

E-LENTILLAS: La startup española que lidera el sector óptico online y aspira a facturar 10 millones en 2023

Fundada en 2016 como pure player digital en combinación con el modelo de retailer offline, la compañía ha visto cómo su crecimiento se ha acelerado a partir del COVID. Patricia Rodríguez, CEO de E-Lentillas, es la visionaria responsable del éxito de un modelo de negocio disruptivo en el sector de la de la óptica. El objetivo de E-Lentillas en 2023 es facturar por encima de 10M € y consolidar tanto su presencia internacional como su marca propia

“¿Qué negocio on-line se podía montar que pudiera tener éxito? Y, lo más importante, ¿qué sector podía permitirme al mismo tiempo alcanzar ese éxito y aprovechar mi experiencia laboral?”. Con esta pregunta empezó todo para Patricia Rodríguez, CEO de E-Lentillas, la startup de venta online de lentillas y productos ópticos fundada en 2016 a partir de un modelo de negocio disruptivo y pionero en el mercado español gracias a la imbatibilidad en la relación calidad-precio de su producto, la disposición de un gran stock, la rapidez en la entrega, una gran atención y asesoramiento al cliente, la supervisión técnica por parte de un óptico optometrista y un lema: “Por y para el cliente”.

Una alternativa económica que aspira a alcanzar el hito de situar su facturación por encima de 10M de euros en 2023.

“En realidad, el secreto de E-Lentillas, como el de tantos otros casos de éxito, está en la agilidad y la confianza del proceso de compra”, reconoce Patricia. “Siempre he sido una persona muy práctica. Si montaba mi propio negocio, tenía que ser en un sector en el que hubiese trabajado anteriormente, que me permitiese aprovechar mi experiencia, lo cual reducía las opciones a dos: moda u óptica. Finalmente me decidí por un e-commerce de óptica después de hacer varios trabajos de investigación y estudios de mercado y darme cuenta de la cantidad de tiempo y de molestias que suponía hacer un pedido de algo tan básico y de primera necesidad, tan urgente en momento dado, como unas lentillas”.

La simplificación pasaba, sobre todo, por emprender y acelerar la revolución digital del sector. “Todavía hoy, incluso después de la adaptación a la que muchos se han visto obligados como consecuencia de los cambios en los hábitos de vida y de consumo o de los confinamientos perimetrales a causa de la pandemia, los establecimientos ópticos que disponen de una tienda online no llegan al 5%”, asegura. Y apunta: “Uno de cada tres españoles ya compra por Internet cada semana, lo cual supone 10 puntos más que antes del COVID-19, y las ventas online se han incrementado 38% de media a lo largo de 2020. Sin embargo, el modelo comercial del sector óptico se sigue basando prácticamente en retailers offline”.

Así, mientras este tipo de negocios afrontaban caídas de más de un 70% o algunos se veían empujados a cerrar, E-Lentillas llegó a duplicar sus ventas durante los meses de marzo, abril y mayo

de 2020, coincidiendo con el confinamiento domiciliario y el cierre comercial. De hecho, hubo momentos en que se triplicó la facturación. Como resultado, a pesar de que esta tendencia se fue relajando a medida que se fue dejando atrás el confinamiento en los domicilios, E-Lentillas consiguió poner fin a 2020 registrando un crecimiento del 41% con respecto al año anterior.

El cambio de realidad trajo consigo otro fenómeno que pone de manifiesto el éxito del modelo de negocio de Patricia Rodríguez: la fidelización del cliente, ya que en torno a un 24% de las personas que compraron por primera vez en E-Lentillas han vuelto a hacerlo y han pasado a convertirse en clientes fijos.

Respecto a los bestsellers más demandados en la pandemia, destacan, obviamente, las lentes de contacto, así como los productos de mantenimiento e higiene ocular. “Debido al teletrabajo y las horas que la gente pasaba frente al ordenador, se dispararon los productos de salud ocular como las gotas oculares. La pandemia también trajo fuertes ventas de productos que antes apenas tenían salida, como las gamuzas y sprays anti-vaho, debido al uso de la mascarilla que produce el empañamiento de los cristales de las gafas”, cuenta Patricia.

Otro de los éxitos de E-Lentillas ha sido el desarrollo de su propia marca de productos, cuya oferta no ha dejado de aumentar. En opinión de Patricia: “De los más recientes, destacaría la solución E-Única, en formato bipack, de la que se vendieron 7.000 unidades en 2020. También las gotas para los ojos E-Drops, lanzadas en el último trimestre, que han tenido muy buena acogida entre nuestros clientes”.

Y añade: “Las lentes de contacto E-Month, E-Dailies y E-Toric, se están afianzando cada vez más entre nuestros usuarios, alcanzando ya una cuota del 14,5% de las ventas de lentes de contacto en E-Lentillas. Además, recientemente hemos ampliado esta familia con el lanzamiento de las E-Colors, lentes de contacto de color en formato neutro y graduado”.

Ambición y cercanía al cliente: las claves de un éxito muy trabajado con proyección internacional y un futuro ilusionante

“La verdad es que los comienzos fueron muy duros. Hablamos de un producto sanitario, donde en ese momento se aplicaba una normativa muy restrictiva para la venta a través del canal online. Y de un colectivo, el sector óptico, muy conservador, que veía cualquier cambio como una gran amenaza. Afortunadamente, poco a poco fuimos venciendo estas barreras y logramos poner en marcha lo que hoy es una empresa mucho más sólida y con un gran futuro por delante.

Somos ambiciosos. Desde el principio nos esforzamos mucho para convertirnos en la web líder del sector óptico. Aprendemos mucho de nuestros clientes, de sus sugerencias, e intentamos siempre llevarlas a cabo. Creo que ahí reside la clave del éxito, unida a la ilusión y trabajo que aportamos todos los integrantes de E-Lentillas y la confianza que nuestros proveedores depositaron en el proyecto.

Lo que empezó en un local de apenas 20m² constituye hoy un operador logístico de más de 1.000m² una superficie, con una plantilla que tiene en Yolanda Cubero de Mira a su Director Técnico (Óptico-Optometrista) y la profesional que da soporte y solución a nuestros clientes ante cualquier consulta y

que cuenta con el respaldo de una red de proveedores que nos suministran productos 100% originales de la máxima calidad.

A ellos hay que sumar nuestro Departamento de IT, responsable del reciente lanzamiento de la versión 2.0 de nuestra pagina web, mucho más dinámica, rápida, intuitiva y atractiva, con más información y servicios para nuestros clientes, que está haciendo de E-Lentillas una de las tiendas online con mayor crecimiento en este sector.

Para poder dar un buen servicio a nuestros clientes y reducir los tiempos de entrega, hemos ampliado considerablemente nuestro stock de productos en todas las categorías. En la actualidad, el stock de seguridad de E-Lentillas es superior a los 125.000€ teniendo picos mensuales en compras que supera los 235.000€, cantidad que se irá aumentando con arreglo a las ventas, la incorporación de nuevos clientes y la ampliación de nuevos productos y servicios.

Otro de nuestros objetivos es empezar a potenciar mucho más todavía las ventas llegadas desde países de nuestro entorno, como Alemania, Francia, Italia y Portugal, que en 2020 supusieron casi una cuarta parte del total de nuestras ventas. Nos enfrentamos también al reto de encontrar una solución para Reino Unido, probablemente el mercado más importante en venta online de Europa, ya que el Brexit ha complicado mucho el tráfico”. Patricia Rodríguez CEO de E-Lentillas.

Datos de contacto:

ME Comunicación
910 114 271

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional](#) [Medicina](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>