

20/20



Síguenos en:
f /visionoptica
@visionoptica
@visionoptica
vvo www.visionoptica.com

¿Cómo tratar a un paciente con miopía progresiva?

Impacto de redes sociales en el mercado

¿Está aprovechando al máximo los lentes de contacto blandos?

SETO



ANTI(BLU-RAY)[®] ASPHERIC MULTITIENFOQUE



SETO Mexico



Setomexico



Setomexico

LA ESPERA SE TERMINÓ

Transitions™ Signature® GEN8™

POLICARBONATO COMPUESTO

LENTES FLAT TOP EN GRIS, MARRÓN DISPONIBLE PRÓXIMAMENTE

Bifocales FT28 y FT35
7 x 28 trifocales



Policarbonato

Superficie frontal fotocromática Trivex®

Esta delgada capa de Trivex® especialmente adaptada, ha sido optimizado para un excelente rendimiento fotocromático.

RÁPIDO EN ACTIVARSE Y DESACTIVARSE, COMPLETAMENTE CLARO EN INTERIORES

Sus pacientes usuarios de Flat Top quieren y merecen el insuperable rendimiento fotocromático de los lentes Transitions Signature® Gen 8™. Ahora puede recomendar estas prescripciones en material policarbonato compuesto!

DISPONIBLE EN TODOS LOS LABORATORIOS ÓPTICOS

Transitions y Signature son marcas comerciales registradas y el logotipo de Transitions es una marca comercial de Transitions Optical, Inc., usada bajo licencia de Transitions Optical Ltd. GEN 8 es una marca comercial de Transitions Optical Limited. Trivex es una marca registrada de PPG Industries Ohio, Inc. El rendimiento fotocromático está influenciado por la temperatura, la exposición a los rayos UV y el material de la lente.

**YOUNGER
OPTICS**

Los Innovadores De Los Lentes Ópticos

#HASHTAG



20/20 México



8

Noticias

“La Pareja Perfecta” con Essilor

- 8 “La Pareja Perfecta” con Essilor
- 8 La frecuencia de parpadeo disminuye durante un examen visual
- 8 Lentes de contacto pueden retrasar la miopía en niños
- 9 Niños autistas con mayor riesgo de trastornos oculares



10

Desde la Portada

Prescriba Multienfoque para la prevención y control de la miopía



14

Miopía

¿Cómo tratar a un paciente con miopía progresiva?



20

Marketing y Negocios

Impacto de las redes sociales en el mercado



18

Publirreportajes

Lens Best comprometido con la actualización constante

- 18 Lens Best
- 24 Luxottica
- 40 Bk frames
- 42 Essilor
- 46 Transitions
- 56 Convex
- 58 Bausch+Lomb



26

Moda y Tendencias

Colecciones

- 26 Lucy's Optical
- 28 Safilo
- 29 Yiwu Importaciones
- 30 Marchon
- 32 Furuikang
- 36 Óptica Beijing



48

Óptica Oftálmica

Sea un héroe para sus pacientes



52

Contactología

¿Está aprovechando al máximo los lentes de contacto blandos?



59

Asociaciones y Universidades

Memorias de un Optometrista: una vida dedicada a la profesionalización de la optometría en México



60

Eventos

Class 2020



Esta dura pandemia que nos ha afectado, tanto en nuestras familias como en nuestros negocios nos ha dejado una clara enseñanza sobre la importancia de buscar nuestra esencia en todo lo que hacemos. Para terminar este año, decidimos hacer un evento que apoyara en esta búsqueda al gremio óptico: “cómo buscar la esencia de su negocio por medio de la diferenciación”.

Con tal fin, después de meses de trabajo y reflexión, nuestro equipo de 20/20 América Latina les presenta: la “Diferenciación de la óptica como herramienta de venta”, que se llevará a cabo, de manera virtual, los días 11 y 12 de noviembre. ¿Por qué este evento es diferente? Tratamos de enfocarnos en aspectos que consideramos son claves para que las ópticas independientes puedan crear diferenciación con respecto a su competencia buscando su propia identidad y teniendo como resultado la fidelización de sus clientes. Por otra parte, hemos visto la necesidad de ofrecer a los participantes materiales de apoyo que vayan más allá de las conferencias. Es por esto que los asistentes no solo tendrán acceso al evento “On Demand”, por 30 días después, sino que, además, tendrán las memorias del evento en forma de e-books o presentaciones para que, de esta manera, puedan tener acceso a toda la información ofrecida.

El evento consta de cuatro módulos en los que expertos líderes en: Marketing Digital, “storytelling”, punto de venta y diferentes especialidades de la optometría como: visión deportiva, miopía, contactología y óptica oftálmica compartirán su experiencia, ofreciéndoles interesantes materiales como el diseño de una campaña en medios digitales y un libro de Óptica Oftálmica del Dr. Plata, nuestro editor clínico de la revista en el área andina.

Agradecemos, de manera especial, a los patrocinadores quienes, en un clima de dificultad, apuestan por el gremio óptico con esta nueva propuesta y esperamos que este sea el inicio de un nuevo proyecto que les permita capacitarse para permanecer y sobresalir en tiempos de crisis como el que estamos atravesando actualmente.

Por favor, escribanos sus inquietudes a nuestro correo editorial: ccastillo@clatinmedia.com o por medio de nuestras redes sociales.

[f /visionyoptica](https://www.facebook.com/visionyoptica)

[i @visionyoptica](https://www.instagram.com/visionyoptica)

[yt www.visionyoptica.com](https://www.youtube.com/visionyoptica)

🔍 Empañamiento en lentes por cubrebocas



- 🔍 ¿Cómo prevenir el empañamiento en lentes por el uso de cubrebocas?
- 🔍 ¿Cómo puedo evitar el empañamiento en mis lentes cuando uso cubrebocas?
- 🔍 Solución para el empañamiento en lentes cuando se usa cubrebocas

ESSILOR® ANTI-FOG AR

UNA SOLUCIÓN REAL PARA UN NUEVO ESTILO DE VIDA.

Essilor®
Anti-Fog AR

- Proporciona una visión sin empañamiento.
- No necesita activación.
- Antirreflejante Especial
 - Cara externa superhidrofóbica.
 - Cara interna antiempañante.

SEE MORE.
DO MORE.



Tomemos conciencia

Por Guadalupe Vergara Rojas, editora clínica



Es muy importante considerar que el Consejo Mundial de Optometría (WCO) en respuesta al Plan de Acción Global de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para prevenir la Ceguera y la Discapacidad Visual, ha redactado un documento titulado: “El Porqué de la Optometría”, que provee argumentos para suministrar un servicio optométrico de calidad, equitativo y avanzado de la salud ocular y el cuidado visual.

Para apoyar el desarrollo de la educación en Optometría, el WCO ha desarrollado un modelo de competencias globales para su ejercicio, el cual, muestra el perfil de una carrera profesional para quienes buscan expandir sus responsabilidades clínicas.

Competencias del Optómetra por WCO

- Refracción
- Despacho de anteojos y L. C. ambos son dispositivos médicos
- Dx. y Tx. de problemas visuales:
- Examen ocular y del sistema visual
- Evaluación de la visión binocular
- Enfermedad sistémicas y sus manifestaciones
- Glaucoma
- Retinopatía Diabética
- Hipertensión
- Catarata
- Manejo de medicamentos de Dx. y Tx.
- Adaptación de L. C.
- Remisión a oftalmología y a otros profesionales de la salud

Este documento tiene el objetivo de proporcionar a los profesionales de la salud, gremios gubernamentales y al público en general el panorama de la práctica de las actividades de los optometristas y cómo se relacionan con las necesidades de la población. Destaca sus retos, requerimientos educativos y estándares, tanto en marco legislativo y regulatorios.

Se reconoce que, a nivel mundial, las principales causas de ceguera son las cataratas, la degeneración macular, glaucoma, opacidad corneal y defectos refractivos sin corregir, mientras que las principales causas de discapacidad son las cataratas y los defectos refractivos sin corregir (estos dos constituyen el 76 % de las causas globales de discapacidad). En los países en vías de desarrollo predominan las ametropías no corregidas, así como las cataratas mientras que en los países desarrollados prevalece la degeneración macular en forma húmeda o seca.

La adopción del defecto refractivo como una de las prioridades creó la oportunidad para el reconocimiento de la optometría como un jugador clave en la ecuación de la salud ocular. Adicionalmente, la atención centrada, recientemente, en las enfermedades no transmisibles como la retinopatía diabética ha creado también otra oportunidad para que la optometría adopte su rol en el co- manejo y apoyo a pacientes con diabetes alrededor del mundo.

En la actualidad, los optometristas trabajan en muchos contextos y sectores, por ejemplo, el público, el privado, la industria y la academia.

El éxito de la profesión en el sector privado necesita ser movilizado para apoyar la expansión en el sector público. La fortaleza de recursos del sector privado puede estimular el desarrollo del programa en el sector público. Las instituciones académicas necesitan incorporar la salud pública a sus programas y asegurarse de que los egresados direccionen los desafíos correspondientes.

Siendo que la OMS y WCO han identificado la importancia y validez de nuestra participación dentro de la salud pública, su interés por obtener el reconocimiento y validación gubernamental. Es indispensable ahora más que nunca, permanecer agremiados a los respectivos Colegios y Asociaciones de Optometría de nuestra localidad para continuar en el camino del pleno reconocimiento gubernamental y social. **2020**



Editora en Jefe	Claudia Castillo
Editor clínico (Andina)	Dr. José María Plata Luque
Editor clínico (México)	Lic. Opt. María Guadalupe Vergara
Editores (Andina)	Laura Mercado Miguel González
Editora (México)	Elizabeth Olguín
Editora (Cono Sur)	Gabriela Campos
Editora (Brasil)	Andrea Tavares
Jefe de Producción	Alejandro Bernal
Diseño Gráfico y Fotografía	Yuly Rodríguez B. Andrea Villada T.
Profesional Logística	Ximena Ortega
Diseñador Gráfico de Medios Digitales	Cristian Puentes

Para temas editoriales contactarse con: Elizabeth Olguin (eolguin@clatinmedia.com)

Editada y Diseñada

3TouchMedia
strategy • marketing • communication

Oficinas y Ventas

Director Ejecutivo (CEO)	Juan Carlos Plotnicoff
Director de Operaciones (COO)	Sergio Plotnicoff
Director Comercial	Héctor Serna
Directora de comunicaciones (oftalmología)	Laura Malkin-Stuart
Directora de comunicaciones (óptica)	Claudia Castillo
Directora Administrativa y Financiera	Luisa Fernanda Vargas A.

Creative Latin Media LLC

One West Camino Real Boulevard, Suite 205
Boca Raton, FL 33432 USA
Tel: (561) 443 7192 Atención al cliente, e-mail:
suscripciones@clatinmedia.com



Las traducciones y el contenido editorial de 20/20 México, no pueden ser reproducidos sin el permiso de Creative Latin Media™.

VENTAS:

México: Carlos Cerezo, Cel: 561 174 8192, ccerezo@clatinmedia.com
USA, Región Andina y otros países: Héctor Serna
Tel.: (571) 214 4794 Ext. 123
ventas1@clatinmedia.com
Colombia: Kelly Triana, Tel: +57 (1) 214 4794
Ext. 123, Cel: +57 318-395-0955,
ktriana@clatinmedia.com
Cono Sur y Europa: Soledad Senesi Tel.: (34) 682
183 459 ventas2020-arg@clatinmedia.com
Brasil: Fernanda Ferret Tel.: +55 (11) 3061-9025
ext. 109 fernandafferret@revistareview.com.br
Europa: Cecilia Zanasi Tel.: +39 (045) 803-6334
info@studiozanasi.it cecilia@studiozanasi.it

OFICINAS:

USA: One West Camino Real Boulevard, Suite 205, Boca Raton, FL 33432 USA Tel: +1 (561) 443 7192
Colombia: Carrera 7 No. 106 - 73 Of. 301 Bogotá, Colombia Tel: +57 (1) 214-4794
México: Avenida Patriotismo 229, Piso 8, Ofc 1, Colonia San Pedro de los Pinos, México, D.F. C.P. 03800, D.F. México
Tel.: +52 (55) 2881-0384 / +52 (55) 2881-020

20/20 MEXICO

es una revista producida y distribuida por **Creative Latin Media, LLC.** en Boca Raton en la Florida (USA), bajo la licencia de **Jobson Healthcare, LLC.** Su distribución es para todos los profesionales de la Salud Visual que cumplan con los requisitos para recibir la revista en América Latina. Tarifas de suscripción anual: Colombia US\$90; México US\$90; América Latina (países habla hispana) US\$120; Brasil US\$250; USA y Canadá US\$250; Europa por correo aéreo US\$ 300; por correo aéreo a todos los demás países US\$350. Para suscripciones comuníquese a suscripciones@clatinmedia.com.

Preprensa Creative Latin Media LLC.

Otros productos de Creative Latin Media LLC son:

20/20 Andina, 20/20 Cono Sur
Review of Ophthalmology en Español., Review Of Ophthalmology México.
Visionoptica.com, Oftalmologaldia.com y Conexión Digital

Creative Latin Media no se responsabiliza por los contenidos publicados en los anuncios, comentarios o artículos suministrados por los profesionales de la salud visual o anunciados en las revistas

gros

Grunwaldt Optical Service, INC.



¿CÓMO PODEMOS AYUDARLO?

Cuéntenos que necesita

Contáctenos



www.grunwaldtoptical.com

7305 N.W 56th St. - Miami FL 33166

E-mail: info@grunwaldtoptical.com

Tel.: 305 889 6476 - Fax: 305 889 6478



“La Pareja Perfecta” con Essilor

Con la imagen de las actrices Zuria y Marimar Vega, Essilor México continúa realizando la campaña: “La Pareja Perfecta” con el objetivo de promover una buena salud visual, fomentar la cultura del segundo par de lentes e incentivar a la población a que acuda con un especialista en la salud visual y conozcan la dinámica que les permitirá tener a su alcance la mejor tecnología y proteger o corregir su visión.

La campaña está acompañada de una promoción que consiste en adquirir unas lentes Transitions® + Crizal® para que se puedan llevar el segundo par de regalo. La promoción comenzó el 01 de agosto y durará hasta el 30 de noviembre de 2020, en las principales ópticas del país.



La frecuencia de parpadeo disminuye durante un examen visual

Una reciente investigación ha determinado que los profesionales de la salud visual deben tener en cuenta cuánto tiempo ha estado un paciente en su silla frente a una lámpara de hendidura. El parpadeo espontáneo de los pacientes disminuyó cuanto más tiempo permanecieron sentados detrás de la lámpara de hendidura. Sin embargo, no está relacionado con la visión borrosa en individuos amétropes.

La variabilidad entre participantes en la tasa de parpadeo espontáneo también disminuyó progresivamente con el tiempo. El estudio no observó diferencias detectables en los valores promediados ni en la variabilidad en la tasa de parpadeo espontáneo en relación con el error refractivo.



Lentes de contacto pueden retrasar la miopía en niños

Un reciente estudio de la *Journal of the American Medical Association*, afirma que el uso de lentes de contacto bifocales puede retrasar la progresión de la miopía en niños.

El resultado del estudio arrojó que, la visión en aquellos niños que usaban lentes normales se deterioró más, y había poca diferencia entre ellos y los niños que usaban lentes de potencia media, pero en comparación con los demás niños que tenían lentes bifocales de alta potencia, podían ver el equivalente a dos líneas más abajo de la tabla optométrica estándar.

El estudio también determinó que, los niños que usaban lentes de contacto bifocales fuertes, tenían el menor alargamiento del globo ocular, mientras que los que usaron los lentes de contacto regular, tenían más.



Niños autistas con mayor riesgo de trastornos oculares

Un nuevo estudio en el *American Journal of Ophthalmology* sugiere que los niños autistas tienen un mayor riesgo de problemas oculares adversos.

El estudio de cohorte retrospectivo basado en la población incluyó reclamaciones de más de 10 millones de niños entre 2007 y 2013. Los participantes tenían 18 años o menos en el momento de la primera reclamación. Los investigadores buscaron un diagnóstico de trastorno generalizado del desarrollo (TGD) o trastorno autista y evaluaron la prevalencia de diagnósticos oculares que incluyen ambliopía, estrabismo, neuropatía óptica, nistagmo o retinopatía del prematuro en un grupo de control con desarrollo normal y niños con PDD o trastorno autista.

La prevalencia de cualquier diagnóstico oftalmológico fue de 3,5% en los controles, pero mucho más alta, 12,5% en niños con PDD y 13,5% en niños con trastorno autista.

“Nuestro estudio proporciona apoyo epidemiológico para una asociación entre el autismo y los trastornos oftalmológicos, que incluyen ambliopía, estrabismo, nistagmo y atrofia óptica”, dice la investigadora Melinda Chang, MD. “Este es el primer paso para comprender la relación entre el autismo y los trastornos visuales”.

AVIZOR
EYE CARE SOLUTIONS

Las soluciones **PREMIUM** de AVIZOR para tus lentes de **Hidrogel de Silicona**

Unica[®]

sensitive



 **CONSERVANTES**  **HUMECTACIÓN**



Solución Multipropósito + ácido hialurónico
Limpia y desinfecta el lente.
Lubrica y protege el ojo.
Especial para ojos sensibles

alvera



Frescura Natural con Aloe Vera



Especialmente diseñado para lentes de hidrogel silicona.
Acción mejorada de eliminación de lípidos.
Mejora la viabilidad celular.
Previene infecciones y mejora protección UV

Prescriba Multienfoque para la prevención y control de la miopía



Según datos de la OMS, alrededor de 2,600 millones de personas en el mundo sufren de Miopía, de las cuales 312 millones son menores de 19 años y, este año, las cifras podrían ser mucho mayores a lo esperado, ya que la pandemia originada por COVID-19, ha generado un crecimiento exponencial del uso de dispositivos digitales y una disminución del tiempo al aire libre, que de por sí ya venía en descenso. Esto implica para el profesional de la salud visual redoblar sus esfuerzos para ofrecer la mejor opción que se adapte a las expectativas y necesidades de sus pacientes.

¿Por qué prescribir las lentes Multienfoque de SETO?

1

A través de la lente, la imagen del objeto es captada en la superficie de la retina lo que asegura una visión clara, corrigiendo la visión del centro óptico y al mismo tiempo eliminando el desenfoque hipermetrope alrededor de la retina, lo que previene el alargamiento axial del ojo y proporciona comodidad al usuario evitando la fatiga ocular.

2

Comodidad:

La graduación central de la lente disminuye gradualmente su poder hacia la periferia en forma circular de acuerdo a la graduación específica, lo que la hace que sea más delgada ofreciendo máximo confort.

3

Seguridad:

mayor resistencia ante el impacto.

4

Claridad:

lente con mayor transmitancia, menor número de Abbe.

5

Lente sin aberración lo que proporciona al usuario claridad en visión lejana y comodidad en la visión cercana.

6

Ligereza: comparada con lentes del mismo índice y diámetro, tiene 360° de enfoque, más ligero y delgado. 1/3 más ligero que otras lentes lo que reduce su peso.

8

Tecnología Anti Blu-Ray: eficaz para proteger y disminuir el daño ocular causado por la radiación de alta potencia de la luz azul (Longitudes de Onda 400-500nm) emitida por los dispositivos digitales, ofreciendo mayor protección y reduciendo la fatiga visual.

9

Diseño Freeform: corrige el problema de la distorsión de las imágenes.

7

Tratamiento antirrayas, fácil de limpiar.

Anti Blu-Ray, alto nivel para contrarrestar la luz azul

Esta línea se adapta a las necesidades propias de los usuarios de tecnologías digitales ofreciendo productos con tecnología NC (lentes de inyección) que contrarresta la luz azul perjudicial (de 400nm a 500nm) y protege 100% contra los rayos UV y la radiación electromagnética.

Si usted busca para sus pacientes:

- Lentes con alta transmitancia distintiva.
- Diseño de revestimiento hidrofóbico que asegura lentes con mayor resistencia.
- Diseño esférico que reduce la aberración y optimiza los efectos visuales.
- Lentes con tratamiento antirrayas y máxima protección anti polvo.
- Mayor comodidad en cualquier momento del día.

Pregunte a nuestros distribuidores por las diferentes opciones que la línea Anti Blu-Ray ofrece:

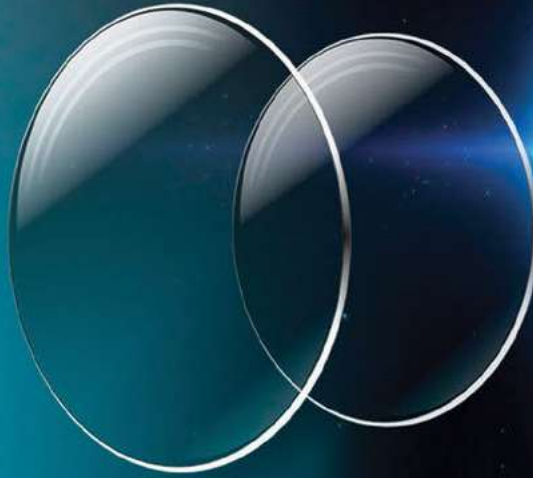
<p>1.56 Visión sencilla Anti Blu-Ray</p>  <p>Blockea el 95% de la Luz Azul y el 100% de los rayos UV. Tratamiento Hidrofóbico e Hidrofilico. Adapta la tecnología NC (Lentes por Inyección) del color de fondo, alta transmitancia distintiva, sin reflejos, abigarrado, spots.</p> <p>ISO9001:2001 CE FDA</p> <p>01</p>	<p>1.60 Policarbonato</p>  <p>Blockea el 95% de la Luz Azul y el 100% de los rayos UV. Tratamiento Anti-Reflejos e Hidrofilico. Máxima Resistencia. Mayor seguridad.</p> <p>ISO9001:2001 CE FDA</p> <p>02</p>	<p>1.56 Capa FotoTrivex</p>  <p>Blockea el 95% de la Luz Azul y el 100% de los rayos UV. Tratamiento Anti-Reflejos e Hidrofilico. Máxima Resistencia. Mayor seguridad.</p> <p>ISO9001:2001 CE FDA</p> <p>03</p>	<p>seto) ANTI(BLU-RAY ASPERIC</p>  <p>ISO9001:2001 CE FDA</p> 	
<p>MULTI ENFOQUE</p>  <p>La excelencia es hoy... SETO) (LA DIFERENCIA ES NOTABLE!)</p> <p>04</p>	<p>1.67 Ultra High Index</p>  <p>Blockea el 95% de la Luz Azul y el 100% de los rayos UV. Tratamiento Anti-Reflejos e Hidrofilico. Ultra delgado, más sutil y mayor comodidad.</p> <p>ISO9001:2001 CE FDA</p> <p>05</p>	<p>1.56 Flat-Top</p>  <p>Blockea el 95% de la Luz Azul y el 100% de los rayos UV. Tratamiento Anti-Reflejos e Hidrofilico. Lentes talladas con mayor precisión.</p> <p>ISO9001:2001 CE FDA</p> <p>06</p>	<p>1.56 Progresivo Max Vision</p>  <p>Blockea el 95% de la Luz Azul y el 100% de los rayos UV. Tratamiento Anti-Reflejos e Hidrofilico. Diseño digital FreeForm: mejor estética y más comodidad.</p> <p>ISO9001:2001 CE FDA</p> <p>07</p>	<p>1.56 Progresivo Max Vision Capa FotoTrivex</p>  <p>Blockea el 95% de la Luz Azul y el 100% de los rayos UV. Tratamiento Anti-Reflejos e Hidrofilico. Alta transmitancia, más seguridad y mayor resistencia. Capa FotoTrivex con tratamiento hidrofóbico en toda la superficie. Diseño digital FreeForm: visión amplia y más cómoda.</p> <p>ISO9001:2001 CE FDA</p> <p>08</p>

Nuestro certificado de garantía

Para SETO México, es importante brindar tanto a los profesionales de la salud visual como a las ópticas y usuarios, productos con garantía sustentada por diferentes estudios clínicos realizados tanto en China como en México. Por esto, contamos con un equipo de asesores e investigadores expertos, que se han dado a la tarea de confirmar la veracidad de los datos que ofrecemos. **2020**

ANTI(BLU-RAY)
ASPHERIC

ISO9001:2008  



seto®

ANTI BLU-RAY ASPHERIC ¡EL ORIGINAL!

¡GARANTIZA TU COMPRA, EXIGE TU CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD!

Ciudad de México

AOHSSA
ISABEL LA CATÓLICA #28, LOCAL 4, COL. CENTRO TEL. (55)5512 2661

BOSSINIS
BOLIVAR #24, LOCAL G, COL. CENTRO TEL. (55)5512 6559

DISTRIBUIDORA ORTIZ
MOTOLINIA #27, DESP 101 Y 102, COL. CENTRO TEL. (55)5521 3933

OPTICENTER LEÓN
REPÚBLICA DE CHILE #4 MEZZANINE PB. Y 2DO. PISO,
COL. CENTRO TEL. (55)5512 6635

DISTRIBUIDORA BK
TACUBA 46, LOC. NI-10, COL. CENTRO, TEL. (55)5510 4579

DISTRIBUIDORA PERALTA
MADERO #32 PISO 1 INT. 107, COL. CENTRO, TEL. (55)5510 2270

POSA
MADERO #28 DESP. 213, COL. CENTRO, TEL. (55)5518 1171

DISTRIBUIDORA SAN MARTÍN
MOTOLINIA #8 INT. 123 P1, COL. CENTRO, TEL. (55)55184254

REPÚBLICA MEXICANA

ROSA LENTES S.A DE C.V
ZUA ZUA #525 NORTE, COL. CENTRO, MONTERREY N.L.,
TEL. (81)8375 1314

SUCURSALES

DORSA
MATAMOROS 215 OTE. COL. CENTRO MONTERREY N.L., C.P. 64000
TEL. (81)8340 4595

MURANO

MATAMOROS 205 OTE. COL. CENTRO MONTERREY N.L., C.P. 64000
TEL. (81)8340 9566

VEAL DISTRIBUIDORES

CALLE 3 SUR #107 INT. 103, EDIFICIO GALERÍAS FAMA,
COL. CENTRO PUEBLA, PUE. C.P. 72000 TEL. (222)242-8192

DOSE DISTRIBUIDORA ÓPTICA SERRANO
MADERO #474, COL. CENTRO GUADALAJARA, JAL. TEL. (33)3613 1789

SUCURSALES

DOSE CULIACÁN
RUPERTO L. PALIZA #104 NTE. COL. CENTRO CULIACÁN, SIN.
C.P. 80000 TEL. (667) 752 2537 y (667) 713 4958

SUCURSALES

DOSE MAZATLÁN
JOSE MARIA MORELOS #901 COL. CENTRO MAZATLÁN, SIN.
C.P. 82000 TEL. (669) 910 0953

DOSE LA PAZ
AQUILES SERDAN #830 COL. CENTRO LA PAZ, B.C.S.
C.P. 23000 TEL. (612) 123 4161 y (612) 688 1275

OPTIMAX
AV. LERDO #101, ZONA CENTRO CD. JUÁREZ, CHIH.
C.P. 32000 TEL. (656) 612 2222

DISTRIBUIDORA EUROVISIÓN
CALLE 56 #482-A ENTRE 57 Y 59 COL.
CENTRO MÉRIDA, YUC. C.P. 97000 TEL. (999) 923 1059

PROVEDOPTIC
LERDO DE TEJADA #15 1ER. PISO, COL. CENTRO CUERNAVACA, MOR.
C.P. 62000, TEL. (777) 314 4977

DM HEALTH VISION
BARTOLOMÉ DE LAS CASAS #147 INT. 201
COL. CENTRO MORELIA, MICH., C.P. 58000 TEL. (443) 317 5707

DISTRIBUIDORA Y LAB. ACUARIO
CALLE 8 Y GONZÁLEZ, ZONA CENTRO MATAMOROS, TAMP.
C.P. 87300 TEL. (868)8130 600

SOE SERVICIOS ÓPTICOS ESPECIALIZADOS ACAPULCO
JUAN R. ESCUDERO #13 Loc.-A, CENTRO ACAPULCO, GRO.
C.P. 39300 TEL. (744) 482 5545 y (744) 482 4719

SUCURSAL

SOE SERVICIOS ÓPTICOS ESPECIALIZADOS HERMOSILLO
LUIS DONALDO COLOSIO NO. 158 COL. CENTENARIO HERMOSILLO, SON.
C.P. 83260 TEL. (662) 212 1501

DISTRIBUIDORA GALLEGOPTIC

SM24 M34-L63 LOC. 4, SUPERMANZANA24, CANCÚN, Q.R. C.P. 77509
TEL. (998) 157 0055

PERFILES ÓPTICOS
ITURBIDE #400 ALTOS, COL. CENTRO SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P.
TEL. (444) 810 4850

GRUPO ÓPTICO ROJAS

CALLE JUAN ALDAMA SUR #214 TOLUCA EDO. DE MÉXICO
TEL. (722) 360 6264

REAL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN ÓPTICO
XICOTENCATL No 1503-B APIZACO, TLAX. C.P. 90300
TEL. (241) 1955 242

OPTICAL SUPPLIES CANCÚN
CERRADA HUNAB KU, SM 26, MZ 4, LT 1 CANCÚN, Q.R., C.P. 77509
TEL. (998) 252 0392

PERFECT VISION
CALLE LUIS PASTEUR, PLAZA PASTEUR LOCAL #17,
ZONA CENTRO QUERÉTARO, QRO. C.P. 76040 TEL. (461)199 4660

SUCURSALES

PERFECT VISION LEÓN
C. JUSTO SIERRA No 105 A PASAJE FUNDADORES LOCAL 23
LEÓN, GTO. C.P. 37000 CEL. (461) 619 3643 y CEL. (461) 146 0898

PERFECT VISION CELAYA
AV. LUIS CORTÁZAR NO. 131 COL. CENTRO CELAYA, GTO.,
C.P. 38000 CEL. (461) 334 0216

DISTRIBUIDORA DE ÓPTICAS VISIÓN ÚNICA
JUÁREZ NO. 414 COL. CENTRO COATZACOALCOS, VER.
C.P. 96400 TEL. (921) 212 8704

SUCURSAL

VISIÓN ÚNICA
SEBASTIÁN LERDO DEL TEJADA No 38 A MINATITLÁN, VER.
C.P. 96700 TEL. (922) 223 0071

LABORATORIO ESPAÑA

AV. ORIENTE 4 #217 COL. CENTRO, ORIZABA VER.
C.P. 94300 TEL. (27)22337410

GRUPO ÓPTICO GÓMEZ

AV 20 DE NOVIEMBRE NO. 28 COL. CENTRO PARRAL, CHIH. C.P. 33800

DISTRIBUIDORA SICA
C. JAIME NUNO NO. 304 A PRIMER PISO COL. PERIODISTAS
PACHUCA, HGO. C.P. 42060, TEL. (771) 714 6295

INTEGRACIÓN DE SERVICIOS
C. ILDEFONSO FUENTES NO. 527 SUR COL. CENTRO
C.P. 27000 TORREÓN, COAH. TEL. (87)1712 1909

SETO ÓPTICO DE MÉXICO S.A. DE C.V. CALLE 16 DE SEPTIEMBRE #53, 3er. PISO, COL. CENTRO, ALCALDÍA CUAUHTÉMOC, CDMX C.P. 06000

E-mail: setomexico@hotmail.com TEL. 55 55217800 FAX: 55 55217523

seto®



FOTOCROMÁTICO G6

G6


ISO9001:2008



- Fotocromático G6 de **seto®**
- Protección de la Luz Ultravioleta y Tratamiento hidrofóbico.
- Ciclo de Oscurecimiento y aclaración rápido.
- Lente más cómoda y mayor cuidado para sus ojos.

 SETO México

 Setomexico

 Setomexico

¿Cómo tratar a un paciente con miopía progresiva?

(Este artículo fue traducido, adaptado e impreso con autorización del grupo de revistas de Jobson Publishing).

Por Weizhong Lan, MD, PhD

Es bien sabido que la miopía suele aparecer en la infancia y continúa progresando hasta la adolescencia o edad adulta temprana. El cambio estructural primario en la miopía es el alargamiento axial más allá de la longitud del ojo. Como resultado de la longitud del ojo más larga de lo normal, se corre el riesgo de desarrollar complicaciones tales como rotura y desprendimiento de retina, maculopatía por miopía, neovascularización coroidea y glaucoma, especialmente en la edad adulta, y el aumento exponencialmente con el grado de miopía. [1, 2] Por lo tanto, un objetivo clave para el control es retrasar la progresión para reducir el riesgo.

En un ojo miope, existe una buena correlación entre la longitud axial y el grado de miopía. Por lo tanto, ambos son buenos indicadores para evaluar la tasa de progresión. Ahora se sabe bien que el ascenso de la miopía es más rápido en los niños más pequeños y disminuye con la edad. [3] Cuanto más joven es la edad de inicio mayor es el riesgo. Además, el origen étnico, la miopía de los padres y la escolaridad son factores que influyeron en la progresión.

¿Cómo identificar un miope que progresa rápidamente? Según los factores de riesgo establecidos, se puede esperar que un niño de etnia asiática, una edad temprana en la presentación y factores de riesgo relacionados con la miopía parental progrese más rápido. Además, el metanálisis de los ojos con gafas de visión única ha encontrado que el ojo asiático avanza más rápido a un promedio de $-0.82D$ para un niño de 9.3 años de edad, y en comparación, un caucásico progresa a $-0.55D$. [4]



Por lo tanto, una progresión anual de aproximadamente 0,75D o superior puede considerarse rápida. Más allá de eso, es difícil predecir la tasa de un ojo individual con cierta certeza. Calculadoras como la BHVI puede ayudar a comprender la tasa en función de la edad y el origen étnico, ya que estos se derivaron de un metanálisis de las tasas en tratamientos con gafas en ojos asiáticos y caucásicos.

¿Cómo tratar a un paciente con miopía progresiva? El objetivo del tratamiento es frenar o controlar la progresión y, por lo tanto, reducir la carga del cambio frecuente de dispositivos correctivos / de tratamiento que restauran la vista, así como reducir el riesgo de complicaciones futuras. Es necesario un plan de tratamiento claro que tenga en cuenta: a) la estrategia de control, b) un cronograma de seguimiento para monitorear el progreso, y c) la instrumentación para monitorear el avance. Además, es importante comunicarles a los padres que el objetivo es controlar la miopía. Aunque el propósito del tratamiento es ralentizar / reducir la progresión, se deben tener en cuenta factores como la variación estacional que puede influir.

Actualmente, hay lentes oftálmicos, lentes de contacto y terapias farmacológicas que pueden retrasar la miopía. En niños pequeños, por ejemplo, menores de 6 años de edad, la aplicación de un enfoque basado en lentes de contacto puede plantear problemas para la debida seguridad e higiene y, por lo tanto, un tratamiento basado en gafas o farmacológico puede ser la opción predeterminada. Varias soluciones establecidas en los lentes oftálmicos basados en el diseño de adición progresiva, de modificación de desenfoque periférico y bifocal prismático están disponibles [5], y más recientemente, un diseño de lente con múltiples segmentos ha mostrado resultados prometedores. [6] De los enfoques farmacológicos, la atropina, un antagonista muscarínico, es el más utilizado y se encontró que es efectivo a concentraciones de 0.05% y superiores. [7] En niños mayores.

En las visitas de seguimiento, es importante evaluar la progresión utilizando los mismos procedimientos que se emplearon en la visita inicial. También es significativo usar técnicas que brinden mayor precisión en el registro de la progresión. Por ejemplo, una autorefracción ciclopléjica o una medición de

longitud axial es más precisa que la refracción no ciclopléjica o del sujeto. Además, en el transcurso de la gestión es importante utilizar la misma técnica o procedimiento de medición para evaluar y seguir el progreso del individuo. Si el aumento continúa al mismo ritmo o es más rápida que las normas relacionadas con la edad, sería aconsejable revisar el historial del paciente, el cumplimiento y los efectos estacionales, etc. antes de cambiar el enfoque de gestión. Por ejemplo, una dirección farmacológica puede ser más propensa al incumplimiento como con uno basado en los lentes. Un niño se le presentara un plan de tratamiento en verano, sería prudente tener en cuenta una mayor progresión en los meses de invierno. Si se reconoce que el niño continúa progresando a pesar de estos factores, entonces el profesional puede necesitar considerar cambiar de enfoque o terapias combinadas. Por ejemplo, se observó que la combinación de lentes OK y dosis bajas de atropina produce una mayor eficacia. Ciertas intervenciones pueden reducirse con el tiempo. Es aconsejable controlar activamente la tasa de aumento (al menos una vez al año).

¿Cómo identificar un miope que progresa rápidamente? Según los factores de riesgo establecidos, se puede esperar que un niño de etnia asiática, una edad temprana en la presentación y factores de riesgo relacionados con la miopía parental progrese más rápido.

En resumen, el punto clave para controlar la miopía es evitar que se desarrolle en un alto grado y, por lo tanto, evadir el deterioro visual irreversible. Aunque no existe una solución única para detener la progresión, es posible y manejable disminuir la tasa de para que la miopía termine en un grado relativamente seguro.

Weizhong Lan, MD, PhD, Aier School of Ophthalmology, Central South University, China, es un científico del Brien Holden Vision Institute. [2020](#)

Referencias

- Barth, T., et al., *Características clínicas y resultados del desprendimiento de retina pediátrico*. *Oftalmológica*, 2017.
- Chen, SJ, et al., *Prevalencia y factores de riesgo asociados de maculopatía miope en chinos de edad avanzada: el estudio del ojo Shihpai*. *Invest Ophthalmol Vis Sci*, 2012. 53 (8): pág. 4868-73.
- Sankaridurg, PR y BA Holden, *Aplicaciones prácticas para modificar y controlar el desarrollo de la ametropía*. *Eye (Lond)*, 2014. 28 (2): pág. 134-41.
- Donovan, L., et al., *Tasas de progresión de la miopía en niños urbanos que usan gafas de visión única*. *Optom Vis Sci*, 2012. 89 (1): pág. 27-32.
- Wildsoet, CF, et al., *IMI - Intervenciones Instituto de la Miopía: Intervenciones para controlar el inicio de la miopía y el Informe de progresión*. *Invest Ophthalmol Vis Sci*, 2019. 60 (3): pág. M106-m131.
- Lam, CSY, et al., *Lentes de anteojos Defocus Incorporated Multiple Segments (DIMS) ralentizan la progresión de la miopía: un ensayo clínico aleatorizado de 2 años*. *Br J Ophthalmol*, 2019.
- Yam, JC, et al., *Estudio de baja concentración de atropina para la progresión de la miopía (LAMP): un ensayo aleatorizado, doble ciego, controlado con placebo de gotas oftálmicas de atropina al 0.05%, 0.025% y 0.01% en el control de la miopía*. *Oftalmología*, 2018.
- Kinoshita, N., et al., *Efectos aditivos de la ortoqueratología y la solución oftálmica de atropina al 0.01% en la disminución del alargamiento axial en niños con miopía: resultados del primer año*. *Jpn J Ophthalmol*, 2018. 62 (5): pág. 544-553.



Diferenciación de la óptica como herramienta de venta



Algunos lo tratan de hacer con grandes inversiones...

Otros lo hacen, dando un vuelco total a lo que ya han logrado...

¡Pero hay formas prácticas y creativas de destacarse en el mercado óptico!

Conozca los elementos claves para lograr sobresalir frente a la competencia sin morir en el intento

Evento Virtual los días 11 y 12 de noviembre

El objetivo principal de este curso es el de ofrecer algunas herramientas que le permitirán a los ópticos de diversas partes de Latinoamérica, crear experiencias y diferenciarse de la competencia. Serán dos días en los que los asistentes podrán disfrutar vía Online de diversas conferencias ofrecidas por expertos de diversos países. Como una forma de garantizar el aprendizaje, las conferencias estarán disponibles en la plataforma durante un mes y además, los asistentes contarán con E-books en los que podrán encontrar los conceptos básicos de cada módulo.

Oro



Plata



Programa

DÍA 1

Módulo 1

Diferenciación qué, cómo y por qué

¿Qué es diferenciarse?

Kelly Hurtado
8:30 A 9:00 AM

Charla comercial
9:05 a 9:20 AM

¿Cómo y por qué diferenciarme?

Jose Nery Ordóñez
9:30 a 10:10 AM

Encuentre su foco
Fanny Rivera.
10:20 a 11:00 AM

Charla comercial
11:10 a 11:25 AM

Módulo 2

Marketing digital, el vehículo para contar sus historias.

Marketing Digital - Existe vida más allá de las redes sociales?

Hector Serna
11:35 a 12:15 PM

Contando historias que atraigan al cliente.

Margarita Londoño
12:25 a 1:00 PM

Mesa redonda
1:00 a 1:30 PM



Regístrese en
www.asesorvvo.com/taller-virtual

DÍA 2

12 de Noviembre de 2020

Módulo 3

Punto de venta: la experiencia del cliente crea la diferencia

Creando una experiencia en mi punto de venta.

Pendiente
8:30 a 9:00 AM

Colores y formas de rostro como herramientas de apoyo en mi punto de venta.

Melissa Acosta
9:10 A 9:40 AM

Mesa redonda
9:40 a 10:10 AM

Charla Comercial
10:10 a 10:25 AM

Módulo 4

Diferenciándose a través de las especialidades

Lentes de contacto especiales

Opt. Ricardo Mojica
10:35 A 11:05 AM

Optometría deportiva

Opt. Fanny Rivera
11:15 A 11:45 AM

Charla Comercial
11:45 a 12:00 M

Miopía

Opt. María G. Vergara
12:10 a 12:40 PM

Lentes oftálmicos calidad peso y espesor cuál lente es el mejor

Opt. Jose Maria Plata
12:50 a 1:35 PM

Mesa redonda
1:35 a 2:00 PM



Lens Best comprometido con la actualización constante

En el marco de la celebración del Día Mundial de la Visión, queremos destacar la labor que llevamos a cabo como empresa al promover y favorecer al gremio óptico con eventos presenciales y, ahora, virtuales.



La Organización Mundial de la Salud (OMS) refiere que existen más de dos mil millones de personas, en todo el mundo, que presentan discapacidad visual y al menos un millón de éstas presentan una discapacidad que pudo ser prevenida o que aún no ha sido tratada. Es por esto que la salud visual requiere ser integrada y promovida en mayor medida.

Desde hace varios años, Lens Best ha llevado a cabo eventos en diversas regiones de la República Mexicana con la finalidad de actualizar a los profesionales del ramo óptico, ampliar sus capacidades y proporcionar herramientas que favorezcan al paciente.



Los profesionales de la salud visual deben comprometerse a apoyar y difundir la necesidad de realizar revisiones periódicas que permitan prevenir deficiencias visuales para, de esta manera, reducir el avance de las patologías ya existentes.

Durante la emergencia sanitaria y, contando con la colaboración y apoyo de profesionales con amplia experiencia, se han realizado pláticas virtuales que han llegado incluso a profesionales de diferentes países de Centro y Suramérica permitiéndoles ampliar los conocimientos y despejar dudas en temas de gran interés.



Nuestros esfuerzos se han visto recompensados al contar día a día con más profesionales interesados en ser partícipes de las pláticas que imparten sus colegas. Asimismo, Lens Best se ha dado a la tarea de contactar a más expertos que colaborarán en el nuevo proyecto denominado Lens Best Academy.

Lens Best Academy se propone reunir a profesionales del ramo óptico para que compartan su conocimientos y experiencias con otros colegas con el objetivo de buscar el bienestar social, en particular, de los pacientes que necesitan atención visual. **2020**



Para más información entre a:  facebook/LensBestAcademy



Revolución QUANTUM

LENTE FOTOCROMÁTICA



+ Drive Smart
+ Sense Ease



EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE

LENSBEST 
NUNCA TE LIMITES

CARACTERÍSTICAS:

- Al oscurecer al interior del automovil, ayuda a disminuir el deslumbramiento e intensidad de luz
- Es 30% más veloz en oscurecer que sus antecesores
- Mayor comodidad y satisfacción visual al usuario con hipersensibilidad a la luz o foto sensible
- Protección antirreflejo para manejar de noche sin preocuparnos por los reflejos de la luz blanca
- 40% menos tiempo en aclarar al entrar en lugares cerrados
- Adaptable a altas temperaturas, ideal para regiones calurosas y climas tropicales

Impacto de las redes sociales en el mercado

Por Margarita Londoño Osorio

Estamos en la era digital. Es un hecho que cada día se suman nuevos usuarios a las redes sociales, y que éstas, lejos de ser simplemente: “redes sociales” se han ido convirtiendo en una importante herramienta de *marketing* para las empresas. El *marketing* digital es ahora el rey de las campañas publicitarias, utiliza Internet y las redes sociales como canal para alcanzar un gran número de visualizaciones y seguidores, por esto, considero que es especialmente eficaz para que las ópticas hagan sus campañas, logren generar contenido, ganar reputación de marca, posicionamiento y reconocimiento.

Las cifras de la penetración de Internet a nivel global son impresionantes, y lo más importante para usted, dueño de óptica, es que este crecimiento se ha venido dando de manera sostenida en Latinoamérica. Las redes sociales son ahora parte de la rutina diaria de todas las personas, posibilitando que usted llegue a sus clientes, de una manera económica pero contundente.

3



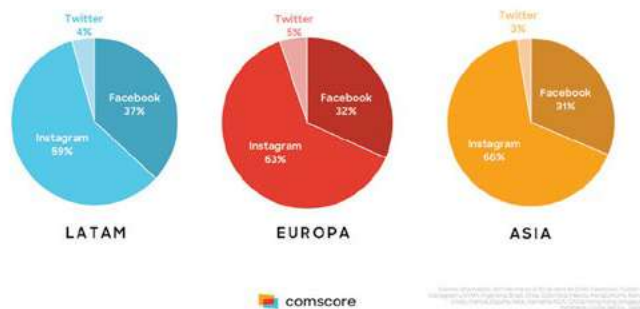
25



9

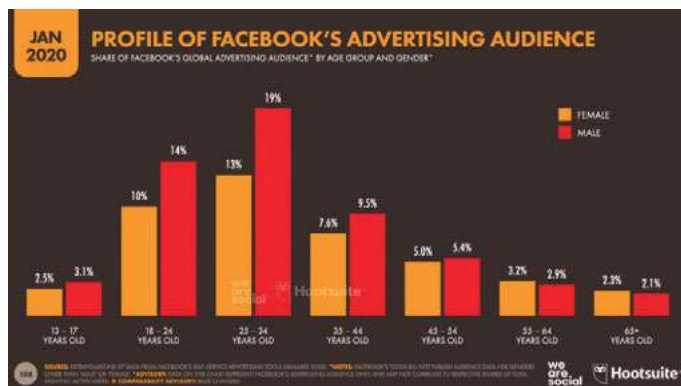
Si bien es cierto que cada región en el mundo tiene sus propias características en cuanto a preferencias de uso de redes sociales, llama la atención la aparente predilección por Instagram, según la gráfica de “shareablee” que les mostramos a continuación, donde tanto en América Latina como en Europa y Asia, Instagram está alrededor (por un poco más, o un poco menos) del 60% de la participación, seguido por Facebook y con una pequeña participación de Twitter.

Participación de contenido en redes sociales por región



Para que usted pueda analizar el alcance de las redes sociales, también quiero compartir las revelaciones del informe de la firma Global Web Index, donde muestra el número promedio de cuentas que tienen las personas según la región del mundo: Asia y el Pacífico, tienen un promedio de 9,5 cuentas por persona seguido de cerca por Latinoamérica con 9,4; Oriente Medio y África tienen 7,8; Europa, 7,3 y 6,8 en Norte América. En cuanto al tiempo que se está en el día en estas plataformas, el promedio más alto lo tiene América Latina con 3 horas y 32 minutos diarios, tiempo utilizado por los usuarios de manera intermitente durante todo el día.

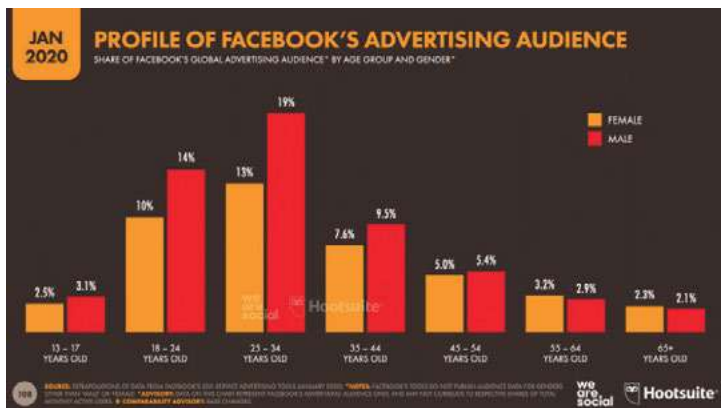
Si nos concentramos en analizar el promedio por edades de la audiencia que consume las publicaciones de campañas publicitarias de todos los productos y servicios que se ofrecen por redes sociales, vale la pena resaltar que, tanto en Instagram como en Facebook, prevalecen las edades entre los 18 y los 34 años de edad siendo; sin embargo, importante el crecimiento que está teniendo en las personas que se encuentran entre los 35 y los 54 años.



Equipe su consultorio con los mejores equipos seminuevos y reacondicionados



Haga click en el botón de Me Gusta en nuestra página de Facebook y gane un Protector Anticongtajo para Lámpara de Hendidura



El auge de la publicidad digital en México ha tenido un crecimiento sostenido desde 2018, el cual por supuesto se refleja en mayores ingresos. Colombia por su parte, de acuerdo con la investigación realizada por “We Are Social y Hootsuite”, en 2019, había 34 millones de usuarios activos en redes sociales, 31 millones, vía dispositivo móvil. Estos 34 millones corresponden al 68% de la población del país, y este año, 2020, debido a la pandemia del COVID-19, ha seguido creciendo aún más.

De las personas que usan redes sociales en Colombia, 57% son hombres y 43% mujeres. De estos, 31% tienen entre 25 y 34 años. Actualmente, Colombia es uno de los países de Latinoamérica, donde los usuarios tienen mayor actividad en redes sociales en comparación con otros países como: Argentina, Brasil, Chile, México y Perú.

Pero para seguir con las estadísticas, quiero revisar con usted algunas cifras de Facebook e Instagram, situadas en los primeros lugares de preferencia entre los usuarios, para usted pueda vislumbrar el impacto que puede tener su campaña de *marketing* digital, y la importancia de que inicie cuanto antes. Estadísticas de Instagram:

- México es el país con más usuarios registrados de la región: 16 millones.
- Instagram ofrece 58 veces más interacción por seguidor que Facebook y 150 que Twitter.
- El 70% de los hashtags en Instagram fueron creados por marcas.
- 15 millones de empresas latinoamericanas tienen un perfil en Instagram.
- 80% de usuarios de Instagram siguen, por lo menos, a una empresa.
- Está comprobado que las marcas en Instagram tienen 58 veces más participación que en otras redes sociales.
- El 32% de los usuarios de Instagram tienen estudios universitarios (o están en la universidad).
- Más del 30% de los adultos estadounidenses usan Instagram.

- A nivel global, hoy cuenta con 700 millones de usuarios activos mensuales.
- 28 millones son hombres y 32 millones son mujeres. Esto nos permite inferir que es una red social preferida por las mujeres.
- Más de 250 millones de usuarios activos utilizan diariamente las historias de Instagram.
- 130 millones de cuentas en Instagram tocan una publicación de compras cada mes para obtener más información sobre productos.
- 500 millones de cuentas visitan Instagram Stories cada día.
- 36% de los usuarios de Instagram encuestados en Estados Unidos afirman que les encanta comprar y lo consideran una afición.

Estadísticas de Facebook:

- A partir de 2011, hay 500 millones de usuarios activos en Facebook.
- Aproximadamente 1 de cada 13 personas en el mundo usa Facebook.
- Alrededor del 28% revisa Facebook desde sus teléfonos inteligentes antes de levantarse de la cama.
- Las personas de mayores de 35 años, representan más del 30% de la base total de usuarios.
- Alrededor del 70% de la base de usuarios de Facebook reside fuera de los EE.UU.
- Hay 206,2 millones de usuarios de Internet en los EE.UU. Esto significa que 71,2% está en Facebook.
- 57% de las personas hablan con la gente más en línea que en la vida real.
- 750 millones de fotos se han subido a Facebook el fin de semana de Año Nuevo.

Y para que se entusiasme todavía más y se ponga manos a la obra, le cuento: según un estudio publicado por Statista la evolución del valor de este mercado superará los 140 millones de dólares estadounidenses a nivel mundial para el 2020 ¡El mercado está creciendo vertiginosamente! Una buena noticia para quienes tienen empresas pequeñas o medianas, como por ejemplo los dueños de una óptica, donde se prestan servicios y se venden productos para la salud visual. Y le regalo otro dato, que seguramente usted sabe o intuye: el mercado de las ópticas es cada día más grande, pues ahora, no solo se compran gafas para compensar defectos de la visión, sino como tendencia de moda.

Por esto, subrayo e insisto, usted debe tener presente que donde hay una persona con acceso a Internet, hay un perfil de Facebook o Instagram, y un posible cliente, de ahí la importancia de estar presente con su óptica en ambas y utilizarlas como gancho para captar cada día más seguidores, un lugar virtual donde encuentren contenido de valor, información de los productos, servicio al cliente y un diferencial en lo que usted les ofrece, con un enlace a su página *web*, porque al final, todo debe estar encaminado a un mismo fin: que los clientes compren. **2020**

Fuentes:

1. <https://www.larepublica.co/internet-economy/un-latinoamericano-tiene-en-promedio-nueve-cuentas-en-diferentes-redes-sociales-3020869>
2. <https://cocktailmarketing.com.mx/estadisticas-de-redes-sociales/>
3. <https://www.rdstation.com/co/redes-sociales/>
4. https://www.juanmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/#1_Usuarios_activos_de_Facebook

lentes de contacto
especializados y a la medida



LABORATORIOS
LUMILENT

LUMITORIC
parámetros ilimitados

lente tórico
sin límites



lentes Permeables al Gas

Perma 28 alta resistencia

Perma 100 máxima oxigenación

diseños especiales

- tórico interno/externo
- bitóricos
- geometría inversa
- multicurvos
- esféricos



lentes Esclerales

Onefit **Onefit** MED
SCLERAL LENS

dos diseños complementarios para
cubrir todo tipo de córnea



lentes Híbridos SynergEyes®

Duette **ULTRAHEALTH**
CONTACT LENSES CONTACT LENSES

Para los pacientes más demandantes
en visión y comodidad



Soluciones - lentes Rígidos Permeables al Gas

MENICARE PURE cuidado diario

PROGENT limpieza extrema

 **Menicon**



www.lumilent.com • lumilent@lumilent.com
(55)5566-2222 / 5566-2021 / 5566-2120 / 01800-849-8200

vogue
eyewear

Luxottica presenta la campaña VOGUE AT EVERY HOUR



0VO5315S__28035X



0VO5338S__W6565X

Vogue Eyewear lanza en sus canales digitales y redes sociales la campaña VOGUE AT EVERY HOUR, la cual invita a todos los consumidores de la marca a celebrar la vida con estilo y confianza.

A través de las nuevas colecciones, Clear Lenses y Light Tinted lenses, Vogue Eyewear anima a llevar a cabo las actividades del día a día en su versión más positiva y divertida y siempre con los armazones puestos.



0VO5316S__28168E



0VO5339S__282936



La colección Clear Lenses cuenta con un innovador recubrimiento antirreflejante, con filtros UVA, UVB y UVC, que bloquean al 100 % y protegen los ojos de los rayos nocivos.

Cualquier ocasión es buena y ya no es necesario renunciar al estilo para salir de casa, el mensaje de Vogue Eyewear es muy claro: “en cualquier momento y en cualquier lugar”.

Los lentes transparentes o en tonalidades claras son parte de cualquier *look* y permiten lucir lo último en moda. **20/20**



0VO5330S__2760/7



0VO4106S__848/F5



0VO4083S__280/7



0VO5351S__282011



0VO5330S__28205X



0VO5294S__27635X



0VO4167S__548/5X



0VO5328S__W44/5X



0VO5311S__279911

PEPE JEANS,

INNOVACIÓN Y TENDENCIA INGLESA

Por Lucy's Optical

La nueva colección de fibra de carbono proyecta tecnología, moda y comodidad para lucir un *outfit* increíble.



PJ 1315-1 C4.

Armazón con frente rectangular, de acero inoxidable y color bitono que ofrece un ajuste perfecto gracias a la tecnología de sus varillas anatómicas de fibra de carbono.

PJ 3391-1 C2.

Modelo ligero y con frente redondo en color carey que ofrece un *look* actual y sofisticado. El diseño tecnológico de sus varillas posee superficie de acetato en las terminales hecho para brindar comodidad total.



PJ 3392-1 C5.

Armazón perfecto para aquellos que buscan un estilo deportivo. Su frente de acetato multilaminado con tono azul marino y azul traslúcido refleja frescura y originalidad.



LUCY'S OPTICAL

E Y E W E A R

30 ANIVERSARIO



KAREN MILLEN



REVLON



SPINE



XOXO





Vera Bradley

ANNA SU EYEWEAR

Calz. Jardines de San Mateo, No. 2 Int. 4, Col.
Sta. Cruz Acatlán, Naucalpan, Edo. de México.
C.P. 53150

☎ (55) 9172-0227 / (55) 9172-0228
(55) 9172-0229

🌐 lucysoptical.grupooptico.com
✉ ventaslucys@grupooptico.com

Aceptamos tarjetas:  

POLAROID,

DIVERTIDAS COMBINACIONES

Por Safilo

Concebidas y confeccionadas en el estudio de diseño de Safilo en Milán, las gafas POLAROID han sido creadas para disfrutar, en todo momento, de perspectivas originales e inusuales.



PLD 6125/s.

Modelo ideal para cualquier ocasión. Ofrecen protección y añade un aire elegante con sus formas de policarbonato que combinan con transparencias.

PLD 6126/s.

Gafas de sol de original forma geométrica rectangular. Disponible en negro/gris con lentes polarizadas grises, en azul con lentes polarizadas grises, en habana verde con lentes polarizadas verdes, en habana beige con lentes de color bronce y en habana gris con lentes polarizadas grises.



PLD 6128/s.

Este armazón se distingue por su peculiar forma geométrica de mariposa. Se encuentra en negro/gris con lentes polarizadas grises, en Habana beige con lentes de color bronce y en borgoña ópalo con lentes polarizadas grises.



#HASHTAG,

TENDENCIAS QUE CAUTIVAN

Por Yiwu Importaciones

Más que una herramienta para corregir la visión las gafas son un accesorio imprescindible, por lo que en esta ocasión #HASHTAG ofrece una línea de colores neutros, detalles discretos y formas innovadoras.



H393.

Un moño metálico, símbolo de delicadeza y feminidad, le brinda a este armazón una esencia única que combina con cualquier *look*.

H397.

Montura metalizada que mezcla el negro con el dorado para crear un interesante contraste. Perfecto para los que buscan originalidad sin perder de vista lo clásico.



H4010.

El rosa metálico de este modelo favorece todos los rostros y combinan con la personalidad de las mujeres de gustos sofisticados.

LACOSTE Y ROLAND-GARROS,

MODA DEPORTIVA

Por Marchon

Lacoste se une con el torneo icónico Roland-Garros para presentar una colección inspirada en el torneo de tenis francés, creado en 1928.



L916SRG-214.

Modelo *unisex*, confeccionados con plástico inyectado, que cuenta con el logotipo doble con las letras clásicas de Lacoste y una inscripción dedicada a Roland Garros, además de las iniciales RG en las puntas de las varillas.

L916SRG-001.

Armazón, de forma redonda, que se caracteriza por contar con los colores oficiales de Roland-Garros como un homenaje a la competencia que, cada año, reúne a los mejores jugadores del mundo.



ZAC POSEN

SHOP THE NEW COLLECTION AT KENMARKEYWEAR.COM



ELEGANCIA,

TENDENCIAS DE MODA CONTEMPORÁNEA

Por Furuikang

La destreza artística y la capacidad innovadora de esta marca se logra con esta línea que retoma las transparencias como una tendencia que regirá la moda.



E9877C.

Modelo que muestra su forma metálica y que gracias a sus materiales ofrece máxima ligereza y ajuste.

E9878C.

Inspirado en el cristal, este armazón de varillas delicadas y alma de metal ofrece un estilo imprescindible para cualquier *look*.



E9867C.

Diseño divertido y ligero, que se caracteriza por su forma rectangular. Su tonalidad neutra es perfecta para combinarse con cualquier atuendo.



HONOR MOMENT,

ELEGANCIA ESENCIAL

Por Furuikang

El espíritu innovador está presente en esta línea que se distingue por sus cánones estéticos y detalles únicos.



AM3049.

La combinación de metal dorado con el rosa hace que esta montura tenga una estética decidida. El frente está adornado con una serie de ranuras que le dan una personalidad muy original.

AM2044.

La elegancia moderna y sofisticada combinación de tonalidades clásicas ofrecen una pieza perfecta para los amantes de lo sobrio.



18816503.

La atrevida combinación de dorado con amarillo le da una personalidad única a este armazón de líneas puras y formas tradicionales.



WHARTON,

SILUETAS ICÓNICAS

Por Furuikang

La colección transmite la estética de la marca con modelos modernos que se pueden llevar a diario.



7009.

Modelo clásico que se destaca por su estructura metálica y elegancia única.

W9023.

Esta sofisticada y característica forma *semi rimless* proyecta glamour y elegancia con un detalle sutil en el frente.




W9061.


Moderno y femenino, este modelo de estructura metálica cubierta con acetato transparente, es perfecto para las mujeres de gustos originales.





Honor[®] Moment

Óptica FuRuiKang, S.A De C.V., Francisco I. Madero 39 piso 3, Col. Centro
Alcaldía Cuauhtémoc, C.P. 06000, Ciudad de México
Tel. 5512 9898, Whatsapp 55 5888 8970, 55 5888 8971

 [opticafuruikang](#)

 [opticafuruikang](#)

 opticafuruikang@hotmail.com

 www.furuikang.com.mx

BOSIYAN,

FORMAS SOFISTICADAS

Por Óptica Beijing

La nueva colección de Bosiyán combina una estética fresca con colores llamativos y formas grandes.



B7007A.

La combinación del azul con el rosa proyecta la personalidad juvenil de este armazón. Perfecto para los adolescentes de gustos originales.

B7006A.

Armazón cuadrado de color azul que se distingue por su estampado *animal print*, que está sutilmente colocado en el interior de las varillas.



B7014A.

Este armazón es el fiel reflejo del innovador estilo que ofrece esta marca. Ideal para los que desean un accesorio sobrio con detalles llenos de originalidad.

MEDICI,

ELEGANCIA FEMENINA

Por Óptica Beijing

Las gafas de la colección de Medici cuentan con atractivos modelos que logran el equilibrio entre modernidad y sofisticación.



ME2207.

La atractiva forma rectangular de este modelo se caracteriza por el colorido estampado de las varillas y el logo resaltado en color dorado.

ME2205.

Este modelo posee la elegancia propia de una mujer con gustos selectos. La combinación del rojo y el estampado oscuro dan una personalidad fuerte y única.



ME2186.

La versión moderna de un clásico que se distingue por su tono azul y varillas transparentes. Ligero, colorido y original.



NIKITANA, COMBINACIONES EXCEPCIONALES

Por Óptica Beijing

La colección se centra en brindar diseños accesibles y vanguardistas que se adaptan a la personalidad de las mujeres contemporáneas.



NK9725B.

Este modelo combina el plateado, negro y azul para lograr un estilo *retro*.

NK9792B.

El tono plata de este armazón otorga una personalidad tradicional que combina con cualquier *outfit*.



NK9812F.

Esta montura derrocha personalidad, brinda frescura y un estilo a lo último de la moda porque juega con los tonos clásicos y estampados *animal print*.



Nikitana
E Y E W E A R



Óptica Beijing de México S.A. de C.V.
Motolinía No. 23 Piso 1, Col. Centro, Alcaldía Cuauhtémoc, C.P. 06000, CDMX
Tel.: 5512 1174 WhatsApp: 5548560177 Email: obmmexico@hotmail.com



¿QUÉ HAY DE NUEVO?

¡Nuevo lanzamiento! Nos alegra anunciarles que hemos añadido a nuestra línea de productos las nuevas gafas **SPEQ**, que poseen una alarma contra el sueño y distracción de dispositivos móviles.

La alarma se activa cuando el usuario baja la cabeza para mirar el teléfono o se duerme. Esta línea cuenta con tres tipos de lentes: lente amarillo que aclara la visión nocturna; lente gris, categoría 3, para uso diurno que absorbe todo tipo de reflejos y el lente foto photogray polarizado que aumenta los contrastes lo que permite su uso tanto de día como de noche. Todos los lentes tienen protección UV 100%.

Aumente la seguridad de los conductores en días lluviosos y con niebla.

También son prácticos para deportes al aire libre.

GAFAS DE CONDUCCIÓN CON ALARMA

ESTUCHE INLUYE CAJA Y



¡NO Mire al Celular!



Día y Noche



¡NO te Duermas!



100% Protección



3 Colores



Fuertes

NEW

TENEMOS
COLECCIÓN
COMPLETA
CON LENTE
BLUE BLOCK
INCLUIDO



Anteojos Con Lentes Anti-Blue Light Block



Anti-Blue Light



Alivie la Fatiga Visual



Minimiza Dolor de Cabeza



Mejor Dormir



Ligeros

Exposición excesiva y sin cuidado a los aparatos tecnológicos como tablets, celulares y televisores puede causar degeneración macular. Por lo cual hay que considerar el uso de lentes que filtren la luz azul de las pantallas. Tenemos disponibles anteojos con lentes anti-blue light para mujer, hombres y niños. #NOMASLUZAZUL



Compre en Línea 24/7

bkframes.com

Eyezen™ START

LA NUEVA GENERACIÓN DE LENTES DE VISIÓN SENCILLA



Hoy en día los dispositivos digitales nos permiten realizar una infinidad de actividades a través de la pantalla, y están cambiando la manera en la que vivimos, como el platicar con un amigo desde el otro lado del mundo, compartir tu día a día en las redes sociales o asistir a una clase desde casa.



Durante el uso de dispositivos digitales se adquieren nuevas posturas, mismas que tienen un impacto en el sistema visual, forzando la vista para mirar al nuevo objeto. Al cambiar de un dispositivo a otro manteniendo la visión en distancias de trabajo intermedias y cercanas provoca fácilmente fatiga visual, en combinación con los problemas de la visión como hipermetropía, miopía o astigmatismo pueden ejercer una tensión adicional sobre el ojo. Las lentes monofocales estándar se calculan considerando la visión de lejos y los objetos de una distancia infinita y no toman en cuenta el tiempo que pasamos en distancias cercanas frente a los dispositivos digitales.

En la actualidad nuestros ojos se enfrentan a nuevos riesgos potenciales relacionados con las nuevas fuentes de luz artificial como la luz LED que la encontramos prácticamente en la mayoría de los sistemas de iluminación.

LOS USUARIOS MANIFIESTAN SINTOMAS DE FATIGA VISUAL⁽²⁾

2
DE
3

Personas sienten que al usar pantallas digitales **requieren más esfuerzo visual.**

3
DE
4

Personas sufren de **Fatiga visual,** así como de **ojos secos e irritados.**

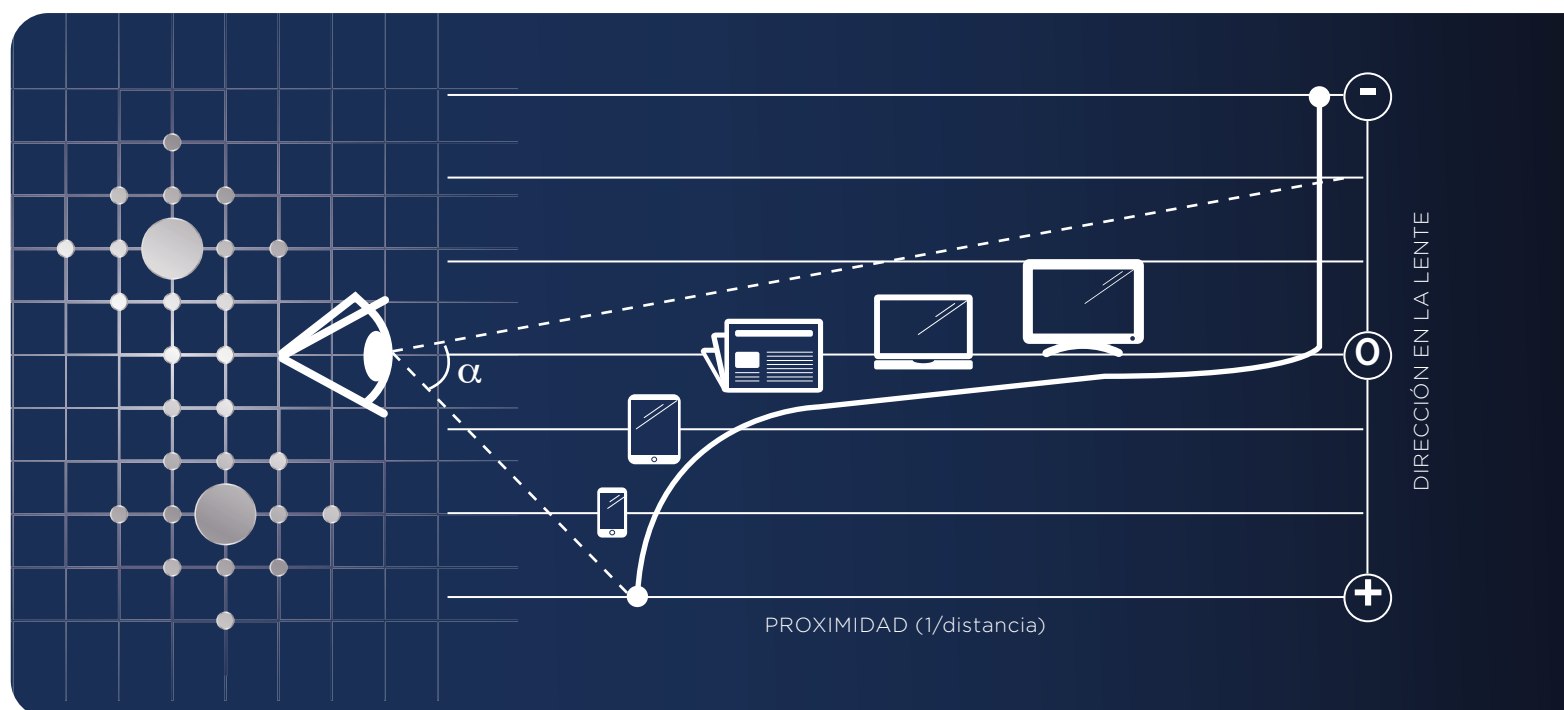
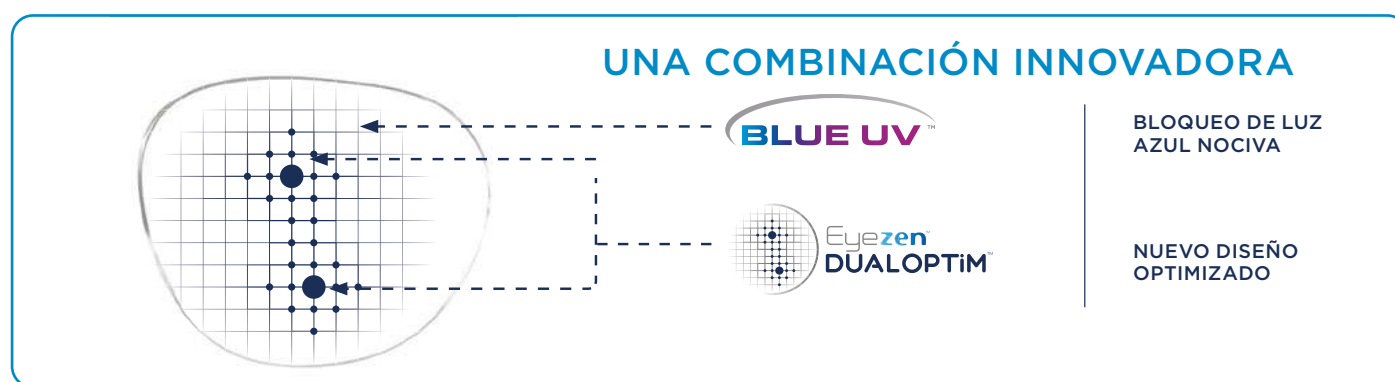
70%

Se quejan de **dolor de cuello y hombros.**

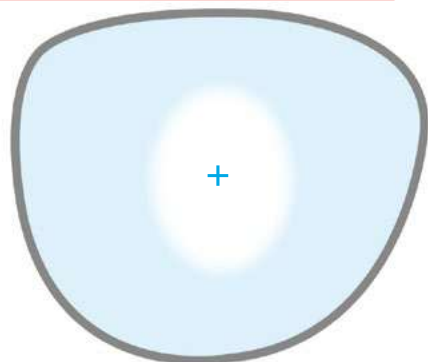
ES POR ESO QUE ESSILOR REINVENTÓ LOS LENTES DE VISIÓN SENCILLA CREANDO EYEZEN™ START

Eyezen™ Start la nueva generación de lentes de visión sencilla, introduce dos puntos de referencia en la visión de lejos y de cerca para el cálculo de las lentes creado por tallado digital, optimizando toda la superficie con el fin de mejorar la agudeza visual y reducir la diferencia respecto a la graduación según la ubicación del objeto.

La nueva tecnología **DUALOPTIM™** ofrece una segunda zona de optimización adaptada al nuevo comportamiento del usuario, toma en cuenta la distancia de los objetos al calcular la potencia y el astigmatismo, de este modo podemos mantener exactamente la potencia prescrita y reducir el astigmatismo no deseado, ofreciendo a los usuarios una visión relajada especialmente al usar dispositivos digitales.



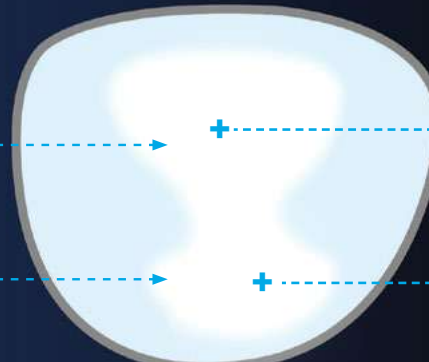
Un nuevo parámetro se toma en consideración: la distancia del objeto dependiendo de la dirección de la mirada. Gracias a nuestros estudios de I&D sobre comportamiento digital, hemos añadido este nuevo parámetro por primera vez a nuestras lentes visión sencilla.



LENTES VISIÓN SENCILLA ESTÁNDAR

VISIÓN LEJANA

VISIÓN CERCANA



LENTES EYEZEN™ START

Misma prescripción en ambos puntos de referencia.

ERRORES DE POTENCIA + ASTIGMATISMO INDESEADO



REDUCCIÓN DE ERRORES DE POTENCIA Y ASTIGMATISMO EN TODA LALENTE.

» EN VISIÓN CERCANA: 60% DE REDUCCIÓN⁽³⁾

Eyezen™ Start incluye la tecnología **BLUE UV™** un filtro avanzando contra la luz azul nociva bloqueándola hasta un 20% y ofreciendo un 100% de protección ante la radiación UV.

Todas las lentes Essilor son probadas en pacientes reales para conocer tanto su funcionalidad como la satisfacción de uso, donde los usuarios recomiendan ampliamente las lentes Eyezen™ Start para la vida digital y para las actividades de la vida diaria.

MEJOR VISIÓN AL USAR DISPOSITIVOS DIGITALES QUE CON LENTES VISIÓN SENCILLA ESTÁNDAR



MAYOR CONFORT VISUAL ⁽¹⁾

8 de 10

usuarios sienten más confort visual en comparación con sus lentes actuales.



MEJOR CONTRASTE ⁽¹⁾

8 de 10

personas manifiestan ver un mejor contraste en comparación con sus lentes actuales.



MENOR INTENSIDAD DE BRILLO ⁽²⁾

3 de 4

personas manifiestan sentir menos intensidad de brillo en comparación con sus lentes actuales

Eyezen™ Start es recomendado para todo usuario de lentes de visión sencilla de menos de 40 años con síntomas de fatiga visual moderado, además, puedes combinarlos con **Transitions® Signature Gen 8** y con la gama **Crizal®**.

Fuente

1.- Ngemie Barreto, Bernard Bourdoncle, Sébastien Fricker, Clotilde Haro, Armel Jiménez, Damien Paille, Carlos Rego. (2019). EYEZEN™ START LA NUEVA GENERACIÓN DE LENTES MONOFOCALAS. 2020, de Points de Vue Sitio web: <https://www.pointsdevue.com/sites/default/files/eyezenstart-sp.pdf>

2.- B2B Eyezen™ Start, Essilor.

Eyezen™ START



DISFRUTA DE LA VIDA
CONECTADA,
Y TUS OJOS
NUNCA
ESTARÁN
CANSADOS



ESCANEA EL CÓDIGO QR
Y CONOCE MÁS DE EYEZEN™ START

Pruebas con usuarios demostraron que el 89% de los consumidores prefirieron los lentes Transitions® Signature® GEN 8™ sobre los lentes claros Premium



Transitions Optical realizó pruebas de usuarios a gran escala con 146 participantes representativos de la población de EE. UU. para entender a profundidad lo que las personas esperan de su experiencia visual.

Para el estudio, se desarrolló un protocolo de investigación completamente nuevo y único utilizando un método de prueba en el laboratorio y en la vida. Los usuarios del estudio recibieron dos pares de gafas, uno con lentes claros *premium* y los otros con lentes Transitions Signature GEN 8 con exactamente las mismas monturas y material de la más alta calidad para la prueba.

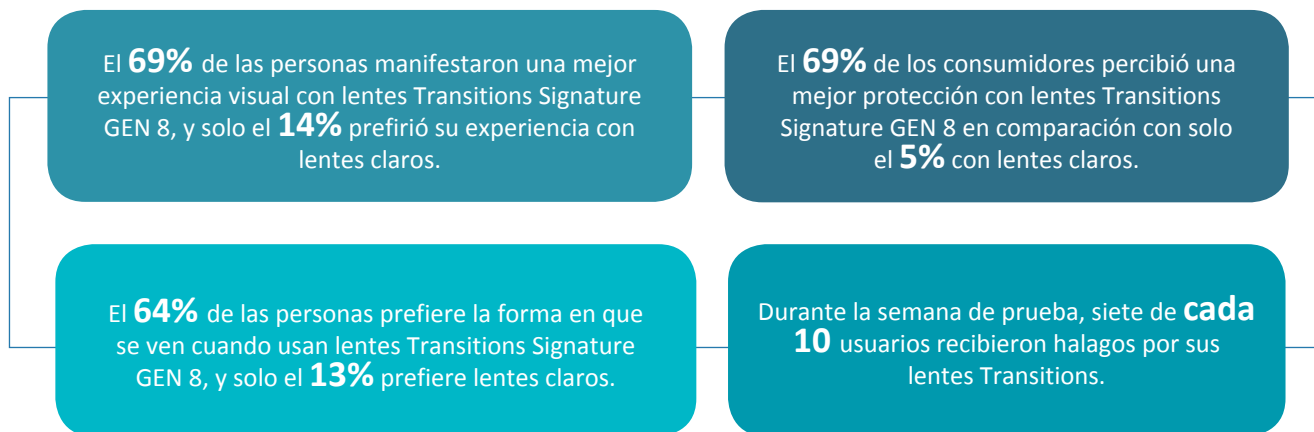
Durante las pruebas en el laboratorio, el estudio recreó las nueve situaciones de luz más comunes a las que estamos expuestos día a día en un ambiente controlado y las agrupó en tres categorías: luces interiores, luces intermedias y cambiantes y luces exteriores. Los usuarios probaron ambos pares (claro *premium* y Transitions Signature GEN 8) para cada situación y se les pidió que completaran una encuesta para evaluar su grado de satisfacción con su experiencia visual en cuatro dimensiones: la nitidez, el enfoque, la visual y los colores. Los resultados de las pruebas en el laboratorio incluyen:

Situaciones de luz interior, los lentes Transitions Signature GEN 8 brindan una excelente visión al igual que los lentes transparentes *premium*.

En exteriores, bajo la luz del sol, las personas calificaron su experiencia de visión mucho mejor con lentes Transitions Signature GEN 8 que con lentes claros *premium*.

En luz intermedia y con constantes cambios, Transitions Signature GEN 8 marca una diferencia notable ya que los usuarios de lentes Transitions declaran ver mejor que con los lentes claros *premium* en dichas situaciones de luz.

En la segunda parte, el método de prueba en la vida real, se pidió a los participantes que experimentaran ambos pares de gafas en su día a día durante siete días cada uno. Cada noche también se les pidió que completaran una encuesta para documentar su experiencia. Al final de la prueba se registraron 2.044 días de resultados. Después de siete días de prueba en su vida diaria con cada par de lentes Transitions Signature GEN 8 y claros, los resultados del método de prueba en la vida real encontraron que:



Al final de las dos semanas de prueba, a los usuarios se les hizo la pregunta más importante: ¿Cuál de los dos pares de gafas desea conservar? El par con lentes Transitions Signature GEN 8 fue seleccionado por el 89% de los encuestados. Además de que la mayoría eligió Transitions Signature GEN 8, el 82% de los encuestados también recomendaría y compraría estos lentes.

“La acogida fue tan contundentemente positiva tanto por parte de los profesionales de la salud visual como de los usuarios de Transitions Signature GEN 8 que nos inspiró a realizar esta investigación para un profundo conocimiento de lo que las personas esperan de su experiencia visual”, dijo Claire Carrara, Gerente de Conocimiento del Consumidor de Transitions Optical. “Con los resultados obtenidos, los profesionales de la salud visual pueden sentirse seguros y no dudar en recomendar lentes Transitions a sus pacientes de todos los grupos de edad como la mejor solución para su experiencia visual”.

Puede encontrar información y recursos adicionales sobre los lentes Transitions Signature GEN 8 en TransitionsPRO.com/GEN8.

Acerca de Transitions Optical

Transitions Optical es el proveedor líder de lentes fotocromáticos (adaptables inteligentemente) en el mundo, siendo el primero en fabricar y comercializar con éxito lentes adaptables de plástico en 1990. Como resultado de su incansable inversión en investigación, desarrollo y tecnología, Transitions Optical ofrece una amplia variedad de lentes y productos de protección, estableciendo nuevos estándares de desempeño avanzado para proporcionar un confort visual cada vez mayor y una protección óptima contra la luz azul nociva, y siempre, bloqueando el 100% de los rayos UVA y UVB.

El liderazgo del producto, el enfoque en el consumidor y la excelencia operativa han convertido a la marca Transitions® en una de las marcas de consumo más reconocidas en óptica. Para obtener más información sobre la empresa y Transitions® Lentes Inteligente a la luz™, visite Transitions.com **2020**

Sea un héroe para sus pacientes

(Este artículo fue traducido, adaptado e impreso con autorización del grupo de revistas de Jobson Publishing).

Primera parte

Aproveche su conocimiento y habilidad óptica para crear una experiencia visual impresionante.

Por Barry Santini

Comience con la posición OC correcta

La mayoría de las lentes fabricadas son de visión única (SV). El objetivo principal de las lentes SV es colocar correctamente el centro óptico (OC) frente al ojo. Hay cinco aspectos a considerar, ya sean monocular o binocular, que se deben tener en cuenta al determinar la ubicación del OC.

1. Elimine o reduzca el desequilibrio horizontal prismático no deseado en el punto de referencia principal (MRP), que es en el que el usuario se cruza con el plano de las gafas. Para lentes simples simétricos en rotación, la alineación horizontal de las lentes es completa para un Rx diseñado para visión de lejos cuando se hace "en PD". Las lentes de lectura implican más consideraciones.
2. Reduzca o elimine cualquier desequilibrio prismático vertical creado por una prescripción de aniso o antimetrópico el punto de referencia mayor.



Transitions™ Signature® GEN8™



GEN8™ Nueva tecnología
Nueva frontera de desempeño

Transitions es una marca registrada, el logotipo de Transitions, Lentes Inteligentes a la Luz y Gen 8 son marcas comerciales de Transitions Optical, Inc. utilizadas bajo licencia por Transitions Optical Limited. El desempeño fotocromático está influenciado por la temperatura, exposición UV y el material de la lente. ©2019 Transitions Optical Limited.

Frames by CAROLINE ABRAM PARIS® - Lentes Transitions® Grey

3. Alinee correctamente la capa de imagen completa, formada por la lente Rx, con la esfera del punto lejano o concha en el ojo amétrope. Esto se hace bajando el OC del MRP 0,5 mm por cada grado de inclinación del marco pantoscópico (regla de inclinación de Martin). Las grandes desviaciones de una distancia de vértice normal (VD) y los poderes de prescripción más altos pueden requerir recalcular cuánto ajustar el OC. La alineación de la carcasa de la imagen adquiere una mayor importancia al aumentar la potencia de Rx, el tamaño de la montura y la sofisticación de la lente (diseños esféricos, atóricos y de forma libre) junto con la elección adecuada de la curva base para mantener una buena agudeza periférica.
4. Reduzca los efectos de degradación de la imagen de materiales de lentes de bajo valor Abbe / alta dispersión, como el policarbonato y el índice 1,74.
5. Obtenga los detalles más aceptables y agradables en las gafas terminadas. Esto puede incluir el grosor de la lente y la cuña del prisma revelada en la forma del marco elegido. La manera más sencilla de lograr una buena estética es colocar el punto de referencia OC cerca del marco, definido como el punto medio en la vertical o el tamaño B de la forma de la lente en caja.

Para posicionar el centro óptico horizontalmente comience midiendo el PD:

Tradicionalmente, usando regla, pupilómetro o dispositivo de centrado digital, el talón de Aquiles en todos estos métodos es que el resultado es solo una medición objetiva. Hay algunas suposiciones que son erróneas detrás del uso del centro de la pupila o del reflejo corneal al determinar hacia dónde apunta la fovea del ojo. Por lo tanto, utilizar el eje visual del ojo es el único estándar que se debe emplear para garantizar que el prisma se manipule correctamente. Consejo: una forma poco convencional de determinar la separación del eje visual es con un binocular de bolsillo de 8 x 24 o 10 x 24. No se necesita nada sofisticado aquí, estos binoculares se pueden encontrar en línea por tan solo 12 dólares. Alinee los tubos binoculares para superponer los campos de visión en un círculo y mida la distancia entre los oculares para obtener una medición del eje visual binocular precisa y confiable. Este valor, junto con la determinación de la posición del ojo dominante, proporcionará la mejor DP subjetiva que se puede obtener. Este método también es excelente para alinear los pasillos de las lentes progresivas de manera óptima.

Para colocar el centro óptico verticalmente comience por cuidar la pupila:

Esta medida se llama altura de la pupila, que es la pupila por encima del contorno más bajo del alambre del ojo inferior. Utilice el sistema de recuadro de



medición del marco como referencia. Recuerde mantener el plano facial perpendicular al suelo al marcar la pupila para reducir el paralaje. A continuación, siga la secuencia anterior de consideraciones de OC y calcule dónde piensa colocar el OC. Esta es la altura de ajuste y es el valor que le da al laboratorio en el cuadro "Altura OC". Para las lentes simétricas rotacionalmente, es decir, una lente cuyo diseño no está personalizado por los valores de ajuste de la posición de uso (POW), como el ángulo pantoscópico y la envoltura del marco. Especifique la altura de ajuste (OC), es una de las cosas más importantes que puede hacer para garantizar la visibilidad y satisfacción del usuario.

La determinación de la alineación óptima de los lentes monofocales requiere que se consideren más factores de los que normalmente se ven.

El editor colaborador Barry Santini es un óptico con licencia del estado de Nueva York con sede en Seaford, NY. El autor desea agradecer a los ópticos Marisol Rodríguez, Lou Fullagar y al optometrista Dr. Peter Shaw por su ayuda e inspiración con esta función. 2020



**No solo vendemos lentes,
también calidad y servicio.**

POLARIZADOS SERIE

1.49 SERIE

1.56 SERIE

1.523 CRISTAL SERIE

1.56 BLUE CUT MAX SERIE

1.56 FOTOCROMATICO SERIE

1.591 POLICARBONATO SERIE

1.56 BLUE CUT MAX SERIE



¿Está aprovechando al máximo los lentes de contacto blandos?

(Este artículo fue traducido, adaptado e impreso con autorización del grupo de revistas de Jobson Publishing).

Primera parte

Por Melissa Barnett, OD

Una recomendación específica de lentes de contacto puede marcar la diferencia en el éxito de su uso. Si bien, existe en el mercado un arsenal sólido de opciones, el profesional de la salud visual puede tener dificultades para seleccionar la lente de contacto adecuada para cada paciente. Incluso han surgido más opciones en los últimos años, ofreciendo más oportunidades. Examinemos algunas de las tecnologías de última generación disponibles en la actualidad.

Manténgalo personal

Comience este proceso tomando el historial de su paciente. Primero, pregunte si hay antecedentes de uso de lentes de contacto. Si es así, investigue si están contentos con sus lentes o si hay algo que podría mejorar su experiencia de uso. Cuestione si les gustaría mejorar su visión, estabilidad visual y comodidad. Tome nota de cuánto tiempo durante su día y con qué frecuencia durante la semana usan los lentes.

También es importante conocer sobre un historial de uso o de interrupción. Infórmese sobre el problema específico del empleo previo de lentes de contacto.

Si no hay antecedentes, pregúntele al paciente con qué frecuencia planea usar sus lentes, todo el día o solo ocasionalmente.

Tenga siempre en cuenta la ocupación y las actividades diarias. Pregúntele si está interesado en usar lentes de contacto de color.

Explíquele que la elección de lentes de contacto puede ayudar a mejorar su visión y comodidad durante el día. Sea específico.

Asegúrese de preguntar si el paciente desea lentes que brinden alivio al usar dispositivos digitales o al realizar la transición entre diferentes condiciones de luz.

Tal vez sea necesario corregir la lectura. También es importante tomar nota de cualquier historial de ojos secos, alergias o enfermedades de la superficie ocular.

Sequedad y malestar

La razón principal por la que los pacientes interrumpen el uso de lentes de contacto se debe a la mala visión y la comodidad reducida. Además, aproximadamente, el 20% de los usuarios de lentes de contacto neófitos dejan de usarlos durante el primer año.¹

En el mercado global, la deserción de lentes de contacto es aproximadamente igual al número de nuevos usuarios cada año. La tasa de abandono varía entre el 15% y más del 20%.^{2,3} Estas tasas son increíblemente altas. En un estudio que evaluó el impacto de los materiales y diseños contemporáneos en el abandono de las lentes de contacto, se encontró que las razones principales para dejar de usarlos fueron la incomodidad y la sequedad; las razones secundarias fueron los ojos rojos y el costo.⁴

El taller internacional de la sociedad de la película lagrimal y la superficie ocular sobre el malestar de las lentes de contacto recomienda múltiples enfoques para manejar este problema crónico.⁵ Los consejos incluyen eliminar el sistema de cuidado de lentes cambiando a una modalidad de reemplazo diario, cambiar la solución o el sistema de cuidado, alterar la frecuencia de reemplazo de lentes de contacto o cambiar el diseño o material. Se pueden agregar suplementos como: lágrimas artificiales tópicas o gotas para los ojos, inserciones lagrimales y oclusión puntual.

Para decidir qué lente recomendar para cada paciente, también considere los efectos de la enfermedad del ojo seco (EOS). Esto puede afectar negativamente la calidad de vida, con síntomas como arenilla, sensación de cuerpo extraño, dolor ocular debilitante y fotofobia.⁶ También pueden producirse fluctuaciones y distorsiones visuales.

La estabilidad de la película lagrimal es importante en los usuarios. Si hay una enfermedad de la superficie ocular, la calidad de la película lagrimal disminuye, lo que aumenta la incomodidad. El ojo seco acrecienta, significativamente, la posibilidad de que se abandonen los lentes de contacto.⁷

Para los usuarios de lentes de contacto, especialmente aquellos con ojo seco, es importante preguntar qué productos se utilizan para la cara y los ojos. Muchos cosméticos contienen sustancias químicas que pueden aumentar la irritación ocular, la blefaritis, la toxicidad de la glándula de Meibomio e incluso causar o exacerbar la enfermedad del ojo seco (EOS). Es pertinente discutir el uso del producto con el fin de optimizar la superficie ocular, especialmente para aquellos con ojo seco.

Cambiar a un desechable diario puede resultar en una experiencia de uso más cómoda, limpia y saludable. Estos lentes son más delgados y livianos, lo que puede mejorar la sequedad y la comodidad. Además, éstas son convenientes ya que no es necesario limpiarlas o desinfectarlas cada noche.

Fotosensibilidad

Muchos pacientes pasan largas horas en sus computadoras, teléfonos y tabletas, además de leer, conducir o practicar deportes. A menudo solicitan formas de reducir los síntomas de fatiga ocular digital.

Aquellos a quienes les molesta la luz y el resplandor en interiores o exteriores son buenos candidatos para emplear lentes de contacto que se adaptan a los cambios en la intensidad de la luz, filtran la luz azul y brindan protección UV. Además, muchos de mis pacientes con dolores de cabeza y migrañas han encontrado alivio con éstos. Para conducir de noche, las lentes reducen el resplandor y los halos, algo que aprecian especialmente mis pacientes con cataratas leves a moderadas.

Aunque estas lentes no están diseñadas para sustituir las gafas de sol, mis pacientes que son deportistas también aprecian el ajuste automático a las diferentes condiciones de iluminación.

Pido a mis pacientes que prueben estos lentes durante 10 a 14 días y luego usen sus lentes habituales durante unos días. Este proceso permite, a la mayoría, apreciar los beneficios de esta tecnología.

El Dr. Barnett es optometrista del UC Davis Eye Center en Sacramento, CA. Es miembro de la Academia Estadounidense de Optometría, diplomado de la Junta Estadounidense de Certificación en Optometría Médica y miembro de la Asociación Británica de Lentes de Contacto. También, forma parte de la Junta de la Sección de Lentes de Contacto y Córnea de la Asociación Americana de Optometría.

El Dr. Barnett es consultor de Alcon, Bausch + Lomb, CooperVision y Johnson & Johnson Vision Care. 2020

Bibliografía

La Sra. Walsh es científica clínica en el Centro de Investigación y Educación Ocular de la Universidad de Waterloo en Canadá y es miembro de la Asociación Internacional de Educadores de Lentes de Contacto.

El Dr. Dantam es científico de laboratorio en el Centro de Investigación y Educación Ocular y es miembro de la Academia Estadounidense de Optometría.

El Dr. Luensmann es científico clínico en el Centro de Investigación y Educación Ocular y es miembro de la Academia Americana de Optometría.

- Craig JP, Nichols KK, Akpek EK y col. TFOS DEWS II Definición e informe de clasificación. *Ocul Surf.* 2017; 15 (3): 276-83.
- Nichols KK, Redfern RL, Jacob JT y col. El Taller Internacional de TFOS sobre la incomodidad de las lentes de contacto: informe del subcomité de definición y clasificación. *Invest Ophthalmol Vis Sci.* 2013; 54 (11): TFOS14-19.
- Mishima S, Gasset A, Klyce SD, Jr., Baum JL. Determinación del volumen lagrimal y el flujo lagrimal. *Invest Ophthalmol Vis Sci.* 1966; 5 (3): 264-76.
- Wang JH, Fonn D, Simpson TL, Jones L. El espesor de la película lagrimal precorneal y pre y postlens medido indirectamente con tomografía de coherencia óptica. *Invest Ophthalmol Vis Sci.* 2003; 44 (6): 2524-28.
- King-Smith PE, Fink BA, Hill RM, et al. El grosor de la película lagrimal. *Curr Eye Res.* 2004; 29 (4-5): 357-68.
- King-Smith PE, Fink BA, Fogt N, y col. El grosor de la película lagrimal precorneal humana: evidencia de espectros de reflexión. *Invest Ophthalmol Vis Sci.* 2000; 41 (11): 3348-59.
- Zhou L, Zhao SZ, Koh SK, et al. Análisis en profundidad del proteoma de lágrima humana. *J Proteómica.* 2012; 75 (13): 3877-85.
- Lam SM, Tong L, Duan X, et al. La caracterización extensa del fluido lagrimal humano recolectado usando diferentes técnicas desentraña la presencia de nuevos anfilios lipídicos. *J Lipid Res.* 2014; 55 (2): 289-98.
- RR Hodges, Dartt DA. Mucinas de la película lagrimal: defensores de primera línea de la superficie ocular; Comparación con las vías respiratorias y las mucinas del tracto gastrointestinal. *Exp Eye Res.* 2013; 117: 62-78.
- Pflugfelder SC, Solomon A, Stern ME. El diagnóstico y manejo del ojo seco: una revisión de veinticinco años. *Córnea.* 2000; 19 (5): 644-9.
- Fullard RJ, Snyder C. Niveles de proteínas en lágrimas no estimuladas y estimuladas de sujetos humanos normales. *Invest Ophthalmol Vis Sci.* 1990; 31 (6): 1119-26.
- Flanagan JL, Willcox MD. Papel de la lactoferrina en la película lagrimal. *Biochimie* 2009; 91 (1): 35-43.
- Puddu P, Valenti P, Gessani S. Efectos inmunomoduladores de la lactoferrina en las células presentadoras de antígeno. *Biochimie* 2009; 91 (1): 11-8.
- Williams RC, Gibbons RJ. Inhibición de la adherencia bacteriana por la inmunoglobulina secretora A: un mecanismo de eliminación del antígeno. *Ciencias.* 1972; 177 (4050): 697-9.
- Willcox MD, Lan J. Inmunoglobulina secretora A en lágrimas: funciones y cambios durante el uso de lentes de contacto. *Clin Exp Optom.* 1999; 82 (1): 1-3.
- Glasgow BJ, Gasyimov OK. Centrarse en las moléculas: lágrima lipocalina. *Exp Eye Res.* 2011; 92 (4): 242-3.
- Millar TJ, Mudgil P, Butovich IA, Palaniappan CK. Adsorción de lipocalina lagrimal humana en películas lipídicas meibomianas humanas. *Invest Ophthalmol Vis Sci.* 2009; 50 (1): 140-51.
- McCulley JP, Shine W. Un modelo basado en la composición para la capa lipídica de la película lagrimal. *Trans Am Ophthalmol Soc.* 1997; 95: 79-93.
- Craig JP, Tomlinson A. Importancia de la capa lipídica en la estabilidad y evaporación de la película lagrimal humana. *Optom Vis Sci.* 1997; 74 (1): 8-13.
- Nichols KK, Foulks GN, Bron AJ, et al. El taller internacional sobre disfunción de la glándula meibomiana: resumen ejecutivo. *Invest Ophthalmol Vis Sci.* 2011; 52 (4): 1922-9.
- Rosenfeld L, Fuller GG. Consecuencias de la viscoelasticidad interfacial en la estabilidad de la película delgada. *Langmuir* 2012; 28 (40): 14238-44.
- Shine WE, McCulley JP. Lípidos polares en las secreciones de la glándula meibomiana humana. *Curr Eye Res.* 2003; 26 (2): 89-94.
- Argueso P. Glicobiología de la superficie ocular: mucinas y lectinas. *Jpn J Ophthalmol.* 2013; 57 (2): 150-5.
- Gipson IK. Distribución de mucinas en la superficie ocular. *Exp Eye Res.* 2004; 78 (3): 379-88.
- Mantelli F, Argueso P. Funciones de las mucinas de la superficie ocular en la salud y la enfermedad. *Curr Opin Alergia Cl.* 2008; 8 (5): 477-83.
- Gipson IK, Argueso P. Papel de las mucinas en la función de los epitelios corneales y conjuntivales. *Int Rev Cytol.* 2003; 231: 1-49.
- Chen LY, Zhou L, Chan ECY, et al. Caracterización del metaboloma lagrimal humano por LC-MS / MS. *J Proteoma Res.* 2011; 10 (10): 4876-82.
- Choy CKM, Benzie IFF, Cho P. Concentración de ácido ascórbico y actividad antioxidante total del fluido lagrimal humano medida usando el ensayo FRASC. *Invest Ophthalmol Vis Sci.* 2000; 41 (11): 3293-8.
- Gogia R, Richer SP, Rose RC. Contenido de líquido lagrimal de componentes electroquímicamente activos, incluidos antioxidantes solubles en agua *Curr Eye Res.* 1998; 17 (3): 257-63.
- Chen Y, Mehta G, Vasilidou V. Defensas antioxidantes en la superficie ocular. *Ocul Surf.* 2009; 7 (4): 176-85.
- Azkargorta M, Soría J, Ojeda C, et al. Caracterización del peptidoma de la lágrima basal humana por CID, HCD y ETD seguido de análisis in silico e in vitro para la identificación de péptidos antimicrobianos. *J Proteoma Res.* 2015; 14 (6): 2649-58.
- Pescosolido N, Barbato A, Pascarella A, et al. Papel de los inhibidores de la proteasa en las enfermedades oculares. *Moléculas.* 2014; 19 (12): 20557-69.
- Yetisen AK, Jiang N, Tamayol A, et al. Sistema microfluídico basado en papel para el análisis de electrolitos lagrimales. *Chip de laboratorio* 2017; 17 (6): 1137-48.
- Yüksel Elgin C, Iskeleli G, Talaz S, Akyol S. Análisis comparativo de los niveles de película lagrimal de mediadores inflamatorios en usuarios de lentes de contacto. *Curr Eye Res.* 2016; 41 (4): 441-7

La familia completa de lentes de contacto

ULTRA[®] contact lenses
with MoistureSeal[™] technology

NUEVOS



16

HORAS DE COMODIDAD
con la tecnología MoistureSeal[™]

ULTRA[®] comodidad durante todo el día,
visión clara y consistente^{1,2}

MATERIAL DIRIGIDO AL PROFESIONAL DE LA VISIÓN

Referencias: 1. B+L unpublished data, 2013, 16-hour, bilateral, dispensing clinical evaluation of methacrylamide lenses as compared to Air Optix Aqua, Acuvue Oasys and Biofinity. 2. Results of an online survey with patients who wore their lenses for 7+ days and on average, spend 3 or more hours a day on a digital device (n=465). Survey questions were top 3-box scores (% Strongly Agree, Agree, Slightly Agree) on a 6-point agreement scale, with a margin of error #12.4%

BAUSCH + LOMB

Aviso de Publicidad No. 203300202C0353

Convov,

una empresa con *visión*



Nuestro concepto se basa en la fabricación de productos de alta calidad, nuestra línea cuenta con maquinaria de revestimiento de vacío, producimos 50 mil pares de lentes de diferentes resinas de alta calidad diariamente, y la producción anual alcanza los 18 millones de pares en las diferentes líneas. Somos uno de los fabricantes de lentes a gran escala en el mundo con tecnología de punta.

Convov está especializada en la fabricación de 1.49 fotosensibles, 1.56, 1.61, 1.67 y 1.74 esta serie con alta calidad, la empresa puede producir una gran variedad de productos para poder satisfacer todas las exigencias del mercado.

Nuestra tecnología garantiza que la empresa es capaz de tener un desarrollo constante y de ofrecerle al público productos de diseño innovador para disfrutar de una visión perfecta. **2020**



PHOTOSENS NG



ISO9001:2008 CE FDA



- PHOTOCROMATICO DE NUEVA GENERACIÓN PHOTOSENSITIVE
- 1.56 ULTRA LIGERO
- TONALIDAD MEJORADA EN MASA AL MOMENTO DE OSCURECER
- MAYOR TIEMPO DE VIDA AL ACLARAR DESPUÉS DE SU ACTIVACIÓN
- HIDROFÓBICO + ASFERICO

Lentes de Contacto multifocal de Bausch+Lomb, visión e innovación

BAUSCH+LOMB

Por Jill Saxon, O.D. directora de asuntos profesionales y estrategias de Bausch+Lomb

Kristen Hovinga, ingeniero de diseño de Bausch+Lomb

En la actualidad, los lentes de contacto multifocales tienen una óptica avanzada para ofrecer un campo de visión más natural; sin embargo, la mayoría de estos aún tienen algún grado de compromiso en la transición, tanto para presbítas iniciales como en los experimentados.

En una encuesta, de más de 700 usuarios de lentes para presbicia, más de una tercera parte de los pacientes comentaron que es difícil enfocarse en objetos lejanos, como las señales de la calle mientras conducen de noche.¹

En la era digital actual, la excelencia en la visión cercana e intermedia es igualmente importante como ver objetos a distancia. Todavía muchos presbítas dicen que les cuesta ver objetos de cerca en el trabajo.¹

La adaptación de lentes de contacto multifocales es, a menudo, un esfuerzo que consume mucho tiempo y deja a los pacientes y especialistas igualmente insatisfechos.

Bausch+Lomb diseñó un lente de contacto multifocal para superar estos desafíos. Los lentes utilizan un diseño llamado 3-zone Progressive™, que ofrece una zona amplia cercana e intermedia sin comprometer el poder de la zona lejana. El diseño ha sido optimizado para proporcionar potencia constante en cada zona (cercana, intermedia y distancia), entregando potencia precisa en cada poder.

El diseño también minimiza cambios notables entre zonas, asegurando una visión y transición fluida. Los profesionales del cuidado de la salud visual pueden adaptar más pacientes con presbicia.

Los lentes multifocales Bausch+Lomb cuentan con solo dos adiciones: ADD Low y Add High. Con otros lentes multifocales, los especialistas de la salud visual, a veces, tienen que elegir entre múltiples poderes de adición para mejorar el rendimiento visual.

Bausch+Lomb desarrolló el diseño Progressive™ de tres zonas para optimizar el mejor equilibrio en la visión a todas las distancias, con un rendimiento predecible en su adaptación.

La tecnología fue diseñada utilizando un novedoso modelo generado por computadora basado en datos anatómicos del ojo, recopilados de 180 ojos, además del tamaño de la pupila. Este modelo por computadora toma medidas de parámetros adicionales que influyen en el diseño del lente y desempeño del mismo (por ejemplo, la curvatura corneal y aberraciones de alto orden, resultando en una predicción visual precisa para cada individuo).

Para estudiar el diseño del lente, Bausch+Lomb evaluó su rendimiento en pacientes durante sus actividades en el mundo real y entornos clínicos. En un estudio de observación del diseño 3 zone Progressive™ de Bausch+Lomb, el 89,9% de los pacientes estuvieron de acuerdo en tener una visión clara cuando se pusieron las lentes por primera vez, y el 92% de los especialistas de la salud visual estuvieron de acuerdo en que el guía de adaptación para los lentes con el diseño 3 Zone Progressive™ facilitan la adaptación con solo dos adiciones.*³

Cuando los especialistas siguieron la guía de adaptación, lograron el 80% de éxito en los pacientes en la primera visita y el 96% en la segunda.³

Con un modelo óptico avanzado y dos adiciones para que los profesionales elijan (Low y High), los lentes de contacto multifocales de Bausch+Lomb proporcionan a los pacientes presbítas una visión clara en el mundo real, con transiciones rápidas y estables a través de todas las distancias.

Los lentes de contacto fueron diseñados con una adición consistente a través de todo el rango de poderes para hacer la conexión fácil e intuitiva, reduciendo así el tiempo total en consulta y una adaptación predecible. **2020**

Referencias:

*Based on a study of patients fitted with Bausch + Lomb PureVision®2 For Presbyopia multifocal contact lenses.

References: 1. Data on file. Bausch & Lomb Incorporated. July 2012. 2. Kingston AC, Cox IG. Predicting through-focus visual acuity with the eye's natural aberrations. *Optom Vis Sci* 2013;90:N/A. 3. Perceptions of Bausch + Lomb PureVision® 2 for Presbyopia (Field Observation Study) Final Total Results, 28 January 2013. 4. Data on file. Bausch & Lomb Incorporated. Rochester; NY 2015.

© 2016 Bausch & Lomb Incorporated. ®/™ are trademarks of Bausch & Lomb Incorporated and its affiliates. All other brand/product names are trademarks of their respective owners. PVP.0100.USA.15

Memorias de un Optometrista: una vida dedicada a la profesionalización de la optometría en México

En la autobiografía del Dr. Abraham Bromberg, se relatan los 56 años de la historia de la optometría en México, desde las primeras generaciones en el IPN y la UNAM hasta el papel que hoy desempeñan los especialistas en salud visual como primera línea de defensa para la prevención de la ceguera y el cuidado, tanto de la salud visual como de la salud en general.

Desde los años 70, el autor mexicano —licenciado en Optometría por el IPN, con estudios de maestría en la Universidad de Houston y de doctorado en la Universidad de California, en Berkeley— ha contribuido, de manera importante, a esta especialidad en México en los campos de la educación, investigación y profesionalización de la disciplina.

Su labor ha sido fundamental para que, en materia de salud pública, la optometría cobre relevancia seria y responsable al ser una rama de las ciencias de la salud que requiere de título y cédula profesional para ejercer. Acción que repercute directamente en la calidad de los servicios clínicos —desde evaluaciones optométricas, hasta estudios a profundidad— los cuales realizados como deben ser son esenciales para

detectar desde enfermedades crónico-degenerativas hasta neurológicas.

“Hoy, el principal reto de la profesión es evitar la ceguera de los mexicanos y referir oportunamente a los pacientes con los especialistas adecuados, ya que con un correcto y temprano diagnóstico se puede evitar que lleguen a perder la vista”, destacó el Dr. Bromberg, quien no quita el dedo del renglón sobre la necesidad de que el público en general, pacientes, estudiantes, especialistas y autoridades conozcan los alcances y el papel del Licenciado en Optometría en el cuidado de la salud.

De acuerdo con investigadores, en el mundo, más de mil millones de personas necesitan anteojos, pero no los tienen. Una aflicción que durante mucho tiempo se ha pasado por alto en las listas de prioridades de salud pública. Algunas estimaciones acercan esa cifra a 2 mil 500 millones de personas.

Memorias de un optometrista está ya disponible para descarga gratuita en la página del Consejo Optometría México en versión en español e inglés.

www.optometriamexico.org **2020**



Class2020



Vivimos tiempos muy desafiantes, tanto a nivel personal como profesional. Un pequeño virus ha provocado grandes cambios en la forma en que conducimos nuestras vidas y nuestro trabajo. Un momento histórico, y como en todos esos momentos, tenemos que encontrar lo mejor en nosotros, como seres humanos y como profesionales, para poder avanzar, resilientes y seguros. No es fácil.

Así fue también con Class2020. Teníamos todo planeado: Hoteles y Centro de Convenciones de Cartagena reservados, 25 conferencistas ya invitados, decenas de patrocinadores reservando sus *stands* en la zona comercial de 1500 metros cuadrados. ¡La expectativa de reunirse con amigos y clientes en la hermosa ciudad histórica de Cartagena de Indias para el evento de tres días! El deseo de consolidar el evento en Colombia, país que acogió la primera edición de Class en la ciudad de Bogotá en 2018, fue inmenso. Y de repente todo cambió.

A finales de febrero, ya anticipando que no sería una crisis breve, tomamos la difícil decisión de cancelar Class2020 en Cartagena y en su lugar, crear Class Online. Todo tuvo que repensarse. Y así fue: Eliminamos la zona comercial, ya que no creemos en los stands virtuales. Invitamos a más de 70 ponentes internacionales, todos los cuales aceptaron participar. ¡Merecen todo nuestro respeto y admiración porque tuvieron que grabar sus propias conferencias! ¡Y no te imaginas lo estresante que es! Reestructuramos el modelo de patrocinio y pese a la ausencia de *stands* virtuales, empresas clave del sector apoyaron el evento porque también creen que la formación de los profesionales de la salud visual es fundamental. Hemos editado más de 120 videos de conferencias, científicas y comerciales, todas accesibles de forma gratuita en la *web* del evento. El resultado final: 49 días de educación de la más alta calidad en lentes de contacto especiales.

Sabemos que estamos atravesando un momento muy difícil, personal y profesionalmente, y aquí presentamos nuestros respetos a quienes se han visto afectados de alguna manera. Pero es en los momentos más difíciles donde encontramos lo mejor de nosotros y estoy seguro de que esto también pasará. El año que viene creo que aún es demasiado pronto para un Class presencial. Pero en 2022, estoy seguro de que nos encontraremos en Cartagena y los abrazos serán aún más cálidos y los mojitos más sabrosos!

¡Adelante!

Carlos Mayoral
Gerente de Ventas de Contamac para América Latina [20/20](#)





20/20 México

AVIZOR	9
BK FRAMES	41
BAUSCH + LOMB	55
CONVOX	57
ESSILOR	5, 45, Portada 3
GRUNWALDT OPTICAL	7
H2O SUMMIT	51
KENMARK	31
LENSEBEST	19, Portada 4
LUCY'S OPTICAL	27
LUMILENT	23
ÓPTICA FURUIKANG	35
ÓPTICA BEIJING	39
S4OPTIK	21
SETO	Portada 1, 12, 13
YIWU IMPORTACIONES	1
YOUNGER OPTICS	Portada 2
TRANSITIONS	49

**AVIZOR
ESP**

Tel. +34 916564515
Fax: +34 916762757
www.avizor.com

**BAUSCH + LOMB
MEX**

Tel. 52 55 50624800
(55) 50-62-40-00
(55) 50-62-48-00
01-800-800-83-03
www.bauschmexico.com

**CONVOX
MEX**

Tel.: 52 555512-7888
Fax.: 52 555512-7886
convox@hotmail.com

ESSILOR



MEX

Essilor México S.A. de C.V.
Tel.: (55) 5130 7310

**ÓPTICA FURUIKANG
S.A. DE C.V**



Wharton

Honor Moment

FuRuiKang
EYEWEAR



Dream Lisa

Tel.: 5512 9898
opticafurui kang@hotmail.com

**GRUNWALDT OPTICAL
USA**

Tel.: 1- 305 889 6476 /
499 9987
Fax: 1- 305 889 6478
info@grunwaldtoptical.com

**H2O MICAS
MEX**

micas-h2o@hotmail.com

LENS BEST S.A DE C.V



daniel@lens-best.com
www.premiumlensbest.com

LUMILENT

Tel.: (55)5566-2222 /
5566-2021
5566-2120 /
01800-849-8200
lumilent@lumilent.com
www.lumilent.com

LUXOTTICA GROUP

LUXOTTICA

IT

Tel.: 39-0437-62641
Fax: 39-0437-63223

USA

Tel.: 305-477-0070
Fax: 305-477-0075

MEX

Luxottica México
Tel.: (55) 5010 7500



DEL 1 DE NOVIEMBRE AL 19 DE DICIEMBRE DE 2020

7 semanas de educación on-line con lo último en lentes de contacto especiales.

49

DÍAS

75

CONFERENCISTAS

132

CHARLAS Y TALLERES

Usted tendrá acceso a las más recientes tecnologías innovadoras, educación profesional y desarrollos de investigación.

Para más información e subscripción

www.class-symposium.com

Ofrecido por:

Contamac

Class 2020. Un hito en la educación de la salud visual.

**LUCY'S OPTICAL
S.A. DE C.V.**



GLORIA VANDERBILT



Hippo



KAREN MILLEN



EYEWEAR BY



MEX

Lucy's Optical, S.A. de C.V.

Tel.: (55) 5363 5947

Fax: (55) 5373 6242

S4OPTIK

MEX

Tel.: (52) 664 638 4322

info@s4optik.com

www.s4optik.com

**ÓPTICA BEIJING DE
MÉXICO S.A. DE C.V**



ÓPTICA BEIJING
DE MÉXICO



EYEWEAR

POLAR FASHION

Tel.: 5512 1174

obmmexico@hotmail.com

SETO

MEX

Tel. 52 (55) 5521 7800

setomexico@hotmail.com

**YIWU IMPORTACIONES,
S.A. DE C.V.**

Tel Of: 55 29 44 77

Cel: 55 27 13 49 49

http://yiwuimportaciones.com

YOUNGER OPTICS

USA

Tel: (305) 740 3458 /

761 6953

Fax: (786) 268 7036

jtambini313@aol.com

TRANSITIONS



MEX

Transitions Optical, Inc.

Tel.: 55 51307310

www.transitions.com

Transitions™



LUZ bajo control™

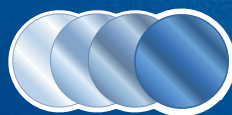
Style
MIRRORS

Disponibles en:

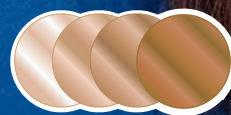

USO DIURNO



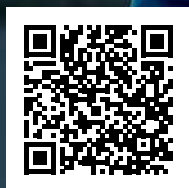
PLATA



AZUL



COBRE



ESCANEA EL CÓDIGO QR
Y PRUEBA VIRTUALMENTE
TUS TRANSITIONS FAVORITOS

[Transitions.com/es-mx](https://www.transitions.com/es-mx)  TransitionsMéxico  TransitionsMex

©2020 Transitions Optical Limited. Photochromic performance is influenced by temperature, UV exposure, and lens material. Frames by ic! berlin - Lentes Transitions® Style Mirror Azul. Transitions Style Mirrors Azul es apropiado solamente para la conducción diurna de acuerdo con pruebas de transmisión de la luz realizadas por TPGG en Pittsburg, Estados Unidos. No se recomienda la conducción nocturna.



Aclara tu mundo, no te limites:

antifog **BLUEFREE**

CARACTERÍSTICAS:

- Conserva la transparencia gracias a la película anti empañante en ambos lados de la lente
- Se puede limpiar con alcohol, jabón o acetona sin dañar las características de la lente.
- Tecnología **BLUEFREE** que bloquea efectivamente el espectro de luz azul nociva evitando la fatiga visual y previniendo los daños a largo plazo por sobre exposición a dispositivos electrónicos.
- Tecnología multicapa que reduce la fricción de la lente lo cual permitirá limpiar con menor frecuencia sus lentes y una duración mayor.
- Diseño esférico. La lente adopta un diseño esférico para reducir las aberraciones y optimizar el efecto visual. Es más real ver el objeto sin reflejos, mayor transmisión de luz y una visión más clara.