

Kippel⁰¹

TECNOLOGÍA

Las gafas de sol de Snapchat aterrizan en Europa y entran por la puerta grande en Barcelona

La compañía estadounidense ha aprovechado la celebración del festival Primavera Sound para empezar a comercializar las Spectacles en una máquina expendedora en la zona del Maremagnum.

02 JUN 2017 — 18:43

POR KIPPEL01



Snapchat se une al verano español. La compañía estadounidense, que debutó en bolsa hace unos meses, acaba de aterrizar en Europa con sus gafas estrella *Spectacles*, y para celebrar la ocasión ha escogido Barcelona como uno de sus primeros puntos de venta físicos.

Aprovechando la celebración del festival Primavera Sound, la compañía ha puesto a la venta sus gafas a través de una máquina expendedora en la zona del Maremagnum. Las gafas, cuyo precio alcanza los 150 euros, también pueden adquirirse en Londres, París, Berlín y Venecia, así como a través de la página web del grupo.

Al llevar la experiencia del usuario de **Snapchat** al terreno físico, la compañía estadounidense pretende diferenciarse de su gran competidor: **Instagram**. La red social, propiedad de Facebook, ha incrementado sus usuarios de forma considerable en los últimos meses, al mismo tiempo que el ritmo de crecimiento de **Snapchat** se ha mantenido relativamente estable.

Snap ganó 149 millones de dólares en el primer trimestre de 2017

1/2

<https://www.kippel01.com/tecnologia/las-gafas-de-sol-de-snapchat-aterrizan-en-europa-y-entran-por-la-puerta-grande-en-barcelona.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.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.

Kippel⁰¹

TECNOLOGÍA

De hecho, este fue uno de los principales frentes con los que se encontró la compañía durante el primer trimestre del año. Si desde el último trimestre de 2015, el número de usuarios de la red social registraba incrementos a doble dígito, este ritmo empezó a decaer en el tercer trimestre de 2016, coincidiendo con el lanzamiento de *Instagram Stories*.

Según los últimos datos disponibles, **Snap**, la matriz de **Snapchat**, alcanzó una cifra de negocio de 149 millones de dólares (136,9 millones de euros), frente a los 39 millones de dólares en comparación con el mismo periodo del año anterior. En cuanto a sus ganancias, el grupo registró unas pérdidas de 2.209 millones de dólares (2.030,4 millones de euros), que atribuye a los gastos derivados de su oferta pública de venta.