


PRESENTACIÓN

A lo largo de tres días, un total de 100 empresas se dan cita para mostrar las últimas novedades del sector. Además, la feria sube las gafas de sol a la pasarela como ejemplo de la moda que se llevará el próximo verano

UN CERTAMEN CON VISIÓN DE FUTURO

LETICIA A. CISNEROS

Y si un día, al despertar, no se pudiera ver nada? ¿Qué pasaría si, uno a uno, los hombres se quedarán ciegos y no fuesen capaces de contemplar la realidad? ¿Qué sería de una sociedad inmersa en la más absoluta oscuridad?

Afortunadamente, esto es sólo una ficción creada por José Sarago en su novela *Ensayo sobre la ceguera*. En las páginas que conforman esta obra, el insigne escritor portugués crea una dramática historia que viene a demostrar la importancia que la visión tiene en el ser humano, entre otros mensajes.

Para que esta hipótesis no se convierta nunca en una realidad, los profesionales del sector se dan cita en Expoóptica dispuestos a mostrar sus últimas novedades y ofrecer al público que acude a la feria un inmenso abanico de gafas y lentes.

PARTICIPACIÓN

Un total de 100 empresas se reúnen en esta vigésimo sexta edición de la feria para presentar sus novedades

Superado ya el primer cuarto de siglo, Expoóptica prosigue su re-

corrido avalada por un bagaje de éxitos a sus espaldas. El Salón Internacional de Óptica y Optometría reúne a 100 empresas expositoras en el mayor encuentro comercial de esta industria para el mercado ibérico. La vigésimo sexta edición de este certamen, organizado por Ifema, se desarrolla desde hoy hasta el próximo 25 de marzo en el pabellón 5 de la feria de Madrid, lo que equivale a una plataforma comercial de 5.795 metros cuadrados.

Así, durante tres días el empresario ofrece una amplia visión de su sector, a través de lo último en instrumentos ópticos, materias primas, equipamiento de ópticas, mobiliario, maquinaria, estuches, accesorios y publicaciones, así como las líneas y tendencias en monturas y gafas de sol que se llevarán la próxima temporada Primavera/Verano.

En este sentido, Expoóptica se ha convertido en un punto de referencia del sector a nivel internacional y el único a nivel nacional que acoge en un solo espacio las novedades en I+D, los productos más innovadores, las últimas colecciones de moda de

gafas de sol y monturas, así como toda la actualidad del mercado. Una feria, en resumen, con la que se fomenta y se favorecen las relaciones comerciales entre diferentes compañías.

PRESENCIA NACIONAL Y EXTERIOR

El salón abre sus puertas no sólo a firmas nacionales, sino también a un nutrido grupo de empresas extranjeras

Uno de los objetivos marcados en Expoóptica 2007 es incidir en la proyección exterior del salón. Éste es un hecho que viene avalado por la significativa participación internacional, gracias a la presencia de empresas procedentes de nueve países: Francia, Italia, Alemania, Reino Unido, China, Polonia, Países Bajos, Dinamarca y Corea.

Pero, como no podía ser de otra manera, la representación nacional sigue siendo la más abundante y, una vez más, el certamen acoge a expositores de prácticamente toda España. En concreto, a lo largo de los pasillos del recinto ferial se encuentran 29 stands procedentes de Cataluña, la misma representación que la Comunidad de Madrid, así como hay cinco empre-

sas de Andalucía y otras cinco de Valencia. Por otro lado, de Galicia y Castilla y León acuden dos firmas, respectivamente, mientras que de las comunidades de Extremadura, Castilla-La Mancha y Canarias hay una compañía por cada autonomía.

UN BUEN EJEMPLO

El sector en España atraviesa una buena situación, como avalan las cifras de ópticas abiertas en el país

La comparativa del sector de la óptica en España con respecto a otros países es muy positiva en cuanto a número de establecimientos por millón de habitantes. Actualmente, en el territorio nacional hay un total de 8.950 ópticas, es decir, 203 centros por millón de habitantes; mientras que en países como Grecia cuentan sólo con 181 establecimientos; Italia, con 160; Francia, con 150; Suiza, con 142; Alemania, con 122; y Reino Unido, con 112.

Asimismo, en cuanto a número de ópticas se refiere, España también puede presumir de superar las cifras de Estados Unidos, en donde sólo existen 153 establecimientos por cada millón de habitantes.

LA MODA ENTRA EN ESCENA

Los últimos modelos en gafas de sol suben a la pasarela como adelanto de lo que se llevará el próximo verano

Durante los tres días en los que tiene lugar Expoóptica, el aspecto comercial no es el único protagonista. La feria es consciente de la importancia que el aspecto estético tiene en este mercado y, por ello, incide en mostrar las últimas tendencias de cara a la próxima temporada Primavera/Verano. Al igual que ocurre con la ropa, las gafas, especialmente las de sol, cambian su diseño cada año y apuestan por un determinado estilo.

En este sentido, el espacio Arena será una muestra de los diseños más vanguardistas y novedosos del mercado, mientras que la Pasarela de Expoóptica será una plataforma ideal de desfiles diarios en los que marcas de conocido prestigio a nivel nacional e internacional presentarán las últimas colecciones de la siguiente temporada. Y es que, para ir a la última moda, también es un aspecto clave que la mirada sea acorde a la tendencia del momento.



Ramón Noguera, director de FEDAO.

AULA FORMATIVA: PORQUE SIEMPRE SE PUEDE SEGUIR APRENDIENDO

«Hay una enorme laguna en cuanto a la formación de los profesionales del sector óptico en España en torno al aspecto empresarial». Esta es la denuncia que lanza Ramón Noguera, director de la Federación Española de Asociaciones del Sector Óptico (FEDAO). Una queja que expresa alta y clara.

Pero Noguera no se queda en dar la voz de alarma, sino que ha decidido tomar medidas y proponer soluciones, para lo cual, aprovechando la celebración de Expoóptica, organiza en Ifema un Aula de Formación que pretende incidir en el aspecto empresarial y actuar como una especie de «escuela de negocio», según explica.

«En las universidades se prepara concienzudamente en lo relativo a la parte científica de la profesión, pero respecto a la empresarial, ha de ser una iniciativa personal», afirma. Para cubrir este hueco, la FEDAO, en conjunción con Expoóptica, organiza por primera vez este Aula formativa.

«Para futuras ediciones habrá talleres con diferentes temas para poder elegir», pero para el estreno, añade, «va a haber dos conferencias», bajo el título común de *Cómo orientar con éxito la estrategia de su negocio*. Ambas tendrán lugar durante la mañana del sábado 24 en el Auditorio Sur de Ifema, a partir de las 10.30 horas, con un pequeño receso entre ambas.

La primera de las ponencias, *El futuro del sector en España*, correrá a cargo de Joaquín Escoda, socio de la consultora Global Praxis Group, que desgranará un estudio acerca de la situación actual que atraviesa el sector en el mercado español. Por su parte, el profesor italiano Cosimo Chiesa será el encargado de pronunciar la segunda, titulada *Vender es mucho más: las claves de la fidelización en la venta*, y girará en torno a cómo lograr que el negocio prospere como se desea.

Se trata de un Aula abierta al público, es decir, que no está enfocada sólo a profesionales sino a cualquier persona interesada en el sector óptico y el mundo de la empresa. Además, todos los asistentes recibirán como obsequio un libro escrito por el profesor Chiesa relativo al tema de su ponencia. En resumen, una oportunidad única de ampliar conocimientos.



FOTO: EL MUNDO