

# 20/20



Síguenos en:

/visionoptica

@visionoptica

@visionoptica

www.visionoptica.com

ULTRA  
DETALLADO  
PARA ULTRA  
CONFORT

CONFORT Y VISIÓN  
CONSISTENTEMENTE  
CLARA DURANTE  
TODO EL DÍA<sup>1</sup>

**BAUSCH + LOMB**  
ULTRA<sup>®</sup> contact  
lenses  
with MoistureSeal<sup>™</sup> technology

**16** HORAS DE COMODIDAD  
con la tecnología MoistureSeal<sup>™</sup>

NUEVOS



Astigmatismo

Multifocal

Miopia e Hipermetropía

Referencia: 1. Data no publicada de B+L, 2013. Evaluación clínica bilateral de 16 horas de lentes de metacrilamida comparados con Air Optix Aqua, Acuvue Oasys y Biofinity. ULTRA<sup>®</sup> autorizado por ANMAT PM1087-78.

ASTIGMATISMO México: Reg. No. 2704C2017 SSA El Salvador: IM038415032018 Honduras: HN-DM-0818-0007 Costa Rica: EMB-US-18-03262 Nicaragua: I104-191018-6482 Rep. Dominicana: PS2019-0001 MULTIFOCAL México: Reg.2666C2017 SSA El Salvador: IM038515032018 Honduras: HN-DM-0818-0006 Rep. Dominicana: PS2018-0150 Costa Rica: EMB-US-18-03269 Nicaragua: I104-310818-6301 MIOPIA E HIPERMETROPIA México: Reg. 1348C2016 SSA Costa Rica: EMB-US-16-03631 El Salvador: IM168208122016 Honduras: DM-3671 Nicaragua: I104-231017-5395 Rep. Dominicana: PS2018-0022. Permiso de Publicidad: 203300201B1473. Consulte a su especialista de la salud visual. Lea las instrucciones de uso.

Transitions™  
XTRACTIVE®  
POLARIZED



## DE TRANSPARENTE A EXTRA-WOW

Bienvenido al extra comfort de Lentes Transitions® XTRActive® Polarized. Estos lentes comienzan claros en interiores, se van oscurecido moderadamente en el automóvil y al aire libre bajo el sol logran una extra oscuridad y se vuelven polarizados.

### AHORA DISPONIBLE:

- 1.50 Resina dura, gris SFSV
- Policarbonato, SFSV gris
- MR-10™ de índice alto 1.67, gris SFSV



VERA WANG  
EYEWEAR

# 20/20 México



08

Noticias

## Migraña asociada con mayor riesgo de RAO

- 08. Migraña asociada con mayor riesgo de RAO
- 08. Tiempo al aire libre frena el riesgo de miopía
- 08. MIDO 2021 se realizará en junio
- 09. La gabapentina puede mejorar el dolor ocular neuropático
- 09. Crean robot para insertar lentes de contacto
- 09. Vision Expo East, ahora en Orlando

**BAUSCH+L**  
ULTRA contact lenses  
with MoistureSeal™ technology

**CONTACTO MULTIFOCAL PARA PRESBIA**  
visión consistentemente clara durante todo el día.  
adaptación predecible para un manejo más efectivo del

colocación en la primera visita **80%<sup>2</sup>**

colocación en la segunda visita **96%<sup>2</sup>**  
cuando estuvieron de acuerdo que la guía de adaptación facilitó la

**Samfilcon A**  
Tecnología MoistureSeal®  
46%  
163 Dk/t en el centro por ~3.00D  
Diseño 3-Zone Progressive™, óptica esférica cercana al centro

10

Desde la Portada

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



14

Especial diferenciación

## Storytelling: la magia de las historias para enganchar a los clientes e impactar las ventas positivamente



18

Optometría Clínica

## Conocimiento y tecnología para nuestra práctica diaria

- 19. Digitalización de la lentes de visión sencilla



24

Publirreportajes

- 24. SETO
- 28. Lens Best
- 34. Essilor
- 42. Luxottica
- 44. Kenmark Eyewear
- 54. Convex



**36**

Moda y Tendencias

**Conozca las tendencias para esta temporada**

- 37. Yiwu Importaciones
- 38. Safilo
- 39. Marchon
- 40. Lucy's Optical



**46**

Mi Óptica

**Beneficios para mi óptica al hacer una buena estrategia en Facebook**



**49**

En contacto

**Pruebas para una adecuada adaptación de lentes de contacto en adultos mayores**



**52**

Asociaciones y Universidades

**Amблиopía y estrabismo: principales alteraciones de la visión binocular**



**56**

Directorio

Directorio

Empezamos el 2021 con optimismo y esperamos que pronto lleguen las vacunas a nuestros países. Mientras tanto, seguiremos adaptándonos a esta nueva realidad, consecuencia de la pandemia por COVID-19, que ha cambiado la forma en que trabajamos, aprendemos e interactuamos con un distanciamiento social que nos ha llevado a una existencia más virtual, tanto personal como profesionalmente.

Lo más difícil es adaptar la vida personal con la del trabajo en casa ya que cuando uno está con la familia es complicado el manejo del tiempo y las prioridades. Para nosotros en CLM, la revista 20/20 ha sido nuestra prioridad tanto en recursos como sentimentalmente. Al mes de estar en la pandemia, nos dimos cuenta que el negocio nuestro iba a cambiar y también entendimos que las prioridades y necesidades de nuestros lectores y clientes no iban a ser las mismas que antes de la pandemia. En este momento, teníamos una decisión que tomar: seguir con lo mismo recortando personal y otros costos o entender que en tres o cinco años la óptica y la oftalmología iban a cambiar fundamentalmente y nosotros deberíamos prepararnos para esto. Decidimos seguir adelante con todo el equipo diciéndoles que nos olvidáramos del pasado y que todos en conjunto deberíamos buscar un futuro nuevo. Esta decisión para algunos creó algo de incertidumbre al principio, por lo que le pedí a la psicóloga, que nos asesora hace más de 10 años, que trabajara de cerca con todo el equipo ayudándoles a navegar tanto su vida laboral como personal. Al tener una visión clara de a dónde queríamos ir como grupo decidimos invertir en nuevas tecnologías creando procesos que nos ayudaran a trabajar de manera más eficiente. Formamos tres grupos, con su respectivo líder, con el objetivo de entender y crear soluciones para las nuevas necesidades de nuestros clientes y lectores. Un grupo se enfocó en mantener y hacer más eficientes los contenidos con nuestro negocio tradicional. El otro grupo se enfocó en entender mejor las necesidades de la industria y ver cómo les podíamos ayudar a cerrar ventas y el tercero, en ver cómo se capacitan los profesionales de la salud visual, tomando en cuenta varios modelos para validar nuestras hipótesis. Al final, con ayuda de consultores externos empezamos a crear soluciones que sabemos van a tener un impacto positivo en la industria de la salud visual. El 2021, será el año de nuestro cambio y pronto empezaremos a dar a conocer nuestros productos en el mercado. Sabemos que todos los cambios tienen riesgos y toman tiempo en ejecutar, pero esta vez lo hicimos en equipo e invirtiendo en expertos con experiencia que ya han recorrido nuestro camino. En todo nuestro equipo estamos confiados que los riesgos que tomamos serán recompensados cuando veamos a nuestros clientes y lectores utilizarlos.

El equipo de CLM los invita a que evalúen bien sus negocios y vean qué pasos deben tomar para estar preparados para los cambios que se vienen en la industria no solo por el COVID-19 sino por las tecnologías disruptivas, comercio electrónico y los cambios en las necesidades del consumidor. La diferenciación es fundamental y será nuestro tema a desarrollar en el 2021. **2020**



Por favor, escríbanos sus inquietudes a nuestro correo editorial: [ccastillo@clatinmedia.com](mailto:ccastillo@clatinmedia.com) o por medio de nuestras redes sociales.

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

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

[www.visionyoptica.com](http://www.visionyoptica.com)

# #HASHTAG



**gos**  
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

**20/20 México**



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](mailto: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 fernandaferrret@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:** Río Misisipi 49, piso 14, int. 1402,  
Colonia Cuauhtémoc, Alcaldía Cuauhtémoc,  
Ciudad de México, C.P. 06350. Teléfono:  
5541614561.

**20/20 MÉXICO**

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



# #1

El #1 en lentes  
oftálmicas del  
mundo\*

# SEE MORE. DO MORE.

## Crizal®

### LA VISIÓN MÁS CLARA CON CRIZAL®

Crizal® actúa como un escudo contra reflejos, rayones y manchas, para brindarte una visión con la mayor claridad posible. Aún cuando usamos el flash en las selfies, (oh, no olvides recomendar **Crizal®** a tus amigos).

crizal.com.mx



ESSILOR

Crizal®

© Essilor® and Crizal® are trademarks of Essilor International. \*Only 4,710 generic coating wearers - Source: Based on Brand Tracking - MSW - 19 countries - 2016.6.2016 - 21,666 eye glass wearers, 1,046 Crizal wearers. Frame: Oliver Peoples®  
\*Euromonitor, Eyewear 2018 edition, Essilor International, S.A. Company, retail value sales at R.P.



## Migraña asociada con mayor riesgo de RAO

Investigadores del Byers Eye Institute de la Facultad de Medicina de la Universidad de Stanford, determinaron recientemente que un diagnóstico de migraña está asociado con un mayor riesgo de muchos tipos de oclusión de la arteria retiniana (RAO).

Para investigar la asociación entre la migraña y el riesgo de RAO, RAO central (CRAO), RAO rama (BRAO) y otros tipos de RAO, que incluyen RAO transitoria y parcial, el estudio analizó 418,965 pacientes con migraña y controles emparejados. Entre los participantes, 1.060 (0,25%) pacientes con migraña fueron posteriormente diagnosticados con RAO; mientras que solo 335 (0,08%) pacientes sin migraña fueron diagnosticados con RAO.

Los investigadores encontraron que los pacientes con migraña con aura tenían un mayor riesgo de RAO incidente en comparación con aquellos con migraña sin aura (HR = 1,58). Esta asociación se mantuvo constante para BRAO (HR = 1,43) y otros tipos de RAO (HR = 1,67); sin embargo, no fue estadísticamente significativo para CRAO (HR = 1,18).



## Tiempo al aire libre frena el riesgo de miopía

Una investigación china muestra que los niños que pasan más tiempo al aire libre pueden reducir el riesgo de desarrollar miopía en un 31%; sin embargo, las horas extra no parecen mitigar la progresión de la miopía, sugieren nuevas investigaciones en *oftalmología de BMC*. El estudio también encontró que un nivel más alto de tiempo al aire libre es un factor protector para los niños con padres miopes.

Los niños se someten a refractometría no cíclopéjica cada seis meses y mediciones de longitud axial (AL) cada año. Al final del estudio, los estudiantes completaron un cuestionario sobre su actividad laboral cercana y el tiempo que pasaban al aire libre, y sus padres respondieron un cuestionario sobre sus antecedentes e historia de miopía.

“Descubrimos que un alto nivel de exposición al aire libre tenía una influencia notable en el riesgo de nueva miopía para los niños, incluso con un padre miope. Por lo tanto, se sugiere que se aumente el tiempo dedicado a actividades al aire libre para niños con padres miopes”, concluyeron los investigadores.



## MIDO 2021 se realizará en junio

Mido cambió sus fechas tradicionales de febrero y programó su evento para llevarse a cabo del 5 al 7 de junio, con el objetivo de garantizar a los expositores y visitantes una exposición que ofrezca el máximo potencial de tráfico internacional y transacciones comerciales rentables.

“Teniendo en cuenta que más de la mitad de los expositores y visitantes provienen, normalmente, de 160 países alrededor del mundo, una feria internacional programada antes de junio podría poner en riesgo su participación. Por lo tanto, MIDO 2021 en junio es la mejor opción para volver a nuestra misión: organizar y maximizar las oportunidades para el comercio internacional, aportando un nuevo brillo y vitalidad a este sector clave”, declaró el presidente de MIDO: Giovanni Vitaloni.



## La gabapentina puede mejorar el dolor ocular neuropático

Algunos pacientes con ojo seco pueden experimentar dolor intenso que reduce su calidad de vida, y aunque los tratamientos tópicos pueden mitigar las respuestas inmunitarias locales y reducir la inflamación; este enfoque no siempre resuelve el problema si el dolor subyacente es de naturaleza neuropática.

Un estudio reciente informó que la gabapentina oral puede ser capaz de tratar con éxito a pacientes con dolor ocular neuropático, a diferencia del dolor causado, principalmente, por influencias mecánicas y químicas, que tienen comorbilidades sistémicas, incluyendo trastornos reumáticos, neurológicos y psicológicos. La gabapentina es un potente bloqueador de la sensibilización nerviosa utilizado para tratar la epilepsia y la neuralgia post-herpética. Una formulación relacionada (pregabalina) trata la neuropatía periférica.

El equipo de investigación de Corea encontró que este tratamiento puede ser aún más eficaz en pacientes que tienen puntuaciones más graves de tinción de la córnea y no antecedentes de cirugía ocular o trauma.



## Crean robot para insertar lentes de contacto

Las lentes RGP semiesclerales son lentes de gran diámetro que descansan sobre la esclerótica y, debido a su tamaño, pueden ser difíciles de manejar.

Cliara es un robot que tiene una cámara conectada al dispositivo, que consiste en ventosas para medir la presión exacta necesaria para insertar o quitar las lentes. El usuario mira hacia abajo en la cámara para ver un video en tiempo real de la inserción o eliminación con el ojo opuesto. De esta manera, el paciente puede controlar todo el procedimiento. En el comando de voz del usuario, el dispositivo se extenderá al ojo y se detendrá en el contacto detectado por sensores de alta precisión. Después de la inserción o extracción, el robot se retrae.

Cliara está actualmente en proceso de ensayos clínicos en Boston para la aprobación de la FDA. El dispositivo será útil para los usuarios de lentes de contacto que tienen problemas de destreza, o incluso aquellos que tienen miedo de tocarse los ojos.



## Vision Expo East, ahora en Orlando

El Vision Council y Reed Exhibitions, organizadores de Vision Expo, anunciaron que Vision Expo East 2021, originalmente programada para realizarse en el Javits Center en la ciudad de Nueva York del 25 al 28 de mayo de 2021, ahora se llevará a cabo en el Orange County Convention Center, en Orlando, Florida, del 2 al 5 de junio de 2021.

Esta decisión se tomó con el objetivo de encontrar un nuevo lugar y fechas que se adapten mejor a las restricciones actuales de COVID-19.

Para realizar el registro y encontrar más información, ingrese a la página web <https://east.visionexpo.com/>

## 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 presbíteros 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.<sup>1</sup>

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

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 los lentes por primera vez, y el 92% de los especialistas de la salud visual estuvieron de acuerdo en que la guía de adaptación para los lentes con el diseño 3 Zone Progressive™ facilitan la adaptación con solo dos adiciones.<sup>3</sup>

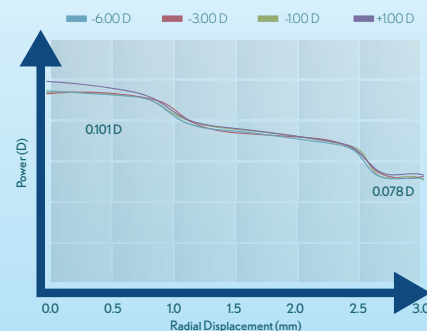
Cuando los especialistas siguieron la guía de adaptación, lograron el 80% de éxito en los pacientes en la primera visita y el 96% en la segunda.<sup>3</sup>

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 presbíteros 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.

20/20

Bausch + Lomb ULTRA® for Presbyopia High Add



#### 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. PVP0100.USA.15

**BAUSCH+LOMB**  
 ULTRA® contact lenses  
 with MoistureSeal™ technology

## LENTE DE CONTACTO ULTRA® CONFORT

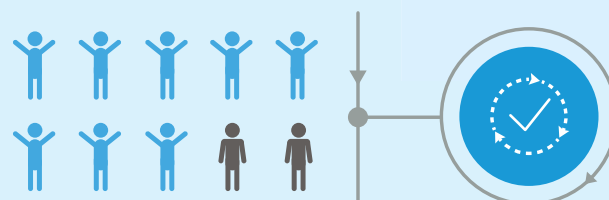
PARA PRESBICIA



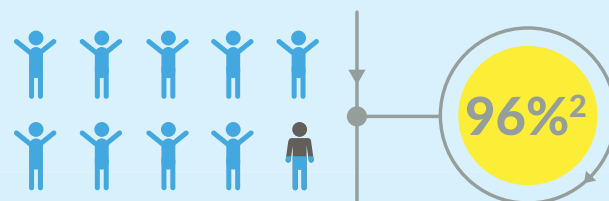
### ULTRA LENTES DE CONTACTO MULTIFOCALES PARA PRESBICIA

Brindan confort y visión consistentemente clara durante todo el día.

Diseñados para mejorar la visión<sup>1</sup> y adaptación predecible para un manejo más efectivo del paciente.



Éxito de colocación en la primera visita **80%**<sup>2</sup>



Éxito de colocación en la segunda visita

El **92%** de los especialistas de la salud visual estuvieron de acuerdo que la guía de adaptación facilitó la adaptación.<sup>2</sup>

#### PARÁMETROS

MATERIAL:	Samfilcon A
TECNOLOGÍA DEL MATERIAL	Tecnología MoistureSeal®
CONTENIDO DE AGUA	46%
TRANSMISIÓN DE OXÍGENO	163 Dk/t en el centro por -3.00D
TECNOLOGÍA DEL DISEÑO	Diseño 3-Zone Progressive™, óptica esférica cercana al centro
CURVA BASE	8.5 mm
DIÁMETRO	14.2 mm
ESPELOR CENTRAL	0.07 mm @ -3.00D
PODERES ESFÉRICOS	+6.00D a -10.00D en pasos de 0.25D (incluyendo el plano)
ADICIÓN DE PODERES	Low: +0.75D a +1.50D adición de lente High: +1.75D to +2.50D adición de lente
TINTA DE VISIBILIDAD	Azul claro
MODALIDAD	Uso diario, reemplazo mensual

Diseñados para una potencia precisa, para un ajuste más predecible

# GUÍA DE ADAPTACIÓN

## ¿Cómo adaptar Ultra® para Presbicia?

Siga la siguiente guía de adaptación:

### Selección del lente inicial

- Parta de la refracción actualizada y adición en anteojos.
- Determine la dominancia ocular en visión lejana.
- Seleccione la potencia de lejos en base al equivalente esférico de la refracción, y realice el ajuste en función de la distancia al vértice si fuese necesario.
- Elija el lente de prueba en base a los cálculos anteriores y seleccione la adición.

### Evaluación inicial del lente

- Espere 10 minutos para que el lente de prueba se establezca en el ojo antes de evaluar la adaptación y la visión.
- Evalúe binocularmente la visión de lejos y de cerca con la iluminación normal del consultorio.
- Si la visión de lejos y cerca es satisfactoria, entregue los lentes de prueba y programe un control en 8 días.

## SELECCIÓN DE LA ADICIÓN

ADICIÓN EN GAFAS	AMBOS OJOS
de +0.75D a +1.50D	Adición baja
de +1.75D a +2.50D	Adición alta

## CRITERIO PARA LA SELECCIÓN DE PACIENTES

- Motivados
- Astigmatismo refractivo igual o inferior a -1.00D

## Para mejorar la visión de cerca

### + SI EL PACIENTE LLEVA LENTE DE ADICIÓN LOW EN AMBOS OJOS:

	OJO DOMINANTE	OJO NO DOMINANTE
LENTE INICIAL	Adición baja	Adición baja
PRIMER AJUSTE	Adición baja	Adaptar adición alta

2.º AJUSTE: Si la visión aún no es satisfactoria, añada lentes oftálmicos de la caja de pruebas en pasos de +0.25D en el ojo dominante (llevando adición high en ese ojo) y continuar evaluando la visión binocularmente con iluminación normal. Cambie la potencia del lente de contacto cuando la visión sea satisfactoria.

### + SI EL PACIENTE LLEVA LENTE DE ADICIÓN HIGH EN AMBOS OJOS:

	OJO DOMINANTE	OJO NO DOMINANTE
LENTE INICIAL	Adición alta	Adición alta
PRIMER AJUSTE	Adición alta	Añadir +0.25D en el ojo no dominante

2.º AJUSTE: Si la visión aún no es satisfactoria, añada lentes oftálmicos de la caja de pruebas en pasos de +0.25D en el ojo dominante y continuar evaluando la visión binocularmente con iluminación normal. Cambie la potencia del lente de contacto cuando la visión sea satisfactoria.

## Para mejorar la visión de lejos

### + SI EL PACIENTE LLEVA LENTE DE ADICIÓN LOW EN AMBOS OJOS:

	OJO DOMINANTE	OJO NO DOMINANTE
LENTE INICIAL	Adición baja	Adición baja
PRIMER AJUSTE	Adaptar lente de contacto monofocal*	Adición baja

2.º AJUSTE: Si la visión aún no es satisfactoria, añada lentes oftálmicos de la caja de pruebas en pasos de -0.25D en el ojo dominante (llevando lente de contacto monofocal) y continuar evaluando la visión binocularmente con iluminación normal. Cambie la potencia del lente de contacto cuando la visión sea satisfactoria. \*Ultra®

### + SI EL PACIENTE LLEVA LENTE DE ADICIÓN HIGH EN AMBOS OJOS:

	OJO DOMINANTE	OJO NO DOMINANTE
LENTE INICIAL	Adición alta	Adición alta
PRIMER AJUSTE	Adaptar adición baja	Adición alta

2.º AJUSTE: Si la visión aún no es satisfactoria, añada lentes oftálmicos de la caja de pruebas en pasos de -0.25D en el ojo dominante (llevando adición low en ese ojo) y continuar evaluando la visión binocularmente con iluminación normal. Cambie la potencia del lente de contacto cuando la visión sea satisfactoria.

**Referencias:** 1. Data on file. Bausch & Lomb Incorporated. Rochester, NY. 2. Thirty-nine ECPs (from 10 countries) refitted 422 existing soft contact lens wearing presbyopes into PureVision®2 for Presbyopia lenses.

MULTIFOCAL México Reg.2666C2017 SSA El Salvador IM038515032018 Honduras HN-DM-0818-0006 Rep. Dominicana PS2018-0150

Costa Rica EMB-US-18-03269 Nicaragua I104-310818-6301

No. de Aviso: 203300202C6398 Lea las instrucciones de uso. Material dirigido al profesional de la salud.

**BAUSCH + LOMB**  
ULTRA contact lenses  
with MoistureSeal® technology

**re·  
nu**<sup>®</sup>  
solución multipropósito  
ADVANCED

# FÓRMULA AVANZADA

para lentes de contacto



## Sistema de triple desinfección

Única fórmula con 3 componentes que brindan una excelente desinfección.<sup>1,2,3</sup>



## Excelente limpieza

Renu fórmula AVANZADA, limpia y ayuda a prevenir la formación de depósitos en los lentes.<sup>4</sup>



## Confort diario

Humecta y rehidrata los lentes para mayor comodidad a lo largo del día.<sup>5</sup>



**BAUSCH + LOMB**

**Referencias:** 1. En base a una prueba estandarizada (ISO 14729) contra cinco microorganismos comunes. 2. Vs. soluciones multipropósito basados en una prueba estandarizada (ISO 14729) contra cinco microorganismos comunes. 3,4,5 Data on file.

Reg. No. 1503C2018 SSA Renu Advanced Permiso de Publicidad No. 193300201B1752.

# Storytelling: la magia de las historias para enganchar a los clientes e impactar las ventas positivamente

¿Cómo puedo conectarme con mi marca a través del Storytelling para vender más?



1

**Ten clara tu propuesta de valor.** Una buena propuesta de valor debe dejar claro:

- Cómo su óptica, a través de sus productos y servicios, resuelve el problema o necesidad de su cliente.
- Qué beneficios debe esperar el cliente de tu servicio
- Por qué te debe elegir a ti y no a tu competencia. Cuál es tu valor diferencial.

**Responde estas preguntas para conectarte tú mismo con tu historia.**

- ¿Cuáles son mis valores?
- ¿Por qué son importantes?
- ¿Cómo lo transmito a mis clientes?
- ¿Cuál es mi diferencial frente a la competencia? ¿Qué quiero generar con esa historia?
- ¿Tengo una historia que conecte a mis clientes conmigo y con mi empresa? ¿Alguien conoce mi historia? ¿Qué quiero generar con esa historia?
- ¿Cuál es la identidad de mi marca? ¿Cómo creo que me ven? Para construir una historia poderosa, que cumpla con tus objetivos e impacte a tu cliente.



2



3



**Responda estas preguntas para conectarse con su cliente y cautivarlo**

- a. ¿Quién y cómo es mi cliente? ¿Qué necesita?
- b. ¿Cómo puedo satisfacerlo y ofrecerle un servicio único? ¿Por qué debe elegirme a mí?
- c. ¿Mis clientes actuales me recomiendan? Si la respuesta es sí: ¿Por qué? Si la respuesta es no, ¿Por qué? cautivarlo.

**En sus marcas, listos y... ¡a escribir!**

¿Cómo? Utilizando la estructura de 3 pasos propuestos por Aristóteles, es la más sencilla y muy efectiva.

**Planteamiento:**

Este es el momento en que tienes que lograr captar la atención del público, cautivarlo. Aquí presentas el tema, el protagonista y, en seguida, tiene lugar el detonante, que da un giro inesperado a la historia.



**Nudo:**

Desarrolla la historia, da lugar a las acciones, escoge los momentos importantes en torno al problema que se debe solucionar, brinda una experiencia emocional.

**Desenlace**

Dispara una resolución al problema, esta transformación es reveladora de tu marca, no importa si la mencionas, la muestras o la dejas como algo obvio. La gente lo va a entender.



¿Sabía usted que contar historias le permite crear grandes experiencias para sus clientes, logrando de esta manera su fidelización? Esta y muchas otras herramientas acerca de este interesante tema, fueron compartidos por la experta Margarita Londoño en el curso virtual: “La Diferenciación de la Óptica como Herramienta de Venta”.

¿Quiere conocer más sobre cómo atraer a sus clientes y, por ende, lograr mejores resultados tanto en la óptica como en el consultorio? No se pierda nuestro próximo evento...[2020](#)

Pero hay algunos que se destacan y venden más...



En el mercado óptico todos ofrecen lo mismo...



¡Sus herramientas de ventas los hacen líderes en el mercado!

Descubre tus propias herramientas de ventas



**Diferénciate y Vende Más**  
Herramientas Prácticas



1.49 SERIE  
1.56 SERIE  
1.67 SERIE  
1.523 CRISTAL SERIE  
1.56 BLUE CUT MAX SERIE  
1.56 FOTOCROMATICO SERIE  
1.591 POLICARBONATO SERIE  
MICAS POLARIZADAS SERIE

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



# Conocimiento y tecnología para nuestra práctica diaria

**María Guadalupe Vergara, editora clínica de la revista 20/20 México**



**T**enemos la bendición y la oportunidad de estar vivos e iniciar este año 2021. Les deseo felicidad y éxito para cada uno de ustedes, amigos y colegas lectores.

Los acontecimientos mundiales que marcaron el 2020, sin duda, plantean desafíos para este año, pero a pesar de las condiciones actuales, el 2021 representa una nueva oportunidad en cada área de nuestras vidas, así como la búsqueda de un desempeño innovador y único.

Desde esta columna editorial deseo expresar el compromiso de la revista para fortalecer y vincular el gremio de los profesionales en optometría. Los invitamos, no solo a disfrutar del contenido que cada edición planificamos para usted, sino también a participar en la galería de casos clínicos, sección en la que podrá publicar su foto clínica.

Después del éxito del primer evento digital: "Diferenciación de la Óptica como una Herramienta de Venta" deseamos invitarlos a inscribirse al próximo: Evento Clínico Digital, un espacio en el que se desarrollarán temas como: pediatría, baja visión, lentes de contacto especiales, ortoqueratología, entre otros, impartidos por expertos en la materia.

Todos estamos de acuerdo en que la tecnología en nuestra práctica profesional es indispensable, desde equipo de diagnóstico, creación de diseños especiales en lentes de contacto para topografías atípicas, aplicaciones para tratamiento de ambliopía y anomalías en la visión binocular, entre otros. Algunas aplicaciones se pueden descargar de manera gratuita o con costo.

Siempre que se habla de tecnología Freeform nos convencemos de que su aplica-

ción será de beneficio visual para nuestros pacientes presbítas, pues facilita su adaptación al diseño progresivo.

Y es verdad, este tipo de fabricación es un gran aporte para el profesional, pues permite crear digitalmente cualquier diseño multifocal, ya sea para superficie anterior, posterior o ambas caras de la lente. Sabemos que las zonas de borrosidad lateral inherente a los progresivos serán suavizadas o eliminadas casi en su totalidad y, de esta manera, nuestros pacientes como nosotros estaremos más felices y satisfechos con el desempeño y comodidad visual resultante.

¿Por qué no considerar la aplicación de Freeform para un diseño de visión sencilla?, ¿Será que un lente monofocal no necesita tecnología en su diseño? He recibido múltiples beneficios en el tratamiento antirreflejante, polarizado, espejado y fotocromático más no en su fabricación. Considero importante la incorporación de lentes de visión sencilla Freeform a nuestra práctica, especialmente, al recetar graduaciones esféricas o cilíndricas medianas y altas. Esto facilitará su adaptación, pues minimiza los efectos de las aberraciones ópticas que se acentúan en este tipo de graduaciones.

Recordemos que el Freeform permite crear asfericidad en superficies, así como atorocidad (es decir, asfericidad aplicada en ambos meridianos de un lente tórico) ¿No es increíble?

Es conveniente considerar su adaptación y ser presentados a nuestros pacientes. Innovemos, sembremos y a su tiempo cosechemos. Nuestros pacientes estarán muy satisfechos con su prescripción oftálmica Freeform visión sencilla. **2020**

# Digitalización de las lentes de visión sencilla

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

Por Jeff Hopkins

**M**ientras que las lentes progresivas son un tema eterno en la industria, las lentes de visión sencilla se pasan por alto. La razón es que éstas se consideran un producto básico. Sin embargo, las lentes de visión sencilla cuentan con características tecnológicas tan avanzadas como las lentes progresivas.

## Origen

Exactamente cuándo fueron inventadas no se sabe con certeza. La primera referencia que se tiene de los anteojos es, curiosamente, en un sermón, publicado en 1306, por el fraile Giordano de Pisa, quien escribió: "Aún no han pasado 20 años desde que se encontró el arte de hacer anteojos, que mejoran la visión". Estas gafas tenían lentes convexas que podrían proporcionar una buena visión en personas con presbicia e hipermetropía. Las lentes cóncavas, para la miopía, comenzaron a aparecer en el siglo XVI y las primeras lentes con potencia de cilindro, para corregir el astigmatismo, se desarrollaron a principios del siglo XIX.

## Lente esférica y atórica

Posteriormente, las lentes evolucionaron más allá de las curvas estrictamente esféricas. Las lentes esféricas proporcionaban una visión excelente si se utilizaba la curva base más adecuada para la prescripción de los pacientes; sin embargo, eran gruesas y abultadas, una forma de solucionar esto era utilizando una curva frontal más plana, pero no era lo ideal por lo que el usuario tenía que decidir entre la necesidad de ver bien o verse bien.

En la década de 1950, se desarrolló una solución: las lentes esféricas. Este tipo tenían una curvatura que "aplana hacía afuera" entre el centro de la lente y el borde. La curvatura cambiante creaba un astigmatismo superficial que contrarrestaba el astigmatismo periférico. Los usuarios podían disfrutar de las lentes con borde más delgado (menos lentes) o en centro más delgado (más lentes). Actualmente, las lentes de visión única coexisten con lentes

esféricas, proporcionando una atractiva alternativa. Incluso las lentes esféricas tenían una deficiencia: no se podían optimizar tanto para la potencia de la esfera como de la culata. Esto significa que los pacientes con astigmatismo, especialmente en poderes superiores, no tendrían una visión clara a lo largo del lente. Alrededor del 70% de los usuarios tenían astigmatismo.

Una solución tecnológicamente avanzada, pero no ampliamente utilizada, vino en forma de lentes atóricas. Una lente atórica es esférica, tanto en los meridianos esféricos como cilíndricos, lo que significaba que podían optimizarse para los usuarios que necesitaban una corrección esférica y una corrección astigmática. Desafortunadamente, esta “asfericidad al cuadrado” significaba que las lentes no podían ser elaboradas con las herramientas de laboratorio disponibles en ese momento. Las lentes, por lo general, tenían que ser fabricadas en forma “terminada”, y como resultado, tenían disponibilidad limitada y eran caras.

Las lentes atóricas eran una categoría de alto valor, pero la combinación de disponibilidad limitada y un precio relativamente alto hicieron que nunca se lanzaran al mercado. Las lentes esféricas se han convertido en algo básico con poca distinción de rendimiento entre diferentes marcas.

Como resultado, la principal diferenciación competitiva se ha convertido en precio. Actualmente, son lentes de bajo costo y ofrecen ganancias relativamente bajas en comparación con las lentes progresivas. Sin ningún avance tecnológico se han convertido en productos invisibles.

## Entrando en la era Free Form

El advenimiento de la fabricación de lentes oftálmicas con tecnología Free Form ha abierto nuevas posibilidades revolucionando las lentes de visión sencilla de la misma manera que se ha hecho con las progresivas.

Para entender la gran diferencia que ha marcado la fabricación de lentes con Tecnología Free Form, analicemos brevemente el enfoque tradicional. Las lentes de Visión sencilla se fabrican tradicionalmente en una de las siguientes formas:

Acabado, que significa que el fabricante moldeó el diseño y la potencia de la lente y el semiacabado, en el que el diseño del lente (superficie frontal) fue moldeado por el fabricante y la prescripción fue aplicada a la superficie posterior por el laboratorio, empleando herramientas esféricas y cilíndricas simétricas. Estos enfoques de fabricación siguen representando la gran mayoría de las lentes de visión única.

La fabricación de forma libre es un proceso mucho más flexible. En forma libre, se utiliza una herramienta de corte de diamante de un solo punto impulsado por computadora para aplicar tanto el diseño como la prescripción a un “puck” de plástico gi-

torio con una sola curva frontal. Un generador de forma libre puede aplicar prácticamente cualquier curva, no importa lo complejo que sea, a un disco, lo que le permite estar libre de las restricciones de la superficie tradicional.

## Personalización Freeform

La tecnología Freeform trasladó la parte principal del esfuerzo de elaboración de la fábrica al laboratorio habilitado para esta tecnología en el que la lente se puede generar, esencialmente, en tiempo real después de que haya sido ordenada. Aquí es donde radica la clave de los beneficios de esta tecnología ya que la lente se puede fabricar, efectivamente en tiempo real, después de que el ECP haya realizado el pedido y el diseño también se puede cambiar con de la información específica del paciente, lo que significa que es posible diseñar y fabricar una lente personalizada única para las necesidades de cada usuario.

¿Por qué es importante? Es fácil suponer que, debido a la poca evolución, las lentes de visión sencilla tradicionales deben ofrecer la mejor experiencia visual; sin embargo, las lentes de visión sencilla han sufrido un rendimiento inconsistente y limitaciones visuales que son de, alguna manera, similares a las experimentadas con las lentes progresivas.

Una de las limitaciones proviene de la curva base estándar. Los que están familiarizados con la Elipse de Tscherning recordarán que hay una curva base ideal para cada potencia de la esfera. Sin embargo, las limitaciones del proceso tradicional de fabricación, distribución e inventario significan que solo unas pocas curvas base tenían que cubrir toda la gama de potencias de esfera.

Los pacientes con recetas, que corresponden estrechamente a una curva base, disfrutan de la mejor visión, pero aquellos cuyas recetas están cerca del borde de un rango de curva base, las áreas de visión clara son limitadas. Las limitaciones fueron más agudas para los pacientes con recetas más fuertes en graduación.

Las lentes FreeForm, también conocidas como lentes digitales, todavía utilizan disco de lente con un número limitado de curvas base. La diferencia es que, a través de la personalización en tiempo real, se puede añadir una compensación al diseño que “cierre la brecha” entre la curva base ideal para la prescripción y la curva real en el disco de la lente. En efecto, es como si cada paciente estuviera recibiendo una lente fabricada con la curva base ideal para la prescripción. Esto dará lugar a campos más grandes de visión clara para muchos usuarios y un rendimiento excelente en toda la gama de prescripción. El problema es más relevante para los pacientes con cantidades significativas de astigmatismo. Como se mencionó anteriormente, la optimización para las potencias de la esfera y del cilindro requiere una lente atórica. Estas lentes son difíciles de fabricar y tienen disponibilidad limitada. Con la fabricación FreeForm, las lentes se pueden hacer atóricas como parte del proceso de superficie, mejorando en gran medida

# 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



la experiencia visual para los pacientes que tienen astigmatismo. Otra ventaja de las lentes FreeForm es la capacidad de dar la posición en la que las lentes son usadas por el paciente. Esta posición de desgaste es el resultado de la interacción entre el marco elegido por el paciente y sus rasgos faciales. La distancia entre la parte frontal del ojo y la parte posterior de la lente (distancia del vértice), la inclinación vertical del marco (ángulo pantoscópico) y la curva horizontal del marco (envoltura de forma de cara) pueden crear una diferencia entre los poderes prescritos y los poderes experimentados por el usuario.

El proceso de personalización de FreeForm permite tener en cuenta la posición de desgaste en el diseño de la lente, lo que resulta en potencias de lente que se compensan para la posición de desgaste. Como resultado, los poderes de la lente no son prescritos exactamente, pero permiten al paciente experimentar el efecto de los poderes recomendados por el profesional de la visión. Esto significa una visión más nítida para el paciente de lo que se puede proporcionar con lentes no compensadas.

Este tipo de compensación tiene dos implicaciones para la dosificación de gafas.

En primer lugar, se debe medir la distancia del vértice, el ángulo pantoscópico y el marco que eligió el paciente. Esto se puede

hacer con herramientas manuales, pero es mejor emplear un dispositivo de centrado digital.

Las lentes que llegan del laboratorio incluirán una hoja que muestra los poderes prescritos junto con los poderes compensados. Esto requiere que el dispensador confíe en que los poderes fueron compensados correctamente, pero en última instancia es la única manera para que el paciente reciba la experiencia visual precisa que se pretendía.

## Más allá de la visión sencilla: aumento para los usuarios más jóvenes

El desarrollo de las lentes de visión sencilla respondió a una de las dificultades de la vida civilizada: la lectura, que es un reto, especialmente, para los pacientes adultos mayores. En la vida contemporánea, el reto es aún mayor por el empleo de dispositivos digitales.

Estos desafíos no solo afectan a aquellos que han alcanzado la edad tradicional de la presbicia; también a los usuarios más jóvenes. De hecho, el mayor número de quejas sobre la fatiga ocular digital proviene de pacientes menores de 40 años.



Un problema es que las pantallas digitales no tienen la claridad o el contraste de las páginas impresas, y los píxeles que componen una imagen digital (ya sea de texto o gráficos) pueden ser confusos para el ojo. Además, en promedio, se revisa el teléfono unas 52 veces al día, y el reenfoque constante requerido puede cansar los músculos ciliares del ojo, causando fatiga.

Otro problema se relaciona con cómo se emplea un teléfono inteligente u otro dispositivo. En promedio, se mantiene el teléfono un 25% más cerca de los ojos de lo que tendemos a sostener el material impreso. Pensamos en la presbicia como un comienzo cuando ya no podemos mantener el material de lectura lo suficientemente lejos como para verlo claramente. Pero la disminución de la agudeza visual comienza cuando se es joven y el punto más cercano en el que podemos enfocar continuamente se aleja. Dado que se emplea más un teléfono que un libro es lógico que se pierda la capacidad de enfocar. Esto significa que las personas por debajo de la edad tradicional de la presbicia pueden experimentar síntomas similares a la presbicia que una lente de visión única convencional no puede aliviar.

La solución es una lente que proporciona visión a distancia con un área de baja adición, típicamente 0.50 a 1.00 dioptrías, por debajo de la línea 180. Este “golpe” digital, situado para el ángulo de visión típica de un dispositivo de mano, alivia parte del esfuerzo de enfoque del ojo y los síntomas de la fatiga ocular digital. Estas lentes se denominan lentes de visión relajadas, lentes de visión sencilla mejoradas o lentes antifatiga. Técnicamente, son lentes de adición progresivas porque la potencia cambia a medida que el ojo se mueve hacia abajo, lo que ocasiona astigmatismo periférico, que, combinado con el posicionamiento cuidadoso del área de mayor potencia, permiten que las lentes ofrezcan la sensación de visión única que los usuarios más jóvenes exigen. Los estudios han demostrado que este tipo de lente puede reducir, significativamente, la fatiga ocular digital.

## Lentes avanzadas

Los lentes de visión sencilla personalizada y las lentes de visión sencilla aumentada ofrecen ventajas significativas a muchos usuarios; sin embargo, las ventas de ambas categorías siguen siendo relativamente bajas.

La pregunta es: “¿Por qué no se venden más estas lentes?” La razón es que pocos usuarios de lentes de visión sencilla son conscientes de ellos. Los pacientes confían en los profesio-

nales de la salud visual para mantenerlos al tanto de las nuevas tecnologías, pero es posible que en las ópticas no se esté dando la información.

## Consejos para aumentar las ventas

Un consejo común en el negocio de las lentes es “mantenerse fuera de la cartera del paciente”. En otras palabras, no haga suposiciones sobre cuánto está dispuesto a gastar. Algunos pacientes más jóvenes pueden no ser capaces de permitirse lentes más caras, pero hay muchos usuarios de visión sencilla, entre 20 y 30 años, con ingresos disponibles que bien pueden estar dispuestos a mejorar su experiencia visual. Depende de nosotros darles esa oportunidad, sin ningún prejuicio con respecto a sus presupuestos. En otras palabras, hable sobre la visión sencilla personalizada y las lentes de visión relajadas a cada paciente que considere un candidato.

Concéntrese en la mayor necesidad. Como se mencionó anteriormente, hay una población significativa de usuarios de lentes de visión sencilla que no están teniendo una visión clara a través de toda la lente. Pero en la mayoría de los casos, no es probable que se quejen, porque se han acostumbrado a las limitaciones de sus lentes y asumen que no hay una mejor experiencia disponible.

Los pacientes más propensos a experimentar problemas son aquellos que necesitan poderes de esfera superiores a +/- 2.00 o cilindro por encima de -1.50. Es una buena idea hablar con todos estos pacientes sobre las lentes de visión sencilla personalizada.

Identificar la necesidad de lentes de visión relajadas es algo más subjetivo.

En este caso, concéntrese en pacientes más jóvenes que son usuarios de dispositivos digitales y sufren de síntomas como ojos cansados, dolores de cabeza, o dolor de cuello y hombro. Éstos pueden no asociar todos los síntomas con su visión, y es probable que no sean conscientes de que hay un tipo de lente que puede aliviarlos.

Es fácil suponer que los pacientes están contentos con las lentes que están usando ahora, o que no estarán dispuestos a pagar por algo mejor. Pero si hacemos estas suposiciones corremos el riesgo de negar a los pacientes los beneficios del progreso tecnológico. **2020**

# 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 360º 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.



SETO

ANTI(BLU-RAY)<sup>®</sup> MULTIENFOQUE  
ASPIERIC



CE

FDA



SETO Mexico



Setomexico



Setomexico

## 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:

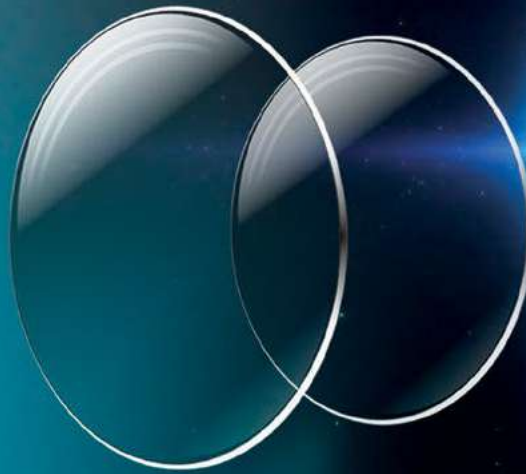
<p><b>1.56 Visión sencilla Anti Blu-Ray</b></p>  <p>Blockea el 100% de la Luz Azul y el 100% de los rayos UV Tratamiento Anti-Rayos y Hidrofóbico Alta transmitancia NC (para visión) Sin color de borde, con alta transmitancia distorsión, sin reflejos, después de lluvia</p> <p>01</p>	<p><b>1.60 Policarbonato</b></p>  <p>Blockea el 100% de la Luz Azul y el 100% de los rayos UV Tratamiento Anti-Rayos y Hidrofóbico Alta transmitancia NC (para visión) Sin color de borde, con alta transmitancia distorsión, sin reflejos, después de lluvia</p> <p>02</p>	<p><b>1.56 Capa FotoTrivex</b></p>  <p>Blockea el 100% de la Luz Azul y el 100% de los rayos UV Tratamiento Anti-Rayos y Hidrofóbico Alta transmitancia NC (para visión) Sin color de borde, con alta transmitancia distorsión, sin reflejos, después de lluvia</p> <p>03</p>	<p><b>SETO</b></p> <p><b>ANTI (BLU-RAY) ASPHERIC</b></p>  <p>ISO 9001:2001 CE FDA</p> 	
<p><b>MULTI ENFOQUE</b></p>  <p>Adaptación tecnológica del Sistema de Perifoneo de Desenfocar y Ajuste del enfoque, se adapta a una experiencia visual natural, cómoda y agradable. El diseño y tecnología de las lentes se adaptan a la distancia de observación para dar un enfoque cómodo en cualquier momento del día. El diseño de las lentes se adapta a la distancia de observación para dar un enfoque cómodo en cualquier momento del día. El diseño de las lentes se adapta a la distancia de observación para dar un enfoque cómodo en cualquier momento del día. El diseño de las lentes se adapta a la distancia de observación para dar un enfoque cómodo en cualquier momento del día. El diseño de las lentes se adapta a la distancia de observación para dar un enfoque cómodo en cualquier momento del día.</p> <p>LA EXCELENCIA ES HOY... (SETO) (LA DIFERENCIA ES NOTABLE!)</p> <p>04</p>	<p><b>1.67 Ultra High Index</b></p>  <p>Blockea el 100% de la Luz Azul y el 100% de los rayos UV Tratamiento Anti-Rayos y Hidrofóbico Alta transmitancia NC (para visión) Sin color de borde, con alta transmitancia distorsión, sin reflejos, después de lluvia</p> <p>05</p>	<p><b>1.56 Flat-Top</b></p>  <p>Blockea el 100% de la Luz Azul y el 100% de los rayos UV Tratamiento Anti-Rayos y Hidrofóbico Alta transmitancia NC (para visión) Sin color de borde, con alta transmitancia distorsión, sin reflejos, después de lluvia</p> <p>06</p>	<p><b>1.56 Progresivo Max Vision</b></p>  <p>Blockea el 100% de la Luz Azul y el 100% de los rayos UV Tratamiento Anti-Rayos y Hidrofóbico Alta transmitancia NC (para visión) Sin color de borde, con alta transmitancia distorsión, sin reflejos, después de lluvia</p> <p>07</p>	<p><b>1.56 Progresivo Max Vision Capa FotoTrivex</b></p>  <p>Blockea el 100% de la Luz Azul y el 100% de los rayos UV Tratamiento Anti-Rayos y Hidrofóbico Alta transmitancia NC (para visión) Sin color de borde, con alta transmitancia distorsión, sin reflejos, después de lluvia</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 6550

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

**OPTICENTER LEÓN**  
REPÚBLICA DE CHILE #4 MEZZANINE P.B. 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 MARTIN**  
MOTOLINIA #8 INT. 123 P1, COL. CENTRO, TEL. (55)5518 4254

**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 4568

**VEAL DISTRIBUIDORES**

CALLE 3 SUR #107 INT. 103 EDIFICIO GALERIAS 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

**DOSE CULIACÁN**  
RUPERTO L. PALIZA #104 NOTE., COL. CENTRO, CULIACÁN, SIN.  
C.P. 80000, TEL. (667)752 2537 Y (667)713 4956

**SUCURSALES**

**DOSE MAZATLÁN**  
JOSÉ MARÍA MORELOS #901, COL. CENTRO, MAZATLÁN, SIN.,  
C.P. 82000, TEL. (669)910 9953

**DOSE LA PAZ**  
AQUILES SERDÁN #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. JUAREZ, CHIH.,  
C.P. 32000, TEL. (656)612 22 22

**DISTRIBUIDORA EUROVISION**  
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 LABORATORIO ACUARIO**

CALLE 8 Y GONZÁLEZ, ZONA CENTRO, MATAMOROS, TAMPS.,  
C.P. 87300, TEL. (868) 8130 600

**SERVICIOS ÓPTICOS ESPECIALIZADOS, ACAPULCO**

JUAN R. ESCUDERO #13, LOCAL A, COL. CENTRO,  
ACAPULCO, GRO., C.P. 39300, TEL. (744)482 5545 Y (744)482 4719

**SUCURSAL**

**CENTRO ÓPTICO ESPECIALIZADO, HERMOSILLO**  
BLVD. SOLIDARIDAD #4, COL. PASEO DEL SOL, PLAZA PASEO,  
HERMOSILLO, SON., TEL. (662)212 1501 Y (662)213 5620

**DISTRIBUIDORA GALLEGOPTIC**

SM24 M34 L63 LOC. 4 SUPERMANZANA 24, 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, COL. CENTRO,  
TOLUCA EDO. DE MÉXICO, TEL. (722)360 6284

**REAL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN ÓPTICO**  
XICOTENCATL NO. 1503-B, C.P. 90300,  
APIZACO, TLAX., TEL. (241)1655 242

**OPTICAL SUPPLIES CANCÚN**

CERRADA HUNAB KU, SM 26, MZ 4, LT 1 CANCÚN, Q.R.

**PERFECT VISION**

CALLE LUIS PASTEUR, PLAZA PASTEUR, LOCAL #17, Z. CENTRO,  
QUERETARO, QRO., C.P. 76040, TEL. (461)199 4860

**PERFECT VISION LEÓN**

CALLE JUSTO SIERRA #105-A PASAJE FUNDADORES, LOCAL 23,  
LEÓN, GTO., C.P. 37000, TEL. (461)619 3643 Y CEL. (461)146 0899

**PERFECT VISION CELAYA**

AV. LUIS CORTAZAR #131, COL. CENTRO,  
CELAYA, GTO., C.P. 38000, TEL. (722)360 6264

**DISTRIBUIDORA DE ÓPTICAS VISIÓN ÚNICA**

JUAREZ #414, COL. CENTRO, COATZACOALCOS, VER.,  
C.P. 96400, TEL. (921)212 8704

**SUCURSAL**

**VISIÓN ÚNICA**

SEBASTIÁN LERDO DE TEJADA #38, MINATITLÁN, VER.,  
C.P. 96700, TEL. (922)223 0071

**LABORATORIO ESPAÑA**

AV. ORIENTE 4 #217, COL. CENTRO, ORIZABA, VER.,  
C.P. 94300, TEL. (27)2233 7410

**GRUPO ÓPTICO GÓMEZ**

AV. 20 DE NOVIEMBRE #28, COL. CENTRO, PARRAL, CHIH.,  
C.P. 33800

**DISTRIBUIDORA SICA**

C. JAIME NUNO #304 A PRIMER PISO, COL. PERIODISTAS,  
PACHUCA, HGO., C.P. 42050, TEL. (77)1714 6295

**INTEGRACIÓN DE SERVICIOS**

C. ILDEFONSO FUENTES #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**

# Abordaje optométrico del paciente con barreras de la comunicación



Por L.O. Donajé López Cobilt  
Docente de la carrera de optometría UNAM, ENES León,  
y del Instituto Jaliscience de Ciencias de la Salud.

## Objetivo:

Mostrar los recursos y estrategias disponibles para facilitar la comunicación entre el optometrista y el paciente con barreras de la comunicación, tales como:

- Espectro autista
- Discapacidad intelectual severa
- Discapacidad auditiva
- Hablante de lengua indígena
- Personas con limitaciones fonéticas de origen motor

Estos grupos requieren especial atención para evitar que adquieran una segunda discapacidad (la visual). Se realiza un examen optométrico completo sin importar si existe un puente de comunicación fluido o no.

## Antecedentes:

En América, hay 60 millones de personas con discapacidad (PAHO). “Las tendencias actuales señalan un aumento cada vez mayor de las enfermedades no transmisibles y por causas externas” (A. Vásquez, la discapacidad en América Latina, p.1). La discapacidad es un fenómeno, tanto multidimensional como multifactorial, que constituye factores que la generan y aumentan su incidencia. Desafortunadamente, la pobreza está relacionada a la prevalencia de estos factores como: la desnutrición, enfermedades infecciosas, enfermedades endémicas, embarazo adolescente, uso y abuso de sustancias prohibidas, violencia, abandono etc.

La falta de acceso a los servicios de salud aún no está garantizada, a pesar de las implementaciones de políticas públicas, en los respectivos países que conforman el continente, y debido a factores como la falta de presupuesto o mala administración. Los recursos, en la mayoría de los casos, tienden a ser destinados a la atención de secuelas de enfermedades (en su mayoría prevenibles) en lugar de emplearse para la prevención o atención primaria. Con frecuencia, es resultado de antecedentes culturales y la desinformación. Otro tema importante es la distribución de los servicios de salud, que suelen concentrarse en grandes urbes, dejando desatendidas a pequeñas comunidades y poblaciones en situación de alta vulnerabilidad.

## El plan de acción de la PAHO 2014-2021 tiene tres objetivos:

1. Eliminar obstáculos y mejorar el acceso a los servicios y programas de salud.
  2. Reforzar y ampliar los servicios de rehabilitación, habilitación, tecnología auxiliar, asistencia y apoyo, así como la rehabilitación de ámbito comunitario.
  3. Mejorar la obtención de datos pertinentes e internacionalmente comparables sobre discapacidad y potenciar la investigación sobre la discapacidad y los servicios conexos.
- Tratar el problema visual y/o canalizar al especialista competente.
  - Disminuir las cifras de discapacidad visual.
  - Prevenir discapacidades anexas en el caso de personas que ya vivan con una discapacidad visual.
  - Participar en la rehabilitación de personas que ya vivan con una discapacidad visual, mejorando su calidad de vida.
  - Desarrollar líneas de investigación encaminadas al tratamiento y prevención de enfermedades causantes de discapacidad visual.

Para lograrlo es importante la participación de los profesionales de la salud visual, quienes pueden:

- Identificar problemas visuales de manera oportuna.

Sin duda, en la práctica nos enfrentamos a pacientes con barreras en la comunicación por lo que es importante identificar las estrategias y recursos.

## Los sistemas aumentativos y alternativos de comunicación

Son formas de expresión distintas al lenguaje hablado, que tienen como objetivo compensar las dificultades de la comunicación. Es la forma de lenguaje de muchas personas con discapacidad.

El proceso de intervención empieza por la evaluación de las capacidades, habilidades, necesidades y deseos de la persona, así como de las características, apoyos, demandas y restricciones de su entorno, con el fin de definir los componentes que va a tener el sistema o sistemas que resulten más adecuados.

La comunicación aumentativa y alternativa incluye diversos sistemas de símbolos: gráficos (fotografías, dibujos, pictogramas, palabras o letras), gestuales (mímica, gestos o signos manuales) y, en el caso de los primeros, requiere también el uso de productos de apoyo. Los diversos sistemas de símbolos se adaptan a las necesidades de personas con edades y habilidades motrices, cognitivas y lingüísticas dispares.

Los productos de apoyo para la comunicación se apoyan en recursos como comunicadores de habla artificial, ordenadores personales y *tablets* con programas especiales, que permiten diferentes formas de acceso para personas con movilidad reducida y facilitan la incorporación de los diferentes sistemas de signos pictográficos y ortográficos, así como la salida de voz. También pueden consistir en recursos no tecnológicos, como los tableros y los libros de comunicación.

Las herramientas mencionadas como los tableros de comunicación o pictogramas son recursos fáciles de conseguir que pueden ser de gran utilidad para realizar una historia clínica más completa o para explicarle al paciente los procedimientos, tratamientos y recomendaciones ya que, en algunos casos, el paciente con esta barrera no cuenta con algún acompañante.

## Lengua de señas

La lengua de señas es la que utilizan las personas sordas. Se compone de signos visuales con estructura lingüística propia, con la cual se identifican y expresan.

Esta no es universal, sino que existe una lengua de señas característica de cada país, como: la Lengua de señas Mexicana (LSM) la Lengua de Señas Americana (ASL) la Lengua de Señas Colombiana (LSC) etc. Como toda lengua posee su propia sintaxis, gramática y léxico.

La dificultad de las personas con discapacidad auditiva para comunicarse con los demás, obstaculiza su desarrollo educativo, profesional y humano. Por consecuencia, se ven limitadas sus oportunidades de inclusión. Ante esta necesidad, las personas sordas han desarrollado su propia forma de comunicación; sin embargo, aunque ésta les permite comunicarse entre sí, no siempre facilita la relación con el resto de la comunidad, sobre todo, con los oyentes que desconocen su sistema.

## Recursos de diagnóstico:

La estructura del examen optométrico conlleva una serie de pasos y pruebas diseñadas para obtener información exacta que nos ayude a emitir un diagnóstico y, por ende, facilitar el sistema terapéutico. Requerimos de la interacción verbal con el paciente para obtener información valiosa y, de esta manera, poder ejecutar nuestro trabajo.

Si carecemos de experiencia en la atención de esta población podríamos pensar que interactuar con los pacientes sería imposible; sin embargo, al tener identificadas las barreras de comunicación y la severidad de las mismas podremos disminuir ese inconveniente

con los respectivos ajustes, ya que no siempre se cuenta con algún familiar o intérprete que facilite la comunicación y no debemos olvidar que aunque estuviera presente es nuestra obligación buscar, en la medida de lo posible, la interacción directa con nuestros pacientes, ya que es una manera de dignificar sus derechos y potencializar su sentido de pertenencia, lo que permite generar un ambiente de confianza entre el optometrista y el paciente.

Si bien, podemos emplear pictogramas, tableros de comunicación, lengua de señas, braille... existen algunos recursos que utilizamos con cotidianidad en la consulta optométrica como:

**Cartillas:** Existen gran cantidad de diseños disponibles en el mercado aplicables para condición y característica del usuario ya que al utilizar optotipos diferentes a las letras convencionales podemos aprovecharlos en población con características como las que hemos mencionado. Algunos ejemplos son: la c de landot, la E posicional, las cartillas de mirada preferencial o feimbloom.

**Retinoscopía:** Existen diferentes técnicas de retinoscopía, cada una con sus bondades y desventajas, el conocimiento y dominio de cada una de ellas nos permitirá identificar la más adecuada para nuestro paciente al considerar las características como: edad, el estado cognitivo y neurológico. Así mismo, podemos auxiliarnos de la herramienta más cómoda para la ejecución de la retinoscopía pudiendo ser la caja de prueba, las reglas esquiásticas o el *Phoropter*.





# Revolución QUANTUM



La lente que se adapta a la luz solar incluso mientras conduces

Factor de protección ante los rayos UV, UVA, UVB al 99%

+ Drive Smart  
+ Sense Ease



LENSBEST ∞  
NUNCA TE LIMITES



Es 30% más veloz en oscurecer que sus antecesores.  
40% menos tiempo en aclarar al entrar en lugares cerrados.

Creada con micropartículas altamente sensibles a la luz, tanto para exteriores como interiores.

A diferencia de otras lentes, tiene la característica de *oscurecer en el interior de su automóvil* ayudando a disminuir el deslumbramiento e intensidad de luz.

**Pruebas subjetivas:** En algunas circunstancias, puede ser complicado garantizar la comprensión de las indicaciones para realizarlas; sin embargo, siempre deberemos intentar aplicarlas, agotando los recursos de comunicación. En caso de que las habilidades cognitivas del paciente estén muy comprometidas para lograrlo se deberá desistir de ellas, pero permitiéndole usar la corrección óptica en un ambiente simulado al cotidiano para observar cómo se desenvuelve al deambular o tomar objetos (en caso de que esto le sea posible).

**Pruebas de visión binocular:** En este tipo de pruebas deberemos optar por las más simples en cuanto a la comprensión y cortas en su tiempo de ejecución. En el caso de la sospecha de un problema de visión binocular debemos tener bien claro y un alto dominio del canal de comunicación a usar ya que de no ser así corremos el riesgo de realizar la prueba sin que el paciente la comprenda o nos reporte resultados fallidos.

**Pruebas de salud ocular:** Estas pruebas son altamente necesarias en todos los pacientes, pero debemos ser más meticulosos al realizarlas. Como mencionamos, en muchos casos, las barreras de comunicación son el resultado de alguna discapacidad, motora, intelectual, psicosocial o auditiva. Deberemos cuidar en todo momento que existan ciertos factores para ejecutar tal tarea:

1. **Comprensión del procedimiento:** De preferencia con el paciente o en su defecto a través del familiar o tutor responsable.
2. **Generar un ambiente de confianza:** Es normal que al no tener experiencias previas de estos procedimientos exista temor o incertidumbre por parte del paciente con o sin limitación en la comunicación; sin embargo, debemos hacer uso de estrategias no solo de comunicación aumentativa y alternativa como el empleo de un lenguaje corporal común que es otra manera de comunicarnos y contribuye a detonar emociones tanto positivas como negativas. La sonrisa, movimientos suaves y lentos, imitar el procedimiento para que el paciente lo observe contribuirá a disminuir la ansiedad que esto pueda generarle confiando así en el optometrista. Al intentar hacer el procedimiento forzando al paciente, restringiendo su movilidad o con brusquedad solo lograremos alterarlo, además de que esto se considera una agresión.
3. **El tiempo y los recursos disponibles:** Es claro que este tipo de pacientes pondrá a prueba tanto nuestros conocimientos como nuestra creatividad y paciencia. Como optometristas tenemos un deber: “brindarles la mejor atención posible”, por lo que debemos estar seguros de contar con el tiempo y recursos suficientes para garantizar dicha atención, de no ser así podremos reprogramar o referir a otro colega en caso de ser necesario.

Debemos ser conscientes de que una omisión podría contribuir a poner en riesgo la vista del paciente llevándolo a una discapacidad visual.

**Comunicación informativa y de orientación:** Una de las partes más críticas de la consulta. El paciente debe salir del consultorio con plena conciencia de su estado de salud y tratamiento.

Es importante tomarnos el tiempo para resolver sus dudas haciendo uso de los tableros de comunicación, pictogramas o textos en formato digital o en sistema braille según sea el caso, ya que de requerir tratamiento farmacológico deberá entender cómo y por cuánto tiempo utilizará el medicamento, o en caso de tener una enfermedad que requiera atención y canalización a otro profesional. Si no entiende las indicaciones nunca le dará seguimiento y, por ende, no recibirá la atención hasta que sea muy tarde.

## Conclusiones:

La intervención del profesional de la salud visual es indispensable en la sociedad para erradicar la ceguera prevenible. Asimismo, la profundización en el manejo de las poblaciones vulnerables es vital para reducir las altas cifras de multidiscapacidad que son costosas para la sociedad, pero, sobre todo, que causan rezagos en la población que vive con ella tanto educativos como en el empleo, limitando sus derechos y mermando su calidad de vida. El conocimiento de los recursos disponibles para trabajar con esta población y la especialización en la atención de ésta romperá la brecha comunicativa y contribuirá a que tanto sociedad, gobiernos y personas con discapacidad podamos garantizar el pleno goce de derechos, mejorando la calidad de vida de todos. **2020**

### Bibliografía:

- Basil, C., y Boix, J. (2010). Sistemas aumentativos y alternativos de comunicación. En P. Durante y P. Pedro (Eds.). *Terapia ocupacional en geriatría: Principios y práctica* (pp. 363-370). Barcelona: Masson.
- Basil, C., y Rosell, C. (2006). Recursos y sistemas alternativos/aumentativos de comunicación. En J. L. Gallego (Coord.) *Enciclopedia temática de logopedia*, volumen 1. Málaga: Aljibe, 442-465
- Proyecto de acción mundial de la OMS sobre discapacidad 2014-2021: Mejor salud para todas las personas con discapacidad
- OClin 3 Optometría clínica & cuidado primario de la visión humana, Joaquín Guerrero Vargas.
- Manual de baja visión y rehabilitación visual, editorial panamericana, Coco Herrera, 37-45

ESSILOR  
*conecta*

La plataforma digital de educación de Essilor México, surgida durante la pandemia con el objetivo de compartir conocimientos, continúa en 2021.

 El programa tuvo tanto éxito que se amplió a toda la región.

Los asistentes ingresan generalmente desde

**14 PAÍSES**  
DE LA REGIÓN

donde en promedio el  
**52% son ECP's**  
de MÉXICO.

En las sesiones de Essilor Conecta participan:

**48%** optometristas,  
**11%** oftalmólogos,  
**15%** Dueños de óptica y  
**26%** Asesores de óptica.

Desde el 24 de marzo a la fecha, se han realizado

**46 SESIONES**

donde han participado en total

**79,313 ECP's**

## 🔍 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<sup>®</sup> ANTI-FOG AR

UNA SOLUCIÓN REAL PARA  
UN NUEVO ESTILO DE VIDA.

Essilor<sup>®</sup>  
Anti-Fog AR

- Proporciona una visión sin empañamiento.
  - No necesita activación.
- Tratamiento especial
- Cara externa con AR superhidrofóbico
  - Cara interna antiempañante



ESSILOR

SEE MORE.  
DO MORE.

# Conozca las tendencias para esta temporada

**N**uevos colores, tamaños, diseños, modelos y una gran variedad de lentes, formarán parte de las tendencias para esta temporada. Hombres, mujeres e incluso los niños, podrán lucir gafas para todo tipo de ocasiones, que hacen de la moda, el nuevo atractivo para este año.

Les presentamos a continuación las tendencias para la temporada primavera-verano, gafas que se adecúan a la nueva realidad, teniendo en cuenta que muchos de nosotros volveremos a retomar las actividades de manera presencial en el ámbito educativo, laboral y social.

## Estilos que marcan la tendencia para esta temporada

Maxi gafas: armazones redondos, cuadrados y de forma geométrica, se caracterizan porque generan mucha protección.

Gafas Aviator: lentes que tienen doble puente y suelen ser oscuros o reflejantes.

Gafas con puntos: armazones que tienen puntos que sobresalen ya sea en la parte superior o lateral de las gafas.

Gafas deportivas: para aquellos deportistas sofisticados que quieren lucir en un estilo urbano.

Gafas carey: monturas que vienen en colores blanco y negro.

Gafas ovaladas: armazones que se pueden lucir en cualquier tipo de ocasión.

Gafas alargadas: estas monturas se adaptan a los rostros que se caracterizan por tener una distancia considerable entre el mentón y la frente.

Gafas transparentes: se caracterizan por proyectar un rostro moderno.

Gafas color pastel: si su color de piel es morena, estas gafas resaltan a la hora de lucirlas.

Gafas en degradé: estas monturas se caracterizan por sus colores en degradé, armazones que no pasarán de moda y se acomodan a cualquier tipo de rostro. **2020**



# #HASHTAG, moda inigualable

## Por Yiwu Importaciones

En esta colección, las varillas son las protagonistas, pues cuentan con detalles metálicos y estampados únicos que le dan un estilo original a cada modelo.



### HA6312.

Armazón de estética limpia que se distingue por el frente dorado que transmite un estilo sobrio e intelectual.

### HA 7809.

Armazón semi-rimless que se caracteriza por su combinación de frente de metal y varillas de acetado. Su exquisita combinación de tonos morados conquistará a las mujeres de gustos selectos.



### HM2886.

Modelo que se distingue por su ligereza y comodidad, así como por el estilo sencillo y varillas de color negro.

Por Safilo

La colección Flag Lab, se inspira en los detalles más icónicos y reconocibles de CARRERA y extiende los límites de los diseños tradicionales hasta alcanzar la distinción en su grado máximo.

# CARRERA, estilo deportivo



## CARRERA 1032/S.

Se encuentran disponibles en oro con lentes verdes, en rutenio oscuro/negro con lentes grises, en oro con lentes de espejo de color violeta, en oro con lentes azules, y en oro con lentes de espejo grises.

## CARRERA 235/s.

Está disponibles en negro con lentes de color gris claro, en habana amarillo con lentes azules, en habana con lentes verdes, en negro con lentes degradadas de color gris, en habana con lentes degradadas de color azul y en marrón transparente con lentes de espejo azules.



## HYPERFIT 19/S

Estas gafas de sol exhiben una nueva bisagra Hyperfit con un innovador diseño que garantiza la máxima comodidad, así como un ajuste ultra flexible y anatómico. El modelo presenta una construcción ligera, especialmente diseñada para el usuario con un estilo de vida activo.



# Salvatore Ferragamo, exquisito trabajo artesanal

## Por Marchon

La paleta de colores de la temporada se inspira en la colección de prêt-à-porter de Salvatore Ferragamo, jugando con efectos de contraste y tonos sofisticados como el blanco brillante y el icónico borgoña de la marca.

### SF263S.

Gafas de sol rectangulares en las que se mezcla el metal realzado con una línea de cejas que sobresale del acetato.



### SF267S.

Un intrincado patrón texturizado decora el puente y las varillas con la firma de Ferragamo grabada con láser como un inconfundible emblema de elegancia y carisma.

Por Lucy's Optical

La marca mexicana presenta una colección que se distingue por su alta tecnología y materiales de primera calidad. La estructura innovadora de los armazones cuenta con ligas integradas, en las varillas, que se sujetan de forma magnética, para brindar la mayor comodidad a los pequeños.

# HIPPO, comodidad e innovación para los niños



## HIPPO 9517 BLUE/BUE.

Armazón de forma circular con combinación de colores de tono azul en acabado mate. Su ajuste es perfecto por su ligereza, sistema *flex* de 180° y sus ligas integradas en las varillas.

## HIPPO 9519 BLACK/RED.

Sus varillas brindan un ajuste total, gracias a su sistema de ligas integradas, que le permitirá a las niñas jugar sin parar.



## HIPPO 9520 BLACK/GREEN.

Armazón ultra flexible que cuenta con sistema *flex* de 180° en sus varillas y una combinación bitono negro y verde. Perfecto para los niños con una estilo de vida muy activo.



Teléfonos: 55 9172-0227 / 55 9172-0228 / 55 9172-0229



LUCY'S OPTICAL  
E Y E W E A R



¡LAS MEJORES MARCAS  
DE ARMAZONES PARA  
TU ÓPTICA!

ventaslucys@grupooptico.com

EYEWEAR BY  
**Pepe Jeans**  
LONDON

**STETSON**  
E Y E W E A R

HACKETT  
LONDON

KAREN MILLEN

**BUCCATI**  
eyewear

**FUROR**  
**Kids**

**FILOS**  
CLASSIC EYEWEAR SINCE 1946

Vera Bradley

**DUCATI** | Ducati Eyewear

Christian Lacroix  
LUNETTES

TED BAKER®  
LONDON

**SPINE**

an original  
**Penguin**  
by  
sungewear

**cacharel**  
PARIS

**Maxim Paris**  
PREMIUM

**XOXO**

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

**Polar1one**  
the polarized discovery

**Dickies**

**Hippo**

*Sophia Loren*  
EYEWEAR

**REVLON**  
Make up your eyes.

**BUCCATI**  
select

**FUROR**  
PRODUCTS

**MONSTER HIGH**

**GLORIA VANDERBILT**  
eyewear

**Barbie**  
eyewear

**Maxim Paris**  
eyewear

**ANNA SUI**  
EYEWEAR

Aceptamos Tarjetas:



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

Lucy's Optical SA de CV @lucysoptical @lucysoptical Lucy's Optical México

# RAY-BAN lanza su plataforma de comunicación: “You’re on”

La nueva plataforma de comunicación de Ray-Ban: “You’re On” presenta una campaña que retoma a dos personajes emblemáticos jugando *pinball* y disfrutando de momentos espontáneos y ajenos a lo que los rodea.

Hoy, todos estamos permanentemente bajo la mirada de los demás, condicionados a pensar demasiado en nuestras vidas, en lugar de vivir el momento. Los protagonis-

tas de la campaña, luciendo sus Ray-Ban, son la versión más real de sí mismos, capaces de disfrutar el momento sin importar quién los esté mirando.

Ray-Ban ofrece la confianza de vivir la mejor versión de la vida, incluso en los momentos de mayor oscuridad.

Celebrando la esencia emblemática de Ray-Ban, la campaña presenta una colección exclusiva:

El modelo **Octagon** de la colección I-Shape encarna el espíritu libre y desenfadado de los años 60 y 70, con su geometría, su gran tamaño y su personalidad expresiva.





Salido de los 90 y sin escalas, el modelo **Frank** ofrece colores originales y el logotipo de Ray-Ban en dorado. Los livianos armazones metálicos están hechos para pasar un rato de diversión y creatividad, sin importar la versión de ti mismo que quieras ser.



El modelo **Wayfarer**, nacido en los 50, ha sido amado por soñadores, aventureros y leyendas de la cultura *pop* desde aquella década hasta nuestros días.

La familia **Wayfarer** continúa con el *State Street*. Su elegante forma cuadrada, confeccionada en acetato y disponible en una selección de colores, brinda un estilo contemporáneo. **2020**



# Kenmark Eyewear presenta su campaña 2021 **junto a Vera Wang**

**K**enmark Eyewear, líder en la elaboración y distribución de gafas solares y oftálmicas, presenta la campaña Vera Wang 2021, con los últimos estilos de todos los segmentos de colecciones, incluidos Luxe, Core, Alternative Fit y VWX.



*“¡Las gafas son uno de mis accesorios favoritos de moda y belleza! Como un labial o sombra de ojos y un par de monturas especiales es posible expresar su propio sentido del estilo, crear una nueva personalidad y sobretodo proteger su visión ... ¡Las gafas son DIVERTIDAS, CREATIVAS, FÁCILES, ¡PERSONALES y PRÁCTICAS!”*

-Vera Wang

**Inspiración de la colección de esta temporada:**

Vera aprovechó esta temporada para hacer las cosas de manera un poco diferente. Fusionó RTW con Bridal en un solo concepto para la temporada Primavera 2021. La colección presenta piezas que destacan lo que está oculto frente a lo que se revela, ya sea un pesado vestido de perlas envuelto en tela transparente o chaquetas de esmoquin de lujo con cortes para revelar lentes. Este estudio, en la mezcla de materiales, muestra no solo una sastrería magistral, sino también el clásico deconstruccionismo.

**V573 /**

Un estilo cuadrado de gran tamaño.

**Disponible en colores:** Blush, Grey Crystal, and Mint

**Medidas:** 53-17-135.

**V576 /**

Un estilo moderno de acetato completo con un perfil delgado en forma rectangular.

**Disponible en colores:** Black, Crystal.

**Medidas:** 53-16-135.

**V577 /**

Un elegante estilo cat eye de metal completo.

**Disponible en colores:** Black and Golden Rose.

**Medidas:** 54-17-135. **2020**



# Beneficios para mi óptica al hacer una buena estrategia en Facebook

Por Margarita Londoño Osorio

En la edición anterior, estuvimos analizando el impacto de las redes sociales como herramienta de *marketing* en el mercado de las empresas. Hoy quiero adentrarme con ustedes en el reconocimiento de los beneficios de una de las redes sociales de mayor difusión en latinoamérica y su utilidad en el negocio de las ópticas para impactar sus ventas y ampliar su comunidad: Facebook.

Facebook comenzó como una red social de encuentro entre amigos y familiares, pero pronto encontró un nicho importante para ayudar a las empresas, especialmente las pymes, en su plan de *marketing*. Y es que indudablemente Facebook, es una red de masas que cada día crece más.

Una de sus grandes ventajas es llegar a un público muy amplio, que crece y se amplía cada día más. Si recuerdan, en el artículo anterior, decíamos que es importante conocer a nuestra audiencia, definir a quien le estamos hablando, y que en el caso de Facebook, se trata mayormente de hombres y mujeres entre los 18 y los 34 años de edad, aunque se está dando un crecimiento sostenido en personas que se encuentran entre los 35 y los 54 años. Es decir el espectro es bastante amplio y adecuado para un negocio como el de una óptica.

Pero esta no es la única variable que se debe tener en cuenta a la hora de abrir una cuenta de nuestro negocio en Facebook, pues para lograr un impacto real, que se pueda medir en número de *leads*, en interacciones, en crecimiento de la comunidad, y en últimas en ventas, se debe elaborar un buen plan de *marketing*.





**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



[www.lumilent.com](http://www.lumilent.com) • [lumilent@lumilent.com](mailto:lumilent@lumilent.com)  
(55)5566-2222 / 5566-2021 / 5566-2120 / 01800-849-8200

A continuación enumero las variables que considero imprescindibles si pretendemos tener resultados visibles y medibles, es decir resultados SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y a tiempo) :

**Segmentación.** Debes saber a qué público quieres dirigirte: género, edad, nivel socio-económico, geolocalización (Facebook Ads te ayudará a seleccionar la zona de tu interés).

**Comunicación con clientes actuales y potenciales.** Si creas un mensaje adecuado para tu público, que tenga enganche, interés y recordación, aumentarás la fidelización de tus clientes actuales y las posibilidades de captar nuevos clientes.

**Cercanía emocional.** Debes crear una conexión emocional entre tu cliente y tu marca ¿Con qué emoción quieres conectar? Crea tus mensajes a partir de ahí.

¿Qué vas a lograr si haces un plan de *marketing* a conciencia y cumples las recomendaciones enumeradas? Primero que todo, **reputación de marca**, hacer visible tu marca, generar reconocimiento y aumentar la reputación de tu óptica. Segundo, vas lograr una **relación B2C** teniendo este canal de comunicación abierto y fluido con tu público directo. Tú ofreces contenido de valor y ellos tienen la posibilidad de interactuar, preguntar y comprar. Y es que para nadie es secreto, que las publicaciones en Facebook tienen la capacidad de generar contenido con un mensaje cercano, amistoso, sincero, que permite crear una relación con la marca

al brindar una oferta de valor a los clientes, de manera que se perciba con sinceridad que tu óptica no solo busca crear una necesidad de compra, sino suplir una necesidad y un disfrute de los productos o servicios que ofreces. Tercero, es una **vitrina** virtual y ¡gratis! donde puedes mostrar todos tus productos: lentes con fórmula, gafas deportivas o para proteger del sol, tendencias de la moda, lentes de contacto, salud visual, productos anexos, siempre agregando valor para tus clientes. Si usas Facebook de forma adecuada vas a lograr generar un importante tráfico de audiencia de valor hacia tu sitio *web*, que es donde vas a generar ventas.

Seguramente estarás de acuerdo conmigo en todo lo que te he dicho hasta ahora, pero te estarás preguntando como generar contenido de valor, que al final impacte de manera positiva tus ventas. Te voy a dar unos consejos muy fáciles y efectivos:

1. Llama la atención con el título: es el momento de enganchar, de lograr que sigan viendo o leyendo tu publicación en lugar de seguir al siguiente post.

2. Usa imágenes de calidad, llamativas, bien editadas, que se destaquen sobre las demás publicaciones.

3. Haz una descripción creativa pero clara y concisa. Deja claro que estás aportando de valor, y si es viable, pon el precio de una vez. El público quiere hacer el menor esfuerzo posible.

4. Invita a los usuarios a que interactúen contigo, que pregunten sobre el producto o dejen sus comentarios.


5. Da contenido de valor. No se trata solo de hablar de ti, o de tus productos, sino de brindar información de interés para tus clientes. Muéstrales que te importan.

Si te vas a encargar tú mismo de hacer tu *Fan Page*, de alimentarla, de hacer seguimiento, recuerda que es importante mantenerte activo, hacer publicaciones por lo menos dos veces a la semana, responder a todas las preguntas y comentarios que te hagan, ir analizando qué tipo de contenido llama más la atención y tiene más interacciones -para esto, ayúdate con las estadísticas de Facebook, pues la aplicación ofrece este servicio gratuito a las empresas, y con esta herramienta podrás medir el alcance de tus publicaciones, quiénes son tus seguidores, a qué hora se conectan, qué publicaciones funcionan mejor, y mucha información que te será de utilidad para saber qué camino te funciona mejor-. También tienes a mano la posibilidad de hacer publicidad de tus servicios o productos de una manera económica pero efec-

tiva, puedes hacer promociones, concursos, lanzamientos para crear mas *leads*.

Un último consejo, has un plan estratégico, no publiques por publicar, sino que cada post tuyo corresponda a un objetivo, como por ejemplo dar a conocer tu marca y tu propuesta de valor; impulsar o lanzar un producto o servicio; dar información de valor para tu audiencia; dar tips o consejos de moda... en fin, tú mejor que nadie conoce tu negocio, y como se destaca tu óptica sobre la competencia... ¡eso es lo que tienes que comunicar!

<https://oniad.com/marketing-para/opticas/>  
<https://pymesworld.com/marketing-digital-opticas/> 2020



# Pruebas para una adecuada adaptación de lentes de contacto en adultos mayores

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

Por Christopher Miller, ABOC, NCLEC

**D**icen que los 50 son los nuevos 40 y que los 60 son los nuevos 50 ¡Yo digo que los 70 es el nuevo 59 y se mantiene! Tanto la generación Gen X como la Baby Boomers son activos, conscientes de su estilo de vida e informados. Además, disfrutan de una buena salud en comparación con las generaciones anteriores; sin embargo, es inevitable que aparezcan problemas oculares relacionados con la edad. El ojo maduro tiene una gama más amplia de condiciones y se requiere de diferentes modalidades y lentes de contacto.

## Pruebas para una adecuada adaptación de lentes de contacto

Un examen exhaustivo debe incluir un examen de dilatación ocular, análisis de glaucoma, retinopatía diabética, retinopatía hipertensiva, degeneración macular y cataratas. También la toma de campos visuales, la topografía corneal, un examen láser escáner, que ayuda en el diagnóstico temprano del glaucoma, y una fotografía digital para asegurarse de que hay una imagen basal para ayudar en cualquier investigación adicional en alguna enfermedad ocular. Existen varias pruebas adicionales, que podrían hacerse para los usuarios de lentes de contacto, como la de Schirmer, esta mide la producción de lágrimas, y la tinción de fluoresceína, que analiza el ajuste de una lente de contacto. Para el paciente adulto mayor, muchas de estas pruebas se realizan de forma rutinaria para garantizar una salud óptica, ya que algunas enfermedades tienen pocos o ningún síntoma y el tratamiento temprano es lo mejor.

**Paquimetría:** Prueba diagnóstica que mide el grosor de la córnea y es una herramienta útil para el diagnóstico de enfermedades corneales, el riesgo de glaucoma y para la evaluación de posibles pacientes Lasik.

**Campos visuales:** Contribuye al diagnóstico de enfermedades del nervio óptico y patologías en la retina.

**Fotografía digital:** Captura la retina basal para su comparación en visitas posteriores.

**Topografía:** La topografía corneal, también conocida como fotoque-ratoscopía, es una técnica de imagen médica no invasiva que sirve para mapear la curvatura superficial de la córnea. Dado que la córnea es normalmente responsable del 70% del poder refractivo del ojo, la topografía es importante para determinar la calidad de la visión.

Por lo tanto, el mapa tridimensional es de ayuda valiosa para los profesionales de la salud visual y pueden apoyar en el diagnóstico y tratamiento de varias condiciones o a evaluar el ajuste de lentes de contacto especiales. La topografía corneal extiende el rango de medición desde cuatro puntos a pocos milímetros de distancias. El procedimiento se lleva a cabo en segundos y es completamente indoloro.

**Prueba de ruptura:** Se añade un tinte de fluoresceína de sodio al ojo y la película lagrimal se observa debajo de la lámpara de hendidura, mientras que el paciente evita parpadear hasta que se desarrollen pequeñas manchas secas. Cuanto más tiempo tarde, más estable será la película lagrimal. Un breve tiempo de ruptura de la lágrima es un signo de una pobre película lagrimal. Generalmente, se cree que más de 10 segundos es normal, de 5 a 10 segundos es inferior y 5 segundos es bajo (con alta probabilidad de síntomas del ojo seco). Una película lagrimal inestable puede explicar los síntomas del ojo seco en pacientes que tienen una cantidad normal de lágrimas. Inestable significa que la composición de las lágrimas está desequilibrada y que se evaporan demasiado rápido o se adhieren correctamente a la superficie del ojo.

**Prueba de Schirmer:** Mide la producción de lágrima acuosa. Se coloca una tira de papel en el párpado inferior y se mide la cantidad de lágrimas que se absorben en cinco minutos. Una medición inferior a 10 indica una producción de lágrima inadecuada o síndrome del ojo seco.

**Tinción de fluoresceína:** Esta prueba es muy útil para detectar lesiones o anomalías en la superficie de la córnea, así como en el ajuste de una lente de contacto rígida.

Un pedazo de papel, que contiene tinte, se humedece con solución salina y se coloca en la superficie del ojo. A medida que el paciente parpadea el tinte se extiende alrededor y recubre la superficie de la córnea. Posteriormente, se dirige una luz de cobalto al ojo. Cualquier problema en la superficie de la córnea será manchado por el tinte y aparecerá verde bajo la luz azul.



## Consejos

- Recomiéndele al paciente hacerse un examen físico regular con su médico de cabecera para verificar si hay enfermedades que afecte la salud ocular.
- Coménteles que es importante que se realice un examen de dilatación ocular completo cada año o cada dos años para la detección temprana de enfermedades oculares como el glaucoma, que no tienen signos o síntomas tempranos.
- Realice una historia médica completa con las respuestas de las siguientes preguntas: ¿Tiene algún miembro de la familia con antecedentes de diabetes o enfermedad ocular? Si es así, recomiende un examen ocular cada año.
- Aconseje al paciente que consulte a un oftalmólogo si sufre de pérdida repentina de la visión, dolor, líquido proveniente del ojo, visión doble, enrojecimiento o hinchazón del ojo o el párpado.
- Sugíérales que siempre usen gafas de sol y un sombrero para protegerse de los rayos solares, que pueden aumentar el riesgo de contraer cataratas.

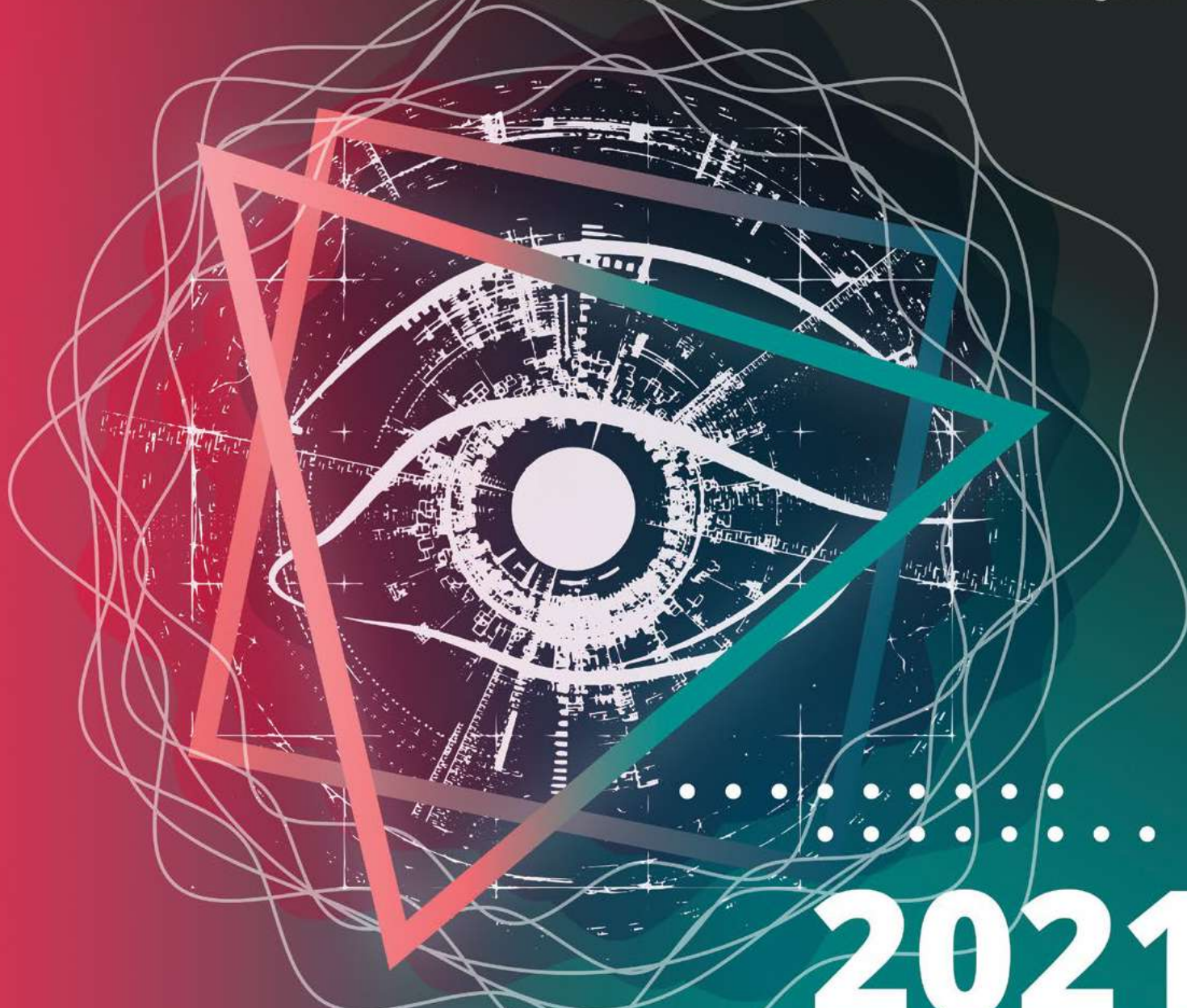
## Conclusión

Si sus pacientes adultos mayores usan lentes de contacto, lo más probable es que lo hayan hecho durante décadas o más. Es un momento adecuado para actualizarlos y ofrecerles lentes de contacto con nuevos materiales o diseños multifocales.

Para algunos puede ser la primera vez que emplean lentes de contacto y se debe verificar que no existan problemas de ojo seco. La reducción de los tiempos de uso y el uso de gotas hidratantes pueden ser parte de una adaptación exitosa. Los lentes de contacto de reemplazo diario pueden ser especialmente atractivos, ya que el costo puede no ser siempre el factor decisivo. **2020**

# XIII CONGRESO NACIONAL DE OPTOMETRÍA

*Cuidamos tu salud visual en el mundo digital*



AMFECCO.MX

2021  
15 AL 19  
DE MARZO

CONGRESO VIRTUAL

# Ambliopía y estrabismo: principales alteraciones de la visión binocular



Consejo Optometría México advierte sobre la importancia de evaluar la salud visual desde el nacimiento con el fin de detectar alteraciones de la visión binocular como la ambliopía y el estrabismo.

De acuerdo con el Primer Informe Mundial sobre la Visión, publicado por la Organización Mundial de la Salud en 2019, al menos 2 mil 200 millones de personas tienen deficiencia visual o ceguera, y de estos, 95 millones son niños.

Por su parte, la Secretaría de Salud cita otras estadísticas de la OMS en las que se señala que alrededor de 500 mil niños quedan ciegos cada año, aproximadamente uno por minuto. La mayoría de los niños nacen ciegos o evolucionan a la ceguera dentro del primer año de vida, lo cual representa una cifra aproximada de 6 mil casos por cada 10 millones de habitantes, en países de desarrollo. Sin embargo, cerca del 40% de todas las causas de ceguera en la niñez son prevenibles o tratables.

La visión binocular es la integración de los estímulos luminosos que llegan a cada ojo como percepción única; es decir, se capta toda la estimulación externa que llega a cada uno de nuestros ojos y el cerebro sincroniza ambas imágenes para crear un campo visual más completo. Así es como el ser humano tiene percepción de profundidad, es decir, podemos distinguir qué tan cerca o lejos de nosotros se encuentra algo.

La visión binocular se desarrolla desde el nacimiento, mediante diversas adecuaciones que hacen los músculos para dirigir a los ojos a una posición paralela.



## Las principales alteraciones de la visión binocular son:

Ambliopía u “ojo flojo”. – Padecimiento en el que un ojo ve más que el otro, porque no funciona en coordinación con el cerebro, provocando que el cerebro le dé más importancia al ojo con buena visión y con esto debilita más al ojo ambliope lo que puede derivar en estrabismo o que con el tiempo baje la visión del ojo débil. De acuerdo a cifras de la Secretaría de Salud, en México hay una prevalencia del 2 al 3% en niños de 3 a 7 años.

Estrabismo. – Situación en la que los ojos no están alineados correctamente y apuntan en distintas direcciones. En un niño pequeño, el cerebro aprende a ignorar la imagen del ojo desalineado. En su lugar, solo ve la imagen del ojo que no está desviado o que tiene mejor visión. Como resultado, la percepción de profundidad puede verse afectada. En México, de acuerdo con la SSA, la prevalencia de estrabismo es de 4% en niños de 1 a 2 años de edad.

Hipermetropía, miopía y astigmatismo o errores refractivos oculares no corregidos o mal corregidos que ocupan el tercer lugar en causas de visión baja a nivel mundial.

La visión es crucial para el desarrollo del niño desde el momento del nacimiento. Para los infantes reconocer y responder a sus padres y maestros propicia el desarrollo cognitivo y social, así como el de habilidades motoras, coordinación y equilibrio.

“Al disminuir o haber alguna afección de la visión binocular, la calidad de vida puede verse muy afectada. En el caso de los niños, en el aprendizaje. Es por eso que el papel del optometrista en estos casos es muy importante para hacer una detección y una intervención tempranas”, señaló la Licenciada en Optometría, Donají López Cobilt.

Agregó que “muchas veces se confunden los problemas de aprendizaje con problemas visuales no tratados. De hecho, muchos de los maestros son los que llegan a identificar estas señales antes que los padres. Otros síntomas son: mala coordinación motora, dolores de cabeza, que el niño entrecierre los ojos cuando está frente a una pantalla o a un objeto y el más notorio que alguno de los ojos se desvíe al momento de fijar la mirada”.

El proceso de rehabilitación, tratándose de la visión binocular y la corrección de problemas binoculares, es para mejorar o para evitar que llegue a ser un caso de visión baja. Cuando el paciente ya refiere una visión baja hay que enfocar la terapia a una adaptativa, es decir, se enseña al paciente a utilizar su remanente visual para realizar algunas actividades que todavía podría hacer.

Reyna Citalán Zúñiga, corresponsable de la Licenciatura en Optometría de la Escuela Nacional de Estudios Superiores Campus León, Guanajuato, señala que las causas de los problemas en la visión binocular son multifactoriales y se dan a lo largo del desarrollo del niño, por lo que, para la prevención de estos padecimientos, “es necesario realizar un examen optométrico completo desde el nacimiento que evalúe sobre todo la visión binocular: posición de los ejes naturales

y agudeza visual. Son pruebas que pueden aportar datos muy relevantes sobre la existencia de algún riesgo de padecimiento visual y que se pueda tratar y corregir desde muy temprana edad, ya sea por medio de terapia visual o de algún método corrección óptica, como el uso de lentes”.

Posterior a este examen de nacimiento, se recomienda una revisión optométrica a los seis meses de edad y una revisión anual periódica, ya que el estado visual tiene un proceso de maduración que se alcanza a los seis años de edad.

La SSA reconoce la importancia del examen visual desde el nacimiento. De hecho, el 25 de enero de 2013, en el Diario Oficial de la Federación, se publicó la reforma por la cual se agregó la fracción IV al artículo 61 de la Ley General de Salud en la que se indica como carácter prioritario la atención y “aplicación del tamiz oftalmológico neonatal a la cuarta semana de nacimiento para la detección temprana de malformaciones que puedan causar ceguera, y su tratamiento, en todos sus grados”. Sin embargo, muchos padres ignoran este derecho que tienen sus hijos y no dan el seguimiento adecuado.

Debido a que, en la actualidad, todavía hay mucha desinformación en torno a los problemas visuales, como profesionales de la salud visual, debemos incluir dentro de nuestra práctica profesional, la información, pues somos educadores de la salud. Por eso hacemos una invitación a la población en general a que se informe en torno a la importancia de la salud visual, concluyó Donají López.

Por lo anterior, el Consejo Optometría México hace hincapié en la importancia de acudir con un Licenciado en Optometría con título y cédula que esté plenamente capacitado para informar, orientar y educar a las personas con problemas visuales. **2020**

### Fuentes:

- i. SSA <http://www.cenetec.salud.gob.mx/descargas/gpc/CatalogoMaestro/IMSS-793-16/ER.pdf>
- ii. OMS <https://www.who.int/es/news/item/08-10-2019-who-launches-first-world-report-on-vision>
- iii. DOF [https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5285817&fecha=25/01/2013](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5285817&fecha=25/01/2013)
- iv. IAPB <https://vision2020la.wordpress.com/2014/01/09/errores-refractivos-en-los-ninos-un-problema-global/>

# Convov,

## una empresa con *visión*



**N**uestro 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  



- 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



# 20/20 México

BAUSCH + LOMB	Portada 1, 13
CONVOX	55
ESSILOR	Portada 3, 7, 35
GRUNWALDT	6
H2O SUMMIT	17
KENMARK	1
LENSBEST	Portada 4, 31
LUCY'S OPTICAL	41
LUMILENT	47
SETO	27
YIWU IMPORTACIONES	5
YOUNGER OPTICS	Portada 2
TRANSITIONS	21

**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**  
  
**essilor**

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

**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

**KENMARK EYEWEAR**  
**USA**  
 Tel:1- 502.266.8966  
 international@kenmarkeyewear.com  
 kenmarkeyewear.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**  


**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

**SETO**  
**MEX**  
 Tel. 52 (55) 5521 7800  
 setomexico@hotmail.com

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

*Barbie*  
**BUCCATI**  
*select*



GLORIA VANDERBILT



**FUROR**  
**Kids**



Hippo  
**HACKETT**  
 LONDON

**KAREN MILLEN**

*Maxim Paris*  
**PREMIUM**

*Maxim Paris*

DESIGNED BY  
*Pepe Jeans*  
 LONDON

**TED BAKER**  
 LONDON

*Sophia Loren*  
 EYEWEAR

**STETSON**  
 EYEWEAR

**MEX**  
 Lucy's Optical, S.A. de C.V.  
 Tel.: (55) 5363 5947  
 Fax: (55) 5373 6242

**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

#1

La marca #1 recomendada por los profesionales de la salud visual\*

VE CON MAYOR NITIDEZ.  
SIENTE MÁS COMODIDAD.

**Varilux®**  
**Comfort Max**

Comodidad de visión durante todo el día.  
Nuevas Lentes VARILUX® COMFORT MAX:  
para una visión nítida a todas las distancias,  
con el máximo confort durante todo el día.



**ESSILOR**

**Varilux®**

[varilux.com.mx](http://varilux.com.mx)

© Essilor International - Feb 2021 - Essilor® & Varilux® are trademarks of Essilor International. FRAMES: OLIVER PEOPLE®  
\*Survey conducted by CSA among a representative sample of 1041 independent ECPs, in 10 countries: FR, SP, GER, IT, UK, US, CA, BR, IN, CN. Feb-Apr 2018

Aclara tu mundo, no te limites

anti fog **BLUEFREE**

LENSBEST   
NUNCA TE LIMITES



Conserva la transparencia gracias a la película anti empañante en ambos lados de la lente.

Capa molecular súper hidrófila que elimina el vapor de agua.

Tecnología **BLUEFREE** que bloquea efectivamente el espectro de luz azul nociva.

Evita la fatiga visual y previene los daños a largo plazo por sobreexposición 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.

