



Síguenos en:

-  /visionoptica
-  @visionoptica
-  @visionoptica
-  www.visionoptica.com

MÉXICO

20/20

seto

Policarbonato

ANTI(BLU-RAY) ASPHERIC

“Protección ante el uso
de dispositivos digitales”

CE FDA



SETO México



Setomexico



Setomexico

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



#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 eye care professionals in 10 countries: FR, SP, GER, IT, UK, US, CA, BR, IN, CN. Feb-Apr 2018

20/20 México

30. Essilor

-
- 40.** Luxottica
 - 42.** Lucy's Optical
 - 44.** Yiwu Importaciones
 - 45.** Safilo
 - 46.** Marchon



En Estados Unidos se celebró el Vision Expo East, en Orlando, Florida. Después de aproximadamente 15 meses de encierro, este evento marcó un antes y un después para la industria óptica.

Estados Unidos ya está volviendo el mercado a lo crecimientos que se veían pre-pandemia, según estadísticas generadas por Jobson o VCA.

Nuevos modelos de ventas surgieron y el mundo híbrido es una realidad, tanto en la parte de distribución como el retail. En América Latina, no tenemos muchos datos del mercado y vivimos del “chisme”. Bastantes negocios han abierto, pero todavía el coronavirus está presente y sigue siendo una barrera al funcionamiento normal del mercado. La mayoría afirma que solo hacia final del año se verá una mejoría en nuestras economías. Mientras tanto seguiremos operando bajo mucha incertidumbre.

Lo que más me preocupa de nuestro mercado óptico y lo comento, porque lo he escuchado de algunos de ustedes, es que se han creado malos hábitos que eventualmente perjudicarán toda nuestra industria y solo habrá muy pocos beneficiados. Sé que un número considerable de ópticas han cerrado porque no podían cumplir sus compromisos con los proveedores, la renta y funcionamiento de sus locales. Las ventas en consignación han crecido y se han vuelto uno de los mayores problemas que tiene la industria óptica en varios países Latinoamericanos ¡Al final esto nos perjudica a todos!

La venta en consignación es un problema para toda la cadena, desde el fabricante hasta el consumidor, porque se ven perjudicados al disminuir el flujo de caja y los servicios que generalmente dan todos los actores de la industria. Los distribuidores al dar en consignación empiezan a fallar en sus pagos a los fabricantes y servicios como el surtido de producto empiezan a fracasar. El óptico lo puede ver como un beneficio para la óptica, pero la realidad es que, si la cadena de valor se rompe, el consumidor final será el más perjudicado al no tener un abanico de servicios que por razones de costos se van cortando. Este modelo de negocio no es la realidad y el óptico piensa que al no tener que pagar a sus proveedores está haciendo el gran negocio. La verdad es que está adoptando manías que no son sostenibles con el tiempo. Además, estos proveedores buscarán alternativas para generar ventas y se irán más directo al consumidor. La tecnología les permitirá hacer esto y crear modelos híbridos que la óptica independiente le quedará difícil competir a largo plazo.

Para mí, el mundo óptico cambiará sustancialmente en los próximos 3 a 5 años y el óptico Latinoamericano no lo ve porque están viviendo el día a día. Yo solo les mencioné un aspecto de los problemas que veo en la región al escuchar a diferentes líderes de opinión hablar sobre las problemáticas que se están viviendo en estos tiempos de coronavirus. Como les dije es “chisme” porque no tenemos estadísticas que aseguren todo lo que escribo, pero mi corazonada me indica que el óptico independiente no está listo para todos los cambios que se vienen en la industria.

De nuestra parte, el grupo seguirá buscando maneras de cómo ayudarlos a buscar soluciones para mejorar sus negocios y tener acceso a todos los avances que pasan en la industria a nivel mundial. Entre nuestras herramientas, hemos creado un curso que en el 2020 contó con una gran participación tanto de ópticos como optometristas, por lo que en este año hemos querido continuar brindándoles herramientas de la mano de especialistas en cada tema tanto clínico como de negocios. El curso “Diferenciación como Herramienta de Venta” se llevará a cabo los días 25 y 26 de agosto, de manera virtual, y contará con la participación de reconocidos ponentes de Estados Unidos y diversos países de Latinoamérica ¡Los esperamos! **2020**

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

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

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

www.visionyoptica.com



#HASHTAG

#HASHTAG

#HASHTAG

#HASHTAG

#HASHTAG

#HASHTAG

#HASHTAG



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 Olguin
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



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

OFICINAS:

USA: One West Camino Real Boulevard, Suite 205, Boca Raton, FL 33432 USA Tel: +1 (561) 443 7192
Colombia: Carrera 7 No. 106 - 73 Of. 301 Bogotá, Colombia Tel: +57 (1) 214-4794
México: Río Misisipi 49, piso 14, int. 1402, Colonia Cuauhtémoc, Alcaldía Cuauhtémoc, Ciudad de México, C.P. 06350. Teléfono: 5541614561.

20/20 MÉXICO

es una revista producida y distribuida por **Creative Latin Media, LLC** en Boca Ratón 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, Oftalmologoadia.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

Unica®



Solución única + Ácido hialurónico.

Limpia y desinfecta la lente. Aporta confort extra al usuario.

Solución única para ojos sensibles.

Combinación perfecta entre un lubricante extraordinario (hialurónico sódico) y la mínima concentración de conservante.

AVIZOR

EYE CARE SOLUTIONS



CON ÁCIDO HIALURÓNICO

CONSERVANTES HUMECTANTE





Mtro. José Nery Ordoñez, nuevo director de optometría UVAQ

La Escuela de Optometría UVAQ, de México, dio la bienvenida a su nuevo director el Mtro. José Nery Ordoñez, quien cuenta con una amplia trayectoria en el medio.

El Mtro. Ordoñez es Lic. Opt. por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), con grado de Maestría en Ciencias de la Educación por la Universidad Anglo Puebla. Ha participado como ponente en congresos internacionales (Colegio Federación Colombiana de Optómetras), Nacionales (AMFECCO), y en Colegios de Optometría de la República Mexicana.

Además, cuenta con una certificación internacional por Eyesory Business School, the certificates of Completion for the Academic Exchanges & Low Vision Productos Training. (China, Shangai). Ha formado parte del selecto grupo Speakers Acuvue, coordinador de programas académicos PROSAP en la FES Iztacala.

Actualmente, está realizando un Posgrado en el Diplomado Gerencia y los servicios de Salud en la UNAM, FES IZTACALA. Fue jefe de la Clínica de Optometría de FES Iztacala de la UNAM.



Aumentan casos de glaucoma no diagnosticados en todo el mundo

Una revisión sistémica y análisis de estudios basados en la población, encontró que, a nivel mundial, más de la mitad de todos los casos de glaucoma no fueron detectados previamente en cada región geográfica.

Cabe destacar que, en 2020, unos 44 millones de casos de glaucoma de ángulo abierto (POAG) no fueron detectados, de los cuales aproximadamente el 77% procedían de residentes de África y Asia.

El estudio predice que 67 millones de personas con POAG probablemente no serán detectadas para 2040 si la tasa de detección actual permanece sin cambios y no se implementan cambios efectivos en las políticas de salud pública.

Esto requiere un enfoque holístico que haga hincapié en la necesidad de colaboración e integración. El problema de la detección del glaucoma no es nuevo, y sus efectos adversos solo exacerbarán con inercia continua.



El tiempo excesivo en la pantalla causa atrofia de la glándula meibomiana

Las cortas distancias focales y la disminución de las tasas de parpadeo que provienen del uso de pantallas digitales entre los niños han sido una preocupación creciente durante bastante tiempo, predisponiéndolos tanto a la miopía como al ojo seco. La pandemia COVID-19 ciertamente no ha ayudado a resolver este problema, ya que aumentó el uso de los dispositivos digitales, especialmente para aquellos que pasaron al aprendizaje remoto.

Los investigadores indagaron, recientemente, la relación entre los dispositivos y los ojos secos, en un estudio de 172 niños (de 6 a 17 años). Encontraron que el uso excesivo de pantalla electrónica de los niños se asocia con atrofia grave de la glándula meibomiana, con el 86% de estos pacientes reportando cuatro horas o más de uso diario de la pantalla electrónica y el 50% reportando más de ocho horas. El uso electrónico de la pantalla se asoció positivamente con el aumento de las puntuaciones de meibografía.



La contaminación es un factor de riesgo para el queratocono

Los rayos UV, el frotamiento de los ojos y la atopía (respuesta hipersensible tipo 1) son tres factores de riesgo conocidos para el queratocono. Recientemente, los investigadores indagaron si la contaminación, cuyo papel en la fisiopatología del queratocono no está claro, debería añadirse a esa lista.

Se realizó un estudio de correlación para determinar la influencia de la contaminación en el queratocono. El estudio analizó los niveles ambientales de partículas finas (PM) en tamaños de 2,5µm y 10µm, ya que estas están involucrados con mayor frecuencia durante los picos de contaminación y se correlacionan con la prevalencia en estudios epidemiológicos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), explicaron los investigadores en su artículo.

El equipo comparó los datos de la OMS entre 2012 y 2016 con un examen bibliográfico de 24 artículos de revistas sobre la prevalencia del queratocono. El análisis estadístico mostró una correlación moderada entre la prevalencia del queratocono y los niveles de PM2.5 y una fuerte correlación con los niveles de PM10.



Laboratorios Lumilent presenta Menicon Progent

Menicon Progent es un tratamiento eficaz que ofrece máxima desinfección para todo tipo de lentes de contacto RPG y lentes esclerales, sin la necesidad de frote, conservando una superficie sin rayaduras y parámetros del lente intactos a largo plazo. Progent es principalmente recomendado como un tratamiento de limpieza activo para la eliminación de depósitos de proteína, también tiene una gran eficacia en bacterias, amebas, mohos, levaduras, virus y trofozoitos y quistes de *Acanthamoeba*.

¿Cómo funciona Progent?

El sistema consiste en mezclar dos ampollitas de 5 mL y remojar los lentes por 30 minutos. La ampollita A contiene hipoclorito de sodio, la ampollita B contiene bromuro de potasio como el ingrediente activo.

Este sistema de desinfección actúa después de un remojo de 30 minutos sin requerir frotar manualmente ni limpiarlo por medio de frote con los dedos. Menicon Progent es recomendado que sea usado junto con el mantenimiento habitual de los lentes de contacto, con una frecuencia de uso de cada 1 a 2 semanas, dependiendo del tipo de condición y de la lágrima del paciente.



“El reto ante la pérdida de visión”, libro que guía a los profesionales de la salud visual y pacientes

Angélica Lenz, autora del libro: “El reto ante la pérdida de visión”, es un referente obligado al haber superado su deficiencia visual y comprometerse a compartir, de manera profesional, su experiencia de vida.

Su obra, es una guía dirigida a las personas que han perdido la visión y sus familiares, pues retoma las dificultades y las posibilidades de alcanzar una vida plena, productiva e independiente aun enfrentando el diagnóstico de baja visión y ceguera.

Este libro pretende, de una manera clara y directa, asesorar, acompañar y motivar a las personas que emprenden este proceso, ofreciendo información básica y concisa que les ayudará a comenzar una nueva vida de manera positiva.

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

Policarbonato ANTI-BLU-RAY

Protección ante el uso de dispositivos digitales

Con la llegada de la pandemia, se dio un cambio radical en el estilo de vida, debido al confinamiento, pues la mayoría de las actividades laborales y de aprendizaje tuvieron que hacerse desde casa. Esto implica un gran reto para los especialistas de la salud visual ya que las estadísticas que se tenían antes de la pandemia acerca del aumento de condiciones visuales, como la miopía, podrían empeorar drásticamente debido a factores como la exposición continua a dispositivos digitales y el poco tiempo que se pasa al aire libre.

¿Por qué recomendar SETO, Poly ANTI BLU- RAY?

Están fabricadas en Policarbonato, que ofrece grandes ventajas, frente a otros materiales como el plástico o el vidrio, entre las que se destaca su gran resistencia que es hasta 10 veces mayor, lo que lo convierte en el favorito para niños, deportistas y en general, para personas que realicen actividades que requieran de lentes oftálmicas resistentes.

Protección contra los rayos UV: Las lentes Poly ANTI BLU-RAY de SETO, bloquean el 100% de los rayos ultravioleta, una protección mucho mayor que la que ofrecen lentes oftálmicas de otros materiales.

Adoptan la tecnología NC que puede contrarrestar efectivamente la luz azul perjudicial en el rango de 380nm-500nm.

Tienen un diseño esférico que puede reducir la aberración y optimizar los efectos visuales.

Son delgadas ofreciendo alta comodidad y estética.

Cuentan con un diseño de revestimiento hidrofóbico.



Lentes oftálmicas para cualquier necesidad

<p>1.56 Visión sencilla Anti Blu-Ray</p>  <p>Resistencia al 99% de los rayos azul y al 100% de los rayos UV. Tratamiento Anti Reflejos "MultiBlue". Resistencia al rayado "Anti Rayado". Color de lente, alta transparencia óptica, un solo, antiguo, ligero.</p> <p>01</p>	<p>1.60 Policarbonato</p>  <p>Resistencia al 99% de los rayos azul y al 100% de los rayos UV. Tratamiento Anti Reflejos "MultiBlue". Resistencia al rayado "Anti Rayado". Alta transparencia, mayor seguridad.</p> <p>02</p>	<p>1.56 Capa FotoTrivex</p>  <p>Resistencia al 99% de los rayos azul y al 100% de los rayos UV. Tratamiento Anti Reflejos "MultiBlue". Alta transparencia, mayor seguridad.</p> <p>03</p>	<p>SETO</p> <p>ANTI(BLU-RAY) ANTIREFLIX</p>  <p>ISO 9001:2001 CE FDA</p> 
---	--	---	--

Si usted busca para sus pacientes:

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

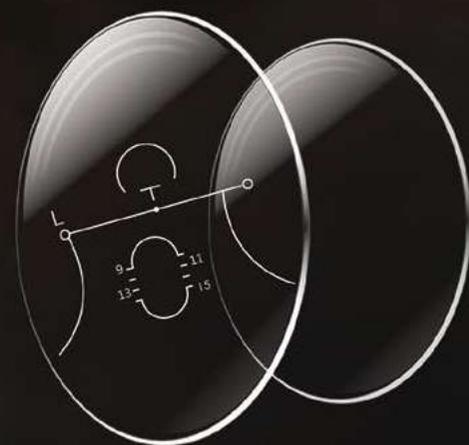
<p>MULTI ENFOQUE</p>  <p>LA EXCELENCIA ES HOY... Y LA DIFERENCIA ES INCREÍBLE!</p> <p>04</p>	<p>1.67 Ultra High Index</p>  <p>Resistencia al 99% de los rayos azul y al 100% de los rayos UV. Tratamiento Anti Reflejos "MultiBlue". Alta transparencia, mayor seguridad.</p> <p>05</p>	<p>1.56 Flat-Top</p>  <p>Resistencia al 99% de los rayos azul y al 100% de los rayos UV. Tratamiento Anti Reflejos "MultiBlue". Alta transparencia, mayor seguridad.</p> <p>06</p>	<p>1.56 Progresivo Max Vision</p>  <p>Resistencia al 99% de los rayos azul y al 100% de los rayos UV. Tratamiento Anti Reflejos "MultiBlue". Alta transparencia, mayor seguridad.</p> <p>07</p>	<p>1.56 Progresivo Max Vision Capa FotoTrivex</p>  <p>Resistencia al 99% de los rayos azul y al 100% de los rayos UV. Tratamiento Anti Reflejos "MultiBlue". Alta transparencia, mayor seguridad.</p> <p>08</p>
---	--	---	--	--

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

Nuestro certificado de garantía

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

No acepte imitaciones



PROGRESIVO MAXVISION

ANTI(BLU-RAY)[®]
ASPHERIC

SETO

CE FDA



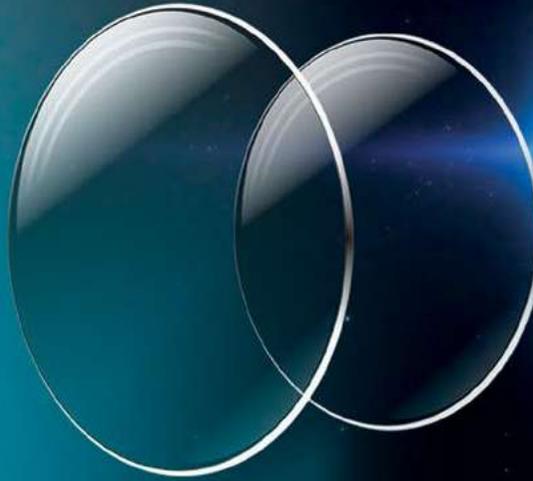
 SETO Mexico

 Setomexico

 Setomexico

ANTI(BLU-RAY)
ASPHERIC

ISO9001:2008  



seto®

ANTI BLU-RAY ASPHERIC ¡EL ORIGINAL!

¡GARANTIZA TU COMPRA, EXIGE TU CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD!

Ciudad de México

AOHSSA
ISABEL LA CATÓLICA #28, LOCAL 4, COL. CENTRO, TEL. (55)5512 2861
BOSSINIS
BOLIVAR #24, LOCAL G, COL. CENTRO, TEL. (55)5512 6550
DISTRIBUIDORA ORTIZ
MOTOLINIA #27, DESP. 101 Y 102, COL. CENTRO, TEL. (55)5521 3933
OPTICENTER LEÓN
REPÚBLICA DE CHILE #4 MEZZANINE P.B. Y 2DO. PISO,
COL. CENTRO, TEL. (55)5512 6635
DISTRIBUIDORA BK
TACUBA 46, LOC. NI-10, COL. CENTRO, TEL. (55)5510 4579
DISTRIBUIDORA PERALTA
MADERO #32 PISO 1 INT. 107, COL. CENTRO, TEL. (55)5510 2270
POSA
MADERO #28 DESP. 213, COL. CENTRO, TEL. (55)5518 1171
DISTRIBUIDORA SAN MARTÍN
MOTOLINIA #8 INT. 123 P1, COL. CENTRO, TEL. (55)5518 4254

REPÚBLICA MEXICANA

ROSA LENTES S.A. DE C.V.
ZUA ZUA #525 NORTE, COL. CENTRO, MONTERREY N.L.,
TEL. (81)8375 1314
SUCURSALES
DORSA
MATAMOROS 215 OTE., COL. CENTRO, MONTERREY N.L.,
C.P. 64000, TEL. (81)8340 4595

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

VEAL DISTRIBUIDORES

CALLE 3 SUR #107 INT. 103, EDIFICIO GALERIAS FAMA,
COL. CENTRO, PUEBLA, PUE., C.P. 72000, TEL. (222)242 8192
DOSE DISTRIBUIDORA ÓPTICA SERRANO
MADERO #474, COL. CENTRO, GUADALAJARA, JAL., TEL. (33)3613 1789
DOSE CULIACÁN
RUPERTO L. PALIZA #104 NOTE, COL. CENTRO, CULIACÁN, SIN.,
C.P. 80000, TEL. (667)752 2537 Y (667)713 4958

SUCURSALES

DOSE MAZATLÁN
JOSÉ MARÍA MORELOS #901, COL. CENTRO, MAZATLÁN, SIN.,
C.P. 82000, TEL. (669)910 0953
DOSE LA PAZ
AQUILES SERDÁN #830, COL. CENTRO, LA PAZ B.C.S.,
C.P. 23000 TEL. (612)123 4161 Y (612)688 1275

OPTIMAX

AV. LERDO #101, ZONA CENTRO, CD. JUAREZ, CHIH.,
C.P. 32000, TEL. (656)612 22 22

DISTRIBUIDORA EUROVISIÓN

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

PROVEDOPTIC

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

DM HEALTH VISION

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

DISTRIBUIDORA Y LABORATORIO ACUARIO

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

SERVICIOS ÓPTICOS ESPECIALIZADOS, ACAPULCO

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

SUCURSAL

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

DISTRIBUIDORA GALLEGOPTIC

SM24 M34 L83 LOC. 4 SUPERMANZANA 24, CANCÚN, Q.R.,
C.P. 77509 TEL. (998)157 0055

PERFILES ÓPTICOS

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

GRUPO ÓPTICO ROJAS

CALLE JUAN ALDAMA SUR #214, COL. CENTRO,
TOLUCA EDO. DE MÉXICO, TEL. (722)380 6264
REAL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN ÓPTICO
XICOTENCATL NO. 1503-B, C.P. 90300,
APIZACO, TLAX., TEL. (241)1955 242
OPTICAL SUPPLIES CANCÚN
CERRADA HUNAB KU, SM 26, MZ 4, LT 1 CANCÚN, Q.R.,
PERFECT VISION
CALLE LUIS PASTEUR, PLAZA PASTEUR, LOCAL #17, Z. CENTRO,
QUERETARO, QRO., C.P. 76040 TEL. (442)214 4155
PERFECT VISION LEÓN
CALLE JUSTO SIERRA #105-A, PASAJE FUNDADORES, LOCAL 23,
LEÓN, GTO., C.P. 37000 TEL. (477)101 2102 Y CEL. (477)224 9914
PERFECT VISION CELAYA
AV. LUIS CORTAZAR #131, COL. CENTRO,
CELAYA, GTO., C.P. 38000 TEL. (477)101 2102

DISTRIBUIDORA DE ÓPTICAS VISIÓN ÚNICA

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

SUCURSAL

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

LABORATORIO ESPAÑA

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

GRUPO ÓPTICO GÓMEZ

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

DISTRIBUIDORA SICA

C. JAIME NUÑO #304 A PRIMER PISO, COL. PERIODISTAS,
PACHUCA, HGO., C.P. 42060, TEL. (77)1714 6295

INTEGRACIÓN DE SERVICIOS

C. ILDEFONSO FUENTES #527 SUR, COL. CENTRO,
C.P. 27000, TORREÓN, COAH., TEL. (87)1712 1908

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

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

visionyoptica.com Asesor

¿Por qué debo conocer a mis clientes?

Los clientes son el pilar de cualquier negocio y, en el medio óptico en donde se involucra un aspecto fundamental para la calidad de vida como es la salud visual, definitivamente, el conocer al cliente se convierte en un factor imprescindible para el buen funcionamiento ya sea de su óptica o consultorio; sin embargo, muchas veces no conocemos realmente a quiénes nos visitan y creemos que con conocer su nombre y datos personales es más que suficiente lo que es errado. Entonces ¿Por qué debo conocer a mis clientes? Aquí les damos varias razones:

- Al conocer su estilo de vida, necesidades y expectativas podemos determinar qué productos se adecúan, lo que llevará a que el cliente se sienta satisfecho.
- Usted podrá tomar decisiones de compra más acertadas por lo que su inventario estará más ajustado a la realidad.
- Genera fidelidad y vínculos sólidos a largo plazo con sus clientes ya que puede cumplir e incluso superar sus expectativas.
- Le permite mejorar su comunicación ya que usted puede conocer qué tipo de lenguaje y qué medios puede utilizar para comunicarse con ellos de la mejor manera.



**¿Desea saber cómo conocer a sus clientes?
Asista al curso virtual “Diferénciate y
vende más” el 25 y 26 de agosto.**

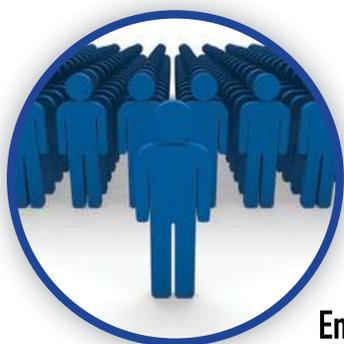
**Ingrese a la página: www.asesorvyo.com y
conozca todos los detalles de este evento.**

Aprenda cómo hacerlo en



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!

¿DESEA CONOCER MÁS A SUS CLIENTES? ASISTA AL CURSO VIRTUAL

PATROCINADORES ORO



PATROCINADORES PLATA





**Dos días con horarios divididos en dos jornadas de capacitación:
8:00am a 1.00pm y 5:00pm a 8:45pm.**

CUATRO MÓDULOS:

- **MARKETING PARA ÓPTICAS**
- **OPTOMETRÍA DIFERENCIADA**
- **CONOZCA MÁS A SUS CLIENTES**
- **LABORATORIOS**

CONFERENCISTAS DE ALTO NIVEL CON TEMAS DE VANGUARDIA

- **Situación del mercado óptico actual ¿Hacia dónde vamos?**
Marc Ferrara. (USA) presidente servicios de información Jobson Medical.
- **Punto de venta digital como herramienta para su óptica** Bill Gerber CEO Content Link (USA)
- **Cómo crear una especialidad de miopía en su consulta.** Javier Prada. (Costa Rica)
- **El examen especializado en baja visión.** Ninoska Contreras (Venezuela)
- **Laboratorios.** Gustavo Dallosto (Argentina)
- **Lentes especiales y ortoqueratología: de la teoría a la práctica** (Sergio Mario García) Colombia
- **Cómo elaborar campañas digitales para su óptica?** Carlos Meira (Argentina)
- **Tendencias del consumidor actual.** Marsh Axelrad Editor jefe 2020 (USA)

**Talleres y materiales de apoyo adicionales para el mejoramiento
de su práctica o negocio.**

**Todo esto y mucho más podrá encontrarlo en el evento virtual
“Diferénciate y vende más: Herramientas prácticas”
Que se llevará a cabo los días 25 y 26 de agosto.**

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

Prótesis oculares

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



Estimados colegas, en esta edición compartiremos el tema de prótesis oculares. Mi primer contacto con esta temática fue en el Centro Interdisciplinario de Ciencias de la Salud del Instituto Politécnico Nacional (IPN), al desenvolverme como docente y al designarme a impartir esta unidad de aprendizaje entré en *shock*, pues en mi época de estudio profesional no existía esta materia.

No sabía cómo se fabricaban las prótesis y este reto me hizo actualizarme y tomar un curso presencial con un notable y dedicado optometrista mexicano. Él me mostró, paso a paso, su delicada elaboración y fue muy sorprendente su experiencia y dominio no solo para su fabricación sino en su adaptación, pues generalmente este tipo de pacientes son atendidos por odontólogos maxilofaciales.

Esto me hizo reflexionar en que las universidades deberían ser proactivas en actualizar sus programas de estudio en este tema e incluir, no solo la elaboración de estos dispositivos médicos sino también su adaptación con pacientes reales. No soy una experta, pero he iniciado a caminar en esta disciplina.

Recordemos que la presencia de una cavidad anoftálmica puede tener un origen genético por una deficiencia del desarrollo embrionario durante la segunda semana de gestación, ligada a una transmisión autosómica dominante o recesiva relacionada con el cromosoma X.; lo cual conduce a una ausencia de estructuras derivadas del neuroectodermo, lo que limita la formación de la órbita.

Así mismo, la pérdida ocular puede presentarse por una mala praxis y/ o un trauma posterior a un accidente punzo cortante, cohete o impacto directo al ojo.

En esta edición, tenemos la participación del Lic. en optometría José Alonso Fragoso

Hernández, un maestro en la elaboración y adaptación de prótesis oculares, quien por iniciativa propia profundizó en la forma de obtener mejores resultados en ciertos procesos de su manufactura.

Agradezco infinitamente al Lic. Fragoso por su disposición a formar parte de nuestro selecto grupo de colaboradores que enriquece con su conocimiento a nuestra revista.

Les invito a leer su artículo: “Extrusión de implantes porosos y prótesis ocular”, texto que los guiará a entender y conocer las condiciones de la cavidad orbitaria una vez que ha sido eviscerada o enucleada y conocerán cómo adaptar a un paciente que necesita utilizar una prótesis.

No olviden que este tipo de pacientes nos necesitan y representan otra oportunidad para expandir nuestra experiencia profesional y nuestro mercado, en este tiempo en el que la diferenciación marca el liderazgo y el crecimiento de nuestro consultorio u óptica y beneficia absolutamente nuestra profesión.

Adiós a dos grandes de la optometría mexicana

Los colaboradores que integramos a la sección editorial de la Revista 20/20 México nos unimos a las sensibles pérdidas del Dr. Lucio Alemán Rodríguez, el Dr. Julio Torres Fuentes y Dr. José Luis Chessal Rivero, todos licenciados en optometría egresados del IPN. Cada uno compartió su trato amable, sonrisas, buenos momentos, así como su disposición a enseñar y enriquecer nuestra experiencia profesional. Ellos influenciaron a un buen número de generaciones y enriquecieron nuestro gremio ¡Sin duda alguna su recuerdo y enseñanzas continuarán iluminándonos! **2020**

Extrusión de implantes porosos y prótesis ocular



Por Lic. Opt. José Alonso Frago Hernández

Uno de los eventos que sucede en la mayoría de los pacientes que son sometidos a procedimientos quirúrgicos después de un evento de evisceración o enucleación es la colocación de implantes orbitarios dentro de la bolsa anoftálmica, existiendo una gran variedad de ellos en materiales, formas y tamaños. Siendo así los implantes una base fundamental dentro del proceso de rehabilitación cuando se habla de pérdida ocular (1).

Sus principales funciones son sustituir la ausencia de volumen al presentarse la pérdida del globo ocular, facilitar la transmisión de movimiento de los músculos extraoculares, la formación del surco superior, estimular el crecimiento orbitario, así como mantenerse siempre dentro de la bolsa anoftálmica (1) (2).

Uno de los implantes que más fama ha creado son los implantes porosos, dentro de estos tenemos los de hidroxapatita (HA), polietileno poroso (PEP) y alúmina porosa de óxido de aluminio (biocerámica)(1) (3), que son de tipo integrado ya que permiten el crecimiento fibrovascular dentro del seno del implante por tener sus poros interconectados, además de permitir la unión de los músculos extraoculares lo que facilita su estabilidad dentro de la bolsa anoftálmica, integrándose con el

tiempo como parte de la cavidad (2), esta formación de vasos sanguíneos se puede comprobar con un gammagrama óseo para la hidroxiapatita y una resonancia magnética en el caso del polietileno (2) (3), estos dos estudios son útiles en los casos donde el paciente será sometido a una segunda intervención quirúrgica con el fin de colocar un vástago alojado en la cara anterior del implante el cual tendrá la función de transmitirle un mayor movimiento a la prótesis ocular (2).

Este tipo de implantes suelen ser recubiertos con diferentes materiales como esclera autóloga, esclera de donador, duramadre de donador, fascia lata de donador o autóloga, malla de poliglactina (vicryl), malla de fibra de poliéster, entre otros (3), para evitar con el paso del tiempo una exposición del implante, ya que al ser porosos pueden erosionar la cápsula de Tenon y la conjuntiva provocando así una extrusión.

Se pueden presentar diversos casos donde no se logra mantener el implante dentro de la bolsa anoftálmica, encontrándose en la práctica diaria pacientes con ciertos grados de exposición, por ejemplo, desde encontrarse con zonas donde se vea el implante a través de una conjuntiva traslúcida, hasta pequeñas aperturas que pueden ir desde los 2mm, además de no encontrarse de forma aislada sino varias aperturas a la vez en diferentes zonas.

Generalmente antes de la cirugía se consideran varios factores para reducir al máximo las extrusiones. Es importante saber que un implante pequeño ori-

ginará un déficit de volumen, deformidad del surco superior y un escaso movimiento de la prótesis, en implantes demasiado grandes. Las prótesis colocadas sobre ellos no serán confortables, además de que el tamaño (grande) favorecerá la exposición, provocando un mal cierre de la herida.

La tasa de exposiciones ha llevado al cirujano a buscar soluciones para las extrusiones, por ejemplo, durante la cirugía se conserva el mayor grosor de la cápsula de Tenon y de conjuntiva que recubran la cara anterior del implante que antes ya ha sido recubierto por esclera donante, fascia lata o algún recubrimiento de los antes mencionados. También en el caso de las evisceraciones al momento de practicar la queratectomía, se debe evitar el secuestro de las células epiteliales ya que estas podrían impedir un cierre conjuntival adecuado y provocar una extrusión. Otro aspecto a considerar es colocar en la parte más profunda de la cavidad el implante sobre todo si no está recubierto por ningún material, por ejemplo fascia lata, esclera donante etc. o lo está, pero con un material sintético como puede ser el Vicryl, entre más sintético sea el material de recubrimiento más profundo se debe colocar el implante.

Se deben de evitar suturas no reabsorbibles pues con el tiempo pueden erosionar las capas superficiales y exponer el implante (Figura 1-2), así que es preferible cerrar con suturas absorbibles. En el momento de suturar, se debe evitar a nivel de la cápsula de Tenon las dehiscencias pues puede provocarse la extrusión, mientras que una conjuntiva con mal cierre no causa problemas en la mayoría de los casos.



Figura 1, punto de sutura bajo la conjuntiva.

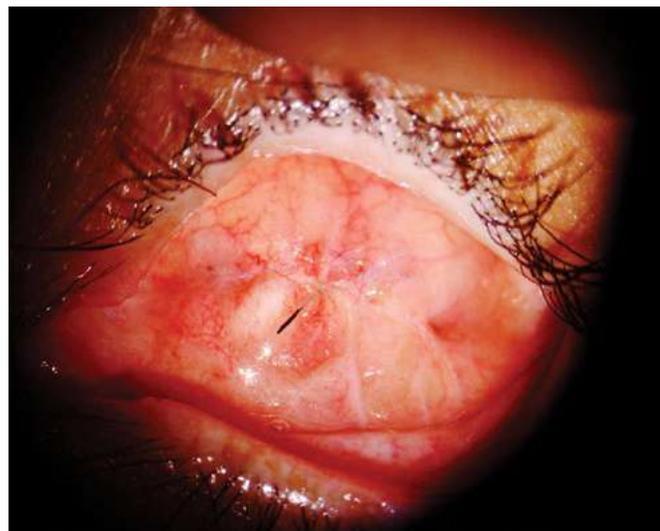


Figura 2, punto de sutura expuesto.

LENTE DE CONTACTO



EN CADA
MIRADA
ESTÁ TU
SONRISA

#SoloPorqueYoQuiero



DESCARGA LA APP



  @LentesLunareLa

BAUSCH + LOMB

REG. 1475C2016 SSA. CONSULTE A SU ESPECIALISTA DE LA SALUD VISUAL.
LEE LAS INSTRUCCIONES DE USO. NO. DE AUTORIZACIÓN: 213300201B0296.

Al igual que cuando se consideran escleras de donantes desecadas en alcohol etílico durante varias semanas algunos cirujanos prefieren evitarlas por una posible transmisión de virus y se prefiere el uso de material autólogo como por ejemplo la fascia lata.

El tamaño del implante también es importante como ya se había mencionado, ya que se han observado menos complicaciones con diámetros de 16 a 18 mm y una mayor predisposición a la extrusión con implantes de 20 a 22 mm.

A pesar de tener todos los puntos en cuenta antes mencionados, no se está exento de una extrusión, algunas de estas pueden ser por una mala práctica quirúrgica presentándose la extrusión de forma más temprana durante las primeras semanas o tardía desarrollándose hasta el año, algunas de las causas postquirúrgicas pueden ser: algún traumatismo, radioterapia, medicación (antimetabolitos, ciclosporina) o que la prótesis ocular adaptada este generando demasiada tensión.

Estas exposiciones pueden empezar con aperturas de unos cuantos milímetros ya que muchas de ellas se suelen resolver de manera espontánea con antibióticos en unguento y oclusión, siempre y cuando la apertura no exceda los 5mm y, en ocasiones, se puede hacer una sutura sobre el implante si tiene pocos días de exposición, si la exposición es mayor a 10mm, es conveniente extraer el implante y hacer una segunda intervención después de algunas semanas (Figura 3). Otro punto de vista es que algunos cirujanos prefieren no esperar a que se resuelva de forma espontánea, ya que si se interviene de forma precoz se reduce la pérdida de conjuntiva y cápsula de Tenon, evitando así la infección que generalmente va asociada a la apertura y se evita también la proliferación del epitelio sobre la superficie del material, se intenta evitar el cierre directo de la dehiscencia y se evitan los injertos mucosos colocados sobre el material no vascularizado ya que el implante no se integrará.



Figura 3, implante expuesto, con meses de evolución.

La vascularización dentro del seno del implante se observa de forma periférica al mes y las áreas de osificación dentro de los 5 a 12 meses en la hidroxiapatita, en el polietileno la fibrovascularización se presenta a las 4 semanas, y en el caso de los implantes de biocerámica puede ir de los 15 a 90 días, aunque la resonancia magnética muestra vascularización completa del implante a las 4 semanas después de su colocación (1).

En la actualidad, a muchos pacientes usuarios de prótesis ya les han sido colocados este tipo de implantes porosos con la finalidad de tener un menor riesgo de exposición a largo plazo, ya que se pretende que se integre al cuerpo. La participación del ocularista en este tipo de implantes es fundamental para mantenerlo alojado y estable dentro de la bolsa anoftálmica mientras se forman vasos sanguíneos dentro de él, adaptando una buena prótesis ergonómica.

Las prótesis oculares, generalmente, en pacientes postquirúrgicos se adaptan entre el primero y segundo mes. La forma más adecuada de evitar una extrusión, por causa de una prótesis ocular, es fabricar la prótesis por toma de impresión interna ya que con esta técnica el ocularista podrá disminuir las zonas de tensión sobre la conjuntiva y la cápsula de Tenon, evitando adaptar una prótesis por caja de prueba que en un ocularista poco experimentado podría adaptarla demasiado grande pues el tejido conjuntival puede estirarse alojando la prótesis y provocar alguna apertura por zonas de tensión excesivas. Esto se debe evitar sobre todo durante las primeras cuatro semanas ya que el implante no se encuentra aún vascularizado y facilitará la exposición.

Los puntos de apoyo de una prótesis ocular adaptada por caja de prueba no siempre serán los mismos que los tomados por una toma de impresión interna de la cavidad, estas diferencias de soporte se vuelven de gran importancia ya que puede someterse a estrés de tensión en los tejidos, favoreciendo la extrusión (Figura 4-5).

También es importante el peso de la prótesis sobre los fondos de saco, si el implante poroso fue de un diámetro pequeño la pérdida de volumen deberá ser compensada con una prótesis más gruesa lo que por gravedad tenderá a estirar los fondos de saco. En estos casos lo conveniente será ahuecarla.

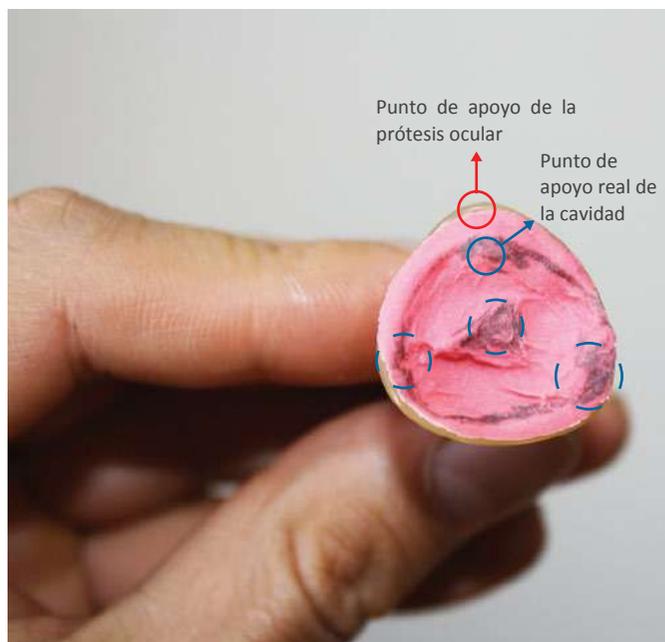


Figura 4, puntos de apoyo reales de la cavidad (círculos en azul).



Figura 5 Punto de apoyo real de la cavidad (círculo azul), contra punto de apoyo de prótesis ocular (círculo rojo).



Figura 6, extrusión total de implante poroso.

Las prótesis mal pulidas también pueden lacerar la conjuntiva, provocando así irritación del tejido y presentarse secreción, que con el tiempo nos puede llevar a infecciones recurrentes que se pueden hacer crónicas, y al no ser tratadas por el médico pueden favorecer una exposición tardía del implante, si el paciente lleva ya varias semanas o meses con exposición del implante sea una apertura pequeña o grande y la infección no es tratada se requerirá una disección completa del mismo (2) (figura 6). Habrá pacientes que ya hayan pasado por varias cirugías ya sea cambiando el implante o intentando recubrir el área expuesta sin lograr éxito en el cierre, en este tipo de casos está indicado el injerto dermograso que es tomado por una disección de la dermis de la fosa iliaca, o en el cuadrante supero externo del glúteo (4), esta pequeña porción de tejido esférico contiene más dermis que grasa, ya que la grasa tiende a cambiar de volumen con cambios de peso del paciente y la dermis minimiza la reabsorción de la grasa (4), supliéndose de esta forma el implante poroso y compensando el volumen restante con una prótesis ocular.

Es importante mencionar que la mayoría de los pacientes usuarios de prótesis tienen una mala orientación cuando evalúan su cavidad, desde observar los cambios de coloración o la presencia de alguna masa, o si hay o no secreción; así mismo no cuentan con la información de soluciones de limpieza, ni la importancia del uso de lubricantes, la irrigación de la cavidad, o el pulir la prótesis cada 6 meses (en el caso de los niños) o cada año. Al igual que no se da la importancia de orientar a los padres en el caso de los pacientes pediátricos.

Por lo tanto, todos los especialistas dedicados al área de la salud que tengan contacto con este tipo de pacientes tendrán la obligación de evaluarlos retirando su prótesis ocular y revisar la cavidad para hacer de su conocimiento al paciente si presenta algo que necesite atención inmediata o simplemente orientarlo con los cuidados para evitar en un futuro este tipo de problemas evadiéndose segundas cirugías, y desde el punto de vista psicológico, no pasar de nuevo por un proceso de pérdida.

El Lic. Opt. José Alonso Frago Hernández es licenciado en optometría egresado del Instituto Politécnico Nacional (IPN). Especialista en fabricación y adaptación de prótesis oculares con experiencia durante 14 años. 2020

Referencias:

Guillermo Salcedo Casillas, Pérdida Ocular, anoftalmos, microftalmos y enfermedades similares, estudio, cirugía, manejo médico y rehabilitación. Auroch health care. 2008. 41-55
Theodore Krupin, Allan E. Kolker, Lisa F. Rosenberg. Complicaciones en oftalmología quirúrgica. Mosby. 1999. 291-296

Joseph Walrath, MD, Focal Points. Implantes en cirugía plástica oftalmológica. Volumen XXXI. American Academy of Ophthalmology, 2013. 2-3

Romero Guerrero F, Abreu González R, Lamarca Mateu J, Martínez-Grau G. Injerto dermograso: técnica quirúrgica. Sociedad Canaria de Oftalmología. 1-7

SystaneTM
GOTAS OFTÁLMICAS
LUBRICANTES
COMPLETE

Ardor, sequedad, irritación ocular

**¡QUÉ EL
OJO SECO NO
TE DETENGA!**



para los síntomas
de sequedad ocular



DOS GOTAS AL DÍA PARA
#UnDíaImparable

¹ Guillon M. Sustained Symptom Relief Following A single Dose of PG/HPG-nanoemulsion in Patient with Dry Eye Disease. Ocular Technology Group-International. 2019.

² Rangarajan R, y Ketelson H. Evaluación preclínica de una nueva formulación de lágrimas artificiales a base de nanoemulsión de fosfolípidos de guar con hidroxipropilo en modelos de epitelio corneal. Revista de farmacología y terapéutica ocular. Volumen 35, Número 1, 2019.

Systane* Complete No. Registro 0344C2019 SSA MX-SYC-2100001 Permiso de Publicidad 213300201B1116 SSA Consulte a su oftalmólogo

Consideraciones psico-emocionales para el manejo del paciente con baja visión



Por L.O Donají López Cobilt, docente de la carrera de optometría UNAM ENES León

Es frecuente que a nuestra consulta lleguen pacientes con alguna limitación visual, ya sea por cuestiones adquiridas o congénitas, si bien las causas pueden ser diversas hay que ser muy hábiles en la identificación de los aspectos centrales de la vida del paciente, es decir ¿cómo vive?, ¿con quién vive? y ¿en qué momento de la vida adquirió la discapacidad? El tema de la discapacidad ha sido abordado desde diversos modelos que han dictado el modo de brindar atención a personas con esta condición.

A continuación, la evolución de los diferentes paradigmas.

Paradigma tradicional:

Es el más antiguo establecido por la sociedad en el cual se ve a la persona con discapacidad como anormal, y tiende a limitar su avance al considerarlo diferente al resto de la población.

Paradigma médico – biológico:

Este se enfoca en la limitación orgánica del sujeto y orienta toda su atención en la recuperación de dichas deficiencias cómo ver, caminar, escuchar, es decir, se les percibe como “enfermos” sin considerar el resto de los aspectos que engloban la discapacidad como las limitantes sociales.

Paradigma social:

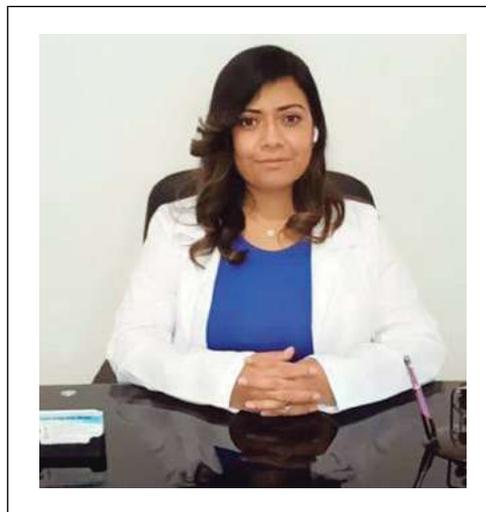
En este se concibe a la persona con discapacidad desde un enfoque biopsicosocial y de derechos humanos, lo que apunta a mirar más allá de la deficiencia y aspira a una participación real y efectiva de esta población en todas las esferas de la vida en la sociedad. Dentro de este paradigma, se defiende el derecho de las personas con discapacidad a establecer relaciones interpersonales y de convertirse en personas social y económicamente activas, es decir, es un modelo incluyente, este paradigma es el más reciente y socialmente aceptable.

Si bien la optometría es una disciplina del área de la salud no debemos olvidar el hecho de que nuestros pacientes son personas con diversas necesidades y tenemos el deber de trabajar multidisciplinariamente en caso de que así se requiera.

La pérdida o deterioro de la visión puede tener diversos orígenes, tanto congénitos como adquiridos, en ambos casos el impacto emocional tiende a ser representativo, aunque suele afectar de distinta forma al paciente o a los miembros de la familia. Tratándose de la discapacidad visual congénita el impacto psicoemocional se concentra en el cuidador del niño y en el resto de la familia, ya que las expectativas durante el embarazo suelen ser altas y son pocas las personas que conciben la discapacidad como una posibilidad y no imaginan tener un bebé con limitaciones físicas, ya sea por una enfermedad o alguna complicación durante el desarrollo gestacional. El desarrollo gestacional o el mismo nacimiento suele generar incertidumbre y hasta cierto punto decepción.

En caso de que el *cuidador** no reciba la atención psicológica debida para la asimilación del reto al que se enfrentará al llevar la responsabilidad de la crianza del niño será difícil que este sea orientado y le permita desarrollar habilidades para empoderar al pequeño, en casos graves la falta de atención y el desconocimiento de información llevará al niño a desarrollar secuelas del desarrollo producidas por la falta de estimulación y la privación visual, más aún si esta limitación está acompañada de enfermedades o son resultado de un cuadro sindrómico.

El licenciado en optometría tiene la gran ventaja de que al estar en el primer nivel de atención suele ser quien capta a este tipo de pacientes, en cuyo caso podemos contribuir a la orientación sobre el manejo que requiere un niño con discapacidad visual, ya sea trabajando en el monitoreo del desarrollo de la visión cuando el niño es de visión baja, mejorando el resto visual en caso de ser posible y evitando la pérdida total de la visión, referenciando a los diferentes especialistas que puedan contribuir a mejorar la calidad de vida del niño y también identificando los



L.O Donaji López Cobilt

signos de alarma que pudieran comprometer el bienestar del cuidador desde el punto de vista psicológico, porque es común observar la aparición del “síndrome del cuidador”, que se manifiesta en aquellas personas que sufren el desgaste de su salud en general, provocado por el cuidado constante y continuo del paciente.

La discapacidad visual no solo se interpone en la vida de quien la vive, sino que también genera consecuencias psicológicas graves para todos aquellos que le rodean y cuidan a la persona con discapacidad. De no detectar los signos de alarma difícilmente podremos referenciar al profesional de la salud mental, lo que comprometerá la atención del paciente como del cuidador.

**Este término se refiere a la persona que se hace cargo de las necesidades del niño en ocasiones es el padre o la madre, pero existen otros casos en el que en ausencia de estos quien se encarga de la crianza del menor es algún otro miembro de la familia.*

En el caso del paciente que adquiere la disfunción visual el manejo suele ser diferente al del paciente congénito, ya que tiene un sentido de pérdida porque tuvo un referente visual lo que desencadena las fases del duelo, proceso que tiende a ser variable y depende mucho de la personalidad de quien lo vive así como de algunos factores externos como la interacción con grupos de apoyo, el acompañamiento y algunos conceptos socio-culturales, dichos factores pueden atenuar o exponencial las consecuencias psico-emocionales de la pérdida.

El manejo optométrico también suele diferir ya que en el caso del paciente con discapacidad visual congénita se centra en la estimulación del resto visual, la vigilancia del desarrollo de la visión, la prevención de secuelas del

desarrollo a través de intervenciones tempranas y manejo multidisciplinario. En el caso del paciente con discapacidad visual adquirida el manejo optométrico se centra en la conservación y mejora del resto visual para permitirle al sujeto la inclusión social, misma que generará un impacto positivo en su calidad de vida. Sin embargo, de no ser detectados los signos de alarma de desequilibrio emocional o de no llevar un acompañamiento adecuado podría demorar el proceso de duelo y aceptación de su condición esto suele obstaculizar el proceso de rehabilitación del paciente o empeorar la salud mental, favoreciendo la aparición de trastornos, como la depresión que, en su forma más grave, puede conducir al suicidio.

Conclusiones:

Dentro de los múltiples papeles que desempeña el licenciado en optometría, al estar en el primer nivel de atención, existe uno fundamental que es el de fungir como educador de la salud, esto incluye la orientación dirigida al paciente y su círculo de convivencia para favorecer la transición de la aceptación de la discapacidad ya que esto permitirá la atención oportuna, el manejo adecuado de la disfunción visual y la rehabilitación del mismo, debemos estar sensibilizados y conscientes de las posibles implicaciones al no hacer estas intervenciones. Asimismo, tenemos la responsabilidad de hacer la referencia a las diferentes disciplinas que el paciente o el familiar requieran para evitar complicaciones por una falta de atención.

Son pocos los licenciados en optometría que cuentan con la formación para dar manejo profesional a casos en los que se requiera un profesional de la salud mental (tal vez porque cuentan con una segunda carrera) por lo que no podemos pretender encargarnos del manejo de la salud mental; sin embargo, si podemos aprender a detectar signos de alarma y referenciar adecuadamente, de omitir este paso podríamos comprometer la calidad de vida del paciente. **2020**

Bibliografía:

Proyecto de acción mundial de la OMS sobre discapacidad 2014-2021: Mejor salud para todas las personas con discapacidad

Casado, Vicente. "Aceptar la pérdida. El proceso de duelo y sus fases." Editorial Paidós, Argentina. 2001.

Manual de baja visión y rehabilitación visual, editorial panamericana, Coco Herrera, 37-45

Herrera, Gerardo. "Duelo." Centro Amaltea de Información Psicológica.

OMS. "Clasificación Internacional de las Enfermedades." Trastornos mentales y del comportamiento. 10 revisión. Editorial. Meditor, Madrid. 1992.

LR Revolución QUANTUM

La lente que se adapta a la luz solar
incluso al interior del automóvil



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

*Es 30 % más veloz en oscurecer que sus antecesores e invierte 40% menos
de 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

 **ESR**
EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE

Essilor México inauguró un centro de excelencia



El 14 de mayo, Essilor abrió un centro de excelencia en Ciudad de México.

La presbicia es un padecimiento común, que inicia alrededor de los 40 años y que se estima afecta aproximadamente al 20% de los mexicanos que necesitan corrección visual. Las lentes progresivas son la mejor opción para corregir este padecimiento y gracias a la tecnología e innovación desarrollada por Essilor, contamos con las mejores marcas, para todos los perfiles, que brindan una mejor visión a todas las distancias y a su vez proporcionan una mejor calidad de vida para los pacientes.

¿Por qué un centro de excelencia Essilor?

A pesar de que las lentes progresivas son la mejor solución para corregir la presbicia, la penetración de esta categoría en México es muy baja (apenas del 10% comparado con un 20% para lentes bifocales) y una de las razones principales es porque los pacientes no logran adaptarse a esta solución y después de una mala experiencia usándolos, regresan a lentes más básicos como bifocales o de lectura. Estos problemas de adaptación se deben a dos razones principales:

Errores en la toma de medidas por parte del especialista en salud visual.

Falta de conocimiento por parte del paciente sobre cómo usar progresivos.

En Essilor sabemos la complejidad que representa recetar lentes progresivas, pero queremos que los especialistas se sientan confiados y cómodos haciéndolo, por lo que, además de un completo programa de capacitación, este Centro de Excelencia funcionará como una extensión de sus ópticas para recibir a los pacientes que no se hayan adaptado aún a estos y asegurarnos, a través de nuestros expertos Essilor y los mejores instrumentos, que la graduación y medidas en sus lentes sean las correctas. De notar alguna diferen-





cia con lo recetado, se repondrán los lentes, sin costo para el paciente o el especialista y, además, se dará retroalimentación y seguimiento puntual a la óptica para mejorar áreas de oportunidad. Si las medidas y graduación son correctas, entonces en el Centro de Excelencia se darán recomendaciones para adaptarse a las lentes progresivas y además se mostrarán nuestros más recientes lanzamientos e innovaciones para que el paciente pueda regresar a su óptica y adquirirlas en su próxima compra.

Nuestro mensaje para el Especialista es “No te preocupes, te cubrimos”, motivándolos a seguir recomendando progresivos sin temor a tener alguna equivocación en la toma de medidas y, al mismo tiempo, retener a todos los pacientes que se animaron a probar esta solución para que se vuelvan usuarios vitalicios de progresivos y promover que los recomienden con sus familiares y amigos para seguir mejorando la vida de las personas a través de su visión. **2020**





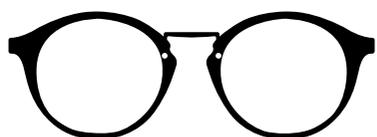
40% de Desc.

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.

Gracias a dos íconos de la optometría mexicana

En los últimos meses, la optometría latinoamericana ha perdido a grandes líderes que, sin duda, dejarán un gran vacío en sus familias, amigos, compañeros e instituciones en las que demostraron su gran pasión y amor por la optometría dejando una huella imborrable.

En esta ocasión, queremos rendirle un homenaje a los optometristas Julio Torres y José Luis Chessal Rivero, publicando algunos apartes de una de las muchas emotivas entrevistas que nos concedieron.

Julio Torres un maestro ejemplar



"El secreto del éxito es la constancia en el propósito".

Benjamin Disraeli

El 13 de diciembre de 1959, en la Ciudad de México, nació el doctor Julio Torres, uno de los impulsores más importantes de la optometría del país. Optometrista egresado del Instituto Politécnico Nacional (IPN), contó con una maestría en Metodología de la Ciencia y fue miembro de la Academia Americana de Optometría, misma que lo acreditó con el status de *Fellow*, reconocimiento académico que lo certificó como uno de los mejores optometristas.

Su deseo inicial era estudiar medicina, porque su padre era médico, pero después de un año en esa carrera descubrió que no era su vocación por lo que decidió estudiar optometría.

En séptimo semestre decidió dejar de estudiar y comenzar a trabajar en la compañía Especialistas Ópticos y también con un amigo de generación, reparando equipos ópticos. Con su carrera trunca sentía que no podía re-

solver todos los problemas de los pacientes y no estaba a gusto; así que, tiempo después, cuando ya estaba casado y tenía a su hijo, concluyó la licenciatura.

Antes de terminar la carrera empezó a laborar en el área administrativa del Politécnico; y una vez egresado trabajó en Corning, empresa que distribuía los cristales fotogrey. Sin embargo, decidió dedicarse a la docencia por lo que se convirtió en profesor del IPN.

Gracias a su espíritu de superación, el doctor Torres viajó a Australia y estudió en el Centro CCLRU, del Brien Holden Vision Research Institute, donde hizo investigaciones de evaluación de filtros para fotografía clí-

nica del segmento anterior, se capacitó en lentes de contacto y se preparó en un programa para docentes, para aprender a evaluar a los alumnos y mejorar las clases.

En el año 2000 fue nombrado jefe del Área Básica del Departamento de Optometría, del IPN. Durante su administración, coordinó que la carrera saliera de la Escuela de Medicina y se mudara al Centro Interdisciplinario de Ciencias de la Salud, unidad Santo Tomás, lo que generó que la licenciatura se independizara. Durante un año y medio fue asignado subdirector y del 2002 al 2009 fue director.

Su impecable trayectoria permitió que fuera uno de los fundadores del Instituto de Educación Continua en Optometría (IECOPT).

José Luis Chessal Rivero, ícono de la optometría mexicana

Después de haber realizado su servicio social en el sur del Estado de Mérida, Yucatán y haber finalizado, en 1975, la licenciatura en Optometría en la Escuela Superior de Medicina del Instituto Politécnico Nacional (IPN), el licenciado Chessal decidió iniciar su práctica en el Estado de Mérida, bajo el mando del Sr. Rutinof Espadas, de “Óptica Espadas”, lugar que no contaba con las técnicas de evaluación que había aprendido en su etapa de estudiante, por lo que le solicitó al Sr. Espadas que lo dotara de equipo especializado para mejorar la atención a los pacientes, con esto logró que la óptica se convirtiera en una de las mejores de la región.

A mediados de los años 80 inauguró “Óptica Chessal Centro de Rehabilitación Visual”, lugar donde desempeñó su práctica privada. Así mismo, para apoyar a las personas de escasos recursos, participó en programas extramuros, en municipio y comisarias del interior del Estado, para ofrecer atención visual.



Junto al Consejo Mexicano de Optometría Funcional participó como evaluador en la jornada “Atletas Saludables” de “Olimpiadas Especiales” dentro del programa “Abriendo Ojos”, trabajando de la mano con el Dr. Robert Sanet, a través del cual recibió las enseñanzas acerca de la Optometría Funcional, especialidad que le abrió nuevas expectativas para atender a sus pacientes.

Después de 42 años de trabajo, “Chesal Ópticas Consultorio” cuenta con cuatro gabinetes especializados y un centro de terapia, además de un equipo de especialistas altamente capacitados, los cuales ofrecen servicio en las especialidades de: Optometría Funcional, Terapia Visual, Baja Visión, Prótesis Oculares, Contactología Avanzada, Visión Deportiva y Atención a pacientes con déficit intelectual y necesidades especiales. Cabe mencionar, que son pioneros en el sistema de Tamizaje Visual Pediátrico, desde el primer mes de nacido.

En el año 2012, el Consejo Mexicano de Optometría Funcional le otorgó el premio “Skefington”. Dentro de su carrera se destacó por haber sido profesor en el IPN; por impulsar la primera licenciatura en Optometría en el Estado de Yucatán, con el apoyo del Centro de Estudios Interdisciplinarios (CEDEI), siendo profesor de la misma. Fue miembro fundador del Colegio de Optometristas del Estado de Yucatán; presidente de la Asociación de Ópticos y Optometristas del Sureste; presidente fundador de la Asociación de Optometristas Egresados del IPN A.C. Mérida Yucatán; miembro fundador del Grupo Snell de Investigación en Optometría; miembro del Consejo Nacional de Atletas Sanos; ex presidente y miembro del Consejo Mexicano de Optometría Funcional e impulso de los seminarios para los licenciados en Optometría del Estado de Yucatán, en la ediciones del 2006. **2020**

También queremos conmemorar a todos los profesionales de la salud visual que han fallecido en estos últimos meses.

Dr. Lucio Alemán Rodríguez
 Lic. en Opt. Arturo Guillermo Salcedo
 Lic. en Opt. César Garduño
 Lic. en Opt. Guillermo Zacarías Nava
 Lic. en Opt. Ignacio Marcos González
 Lic. en Opt. Jaime Rito Ramírez
 Lic. en Opt. José de Jesús Velázquez Osuna
 Lic. en Opt. Juan Daniel Vázquez Talavera

Lic. en Opt. Juan Poblete
 Lic. en Opt. Luis Carlos Loya
 Lic. en Opt. Oscar Aguirre
 Lic. en Opt. Osvaldo Alberto Meraz Cruz
 Lic. en Opt. Pablo Jasso Olivia
 Lic. en Opt. Rogelio Arriaga Martínez
 Lic. en Opt. Xacaranda Jazmín Sánchez Ortiz

La muerte es una vida vivida. La vida es una muerte que viene. (José Luis Borges).

ELI
eZer

DONDE MÁS ES MENOS

TECNOLOGÍA + CALIDAD = BAJOS COSTOS

AUTO REFRACTOR WAVEFRONT
ERK-9100



EMERALD-1

 *Made in Japan*



SILLA
ERU-2600



EMERALD-8

 *Made in Japan*



PROYECTOR
ECP-9000 LED



LENSÓMETRO DIGITAL
ELM-9200



OFTALMOSCOPIO
EZ-OPH-2600



PANTALLA DE AGUDEZA VISUAL
EDC-2600



REFRACTOR DIGITAL
EDR-900



Sigue Nuestras Redes Sociales



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



¿Cómo vender monturas de lujo?

En esta oportunidad, les compartimos un tema muy especial a la hora de ofrecer monturas de lujo. ¿Cómo las debo vender? ¿En qué parte de la vitrina deben estar? ¿Cómo debo cautivar al cliente para que las compre? ¿Cuáles son los errores más comunes?

Estos y otros interrogantes son los que día a día nos acompañan a la hora de vender productos, en especial este, que les compartimos hoy.

Vamos a compartirles tres *tips* que harán de su venta, una oportunidad para crecer, conocer y adaptarse al mercado que cada día va aumentando.



1

Comprenda que no está vendiendo cualquier objeto

¡Cuidado! Tenga muy presente que está vendiendo unas monturas de lujo, esto no es cualquier objeto o cualquier accesorio.

Cuando el cliente llegue y usted le ofrece este tipo de monturas, hágalo enamorar y transmítale una conexión especial, ya estas monturas, tienen un precio distinto a las demás.

Resalte las características especiales de la montura, los detalles que más le gusta, pero maneje bien el tema a la hora de ofrecerlas.

2

¡No las ponga al lado de otro tipo de gafas!

Error grave combinar las monturas de lujo con otro tipo de gafas, ya que, si usted hace eso, simplemente ofrecerá productos por precio.

Genere en el cliente una experiencia divertida y amena, transmita las ganas para que compren estas monturas. Un *tip* muy especial: no olvide que las monturas de lujo deben ir muy aparte de los demás productos, cree en su vitrina un espacio muy especial.

3

Ponga su propio estilo de vida contando cómo es la marca

Con el lujo, está vendiendo un *Lifestyle*, no está vendiendo un objeto cualquiera. Este tercer punto va muy ligado a los dos anteriores.

Debe tener claro que estas monturas son especiales, usted puede crear un libreto especial a la hora de ofrecer estas monturas, y un consejo final, no deje los demás productos o accesorios a un lado, para vender, hay que saber a qué le debo apostar y qué es lo que quiero, pero sin abandonar los demás productos que muy seguramente, los clientes deben estar detrás de ellos. **20/20**

A/X ARMANI EXCHANGE, modelos urbanos

Por Luxottica

Esta línea, concebida para la nueva generación de amantes de la marca, combina el estilo urbano y tecnológico con colores translúcidos, modelos fosforescentes que no pasan desapercibidos y tonos llamativos plasmados en formas dinámicas y líneas angulosas de metal en tonos mate.

AX 4110S.

Con sus colores fluorescentes y su perfil urbano estilizado, esta atrevida propuesta ligera y resistente, de estilo deportivo y desenfadado, conquistará a las nuevas generaciones.



AX 2036S.

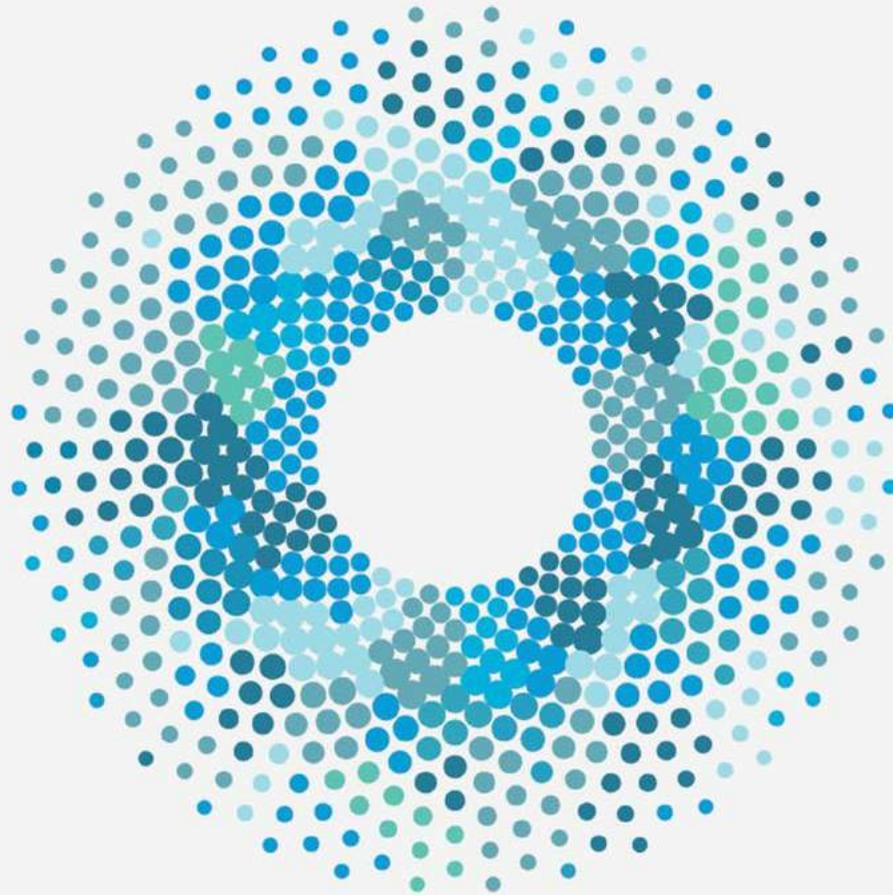
Las nuevas varillas con líneas que contrastan y el colorido logo de A|X en los tonos de moda hacen que esta montura metálica cuente con un estilo cosmopolita, divertido e irresistible.



AX 3077.

Armazón, para caballero, que se distingue por ser extra-grande y combinar el color humo oscuro translúcido con un laminado inferior en el frente de color cristal, negro y gris. Brinda comodidad absoluta gracias a sus varillas con sistema *flex*.





LEONARDO

science for a new vision

**Sé parte de nuestra comunidad de
aprendizaje online**

leonardo.essilorluxottica.com

HIPPO, comodidad y tecnología para los niños

Por Lucy's Optical

La marca mexicana presenta una nueva colección que brinda lentes con filtro anti blue light para proteger la visión de los más pequeños. Los modelos son elaborados de materiales resistentes que brindan comodidad total y protegen la visión de los pequeños, sobre todo, cuando están frente a una pantalla.

HIPPO 5370 C2.

Modelo de color azul traslucido que brinda un *look* en tendencia de la mano de un confort inigualable con sus terminales de cola de ratón ajustables a la medida del rostro y plaquetas de goma.



HIPPO 5373 C33.

Armazón, de forma cuadrada en color negro con acabado mate, que hará lucir increíble a cualquier niño. Su ajuste es ideal por sus materiales que ofrecen máxima ligereza.



HIPPO 9524 C257.

Modelo ultra flexible perfecto para aquellas niñas que les gusta ser todo terreno. Sus varillas son flexibles, vertical y horizontalmente, y se ajustan al rostro gracias a sus terminales y accesorio de cola de ratón.





Hippo 5359 C3



LUCY'S OPTICAL
E Y E W E A R



Hippo 5356 C2

¡LAS MEJORES MARCAS DE ARMAZONES PARA TU ÓPTICA!

Christian Lacroix
LUNETTES

EYEWEAR BY
Pepe Jeans
LONDON

STETSON
EYEWEAR

HACKETT
LONDON

KAREN MILLEN

Maxim Paris
eyewear

BUCCATI
eyewear

FILOS
CLASSIC EYEWEAR SINCE 1946

Vera Bradley

DUCCATI
Ducati Eyewear

ANNA SUI
EYEWEAR

TED BAKER
LONDON

SPINE

an original
Penguin
Eyewear

cacharel
PARIS

GLORIA VANDERBILT
eyewear

XOXO

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Polar1one
The polarized discovery

Dickies

Maxim Paris
PREMIUM

Sophia Loren
EYEWEAR

REVLON
Make up your eyes.

BUCCATI
Eyewear

FUROR
PRODUCTS

FUROR
Kids

Barbie
eyewear

MONSTER HIGH

Hippo



HIPPO 5314 BLUE



HIPPO 9524 C257



HIPPO 4001 BLACK



2 EN 1
Tecnología
CLIP ON

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

ventaslucys@grupooptico.com (55) 9172-0227 / (55) 9172-0228 / (55) 9172-0229

Aceptamos Tarjetas:



Lucy's Optical SA de CV

@lucysoptical

@lucysoptical

Lucy's Optical México

#Hashtag, moda sin límites

Por Yiwu Importaciones

Para esta temporada, #Hashtag presenta una colección alegre y atrevida fabricada en ricos acetatos y metal. Cada modelo refleja la perfección de un diseño sencillo y una discreta elegancia.

H33.

Este modelo redondo se caracteriza por su estilo sencillo pero sofisticado que se distingue por su perfil delgado y luminoso.



H3916.

Estas gafas se caracterizan por un diseño contemporáneo de líneas puras y por la combinación del negro con el dorado. Ideal para los que buscan un estilo clásico y sofisticado.



HA7859.

Modelo oftálmico que presenta un frontal de color lila y unas varillas del mismo tono decoradas con un interior metálico.



HG 1148/S.

Se encuentran disponibles en rojo mate con lentes grises, en negro mate con lentes espejo naranja/rojo y en mate azul con lentes espejo de color azul celeste.



HG 1149/S.

El modelo está en negro mate con lentes espejo naranja/rojo, en verde mate con lentes espejo verdes, en blanco mate con lentes espejo ultraplataeadas y en azul mate con lentes espejo de color azul celeste.



HG 1150/S.

El modelo se caracteriza por el color negro mate con lentes naranja/rojo, en blanco mate con lentes ultraplataeadas y en negro mate con lentes espejo de color azul celeste.



Huella ecológica con la nueva colección de Hugo Eyewear

Por Safilo

Hugo Eyewear presenta unas nuevas gafas de sol como parte de la colección cápsula CLEAN UP YOUR ACT, la primera colección de gafas de la marca fabricada con materiales más sostenibles como Nylon regenerado obtenido de redes de pesca y alfombras rescatadas de los océanos, con el objeto de reducir el impacto en el planeta, protegiéndolo, de esta manera, para las nuevas generaciones.

Longchamp Eyewear presenta la colección plant-based resin

Por Marchon

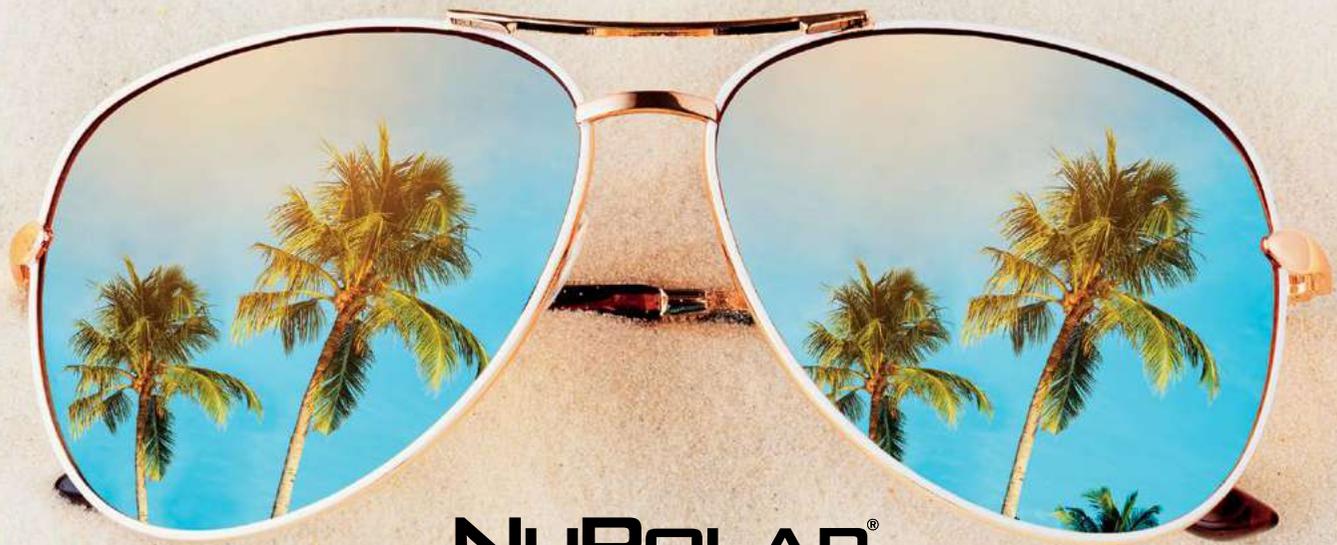
Longchamp Eyewear anuncia el lanzamiento de la nueva colección cápsula, que incluye dos gafas de sol y dos estilos oftálmicos fabricados con un 40% de resina vegetal. La resina a base de plantas está hecha de aceite de ricino, una alternativa más limpia a los plásticos estándar a base de petróleo.

Las gafas Longchamp se inspiran en el icónico bolso Voyageuse de la marca, aportando una interpretación moderna y sofisticada del patrón característico. Los modelos están diseñados con resina a base de plantas sin sacrificar la calidad y la sensación *premium*.



Los armazones cuentan con frentes de inspiración vintage diseñados en formas modernas y contemporáneas, mientras que el nuevo diseño de varilla LGP tiene un efecto tono sobre tono en el icónico monograma de la marca.





NUPOLAR®

lentes polarizados

NUEVAS OPCIONES ESPEJADAS

Pregúntele a su laboratorio sobre una solución rápida, los lentes **NuPolar® espejados**.



Espejo plata



Lentes polarizados formulados gris oscuro con espejo plateado

Espejo azul



Lentes polarizados formulados gris oscuro con espejo azul



Espejo dorado



Lentes polarizados formulados café con espejo dorado



NuPolar es una marca registrada por Younger Mfg. Co.

¿Es importante para mí óptica desarrollar un Plan de Marketing?

Por Margarita Londoño O.

Hoy quiero comenzar este artículo con dos frases de dos grandes empresarios:

“La Innovación es lo que distingue a los líderes de los seguidores”
(Steve Jobs).

“El marketing ya no se trata de las cosas que vendes sino de las historias que cuentas.”
(Seth Godin).

¿Y qué es innovar o contar una historia? Una estrategia de *marketing*. Hace mucho tiempo, usar gafas dejó de ser un sinónimo de deficiencia visual para convertirse en una tendencia que aumenta con la rapidez que evolucionan todas las corrientes de la moda; esta, es apenas una de las muchas razones por las que el mercado de las ópticas (así como cualquier empresa, por pequeña que sea) debe implementar estrategias y planes de marketing, herramientas que pueden ayudarle a generar un diferencial y destacarse frente a su competencia. Pero para que todos entendamos de que estamos hablando, lo primero es responder a la pregunta obvia: ¿Qué es un plan de *marketing*?

Básicamente es la creación de una estrategia compuesta por las acciones que vamos a llevar a cabo para alcanzar el éxito en nuestros propósitos basados en objetivos de ventas y de representación en el mercado, en un plazo determinado –usualmente se hace por un año–. Para ponerlo en palabras simples, es un mapa que nos da la ruta que vamos a seguir.

En este orden de ideas, lo primero que debemos tener claro (y si no lo tenemos, es el momento de definirlo) es quién es nuestro público objetivo, nuestro buyer persona, que esté alineado con nuestra propuesta de valor. Para definir el buyer persona, debemos conocer cuáles son los comportamientos más recurrentes en



estos compradores y qué agentes externos influyen en ellos (dónde viven, a qué se dedican, en que rango de edad se encuentran, cuáles son sus intereses y sueños, cuáles o quiénes son sus influenciadores, en fin, entre más detalle tengamos, más foco e impacto vamos a lograr).

Recordemos, que aunque hay otros elementos de suma importancia que debemos definir, tales como los objetivos para el período, la situación del mercado y de nuestra empresa en ese mercado, definición de un presupuesto de inversión y los medios que vamos

a utilizar (redes sociales, promociones, anuncios, publicidad, etc), los KPI's o maneras en que vamos a medir la efectividad de nuestro Plan de *Marketing*, al final lo más importante es el cliente, él es el centro de todo el proceso, tenemos que generar relaciones de largo plazo, fidelización, llamar su atención, ofrecerle un diferencial, agregar valor.

Par lograrlo, una de las herramientas más efectivas es poner en marcha la elaboración de los objetivos SMART -acrónimo que hace referencia a cada una de las características que debe tener una buena meta-

Specific (específico): Responde a la pregunta: ¿Qué queremos conseguir? Es decir, el objetivo específico.

Achievable (alcanzable): Responde a la pregunta: ¿Cómo? Debemos plantearnos acciones realizables, metas realistas, teniendo en cuenta que, si logramos alcanzarlas, cada vez vamos a apuntar más alto.

Timely (temporal): Responde a la pregunta: ¿Cuándo? El tiempo que se asigna a la ejecución del Plan de Marketing, que permita tener el impacto deseado en un tiempo razonable, y facilite realizar las mediciones de su efectividad para darle continuidad o generar cambios.

Mensurable (medible): Responde a la pregunta: ¿Cuánto? No es vano se volvió famosa aquella frase que dice que lo que no se puede medir no vale. Es importante que proporcione un valor numérico, los famosos KPI's.

Relevant (relevante): Responde a la pregunta: ¿Con qué? Obviamente tenemos que contar con los recursos económicos y humanos, así como definir en qué forma y medios vamos a usarlos de manera que nos crear una mejor conexión y experiencia para el cliente, mejorando los productos, servicios y atención.

Finalmente, pero no menos importante, nuestro Plan de *Marketing* de responder a las 4 P del *marketing*: producto, precio, distribución y comunicación.

Producto: lo que ofrezco y la necesidad que satisface porque la comunicación debe estar alineada a los valores de mi óptica (por ej. mejorar la visión de mis clientes con productos que respondan a las tendencias de la moda, para que se sienta atractivo).

Precio: el precio no solo gira en función de nuestros costos, sino de la calidad, los precios de nuestra competencia, el valor diferencial... en últimas, no es necesario ser el más barato, sino que el precio esté acorde con lo ofrecemos.

Plaza: el lugar donde está exhibido, la manera como lo hago visible a mis clientes y clientes potenciales (almacén, e-commerce, venta directa).

Promoción: Como anotamos anteriormente, son los canales y medios que vamos a utilizar para comunicarnos con las personas: redes sociales, publicidad, promociones, *marketing* directo. Es la manera de crear marca y comunicar valor.

Así, que después de esta breve explicación, los invitamos a todos a empezar a crear su Plan de *Marketing* ¡para lograr grandes resultados! **2020**

Fuentes:

1. <https://branch.com.co/marketing-digital/plan-de-marketing-de-que-trata-y-cual-es-su-importancia-para-las-empresas/>
2. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>
3. <https://foroekonomiadigital.com/blog/objetivos-smart-definicion-y-algunos-ejemplos-practicos/>

Lentes de contacto para la córnea comprometida

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

Por Andrew Fischer, OD, Mile Brujic, OD y David Kading, OD

En nuestra profesión, tenemos la oportunidad de proporcionar tanto una alternativa al desgaste de los armazones como una solución a la visión comprometida. Hemos visto un incremento en el número de pacientes interesados en lentes de contacto. Suponiendo que un paciente es un buen candidato para usar lentes de contacto nosotros somos capaces de proporcionar un ajuste relativamente sencillo gracias a los parámetros de lente en constante expansión.

Aunque corregir la ametropía es el foco principal, de la mayoría de los profesionales de atención ocular y adaptadores de lentes de contacto, es importante pensar más allá de la corrección de la visión para las córneas normales y considerar maneras en las que podemos usar lentes de contacto para mejorar la visión y la comodidad de los pacientes con patología corneal.

“Los pacientes con queratitis grave pueden beneficiarse de los lentes desechables diarios”.



Soluciones para Lentes Rígidos Permeables al Gas (y lentes esclerales)



MENICARE PURE

Solución multiusos para una mayor
comodidad en la vida diaria.

Indicaciones

- Limpieza
- Desinfección
- Conservación
- Enjuague

USO
diario

Eficacia sobre bacterias y hongos en 30 minutos y activo en amibas (trofozoitos) en 4 horas.



PROGENT

Solución para una Limpieza
y Desinfección profunda.

Indicaciones

- Desproteínización
- Limpieza Intensiva
- Desinfección
- Acción de eliminación de priones

USO
semanal

Actividad desinfectante en solo 5 minutos sobre bacterias, hongos, virus y amibas.



antes



después

Disponibles por medio de Laboratorios Lumilent para su distribución en Ópticas, y Clínicas de Salud Visual



Lentes de contacto por condición

Por supuesto, hay numerosas categorías potenciales dignas de discusión, pero nos centraremos en algunas de las más comunes.

Ojo seco. El tratamiento y manejo de esta enfermedad ocular se ha convertido rápidamente en un tema importante en el cuidado de los ojos, no solo para los profesionales. Los pacientes referidos a nuestras clínicas de ojo seco están más informados ahora que nunca sobre las opciones de lentes de contacto. Si bien los lentes de contacto proporcionan comodidad a los pacientes, no tratan el proceso de enfermedad del ojo seco.

En muchos casos graves, a pesar del mejor protocolo de tratamiento y cumplimiento del paciente, sigue siendo difícil controlar la tinción corneal. Esto no solo puede ser increíblemente incómodo para el paciente, sino que también puede obstaculizar su visión si el eje visual está involucrado. Las córneas de estos pacientes necesitan protección contra el estrés desecante que causa la tinción corneal. Aquí es donde entran en juego los desechables suaves y diarios (utilizados como lente de contacto de vendaje) y las lentes de contacto esclerales. Las esclerales tienen varias ventajas sobre las lentes de contacto de vendaje y tienden a ser nuestra opción preferida al considerar lentes de contacto para ojo seco.

Las lentes de contacto esclerales protegen una superficie más grande del ojo, ya que el diámetro puede cubrir hasta 24 mm, a diferencia de una lente blanda estándar, que normalmente solo cubre un máximo de 15 mm. La mayoría de las lentes esclerales están hechas con materiales permeables al gas que se pueden recubrir para minimizar los depósitos y mejorar la capacidad de tejabilidad, no disponibles en lentes de contacto suaves. Los pacientes que han probado ambos a menudo afirman que las lentes esclerales se sienten más cómodas y menos secas durante todo el día. Las lentes esclerales; sin embargo, cuestan más que lentes suaves, ya que cada lente está diseñada individualmente para un ajuste óptimo, y requieren más destreza para la inserción, ya que estas lentes son más grandes y no pueden tener burbujas al insertarse.

Aunque estas lentes pueden ayudar con los síntomas del paciente, generalmente no tratan la causa de la enfermedad. Por ejemplo, esta modalidad no permite que las glándulas meibomianas recuperen la función si se ven comprometidas o disminuyen activamente el ojo seco inflamatorio. Estos problemas deben abordarse y tratarse antes de ajustar las lentes de contacto para la sequedad.

Queratopatía de exposición. También nos resulta útil colocar lentes de contacto en pacientes con queratosis de exposición grave, como la resultante de la parálisis de Bell, que involucra el séptimo nervio craneal. Como la duración de la parálisis de Bell es generalmente corta, con el paciente normalmente recuperándose completamente dentro de tres a seis meses, las lentes desechables diarias suaves suelen ser la opción más razonable.

Distrofia de membrana del sótano anterior (ABMD). Cuando se trabaja con esta enfermedad corneal, es común que la superficie de la córnea se vuelva irregular y no se adhiera firmemente al tejido estromal subyacente. Esto puede causar irregularidades superficiales, que alteran la visión clara, lo que requiere lentes de contacto para maximizar la visión.

Hay varias opciones de lentes de contacto que vale la pena considerar para aliviar las quejas visuales secundarias a ABMD. Para casos leves, las lentes blandas con un módulo más alto, como las hechas de materiales hidrogeles de silicona, ayudan a normalizar las irregularidades de la superficie corneal. Para ABMD moderado a severo, las lentes permeables al gas tienden a proporcionar una mejor óptica, ya que niegan la mayoría, si no todas, de las sutiles irregularidades asociadas con la película lagrimal post-lente.

Erosiones corneales. La ABMD puede causar estas erosiones, que pueden resultar en dolor debilitante. Las lentes de contacto de desgaste extendido son las mejores en estas situaciones, ya que se adaptan al desgaste continuo durante varias semanas, mientras que la erosión corneal re-epiteliza y se vuelve a adherir al estroma subyacente. El objetivo principal es

minimizar las molestias. Es común que se produzcan erosiones recurrentes, y, en estos casos, las membranas amnióticas pueden promover la curación y la formación hemidesmorosa, lo que permite que el epitelio corneal regenerador ancle y estabilice.¹

Cuando los proveedores de cuidado de la vista piensan en lentes de contacto para córneas comprometidas, la ectasia corneal, la córnea postquirúrgica y el manejo de cicatrices y opacidades corneales son los primeros en venir a la mente. Nuestras historias de pacientes que finalmente son capaces de ver claramente después de estar en forma con lentes de contacto especiales, y se vuelven emocionales en nues-

tras sillas, son las que mantienen los adaptadores de lentes de contacto en marcha. Nuestro impacto no tiene que cambiar la vida; si podemos mejorar la incomodidad ocular o la claridad visual de un paciente, entonces hemos logrado proporcionar un servicio y atención óptimos.

El Dr. Fischer completó su residencia en córnea, lentes de contacto especiales y ojo seco en Specialty Eye en Seattle en 2019. Practica en Professional Eyecare Associates en Huntingburg y Jasper, IN, y dirige la Clínica de Lentes de Contacto de Ojos Secos y Especialidades dentro de la práctica. [2020](#)



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  



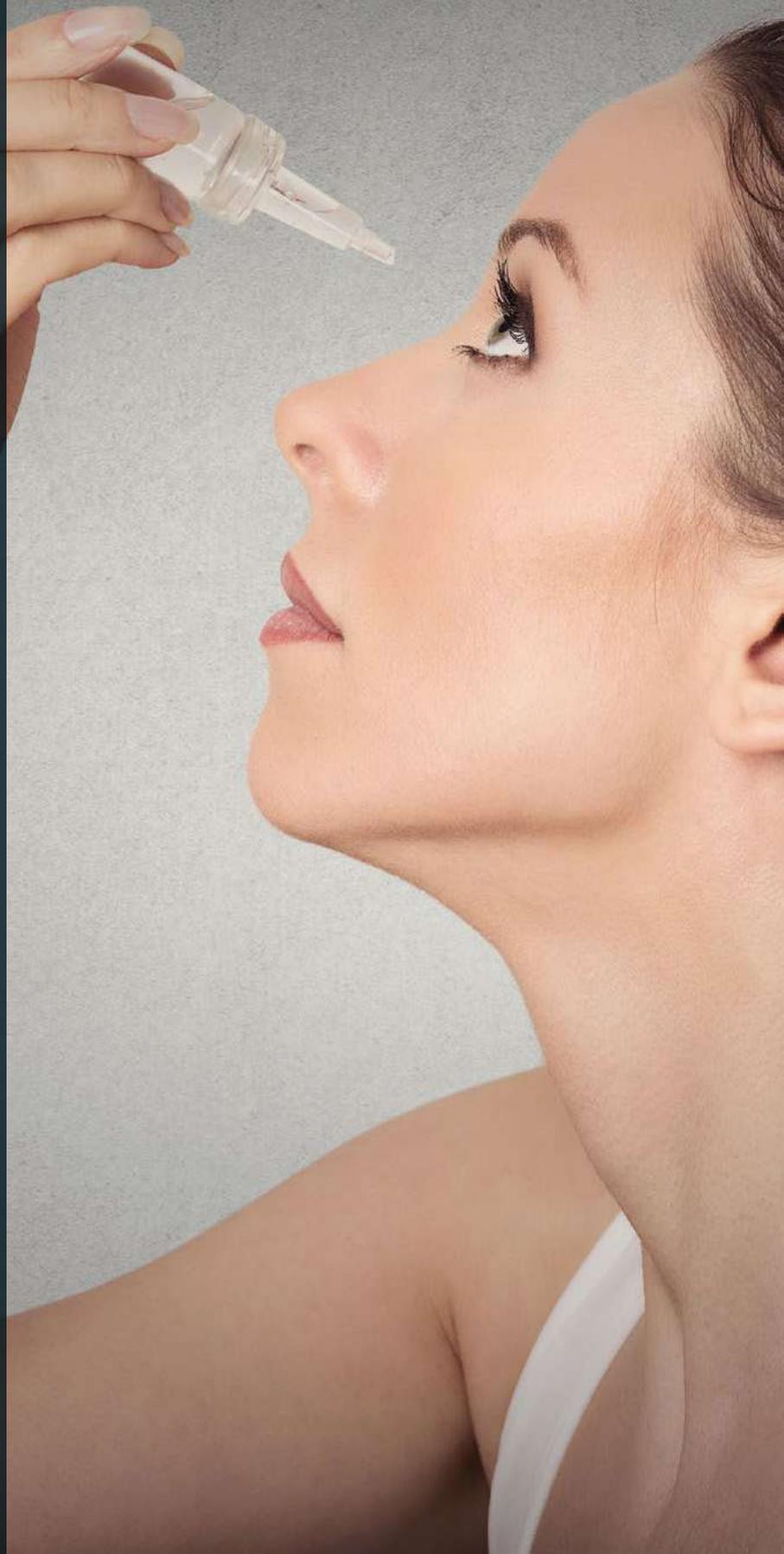
- PHOTOCROMATICO DE NUEVA GENERACIÓN PHOTOCROMATICO
- 1.56 ULTRA LIGERO
- TONALIDAD MEJORADA EN MASA AL MOMENTO DE OSCURECER
- MAYOR TIEMPO DE VIDA AL ACLARAR DESPUÉS DE SU ACTIVACIÓN
- HIDROFÓBICO + ASFERICO

Todo lo que tienes que saber sobre las gotas para los ojos



Consejo Optometría México responde las 10 preguntas más frecuentes sobre el uso de medicamentos o gotas oftálmicas.

“Cuando pensamos en gotas para los ojos, difícilmente profundizamos en la sensibilidad y la delicadeza de estos órganos y que esta vía de administración farmacológica debe estar estrictamente indicada y supervisada por una persona competente, que tenga los conocimientos necesarios para hacerlo ya sea un oftalmólogo o un licenciado en optometría”, comenta la licenciada en optometría y maestra en tecnología aplicada a la educación, Aglade Álvarez López, docente de Farmacología Ocular en el Instituto Politécnico Nacional y vocera del Consejo Optometría México.



A continuación, la especialista responde, de manera práctica, las preguntas más frecuentes que los pacientes realizan en consulta.

1. ¿A qué se debe que las gotas oculares se pasen a la garganta y amarguen?

Podemos percibir el sabor amargo en la garganta ya que existe una vía de eliminación del fármaco llamada nasofaríngea en la cual el medicamento puede llegar a nariz y garganta.

2. ¿Es normal que sepan mal las gotas?

Sí, es normal que tengan mal sabor, ya que estas no están diseñadas para consumirlas vía oral y sean agradables en sabor como en el caso de los jarabes para los niños que saben a uva o fresa lo cual permite ser agradable en la ingesta y ser mejor aceptadas.

3. ¿Por qué arden los ojos cuando se colocan gotas lubricantes? ¿Es normal? ¿Qué se debe hacer para que no arda?

En los primeros días de colocación de las gotas de cierta forma es normal. Es decir, si se están colocando gotas es porque existe una patología que requiere curarse. Los tejidos oculares se alteran por el proceso patológico, por ejemplo, comienza el proceso inflamatorio, la lágrima puede cambiar su pH y al existir estas diferencias se produce el ardor e irritación transitorio conocido como "efecto secundario".

4. ¿Se debe discontinuar el uso si al colocar gotas lubricantes arde?

No, no se debe de discontinuar el uso, es importante que se le avise al paciente que esto puede ocurrir durante el tratamiento; sin embargo, si las molestias persisten debe de avisar y/o acudir con el profesional de la salud visual.

5. ¿Cómo deben administrarse las gotas, medicamentos o lubricantes cuando se usan lentes de contacto? ¿Cuál es el proceso adecuado? ¿Existe alguna contraindicación para el uso de gotas con lentes de contacto?

Las gotas deben de usarse de 20 a 30 minutos previos a la colocación del lente de contacto (en el caso del lente blando).

El proceso adecuado se debe diseñar de acuerdo con las necesidades de cada paciente. La contraindicación principal es evitar que el paciente coloque los medicamentos sobre el lente en primer lugar porque el lente se daña estructuralmente, se llena de proteí-

nas o de depósitos que pueden repercutir en la oxigenación (DK) y en segundo lugar el lente se puede convertir en un repositorio de fármaco, algo parecido a un lente de contacto terapéutico el cual tiene la facultad de hacer que el medicamento permanezca más tiempo sobre la superficie ocular aumentando la dosis terapéutica adecuada lo que podría causar una reacción adversa o complicación.

6. ¿Es recomendable compartir las gotas lubricantes con otro familiar?

No, ya que las gotas oftálmicas tienen generalmente un puntero y si llega a tocar el ojo de su familiar y el ojo de alguno de estos dos padece alguna infección (bacteriana, por ejemplo) se puede propagar la patología.

También se corre el riesgo de contaminar el medicamento y que deje de ser efectivo. De preferencia los medicamentos oculares deben de ser personalizados y solo usados bajo prescripción médica

7. ¿Porque cuando se tienen los ojos llorosos se recomiendan gotas lubricantes, no es poner más agua e incrementar el problema?

Cuando se tiene los ojos llorosos es porque la película lagrimal es inestable. La lágrima se divide en tres capas: lipídica, acuosa y mucínica. La capa lipídica, (primera capa y más externa) ayuda a que el contenido acuoso (segunda capa) no se evapore y la capa mucínica (tercera capa) ayuda a que la lágrima como tal se adhiera a la superficie ocular con la finalidad de humectar y disminuir la fricción del parpadeo.

Entonces, lo que se pretende al recetar gotas lubricantes es sustituir la lágrima que ya no está o que dura poco tiempo en la superficie ocular lo que aminora las molestias o sintomatología.

8. ¿Qué medicamentos en mayores de 60 años pueden generar algunas molestias visuales y cuáles son esas molestias?

Todos los medicamentos oftálmicos u oculares pueden generar molestias a cualquier edad; sin embargo, los pacientes de 60 años están más propensos a padecer molestias oculares ya que los medicamentos que más utilizan son lubricantes oculares, anti glaucomatosos etc., que son a largo plazo. Estos contienen conservadores que afectan las estructuras oculares lo que causa resecaedad, irritación, queratitis (inflamación de la córnea) que a su vez puede producir visión borrosa. En el caso específico de los lubricantes causan visión borrosa en los primeros minutos posteriores a su aplicación.

9. ¿Las molestias que generan los medicamentos son pasajeras o algunas podrían ser permanentes?

Algunas son pasajeras como la visión borrosa que generan algunos lubricantes oculares que tienen una consistencia un poco más viscosa que las demás. Algunas se utilizan por tiempo prolongado o indefinido y van incrementando con el uso la probabilidad de ocasionar queratitis y ojo rojo causado por medicamentos para el glaucoma (antiglaucomatosos).

10. Cuando se prescriben varios medicamentos en gotas para los ojos, ¿por qué se debe de dejar pasar 20 minutos entre gota y gota? ¿Cuál es el proceso recomendado?

Se recomienda ese intervalo para dejar que el fármaco pueda cumplir con algunas de las etapas de la farmacocinética (LADME) como es la liberación, absorción y distribución, principalmente. Estas etapas se llevarán a cabo en la superficie ocular, ya que en el caso de usar gotas oftálmicas esta entra en contacto con la lágrima (el fármaco o

medicamento se adhiere a las proteínas), después gracias a la acción del parpadeo se esparcen por la superficie ocular y hace contacto con la córnea, conjuntiva bulbar y otras estructuras, por lo tanto, es necesario que el paciente permita que se absorba primero un fármaco y dar tiempo a que, posteriormente, se pueda colocar el otro.

En el caso de que el tratamiento incluya gotas oftálmicas del tipo lágrima artificial, deberán colocarse al final. Estas gotas suelen ser más viscosas para que duren por un tiempo determinado, sustituyendo temporalmente la función de la lágrima, lo que podría impedir una buena absorción de los otros medicamentos.

Por último, recuérdelos a sus pacientes que es importante seguir estrictamente las indicaciones del licenciado en optometría u oftalmólogo para preservar la salud visual a través del uso correcto de los medicamentos indicados. **2020**





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.**



Conmemorando su aniversario #35, finalizó Vision Expo East 2021

Del 3 al 5 de junio, profesionales, estudiantes y empresas de la industria óptica se dieron cita en Orlando, Florida, para capacitarse y actualizarse con las últimas tendencias en monturas, equipos y tecnología para el sector.

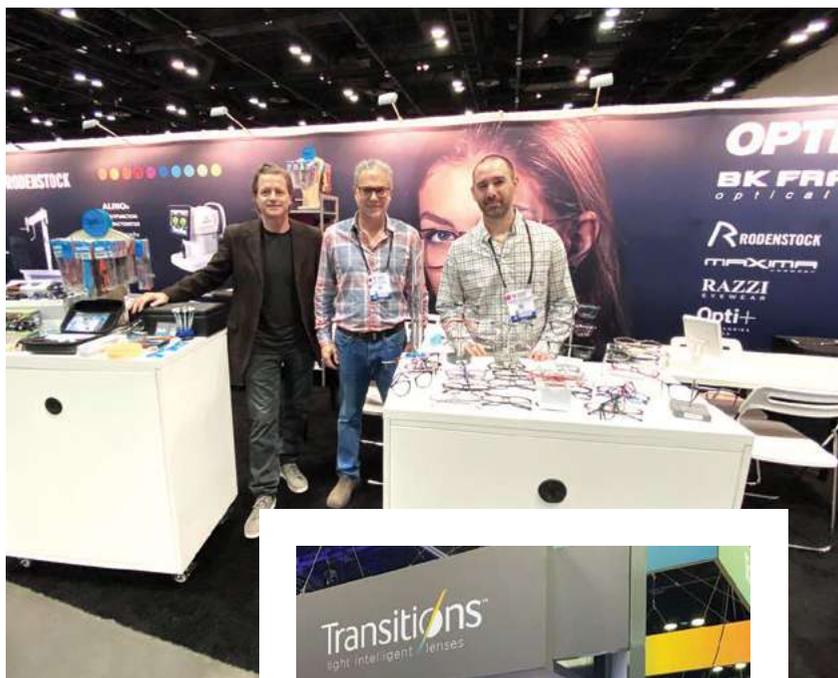
Diseñado por la industria, para la industria

La agenda académica inició con el Summit de nuestra revista hermana *Vision Monday*, dedicado a analizar el comportamiento del consumidor. Durante la sesión se resaltó la importancia que tiene la DATA para los negocios y la reinención del “retail físico”, entendiendo que inició una nueva era para los negocios presenciales, en los que se deben brindar experiencias VIP personalizadas, y los medios digitales son una necesidad inminente.

Así mismo, los espacios de capacitación, que incluyeron 120 sesiones y más de 160 horas de educación, cubrieron seis áreas claves para los profesionales de la visión, entre ellos, lentes oftálmicos, lentes de contacto, conceptos clínicos, cursos prácticos y revisión de exámenes.

Las novedades del 2021

El cambio de escenario, pues tradicionalmente *Vision Expo East* tiene lugar en la ciudad de New York,





no fue la única novedad de la feria este año. Los organizadores presentaron su nueva plataforma “ShopVISION”, como escenario adicional para aquellos viajeros que por razones sanitarias o restricciones internacionales no pudieron llegar hasta el Orange Country Convention Center de manera presencial. “Vision Expo ha acelerado los planes de inversión para atender a la comunidad óptica desde todos los canales posibles. Diseñada como un completo de la feria en persona, ShopVISION, ofreció un escenario para conectar de forma moderna y global a los negocios con sus demandas” afirmó Fran Pennella, vicepresidente de Vision Expo y Reed Exhibitions.



Este Marketplace se habilitó de manera gratuita del 3 al 5 de junio, donde más de 1000 miembros de la comunidad de todo el mundo, se unieron para ver en vivo las sesiones y salas de exhibición de las más de 200 compañías expositoras.



En esta misma plataforma se llevaron a cabo las votaciones para los Vision Choice Awards, que reconocen el mejor producto nuevo en Vision Expo East. Carl Zeiss Vision se llevó el premio en esta ocasión.



Adicionalmente “The Seen”, fue una de las nuevas zonas, dedicada a estudiantes y profesionales jóvenes para que pudieran explorar oportunidades y conectar con las empresas del sector.



Como siempre el equipo de la Revista 20/20 América Latina estuvo presente acompañando a las empresas y asistentes de la región. Aquí les compartimos algunos de los mejores momentos.

La siguiente cita será en *Vision Expo West 2021*, que está programado para realizarse del 22 al 25 de septiembre de 2021, en el *Sands Expo & Convention Center* en Las Vegas, Nevada. [2020](#)



CONSTANTEMENTE REINVENTÁNDONOS

CON NUESTRO CLIENTE EN MENTE

LM-7800
LENSÓMETRO
AUTOMÁTICO

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

LRK-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



REFRACTORES
DIGITALES



20/20 México

AVIZOR	6
ALCON	25
BAUSCH + LOMB	21
CONVOX	55
ESSILOR	Portada 3, 1, 33
H2O SUMMIT	59
LENSBEST	Portada 4, 29
LUCY'S OPTICAL	43
LUMILENT	51
LUXOTTICA	41
SETO	Portada 1, 12, 13
YIWU IMPORTACIONES	5
US OPHTHALMIC	17, 37, 63
TRANSITIONS	9
YOUNGER	47

ALCON
MEX
 Tel. 5579021866
 Email: michelle.betanzos@alcon.com

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

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

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

ESSILOR

essilor

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

H2O MICAS
MEX
 micas-h2o@hotmail.com

LENS BEST S.A DE C.V

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

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

LUXOTTICA GROUP
LUXOTTICA

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

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

MEX
 Luxottica México
 Tel.: (55) 5010 7500

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

Barbie
BLICCATI

Dickies
Dickies

GLORIA VANDERBILT
EURO

EURO
Kids

Hippo
HACKETT
 LONDON

KAREN MILLEN

Maxim Paris
PREMIUM

Maxim Paris

DESIGN BY
Pepe Jeans
 LONDON

TED BAKER
 LONDON

Sophia Loren
 EYEWEAR

STETSON
 EYEWEAR

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

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

TRANSITIONS
Transitions

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

US OPHTHALMIC
USA
 Tel: +17866210521
 info@usophthalmic.com

YIWU IMPORTACIONES, S.A. DE C.V.
 Tel Of: 55 29 44 77
 Cel: 55 27 13 49 49
 http://yiwuimportaciones.com

YOUNGER OPTICS
USA
 Tel: (305) 740 3458 / 761 6953
 Fax: (786) 268 7036
 jtambini313@aol.com

#1

La marca #1 de lentes
en el mundo*

Eyezen® Kids

DISEÑADO PARA SU MANERA DE VER EL MUNDO

Mayor confort visual y protección
para explorar y aprender.

Toma en cuenta su morfología,
comportamiento de mirada
y distancia a los objetos que miran.



ESCANEA EL CÓDIGO QR
Y CONOCE MÁS DE EYEZEN

ESSILOR INTERNATIONAL - MARCH 2021 - ESSILOR® AND EYEZEN® ARE TRADEMARKS OF ESSILOR INTERNATIONAL. Frames: Ray-ban RB1594.
*Essilor, #1 in spectacle lenses worldwide - Euromonitor, Eyewear 2021 edition; Essilor International company; worldwide retail value sales at RSP.



BLUERED

TRIPLE PROTECTION

Primera lente en México
con triple protección:

Luz azul dañina
Luz UV
Luz infrarroja

- La primera tecnología en México que filtra la Radiación Infrarroja de onda corta, responsable del efecto fototérmico que incrementa la evaporación de la lágrima provocando menor nitidez y pérdida de enfoque e incomodidad.
- Disminuye los efectos negativos de la Radiación Infrarroja en el colágeno del contorno de los ojos, retrasando la aparición de líneas de expresión.



www.premiumlensbest.com

 /LensBestOficial

 /LENS.BESTOFICIAL

 PREMIUMLENSBEST

LENSBEST 
NUNCA TE LIMITES

