

INÉS MATEU, PRESIDENTA DE LA FEDAO

“El sector óptico ha trabajado muy duro desde la pandemia para hacer ver la importancia del cuidado visual”

EL SECTOR DE LA ÓPTICA PARECE RECUPERADO DE LAS CONSECUENCIAS DE LA PANDEMIA, HABIENDO REGISTRADO EN EL ÚLTIMO EJERCICIO UN CRECIMIENTO DEL 4% EN SU FACTURACIÓN Y SUPERADO LAS CIFRAS PREVIAS A LA IRRUPCIÓN DE LA COVID-19.

El sector de la óptica no solo ha vuelto a la normalidad tras la pandemia, sino que, además, registra una tendencia al alza. De acuerdo a los últimos datos que recoge el Libro Blanco de la Federación Española de Asociaciones del Sector Óptico (FEDAO), correspondientes a 2022, la facturación del sector durante ese ejercicio se situó en 1.918 millones de euros, un crecimiento del 4% respecto a 2021 y del 2% frente a 2019, superando las ventas previas a la Covid-19. En relación a este incremento y haciendo balance de la situación de las empresas ópticas en los últimos años, **Inés Mateu**, presidenta de FEDAO, pone sobre la mesa que *“el sector ha trabajado muy duro desde la pandemia para hacer ver la importancia del cuidado visual y esto se ha transformado en éxitos para nuestros asociados y la globalidad del sector”*.

Cambio de paradigma

Uno de los éxitos que destaca Mateu es haber *“logrado recuperar el segmento del sol, el más dañado con la crisis de la Covid-19”*. De hecho, de acuerdo a los datos presentados en el Libro Blanco de la Federación Española de Asociaciones del Sector Óptico, las ventas de gafas de sol continuaron liderando el crecimiento, con un incremento del valor de las ventas de alrededor del 14%. También resalta la experta otros datos que muestra la publicación de FEDAO en los cuales *“vemos cómo el ciudadano está optando cada vez más por productos más personalizados, de mayor calidad y con más prestaciones”*. *“Eso es un gran éxito para nuestro sector”*, subraya.

En este sentido, el sector considera que, de alguna manera, la pandemia marcó un antes y un después para las ópticas españolas. Preguntada por esta cuestión, Inés Mateu responde afirmativamente. Bajo su punto de vista, esto fue así *“dado que el ciudadano vio, al estar durante casi 100 días encerrado en casa, que la salud visual era clave para su bienestar”*. Además, agrega, *“el hecho de las limitaciones físicas y de tiempo de exterior tuvo un impacto directo en su visión”*. Ella considera que *“fueron cambios trascendentales”*; y, aunque la situación no fue fácil, *“como sector y como patronal, supimos organizarnos muy rápido, estar cerca del socio, tratar directamente con las autoridades y ofrecer ayuda, información y planes de apertura segura de las ópticas”*, reflexiona.

De aquellos polvos vienen estos lodos, como se suele decir. No en vano, ha cambiado la manera en que los usuarios demandan productos y servicios ópticos y también, en cierto punto, los productos y servicios más demandados por los españoles. La presidenta de la Federación Española de Asociaciones del Sector Óptico menciona de nuevo el Libro Blanco, donde se explica que, a día de hoy, *“el gran peso del consumo en el sector reside en las lentes, dado que suponen más de 53 euros de cada 100 euros vendidos en óptica. En concreto, además, se nota como cada vez el usuario pide lentes de mayores prestaciones para sus gafas graduadas”*, detalla.

En el segmento de la contactología, por su parte, Inés Mateu indica que *“vemos en los datos de 2023 que fue el de mayor crecimiento porcentual respecto a 2019”*. En específico, este seg-

mento registró un incremento de en torno al 6%. Por último, la directiva insiste en que *“las gafas de sol se van recuperando en el canal óptico y esperamos que este año tengan un gran crecimiento”*. *“Tanto de ellas como otras ventas cruzadas que es lo que siempre fomentamos”*, afirma Mateu.

La miopía, una pandemia que necesita al sector óptico para combatirla

La otra cara de la moneda para el sector óptico es la de tener que hacer frente a la preocupante salud visual de los españoles. Según los últimos datos disponibles, tres de cada cuatro personas dicen tener problemas de salud visual, y fundamentalmente la incidencia de miopía está creciendo de manera exagerada, también en los más jóvenes. Por ejemplo, en solo cinco años se han multiplicado por seis los casos de miopía maga (más de seis dioptrías) entre jóvenes de 12 a 18 años. Además, de forma general, esta patología afectaba al 28% de la población del país en 2017, y con los últimos datos disponibles se sabe que ha subido hasta el 37%.

Como agente clave a la hora de afrontar este reto, asegura la presidenta de FEDAO, *“la pandemia de la miopía es una preocupación para todos los profesionales de la salud visual”*. Es por eso que, *“entre todas las entidades que representamos a fabri-*

cantes, distribuidores, retailers y ópticos optometristas debemos seguir informando, concienciando y explicando cómo prevenirla y, una vez detectada, ofreciendo las soluciones disponibles en el mercado para controlar y frenar su crecimiento”. En opinión de Inés Mateu, *“creo que esto es nuestra obligación y que en ello estamos trabajando”*.

A este respecto, al mencionar otros retos y desafíos que depara el futuro a corto y medio plazo para las empresas ópticas, la especialista resalta la necesidad de *“seguir innovando para ofrecer siempre las mejores soluciones a los ciudadanos que requieren de nuestros servicios”*.

Por último, la presidenta de la Federación Española de Asociaciones del Sector Óptico reflexiona sobre los avances que, a su modo de ver, marcarán en los próximos años la actividad de los ópticos. Con mucha seguridad, explica que, *“como siempre, toda la innovación en producto, materiales, fabricación, tecnología y demás será lo que guíe el desarrollo de las empresas”*. Eso sí, siempre con un foco muy claro: *“Seguir cuidando al mejor nivel la salud visual de los ciudadanos”*.

Esta profesión sanitaria, concluye la líder de FEDAO, *“seguirá evolucionando con todos los medios a su alcance para cumplir con su objetivo, que no es otro que el de mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos”*. ■



“**EL GRAN PESO DEL CONSUMO EN EL SECTOR RESIDE EN LAS LENTES, DADO QUE SUPONEN MÁS DE 53 EUROS DE CADA 100 EUROS VENDIDOS EN ÓPTICA”**