

“Nuestro ADN es tecnología, innovación y compromiso con las personas”

Enric Florensa CEO INDO Optical

INDO consolida su liderazgo apostando por innovación, talento y experiencia de cliente para seguir creciendo en España, Marruecos, Portugal y Latinoamérica

Fundada en 1937, INDO Optical es el principal fabricante de lentes oftálmicas en España. Tras décadas de crecimiento local e internacional, en 2018 inicia una nueva etapa bajo el impulso de Ergon, con un renovado equipo directivo, modernización industrial y un claro enfoque en su core business. Su trayectoria se sostiene en un ADN marcado por la excelencia, la innovación y el compromiso real de las personas que forman la compañía. Conversamos con Enric Florensa, que da una de sus últimas entrevistas como CEO de INDO Optical antes de ceder el testigo a Luís Elzaurdia, que aportará su amplia experiencia y visión. “Inicio una nueva etapa como Senior Advisor en el Grupo Rodenstock. Mi rol ahora es más estratégico, acompañando al grupo en su expansión internacional, aportando desde la experiencia y apoyando los nuevos liderazgos. Porque los proyectos sostenibles no dependen de una persona, sino de un equipo y de una visión compartida”.

¿Qué papel juega la innovación en la propuesta de valor de INDO?

La innovación es parte esencial del ADN de INDO y se traduce en dos grandes ejes: la estrategia visual personalizada y la estética. Cada persona percibe de forma diferente, por eso buscamos soluciones ópticas adaptadas a cada mirada. Además, entendemos que una lente no solo debe ofrecer rendimiento, sino también diseño. Este enfoque nos ha llevado a desarrollar productos como Freemax, Infrared Technology, Natural SuperClear, MIMETIKA o Superkid Miofocal. Todas estas soluciones nacen con un propósito claro: ser útiles, estéticas, comprensibles y eficaces, ge-

nerando una experiencia positiva tanto para el consumidor como para el óptico. En definitiva, innovamos con foco en el cliente, asegurando que cada lente cumpla su función con excelencia y contribuya a mejorar la calidad de vida.

MIMETIKA y SUPERKID Miofocal son dos lanzamientos clave. ¿Qué hace únicos a estos productos?

MIMETIKA y SuperKid Miofocal son dos innovaciones que ilustran el compromiso de INDO con la salud visual y la personalización. MIMETIKA es fruto de años de investigación en estrategia visual y permite fabricar lentes completamente personalizadas: más delgadas, con menos distorsión y mayor transparencia. Incorpora además el uso pionero de gafas de realidad virtual para la medición, mejorando la precisión y la experiencia del usuario. Por su parte, SuperKid Miofocal aborda el creciente problema de la miopía infantil con un diseño que ralentiza su progresión de forma eficaz. Es una lente estética, sin marcas visibles, más fina y resistente. Ambas soluciones reflejan una

“MIMETIKA no solo es una lente avanzada, es una experiencia que ayuda al óptico a fidelizar y atraer más clientes”

Luís Elzaurdia

Tras más de una década en la industria óptica y con experiencia en compañías como Pepsi, P&G o LG, Luis asume el reto de liderar el crecimiento de InDO y el desarrollo del proyecto Rodenstock en

España y Portugal. Su profundo conocimiento del mercado y su capacidad para diseñar estrategias innovadoras lo convierten en la persona idónea para esta posición clave en un momento de transformación y nuevas oportunidades para el sector.



Enric Florensa

Con más de seis años liderando INDO Optical y una extensa trayectoria en sectores industriales y tecnológicos, Enric Florensa ha sido una figura clave en la nueva etapa de la histórica compañía

óptica española. Desde su llegada en 2019, la empresa ha vivido una profunda transformación, recuperando foco estratégico y potenciando su identidad innovadora. Hoy, además de CEO, es vicepresidente para Latinoamérica y el Sur de Europa del Grupo Rodenstock.

plo es MIMETIKA, que aporta valor no solo como lente avanzada, sino como experiencia diferenciadora en el punto de venta, ayudando al óptico a destacar y generar tráfico en su óptica.

INDO siempre ha apostado por el talento local. ¿Qué papel juega vuestro equipo en el éxito de la compañía?

El equipo es el auténtico motor del éxito de INDO. El crecimiento experimentado desde 2019 no se entendería sin el papel fundamental de las personas. Contamos con un valioso talento histórico: profesionales que llevan muchos años en la compañía, con un profundo conocimiento técnico y una gran capacidad de trabajo en equipo. A este núcleo se ha sumado talento nuevo, que

“El crecimiento de INDO desde 2019 no se entiende sin las personas: talento histórico, nuevo y recuperado que impulsa el proyecto”

aporta frescura, nuevas ideas y una mirada diferente. Incluso hemos recuperado talento que en su momento dejó la empresa y ha decidido volver, lo que demuestra el vínculo emocional que se genera con el proyecto. Esta combinación de experiencia, innovación y compromiso ha sido clave para acelerar nuestro crecimiento y consolidar una cultura fuerte, centrada en la excelencia y la colaboración. En INDO creemos firmemente en construir un proyecto empresarial que no solo atraiga talento, sino que también lo retenga y lo inspire. Porque cuando las personas creen en lo que hacen, los resultados llegan.

¿Cuál es vuestra visión de futuro?

Nuestra visión es clara: ser el segundo operador en España, el tercero en Portugal y el primero en Marruecos. Además, apostamos por crecer internacionalmente, especialmente en Latinoamérica, de la mano del Grupo Rodenstock. Todo ello sin perder lo que nos hace únicos: el compromiso con las personas, nuestros valores y la excelencia en cada producto que desarrollamos. Ese equilibrio es la base sobre la que construimos nuestro futuro.

