

En A pie de óptica nos acercamos a los profesionales del sector para descubrir de primera mano cómo es su día a día y conocer sus inquietudes y preocupaciones. Todo con un objetivo claro: ser el altavoz de la profesión.



Guiomar Párraga Flagship de Cottet (Barcelona)

Fundada en 1902, Cottet es a día de hoy una de las compañías líderes en el mercado español de la óptica y la audiolología, con 37 establecimientos repartidos por todo el territorio español y Andorra.

La sede inaugural de Puerta del Ángel, en Barcelona, fue la sede de la empresa y su delegación más emblemática hasta 2019. Entonces, trasladaron la flagship del grupo al número 8 de Rambla Catalunya. Al frente del nuevo emblema

comercial de la firma catalana se encuentra **Guiomar Párraga**. Hasta hace un par de años, Párraga trabajaba en una tienda mucho más pequeña de Cottet, pasando de liderar un equipo de tres trabajadores a uno de 19. *“No tiene nada que ver, pero realmente la gestión es la misma. Solo que multiplicada por cinco. Lo que pasa es que, al final, es el mismo trabajo, aunque es más divertido”*, asegura.

La diferencia más apreciable, a su modo de ver, es el tipo de usuario. *“Hay muchísimo más turista, más clientes que acuden procedentes del área metropolitana expresamente porque tenemos más producto expuesto y servicio de taller de una hora”*. Asimismo, *“al ser el centro más grande de todo el grupo y tener todos los departamentos, acogemos estudiantes en formación; tanto de óptica, de audiolología, como en taller”*.

Aunque en tamaño, entre los establecimientos de Puerta del Ángel y de la Rambla no haya apenas diferencias, la nueva flagship del grupo cuenta con más servicios, además de mejor accesibilidad. Como explica su directora, *“en aquel centro teníamos cuatro plantas, y aquí son únicamente dos”*. *“Una equivaldría a la tienda, los puntos de venta, el producto expuesto y uno de los departamentos de audiolología para la personas con movilidad reducida. Y en la planta inferior se encuentran todos los gabinetes unificados y el taller”*, agrega.

Cottet introdujo la audiolología en 1970, fue la primera óptica en ofrecerlo. Todos los centros cuentan ahora mismo con un servicio propio, porque *“creemos que la audiolología y la óptica van de la mano”*, afirma la experta.

En este sentido, Párraga expone que los servicios más demandados son los de marca propia, *“que es lo que nos diferencia”*. En concreto, los que tienen más tirón son *“las monturas y gafas de sol de marca propia”*.

La flagship de Cottet abrió sus puertas poco antes de la pandemia. Al ser la central del grupo no llegó a cerrar, siempre prestaron servicios mínimos y de emergencia a los clientes. *“Era el único punto de venta, junto al de la calle Serrano, en Madrid, que permaneció abierto”*, apunta Párraga. Pero el impacto de la crisis de la Covid-19 acabó por generar cambios en el día a día de la tienda. *“Desde entonces, como teníamos restricciones, empezamos a agendar citas. Hemos acostumbrado al usuario a que coja cita para hacer las revisiones, y ahora el 85% de las visitas son programadas”*, señala la directora de la flagship. Con lo cual, nada más abrir por la mañana ya se hacen una idea de la faena que van a tener aproximadamente. *“También ha habido un gran incremento de ventas por web, el cliente se ha acostumbrado a usar este canal”*, comenta.

Por último, la especialista analiza las asignaturas pendientes de la óptica en España. A su modo de ver, *“el mercado está tan explotado que creo que debemos hacer un ejercicio de diferenciación respecto a la competencia, fidelizando mucho al cliente”*. Las nuevas generaciones, recalca, *“no nos lo van a poner difícil, pues están acostumbradas a la oferta, al precio y a la compra por internet”*. Así pues, concluye Párraga, *“la estrategia es la omni-*

“HAY MUCHÍSIMO MÁS TURISTA, MÁS CLIENTES QUE ACUDEN PROCEDENTES DEL ÁREA METROPOLITANA EXPRESAMENTE PORQUE TENEMOS MÁS PRODUCTO EXPUESTO Y SERVICIO DE TALLER DE UNA HORA”