

Mónica Fachal, óptica optometrista de A Gafotería

**“La salud visual y la moda pueden ir de la mano, no hay que escoger una u otra”**

**DESPUÉS DE CASI UNA DÉCADA TRABAJANDO JUNTOS, MÓNICA FACHAL RIAL Y CARLOS VÁZQUEZ LAGO SE EMBARCARON EN UNA NUEVA ETAPA COMO EMPRENDEDORES. JUNTOS IMPULSARON A GAFOTERÍA, UNA ÓPTICA CON CONCEPTO INNOVADOR DONDE EL DISEÑO Y LA CALIDAD SE DAN LA MANO.**

**M**ónica Fachal Rial es óptica optometrista y audioprotesista. Ella y su ahora socio, **Carlos Vázquez Lago**, también óptico optometrista, llevaban trabajando juntos alrededor de una década. Por una necesidad de evolucionar, hace un par de años se convirtieron en emprendedores con el nacimiento de A Gafotería. En la localidad coruñesa de Cee, estos dos profesionales ofrecen a sus clientes un servicio óptico y audiológico basado en un concepto innovador. *“A los dos nos gustan muchísimo las gafas y, sobre todo, las gafas que tengan un toque diferente. O bien en el diseño, o en el material, o uniendo ambas cosas. Al final está en un sitio que hay más ópticas y te tienes que diferenciar en algo”*, explica Fachal.

En el caso de A Gafotería, lo que les diferencia de sus competidores es el producto. Además, señala la experta, *“intentamos que el trato con los clientes sea lo más cercano posible”*. A su modo de ver, *“somos bastante empáticos, nos gusta ponernos en el lugar del otro, puesto que trabajas con personas que tienen un problema visual o auditivo”*. *“Procuramos ser muy fieles con las expectativas, no prometerle el oro y el moro. En suma, paciencia, explicar bien las cosas y ser un poco serios y cumplir lo que prometemos”*, añade. Por otro lado, consideran muy importante brindar una posventa buena. *“Vender, vende cualquiera”*, apunta la óptica optometrista.

Para los propitios de A Gafotería, la relación entre moda, diseño y gafas forma parte de su filosofía. Sin embargo, a la experta le sorprende que la gente cada vez se deje llevar más, se atreva, y quiera innovar a la hora de adquirir sus lentes. *“Dejas atrás el concepto de que la gafa es una prótesis, pues de alguna también forma es parte de la moda. Y moda y salud pueden ir de la mano, no tienes por qué escoger una y otra. Es cierto que estamos en un ambiente rural donde hay muchas personas mayores... Pero bueno, se dejan asesorar bastante”*, recalca.

### ¿Cada cuánto hay que renovar las gafas?

Obviamente hay clientes que demandan productos más diferentes, continúa, *“pero por norma general, sí que intentamos que vengas y cambies, intentando que te veas un poco más alegre”*, comenta Fachal.

Y una vez que se dejan asesorar e innovan, *“se notan diferentes y la gente le dice ‘¡qué gafas más bonitas!’; vienen a por otra también distintas”*. *“Le cogen el gusanillo”*, en definitiva. Al fin y al cabo, subraya la especialista, *“la cara es lo primero que se ve, y una gafa cambia mucho el aspecto”*.

Acerca de las tendencias, la profesional asegura que *“ahora casi se lleva de todo, es como en la ropa; tanto te viene la maxi gafa con marcos super finos, que se lleva la micro gafa”*. Sí que puede haber tendencias, pero en su opinión, tampoco hay ninguna super marcada. *“Siempre puedes llevar un produc-*



to que tenga algo especial, pero tampoco te condicione el día a día". En este sentido, la audioprotesista cree que también ha cambiado el concepto que antes se tenía de 'la misma gafa para todo'. "Ahora cada vez se le da más importancia como complemento y se renuevan con más frecuencia" ¿Cada cuánto deben renovarse? El tiempo depende de las circunstancias de cada uno, indica, "pero la vida media de unas gafas es entre cuatro y cinco años". Y del mismo modo, recomienda revisar la vista cada año.

Que se le dé más importancia al diseño no implica mermar el interés por la salud. Al contrario. Bajo el punto de vista de la socia de A Gafotería, "va mejorando". "La gente va tomando un poco más de conciencia y, por eso mismo, compran más gafas en ópticas. Esto también incluye las de sol. Y el que no, sabe que es un producto no homologado que no lo va a proteger".

Por tanto, hay más atención a la salud visual. "A través de la información que encontramos en internet, en las redes sociales, etc., uno es más consciente. Ojos solo hay dos, hay que cuidarlos", reflexiona. Eso sí, tampoco se puede generalizar, pues "siempre hay rezagados que compran la gafa de Primark de dos euros y no lo sacas de ahí, vienen con una mentalidad muy cerrada".

### Los servicios de A Gafotería

Además de comprar un producto de calidad, los clientes de A Gafotería pueden cuidar de su salud visual gracias al servicio de optometría de A Gafotería. En él, Carlos Vázquez y Mónica Fachal se encuentran sobre todo casos de opacidad de medios, las cataratas, puesto que son las más fáciles de detectar. "Después, al hacer la medida de tensión ocular, si la tensión del paciente es alta, lo derivas al oftalmólogo por si puede tener un posible glaucoma. También



se ven bastante las degeneraciones maculares asociadas a la edad, así como las retinopatías diabéticas. Aunque todavía no hacemos el fondo de ojo, pero en un futuro queremos comprar un retinógrafo", expone la óptica optometrista. Pero sobre todo detectan casos de opacidad de medios, y el motivo es el envejecimiento de la población, según la experta. "Es algo que a casi todo el mundo le va a venir. Van en aumento, de hecho, creo que si todo el mundo viviera 100 años, todo el mundo tendría cataratas".

En cuanto al servicio de audilología del establecimiento gallego, apunta su dueña, "en nuestro caso es más complementario a la óptica". Con todo, cuentan con el equipamiento necesario y la atención de Mónica Fachal, audioprotesista con más de diez años en el sector. "Tenemos cabina, audiómetro, el videoscopio para hacer frente a las revisiones auditivas, también hacemos los tapones de baño y de ruido, etc." No tiene tanta salida como la óptica, indica, "pero sí que va muy de la mano, intentando que esas personas vayan bien en todos los ámbitos". Por eso disponen, asimismo, de audífonos de prueba para que los pacientes determinen si les compensa o no la compra del aparato.

Aunque "complementario", la especialista reconoce que el servicio de audilología ha ido a más. No en vano, "la gente ya no espera tanto a ponerse el audífono. Si notan algo de pérdida, enseguida buscan solución. Cuanto antes lo coloques, antes va a estar el oído estimulado y va a ser mucho mejor para el futuro. Aparte, los aparatos ahora son digitales, tienen conexiones de bluetooth, muchos reductores de ruido, etc."

A modo de conclusión, la profesional finaliza insistiendo en la idea de que "la salud visual y la moda pueden ir de la mano, no hay que escoger una u otra". Eso es lo que hacen en A Gafotería, "intentar que la gente vaya un poco diferente, que se vean mejor. Eso siempre es positivo, porque al final puede subir la autoestima de la persona". ■

