

Cione afronta con optimismo y aportando estabilidad a sus socios el nuevo entorno cambiante de la economía

En la Asamblea que se ha celebrado este fin de semana en Madrid, los socios de Cione aprobaron por abrumadora mayoría las cuentas del año 2021, y se han mostrado los proyectos con los que encara con optimismo un entorno diferente y cambiante, los próximos años, para aportar seguridad y estabilidad a sus ópticos

Madrid. 20 de junio de 2022. Cione ha celebrado su Asamblea Anual en el Hotel Riu Plaza de España, que volvía a ser presencial, después de dos años de convocatoria virtual debido a la pandemia. Sin embargo, y como explicaba en su presentación de negocio Miguel Ángel García, director general de Cione, “el mundo ha cambiado, y nosotros con él”. Buena prueba de ello fue que, además de recuperar la presencialidad, el evento se retransmitió en streaming, de manera que los socios de Cione pudieron participar de él plenamente, también en la distancia.

Después de que los socios aprobaran por abrumadora mayoría los números de 2021, el director general dibujó, en primer lugar, el momento actual de la economía, y del sector, constatando realidades como la desaparición de la brecha digital, la mejora de la resiliencia de empresas y personas, el cambio en el modelo de gestión en muchos aspectos en las ópticas o una sociedad más empática y solidaria, donde la labor de la Ruta de la Luz es hoy aún mejor acogida.

García afirmó también que la sociedad de hoy es más reflexiva: “tenemos más claras que nunca nuestras prioridades”, dijo, lo que se traduce entre otras en una continua y creciente preocupación por el bienestar y la salud, “también la visual”. Así, García afirmó que, por todo ello, en el contexto actual, hay una gran oportunidad para los ópticos, “y especialmente para los de Cione”. La economía española está estancada, pero el sector óptico crece. En la comparativa 2021 vs 2020, la economía española creció un 5%, mientras el sector óptico lo hizo un 22%. La tendencia creciente se mantiene en las primeras comparativas 2021 vs 2022.

No sólo se refirió el director general a cambios que son un hecho. También habló de los próximos, y de las tendencias hoy. En un contexto con la digitalización aceptada, con una mayor sensibilidad social y medioambiental y con personas que quieren vivir experiencias, “el óptico de Cione tiene una gran oportunidad de crecer y diferenciarse, porque desde la compañía, le estamos apoyando con multitud de herramientas que, unidas a su profesionalidad, le permiten generar una experiencia de compra singular a sus pacientes”, afirmó García.

Proyectos para responder a lo que ya ha cambiado y a lo que está cambiando

Dibujado el contexto actual de la economía y del sector, el equipo de Cione mostró los proyectos que

hacen diferente a la compañía, y también más fuerte ante las realidades actuales, las tendencias y el contexto de cambios al que Cione ha sabido adaptar su logística.

Cione acompaña para sus socios el viaje del paciente, o ‘customer journey’ hasta su óptica, antes de que se produzca, con proyectos como el acuerdo con Doctoralia, cuya adhesión es gratuita para todos los socios de Cione, el servicio de localización de las ópticas o la implantación del nuevo CRM. Pero también lo hace durante la visita de los pacientes a la óptica, con proyectos como MyShop!, que incluye ahora una herramienta para la elaboración de presupuestos, MyCione Online, donde el óptico puede encontrar todos los aspectos de su relación con Cione, el probador virtual de monturas, Cione University, la nueva página Cione Eyewear que se puede vincular a las RRSS de cada óptica, o herramientas para que los ópticos puedan avanzar en el control de la miopía, la pandemia del siglo XXI. Por último, y para que el cliente vuelva después de su última visita, Cione pone a disposición de sus asociados Tickendy, una plataforma para digitalizar los tickets de compra y que los tickets sean sólo el principio de la relación con el cliente, y no el final.

La apuesta por dirigir el ‘customer journey’ del paciente hacia las ópticas de Cione, tiene otra de sus claves en el crecimiento constante del producto propio, que gana presencia desde 2019. En 2022 continuará progresando, con las primeras colecciones de monturas sostenibles, lentes específicas para el control de la miopía, o la lágrima artificial, que ofrecen grandes oportunidades de negocio en el sector.

El esfuerzo de Cione ha conducido, un año más, a que la valoración de los socios, expresada en las encuestas de OPINAT, continúe al alza, como lleva sucediendo en el último lustro. “Gracias a vosotros, a vuestras opiniones cada día podemos ser un poco mejores. Y es de eso, de la mejora en vuestra valoración que constatamos cada año, de lo que más orgullosos nos sentimos, porque da sentido a nuestro trabajo”, terminó el director general. La Asamblea 2022 se cerró con un cóctel de gala.

También elecciones

Como en cada Asamblea de Cione, también en la de 2022 se produjo un relevo en los cargos del Consejo Rector, fiel reflejo del sistema democrático de gestión que rige la cooperativa. En esta ocasión los socios votaron los cargos de vicepresidente, tesorero y vocales que correspondía, según los estatutos.

Javier González-Miró, quien ya había ocupado el cargo de presidente en una etapa anterior, fue elegido vicepresidente. También fueron elegidos Manuel Rusillo como nuevo tesorero de Cione, e Ismael García-Paya, Emilio Villena y Gerson Araujo como vocales del Consejo Rector.

Datos de contacto:

Javier Bravo

949390850

Nota de prensa publicada en: [Sigüenza y Ayuntamiento de Sigüenza](#)

Categorías: [Nacional](#) [Derecho](#) [Franquicias](#) [Finanzas](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>