

## Federópticos relanzará su división de audiología

La cooperativa sevillana facturó 60 millones en 2011 y prevé crecer un 5% este año

INÉS ORIA  
SEVILLA

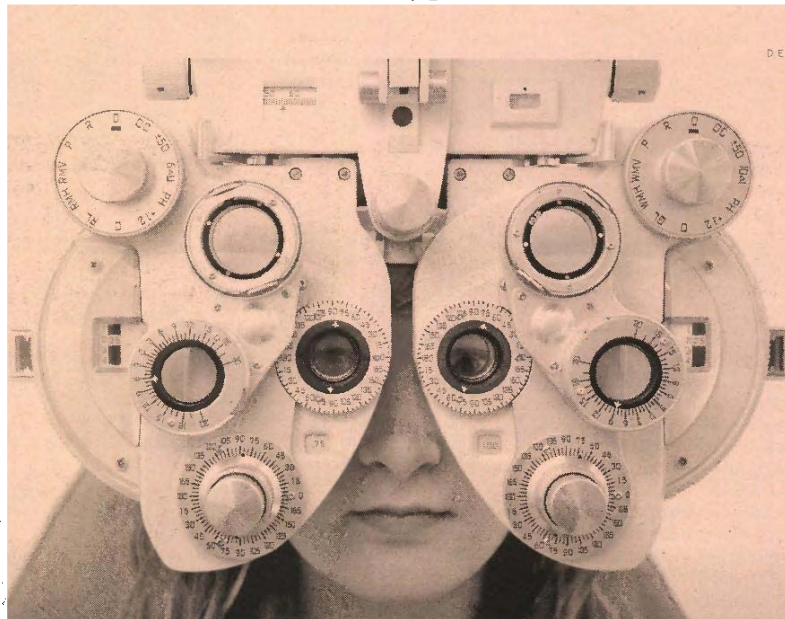
**G**rupo Federópticos comienza 2012 con una clara apuesta por relanzar su línea de negocio dedicada a la audiología: los Audiocentros. La cooperativa óptica cuenta con 217 puntos de venta repartidos por toda España, 50 de los cuales incluyen, además, un Audiocentro. Esta división está especializada en la detección de anomalías de la audición y también presta servicios de entrenamiento o reeducación auditiva. «Creemos que esta línea de negocio no se estaba explotando lo suficiente y queremos reactivarla. Por eso, en nuestra última Asamblea General aprobamos un plan de relanzamiento a través del cual fomentaremos la formación de nuestros socios

TIENE UN ACUERDO EN EXCLUSIVA CON EL DISEÑADOR ROBERTO TORRETA

LAS LENTES DE CONTACTO SUPONEN UN 20% DE LAS VENTAS GLOBALES DE LA FIRMA

tanto en el ámbito profesional como en el comercial y realizaremos diferentes acciones publicitarias», explica Luis Rozados, director general del Grupo.

Los 187 asociados de la cooperativa óptica también decidieron poner en marcha una nueva política de producto propio destinada a incrementar la rotación mediante un importante descenso de costes. «Uno de nuestros principales objetivos es mejorar el mix de ventas de nuestras ópticas con la incorporación de productos de valor. Con la marca propia ofrecemos un producto de calidad a un precio razonable y, para los socios, es una forma de protección porque tienen la seguridad de que el precio no va a caer», señala Rozados. La marca propia supone alrededor de un 30% del producto total en monturas y otro 30% en lentes de contacto y, dentro de esta línea, mantiene desde hace diez años un acuerdo en exclusiva con el diseñador Roberto



A través del Método If, implantado en todos los centros, se evalúa la salud ocular de los pacientes

### El apunte

#### Formación y prevención

El Instituto Federópticos nació en el año 2005 como una entidad dedicada a la investigación de las principales patologías que afectan al sistema visual. Además de realizar una labor social de prevención sobre salud ocular, fomenta el aprendizaje entre los socios y empleados a través de cursos especializados en diferentes temas relacionados con la óptica o la gestión de sus establecimientos. Así, el Instituto ha firmado acuerdos con entidades dedicadas a la investigación y formación como el Instituto Varilux de Essilor, Esic Business & Marketing School y la Universidad Europea de Madrid. El Grupo también apuesta por el fomento de hábitos beneficiosos entre los más pequeños, puesto que las patologías visuales son una de las principales causas de fracaso escolar. Así, Federópticos cuenta con un club de fidelización integrado por más de 8.800 niños y donde los ópticos y optometristas de la compañía aleccionan a los socios en cuestiones básicas sobre salud ocular.



Luis Rozados es el director general de la cooperativa andaluza

### La ficha

Nombre empresa	Federópticos
Sector	Óptico
Facturación	60 mil de euros
Sede central	Sevilla
Fecha fundación	1989

Torreta, para comercializar sus productos tanto en gafas de sol como en graduadas. Según el director general, las gafas siguen siendo el producto preferido por los españoles a la hora de corregir sus problemas visuales. De hecho, las lentes de contacto únicamente suponen «un 20% del volumen general de negocio».

La compañía sevillana cerró 2011 con un volumen de negocio de 60 millones de euros (lo que la sitúa como la cuarta empresa del sector en España) y alcanzó una cuota de mercado del 4%. De cara al próximo ejercicio tiene previsto aumentar su facturación alrededor de un 5% haciendo especial hincapié en los segmentos altos de producto, especialmente en el ámbito de las lentes progresivas, un producto por el que la compañía lleva apostando desde su fundación en 1989. «Nosotros no entramos en la política de descuentos. Los problemas de visión tienen un alto componente de salud y por eso queremos aportar al cliente las mejores soluciones», afirma el director general.

A pesar de las buenas expectativas que presenta el Grupo, Rozados reconoce que el sector óptico no ha sido inmune a la crisis económica y asegura que ha caído alrededor de un 5% anual desde 2008. «Se ha notado un descenso en el número

### Las cifras

**600**

Es el número de personas a las que da empleo la cooperativa sevillana de forma directa.

**217**

Es el número de puntos de venta que la firma óptica tiene repartidos por toda la geografía española.

**50**

Es el número de locales que cuentan con una división especializada en audiología.

de operaciones pero no tanto un descenso en la comercialización de productos de valor», afirma.

A pesar de todo, la compañía, que cuenta con una plantilla de más de 600 empleados, espera cerrar 2012 con un aumento de entre un 5% y un 10% en cuanto a número de puntos de venta. Con el objetivo de acelerar este proceso, la firma ha fusionado recientemente la red comercial y la de expansión.

La innovación es otro de los pilares de crecimiento para la compañía y, en este sentido, hace unos años desarrolló su propio software para optimizar la gestión de los establecimientos asociados. Además, dispone de una aplicación gratuita para iPhone sobre el cuidado de la salud visual y ha implantado en todos sus centros el Método If, un procedimiento que evalúa la salud ocular de los pacientes y es capaz de detectar de forma precoz determinados problemas visuales. ■