

ANDORRADEV.

WHITEPAPER · ABRIL 2026

Agenda Digital e Inventario Inteligente para Ópticas en Andorra

Cómo reducir no-shows, optimizar stock de monturas premium y competir con las cadenas españolas cuando tu ventaja fiscal del IGI 4,5 % no basta si el cliente no te encuentra online.

andorradev.com · info@andorradev.com

Un mercado de lujo accesible con ventaja fiscal real

El **IGI del 4,5 %** frente al **IVA del 21 % en España** convierte a las ópticas andorranas en destino de compra para marcos premium. Un par de gafas de **1.000 € con ZEISS o Essilor Varilux** cuesta en Andorra **1.045 €**, frente a los **1.210 €** que pagarías en España: un ahorro del **15-20 %** que atrae a miles de compradores transfronterizos cada año. El sector está profesionalizado gracias al **Col.legi d'Optics-Optometristes d'Andorra (COOOA)**, regulado por la **Llei 18/2022 (consellgeneral.ad)**, con la **Receta Oftálmica Oficial** ya habilitada y **acuerdos con la CASS** para financiación de gafas graduadas.

Pero el contexto macro no es todo positivo. El **PIB nominal de Andorra alcanzó los 3.500,6 M€ en 2023 (+9 %)**, pero las ventas del **retail cayeron un -4,4 % en enero de 2025** respecto al mismo mes del año anterior (sig.govern.ad). Jugadores como **Optica Visual Andorrana** (más de **30 años**, parte del **Grup Quars (quarsandorra.com)**) dominan el mercado local. Y desde el otro lado de la frontera, las cadenas españolas presionan: **Multiópticas** controla el **45 % de las ventas en España** y **Opticalia** supera las **1.100 tiendas** con e-commerce agresivo (modaengafas.com). La ventaja fiscal sola no te protege si el cliente ya ha comprado online antes de cruzar la frontera.

Tres problemas que se comen tu margen

Stock paralizado sin predicción de demanda. Monturas de **Luxottica** (Ray-Ban, Persol), **ZEISS, Essilor Varilux**: son referencias de alto valor con rotación lenta. Sin analítica de ventas por marca, temporada y perfil de cliente, acumulas stock que no se mueve. Y en un mercado de **9,6 millones de visitantes anuales**, la demanda es estacional: lo que se vende en temporada de esquí no es lo que se vende en verano. Gestionar esa variabilidad con intuición y Excel es jugar a la ruleta con tu capital inmovilizado.

Pedidos a laboratorio manuales y lentos. El flujo clásico (tomar medidas, rellenar formulario, enviar por email o fax al laboratorio, esperar confirmación) consume horas de trabajo técnico por semana. Cada error en la transcripción de una graduación o en las medidas de montaje significa una lente devuelta, un cliente que espera más y un coste que absorbes tú.

No-shows que destrozan la agenda. Las citas de optometría tienen una tasa de no-show significativa cuando se gestionan por teléfono o WhatsApp sin confirmación automática. Cada hueco vacío es un optometrista parado y un ingreso perdido. Y cuando el cliente sí viene pero la montura que quería no está en stock, la venta se pierde igualmente.

La óptica como servicio digital

Agenda online con confirmación automática multilingüe. Reserva de citas desde la web o WhatsApp, en ES/CA/FR (el turista francés es una parte enorme de tu clientela). Recordatorios por SMS a las 48 h y 2 h antes. Prepago opcional para reducir no-shows. Sincronización directa con la agenda del optometrista: sin dobles reservas, sin huecos muertos.

Catálogo digital con stock en tiempo real. El cliente navega monturas por marca, estilo y

rango de precio desde su móvil. Ve qué está disponible en tu tienda ahora mismo. Puede reservar una montura para probársela en persona. Las cadenas españolas ya hacen esto: si tú no lo ofreces, pierdes la venta antes de que el cliente cruce la frontera.

Pedidos a laboratorio digitalizados. Integración directa con los sistemas de **ZEISS** y **Essilor**: la graduación y las medidas de montaje viajan electrónicamente, sin transcripción manual, sin errores. El estado del pedido se actualiza en tiempo real y el cliente recibe una notificación cuando sus gafas están listas.

Dashboard de stock con predicción de demanda. Rotación por marca, alertas de lentes de contacto próximas a caducidad, análisis de ventas por temporada y origen del cliente (local vs. turista). Sabes qué pedir, cuándo pedirlo y cuánto tener en exposición. El capital inmovilizado baja; la disponibilidad del producto que el cliente busca, sube.

Siguiente paso

La ventaja fiscal del IGI es tu punto de partida, pero no tu foso competitivo. Las cadenas españolas tienen e-commerce, probadores virtuales y CRM. Tu arma es el servicio personalizado más la tecnología que lo escala. En AndorraDev desarrollamos agendas digitales, catálogos omnicanal y sistemas de gestión de stock para ópticas en Andorra. Si quieres saber cuánto margen estás dejando escapar por no-shows y stock parado, [cuéntanoslo](#).

HABLEMOS DE TU PROYECTO

andorradev.com/contacto

info@andorradev.com