

20/20

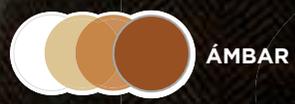


Síguenos en:
/visionoptica
@visionoptica
@visionoptica
www.visionoptica.com

Transitions™

LUZ bajo control™

Style
COLORS



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

TransitionsMéxico TransitionsMex

Photochromic performance is influenced by temperature, UV exposure, and lens material. ©2019 Transitions Optical Limited. Frames by icl berlin - Lentes Transitions® Ámbar



#HASHTAG

DONDE
VELOCIDAD Y PERFECCIÓN
SE FUSIONAN



Huvitz

HPE-910

SOLO HUVITZ PUDO
ALCANZAR ESTO.

USO
US OPHTHALMIC



Sigue Nuestras Redes Sociales



PARA MÁS INFORMACIÓN, PUEDES CONTACTARNOS A:
www.usophthalmic.com | info@usophthalmic.com | Tel: +1.786.621.0521

20/20 México



07

Noticias

Murió Bernard Maitenaz, inventor de la primera lente progresiva Varilux

- 07. Murió Bernard Maitenaz, inventor de la primera lente progresiva Varilux
- 08. EssilorLuxottica y CooperCompanies anuncian un acuerdo comercial para la adquisición de SightGlass Vision
- 08. OCULUS y Myopia Profile se asocian con el objetivo de aumentar el conocimiento sobre miopía
- 08. La termografía infrarroja, útil en el diagnóstico de ojo seco
- 09. La mala calidad del aire aumenta el riesgo de AMD, según una nueva investigación

Transitions™
Style
MIRRORS

OPCIONABLES
Style
MIRRORS USO DIURNO

PLATA AZUL COBRE

Escanea el código QR y prueba virtualmente tus Transitions favoritos.

8/10 usuarios de Transitions™ afirman que les molesta menos los cambios y el brillo de la luz.*

7/10 usuarios los prefieren a sus lentes actuales, están satisfechos con la calidad del material y lo recomendarían para su próxima compra.*

63% de los usuarios de lentes especiales que sus gafas les dan un ESTILO ÚNICO.*

© 2020 EssilorLuxottica. All rights reserved. *Based on a survey of 1,000 U.S. adults aged 18+ who use prescription eyeglasses. See www.transitions.com for more details. Transitions™ is a registered trademark of EssilorLuxottica. All other trademarks are the property of their respective owners.

10

Desde la Portada

Estilo + protección Transitions, lentes inteligentes a la luz



12

Especial diferenciación

El inicio de una historia de éxito

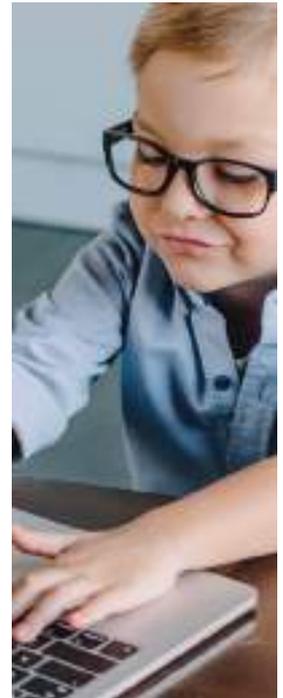


14

Optometría Clínica

Tomemos conciencia

- 16. Baja visión ¿Vale la pena el intento?



23

Publirreportajes

- 23. SETO
- 26. Lens Best
- 30. Vision Expo East
- 34. Zoom
- 44. Younger Optics
- 54. Convox



36

Moda y Tendencias

¿Por qué las tendencias de moda son una herramienta fundamental a la hora de incrementar ventas?

- 38. Lucy's Optical
- 40. Yiwu Importaciones
- 41. Safilo
- 42. Marchon
- 43. Luxottica



46

Mi Óptica

¿Sirve Instagram para promover las ventas en mi óptica?



50

En contacto

Niños y adaptación de lentes de contacto



56

Asociaciones y Universidades

XIII Congreso Nacional de Optometría AMFECCO

- 56. XIII Congreso Nacional de Optometría AMFECCO
- 61. Congreso Internacional Optovirtual 2021
- 62. Consejo Optometría México resalta la importancia de los optometristas y la información del CENSO 2020



64

Evento

CECOP realizó con éxito el evento Global Summit



Estamos en el mes de abril y todavía en América Latina se están viviendo momentos de mucha incertidumbre por causa de la pandemia originada por el COVID-19. Es una de las regiones más golpeadas, a nivel mundial, y para el resto del 2021 se espera una recuperación muy leve hasta que la mayoría de los países logren controlar mejor la propagación de la pandemia. Por esta razón, en América Latina es donde hay grandes oportunidades para los que arriesgan un poco y se salen de su entorno tradicional.

La tecnología nos ofrece soluciones y debemos ser creativos para tomar ventaja de esta gran herramienta. Tomemos en cuenta que la tecnología sin una buena estrategia y un conocimiento más profundo de su entorno resulta en oportunidades perdidas.

El año pasado escribimos sobre la importancia de empezar a hacer una estrategia de diferenciación y en el 2021 nos dedicaremos a difundir este tema por todos los medios y realizaremos un evento para que todos entendamos mejor el concepto de diferenciación y cómo implementarlo.

Si usted quiere seguir una estrategia de diferenciación, debe saber cuáles son las ventajas y desventajas. Realice un poco de

investigación y conozca a su público, el entorno donde opera y su competencia. Indague sobre lo que está pasando en la industria, no solo en su país sino a nivel mundial. Después de un análisis debe decidir si enfocarse a servir a un segmento específico y volverse uno de los expertos en esa área.

La diferenciación no solo se limita a tener productos distintos, como a la mayoría piensa, sino aplica a todos los servicios, desde la manera de atender al público hasta cómo se hace el examen optométrico.

Algunas de las ventajas de enfocarse en un nicho de mercado son: crear relaciones más fuertes con el cliente, quien confía en sus conocimientos y siente que cubre sus expectativas; el cliente le dará valor a su servicio, lo que le permitirá tener mejores márgenes en sus productos y podrán conocer mejor los prospectos al estar siempre en contacto con ellos y entender su comportamiento.

Una estrategia enfocada le permitirá crear barreras de entrada a su competencia e identificar las quejas de sus clientes. Estas razones hacen que tenga sentido enfocarse en una estrategia diferenciadora.

Las desventajas que deben considerar cuando trabaja con un nicho de mercado está limitando a su público y a los productos o servicios que está ofreciendo. Si cree en una estrategia basada en una corazonada sin mucho análisis puede generar un negocio sin bases sólidas que resulte en ventas limitadas o también puede impedir el crecimiento futuro.

Va a tener competidores que tratarán de copiar lo que hace. Al final no es fácil tomar la decisión de hacer negocios.

Lo que es verdad es que el mundo está cambiando muy rápido y para tener éxito es necesario estar al tanto de lo que pasa a su alrededor y saber cómo medir los resultados. La tecnología y la gestión de la óptica se han democratizado y ya están al alcance de todos. Nuestro propósito este año es darle los conocimientos y herramientas para que puedan hacer estrategias diferenciadas y ganadoras.

Aparte de la revista 20/20 impresa y todos los productos digitales de visionoptica.com, vamos a fortalecer nuestros eventos en Asesor con expertos que les ayuden a diferenciar su negocios y proveedores que les muestren las últimas tendencias y tecnologías. **20/20**

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

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

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

www.visionoptica.com

BAUSCH + LOMB



DISTRIBUIDORA
bossini's
L E N S

bossinis_pedidos@hotmail.com
55 6463 7187

Bolivar No. 24, Local G, Col. Centro CP 06000, Alc Cuauhtémoc, CDMX

Renu Advanced: México 1503C2018 SSA • Renu Fresh: México 1265C2011 SSA • Biotrue: México 1168C2011 SSA • Simplus: México 1316C2005 SSA
Ultra Presbicia: México 2666C2017 SSA • Ultra Astigmatismo: México 2704C2017 SSA • Pure Visión Astigmatismo: México 1934C2013 SSA
Pure Vision SVS: México 1938C2011 SSA • Lunare: México 1475C2016 SSA • Soflens 59: México 1089C2005 SSA

No. de Autorización: 213300201B0299 • Consulte a su especialista de la salud visual • Lea las instrucciones de uso

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



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

VENTAS:

México: Carlos Cerezo, Cel: 561 174 8192, ccerezo@clatinmedia.com

USA, Región Andina y otros países: Héctor Serna
Tel.: (571) 214 4794 Ext. 123
ventas1@clatinmedia.com

Colombia: Kelly Triana, Tel: +57 (1) 214 4794
Ext. 123, Cel: +57 318-395-0955,
ktriana@clatinmedia.com

Cono Sur y Europa: Soledad Senesi Tel.: (34) 682
183 459 ventas2020-arg@clatinmedia.com

Brasil: Fernanda Ferret Tel.: +55 (11) 3061-9025
ext. 109 fernandafferret@revistareview.com.br

Europa: Cecilia Zanasi Tel.: +39 (045) 803-6334
info@studiozanasi.it cecilia@studiozanasi.it

OFICINAS:

USA: One West Camino Real Boulevard, Suite 205, Boca Raton, FL 33432 USA Tel: +1 (561) 443 7192

Colombia: Carrera 7 No. 106 - 73 Of. 301 Bogotá, Colombia Tel: +57 (1) 214-4794

México: 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

Murió Bernard Maitenaz, inventor de la primera lente progresiva Varilux

Essilor anunció que Bernard Maitenaz, creador de la lente progresiva Varilux que mejoró la vida de millones de presbíteros a nivel mundial y redefinió toda una industria, falleció en su ciudad natal de París, a la edad de 94 años. El trabajo de Maitenaz revolucionó la industria del cuidado de los ojos y transformó la vida de las personas. Hasta la fecha, más de 700 millones de lentes Varilux se han vendido desde 1959.

Maitenaz fue uno de los fundadores del Grupo Essilor, en 1972. Al frente de la compañía, entre 1981 y 1991, supervisó un período de gran crecimiento internacional, que convirtió a Essilor en el fabricante líder mundial de lentes. Su compromiso con Essilor continuó mucho más allá de su jubilación, como presidente honorario del consejo de administración y como miembro fundador de la asociación de accionistas Valopteca.

Paul du Saillant, presidente y CEO de Essilor International, comentó: “Toda la familia Essilor está triste por la pérdida de nuestro presidente honorario, amigo y colega, Bernard Maitenaz. Un verdadero pionero e inventor de corazón. Bernard también será recordado por los valores con los que dirigió Essilor entre el 81 y el 91, y que promovió dentro de Valoptec a lo largo de sus más de 70 años de carrera.

“Sin él y la invención de la lente progresiva Varilux, la industria óptica y Essilor no serían lo que es hoy. Le debemos enormemente a Bernard, y seguirá siendo una fuente de inspiración para las generaciones venideras. Nuestros pensamientos están con su familia, hijos y nietos”.

Nacido en Joinville, cerca de París, Maitenaz se graduó con títulos en ingeniería de Arts et Metiers en 1946 y Ecole Supérieure d’Optique en 1947. Comenzó su carrera en la década de 1950 con Societe des Lunetiers, la compañía francesa que eventualmente se converti-

ría en Essilor. El joven ingeniero mecánico buscó mejorar el diseño de los bifocales, dando lugar a la idea de la lente progresiva.

En 1959, después de siete años de realizar investigaciones para diseñar una lente oftálmica con un enfoque variable, Maitenaz creó Varilux, la primera lente progresiva del mundo. Su invento innovó la ciencia de las lentes para avanzar y establecer nuevos estándares de rendimiento para el cuidado de la visión para pacientes presbíteros. Por su contribución al campo de la visión, Maitenaz se desarrolló en numerosas áreas de investigación y tecnología:

- Enseñó ingeniería óptica en la Ecole Supérieure d’Optique de París. Fue asesor técnico de educación en el Ministère de l’Education nationale, y presidente del Centre d’Enseignement et de Recherche en París.
- Se desempeñó como miembro de varios consejos de administración, particularmente con la Ecole Supérieure d’Optique durante más de 10 años, y con la Ecole National Supérieure des Arts et Metiers de 1990 a 1994. Fue miembro de la junta directiva del Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS) de 1992 a 2003, y fue miembro del Conseil pour les Applications de l’Académie des Sciences (CADAS).
- Recibió numerosos elogios por sus contribuciones a la optometría, incluyendo un Doctorado Honorario en Ciencias Oculares del New England College of Optometry en Boston en 1988 y un Doctorado Honoris Causa honorario de la Escuela de Optometría de la Universidad de Montreal en 1993.
- Fue galardonado con el Premio Apollo 2014, el máximo galardón otorgado al público en general por la Asociación Americana de Optometristas, que honra a individuos u organizaciones por su distinguido servicio al bienestar visual del público.



EssilorLuxottica y CooperCompanies anuncian un **acuerdo comercial** para la adquisición de **SightGlass Vision**

A través de esta asociación, fortalecerán aún más las oportunidades de innovación y las capacidades de comercialización para aumentar la categoría de control de la miopía.

La tecnología de SightGlass Vision complementará las soluciones existentes de ambas empresas, incluyendo la lente Stellest de Essilor y las lentes de contacto MiSight y Orthokeratology de CooperVision.

En las últimas décadas se ha observado un aumento constante de la prevalencia de la miopía en todo el mundo, en particular bajo el efecto de los cambios en el estilo de vida. Hoy, afecta a 2.600 millones de personas en todo el mundo, se estima que casi 5 mil millones de personas, o la mitad de la población mundial, serán miopes para 2050. La miopía es la principal causa de discapacidad visual en los niños y, con el tiempo, puede contribuir a un mayor riesgo de desarrollar deterioro permanente de la visión, incluyendo degeneración macular, desprendimiento de retina, cataratas, glaucoma y ceguera asociada con la miopía alta. Al combinar su experiencia científica y sus capacidades de desarrollo de productos, EssilorLuxottica y CooperCompanies tienen la intención de aumentar la concienciación y ofrecer soluciones adicionales para ayudar a abordar este problema mundial.



OCULUS y Myopia Profile se asocian con el objetivo de **aumentar el conocimiento sobre miopía**

Durante la asociación entre ambas compañías, se desarrollará un contenido educativo específico, resúmenes de investigación y estudios de casos, que se alojarán en MyopiaProfile.com y se compartirán en las múltiples plataformas de la asociación.

Christian Kirchhübel, CEO de OCULUS anunció que: "Estamos entusiasmados con la cooperación, ya que OCULUS se centra en apoyar a los profesionales de la salud visual de todo el mundo. Nos dedicamos a ahorrar y mejorar la visión y el rendimiento visual con nuestras soluciones de medición precisas, fiables y duraderas. Somos conocidos por las innovaciones y su transformación, desde la mesa de laboratorio hasta el profesional dedicado al cuidado general de los ojos".

David Kern, Gerente de Producto de Myopia Máster agrega: "Escuchamos las necesidades del profesional del cuidado de la visión y diseñamos y fabricamos un dispositivo para manejar eficientemente la miopía, el Myopia Master®. Nuestro objetivo es educar a las PAE sobre la importancia de la medición de la longitud axial, pero también aprender a la inversa. La asociación con Myopia Profile está en la mejor posición para lograrlo".



La termografía infrarroja, útil en el diagnóstico de **ojo seco**

Un equipo de investigación del Bascom Palmer Eye Institute y el Miami Veterans Affairs Medical Center sugiere que la temperatura de la superficie ocular podría ser un factor valioso para detectar el ojo seco. La temperatura superficial ocular de la córnea central es normalmente de alrededor de 35 °C cuando se mide justo después de un parpadeo y disminuye a una velocidad de -0,01 °C por segundo en ojos sanos, explicaron los investigadores. Más específicamente, cada parpadeo "restablece" la temperatura de la superficie ocular a través del intercambio de calor con el párpado interno a su temperatura máxima, mientras que el ojo posteriormente se enfría entre parpadeos a medida que se expone al medio ambiente.

El equipo informó que el enfriamiento de la temperatura de la superficie ocular durante el período entre parpadeo parecía estar ligado a parámetros de desgarro, incluyendo las puntuaciones de las pruebas de Schirmer, la altura del menisco lagrimal y el tiempo de ruptura de la película lagrimal. También encontraron que la temperatura de la superficie ocular era más alta en los ojos con una película lagrimal más inestable.

La mala calidad del aire aumenta el riesgo de DMRE, según una nueva investigación



El estudio, publicado en el British Journal of Ophthalmology, encontró que los residentes de áreas altamente contaminadas tenían al menos un 8% más de probabilidades de ser diagnosticados con DMRE que los residentes de áreas menos contaminadas.

“Este nuevo estudio muestra una asociación entre la contaminación del aire y el riesgo de DMRE, pero aún no conocemos el mecanismo involucrado”, dijo Raj Maturi, MD, portavoz clínico. “Sabemos que el aumento de la inflamación puede aumentar el riesgo de degeneración macular seca y los contaminantes aumentan las respuestas inflamatorias”.

“Sabemos que nuestra genética puede contribuir a casi la mitad del riesgo de degeneración macular en algunas personas. Nosotros, por supuesto, no podemos cambiar esto, aunque actualmente hay medicamentos en estudios de investigación para abordar esto”, afirmó el Dr. Maturi. “Los factores de riesgo que podemos modificar incluyen el tabaquismo, la presión arterial alta y el colesterol alto”.

Los tratamientos para enfermedades oculares como la DMRE húmeda son más efectivos con un diagnóstico temprano. Asegúrese de hacerse exámenes oculares completos con regularidad para reducir el riesgo de pérdida de la visión.

AVIZOR
EYE CARE SOLUTIONS

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

Unica[®]

sensitive



CONSERVANTES **HUMECTACIÓN**



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

alvera



Frescura Natural con Aloe Vera



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

estilo + PROTECCIÓN Transitions™

lentes inteligentes a la luz

CONTEXTO
LIFESTYLE

El mexicano adulto promedio pasa 8 HRS DIARIAS EN INTERNET. ¹	Hasta el 2020 se contaban con 89 MILLONES DE INTERNAUTAS EN EL PAÍS. ²	1/10 usuarios de Lentes inteligentes a la luz ¹
Más del 90% de las personas de entre 20 y 65 años UTILIZAN TECNOLOGÍA DIGITAL por trabajo o pasatiempo.	En promedio un adulto pasa 12 HORAS a la semana de tiempo acumulado EN EXTERIORES. ³	

SOLUCIÓN
IDEAL

Transitions™
lentes inteligentes a la luz

Protege y mejora la visión ya que se ajusta y se adapta a las condiciones cambiantes de iluminación.

BENEFICIOS

- ✓ Lentes totalmente transparentes en interiores.
- ✓ Ofrecen un excelente oscurecimiento en exteriores.
- ✓ Vuelven a claro más rápido que nunca.
- ✓ 100% protección UV.
- ✓ 80% de protección a la luz azul cuando están activos.
- ✓ Vive lo mejor de tu estilo a través de los colores de Transitions®.

	Transitions™ Signature GEN8	Style COLORS	Transitions™ XTRActive	Style MIRRORS
Totalmente claras en interiores				
Con leve tono en interiores				
Para uso de Computadora				
100% Protección UV				
Protección Luz azul				
Colores				
Modo de uso	Interiores y exteriores	Interiores y exteriores	Interiores y exteriores	Exteriores y de uso Diurno
Ideal para	Toda la familia	Toda la familia	Personas con sensibilidad a la luz.	Personas que desean ver bien y mantener su estilo.
Combinación con Crizal				Incluye AR en cara posterior.

Transitions™

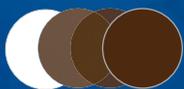
Style MIRRORS

9 colores **DISPONIBLES**

Colores ICÓNICOS



GRIS



CAFÉ



GRAPHITE
GREEN



PLATA



AZUL



COBRE

Style COLORS



ÍNDIGO



AMATISTA



ÁMBAR

Style MIRRORS



USO DIURNO

Escanea el código QR
y prueba virtualmente
tus Transitions favoritos.



86%

de los pacientes
tienen intención
de compra.

8/10

dicen que les
gustaría que sus
lentes se adaptaran
a la luz.⁴

8/10

usuarios de
Transitions refieren
que les molesta
menos la luz
brillante.⁵

8/10

usuarios de
Transitions® refieren
que les molesta
menos los cambios
y el brillo de la luz.⁵

7/10

usuarios los prefieren
a sus lentes actuales.
están satisfechos con
la claridad en interiores.
lo considerarían para
su próxima compra.⁵

63%

de los usuarios de
lentes esperan que
sus gafas les den un
ESTILO ÚNICO.⁶

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

1. Fuente: Prueba de Life360 de Transitions Optical en usuarios en vivo en Estados Unidos, Francia y China (IFOP 2016/2017) - N=117 usuarios de lentes
2. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-mexico>
3. Environmental Protection Agency, American Adult, 2018 4. Transitions Optical consumer research, U.S., Dynata, January 2019, N=993
5. Fuente: Prueba de usuarios de Transitions Signature Gen 8, a escala nacional en EE. UU., Kadence, 1º cuatr. de 2019
6. Fuente: Estudio Global sobre Segmentación del Consumidor (Synovate; 2011) Note: Color verde destacado, llamado la atención a diferentes edades.

visionyoptica[™] Asesor

Hicimos algo muy bueno en nuestro primer evento “Diferenciación de la óptica como Herramienta de Venta”, por eso queremos hacer algo maravilloso en nuestro segundo evento y queremos que usted forme parte de esto.

El inicio de una historia de éxito

Creemos firmemente en la diferenciación como elemento indispensable para el éxito. Por esto quisimos ir más allá de los múltiples Webinars que se estaban ofreciendo con motivo de la pandemia y, junto a nuestros patrocinadores y conferencistas, creamos un programa de dos días en el que, además de ofrecer conferencias tanto clínicas como de manejo del negocio, brindamos a los participantes la oportunidad de contar con interesantes apuntes a través de E-books que descargaron durante un mes después del evento.

Los resultados...mucho más de lo esperado



Descargas de Ebooks: **650**

Visitas a la página: **3216**

Participantes unicos al evento: **1558**

Youtube: **1700** reproducciones durante el evento

Dentro de los países que asistieron masivamente estan: México, Colombia, Argentina, Guatemala, Venezuela, Peru, entre otros.

Aprenda cómo hacerlo en

2º CURSO



Diferénciate y Vende Más Herramientas Prácticas

25 y 26 de agosto de 2021



En el mercado óptico, todos ofrecen lo mismo...



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



¿Has pensado qué los hace diferentes?



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

“Si haces algo y resulta demasiado bueno, debes entonces hacer algo maravilloso.”

Steve Jobs

Tomemos conciencia

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



A nivel mundial, la longevidad está incrementándose. Existe una gran proporción de población de adultos mayores, lo que significa una mayor prevalencia de deficiencias visuales como resultado de las enfermedades relacionadas con la edad. De esta manera, la atención a la Visión Baja continuará siendo cada vez más de vital importancia.

El objetivo de la rehabilitación de la visión baja es minimizar cualquier impedimento funcional impuesto por la pérdida visual. Identificar, por tanto, las habilidades visuales que el paciente conserva es fundamental. En este proceso la primera tarea del clínico es identificar y entender las dificultades funcionales que el individuo experimenta como resultado directo o indirecto de sus limitaciones visuales. Tareas asociadas a la lectura, reconocimiento facial y la movilidad se encuentran en los primeros lugares de la lista. En segundo lugar, se debe analizar, en detalle, la visión individual mediante el análisis de la patología y prognosis, evaluación de las características refractivas así como la realización de pruebas de función visual. En tercer lugar, el clínico debe considerar la manera en que las tareas visuales del paciente puedan optimizarse o facilitarse a través de utilizarse ayudas ópticas como magnificación, prismas, filtros, control de iluminación, sistemas electrónicos y entrenamiento visual.

¿Entonces es muy claro que los optometristas necesitamos conocimientos para atenderlos? ¡Por supuesto! ¿Requerimos tacto para dirigirlos y orientarlos en la consulta? ¡Sin duda! Y ¿Se debe tener sensibilidad para convivir y tratar a los pacientes en nuestra vida diaria?, también.

Sin embargo, comentaré algo que llamó mi atención y me avergonzó, en un congreso organizado por una reconocida asociación, todos egresados, licenciados en la especialidad, también algunos oftalmólogos.

En esa ocasión, salimos a un receso de café y como se estaban tardando demasiado le

comenté a la persona de adelante voy a preguntar qué pasa, ¿me reservarías mi lugar?, ella muy amable volteó su cara de perfil y me dijo que sí...Me dijeron: se terminó el café y tenemos que esperar; al regresar, la miré de frente y noté nistagmus bilateral marcado.

Para ese momento teníamos que regresar a la sala de conferencias y la perdí de vista, pero al segundo receso de nuevo la encontré, le llevé galletitas y la invité al solárium donde estaban ubicados los stands comerciales, ella tropezó con cancel de piso, tiró algunas galletas y empujó levemente a la doctora junto a ella...la doctora, muy irritada, la miró directamente de frente y le gritó: “¿Estás ciega?”.

Me dolió tanto... ¿Quién era ciega realmente? No existió sensibilidad, ni la más mínima consideración ni humanidad, tampoco una disculpa verbal...

Me dio tanta pena esta actitud. Platicando con ella, me dijo la razón por la que se encontraba en el congreso. Había pagado su inscripción como cualquier profesional de la visión para reconocer mejor su problema visual y como tratarse más adecuadamente.

Esta experiencia me hizo reflexionar que, en nuestra práctica profesional, debemos buscar ser más asertivos al brindar una consulta a este tipo de pacientes.

En esta edición, nos congratula contar con la participación de nuestro primer distinguido colaborador para la revista, el Lic. Opt. José Iván Camacho Arellano, experto en la examinación de pacientes con Baja Visión, quien nos introducirá del manejo general, en este volumen, y en subsecuentes participaciones nos guiará, más específicamente, en sus experiencias y valiosos detalles a considerar de manera integral.

De esta manera, invitamos a nuestros queridos lectores a disfrutar de esta gran edición y los felicitamos por la gran labor que ejercen día a día para mejorar la calidad de vida de sus pacientes. **2020**



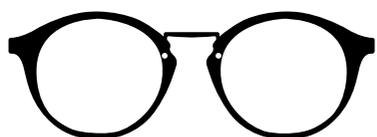
40% de Desc.

mi **1er** Progresivo

Compra cualquier Progresivo Digital
Lentes KODAK
y obtén 40% de Descuento.



- Solamente válido en adiciones menores o iguales a 1.50.
- Todos los materiales (Orma o Airwear).
- Solo válido en Progresivos Lentes KODAK con Crizal®, Anti-Fog® u Optikot®.



www.lenteskodak.mx

Lentes KODAK
Disfruta el Color de la vida

Solamente válido en adiciones menores o iguales a 1.50. El reglamento de la promoción está disponible para consulta en: www.lenteskodak.mx/miprimerprogresivo. Promoción válida del 5 de abril al 31 de agosto de 2021, cuando el par de Progresivos Lentes Kodak se compra con Crizal®, Anti-Fog® u Optikot®. La marca Kodak® y su imagen comercial son usadas bajo licencia de Kodak. ©2021 Signet Armortite, Inc. Todos los derechos reservados. Crizal®, Anti-Fog® y Optikot® son marcas registradas de Essilor International. Transitions es una marca registrada de Transitions Optical, Inc., utilizada bajo licencia por Transitions Optical Limited.

Baja visión ¿Vale la pena el intento?



Dr. José Iván Camacho

El solo nombre llama a la dificultad, a lo obscuro, lo indeseable, incluso lo imposible. La baja visión es un área de especialización en la salud visual. Es decir, que tanto la optometría como la oftalmología la contemplan como una materia de su currículum, pero pocos quieren tomar el reto de practicarla y atender pacientes que presenten esta condición; sin embargo, su práctica es absolutamente necesaria para cubrir el último nivel de atención en cuanto a salud visual. Es decir, si contemplamos el primer nivel como aquel donde se brinda atención primaria, en donde se realiza la valoración inicial, pruebas preliminares y diagnóstico. El segundo, en el cual se incluyen aspectos de especialización, estudios más complejos y hospitalización. El tercero, en el cual ya se contemplan subespecialistas, cirugías, áreas más complejas de atención a enfermedades o padecimientos poco comunes. Y si al momento se definen estos tres niveles como los únicos en cuanto a servicios de salud, podemos considerar un cuarto nivel, en el cual se contemplan las áreas en las cuales los tres niveles anteriores no pudieron ofrecer algo más al paciente; Es decir, la habilitación y la rehabilitación. Es por ello por lo que la baja visión está íntimamente ligada a las áreas de Rehabilitación y Entrenamiento de las habilidades visuales.

Por ello, es importante involucrarse en esta área de la salud visual, y aunque no contemos con estudios especializados en el área, debemos ser capaces de brindar la atención necesaria a todo aquel paciente que acuda en busca de ser evaluado, pero muchas veces, tan solo de ser escuchado.



¿Cómo practicar la baja visión?

Empecemos por el principio. No requiere de material sumamente especializado. Aunque sí es necesario contar con al menos los siguientes elementos:

- Cartillas para valoración de visión lejana y cercana
- Caja de pruebas y armazón de pruebas
- Esquiascopio y Oftalmoscopio
- Materiales con alto contraste de color o luminosos



Probablemente alguien piense que la caja de pruebas no sería un material elegible para esta lista. Sin embargo, existe una razón (o tal vez más de una) para considerarla como parte fundamental de este equipo diagnóstico. Es frecuente que los pacientes de baja visión presenten algún grado de visión excéntrica, la cual no puede ser plenamente utilizada a través de un refractor (Phoropter). De igual manera, las pruebas de visión cercana suelen ser más versátiles con el uso del armazón de pruebas y las lentes de la caja.

Así que, visto lo anterior, estoy seguro de que la mayoría de los especialistas cuentan con al menos el 80% del material antes descrito.

Además de este equipo, considere tener a la mano materiales de uso común para realizar pruebas más reales. Por ejemplo: monedas, aguja, hilo, botones, diferentes tipos de semillas, material común impreso tal como recibos, tarjetas, cajas de medicamentos, recortes de revistas o periódico. Etc. Todo aquello que el paciente pueda disponer en su vida diaria.



El punto de partida

Si ya contamos con el equipo necesario para la valoración, estamos listos para recibir al elemento más importante de esta especialidad: El paciente. Por esto, nuestro pensamiento debe estar abierto a un sentimiento fundamental: la empatía.

Cuando evaluamos a un paciente con baja visión tendremos frente a nosotros a un ser humano, completo e integral. Nunca recibiremos en consulta a un par de ojos flotando, solicitando una valoración, ellos vienen como parte de un todo.

Desde que el paciente ingresa al consultorio debemos observar su comportamiento, cómo se mueve, cómo camina, si lo hace por si solo o depende de alguien más. Analizar su entorno familiar, la forma en la que le hablan e incluso cómo lo tratan.

Nuestro lenguaje corporal será “bien visto” por el paciente, pero mucho más por los familiares o quienes lo acompañan. De inmediato debemos poner en práctica las formas correctas para dirigir al paciente al sillón de exploración. Tocar el asiento antes de que intente sentarse. Ubicar los descansa brazos. Hacer la aclaración con voz clara e información precisa sobre la posible existencia de un escalón en la parte baja del sillón. En fin, todo

aquello que desde un principio le brinde al paciente la confianza de sentirse que está en un lugar seguro, pero sobre todo con un especialista empático.

Ya que tenemos el equipo y el elemento humano debemos entrar en materia, siendo el siguiente punto la realización de una historia clínica. La recopilación de datos debe ser puntual y extensa. Hay una pregunta clave que es medular: ¿Cuál es el motivo de su consulta? Esta es una pregunta absolutamente la cual debe ser respondida por el paciente de una forma libre. Sin que haya restricciones por parte del familiar o acompañante, y mucho menos por el examinador. Esta es la primera y única oportunidad de captar la atención del paciente. De hacerlo sentir en confianza, circunstancia que nos permitirá obtener la mayor información posible, pero sobre todo ganar el derecho de obtener datos tales como sus dificultades, necesidades e incluso pretensiones de carácter visual.

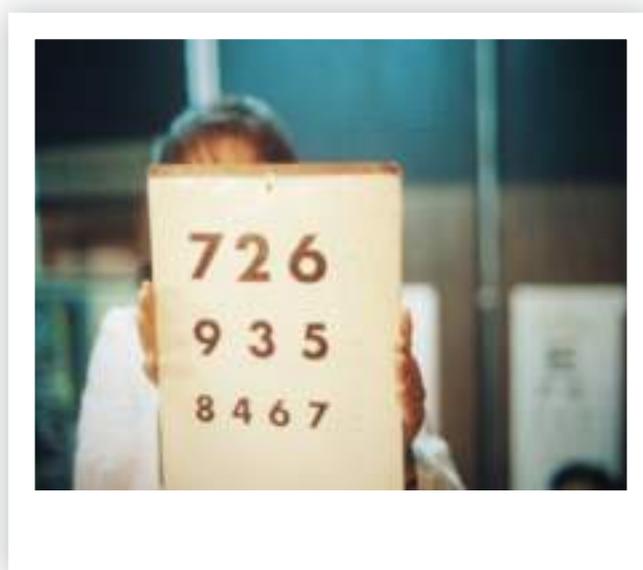
También se deben hacer preguntas puntuales sobre actividades habituales. Por ejemplo: ¿Si puede ver la TV?, ¿A qué distancia?, ¿Sale solo a la calle?, ¿Puede cocinar?, ¿Puede leer o escribir?, etc. Es decir, debe recopilarse la mayor cantidad de información que permita conocer a detalle las necesidades y dificultades que tenga el paciente.

Evaluación clínica

De la historia clínica pasamos a lo siguiente, lo que es un punto clave para la evaluación de la baja visión. La agudeza visual. En los casos de baja visión los pacientes muy a menudo son valorados con una “escala” ampliamente difundida, pero definitivamente incorrecta. Es decir, ante la baja visual que presentan de inmediato entran a la escena los famosos términos de MM (movimiento de manos) y CD (cuenta dedos). Estos términos deben ser erradicados por todo aquel especialista en salud visual, ya sea que evalúe o no a pacientes de baja visión. Y para ejemplo, que mejor que una imagen.

En estas imágenes podemos observar un típico ejemplo de la toma de agudeza visual con los dedos. De esta imagen analicemos lo siguiente: el examinador está presentando estímulos sobre su cara, la cual tiene casi la misma tonalidad de su rostro. Así que, el contraste está notablemente disminuido, o mejor dicho, no existe. El tamaño de la mano del examinador será una variable. Cada examinador tendrá diferente tamaño de mano, longitud de falange, y peor aún, dependiendo de la separación que tengan sus dedos, el valor del ángulo visual será diferente. Es decir, si el examinador amaneció de ánimo y separa un poco más los dedos, seguramente ese día obtendrá mejores valores de agudeza visual.

En la otra imagen observamos números con un contraste total. Optotipos negros sobre un fondo blanco (lo sé, seguramente está



Transitions™

LUZ bajo control™

Convierte
tus Lentes a
Transitions™

por
solo

+\$1,490

Válido al comprar lentes
ESSILOR con *Crizal*®.



Escanea el
código QR
y prueba
virtualmente
Transitions

Disponibles en:



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



TransitionsMéxico



TransitionsMex

Aplica únicamente en Lentes Essilor® con diseños de visión sencilla o progresivos con tratamiento antirreflejo Crizal® y con tecnología fotosensible Transitions®. De acuerdo con las reglas, términos y condiciones de la presente actividad promocional "ESTILO Y PROTECCIÓN". El reglamento de la promoción estará disponible para consulta en cada punto de venta. Promoción válida del 15 de marzo al 31 de mayo de 2021. Essilor® Crizal®, Crizal Easy®, Crizal Alizé®, Crizal Sapphire® y Crizal Prevencia® son marcas registradas de Essilor International. Transitions®, Transitions Signature GEN 8®, Transitions XTRActive® son una marca registrada de Transitions Optical, Inc., utilizada bajo licencia por Transitions Optical Limited. Todos los derechos reservados. No participan las lentes visión sencilla de tallado tradicional sin diseño Essilor.





usted pensando que no es blanco, pero definitivamente es mejor que el contraste de los dedos sobre el rostro) los cuales son perceptibles de una forma más clara y precisa. De esta manera, tendremos constancia de datos y reproducibilidad. Y para que estas características se respeten en una medida tan importante como la agudeza visual, hay que tratar de precisar la distancia a la que se realiza la prueba. Por ello, deben de colocarse marcas ya sea en metros o pies (dependiendo de la notación de su preferencia) con la finalidad de hacer las debidas anotaciones.

Una vez que se tiene el dato fundamental de la agudeza visual se continúa con las siguientes fases, las cuales son conocidas por todos. Es decir, la esquiastopía y las pruebas subjetivas tanto de lejos como de cerca. En este punto es importante resaltar el valor de la esquiastopía. Debido a que los pacientes no tienen una agudeza visual fina en la mayoría de las ocasiones, no podemos considerar confiables las pruebas subjetivas. De hecho, no es recomendable realizarlas. -Únicamente podemos hacer pequeños ajustes utilizando el criterio de la diferencia apenas perceptible. Es decir, el paciente no percibirá un comparativo entre "lente uno o lente dos" si lo hacemos con un 0.25 de diferencia. En el caso de baja visión podemos hacer comparativos entre 0.50D o 1.00D, e incluso para valores astigmáticos sugiero utilizar cilindros cruzados del mismo valor comparativo, es decir, 0.50 y 1.00D, se que muchos pensarán que no existen dichos cilindros., pero recuerde que un cilindro cruzado es el componente de un valor esferocilindrico. Así que solo compre la lente necesaria, móntela en un arillo y marque los puntos.



En la visión cercana es donde se tiene un mayor éxito en la prescripción de ayudas ópticas, esto debido a que podemos conjuntar los diferentes tipos de magnificación existentes. Es decir, podemos hacer uso de la magnificación relativa a la distancia, la cual se consigue al aproximar la lectura u objeto a visualizar desde una distancia de 40cm a una de 10 cm o incluso 5 cm. Se puede recurrir a la magnificación relativa al tamaño del objeto por medio del uso de textos magnificados cada día mas sencillos de disponer, tales como biblias. Y finalmente utilizar la magnificación angular por medio de lentes microscópicas o lupas. Todo ello en conjunto brindará la posibilidad de incrementar la imagen percibida por el paciente y en consecuencia lograr que sea capaz de percibir aquello que pueda o tenga interés en hacer.

En este punto es importante destacar el cálculo de la magnificación requerida por el paciente. Recordemos que esta se obtiene la siguiente fracción

$$\text{Magnificación} = \text{Lo que el paciente ve} / \text{Lo que quiero que vea}$$

Por ejemplo: Si mi paciente tiene una agudeza visual cercana de 20/400 y quiero que consiga un 20/40. Deberé utilizar los denominadores. Así $400/40 = 10x$

Por lo tanto, necesito 10x de magnificación. Ahora bien. En todos los casos es recomendable iniciar con la mitad de este valor, ya que siempre haremos uso de otras magnificaciones tales como la relativa a la



CONSTANTEMENTE REINVENTÁNDONOS

CON NUESTRO CLIENTE EN MENTE

LM-7800
LENSÓMETRO
AUTOMÁTICO

Lectura de Protección Contra la Luz Azul de los Pantallas LED.

LAK-7800
AUTOREFRACTÓMETRO
QUERATÓMETRO

*Color View Mode
Cámara a Color*

"Innovar y Mejorar para traer las soluciones que nuestros clientes necesitan."



PANTALLA DE
OPTOTIPOS



LENSOMETROS
MANUALES



PROYECTORES



UNIDADES DE
REFRACCIÓN



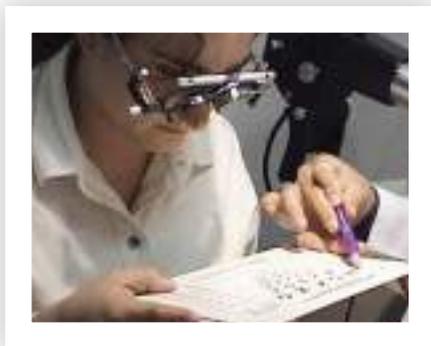
LAMPARAS DE
HENDIDURA



FORÓPTEROS
MANUALES



CAJAS DE
PRUEBA



distancia o la relativa al tamaño del objeto y, por ende, la presencia de las otras complementará a la angular.

Así que, en el ejemplo anterior utilizaré solo 5x. Si fuera el caso de la visión cercana puedo buscar un telescopio focal de dicha magnificación. Y si fuera el caso de la visión cercana requiero de utilizar la magnificación 25, la cual es un estándar establecido en el cual, por cada 4D equivale a 1 x. En consecuencia, para las 5x requeridas estaríamos hablando de que necesito 20D para uso en visión cercana.

Es aquí donde podemos hacer una pausa y recordar que no es necesario contar con ayudas ópticas especializadas en el consultorio. Muchos piensan que, si no cuento en el consultorio con lupas esféricas, lentes microscópicos o cualquier otra ayuda óptica semejante, no podría ejecutar la evaluación de baja visión. Sin embargo, las lentes de la

caja de pruebas pueden sustituir de forma eficaz dichos dispositivos, y tener así, una idea de las posibilidades visuales del paciente.

Cuando se hacen las pruebas de ayudas ópticas en visión cercana se deberá recurrir a las cartillas habituales y a los materiales propuestos inicialmente. Es decir, someter al paciente a pruebas que representen un reto más cercano a su cotidianidad. Las cartillas nos presentan contraste máximo 0 -1, pero en la realidad los textos vienen impresos en fondos no siempre blancos, las letras pueden ser negras, verdes, azules etc. Los diseños de letras pueden no ser los más legibles. Por ello, utilizar estos materiales nos dará una idea más concreta de la utilidad de la ayuda óptica prescrita y de esta manera evitar que el paciente fracase en el posible intento de uso de esta.

Una vez que se hayan concluido todas las pruebas de tipo visual tanto objetivas como subjetivas podemos terminar la evaluación con la valoración de biomicroscopía y oftalmoscopia. Y la razón de hacerlas hasta este momento, es para evitar provocar deslumbramiento al paciente. Recuerde que puede encontrarse ante patologías tales como la retinitis pigmentosa u otras distrofias retinianas en las cuales causar dicho fenómeno puede alterar la capacidad visual del paciente.

La recopilación de datos sobre la patología del paciente deberá ser anotada en su historial clínico y se harán las debidas referencias a los especialistas que sean necesarios, con la finalidad de brindar la atención integral al paciente. Es decir, el trabajo multidisciplinario en baja visión es fundamental para el adecuado pronóstico y tratamiento.

Conclusión

Para finalizar es conveniente recalcar lo siguiente. Una vez concluida la valoración del paciente debemos disponer de un tiempo para explicar los hallazgos de la valoración. Esto debemos hacerlo dirigiéndonos siempre hacia el paciente, nunca hacia el familiar. Es necesario que el paciente sienta y perciba que toda nuestra atención está hacia él. En ocasiones, asumimos que ante su discapacidad él no es capaz de tomar las decisiones o es incapaz de entender la información que se le da. El familiar deberá estar presente y atento a lo que el especialista exprese.

Debemos iniciar desde explicar la o las patologías que el paciente tiene. Desmitificar toda aquella información que pudiera haber recibido previamente o la que por iniciativa del paciente o sus familiares pudieran tener sobre su padecimiento. La explicación debe hacerse de forma clara y con un lenguaje no técnico. Podemos recurrir a modelos anatómicos preferentemente tridimensionales para que el paciente pueda percibir con sus manos lo explicado verbalmente. La idea es que la información sea lo más clara y entendible para el

paciente y su familiar. Es un hecho que en la primera evaluación se intentará aclarar todo de manera precisa, pero seguramente en la siguiente cita volverán a surgir nuevas dudas o se pregunte de nuevo algo que ya se hubiera aclarado. Así que estaremos siempre dispuestos a informar, aclarar y educar tantas veces como sea necesario para evitar confusiones y falsas expectativas las cuales pueden ser anímicamente desastrosas cuando el paciente descubre que no pueden ni podrán cumplirse.

Definitivamente vale la pena el intento. Hay un grupo de pacientes (por cierto, muy numeroso) que está esperando ser atendido por un especialista en baja visión; Pero, sobre todo, esperan ser escuchados y tratados con empatía. Los tiempos actuales nos hacen vivir de prisa, siempre con el tiempo limitado para todo aquello que necesitamos realizar. Acudir a una cita médica siempre es una experiencia incómoda, atemorizante, incierta. Ayudemos a que el paciente sienta mayor seguridad, se sienta confiado y, sobre todo, sin miedo. **2020**



Fotocromático G6 de Seto

Tecnología que se adapta a las necesidades del consumidor actual

Como parte de su misión de ofrecer a los consumidores mexicanos productos de alta calidad y tecnología de vanguardia a precios accesibles, SETO México cuenta entre su amplia variedad de productos con Fotocromático G6, una lente que ofrece máxima comodidad tanto en interiores como en exteriores.

Visión natural

Esta lente cuenta con nuevas nanopartículas fotocromáticas que al recibir la luz Ultra Violeta cambian de color a un tono gris oscuro puro, con una absorción equilibrada del cromatograma lo que le permite al usuario observar los paisajes sin alterar los colores de su entorno.

Mayor oscurecimiento

En exteriores, esta lente se convierte en el mejor aliado de los clientes de su óptica ya que cambia de tono claro a oscuro ofreciéndoles mayor comodidad. Absorbe además, la Luz infrarroja y el 95% de la Luz Ultravioleta, eliminando de esta manera el deslumbramiento.

Estabilidad Fotocromática

Su capacidad de oscurecimiento no se altera ante la exposición a temperaturas elevadas, especialmente en algunas regiones mexicanas durante los meses de verano, lo que le permite al usuario disfrutar con seguridad de una visión natural en estas épocas.

Diseño esférico

Su nuevo diseño digital esférico, ofrece imágenes más reales, sin aberraciones y con mayor transmitancia.

Diseño Hidrofóbico

Un recubrimiento de 18 capas de nanopartículas, le permite a esta lente aumentar su capacidad hidrofóbica. Además, gracias a su tecnología de nanopartículas esta lente presenta mayor resistencia a la grasa y a la suciedad facilitando, de esta manera, su proceso de limpieza.

Disponible en:

Fotocromático
1.56 Progresivo Foto

- Fotocromático de 6ta Generación
- Protección de la Luz Ultravioleta y tratamiento hidrofóbico.
- Ciclo de oscurecimiento y aclaración rápido.
- Diseño para visión más clara y natural a cualquier distancia.
- Una lente multi uso para un cuidado total

1.56 Flat Top Foto

- Fotocromático de 6ta generación de SETO
- Protección de la Luz Ultravioleta y tratamiento hidrofóbico.
- Ciclo de oscurecimiento y aclaración rápido.
- Lente más cómoda y mayor cuidado para sus ojos.

1.56 Fotocromático

- Fotocromático de 6ta Generación de SETO
- Protección de la Luz Ultravioleta y tratamiento hidrofóbico.
- Ciclo de oscurecimiento y aclaración rápido.
- Lente más cómoda y mayor cuidado para sus ojos.



seto®

Policarbonato

ANTI(BLU-RAY)
ASPHERIC

CE FDA

“Protección ante el uso
de dispositivos digitales”

La mejor lente, la fabrica Seto



SETO México



Setomexico



Setomexico

Evaluación cuantitativa del espectro de transmisión en lentes oftálmicas

A. Gómez-Vieyra¹, M. A. Talamantes-Johnson¹, B. A. Chávez-Castillo¹, J. J. Ocampo-Hidalgo¹, K. B. Vergara-Vásquez¹, Francisco Belmont-_____²

¹ División de Ciencias Básicas e Ingeniería, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco.



Este documento es el resultado de un análisis del espectro de luz en cuatro lentes oftálmicas con diferentes características tecnológicas, que se encuentran actualmente en el mercado (ofrecidas por la empresa "Lens Best"). Se evaluó el ancho de la banda de transmisión y se implementó un arreglo experimental que consiste en una fuente de luz, basada en una bombilla MSR700, que proporciona luz ultravioleta y espectro de emisión de IR. En un espectrofotómetro fue montado con un monocromador de Newport y su correspondiente instrumentación.

El sistema de medición se caracterizó por una lámpara de descargas de sodio y se tomó una medida de referencia de la emisión de la fuente de luz. Se retomaron como ejemplo cada una de las lentes oftálmicas con el espectro de emisión de la fuente de luz y el espectro de transmisión de cada lente y se comparó la transmisión de cada elemento. Este trabajo nos permitió verificar la funcionalidad de cada producto, así como validar las características reportadas por el fabricante.

1. Metodología

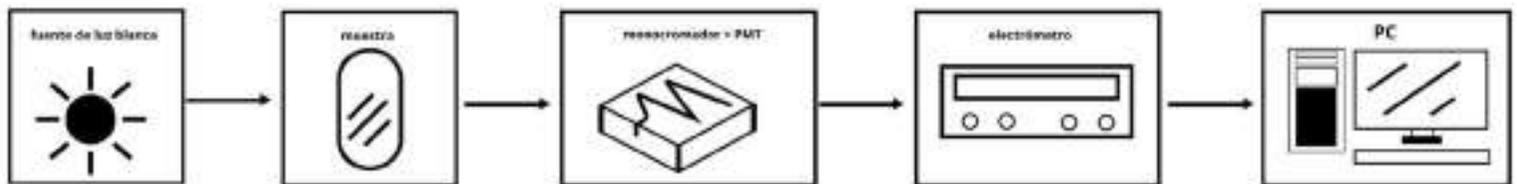


Figura 1. Arreglo experimental para el estudio del espectro de absorción de lentes oftálmicas.

Figura 2. Muestra el espectro de emisión de una lámpara de vapor de mercurio. Las longitudes de onda medidas con respecto a lo reportado en la literatura tienen una incertidumbre de \pm .

1.33nm.

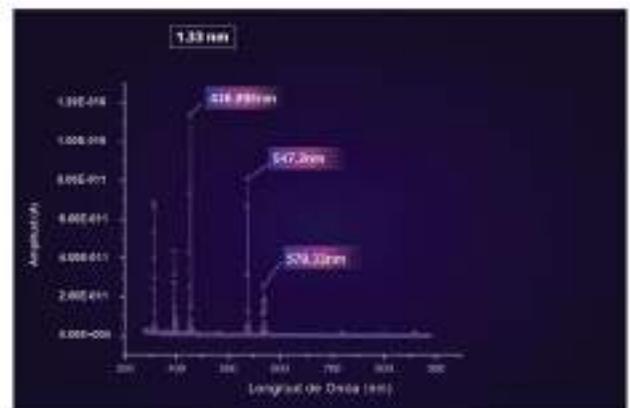


Figura 2. Espectro de emisión de una lámpara de mercurio medida por el sistema experimental.

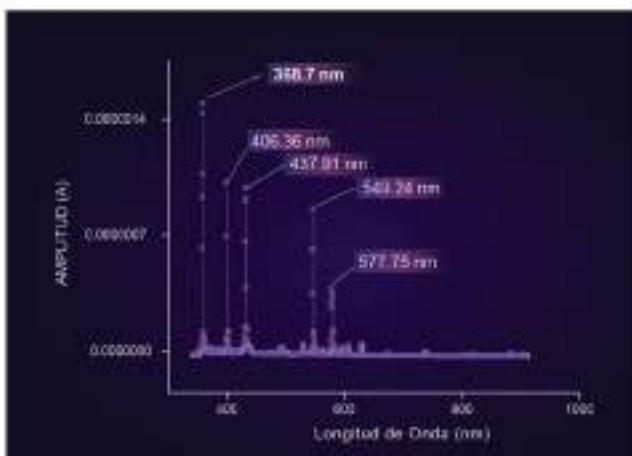


Figura 3. Característica de la emisión espectral de la lámpara MSR700.

Mientras tanto, la **figura 3** muestra el espectro de emisión medido de la fuente de luz MR700, que se utilizará como referencia para la caracterización fotométrica de las lentes oftálmicas. Es muy importante tener en cuenta que emite todas las longitudes de onda (mencionado por el fabricante) y los picos de emisión son debido a los compuestos químicos que conforman el interior del elemento. Es un espectro de emisión continuo de 350nm a 900nm, que nos permite considerar para la caracterización de la transmisión en lentes oftálmicas comerciales.

La **figura 4**. Muestra los espectros de transmisión de las cuatro lentes oftálmicas. Los modelos "Alta Force" y "BlueFree" están diseñados para proporcionar a los usuarios comodidad y protección contra los rayos ultravioleta, que están presentes en varios dispositivos de entretenimiento. Los otros dos materiales evaluados son simples lentes oftálmicas, materiales más comunes en el mercado (CR39 y policarbonato). Se tuvo la finalidad de analizar su funcionalidad y la relación de amplitud de su intensidad. Los datos de la figura 4 se dividieron entre los datos de la figura 3 y se denominaron "Función de transferencia". Los resultados se muestran en la figura 5.

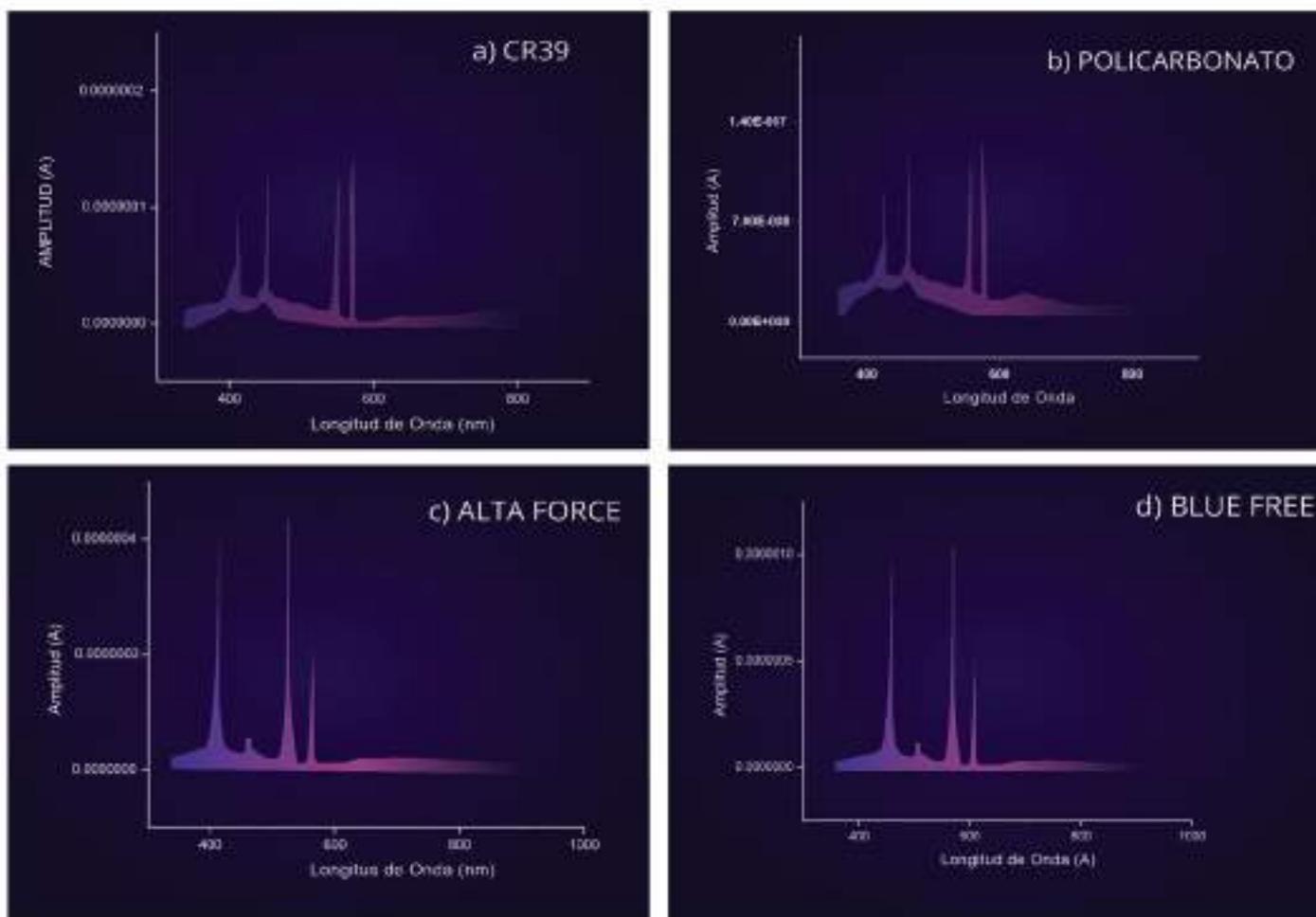


Figura 4. Espectro de transmisión de: CR39 (a), policarbonato (b), (c) Alta Force y (d) Blue Free.

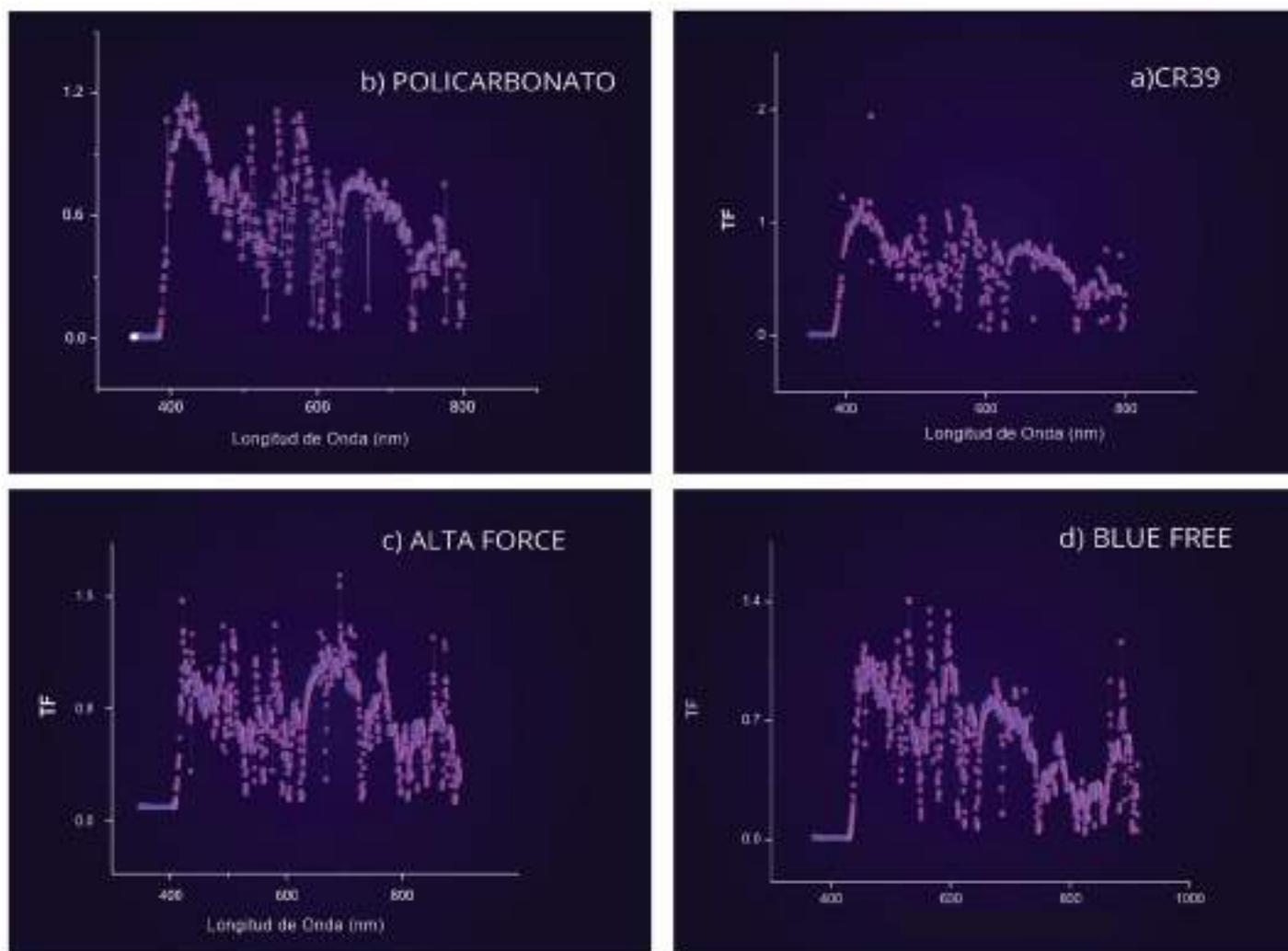


Figura 5. Funciones de transferencia del espectro de transmisión (TF) de CR39 (a), (b) Policarbonato, Alta Force (c) y (d) Blue Free.

Las funciones de transferencia (Figura 5) muestran que las lentes de material CR39 y policarbonato transmiten 400nm y atenúan algunos de los componentes del infrarrojo cercano.

El componente de Alta Force muestra una atenuación a todos los componentes visibles, además de bloquear los componentes por debajo de 415nm. Los efectos medidos están estrechamente relacionados con la comodidad que sienten los usuarios al utilizar estas lentes oftálmicas, además de proteger las **estructuras intraoculares**.

El objetivo de las lentes oftálmicas BlueFree es permitir la transmisión de los componentes espectrales por encima de los 415nm; sin embargo, la atenuación del resto de lo ancho de la banda en el espectro visible no es identificable por lo que se podría decir que se observa con el mismo brillo y nitidez de cualquier longitud de onda en el espectro visible.

La calidad que se destaca es que atenúa en mayor proporción los componentes infrarrojos transmitidos como se ve en la Fi-

gura 5D. Cuando se realizó el procedimiento experimental, se observó que los componentes en la región ultravioleta y violeta se reflejaron, como se muestra en la figura 6, que también debe ser observado en un trabajo futuro.

El punto azul en la lámpara es la luz que es reflejada por la lente de Blue Free.

Conclusiones

Se presentó un simple montaje que permite estudiar la funcionalidad de las lentes oftálmicas.

Se analizaron cuatro productos de la empresa Len Best, dos simples y dos productos especializados.

Se demostró que las dos lentes especiales no permiten el paso de componentes altamente energéticos, uno de ellos atenúa los componentes en el rango visible, dando como resultado, que **umentan la comodidad del usuario**. Comparándolas con las lentes sencillas CR39 y Policarbonato. **20/20**

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%



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.

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.



 /LENS.BESTOFICIAL

 /LensBestOficial

 PREMIUMLENSBEST

www.premiumlensbest.com

LENSBEST 
NUNCA TE LIMITES

 **EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE**

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.

“Sabemos que la comunidad está lista para volver a los negocios y, como la primera gran feria comercial en persona desde 2019, somos conscientes de la enorme responsabilidad y la increíble oportunidad que tenemos de organizar un evento impactante”, dijo Fran Pennella, Vicepresidente de Vision Expo en Reed Exhibitions. Vision Expo East 2021 contará con varios nuevos destinos de espectáculos y pisos de exhibición, que incluyen:

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® - Lenses Transitions® Grey

The Focus: representa la base del cuidado de la vista y ofrece la clave para brindar un servicio magistral a pacientes y clientes. The Focus reúne tecnología de lentes y recubrimientos, técnicas de procesamiento de lentes, soluciones para el manejo de enfermedades, innovaciones en lentes de contacto y optimización de la práctica del cuidado de la vista.

The Park: los íconos de la industria, las marcas omnipresentes y las colecciones prestigiosas revelan sus últimos estilos y ofertas en exhibiciones inspiradas a gran escala que celebran los mundos del estilo superior y el servicio ejemplar.

The Union: la mejor experiencia de compra para quienes buscan lo más nuevo en diseño independiente, esta enérgica vitrina ofrece lanzamientos de nuevas colecciones, colaboraciones inspiradas en la cultura *pop* y tendencias de “hablar del espectáculo”.

The River: impulsado por el diseño, este es el reino de lo atrevido con colecciones que continúan dando forma al futuro de las gafas en un universo emocionante inspirado en la moda, el arte y la cultura. The River es una celebración de una industria impregnada de innovación, descubrimiento y relaciones profundas que asegurarán su próspero futuro.

The Springs: esta es una verdadera zona de descubrimiento para el talento emergente en el diseño de gafas y la innovación de la visión. The Springs es donde los compradores se sumergen en las colecciones de los más importantes de la industria y tienen acceso a un primer vistazo de estas estrellas ópticas en ascenso.

VisionEd: es el codiciado programa educativo de Vision Expo dedicado a seminarios, talleres y presentaciones donde los asistentes pueden perfeccionar su oficio en cursos dirigidos por reconocidos expertos en investigación clínica, negocios, moda y marketing. Además, OptiCon® y Vision Expo regresan con un programa educativo incomparable y una experiencia en la sala de exhibiciones para ópticos, técnicos en lentes de contacto y profesionales oftálmicos aliados.

Además, Vision Expo presentará el **Global Plaza impulsado por ShopVISION**, un nuevo destino dirigido

a diseñadores y proveedores internacionales que no pueden asistir a Vision Expo East 2021 debido a restricciones de viaje.

“Además de la rica programación en el sitio, hay varias experiencias y eventos emocionantes fuera del sitio que esperar, como el Torneo de golf Swing Fore Sight de Prevent Blindness”, dijo Mitch Barkley, vicepresidente de ferias comerciales y eventos en The Vision Council “Con el espíritu de volver a unir a la industria, estamos encantados de que varias organizaciones dentro de la comunidad compartan sus eventos para que coincidan con Vision Expo”.

Las medidas de salud y seguridad continúan siendo una de las principales prioridades para los organizadores del espectáculo. VisionSAFE, un conjunto inicial integral de pautas, políticas y recursos de salud y seguridad, están preparados para respaldar una experiencia segura en Vision Expo East 2021, que se lanzó por primera vez en febrero de 2021 y continuará actualizándose según sea necesario de acuerdo con las últimas pautas de salud y seguridad.

“La seguridad y el bienestar de todos los asistentes a Vision Expo East es nuestro enfoque principal. Desde reconfigurar el piso de exhibición hasta monitorear las mejores prácticas publicadas por los funcionarios de salud pública, el equipo de Vision Expo ha trabajado incansablemente para hacer que la feria de este año sea segura y cómoda”, dijo Mitch Barkley.

VisionSAFE complementa las sólidas medidas de salud y seguridad implementadas en el Centro de Convenciones del Condado de Orange (OCCC). La OCCC cuenta con estrictas precauciones de salud y seguridad, además de respetar todas las precauciones recomendadas a nivel local, incluido el uso obligatorio de máscaras y el distanciamiento social.

Vision Expo East 2021 está programado para llevarse a cabo en el Centro de Convenciones del Condado de Orange en Orlando, Florida del 2 al 5 de junio de 2021. El programa educativo del Show, junto con OptiCon® y Vision Expo, abrirá el miércoles 2 de junio y las exhibiciones estarán abiertas el jueves, 3 de junio. Para obtener más información sobre Vision Expo, visite www.east.visionexpo.com **2020**

La plataforma digital donde puede realizar sus pedidos de lentes de contacto, gotas y soluciones multipropósito, de las principales marcas, de forma fácil, rápida y segura.

Johnson & Johnson

Alcon

BAUSCH+LOMB



CooperVision®

¡PROMOCIÓN DE
LANZAMIENTO!

20%
Dcto.

En la *primera compra*



Realice sus pedidos en
www.distribuidorazoom.com



Envíos
gratis



Precios
competitivos



Seguimiento
de pedidos

Para más información contáctenos

+ 52 81 53507424 servicioalcliente@distribuidorazoom.com

*Aplican términos y condiciones. Promoción por tiempo limitado.

México avanza hacia la transformación digital de las ópticas del país.

Desde antes de la llegada del COVID-19 a México, las empresas ya estaban en la búsqueda de la inclusión de diversas tecnologías para impulsar sus ventas y agilizar procesos tanto en reducción de tiempos como en aumento de su rentabilidad financiera. De hecho, en el 2019 las empresas invertían alrededor de 70 mil pesos al año en transformación digital, pues desde ese momento se sabía que ese era el camino hacia donde la economía se iba a dirigir, sin saber que sería una de las mejores opciones para mantenerse en pie debido a las dificultades que se presentaron en el siguiente año a causa de la pandemia.

Pensando en estos cambios, han surgido emprendimientos e iniciativas que incentivan la transformación de las empresas tradicionales para que sigan ofreciendo su experticia, pero utilizando la tecnología a su favor. Es el caso de Distribuidora ZOOM, una plataforma digital para las ópticas independientes del país que presenta una experiencia de compra innovadora con beneficios tanto para el optometrista como para sus pacientes, como soluciones en cuanto al proceso de compra y el envío de los pedidos. Conozca la propuesta que ofrecen.

Reducción de tiempos en envío de pedidos sin desplazamientos: Distribuidora ZOOM ofrece el servicio de envíos de pedidos gratis a todo el territorio nacional tanto para las ópticas como para los pacientes. Un beneficio creado al entender el momento por el que está pasando el país y el mundo entero.

Capacitaciones periódicas: Los cambios no siempre son fáciles, por eso Distribuidora ZOOM da acceso a capacitaciones en donde los optómetras pueden conocer más acerca de los productos que ofrecen y sobre el futuro del negocio para ayudar a potencializar las ventas de las ópticas, y ser esa guía en la transformación digital de la venta de productos para la salud visual de los mexicanos.

Seguimiento y control de las ventas: Esta es una de las propuestas más interesantes y diferenciadoras que nos presenta Distribuidora ZOOM, pues quienes hagan uso de esta plataforma podrán centralizar toda la operación en un solo lugar, teniendo la posibilidad de registrar sucursales, definir puntos de entrega y hacer seguimiento a la facturación y los pedidos de la óptica.

Pago online y offline: Para brindar una experiencia de compra fácil y rápida, este emprendimiento ofrece múltiples opciones de pago donde la óptica puede escoger entre pago con tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria o consignación presencial en los Oxxo autorizados para dicho trámite.

Como dato curioso, la plataforma comenzó inicialmente ofreciendo productos del laboratorio Bausch + Lomb, pero gracias al éxito que ha tenido por parte de las ópticas y buscando ofrecer un servicio más completo, desde este año ha aumentado su portafolio de productos incluyendo tres nuevos fabricantes: Johnson & Johnson, Alcon y CooperVision.

Gracias a estas alianzas quienes hacen su pedido por medio de esta página *web* también pueden acceder a descuentos y promociones exclusivas, lo que ayuda a que ofrezcan precios competitivos en el mercado, y de esta forma logren más ventas y la fidelización de sus clientes.

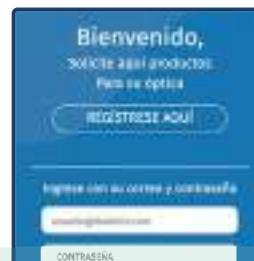
Específicamente, el proceso de registro a esta plataforma es tan sencillo como el de la realización del pedido, pues Distribuidora ZOOM está en la constante búsqueda de facilitar el trabajo de los optometristas que quieran utilizar los servicios que ofrecen.

Lo que tienen que hacer para registrarse es:

Ingrese a www.distribuidorazoom.com



De clic en [regístrate aquí.](#)



Complete todos los campos con sus **datos.**



De clic en [registrarme.](#)

REGISTRARME



DISTRIBUIDORA
ZOOM

De esta forma ya podrán acceder a todas las funciones que ofrece la plataforma para el proceso de compra digital de lentes de contacto, soluciones y gotas de los principales laboratorios del país.

Gracias al avance tecnológico, el surgimiento de estos emprendimientos digitales que ayudan a los negocios a su crecimiento cada vez es mayor, pues simplifican operaciones que ocupan tiempo y dinero y aportan un valor agregado a sus prácticas comerciales. **2020**

¿Por qué las tendencias de moda son una herramienta fundamental a la hora de incrementar ventas?

Sin duda, este es un interrogante fundamental a la hora de vender, ¿será un gusto, un comportamiento o necesidad de las personas?

En todo tipo de escenarios sin importar cuál sea, hay una tendencia y se puede rastrear ¿Por qué usted debe tener en cuenta esto? A continuación, le explicaremos.

Hay muchos interrogantes a la hora de incrementar las ventas y todos queremos generar un mayor beneficio, y para esto, cuando uno vende a través de las tendencias, hay que tener en cuenta tres puntos importantes que los abordaremos a continuación:



1

Hacer una lectura acertada de quién es nuestro cliente:

realice un estudio de qué persona ingresa a su óptica. ¡Todo se ve! Edad, género, si va solo o acompañado, entre otros, son algunas de las características que usted puede ver en un cliente.

2

Tener en cuenta y bien definida, su propuesta en el portafolio de productos:

¿Qué tipo de monturas tengo? ¿Tengo un tipo de montura para cada tipo de cliente? Estos y otros interrogantes deben estar muy bien definidos y claros, ya que, con esto, usted podrá atraer el tipo de cliente al que le quiere vender.

3

¿Qué tipo de gafas le quiere vender a su cliente?

Cuando usted tiene claro el producto que tiene, ese "Match" es casi mágico y será una herramienta segura para su venta.

¿Qué gafas están marcando tendencia?

La primera tendencia en la moda, son las gafas delicadas y femeninas, que se caracterizan por sus materiales metalizados, que vienen en colores como: oro, rosa oro, oro viejo y plateado. Monturas delicadas y muy juveniles, gafas que están de moda en plataformas como Pinterest.

Otra de las tendencias, es la de *barra superior*, esta montura es para personas arriesgadas y que son fuertes físicamente, además son personas que les gusta estar muy empoderadas.

Una de las tendencias que siguen de moda, son las gafas redondas y están para quedarse. Usted las encontrará en diferentes tonalidades de colores y diseños.

Por último, las gafas en colores vivos ya sean las monturas con marcos en contrastes fuertes o colores que darán un *look* sofisticado y fuerte.

La recomendación final, es que usted, debe analizar muy bien el tipo de gafas que le puede gustar a cada persona y tenga en cuenta la lectura de las personas. ¡Goce y pruebe todas las monturas que tiene y verá cómo mejorará su venta en la óptica! **2020**

Maxim Paris, colores radiantes

Por: Lucy's Optical

La nueva colección exhibe una variedad de colores traslúcidos y mates que combinan con el *outfit* de los consumidores Millennials y generación Z. Además, sus diseños brindan un *look* totalmente en tendencia.



MAXIM 6328 BURGUNDY.

Armazón para dama con diseño rectangular y pines metálicos. Su color traslúcido en tono *Burgundy* ofrece un estilo fresco.



MAXIM 6351 DEMI.

Modelo de doble puente ultradelgado de TR90 que brinda un confort total para el día a día. Su combinación de colores café demi en acabado mate otorga un *look* favorecedor.



MAXIM 6404 S.D BLUE.

Armazón con frente cuadrado en tono azul oscuro traslúcido que cautiva por su brillo discreto. Su sistema *flex* en las varillas te ofrece comodidad total para el día a día.



LUCY'S OPTICAL
E Y E W E A R

¡LAS MEJORES MARCAS DE ARMAZONES PARA TU ÓPTICA!

EYEWEAR BY
Pepe Jeans
LONDON

STETSON
EYEWEAR


HACKETT
LONDON

KAREN MILLEN

FUROR
Kids

FILOS
CLASSIC EYEWEAR SINCE 1946

Vera Bradley

 | Ducati Eyewear

TED BAKER
LONDON

SPINE

 | *an original*
Penguin
Eyewear

cacharel
PARIS

XOXO

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Polar1one
the polarized discovery



Sophia Loren
EYEWEAR

REVLON
Make up your eyes.

BUCCATI
Select



 Lucy's Optical SA de CV

BUCCATI
eyewear

Maxim Paris
PREMIUM

Christian Lacroix
LUNETTES

 @lucysoptical

Barbie
eyewear

ANNA SUI
EYEWEAR.

Maxim Paris
eyewear




Hippo

GLORIA VANDERBILT
eyewear

Aceptamos Tarjetas:



 @lucysoptical

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

 ventaslucys@grupooptico.com

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

 Lucy's Optical México

#Hashtag, estilo urbano

Por Yiwu Importaciones

La marca presenta una colección con diseños y colores que reflejan un estilo relajado y creativo.



HA7849.

Modelo perfecto para lograr un *look* casual y femenino, gracias a sus finos adornos metálicos en sus varillas y la combinación de rosa con morado.

HA7858.

Este armazón se adapta a todos los gustos, transformando el encanto del modelo urbano en una experiencia de moda única.



HA7859.

Modelo que combina el color lila con el dorado, para crear un agradable contraste cromático. Perfecto para las mujeres de gustos vanguardistas.

Polaroid

presenta la nueva colección sostenible

Por Safilo

Siempre fiel a un enfoque original y pionero, la colección primavera/verano 2021 de Polaroid está enriquecida por una selección de opciones fabricadas con materiales de origen biológico y reciclados, convirtiéndose en la máxima expresión de la sostenibilidad.



PLD 2109/S.

Gafas de sol extremadamente ligeras y embellecidas con remaches en el frente y un adorno de metal grabado a láser con el logo Polaroid en la varilla.

PLD D420.

El modelo combina un frente de poliamida ecológica con metal en el frente. Las varillas cuentan con una goma con los colores del arcoíris, en los terminales, que le proporcionan un increíble estilo Polaroid.



PLD 4107/S.

El modelo exhibe un atractivo y colorido frente multicapas y unas varillas en colores sólidos con lentes en color pastel.

Longchamp, moda sofisticada

Por Marchon



Longchamp presenta un sofisticado modelo de gafas de sol inspirado en el bolso Roseau para las mujeres que desean añadir un estilo parisino a su *look*.



La forma suave de ojo de gato, última tendencia, está decorada con un elegante detalle de metal en la parte superior del frente en acetato. Un elemento similar al bambú, elegante y refinado, adorna ambas varillas, recordando el detalle icónico del bolso Roseau.



El nuevo modelo de gafas de sol Longchamp se presenta en atractivas variaciones de color: negro, habana vintage, habana rojo y borgoña.



GENUINE SINCE 1937

presenta su nueva colección basada en la plataforma: You're On

Por Luxottica



El modelo **Nomad** en su versión oftálmica, es un atrevido diseño en acetato que revive el espíritu de los 70, haciendo un homenaje a la industria del cine y el rock de la época.



El modelo **State Street** hace crecer la familia Wayfarer, un diseño elegante y sofisticadamente diferente, que hacen de este modelo, de inspiración *retro*, un nuevo clásico.



El dúo de Jack Sol y Vista, una fusión de las líneas de diseño de del **Round** y el Hexagonal, resulta en una propuesta única, afable y confiada con un equilibrio inigualable.

NuPolar[®] Infinite Gray[™]

LENTES DE SOL FORMULADOS

Polarizado:

Los lentes **NuPolar Infinite Grey** contienen una alta eficiencia en su película polarizada para bloquear el deslumbramiento cegador a la luz del día.

Pregunte a profesional de la salud visual cómo los lentes bloquean el deslumbramiento cegador.

Fotocromático:

Los lentes **NuPolar Infinite Grey** contienen avanzados tintes fotocromáticos que permiten que los lentes se ajusten continuamente de muy claro a muy oscuro, dependiendo de la intensidad de luz solar presente.



Cuando está nublado o sombreado, los lentes son gris claro para dejar pasar más luz.



Cuando hace sol y hay deslumbramiento, los lentes se oscurecen para mantener tus ojos cómodos.

Infinitos tonos mantienen tus ojos cómodos en todo tipo de luz del día



LOS LENTES SON
GRIS CLARO
CUANDO ESTÁ MENOS SOLEADO

LOS LENTES SON
GRIS OSCURO
CUANDO ESTÁ MUY SOLEADO

**YOUNGER
OPTICS** 
Los Innovadores De Los Lentes Ópticos

¿Sirve Instagram para promover las **ventas** en mi **óptica**?

Por Margarita Londoño Osorio

Instagram es una red que ha ganado muchísimos adeptos en los últimos años y se asemeja a una galería de arte, donde la creación, la estética, la conexión con los seguidores es indispensable para lograr mantener o aumentar la reputación de la marca. Su popularidad es tan grande, que ya son más de 150 millones los usuarios a nivel mundial que se han unido, por lo que un gran número de marcas, pequeños negocios, emprendimientos, se han sumado a esta red, para hacerse notar y conseguir que el público se enganche con ellos.

En el caso de las ópticas, donde ahora no solo promovemos salud visual, sino estética, moda e innovación, Instagram puede convertirse en un gran aliado para alcanzar seguidores, nuevos clientes, comentarios e interacción. Si estamos en boca de los demás, estamos activos. ¿Cómo lograrlo? Por un momento olvídate de vender, eso llega por añadidura, en esta red, la concentración debe estar dirigida a despertar emociones, inspirar, mostrar versatilidad, interés en dar contenido de valor, exhibir diferentes opciones... y debemos detenernos un momento en este punto, porque es importante que cada uno de nosotros piense cuál es ese punto mágico en nuestra marca, servicio, producto, que nos hace diferente de los demás. Para fortalecer y recalcar esto, puedes hacer uso de los hashtags, altamente recomendados en Instagram para lograr más visualizaciones. Un hashtag se reconoce por el símbolo #, se utiliza para marcar palabras o temas clave, para que tu audiencia en un solo vistazo sepa que tipo de contenido va a encontrar en la publicación.

Si bien por un lado, con Instagram logramos aumentar la visibilidad y conseguir más seguidores, es importante que estratégicamente tengamos publicaciones que hagan un "call to action" (llamado a la acción), agregando una URL o un enlace que permita redirigir a la página web o tienda *online*, donde encontrarán más contenido de valor, pero adicionalmente, y muy importante, podrán hacer su compra. Es importantísimo entender que, a diferencia de otras redes sociales, Instagram no permite hacer compras dentro la red, es decir, al hacer *click* en un botón, este redirigirá a otra página.





ONEFIT™ MED+ PARA UN MAYOR CONTROL

PERSONALIZACIÓN TOTAL EN UN DIÁMETRO DE 17.0 MM, PARA CÓRNEAS ALTAMENTE IRREGULARES, POST-CIRUGÍA Y TRATAMIENTO DE ENFERMEDADES DE LA SUPERFICIE OCULAR

Diseñado por Usted, Fabricado Expertamente a la Medida por Lumilent

¿QUÉ ES ONEFIT™ MED+?

- Onefit MED+ (PLUS) es el mismo diseño de lente escleral avanzado que ofrece el original Onefit MED, pero en un diámetro de 17.0mm para crear una zona de apoyo mayor, logrando un alineamiento preciso con la esclera, un apoyo suave sobre la conjuntiva y una condición saludable para el ojo.
- USTED CONTROLA el diseño y la adaptación para personalizar el lente ideal para cada paciente, determinando los parámetros para estas cuatro zonas de adaptación:
 - Central
 - Media-periferia
 - Zona Limbal
 - Zona de Borde



¡Onefit MED+ proporciona el control de todos los parámetros requeridos!

Este control es respaldado por una muy intuitiva herramienta de cálculo en línea.

- Se aplica la misma filosofía de adaptación de Onefit MED, utilizando la nueva caja de prueba Onefit MED+.
- Onefit MED+ es el diseño ideal para Córneas Altamente Irregulares y Post-Quirúrgicas, así como para todo tipo de Enfermedades de la Superficie Ocular, incluyendo Ojo Seco.
- El diseño sirve como su propia plataforma para adaptar las opciones: Multifocal, Oblato, Tórico Anterior, Borde Tórico, Cuadrantes Específicos y Muesca Periférica Controlada.

Parámetro	Rango
Sagita / Diámetro 17.0 mm	4500 a 7000 en pasos de 50 micras
Valor de la Media-Periferia (M)	+300 a -300 en pasos de 25 micras
Valor Limbal (L)	+300 a -300 en pasos de 25 micras
Borde (B)	+300 a -300 en pasos de 25 micras

Instagram es una red que día a día ha ido renovándose para ofrecer a sus usuarios la posibilidad de dar experiencias diferentes, seguramente has notado que complementado las publicacones tradicionales, últimamente ha tomado mucha fuerza la publicación de “*stories*”, historias que están vigentes durante 24 horas, pero que usualmente causan más curiosidad y muchas personas entran a verlas. Estas “*stories*” tienen sus propias reglas, por ejemplo, deben tener una duración máxima de 15 segundos, tiempo en el que se ofrece una información valiosa ya sea de tu óptica, tus servicios, productos, promociones, etc.

También han tomado un importante rumbo los reels, que no son otra cosa que unos videos muy cortos, de máximo 30 segundos, donde se puede por ejemplo dar contenido educativo muy puntual, demostración de uso de productos, *tips* o recomendaciones provistas por expertos, entre otros. El contenido audiovisual siempre ha tenido gran impacto, fidelización y recordación de marca.

En Instagram los consumidores tienen la oportunidad de descubrir tu marca y tus productos desde todas las perspectivas, de conectarse con historias reales, conocer el catálogo completo, e inclusive escuchar testimonios que ya han tenido una buena experiencia contigo. Si tú trabajas Instagram con tu corazón y le pones corazón a tu marca, te aseguro que vas a lograr una relación muy cercana y de confianza con tu audiencia. Pero ten cuidado, no se trata solo de publicar, debes estar atento a los comentarios, preguntas, inquietudes y responder siempre, inclusive un “gracias” es suficiente para que las personas sepan que sí estás atentas a ellas.

Consejos para aumentar las ventas con Instagram

1-Piensa en tu perfil: Definitivamente, tu negocio debe tener una cuenta exclusiva, distinta a tu cuenta personal. Esto demuestra profesionalismo, seriedad y permite que el público pueda detectar fácilmente el tipo de contenidos que publicarás y son de su interés. Lo ideal es que la imagen sea el logotipo de tu óptica, esto además te garantiza mayor conversión (visitantes – seguidores) y muy seguramente, mejores resultados.

2-Publica el contenido adecuado: No es buena idea publicar al azar. Es importante que las publicaciones en Instagram vayan de la mano de una estrategia, para esto, define primero tu público objetivo, que tipo de contenido le interesa, que está buscando y cómo puedes ayudarlo a solucionar un problema o una necesidad. Las fotos que publiques (revisa la calidad, iluminación, color, pertinencia) son decisivas para que los potenciales clientes elijan seguir tu marca, o no.

3-Utiliza *hashtags* de forma correcta: como dijimos arriba, esto ayuda a tu audiencia a encontrar productos o contenido de su interés. Intenta usar *hashtags* populares, has una búsqueda de los que los usuarios usan con más frecuencia y mira cuál te sirve a ti, pero no abuses de ellos.

4-Publica las fotos de usuarios satisfechos: esta práctica no sólo hará sentir especial al cliente que ha adquirido la pieza, sino que también motivará a otros a realizar compras con confianza. Pero no olvides contar con su permiso para hacer la publicación.

5-Quiénes somos: es conveniente mostrar al equipo que trabaja para que tu marca sea exitosa, inclusive proveedores, muestra donde estás situado, como son tus instalaciones, esto da confianza y fortalece las relaciones.

Por último, recuerda, entre más simple, mayor impacto. Pero todo el contenido publicado debe estar enmarcado en una estrategia y una unidad de diseño para que tu audiencia pueda reconcoerte fácilmente, entienda qué haces, qué ofreces, cómo puedes ayudarlo. Con la experiencia, tendrás más ideas para que realices mejores campañas y logres multiplicar tu reputación y tus ventas.

<https://www.rdstation.com/co/blog/multiplicar-ventas-instagram-7-estrategias/>

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-beneficios-puede-apor-tar-instagram-a-tu-estrategia-de-marketing-online>

<https://www.nathaliacabal.com> **2020**

¿Qué pasará con mi futuro?



"¡Voy a ser geólogo!"

Carlos, 12 años



OCULUS Myopia Master®

Para la detección temprana y el tratamiento de la miopía

La miopía está aumentando en los niños y jóvenes de todo el mundo. La detección temprana y el tratamiento pueden retrasar o detener la progresión de la miopía. El software del nuevo Myopia Master® combina el análisis de todos los parámetros importantes para el tratamiento de la miopía: longitud axial, valores de refracción y radios de curvatura del centro de la córnea.

¡El tratamiento de la miopía – mucho más fácil y fiable que nunca!

www.myopia-master.com



 **OCULUS®**

Niños y adaptación de lentes de contacto

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

Por Linda Conlin, ABOC, NCLEC

En las últimas dos décadas se ha observado un aumento en la frecuencia con la que los profesionales de la salud visual adaptan lentes de contacto. Los profesionales prescriben lentes de contacto a los niños debido a las mejoras y beneficios que ofrecen estos productos de corrección visual y porque las lentes oftálmicas son poco prácticas para los bebés, posicionando a los lentes de contacto como la mejor opción para corregir los trastornos de la visión pediátrica.

Si los trastornos de la visión no se corrigen antes de los 5 años, esto puede conducir a deficiencias permanentes de la visión, como errores refractivos (miopía, hiperopía, astigmatismo y anisometropía), ambliopía (ojo perezoso) y estrabismo (ojo perezoso, ojos desalineados). Pero cuando estos trastornos se detectan y tratan a tiempo muchos pueden ser corregidos. Según el *Centers for Disease Control (CDC)*, aproximadamente, el 7 % de los niños menores de 18 años tienen una afección ocular y visual diagnosticada. La ambliopía representa aproximadamente el 3 % de ese número. Las estadísticas, sin embargo, representan solo la punta del problema de la atención de la visión pediátrica, y como profesionales deberíamos preocuparnos.

Bebés y lentes de contacto

La adaptación de los bebés con lentes de contacto para cualquier problema de visión presenta algunos desafíos logísticos. No se puede decir a los bebés que se queden quietos o que miren a un objetivo. Sin embargo, responden al reconocimiento de voz, al tacto y al olfato. Trate de pasar algún tiempo sosteniendo y hablando suavemente con el bebé antes de comenzar los procedimientos apropiados. En lugar de una lámpara de hendidura, utilice una luz de pluma y lupa o una lupa iluminada para evaluar la lente. Trabaje rápidamente al insertar y quitar la lente para ayudar a mantener al niño tranquilo. Recuerde que este es un momento emocional para los padres que pueden reaccionar mal a los gritos del bebé.



Asegúrese de que los padres entiendan la importancia de los exámenes de seguimiento. Por lo general, una visita de seguimiento está programada para 24 horas después de la inserción inicial de la lente, luego cada 1 a 2 semanas después para la extracción, limpieza y desinfección de la lente. Los padres deben saber cómo aplicar lubricante para lentes todas las mañanas y noches. Aconseje a los padres que busquen enrojecimiento, secreción y que eviten que el bebé frote sus ojos. Muestre a los padres cómo identificar una lente desconcentrada y los métodos para recientarla. Proporcionarles información escrita sobre los puntos clave y un número de teléfono las 24 horas para obtener ayuda.

Después de aproximadamente 4 a 6 semanas, instruya a los padres en el cuidado de lentes, inserción y extracción. Siempre que sea posible, proporcione un par de lentes de repuesto. Las visitas de seguimiento posteriores dependen de los problemas médicos específicos, pero tenga en cuenta que la curvatura corneal se vuelve rápidamente más plana durante el primer año y puede requerir uno o más cambios de curva base del ajuste original.

Procedimientos de lentes de contacto para niños pequeños

Las lentes de contacto con frecuencia son una buena opción para corregir la visión en niños pequeños. En corrección después de la cirugía para cataratas congénitas y en aniseiconia, las lentes de contacto reducen las diferencias en el tamaño de la imagen entre los ojos y mejoran la visión periférica. En ambliopía, un ocluder o lente de contacto es preferible a un parche porque es más fácil mantenerse en su lugar.

Al igual que con el examen ocular, sea flexible y creativo con los procedimientos de ajuste. El uso de un queratómetro portátil reducirá la dificultad para obtener lecturas de curvatura corneal.

Si un niño es demasiado joven para ser retenido en el regazo de un padre para la evaluación de lámparas de hendidura, utilice una lámpara de hendidura portátil. En ausencia de problemas corneales, una luz de pluma y una lupa de mano o una lupa encendida también pueden ser suficientes para la evaluación precorneal y de la lente. La lente debe equilibrarse durante 30 minutos. Por lo general, el auxiliar debe mantener abiertos los párpados del niño, y una prueba push-up debe mostrar de 1 a 2 milímetros de movimiento. Si es necesario, utilice una lámpara Burton con el filtro de cobalto para la evaluación de fluoresceína.

Los niños mayores presentan diferentes desafíos. Pueden tener ansiedad acerca de los procedimientos o pueden ser bastante buenos para resistirlos. Un enfoque comprensivo y tranquilizador ayudará, pero evitará ser condescendiente. Explicar lo que sucederá en términos simples en lugar de términos médicos ¡Los niños no son tan crédulos como se podría pensar! Retire el misterio que rodea a una lente de contacto dejando que el niño sostenga y toque una lente de prueba desechable. Puede ser útil demostrar algunos procedimientos, como la inserción de lentes o la instrumentación, en una muñeca u osito de peluche. Proporcione recompensas y evite



la desaprobación cuando no coopere ni tenga éxito. Encuentre otro enfoque y pida ayuda al niño preguntándole cómo quiere llevar a cabo la tarea.

Según la Asociación Optométrica Americana, los estudios han demostrado que los lentes de contacto mejoran la calidad de vida de muchos niños no solo corrigiendo la visión, sino mejorando la confianza en sí mismos. Las lentes de contacto también son preferidas para la mayoría de los deportes porque proporcionan una mejor visión periférica. Según el estudio de 576 optometristas que participaron en el estudio Children & Contact Lenses del Centro de Investigación e Información de la Asociación Optométrica Americana (AOA), el 71 por ciento ya prescribe lentes a niños de 10 a 12 años, generalmente lentes desechables diarias. El 21% dijo que es más probable que se ajuste a los niños de 10 a 12 años que hace un año. Y un estudio de niños de 8 a 11 años que estaban en forma con lentes de contacto desechables diarias encontró que el 90 por ciento de los niños podían insertar y quitar las lentes sin ayuda. Esto significa que los profesionales de la salud visual deben estar listos para una población de pacientes pediátricos más grande y joven. Ahora tenemos una identificación más temprana de los problemas de visión, mejores opciones de lentes y métodos de cuidado, el interés de los niños en las lentes de contacto a una edad más temprana, una mayor aceptación de los padres y el interés en las lentes de contacto y los fabricantes dirigidos a un mercado más joven. Con todo ese progreso, la edad mínima para adaptarse a los niños con lentes de contacto es prácticamente inexistente.

Para todos sus desafíos, el ajuste de lentes de contacto pediátricas viene con recompensas únicas. El 80% del desarrollo del aprendizaje temprano es visual, y como muestran las estadísticas, los problemas de visión no corregidos y no detectados pueden tener un impacto a largo plazo en la vida de un niño. La inversión más importante que podemos hacer en nuestro futuro es proporcionar la mejor atención y educación para nuestros hijos. El cuidado de la visión es una parte crítica de ese plan. **2020**

Johnson & Johnson Vision introduce a México, a partir de la inteligencia artificial, una plataforma educativa para el cuidado ocular

Ciudad de México, 1 de marzo de 2021

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), 153 millones de personas tienen discapacidad visual debido a errores refractivos no corregidos, estos son trastornos oculares muy comunes, en los que el ojo no puede enfocar claramente las imágenes, dando como resultado una visión borrosa, que en un grado mayor puede ocasionar discapacidad visual.

A nivel nacional el astigmatismo, la miopía e hipermetropía son errores refractivos que afectan a gran parte de la población. El primero de estos se caracteriza por un problema en las curvaturas de la córnea lo que impide el enfoque claro de los objetos cercanos y lejanos. Actualmente, se estima que el 80% de la población mexicana presenta algún grado de astigmatismo.

La miopía se caracteriza por la dificultad de ver claramente los objetos distantes, convirtiéndose en uno de los problemas visuales más comunes, con incremento que actualmente afecta al 24,8% de los mexicanos. Por su parte, a nivel mundial se sabe que el 20% de la población infantil padece hipermetropía, además, 67% de quien la tiene también cuenta con astigmatismo.

Cabe mencionar que desde que comenzó el confinamiento por Covid-19, los problemas de salud visual en la población mexicana han ido en aumento debido al excesivo uso de dispositivos electrónicos, toda vez que el mexicano pasa en promedio 546 minutos, es decir, 9.1 horas al día frente a una pantalla.

Ante esta problemática, Johnson & Johnson Vision, ha identificado la necesidad de generar una cultura de la salud visual ante el nuevo contexto y hábitos laborales, académicos y de entretenimiento, y por ello, impulsa iniciativas como el Cuarto Simposio Científico Internacional ACUVUE Eye Health Advisor México en donde expertos nacionales e internacionales se reúnen para dilucidar sobre las problemáticas de salud visual, así como las alternativas que la compañía ofrece para satisfacer las necesidades de los consumidores en México, ya que hay una urgencia por encontrar soluciones para los consumidores y profesionales de la salud, en cuanto a temas de bienestar ocular, pues el cuidado de los ojos debe de ser prioridad, y más en estos momentos de confinamiento. Esta solución debe de ser rápida, eficaz y sobre todo adaptable a



¹Organización Mundial de la Salud. ¿Qué son los errores de refracción? Sitio web: <https://www.who.int/features/qa/45/es/>

²Secretaría de Salud. 80% de la población presenta algún grado de astigmatismo. Sitio web: <https://www.salud.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/80-de-la-poblacion-presenta-algun-grado-de-astigmatismo>

³Organización Mundial de la Salud. ¿Qué son los errores de refracción? Sitio web: <https://www.who.int/features/qa/45/es/>

⁴Secretaría de Salud. Astigmatismo. Sitio web: <https://www.salud.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/80-de-la-poblacion-presenta-algun-grado-de-astigmatismo>

⁵Organización Mundial de la Salud. ¿Qué son los errores de refracción? Sitio web: <https://www.who.int/features/qa/45/es/>

⁶AMFECCO. Contra la miopía en México. Sitio web: <https://www.amfecco.mx/amfecco-contra-la-miopia-en-mexico/#:~:text=En%20M%C3%A9xico%2C%20m%C3%A1s%20del%2059,problema%20visual%20en%20distintos%20grados.>

⁷Universidad Nacional Autónoma de México. Padece hipermetropía hasta 20 por ciento de la población infantil. Sitio web: https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdoletin/2018_260.html#:~:text=A%20nivel%20mundial%2C%20se%20estima,por%20ciento%20de%20los%20ni%C3%B1os.

⁸Instituto Cultural y Sociedad de la Universidad de Navarra. Proyecto Internacional WISE: Bienestar y tecnología en confinamiento. Sitio web: <https://medium.com/proyctowise/m%C3%A9xico-avance-de-resultados-fa6c3f0d066b>



2021

las nuevas condiciones de vida digitales. **De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), es fundamental aprovechar el potencial que brindan las tecnologías digitales, pues son herramientas esenciales para promover la salud.**

En este sentido, **Johnson & Johnson Vision**, comprometido con la salud visual, y con la educación médica continua, introduce a México la nueva plataforma digital **JNJ VISION PRO**, sitio web del país enfocado en lentes de contacto con contenido educativo y herramientas de negocios, como lo son cursos especializados y calculadora de astigmatismo, esto con la intención de acercar a los profesionales de la salud visual herramientas sencillas y prácticas para impulsar el cuidado ocular en favor de los pacientes.

“La propuesta de **JNJ VISION PRO** trae grandes ventajas puesto que la plataforma funciona mediante inteligencia artificial que permite personalizar el contenido de cada usuario según su perfil y necesidad, esto facilitará a los optometristas y personal de las ópticas contar con una mayor capacitación” comenta Nelson Merchán. Dicho avance llega a nuestro país este 2021, justo en un momento en que la población necesita más atención y conexión digital para mantener la salud de sus ojos.

La plataforma desarrollada es presentada en el marco del Cuarto Simposio Científico Internacional ACUVUE Eye Health Advisor México, con el objetivo de dar a conocer una plataforma de apoyo y educación continua, que incluye desde recomendaciones de contenido hasta clases exclusivas, y biblioteca virtual de artículos e investigaciones alrededor de la innovación que existen para la corrección de los errores refractivos, los cuales, se estima, van en aumento.

Dentro de las aportaciones más esperadas de **JNJ VISION PRO** se encuentra el modelo anatómico del ojo virtual que explica de forma didáctica todas las necesidades de corrección visual, ayudando a la participación del paciente y la adherencia al tratamiento, es así como la compañía a través de la actualización apoya a los profesionales que trabajan en la salud visual.

Acerca de **Johnson & Johnson Vision**

Johnson & Johnson Vision, el principal fabricante de lentes de contacto del mundo está totalmente comprometido con la mejora de la calidad de vida de los pacientes. Desde **ACUVUE®**, una marca que debutó en 1987 con el primer lente de contacto gelatinoso y desechable del mundo, la empresa ha presentado repetidamente productos innovadores y de alta calidad para el sector. **ACUVUE®** aporta soluciones para corregir el astigmatismo, la miopía, la hipermetropía y la presbicia y está en los ojos de unos 35 millones de personas en todo el mundo.

Organización Mundial de la Salud (OMS). La OMS publica las primeras directrices sobre intervenciones de salud digital.
Sitio web: <https://www.who.int/es/news/item/17-04-2019-who-releases-first-guideline-on-digital-health-interventions>

MATERIAL EXCLUSIVO PARA EL PROFESIONAL DE LA VISIÓN.
Los lentes de contacto ACUVUE® son indicados para la corrección de la visión. Producto de venta bajo receta médica. Para más información sobre su uso, cuidado de mantenimiento y seguridad consulte a un profesional de la visión, llame al centro de atención al cliente 80-0201-0563, visite www.acuvue.com.mx, escribanos a contactenos.mx@acuvue.com o consulte la Guía de Instrucciones para el usuario. Johnson & Johnson S.A. de C.V. Blvd. Adolfo Ruiz Cortínez 3720 Torre 1-Piso 3, Col. Jardines del Pedregal, Alcaldía Álvaro Obregón, Ciudad de México, CP: 01900

ID VEEVA: MEX202116 PP20210TH4593

No se pierda de esta herramienta tan innovadora y ¡REGÍSTRESE HOY!

J&J VISION PRO



Johnson & Johnson VISION | ACUVUE

Convov,

una empresa con *visión*



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

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

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



PHOTOSENS NG



ISO9001:2008  



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

XIII Congreso Nacional de Optometría AMFECCO



Entre el 15 y el 19 de marzo, optometristas, estudiantes de la licenciatura y representantes de diversas compañías del sector, se dieron cita, de manera virtual, para disfrutar del excelente programa científico del XIII Congreso Nacional de Optometría, organizado por AMFECCO.

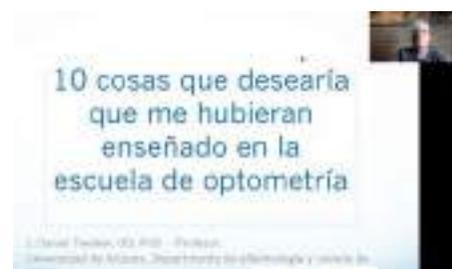
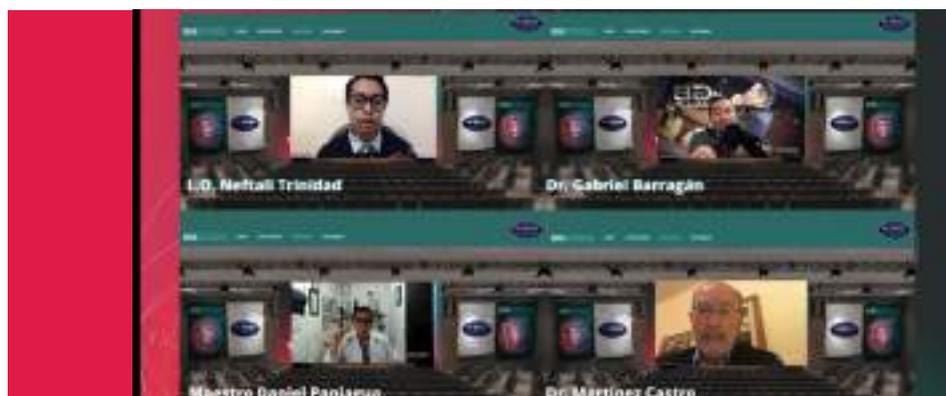
Durante la ceremonia de inauguración, encabezada por el presidente saliente de AMFECCO, Lic. Opt. Marcelo Hernández, se rindió un emotivo homenaje a los optometristas que, por diversas causas, se nos han adelantado en el camino.

Jornadas de conocimiento y actualización

Cinco módulos con temas de gran actualidad formaron parte del XIII Congreso Nacional de Optometría: Terapia Visual y Neuro Optometría, Lentes de Contacto, Rehabilitación y Baja Visión, Patología e Investigación. En cada temática, especialistas de gran reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional, ofrecieron interesantes charlas en las que

los asistentes tuvieron la oportunidad de adquirir herramientas para el desarrollo de la práctica optométrica. De igual manera, se desarrollaron interesantes conversatorios enfocados en la “Salud Visual y Diabetes” en los que temas como: Epidemiología de la Diabetes, moderado por L.O. Neftalí Trinidad González, Retinopatía Diabética y Edema Macular Diabético,

moderado por MSP Daniel Paniagua Herrera, Educación en Diabetes en el Consultorio Optométrico, moderado por MSP Cecilia Escobar Gómez y el Rol de la Optometría en la Prevención de la Discapacidad Visual por Diabetes, moderado por Opt. Lorena Gil Gil, fueron compartidos y discutidos por varios expertos llegando a interesantes conclusiones.





Participación de la industria

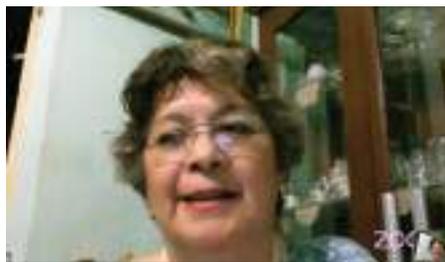
Allergan, Essilor, Seto, Bausch+Lomb, Johnson&Johnson, Lumilint, Avizor, S4Optik, Good-Lite, Por Amor a la Optometría y Gecko Visions formaron parte de la muestra comercial de este congreso.



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.**





Premios y Reconocimientos

Fotografía clínica

Primer Lugar

Manuel Sánchez Pérez.

Adaptación de LC RGP corneal en paciente con subluxación de cristalino y midriasis media por trauma ocular.

Segundo Lugar

Nora Robledo.

Queratocono grado III espesor corneal.

Tercer Lugar

Carlos Moisés Suárez Galván.

Paciente de 8 años, signos que presenta no tienen coherencia con la edad.

Póster científico

Primer Lugar

REGULACIÓN DEL PROCESO DE DESDIFERENCIACIÓN POR H₂O₂, DE CÉLULAS PROGENITORAS NEURALES GENERADAS A PARTIR DE GLIA DE MÜLLER

L.O. Amabile Alicia Velo Silvestre; Dr. Lenin Ochoa de la Paz

Segundo Lugar

PROPUESTA DE PRUEBAS PARA EVALUAR LA VISIÓN AL COLOR EN NIÑOS CON SÍNDROME DE DOWN.
PSS Checa Caratachea Ximena Alejandra

Tercer Lugar

ENTRENAMIENTO VISUAL EN UN PACIENTE ADULTO CON PARÁLISIS DEL VI PAR CRANEAL
Lic. Opt. Figueroa Cruz Itzel Isabel / Lic. Opt. Blanco Baños Bertha

El evento se dio por concluido con un emotivo discurso del presidente saliente Opt. Marcelo Hernández y la intervención de la presidente AMFECCO 2021-2023 Opt. Rebeca Carrillo Calderón. **2020**

Congreso Internacional Optovirtual 2021



Con un récord de participación de más de 800 espectadores a la vez, que pudieron disfrutar de una excelente agenda académica encabezada por expertos de gran trayectoria tanto nacional como internacional, se llevó a cabo el segundo Congreso Optovirtual 2021, los días 16 y 17 de marzo, a través de la plataforma Zoom y Youtube.

Esta iniciativa académica, organizada por la Licenciatura en Optometría del Centro Interdisciplinario de Ciencias de la Salud (CICS) UST, del Instituto Politécnico Nacional, abordó temáticas de gran interés y actualidad para el ejercicio de la Optometría en áreas como: Retina, Lentes de Contacto, Córnea, Luz Azul, Óptica Adaptativa, Tamiz Optométrico, Miopía, Prótesis Oculares y Superficie Ocular entre otros, con interesantes conferencias ofrecidas por reconocidos expertos provenientes de diferentes ciudades mexicanas e invitados internaciona-

les de países como Argentina, Colombia, Canadá, España y Estados Unidos.

De igual manera, el Dr. Abraham Bromberg Alterowicz, ícono de la optometría mexicana, escritor de varios libros y uno de los grandes luchadores por la profesionalización y dignificación de la optometría en México, presentó la conferencia "Historia de la Optometría en México, en la que además de un corto recorrido por la historia, se hizo referencia a las leyes existentes acerca del ejercicio de la optometría y el arduo camino que se debe recorrer con las diferentes autoridades para darle a esta profesión en México el lugar que se merece.

Este congreso se convirtió en la perfecta oportunidad para rendir homenaje a cuatro grandes maestros de la Licenciatura en Optometría que, sin duda, han dejado huellas imborrables en sus alumnos por su gran labor a través de los años: Opt. Lucio Alemán Rodríguez, Dra. en Guadalupe de Jesús Guzmán Bárcenas, Mtra. María Helena Díaz Enciso y el Dr. Alberto Milla Quiroz.

Una vez más, El Instituto Politécnico Nacional, superó las expectativas de los asistentes ofreciendo un evento de alta calidad académica. **2020**

Consejo Optometría México resalta la importancia de los optometristas y la información del CENSO 2020



En el marco del Día del Optometrista -que se conmemora anualmente, desde 1988, el primer miércoles de marzo- y tras los resultados arrojados por el CENSO nacional 2020 del INEGI, el Consejo Optometría México declara que hoy más que nunca es necesario hacer conciencia sobre el relevante papel del licenciado en optometría como parte integral de la atención médica y su integración a los sistemas de salud a favor de la profesionalización del personal, dar servicios de calidad para prevenir el incremento de la discapacidad visual y la ceguera en México.

Esto resulta relevante luego de que los recientes resultados del CENSO 2020 señalan que la primera discapacidad en México es la visual con 3,854,595 personas y la constante tendencia del envejecimiento de la población. Lo anterior aunado a los datos del propio Consejo Optometría México los cuales estiman que el 50% de la población, en general, requiere de servicios optométricos; en menores de 20 años es el 20%; mientras la cifra se va al 100% en los mayores de 50 años.

Visita al licenciado en optometría

Ya sea en la práctica privada o en los hospitales públicos que cuenten con uno, es importante que, ante cualquier cambio en la visión, incomodidad ocular, sensación extraña o si han pasado más de 12 meses y no has revisado tus ojos, acudas con un licenciado en optometría. El licenciado en optometría es un profesional de la salud que previene, promueve, investiga, detecta, diagnostica, rehabilita, trata y da seguimiento a alteraciones del sistema visual y estructuras asociadas. Además, monitorea enfermedades sistémicas que

repercuten en la función visual. Son la primera línea de defensa para evitar la ceguera.

Cómo se prepara un licenciado en optometría

“No somos técnicos ni improvisados” destaca Reyna Citalán Zúñiga, docente de la ENES, León UNAM. Añadió que “los licenciados en optometría, al igual que los médicos, odontólogos y licenciados en nutrición requieren de título y cédula profesional, para ejercer”. En México, se puede decir que es una profesión de alta demanda, no tiene prácticamente desempleo y las mejores universidades del país como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el Instituto Politécnico Nacional (IPN) cuentan con la carrera, la cual se cursa en cuatro años, más un año de servicio social, deben acreditarse alrededor de 3 mil horas de práctica clínica y presentar tesis para titulación. Después de graduados, es posible estudiar maestrías, posgrados y doctorados.

“El licenciado en optometría debe colaborar con otras disciplinas como la oftalmología, neurología, medicina interna, nutrición, psicología y demás ciencias de la salud”, comentó la Lic. en Opt. Nancy Sol Espíndola.

Cabe señalar que, “un egresado de la carrera de optometría está capacitado para atender pacientes de forma integral”, explicó Leticia Sánchez, licenciada en optometría por el Instituto Politécnico Nacional y profesora del Centro Interdisciplinario de Ciencias de la Salud, Unidad Santo Tomás del Instituto Poli-

técnico Nacional. Señala que el IPN cuenta con el programa de movilidad académica, que permite a los estudiantes fortalecer su trayectoria escolar, con actividades de integración e intercambio de conocimientos y formas de aprendizaje, mediante semestres académicos. Además, actualmente se tienen convenios a nivel internacional con más de 100 universidades con presencia en más de 30 países y a nivel nacional se tienen convenios con más de 41 universidades.

Las clínicas de las escuelas de optometría están al servicio de la comunidad

Las Universidades que imparten la carrera de optometría cuentan con una clínica en donde realizan consulta optométrica, consulta de especialidad optométrica y servicio de óptica. Como es el caso de la Unidad de Salud Visual que se encuentra en la ENES, León de la UNAM, además cuentan con servicios de lentes de contacto, estrabismo, terapia visual, atención al paciente pediátrico y adultos mayores, pacientes de los programas de Labio y paladar hendido y Trisomía 21, incluidos estudios especializados como topografías corneales, campimetrías, Tomografía de Coherencia Óptica (OCT), entre otros. **Una vez que se reanuden las clases en un entorno seguro, la invitación está abierta al público en general para que acudan a consulta.**

Los retos de la profesión y los egresados

De acuerdo con la Lic. en Opt. Aglade Álvarez López, docente de farmacología en el Instituto Politécnico Nacional y vocera del Consejo Optometría México, uno de los principales puntos críticos del recién egresado es decidir a qué área dedicarse, pues esta profesión también tiene subespecialidades como son la óptica, lentes de contacto, terapia visual, visión baja, entre otras. Agregó que “respecto a la profesión como tal, uno de los retos del optometrista es posicionarse como un profesional de la salud, seguimos sufriendo de la falta de información de las funciones que realiza un licenciado en optometría. Por otro lado, algo muy positivo es que nos hemos ido posicionando como un elemento fundamental en la salud visual dentro de clínicas y hospitales ya sean públicos o privados y, cada vez más, los oftalmólogos buscan trabajar en equipo, se han dado la oportunidad de reconocer las competencias profesionales que tenemos y que les son de gran utilidad y apoyo para la consulta”.

i. [i]Atlas IAPB,2021[ii]Atlas IAPB,2021[iii][iii]Atlas IAPB,2021[iv]Atlas IAPB,2021[v]Atlas IAPB,2021[vi]Atlas IAPB,2021[vii]Atlas IAPB,2021[viii]Atlas IAPB,2021[ix]Kerry Gelbl, Doctor en Optometría por la Universidad de Illinois[x]OMS, 2019.

Salud visual en cifras

- ▶ **1.** En el mundo, **1 100 millones de personas** experimentan pérdida de la visión, principalmente porque no tienen acceso a servicios de atención a la salud visual ⁱ.
- ▶ **2.** Más del **90% de las personas** con pérdida de visión viven en países de ingresos bajos y medios. ⁱⁱ
- ▶ **3.** El **73% de las personas** con pérdida de visión **tienen más de 50 años.** ⁱⁱⁱ
- ▶ **4.** El **55% de las personas** con pérdida de visión **son mujeres.** ^{iv}
- ▶ **5.** Más del **90%** de la pérdida de visión se podría haber evitado. ^v
- ▶ **6.** Las principales causas de pérdida de la visión incluyen ^{vi}:
 - Errores de refracción no corregidos, responsable de la pérdida de visión de lejos en **161 millones de personas** y de la pérdida de visión de cerca en **510 millones de personas** adicionales.
 - Cataratas no operadas, responsables de la pérdida de visión en **100 millones de personas.**
 - La degeneración macular relacionada con la edad (DMAE), el **glaucoma y la retinopatía diabética** representan **8.1 millones, 7.8 millones y 4.4 millones de personas** con pérdida de visión, respectivamente.
 - **56 millones** tienen otras causas de pérdida de visión.
- ▶ **7.** La mala visión no tratada da como resultado una pérdida de productividad económica global de **411 mil millones de dólares por año.** ^{vii}
- ▶ **8.** La mala salud ocular conduce a **un mayor riesgo** (hasta 2.6 veces) de mortalidad. ^{viii}
- ▶ **9.** Las pruebas optométricas de ojo son importantes para evitar el aumento de **300 enfermedades sistémicas** como son la hipertensión o la diabetes, errores de refracción como la miopía o hasta la enfermedad de Alzheimer, las cuales pueden identificarse mediante un examen ocular hecho por un profesional capacitado ^{ix}.
- ▶ **10.** El **80%** de las **discapacidades visuales** se pueden prevenir, de las cuales el **42% corresponden a errores de refracción no corregidos** y el **33% a cataratas.** ^x **2020**

CECOP realizó con éxito el evento Global Summit



Del 11 al 16 de marzo, CECOP desarrolló el evento Global Summit, en el que se habló del futuro de CECOP y del mundo de la óptica independiente.

El evento fue inaugurado por Jorge Rubio, CEO y fundador de la compañía, quien explicó el origen y la historia de CECOP, desde sus inicios en el año 1996 hasta nuestros días. Así mismo, comentó: “Este año, cumplimos 25 años, y puedo decir que nos encontramos en el momento más brillante en la trayectoria e historia de CECOP”.

“Nuestro objetivo principal en este Global Summit es la colaboración, la participación y conocer las experiencias de todos los participantes dentro del ámbito de la optometría”, explicó.

DONDE MÁS ES MENOS

TECNOLOGÍA + CALIDAD = BAJOS COSTOS

AUTO REFRACTOR WAVEFRONT
ERK-9100



EMERALD-1

 *Made in Japan*



SILLA ERU-2600



EMERALD-6

 *Made in Japan*



PROYECTOR ECP-9000 LED



LENSÓMETRO DIGITAL ELM-9200



OFTALMOSCOPIO E2-OPH-2000



PANTALLA DE AGUDEZA VISUAL EDC-2600



REFRACTOR DIGITAL EDR-900





La primera mesa redonda: “Retos para el 2021. Innovación en el punto de venta y futuro”, contó con la participación de José María Folache, CEO de Parfois, Nacho Martín, Design Director Fjord y Jorge Rubio, CEO de CECOP.

Nacho Martín explicó: “La transición del ámbito físico al digital en el sector óptico, es uno de los grandes retos que hemos aprendido durante la pandemia, no solamente por el hecho de la incorporación de las “citas previas” sino porque el futuro del sector óptico trae consigo una inminente digitalización”.

En cuanto al ámbito tecnológico, los tres participantes coincidieron en la idea de que está avanzando a pasos agigantados haciendo especial hincapié en el auge de la inteligencia artificial, pero sin olvidar nunca cuáles son las verdaderas necesidades de los usuarios. “Hay que entender y conocer muy bien qué quieren nuestros clientes, qué tipo de experiencia digitales demandan”, señaló Nacho Martín.

Por su parte, Jorge Rubio destacó: “Hace tres años era imposible que a través de una pantalla con una cámara una persona pudiera elegir la promoción de gafas que necesite y en CECOP lo hemos logrado”, comentó.

El diseño y la nueva concepción del término espacio dentro de las ópticas fue otros de los temas a debatir. “Los usuarios tienen que vivir una experiencia dentro de la óptica, el cliente busca experiencia con la marca”, puntualizó Martín.

Además durante todo el evento se contó con dos invitados: María Belón protagonista de la película: “Lo imposible”, que nos dió las claves para superar cualquier dificultad y seguir avanzando y Francisco Javier Montero, ex futbolista del Atlético de Madrid, que tras sufrir un desgarramiento de retina

tuvo que utilizar unas gafas especialmente diseñadas, para poder volver a practicar su profesión en los terrenos de juego.

¿Cuál será el futuro del mercado óptico post COVID-19? Fué el eje principal de la segunda mesa redonda, donde coincidieron Jose Fraile, general manager hoy Lens iberia, Oscar Perez, optometrista y Jorge Rubio, Ceo de CECOP.

El mercado de las ópticas ha sufrido un cambio importante a raíz de la pandemia. Las gafas y la corrección de la visión se han convertido en tratamientos de primera necesidad. “Los profesionales de la salud visual nos hemos tenido que adaptar a las nuevas circunstancias. La resiliencia ha sido fundamental. Tenemos que ser valientes, aventureros y apasionados. El año ha sido complicado, pero lo hemos superado con creces”, apuntó Oscar Pérez.

Además, conocimos en primicia como Hoya Lens Iberia junto con la Universidad de Hong Kong están trabajando en el desarrollo de una lente para evitar la miopía infantil.

Por su parte, el CEO de CECOP señalaba que el mayor “contratiempo” al que se enfrenta el sector óptico es Internet y destaca la necesidad de innovación y adaptación por parte del sector para poder combatirlo. El factor humano es el que determina esa diferencia.

“Dar cariño y empatizar con el cliente no te la proporciona Internet” apunta Oscar, “Hay que reconocer a cada cliente, estar próximos a ellos y, sobre todo, escuchar siempre sus necesidades.

José Fraile destacó la importancia de un sector como el de los proveedores que tiene la misión de ayudar al profesional de la visión a aumentar el número de ventas y asesorar tecnológicamente al óptico todo lo que puedan.

Para finalizar, Jean de Contades, Global Managing Director de CECOP & Latam, presentó al equipo humano que hay detrás de cada uno de los países donde está representado CECOP a nivel internacional. Italia, México, Colombia, Portugal y Brasil.

Posteriormente, se dio inicio a diferentes jornadas de capacitación e interacción entre los representantes de diversas partes del mundo quienes pudieron conocer más de cerca las ventajas de pertenecer a CECOP. [20/20](#)

La Visión Perfecta y Actualizada del Mercado Óptico



• Artículo de la Semana



• Noticias



• Videos



• Revista Digital • Notificaciones



• Agenda

Descarga la APP 20/20
y sorpréndete con el nuevo contenido

Descárgala Aquí





20/20 México

AVIZOR	9
BAUSCH + LOMB	5
CONVOX	55
ESSILOR	Portada 3, 15, 19
GRUNWALDT	6
H2O SUMMIT	59
JOHNSON & JOHNSON	53
LENSBEST	Portada 4, 29
LUCY'S OPTICAL	39
LUMILENT	47
OCULUS	49
SETO	25
YIWU IMPORTACIONES	Portada 2
US OPHTHALMIC	1, 21, 65
TRANSITIONS	Portada 1, 31
ZOOM	33

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

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

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

JOHNSON & JOHNSON
MEX

Tel: (55) 1105 8400
 Fax: (55) 5292 8130

LENS BEST S.A DE C.V

LENSBEST
 NUNCA TE LIMITES
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.



GLORIA VANDERBILT



HACKETT LONDON

KAREN MILLEN



TED BAKER® LONDON



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>

CONVOX

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

TRANSITIONS
Transitions

MEX
 Transitions Optical, Inc.
 Tel.: 55 51307310
www.transitions.com

#1

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

40% de Desc.

mi **1er** Progresivo

Compra cualquier Lente Progresivo **Varilux**® y obtén 40% de Descuento.

- Solamente válido en adiciones menores o iguales a 1.50.
- Todos los materiales (Orma, Airwear o Thin & Lite).
- Solo válido en **Varilux**® con **Crizal**® o **Anti-Fog**®.

Claros o con **Transitions**™
lentes inteligentes a la luz



essilor

Varilux®

varilux.com.mx

Solamente válido en adiciones menores o iguales a 1.50. El reglamento de la promoción está disponible para consulta en: www.varilux.com.mx/miprimerprogresivo. Promoción válida del 5 de abril al 31 de agosto de 2021, cuando el par de lentes Varilux se compra con Crizal® o Anti-Fog®, Essilor®, Varilux® y Crizal® son marcas registradas de Essilor International. Transitions es una marca registrada de Transitions Optical, Inc., utilizada bajo licencia por Transitions Optical Limited. © Essilor International - SEPTEMBER 2020 - 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



- Película antiempañante en ambos lados de la lente.
- Se pueden limpiar con alcohol, jabón o acetona sin dañar las características de la lente.
- Con tecnología **BLUEFREE** que bloquea efectivamente el espectro dañino de la luz azul evitando la fatiga visual y previniendo los daños a largo plazo por sobrexposición a dispositivos electrónicos.



www.premiumlensbest.com



/LENS.BESTOFICIAL



/LensBestOficial



PREMIUMLENSBEST