

El sector español de la óptica oftálmica en 2012

► **Gabriel Gómez**

Responsable del Panel Detallista de Óptica de GfK, lleva 26 años trabajando en el sector de la investigación de mercado, los 18 últimos en GfK. Es licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad Autónoma y Master en Gestión Empresarial por la CEOE.

Resumimos en el presente artículo el comportamiento del sector de la óptica oftálmica al cierre del ejercicio anterior.



Al finales de 2011 asistíamos a una alegría contenida, puesto que las cifras del año habían resultado mejores que las del ejercicio anterior. Sin embargo, hablábamos entonces de que las fluctuaciones registradas a lo largo del año no aconsejaban pecar de exceso de optimismo.

Finalmente, la realidad del mercado ha confirmado las expectativas de los menos optimistas, de manera que el cierre de 2012 ha supuesto una merma en la facturación de las ópticas de un 4,4%, comparado con 2011, alcanzando una cifra conjunta de ventas de 1.788 millones de euros en los productos controlados por GfK (Figura 1).

Casi como cada año, podemos comprobar cómo el comportamiento de los productos ha resultado desigual, siendo de nuevo

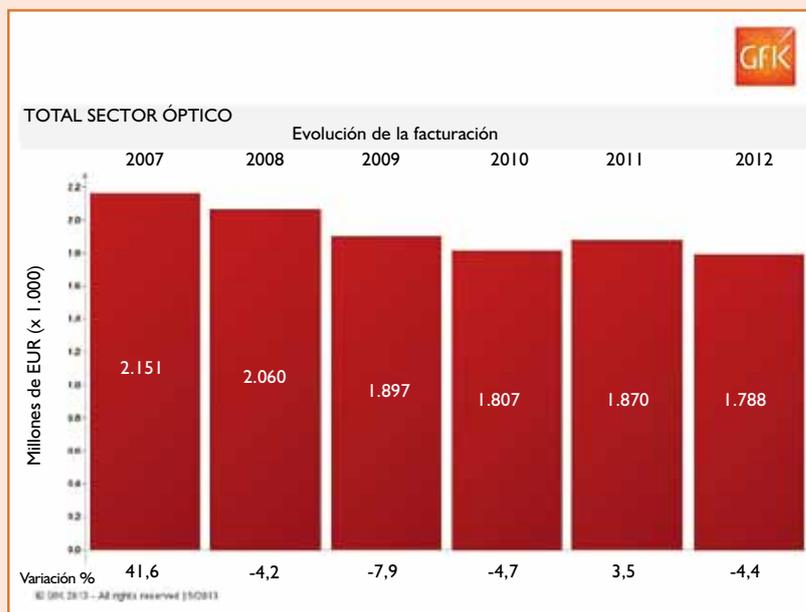


Figura 1.

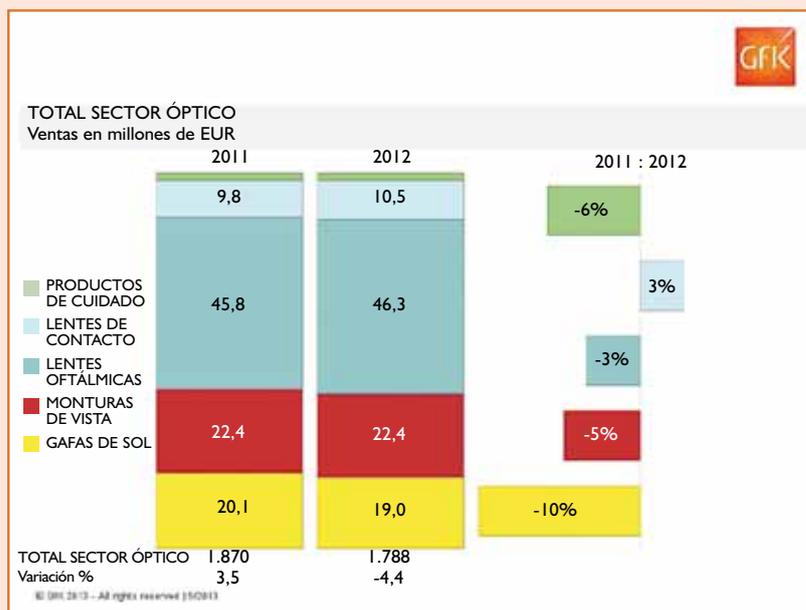


Figura 2.

Las cifras que GfK presenta en este texto corresponden a las ventas al público en las ópticas de Península y Baleares, sumando lo generado por monturas, lentes oftálmicas, gafas de sol, lentes de contacto y sus productos de mantenimiento.

las lentes de contacto las únicas que han experimentado un crecimiento en sus ventas (Figura 2).

En este aspecto, conviene señalar que a lo largo de 2012 se ha producido un cambio en la tendencia de las lentes de contacto, en relación a su frecuencia de reemplazo. Hasta ahora estábamos viendo cómo las lentes de reemplazo diario eran las que más crecían. Sin embargo, el año pasado perdieron fuerza en sus ventas, siendo las de reemplazo frecuente (quincenales y

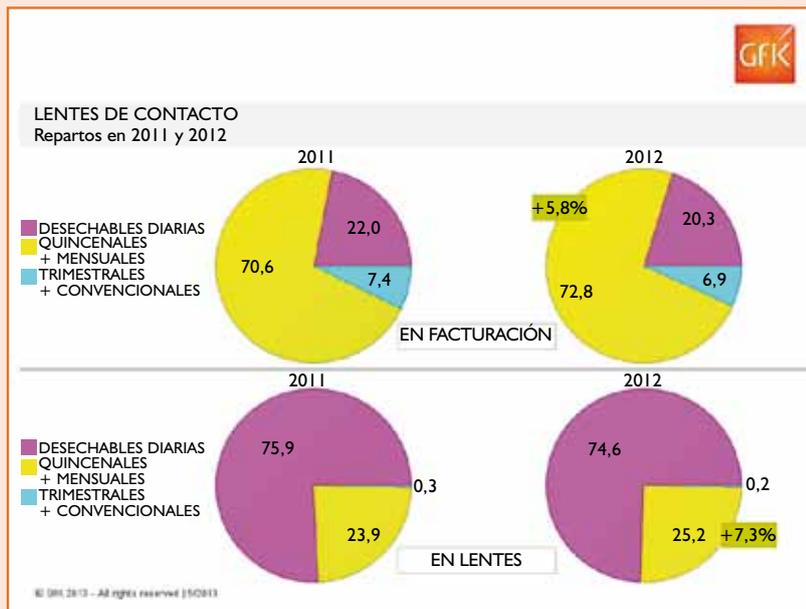


Figura 3.

mensuales) las que recogieron el testigo (Figura 3), aumentando su peso en la facturación y también en las lentes vendidas. Muy posiblemente, un mayor nivel de gasto en el uso de la desechable diaria ha sido el causante de este cambio de tendencia.

Lo que permanece invariable es el rápido avance del hidrogel de silicona entre los distintos materiales de las lentes de contacto, acercándose a la mitad de la facturación y vendiendo menos de un 20% de las piezas. Debemos destacar también el crecimen-



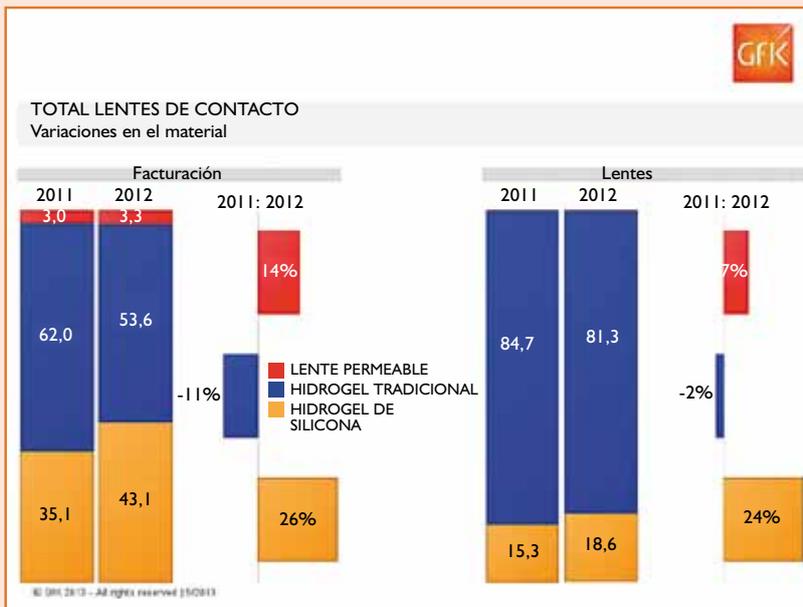


Figura 4.

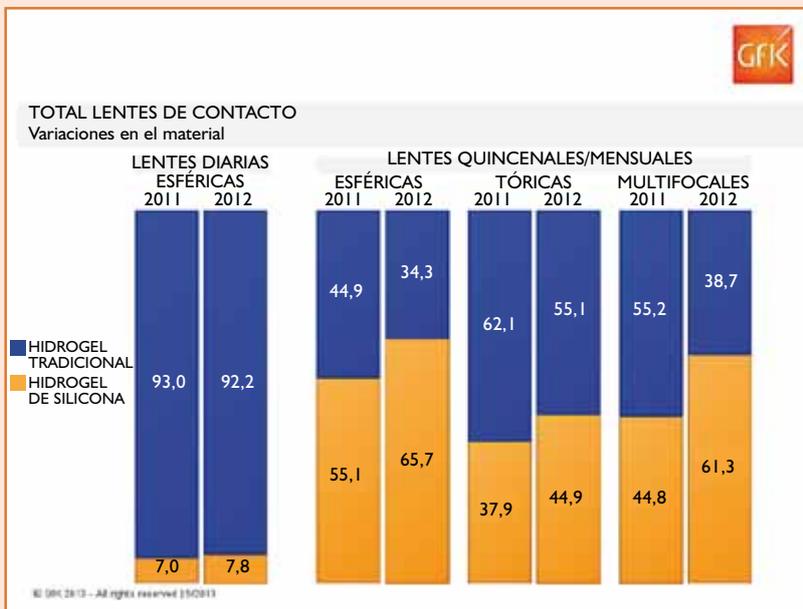


Figura 5.

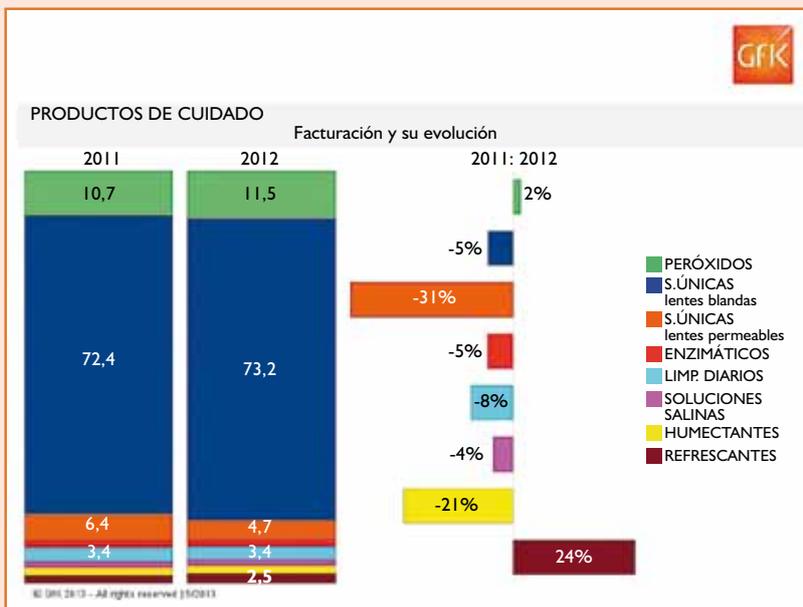


Figura 6.

to experimentado por las lentes permeables al gas, recuperando parte de su esplendoroso pasado (Figura 4).

Como se aprecia en la Figura 5, el éxito del hidrogel de silicona se puede comprobar en todos los tipos de lentes desechables.

En cuanto a las soluciones de mantenimiento de las lentes de contacto, cuyo comportamiento resulta negativo (-6% en sus ventas), se confirma la tendencia ya apreciada en 2011: los peróxidos de hidrógeno, comúnmente asociados a las exitosas lentes de hidrogel de silicona, continúan su tendencia ascendente, si bien este dato positivo queda eclipsado por el interés que suscitan las soluciones refrescantes (Figura 6), que son las que se pueden depositar directamente sobre el ojo del paciente, con independencia de que este utilice o no lentes de contacto.

Las monturas de graduado vendieron 4.143.000 unidades en 2012, lo que supone un 1,5% menos que en 2011. Como su precio medio disminuyó un 3,2% (redondeando, de 100 a 96 euros), el resultado es un descenso en sus ventas de un 4,7%.

Analizando el tipo de montura, vemos cómo solo los niveles de precios más económicos han aumentado ventas, perdiendo claramente los dos segmentos por encima de 120 euros. El plástico sigue recortando peso al metal, y la combinación de ambos materiales aumenta (aunque el peso en las ventas de esta combinación sigue resultando muy reducido, por debajo del 1%); mientras que, por géneros, unisex es el segmento que presenta un mayor retroceso en ventas. Entre los diferentes estilos de gafas, las de montura completa son las que registran un menor descenso en su facturación, como puede apreciarse en los gráficos de la Figura 7.

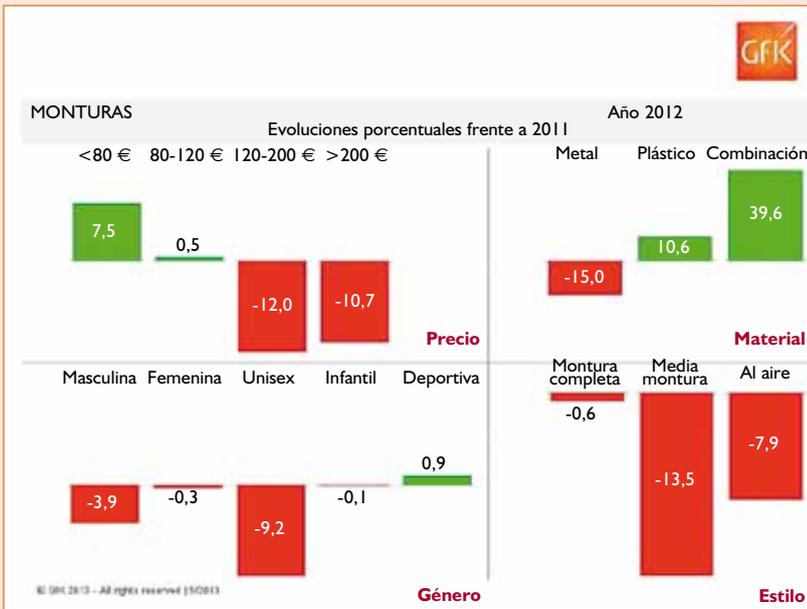


Figura 7.

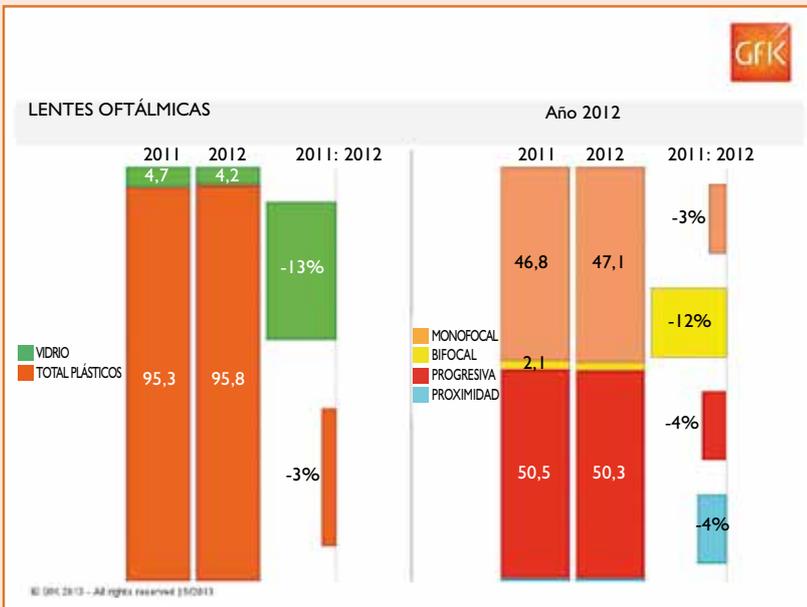


Figura 8.

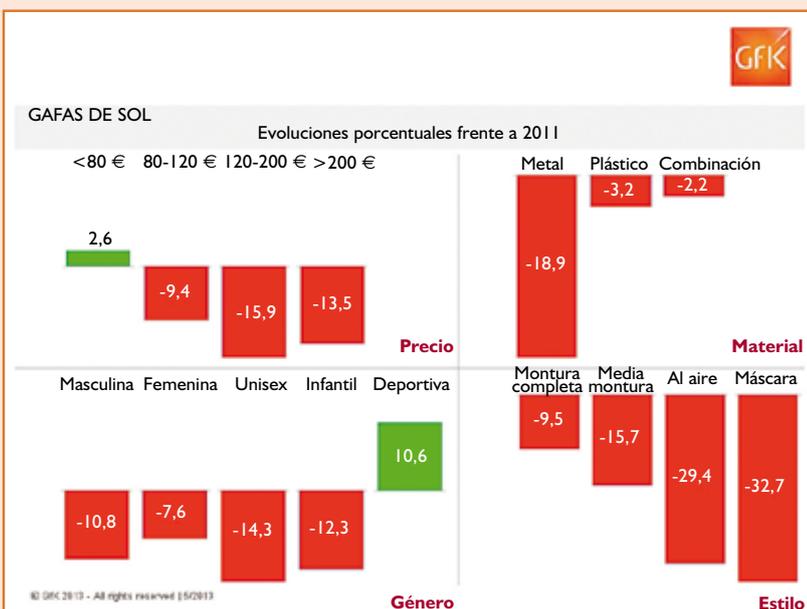


Figura 9.

Las lentes oftálmicas se sitúan un poco por debajo de las monturas en cuanto a su evolución con respecto a 2011, pues estamos hablando de un descenso de -3,3% en su facturación. Como cabía esperar, son las lentes bifocales y las de vidrio las que presentan cifras más negativas, como puede verse en la **Figura 8**.

Por último, la gafa de sol fue el producto que presentó peores resultados el año pasado, facturando un 10% menos que en 2011, en parte debido a haber vendido menos unidades, en parte por haber reducido el PVP medio, de 93 a 89 euros. Al igual que hemos visto más arriba en las monturas de graduado, los segmentos más caros sufren una mayor recesión, aumentando sus ventas solo las gafas de sol vendidas por debajo de 80 euros. Los modelos deportivos son los únicos que se han vendido en 2012 en mayor medida que el año precedente.

En cuanto al material (**Figura 9**), las formas metálicas son las que más caída presentan en las ventas, mientras que el estilo de máscara (la lente de una sola pieza) ya dejó de estar de moda y vendió mucho menos en 2012 que en 2011.

En definitiva, el sector óptico español cerró el año 2012 con unas cifras inferiores a las de 2011, siendo las gafas de sol las que mostraron un peor comportamiento, con un descenso de ventas debido a un retroceso en el precio medio y, posiblemente, a un espaciado de la reposición. En el extremo opuesto, las lentes de contacto son el único producto que se libra de la recesión. A pesar de la crisis económica, por lo tanto, la contactología continúa en fase ascendente. ↷

Los artículos para esta sección deberán ser enviados por correo electrónico a la dirección: ijcosta@cnoo.es

LABORATORIO DE GESTIÓN COMERCIAL

del Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas

Objetivo general

Aportar una serie de herramientas de gestión y dirección que complementen y aporten un valor añadido al trabajo técnico y sanitario de los establecimientos ópticos.

Dirigido a

Profesionales del sector óptico.

Formato

Máster Class (1,5 - 2 h. Introductoria del Ciclo Superior en Gestión Comercial del CGCOO). Dichas Máster Classes serán la continuación del artículo que mes a mes se irá publicando en Gaceta de Optometría y Óptica Oftálmica en su sección Gaceta Business.

Ponente instructor

José Ramón Carrasco Rodríguez, óptico-optometrista col. nº 15572. Máster en Dirección Comercial y Marketing en ESIC. Autor del libro "Gestión práctica de establecimientos ópticos", editorial Garceta 2012. <http://www.linkedin.com/in/joseramoncarrasco>

Lugar

Salón de actos. Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas. C/ Princesa 25, Edificio Hexágono, 4ª planta. Madrid.

Calendario

20 de julio

VIII Máster Class: Marketing digital. El cambio ya está aquí.

Nuevas formas de comunicación con los clientes.

Precios sesión Máster Class

- > Colegiados pertenecientes a los Colegios del CGCOO: 20€
- > No colegiados: 30€

Las Máster Classes serán preparatorias para aquellos interesados en cursar el I Ciclo Superior de Formación en Gestión Comercial del Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas.

Información y reserva de plazas (aforo limitado)

Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas • 91 541 44 03 • elarning@cgcoo.es • www.cgcoo.es/elarning



Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas

Vocalía de Audiología Protésica

Informa

Reconocimiento de la cualificación profesional de la Audiología Protésica



> **Eduardo Morán Abad**
O.C. 3.694

Coordinador de la Vocalía de Audiología Protésica del Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas

A propuesta del Colegio Oficial de Ópticos-Optometristas de Andalucía y la Vocalía de Audiología Protésica del Consejo General, se ha abierto el procedimiento para reconocer la cualificación profesional de la Audiología Protésica por parte de la Junta de Andalucía. Mediante dicho procedimiento, en una primera fase, los ópticos-optometristas del territorio nacional con, al menos, dos años de experiencia laboral en la audiología protésica y/o formación no formal (debidamente acreditada) podrán optar al reconocimiento de seis unidades competenciales:

- > Elaborar adaptadores anatómicos, protectores y prótesis auditivas.
 - > Reparar prótesis auditivas.
 - > Medir niveles sonoros y recomendar protecciones contra el ruido.
- Esto dará lugar a la certificación de profesionalidad y a la entrega de un itinerario formativo personalizado que desembocará en la posibilidad de aprobar las cinco unidades restantes mediante pruebas libres específicas para la ocasión. Cada unidad competencial se convalidará de oficio por su módulo homólogo en el Técnico Superior de Audiología Protésica. De este modo, quien obtenga la certificación de profesionalidad de las once unidades podrá convalidarlo por el Título de Técnico Superior, con validez en la Unión Europea. ↪

Más información:

audiologia-protésica@cgcoo.es