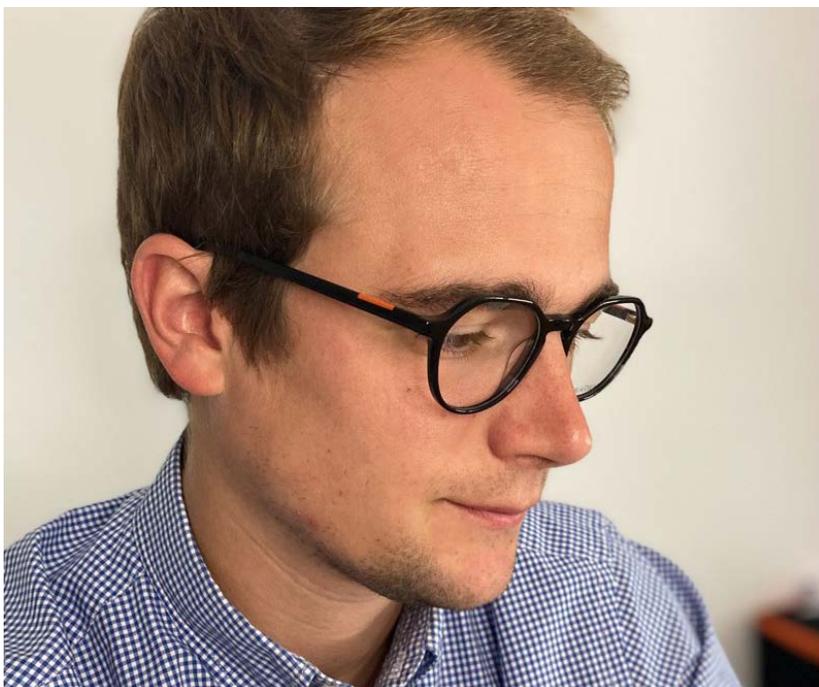


“Nuestras novedades son seguir ayudando al óptico, haciendo gafas que no salgan de la normalidad, y al mismo tiempo que continúen siendo un producto que no le cause problema al profesional”



BLACKBEAR EYEWEAR ES UNA MARCA BARCELONESA CUYA RAZÓN DE SER ES AYUDAR AL ÓPTICO INDEPENDIENTE CON UN PRODUCTO, SENCILLO, VERSÁTIL, ELEGANTE Y QUE NO PASA DE MODA. SOLO TRABAJAN EN COLOR NEGRO Y CON MODELOS ATEMPORALES, POR LO QUE SUS GAFAS SON SIEMPRE UN BUEN FONDO DE ARMARIO.

Un oso negro. El mamífero de piel oscura es el símbolo que representa a BlackBear, una marca de Barcelona cuyos productos se caracterizan por trabajar solo en color negro. La razón de esa estrategia: *“La idea (después de cuatro generaciones en la familia en el mundo de la óptica) de ayudar al óptico independiente con un producto, sencillo, versátil, elegante y que no pasa de moda”,* en palabras de **Edu Fonts**, founder de la firma y sales manager en Menrad España, quien explica cómo nació esta marca de gafas. *“Simplemente quisimos inspirarnos en el oso negro, que es un animal noble y fiel. También muy versátil”,* asegura el fundador de la empresa barcelonesa. *“Blackbear tiene una profunda admiración por el oso negro, respetado por los indios americanos como un ser sobrenatural. Protector y a la vez símbolo de libertad; es cuidadoso con su entorno, imponente y hermoso”,* señala.

Todo al negro

Un oso negro que seduce e inspira al creador de la colección BlackBear Eyewear, animalista y gran amante de la naturaleza, por su firmeza y su fascinante belleza negra, por ser un ejemplar singular. Igual que la visión de marca que introducen al mercado de la óptica: solo un color, el negro, y solo en ópticas independientes. En efecto, escogieron el negro como único color en un momento en el que las tendencias destacan por presentar colores brillantes. ¿A qué se debe? Según Edu Fonts, aunque algunos los llamaron estrambóticos, *“en nuestra cabeza teníamos la idea de ayudar al óptico independiente”,* insiste. Entonces, *“nos dimos cuenta de que ya tenían muchas gafas, y en realidad, no necesitaban más”,* prosigue desarrollando el experto.

Por lo tanto, con el objetivo de ayudarles, *“pensamos en un producto simple, fácil, que no les cause un problema y, sobre todo, que no pasara de moda”. “¿Cómo se traduce esto? Hay muchas gafas super bonitas y muy fashion, pero igual de los 15 productos que selecciona el óptico, hay alguna que se le queda sin vender”,* esgrime Fonts. Y eso lógicamente supone un problema, porque ese stock acaba por pasar de moda.

Así pues, el equipo de BlackBear se decantó por diseñar toda la colección con el predominio del color negro. Tras realizar una investigación de mercado, como apunta su fundador, *“nos dimos cuenta de que el color más vendido, a lo largo de los años, era el negro”.* Además, consideran que *“es elegante, y hace que el óptico no*

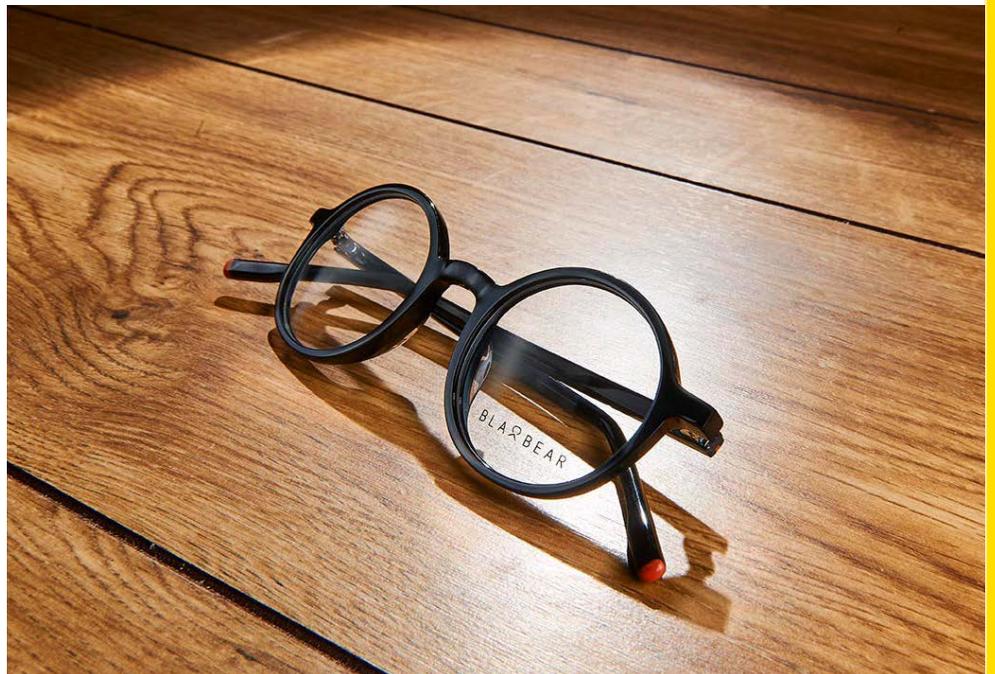
se quede con gafas sin vender, porque la gafa negra no pasa de moda, es fácil y es sencilla, y también es el color que combina mejor con todos los colores de piel y pelo”. El resultado final de tal idea de la marca catalana es *“una gafa muy atemporal, de fondo de armario”.*

En este sentido, a la hora de definir trabajo y los productos que realizan en BlackBear, su fundador destaca la alta calidad de los mismos, que están hechos de acetato y metal. Y lo más importante, subraya, *“con todo el foco puesto en el óptico independiente, siempre intentando ayudarle, publicidad, envíos en 24 horas, atención personalizada, etc.”.*

Además, prácticamente todo el catálogo de la marca es de producción barcelonesa. *“Nuestros productos son ‘made in China’, pero están creados en Barcelona”,* aclara el fundador de BlackBear. Es decir, sostiene Fonts, *“somos una familia barcelonesa de toda la vida, nuestro equipo está aquí, nuestro diseñador es de Barcelona, etc. Todo lo hacemos desde aquí. Menos la fabricación de la gafa, que se hace en China como en el caso de la mayoría de gafas, toda la marca es ‘made in Barcelona’”.*

Lo que marca la diferencia de BlackBear Eyewear es la posición que adopta en relación a las tendencias actuales de la industria óptica. Da igual la relevancia de las mismas, *“nosotros intentamos salir de esas tendencias, mientras que las otras marcas se suben a la cresta de la ola”,* reafirma el especialista. A diferencia de sus competidores, *“no nos importa si ahora están de moda las gafas de color rojo o triangulares”. “A pesar de que haya modas, no nos guiamos por esos estándares ni seguimos las tendencias”,* insiste el fundador de la firma. De esta forma, en su opinión,

“EL COLOR NEGRO ES ELEGANTE, Y HACE QUE EL ÓPTICO NO SE QUEDE CON GAFAS SIN VENDER, PORQUE LAS GAFAS NEGRAS NO PASAN DE MODA, SON FÁCILES Y SENCILLAS, Y TAMBIÉN ES EL COLOR QUE COMBINA MEJOR CON TODOS LOS COLORES DE PIEL Y PELO”





“SI UN CLIENTE TIENE ALGÚN PROBLEMA CON LA GAFA O LE PASA ALGO, ES FUNDAMENTAL QUE PODAMOS CONTESTAR AL MOMENTO Y LE SOLUCIONEMOS LA CUESTIÓN EN MENOS DE 24 HORAS”

“permitimos al óptico que una vez pasen dichas tendencias y modas, el producto que haya comprado no les suponga un problema de stock”.

Es lo mismo que ocurre con el porfolio de Black-Bear Eyewear: no hay un producto más demandado que otro, al menos de forma sustancial. Ahora mismo disponen de una colección de unos 60 modelos, todos ellos fabricados en metal o acetato. *“Y la verdad es que, al ser productos que no siguen las tendencias ni la moda, tenemos la suerte de que se vendan de forma bastante parecida”*, revela su portavoz, quien deja claro que si bien *“siempre hay algún modelo que se vende más y otros menos, sin embargo, no hay ninguno que predomine en exceso en relación a la demanda”*.

Ayudar al óptico independiente, el principal objetivo de la marca

La misma filosofía aplica para las novedades que van sacando. De hecho, al ser preguntado por ellas, Edu Fonts hace hincapié en que van en la línea de *“seguir ayudando al óptico, haciendo gafas que no salgan de la normalidad, y al mismo tiempo que continúen siendo un producto que no le cause problema al profesional de la óptica”*.

No en vano, mantener una relación sólida y de confianza con sus clientes y las ópticas es uno de los principales objetivos de BlackBear Eyewear, aunque poniendo el foco especialmente en el óptico independiente, según su fundador, que es lo más importante. *“Al final, el óptico independiente tiene muchos problemas, debe luchar con la competencia fuerte de los grupos, y la única manera de diferenciarse que tiene respecto a una gran cadena o una empresa grande es el trato con el cliente”*, desarrolla.

Así las cosas, prosigue detallando, *“para que este profesional pueda dar un trato muy premium al usuario, una atención personalizada y una relación con ellos que igual una cadena no puede ofrecer porque van más a volumen, dependen al 100 % de nosotros”*. Por eso, *“si un cliente tiene algún problema con la gafa o le pasa algo, es fundamental que podamos contestar al momento y le solucionemos la cuestión en menos de 24 horas. De esta forma, ayudamos al óptico independiente a ofrecer a sus clientes un trato que en otra tipología de establecimientos no pueden ofrecer”*.

En resumidas cuentas, el fundador de BlackBear Eyewear esgrime a modo de reflexión final que *“nosotros intentamos que el óptico independiente esté bien cuidado y que, gracias a nosotros pueda cuidar bien sus clientes”*. ■