

Laura Moragrega Farmacia Óptica Estrany (Barcelona)

Para **Laura Moragrega Estrany**, propietaria co-titular de Farmacia Óptica Estrany y directora técnica de Óptica Estrany, algo que en su momento fue un pequeño “trauma”, el hecho de tener que llevar gafas cuando solamente tenía 10 años, lo convirtió en su trabajo. A día de hoy, asegura, “es mi hobby y mi pasión”. “Y me siento muy feliz de poder hacer que la gente se sienta feliz llevando nuestras gafas como complemento, pienso que la cara es el altavoz del cuerpo, y que las gafas que llevas hablan de ti”, reflexiona.

Tras más de 20 años trabajando en esa pasión que es el mundo de la óptica, “lo que más me atrajo y me sigue atrayendo es convertir en un complemento para mis clientes el hecho de llevar gafas, ofreciendo productos de calidad y diseño y ofrecer un servicio personalizado para dar valor a su imagen”.

Lo hace como co-propietaria de la Farmacia Óptica Estrany, un establecimiento emplazado en la barcelonesa Via Laietana que ofrece el servicio de óptica desde hace 40 años y sigue creciendo cada vez más. En todo este tiempo, sobre todo en los últimos 10 años, “ha habido una diferenciación muy clara entre las ópticas que pertenecen a grandes cadenas ópticas y las ópticas independientes”. En su opinión, “en las ópticas independientes, y más todavía después de la pandemia, se ha producido una radicalización a la hora de buscar producto nicho de calidad y un servicio personalizado, dedicando más atención y tiempo al cliente, buscando marcas de diseñadores independientes, y asistiendo a ferias internacionales como las de París, Milán y Múnich, donde se presentan cada año las novedades, adelantándonos a la moda y creando tendencia”, explica Moragrega Estrany.

Acerca de su día a día en su negocio, la especialista destaca que destina un alto porcentaje del tiempo a la creatividad, a gestionar la empresa, a buscar la mejor exposición, y al marketing local y online de las gafas. “Dedico una hora entera a cada cita previa en la óptica para buscar el producto que más se identifica con la personalidad de mi cliente, todo para aportar valor a su imagen. Y nivel técnico, me obsesiona la calidad, y dar por sentado que tendrán una buena adaptación siendo imprescindible responder inmediatamente a cualquier inconveniente que surja”. “Mi misión es que cada cliente se sienta mimado y satisfecho con su elección a nivel imagen y a nivel técnico”, subraya.

Esa atención personalizada, además de tiempo, y dedicación, es lo que la profesional de la óptica considera que aporta su



establecimiento a los clientes como valor añadido. A su modo de ver, “el tiempo es lo que más se valora hoy en día”.

En cuanto a producto, “ofrecemos solo aquello en lo que creemos que tiene alta calidad y diseño”, aclara. El motivo es que “hace años que decidí que quería divertirme con mi profesión y todo aquello que se sale de mis valores lo descarto”. Asimismo, revela que “los productos ópticos más demandados a nivel de farmacia son las lágrimas artificiales y las gafas de presbicia pre-montadas, mientras que de óptica son las gafas de sol, las monturas graduadas y las lentes de contacto con sus líquidos”.

En este sentido, considera que el mayor reto que afronta el sector es la degradación del trabajo de los ópticos optometristas que hacen los discounters. Al final, concluye, “nadie regala duros a pesetas”.

“EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS, HA HABIDO UNA DIFERENCIACIÓN MUY CLARA ENTRE LAS ÓPTICAS QUE PERTENECEN A GRANDES CADENAS ÓPTICAS Y LAS ÓPTICAS INDEPENDIENTES”