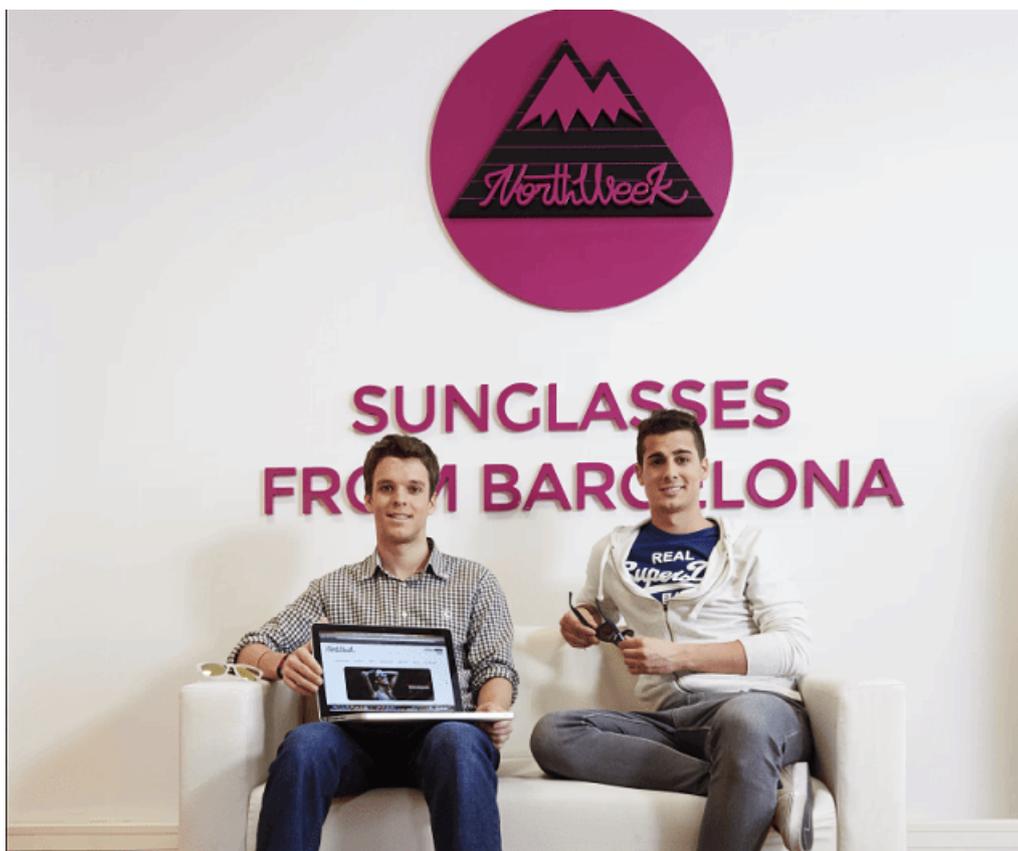


# Modaes

Empresa

## Northweek toma impulso tras pasar a manos de Hawkers y tantea el retail para duplicar su tamaño

Iria P. Gestal  
5 may 2016 - 04:51



La hermana pequeña “gamberra” de **Hawkers**. Así se definen desde **Northweek**, la compañía especializada en gafas de sol personalizables que el año pasado pasó a

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/northweek-toma-impulso-tras-pasar-a-manos-de-hawkers-y-tantea-el-retail-para-duplicar-su-tamano>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes ([www.modaes.com](http://www.modaes.com)), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

---

# Modaes

---

engrosar la cartera de marcas del grupo ilicitano. **Northweek**, que el viernes celebra su tercer aniversario, también nació en la Red, pero está comenzando a testar el canal retail con *pop up stores* en centros comerciales con el objetivo de duplicar su facturación en este ejercicio.

Tras pasar a manos del grupo **Saldum Ventures** –el paraguas bajo el que **Hawkers** incluye a las *start ups* en las que invierte–, **Northweek** comparte los recursos de la compañía ilicitana, lo que le ha permitido impulsar su crecimiento y atacar de manera más agresiva el canal físico este año. Con este impulso, la compañía prevé alcanzar siete millones de euros de facturación este año, frente a los 3,5 millones de 2015.

“Empezamos a probar el canal físico el año pasado con dos stands en el centro comercial **La Maquinista**, en Barcelona, y en **La Gavia**, en Madrid”, explican desde la compañía. “Funcionaron muy bien, y este año hemos decidido expandir el modelo a otros catorce puntos de venta”, añaden.

## La compañía cerró 2015 con una facturación de 3,5 millones de euros y prevé alcanzar los siete millones este año

La empresa se instalará en los centros comerciales **Xanadú**, **Príncipe Pío**, **Plenilunio**, **Gran Vía Hortaleza** y, de nuevo, en **La Gavia**, en Madrid. Por su parte, en Barcelona también volverá a instalarse en **La Maquinista**, y se estrenará en **Maremagnum** y **Anecl Blau**.

Como novedad, **Northweek** se introducirá este año en cinco nuevas ciudades, Tarragona, San Sebastián, Alicante, Murcia y Tenerife. Los stands se pondrán en marcha este mismo mes y estarán en funcionamiento únicamente durante el verano.

Aunque el canal online continúa copando el grueso de las ventas de la compañía, **Northweek** también tiene recorrido en el canal físico a través de medio millar de distribuidores, entre ópticas, tiendas de moda y establecimientos de surf, en España y algunos países de Europa y Latinoamérica. Este año, la compañía también dará el salto a Grecia a través de puntos de venta multimarca y, en un futuro, no descarta exportar el modelo de los stands efímeros al extranjero.

## Después de probar el canal retail el año pasado con dos 'stands', Northweek subirá su apuesta este año con catorce espacios efímeros

La trayectoria de **Northweek** ha transcurrido casi en paralelo, aunque con magnitudes mayores, a la de **Hawkers**. La empresa nació hace tres años también de la mano de dos jóvenes emprendedores, **Héctor Rey** y **Álex Huerta**, que vieron la necesidad de poner en marcha un negocio de gafas de sol a precio accesible.

Hoy, la compañía, que continúa controlada por sus fundadores en una parte minoritaria, emplea a quince personas en su sede en Cabrera de Mar (Barcelona), pero ya prepara su traslado a unas nuevas oficinas para hacer frente a su crecimiento. “La idea inicial era compartir espacio con **Hawkers**, pero finalmente tendremos nuestras propias oficinas en Barcelona, aunque la ubicación todavía está por decidir”, explican desde **Northweek**.