

## Jorge Rodríguez Fabuel Gran Óptica (Madrid)

**Jorge Rodríguez Fabuel** tiene una variada experiencia en el mundo óptico. Empezó a trabajar con su padre en su establecimiento de óptica *“y allí me descubrió esta maravillosa profesión. Su manera de hacer las cosas y tratar a la gente se impregnó en mi ADN profesional, y seguí con la tradición familiar”*, nos explica. Después, junto a su hermano también óptico optometrista, crearon *“una empresa importadora y distribuidora de monturas”*. Posteriormente, fue encargado de relaciones profesionales de una multinacional americana, distribuidora de productos tecnológicos en el sector, y finalmente abrió el centro óptico Gran Óptica en Madrid, donde ejerce de óptico optometrista y lo combina, desde hace un año, con ser profesor asociado en el Grado de Óptica en la Universidad San Pablo CEU. Por ello, *“creo que puedo dar una visión del sector desde diferentes aspectos”*, puntualiza.

Su día a día no es para nada aburrido. Como él mismo indica, *“a veces tengo que dar clases en el CEU, y a veces tengo que ir a trabajar como optometrista. Ambos roles son muy diferentes. Por un lado, tienes a gente a la que intentas inspirar y enseñar todos los pormenores de nuestra profesión, mientras que en nuestro centro damos lo mejor de nosotros para que, cada vez que pongamos una corrección visual, saquemos una sonrisa a cada paciente”*.

Como apunta Jorge Rodríguez, Gran Óptica *“es más una clínica visual que una tienda óptica. Está especializada en dar soluciones ópticas de la mejor calidad. Estar a la última en tecnología y manejar las lentes más avanzadas es lo más apreciado por nuestros clientes”*. Y añade: *“Hemos luchado muchos años para formarnos y tener las mejores herramientas y lentes para ser un referente en la zona. Nuestra especialidad son las lentes especiales, tanto oftálmicas como de contacto”*.

Lo que más valora de su profesión es que *“tiene muchos ámbitos en los que se puede trabajar. Si quieres una vertiente comercial, la tiene. También puedes trabajar en las grandes compañías del sector, donde está muy valorado ser óptico optometrista. Si quieres tener un perfil investigador, hay mucho campo donde trabajar. Si quieres dirigirte al lado sanitario, estás preparado para trabajar en clínicas y hospitales. Y también puedes ser divulgador y docente”*; señala.

**“AL IGUAL QUE OTROS ÁMBITOS,  
TODO SE ESTÁ POLARIZANDO. O BIEN  
TE DIFERENCIAS POR PRECIO, O BIEN  
POR CALIDAD. YA NO EXISTE EL CAFÉ  
PARA TODOS”**



Para él, los cambios que ha sufrido la profesión han venido marcados por la entrada de grupos inversores. *“Antes era un sector muy atomizado, con pequeños puntos de venta. Ahora, compiten contra cadenas y grupos, que ofertan productos y servicios a precios muy atractivos. Al igual que otros ámbitos, todo se está polarizando. O bien te diferencias por precio, o bien por calidad. Ya no existe el café para todos. Así que creo es el momento de decantarse por una de las dos opciones”*, argumenta.

Otros cambios más favorables son los que ha aportado la tecnología. *“Cada vez contamos con más y más precisos instrumentos”*, afirma. Y opina que los pasos van encaminados hacia la telemedicina, explicando, por ejemplo, que *“en la última edición de Mido en febrero, me han mostrado una lámpara de hendidura que trabaja en remoto. Puede trabajar un operador en una interfaz de su PC, y la lámpara se mueve con servomotores y auto enfoques. Además, está asistido con un software de Inteligencia Artificial que brinda ayudas para detectar patologías del paciente”*.

Un futuro, el del sector, que Jorge Rodríguez ve que *“claramente se dirige a tres niveles cada vez más diferenciados. Primero, al del gran consumo, integrado en centros comerciales, canales de venta online y ofertas de precios agresivos. El segundo va dirigido a la montura exclusiva, con espacios de diseño, trato Premium y monturas de importación, con diseño únicos. Y un tercer nivel movido a solucionar los problemas visuales”*, apunta.

Y concluye: *“Sinceramente creo que los pacientes confían en los profesionales del sector, no hay que abandonar esta senda. Sería un error caer en luchas propagandistas y guerras de precios. Hay que construir una imagen fuerte, respaldada en el rigor profesional, en buenas conductas y huir de sensaciones de ofertas y promociones comerciales. Hemos dejado que la voz más oída sea las de los grandes grupos y cadenas que ofertan el 2x1. Humildemente, creo que denigra nuestra profesión. Debemos trabajar cohesionados para que la imagen del optometrista sea la de un profesional comprometido con la salud visual”*.