

Daniel Paniagua, creador y dueño de Gafasvan

# “Es importante acercar el sector óptico a la población rural, donde el acceso a los servicios ópticos es muy reducido”

UN ÓPTICO DE MAYORGA, LOCALIDAD DE VALLADOLID CON 1.500 HABITANTES, SE DESPLAZA SEMANALMENTE POR OTROS MUNICIPIOS DE SU ZONA, TIERRA DE CAMPOS, CON EL PROPÓSITO DE OFRECER SUS SERVICIOS A TODA LA POBLACIÓN, CUYO ACCESO A ÓPTICAS, UBICADAS EN GRANDES CIUDADES, SE VE LIMITADO. DE ESTA MANERA NACE GAFASVAN, UNA EMPRESA ÓPTICA QUE OFRECE COBERTURA A MÁS DE 8.000 PERSONAS.



© José Castillo

La motivación principal que empujó a **Daniel Paniagua** a crear Gafasvan fue tener un hijo pequeño. Al final, las oportunidades que tenían laboralmente en las ciudades eran más o menos las habituales, *“muchas horas fuera de casa y desplazamientos de mucho tiempo”,* mientras que en su pueblo, *“que es donde crecimos tanto mi mujer como yo, siempre estás mucho más cerca de tu familia, no pierdes tanto tiempo en desplazarte y, sobre todo, al tener un negocio propio, puedes adaptar un poco los horarios a lo que más te convenga”.* En consecuencia, *“decidimos volver a Mayorga, una localidad de Valladolid de 1.500 habitantes, ya con una idea más o menos clara del proyecto, pero tampoco con la convicción de que pudiera funcionar”.*

Y es en ese preciso momento que surge Gafasvan, una iniciativa que busca acercar los servicios ópticos al entorno rural vallisoletano de Tierra de Campos. Daniel Paniagua, su creador y dueño, estableció una ruta semanal en la que visitar distintos municipios con el propósito de prestar sus servicios a cada uno de sus habitantes. En concreto, el óptico-optometrista se encuentra todos los martes por la mañana en Villalón de Campos y todos los jueves en el mismo horario en Villalpando. Asimismo, también visita el primer miércoles de cada mes Villarramiel; mientras que los tres últimos de este día de la semana se sitúa en Villada. En relación con las tardes, de lunes a viernes, es posible localizarle en Mayorga, su lugar de residencia. En cuanto a los retos que planteaba el negocio en sus inicios, el creador de Gafasvan confiesa que, para él, *“el principal era la falta de confianza en mis propias habilidades”.* Luego, *“te das cuenta que hay muchísimos aparatos que te ayudan”* y que *“la*

*tecnología que se emplea para fabricar cristales no tiene que ver con la que se conoce en la facultad”.* Ahora que el negocio ya se ha establecido, *“los retos son los que cada uno se va poniendo”.* Por ejemplo, dice, *“empecé desde el año pasado una asociación con un audiometrista”.* Además, está tratando de cambiarse de locales. Al final, *“en los pueblos hay muchos locales, cada uno de una manera, por lo que no existe una homogeneidad en la imagen, ni en los espacios, ni el tamaño”.*

### Un establecimiento en cada pueblo

Aunque viaja en una furgoneta donde transporta todos los materiales necesarios para poder llevar a cabo su trabajo, debe tener un establecimiento físico en todos los municipios en los que opera. *“Mi idea original era hacer una especie de camión, no muy grande, porque los pueblos no son tan grandes, donde la gente pudiera subir”,* reconoce. No obstante, *“me dijeron que era inviable con la normativa existente y tenía que tener un establecimiento físico”.* En resumen, debe contar una licencia en todos los pueblos donde opera, hecho que *“limita el acceso a la población del servicio”.*

En general, *“la legislación actual sigue siendo muy poco flexible para el negocio rural”.* Y, aunque remarca que no le gusta mucho quejarse de una norma que estaba antes de que él empezase, sí se pregunta por qué, si la administración pública no pone remedio frente a este desabastecimiento óptico en el entorno rural, *“por qué no permite que un privado, como él o cualquier otro, coja un camión más o menos grande, con espacio para graduar a las personas y que tenga los mismos equipos”* y así poder graduar a las personas en diferentes lu-



gares.

Sobre todo, teniendo en cuenta que él, que es un profesional óptico, ha tenido que invertir en equipos y pagar por licencias físicas, pero en cambio podría abrir en Internet una página donde *“vender gafas progresivas online, domiciliar la página en Luxemburgo y pagar un 2% de impuestos”*, una actividad que no se lo prohibiría nadie. Y, además, *“no tendría ni que ser óptico-optometrista, puede hacerlo cualquiera”*. En definitiva, lamenta, *“no tiene mucho sentido que se pueda hacer una cosa así y la otra no”*.

Asimismo, señala las dificultades que tuvo que superar para poner en marcha su negocio: *“La normativa que tuvimos que cumplir para una óptica en un pueblo de 1.500 habitantes es igual de estricta que en una ciudad enorme”*. En esta línea, considera que *“en algún momento habría que flexibilizarla y adaptarla a las particularidades de cada sitio”*. Y, reconoce, que *“si las tasas que debe pagar cada vez que visita un pueblo no costasen tanto, a lo mejor una tarde a la semana podría ir a dos o tres pueblos pequeños más”*. Las condiciones que deben reunir los pueblos para que sean mínimamente rentables es que sean *“más o menos grandes y que no estén muy alejados entre ellos, pero sí de poblaciones más grandes donde haya una óptica”*. Donde él se mueve, explica, *“la óptica más cercana está a unos 45 kilómetros a la redonda y son pueblos, entre 1.500 y 2.000 habitantes, que están a 15 o 20 kilómetros de distancia entre sí”*.

### Revisiones cercanas y facilidad de adaptación

Todo ello, teniendo en cuenta que el 98% de las personas mayores de 65 años necesita gafas y, parte de este sector de la población, vive en un entorno rural que no dispone de transporte para acudir a un centro óptico. En este sentido, Paniagua remarca que, no es que no importe socialmente la salud visual

de las personas mayores, *“es que realmente lo que está abandonado es el entorno rural”*.

Del mismo modo, el 30% del fracaso escolar está asociado a problemas en la visión. *“Los niños tampoco pueden desplazarse por ellos mismos y los padres no siempre pueden llevarles a la óptica en una edad en la que aún se pueden corregir defectos”*, explica el fundador de Gafasvan. De hecho, *“muchos de ellos aprovechan el tiempo libre de los recreos para graduarse las gafas o mirarse la vista”*. Y concreta: *“Los padres, en lugar de tener que coger el coche y desplazarse, aprovechan la media hora que tienen de recreo para que los niños se gradúen o se pongan lentes”*. Sobre todo, teniendo en cuenta que la adaptación de las lentes *“es todavía más complicada”*, ya que *“tienes que ir un día a graduarte y luego probarte que te queden bien distintos días con más horas de uso”*.

En España hay una óptica por cada 5.200 habitantes, mientras que Gafasvan tiene cerca de 8.000 habitantes en los cinco pueblos que cubre. *“La cifra es vital porque es importante acercar el sector óptico a la población rural, donde el acceso a los servicios ópticos es muy reducido”*, señala. En este sentido, incide, *“hay gente mayor que deja de hacer muchas cosas porque no tiene gafas”*. Y, cuando habla de dejar de hacer cosas, se está refiriendo a cuestiones de ocio, *“algo fundamental para una persona mayor, sentirse importante y sentirse activa”*.

Y, en lo relativo a actividades diarias, también: *“Mucha gente mayor pierde seguridad en sus movimientos, en desplazarse en su propia casa, en cocinar, en hacer muchas cosas porque no tiene acceso a cambiarse de gafas o que se han hecho unas gafas progresivas hace 20 años, porque le llevó su hijo a la óptica de la ciudad, y ahora tiene 85 y no se las ha vuelto a cambiar”*. Entonces, no se trata únicamente de una necesidad de ocio, *“que es una parte fundamental en las zonas rurales, donde no hay muchas cosas que hacer”*.

**“DEBEMOS ADAPTARNOS  
Y COMPETIR CON LA  
VENTA ONLINE ANTES QUE  
LIMITARLA O PROHIBIRLA”**



© José Castillo

y muchas personas mayores se juntan con tres o cuatro amigos a jugar a las cartas un rato por la tarde o a tomar un vino”.

Como ejemplo, Paniagua hace referencia a un caso reciente de un hombre mayor “que llevaba 12 años sin ir a un bar a hablar con nadie porque no oía a nadie”. Asimismo, “se sentaba los domingos, con su familia de siete hijos, como si fuera un mueble, porque no oía nada y, por tanto, no participaba en ninguna conversación”. Gracias a sus nuevos audífonos, “ha recuperado su vida social y sus ganas de vivir”. Como él, muchas otras personas.

### **Estrategia de marketing y comunicación**

Aunque su público sea mayoritariamente mayor y pueda sorprender de entrada, su campaña de marketing se basó en anuncios de Google y de Facebook. Y remarca su conveniencia, ya que “esas personas tienen hijos y nietos que utilizan las nuevas tecnologías, sin olvidar que mucha de la gente mayor ya se ha introducido en el universo de Internet”.

También, eso sí, enganchó carteles en cada pueblo e introdujo anuncios en los buzones. Aún así, sobre todo, enfatiza la importancia de que el cliente quede satisfecho como mejor herramienta de marketing y que sea este, “quien lo recomiende a su vecino en el bar o en la iglesia”. En su pueblo, Mayorga, fue distinto, ya que empezó “vendiendo mucho porque la gente ya sabía que iba a abrir y estaba esperando a la apertura para comprar unas gafas, mientras que en el resto de pueblos el arranque fue mucho más paulatino”.

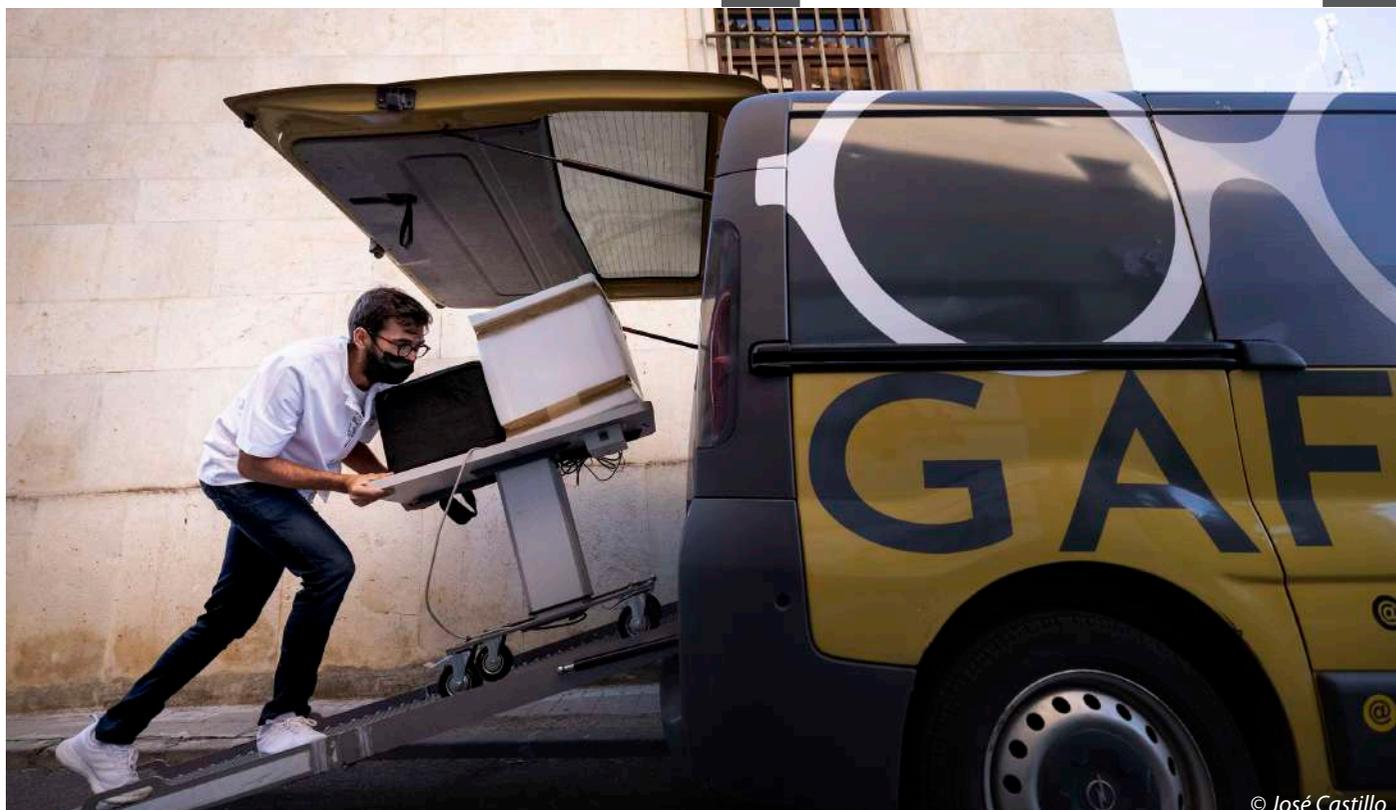
Su negocio, en realidad, “es muy diferente a la óptica que puede haber en la ciudad”. Y añade: “No tengo tantos clientes como en la ciudad, hecho que me permite destinar a cada uno de ellos

todo el tiempo que necesiten”. Entonces, se toma mucho tiempo con cada uno, “pero también es parte de mi trabajo, de la labor comercial”. Es decir, “si a una persona la atiendes bien y la escuchas, dejas que te cuente lo que quiera, sus preocupaciones, sus penas o alegrías, después confiará en ti para quedarse con el producto que le recomiendes, aunque este tenga un precio más elevado que otros”.

En definitiva, desde su punto de vista, es muy rentable el negocio óptico en la actualidad: “Yo estoy sorprendido positivamente con las ventas que estoy teniendo en estos dos años”. Y, en cuanto a los retos que puede plantear el futuro del sector, expone que “en algún momento quizá se haya que integrar la óptica en la Seguridad Social y no sé hasta qué punto ciertas atenciones o ciertos productos deberían estar cubiertos por la seguridad social”. Sobre todo, porque “hay gente que no puede pagar o que le cuesta mucho pagar unos progresivos de la gama media de 400 o 500 euros”.

Por otro lado, “la venta de gafas por internet será otro reto, ya no solo de gafas de sol, que ya no es novedad, sino de lentillas o de gafas graduadas”. En este sentido, concluye Paniagua, “es mejor intentar adaptarnos todos a ello y competir, que intentar prohibir o limitar una práctica que ya se da y que se va a dar siempre igual o cada vez con mayor fuerza”. ■

**“LA NORMATIVA QUE DEBO CUMPLIR  
PARA ABRIR UNA ÓPTICA EN UN PUEBLO  
ES IGUAL DE ESTRICTA QUE SI LA QUIERO  
ABRIR EN UNA CIUDAD ENORME”**



© José Castillo