

# 20/20



## Revolución **BLUEFREE**

Una nueva mirada hacia la discapacidad auditiva

Manejo de córneas irregulares con lentes de contacto blandos

Conceptos básicos para realizar un plan de marketing

**Lente Fotocromático  
Blue Block**  
Protección **UV, UVA y UVB.**



Síguenos en:

-  /visionyoptica
-  @visionyoptica
-  @visionyoptica
-  www.visionyoptica.com

LENSBEST   
NUNCA TE LIMITES



# Transitions™ Signature® GEN8™



GEN8™

Nueva tecnología  
Nueva frontera de desempeño

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

Frames by CAROLINE ABRAM PARIS® - Lentes Transitions® Grey

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](http://www.usophthalmic.com) | [info@usophthalmic.com](mailto:info@usophthalmic.com) | Tel: +1.786.621.0521

# 20/20 México



06

Noticias

## Menicare Pure, solución para desinfectar lentes de contacto RPG y esclerales

- 6. Menicare Pure, solución para desinfectar lentes de contacto RPG y esclerales
- 6. Disminuye la densidad de los vasos en pacientes hospitalizados con COVID-19
- 6. Safilo y Carolina Herrera anuncian un acuerdo global de licencia



08

Desde la Portada

## Lens Best Nuevos lentes BLUE FREE REVOLUCIÓN



12

Especial Diferenciación

## Conocimiento, innovación y tecnología, de la mano de grandes expertos durante el evento: “Diferénciate y vende más, herramientas prácticas”?

- 12. Asesor Industria  
Conozca nuestra plataforma y acceda a grandes promociones



22

Optometría Clínica

## Una nueva mirada hacia la discapacidad auditiva

- 24. Una nueva mirada hacia la discapacidad auditiva



10

Publirreportajes

## Nuevo WIDE VIEW 360 Progresivo Policarbonato Blue Free

- 10. Lens Best
- 28. Seto
- 32. Essilor
- 38. Vision Expo
- 60. Convox



**38**

Moda y Tendencias



**50**

Mi Óptica

Conceptos básicos para realizar un plan de marketing



**54**

En Contacto

Manejo de córneas irregulares con lentes de contacto blandos



**62**

Eventos

La UNAM y Johnson & Johnson México conmemoraron su renovación de comodato



**64**

Directorio

- 40. Yiwu Importaciones
- 42. Luxottica
- 44. Lucy's Optical
- 46. Safilo
- 47. Marchon
- 48. LTD



Espero que esta carta les encuentre a ustedes, a sus familias y a sus colegas en buena salud en la continua crisis sanitaria por COVID-19, con la que llevamos conviviendo desde ya más de año y medio. Si bien la pandemia ha transformado nuestras vidas, tanto en el ámbito personal como laboral, no estamos en pausa. La vida continúa y tendremos que adaptarnos a este gran cambio. Desde el principio de la pandemia nuestro grupo ha investigado e invertido en buscar las mejores propuestas de educación y desarrollo profesional para nuestra audiencia desde todos nuestros canales de comunicación.

Como parte de este nuevo cambio de paradigma, realizamos el Segundo Curso: “Diferénciate y Vende Más: Herramientas Prácticas,” los días 25 y 26 de agosto. Quisimos que este evento contara no solo con una plataforma educativa- Asesor-sino con una innovadora plataforma comercial – Asesor Industria.

En Asesor hubo cuatro fantásticos módulos de aprendizaje- Marketing, Optometría Diferenciada, Conozca más a sus clientes y Laboratorios-. La audiencia en vivo de más de 2,450 usuarios pudo disfrutar charlas de primer nivel, tanto de con-

ferencistas de nuestra región como internacionales. De nuestra revista hermana 20/20 contamos con la participación de: Marc Ferrara, CEO de Jobson Medical Information/WebMD, nominado como la Person of Vision 2021 por Prevent Blindness; Marge Axelrad, Directora editorial de Vision Monday y VMAIL y Andy Karp, director de contenidos de Jobson y líder global en laboratorios.

La muestra comercial podrán encontrarla en la plataforma Asesor Industria, una propuesta innovadora en la que los visitantes pueden hacer sus listas de deseos en las diferentes categorías de interés de productos para las ópticas. Por medio de estas listas podrán participar, tanto en las promociones y descuentos de las empresas patrocinadoras, como en la rifa de diferentes experiencias AIRBNB.

La plataforma del Curso está abierta a partir del 6 de septiembre y, durante 45 días, usted podrá acceder a las charlas grabadas y a la plataforma comercial desde la misma página por medio de un botón. En la página de Asesor, encontrará además EBooks, talleres y artículos de apoyo para cada Módulo, con los que podrá complementar sus conocimientos adquiridos durante el evento.

<https://evento.asesorvivo.com/evento-asesor/>

Si tiene alguna duda respecto al registro puede comunicarse con el siguiente WhatsApp: +57 312 3597757 .

La pandemia nos ha hecho apreciar lo más importante en nuestras vidas- las relaciones humanas en nuestra familia, grupos de trabajo y comunidad. Como director de CLM ha sido una gran satisfacción ver cómo nuestro grupo de trabajo se ha unido con el profesionalismo que siempre los distingue para ofrecer a nuestro sector una alternativa de comunicación en estos tiempos difíciles. Desde ya, estamos analizando lo aprendido de esta experiencia para seguir mejorando y continuando nuestro trabajo en pro del sector de la óptica.

Cierro con un agradecimiento muy especial a los conferencistas y a los patrocinadores por el apoyo y confianza que nos han brindado en este proyecto.

---

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

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

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

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



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

Para temas editoriales contactarse con: Elizabeth Olguín (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](mailto:suscripciones@clatinmedia.com)



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

## VENTAS:

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

**USA, Región Andina y otros países:** Héctor Serna

Tel.: (571) 214 4794 Ext. 123  
ventas1@clatinmedia.com

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

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

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

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

## OFICINAS:

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

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

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

## 20/20 MÉXICO

es una revista producida y distribuida por **Creative Latin Media, LLC.**

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

[Visionyoptica.com](http://Visionyoptica.com), [Oftalmologoadia.com](http://Oftalmologoadia.com) y [Conexion Digital](http://Conexion 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

# alvera®



Hidrogel  
Silicona



Protección



Eficaz contra  
los lípidos

*Cuida tus lentes y ojos,  
de la forma más natural*



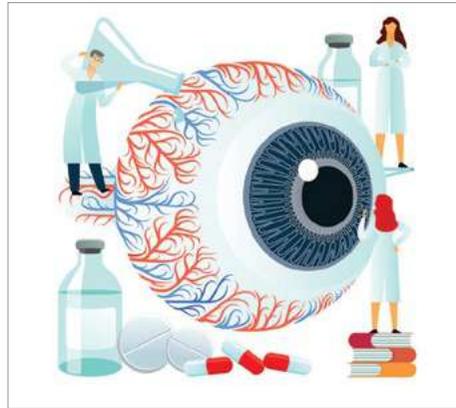
**AVIZOR**  
EYE CARE SOLUTIONS





## Menicare Pure, solución para desinfectar lentes de contacto RPG y esclerales

Menicare Pure, comercializadas en México por medio de Laboratorios Lumilent., es una solución de mantenimiento multiusos única creada por Menicon para el cuidado y desinfección diario de lentes de contacto RPG y lentes esclerales. Contiene componentes que permiten crear una formulación natural y efectiva en el cuidado de la superficie ocular: 1. Polímero Lisina: Entrega una alta eficacia microbiana, baja toxicidad y estabilidad en su estructura en altas temperaturas; 2 Hidrometilcelulosa: Menor fricción entre GP y superficie ocular = mayor comfort; 3. Ácido hialurónico: Permite una mayor adhesión a la capa mucínica del epitelio corneal = mayor humectabilidad; 4. Macroglicerol: Máxima limpieza de lípidos adheridos en nuestra lente y ayuda a prevenir la desnaturalización de proteínas; Glucósido de Vitamina C: Actúa como antiinflamatorio y antioxidante.



## Disminuye la densidad de los vasos en pacientes hospitalizados con COVID-19

Un estudio reciente incluyó 50 ojos de 25 pacientes que habían sido hospitalizados con COVID-19 y el mismo número de controles sanos. Todos se sometieron a OCT-A en el período inicial después del alta hospitalaria y seis meses después. La densidad de vasos foveales (VD) y los valores de VD parafoveal se midieron en cuatro cuadrantes (superior, inferior, nasal, temporal) del plexo capilar superficial (SCP) y el plexo capilar profundo (DCP).

Los pacientes con COVID-19 mostraron valores de VD significativamente más bajos en todos los cuadrantes parafoveales tanto en el SCP como en el DCP en la revisión inicial y en todos los cuadrantes parafoveales del SCP y en los cuadrantes parafoveales superior e inferior del DCP a los seis meses. seguimiento, que es similar a lo reportado en estudios previos. También se encontró una disminución de los valores del área de flujo de la coriocapilar (CC) a lo largo del tiempo.

Los autores explican que esto es especialmente relevante para el tejido coroideo “ya que tiene el mayor suministro de sangre por unidad en el cuerpo”.



## Safilo y Carolina Herrera anuncian un acuerdo global de licencia

Safilo y Carolina Herrera anunciaron su acuerdo de licencia global, por los próximos 5 años, para el diseño, manufactura y distribución de las gafas de la marca Carolina Herrera. El acuerdo de licencia será efectivo desde el 1 de enero de 2022.

“Carolina Herrera es una marca de lujo icónica, popular y valorada en el mundo por su enfoque femenino y su gran elegancia,” declaró Angelo Trocchia, CEO del Grupo Safilo. “Estamos encantados de empezar esta nueva asociación, que representa la inclusión de una gran marca en nuestro portafolio y una oportunidad significativa para avanzar más y fortalecer la imagen de marca y el alcance geográfico gracias a nuestro diseño de producto totalmente único y nuestra capacidad de distribución. Como estamos trabajando en remodelar nuestro portafolio de marca, Carolina Herrera reforzará nuestra propuesta para mujer y será clave para contrarrestar las recientes salidas de marcas. La entrada de esta nueva marca va acorde con nuestra estrategia de negocio y las iniciativas claves realizadas en los últimos años para consolidar y desarrollar aún más nuestra posición como actor principal en el mercado de gafas.”

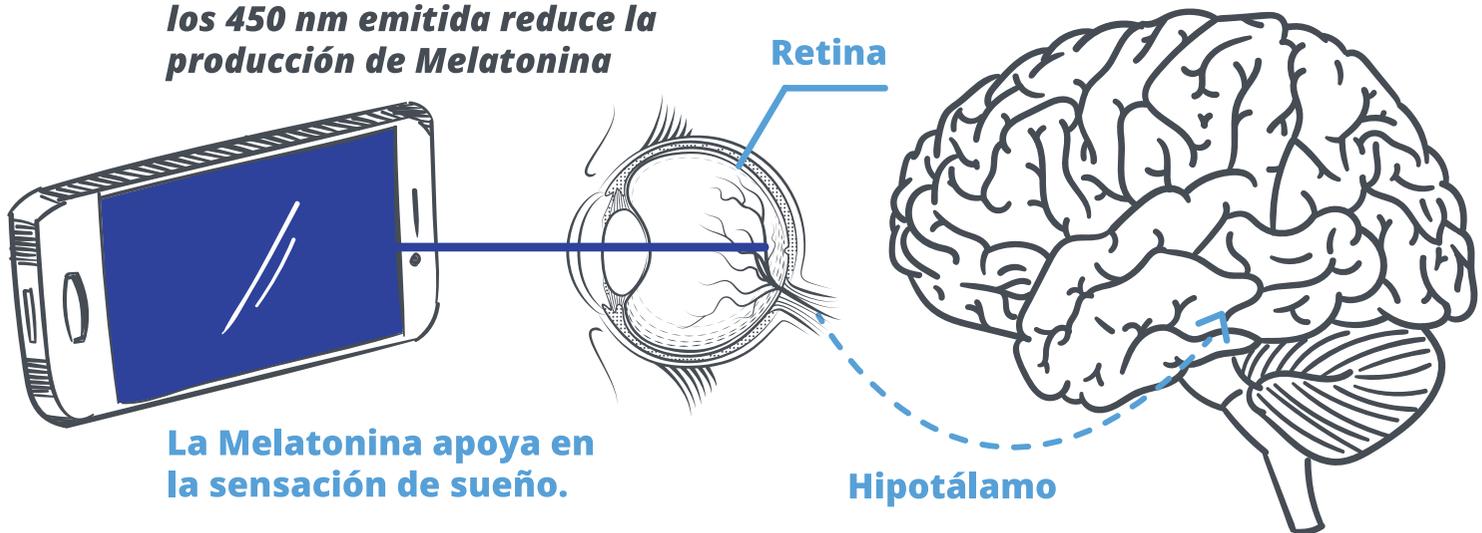
**#HASHTAG**



# Nuevos lentes BLUE FREE REVOLUCIÓN

LENSBEST   
NUNCA TE LIMITES

*La luz azul violeta superior a los 450 nm emitida reduce la producción de Melatonina*



**La Melatonina apoya en la sensación de sueño.**

**Hipotálamo**

**L**ENS BEST se enorgullece en presentarte el nuevo producto de la familia: Blue Free Revolución, la lente oftálmica ideal para el cuidado de tus ojos que bloquea y brinda protección contra la luz azul dañina, y que con su mejorada tecnología fotosensible te resguarda de la luz UV. La nueva lente que combina dos de los mejores tratamientos por fin está al alcance de tus ojos.

Este increíble lanzamiento cuenta con los tratamientos:

**BLUE FREE.** Es un lente con filtros especiales que protegen tus ojos de la luz azul dañina. Su alta tecnología bloquea y absorbe efectivamente el espectro dañino de luz azul que va de los 370 a los 455 nanómetros evitando la fatiga visual, previniendo y protegiendo efectivamente nuestros ojos en exteriores y brindándonos la mejor protección por sobre exposición. Diseñada y enfocada especialmente en los usuarios que utilizan constantemente dispositivos electrónicos.

**REVOLUCION.** Tratamiento fotocromático el cual reacciona al momento que las moléculas responsables de este efecto se activan con la radiación UV adaptándose a las condiciones de la luz del ambiente. Su alta y mejorada tecnología ahora logra que los cambios de color sean más rápidos y uniformes, acelerando el oscurecimiento en lugares abiertos y el aclaramiento en lugares cerrados, y lo mejor es que lo hace sin dejar residuos amarillos. Diseñados principalmente para cuidarte de los rayos solares y fuentes artificiales.

#### Dentro de los beneficios que BLUE FREE ofrece están:

- Disminución de los síntomas de fatiga visual.
- Reducción de las alteraciones en las células de la retina, lo que disminuye el riesgo de DMAE.
- Evita las modificaciones en el ciclo de sueño al mantener la producción de la melatonina (la hormona del sueño).
- Previene el daño ocular, pues el uso intensivo de aparatos electrónicos nos expone a las radiaciones de luz azul – violeta.

#### El tratamiento REVOLUCIÓN tiene las ventajas:

- Permite que los ojos se esfuercen menos para realizar el enfoque cuando son expuestos a la luz solar.
- Está creada con micropartículas altamente sensibles a la luz, tanto para exteriores como interiores sin dejar residuo de tonalidad gris.
- No deja residuo amarillento con el paso del tiempo.
- Adaptable a cualquier clima y condiciones de luz, gracias a su tecnología foto sensible de última generación. **2020**

**¡Pruébalas y te convencerás! Recuerda que solo es cuestión de ver las cosas a través de las lentes correctas.**

# Nuevo WIDE VIEW 360

## Progresivo Policarbonato

### Blue Free



**WIDE VIEW 360**

**T**ras una ardua investigación buscando mejorar la calidad visual y con la constante innovación de nuestros productos, LENS BEST en colaboración con Optotech se complace en incorporar al mercado de lentes oftálmicas WIDE VIEW 360 el novedoso progresivo que viene con la exclusiva presentación en policarbonato y tiene un diseño digital esférico que reduce la aberración periférica adicionando protección contra la luz azul y retomando la tecnología All-Distance view ya aprobada y aceptada de nuestra lente panorámico, avalada por la F.D.A y C.E.

Dentro de sus principales características se encuentra que son ligeras, cómodas y muy resistentes a los impactos, teniendo como resultado una lente segura y un producto garantizado para la satisfacción de nuestros clientes, por otra parte, ofrece protección al 100% de los rayos UV perjudiciales y no presentan efectos de distorsión visual perfecto para sustituir a los bifocales, ya que otorga un mejor desempeño para las actividades diarias de los usuarios de lentes progresivas.

Blue Free, como ya lo hemos mencionado en otras ocasiones, es el tratamiento que te protege de la luz azul diseñado para cuidarte de los rayos azul-violeta. Su tecnología está enfocada en los usuarios que utilizan constantemente dispositivos digitales como el celular, la computadora, tablets, etc. Blue Free bloquea el 20% de la luz azul nociva, reduciendo el índice de muerte celular

en la retina en un 25% y te proporciona 25 veces más protección frente a los rayos UV en comparación de no usar lentes.

Algunos de los beneficios que el nuevo Wide View 360 te ofrece son:

Transición suave en los campos de visión lejana, media y cercana.

Proporciona rapidez de adaptación y confort en la visión del usuario.

Ideal para pacientes hipermétropes y miopes ya que se adaptan al efecto prismático vertical de las lentes positivas y negativas.

Lentes progresivas que incorporan tecnología digital eficaz, inteligente y patentada.

Además...

El 100% de la adición está a sólo 14mm del centro óptico

Altura mínima de ajuste a los 12mm

Altura máxima para adaptación 17mm

Índice de refracción ..... 1.60

Número Abbe... ..... 37

Diámetro..... 72mm

Rangos

+0.25 a +3.00      Add +1.00 a +3.00

0.00 a -2.00      Add +1.00 a +3.00

Bases..... 2, 4, 6, 8 **2020**

# VACACIONES con LENSBEST

NUNCA TE LIMITES



Consulta las bases en:  
[www.premiumlensbest.com/formulario/registro.html](http://www.premiumlensbest.com/formulario/registro.html)  
O escanea el código:

¡Participa para ganar  
uno de nuestros  
increíbles viajes!

**1er LUGAR**  
Viaje a Los Cabos  
Baja California

**2do LUGAR**  
Viaje a Cancún  
Quintana Roo

**3er LUGAR**  
Viaje a Chachalacas  
Veracruz

Recuerda que solo podrán participar **ópticas** que realicen sus compras exclusivamente con nuestros **distribuidores autorizados** dentro de la **Ciudad de México**.

Solo nuestros distribuidores autorizados contarán con los boletos para participar en dicha rifa.

**Servicios Ópticos Tacuba**  
Tacuba 49, Tercer piso,  
Local 8A, Col. Centro CDMX

**Frame Factory**  
Motolinia 31, Segundo  
piso, local 12 y 13, Col.  
Centro CDMX

**Distribuidora San Martín**  
Motolinia 8, Interior 123,  
Primer piso, Col. Centro  
CDMX

**Distribuidora Sersun**  
Tacuba 48, Primer piso,  
dentro de la óptica  
"Festina", Col. Centro CDMX

**Distribuidores Ópticos  
Nueva Italia**  
Isabel la Católica No 13,  
Despacho 103, Col.  
Centro CDMX

 /LENS.BESTOFICIAL

 /LensBestOficial

 /lensbest\_oficial

 55 7665 5140

 55 5761 8513

 eventos@lens-best.com



# Conocimiento, innovación y tecnología, de la mano de grandes expertos durante el evento: “Diferénciate y Vende Más Herramientas Prácticas”

2450

Visitas

1350

Espectadores exclusivos

Los días 25 y 26 de agosto, se llevó a cabo, de manera virtual, el evento “Diferénciate y Vende más, Herramientas Prácticas” en el que participaron más de 2400 profesionales de la salud visual, ópticos y representantes de la industria óptica provenientes de diversas partes de Estados Unidos y Latinoamérica.

Durante dos días, los participantes tuvieron la oportunidad de disfrutar de charlas vía online, impartidas por expertos en cada tema, que les servirán en la práctica diaria y podrán ejecutar gracias a los puntos expuestos en los cuatro módulos y a las herramientas de apoyo como las conferencias del evento, E-books y talleres y conferencias adicionales pre-grabadas, que están disponibles, a partir del 6 de septiembre, durante 45 días.

Módulo 1: Marketing para ópticas

Módulo 2: Optometría diferenciada

Módulo 3: Conozca más a sus clientes

Módulo 4: Laboratorios



“El comportamiento de los consumidores es diferente, a comparación de lo que sucedía hace 18 meses”, afirmó Marc Ferrara, CEO Information Services Jobson Medical / Web MD Estados Unidos, conferencista que participó en el módulo 1 con su conferencia magistral “Situación del mercado óptico actual, ¿Hacia dónde vamos?”.

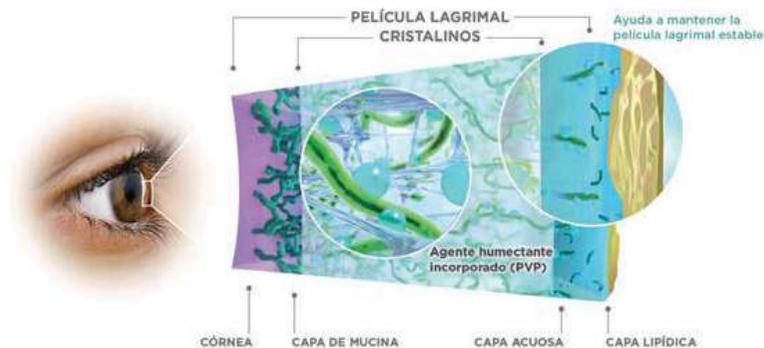
Por su parte, Bill Gerber, **CEO en Contentlinq (USA)**, que abordó el tema “Experiencia Phygital cómo herramienta para su óptica”, enfatizó en distribuir muy bien los espacios, aprovechar cada uno de los metros que tienen los consultorios, y finalizó con la frase “No le tengan miedo a la tecnología, adóptenla”.

“Lo que no se puede medir, no se puede mejorar” y los mejores influencers son nuestros clientes felices”, fueron dos de las principales frases que la Lic. Mónica Arredondo, especialista en Comunicación y Marketing Digital, compartió durante su charla acerca de Marketing.



Muchos de los usuarios de lentes de contacto trabajan en ambientes exigentes, utilizando dispositivos digitales por muchas horas del día, por eso, **prescribo lentes de la familia ACUVUE OASYS®.**

**Diseño EYE-INSPIRED™** | Ayuda a estabilizar la película lagrimal para mayor comodidad y desempeño.



**Tecnología HYDRACLEAR PLUS®:**  
PVP — agente humectante incorporado al lente que mimetiza las mucinas para así ayudar a mantener la película lagrimal estable.

**La marca de lentes de contacto #1 en ventas en todo el mundo.\***

**ACUVUE®**  
**OASYS**  
BRAND CONTACT LENSES

MATERIAL DIRIGIDO AL PROFESIONAL DE LA VISIÓN

PVP=polivinilpirrolidona.

\* Euromonitor International Limited: basados en el valor de ventas de lentes de contacto de 2015, investigado por Euromonitor en 32 países. Esta leyenda es efectiva a partir del 29 de diciembre de 2016.

Para cualquier consulta, por favor comunicarse al centro de atención al cliente de ACUVUE® al siguiente teléfono: 01 800 201 0563 o escribenos a: [contactenos.mx@acuvue.com](mailto:contactenos.mx@acuvue.com)  
ADVERTENCIA: Los lentes de contacto que absorben rayos UV no son reemplazo de elementos similares, tales como anteojos protectores o de sol. Se deberá continuar usando este tipo de elementos de modo prescrito por el profesional de la visión.

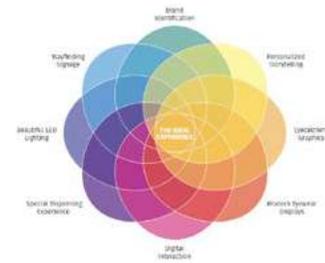
ACUVUE®, ACUVUE OASYS®, HYDRACLEAR PLUS® y EYE-INSPIRED™ son marcas registradas de Johnson & Johnson Vision Care Companies.  
ACUVUE OASYS® con HYDRACLEAR Plus® Registro Sanitario No. 2063C2009 SSA.

## Módulo 1: marketing para ópticas



**Bill Gerber**  
 Director de 2019  
 Chief Digital Marketing Officer  
 Conqueror

**Creating The Phygital Optical  
 + Why It's Important**



Con el tema “Los beneficios de salud de ACUVUE® Vita™ con tecnología HydraMax™”, que estuvo a cargo del Patrocinador Oro de Johnson & Johnson, se dio inicio a este módulo,, con el Dr. Nelson Merchan, quien explicó los beneficios de este producto.

Posteriormente, se realizó una amena charla entre Marc Ferrara, CEO Information Services Jobson Medical / Web MD *Estados Unidos*, y Juan Carlos Plotnicoff, CEO de nuestra revista, quienes abordaron la situación actual del mercado óptico.

Este módulo también contó con la participación de un gran panel de expertos quienes compartieron sus conocimientos con todos los asistentes.

Mónica Arredondo, (México), exploró los conceptos básicos del Marketing aplicado a las ópticas, Carlos Meira CEO de Meira Productivity, (Argentina), habló sobre la importancia del Marketing digital y cómo hacer campañas en este medio y Bill Gerber (USA) habló sobre la experiencia Phygital, la unión del medio físico y el digital

## Módulo 2: optometría diferenciada

Este espacio, inició con la charla de nuestro Patrocinador Oro Bausch+Lomb, que estuvo a cargo de la Dra. Iris Hernández con el tema “Impacto de las tecnologías de humectación y baja tasa de deshidratación en los usuarios de LCB”.

Javier Prada, Sergio Mario García, Guillermo Carillo y Ninoska Contreras fueron los conferencistas que participaron en este módulo, que contó con la moderación del Dr. José María Plata, Editor clínico de la revista 20/20 en Español.

Algunos de los temas que se expusieron fueron: miopía, ortoqueratología, lentes especiales, ojo seco y baja visión.

## Módulo 3: conozca más a sus clientes

Distribuidora ZOOM y Distribuidora Galileo, Patrocinadores Oro, ofrecieron la charla “Distribuidora



**“Lo que no se puede medir, no se puede mejorar”**

En todo negocio, existen objetivos y metas a las que se quiere llegar.

- ¿Cómo saber los resultados?
- ¿Cómo saber el avance?
- ¿Cómo saber qué se hizo bien para replicarlo?
- ¿Cómo saber qué se hizo mal para corregirlo?

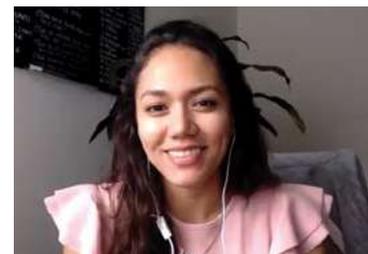
Al medir en digital podemos establecer metas muy concretas y conocer todo este detalle en tiempo real.



**¿Qué es la Tecnología HydraMax™?**

Formulación de un hidrogel de silicona sin recubrimiento de superficie que combina siliconas hidratadas y lipofílicas para facilitar un mayor nivel de agente hidratante dentro del lente y favorecer una mayor integración de lípidos de la película lagrimal, creando un material que maximiza y mantiene la hidratación y una comodidad superior durante todo el mes de uso.

**Agente hidratante**



**Presenta lentes de contacto lentes blancas para corregir completamente el astigmatismo de sus pacientes. Esto puede ayudar a generar mayor satisfacción en su paciente, incluso para aquellos con astigmatismo bajo.**

**Partidos** **Posiciones de la cabeza** **Alimentación ocular**

Compartir con los líderes de otros negocios y generar nuevos canales de venta. Al estar desatendidos por productos de alta calidad, alcance de la experiencia y brindar los mejores resultados para sus clientes. ¿Cómo se puede mejorar sus resultados en todas las dimensiones de sus operaciones?

**Diferencia y vende Más Herramientas Prácticas**

Logos of various brands including Bausch + Lomb, D&S, USGO, OFICINA, and others.

ZOOM: un aliado que le ayudará a impulsar su óptica hacia la transformación digital”, dirigida por Guillermo Mancilla Cárdenas.

Por su parte, Héctor Serna, Director Comercial de la Revista 2020, fue el encargado de moderar este módulo, que estuvo conformado por Marge Axelrad, Mónica Arredondo, Sandra Ortíz y Daniel Campos.

“El número de compradores por Internet, ha tenido un gran aumento y demanda”, afirmó Marge Axelrad, Directora Editorial de Vision Monday y VMAIL Estados Unidos quien ofreció la charla “Tendencias del consumidor actual” en la que compartió, de qué forma cambió el mercado de las ópticas en el último año, y cómo los compradores, han acudido a conseguir y comprar sus productos, vía *online*.

Por su parte, Sandra Ortiz (Colombia), ofreció un panorama acerca de las características de las generaciones y cómo aplicar este concepto en la óptica. Mónica Arredondo (México) abordó el tema de tipos de clientes, y por último Daniel Campos (Colombia) habló acerca de LinkedIn local y su aplicación para el crecimiento de las ópticas a nivel digital.

### Módulo 4: laboratorios

“HEINE, VE lo que nadie VE”, fue la charla principal del Patrocinador Oro Dewimed y Heine, a cargo de la Licenciada en Optometría, Evelyn Leal.

La conferencia magistral estuvo a cargo de Andrew Karp, Jobson medical information/WebMD, (USA) quien desarrolló el tema: “Cómo ha evolucionado la comunicación con el laboratorio y la óptica”. Aquí presentó interesantes estadísticas, realizadas por Jobson Optical acerca de las relaciones entre ópticas y laboratorios, lo que amplió el panorama de esta relación en el mercado latinoamericano.

En este módulo, moderado por Gustavo Dall’Osto, y Mtro José Nery Ordoñez, se contó con la valiosa participación de representantes de tres laboratorios: Jimmy Viscarra, de Laboratorios Vislab, (Bolivia) Francisco Audifred, de Laboratorios Vertex, (México) y Felipe Caballero, de Labocosta, (Colombia) quienes formaron parte del foro de discusión sobre “Retos de los laboratorios en su relación con las ópticas”. Durante el módulo, también se contó con la participación de Marisa Montenero de Ópticas Montenero (Argentina), Raúl Castillo, de Opticalia Camelines (México) Erika Juárez, de San Isidro Visión (Ar-





gentina), Diana Rey, Óptica Vision Medics (Colombia) y Patricia Saavedra de Ópticas Iris (Bolivia).

Como una forma de garantizar el aprendizaje, las conferencias estarán disponibles, a partir del 6 de septiembre, en la plataforma <http://evento.asesorvvo.com/diferenciacion/>, en la que además encontrará en cada uno de los módulos , E-books, talleres, conferencias pregrabadas y artículos con los que podrán complementar los conocimientos adquiridos en el evento.

## Muestra comercial

Nuestra plataforma Asesor Industria, formó parte de las grandes novedades de este evento. Allí, los asistentes tuvieron acceso a información y productos de nuestros patrocinadores y pudieron elaborar una lista de deseos en la que además de tener acceso a excelentes promociones, también estarán participando en la rifa de experiencias Airbnb.

Recuerde que puede visitar nuestra plataforma Asesor Industria y elaborar su lista de deseos hasta la primera semana de noviembre. Ingrese AQUÍ:



Queremos agradecer el apoyo de nuestros PATROCINADORES ORO: Bausch+Lomb, Johnson & Johnson, Essilor, Heine - Dewimed, Distribuidora ZOOM y Distribuidora Galileo; y los PATROCINADORES PLATA: Digital Optical Solutions, Hi Vision Optical, US Ophthalmic, Ital Lent, Grupo Prats, Opticalia, Clearvision, Avizor, Younger Optics y BK Frames.

Así mismo, agradecemos a cada uno de los participantes que nos acompañaron durante estos dos días, en un evento en el que todos tuvimos la oportunidad de aprender y compartir herramientas tanto clínicas como de Marketing, Ventas y Laboratorios, que nos ayudarán en nuestra práctica diaria y nos harán crecer como persona gracias al conocimiento adquirido. 2020

¡Gracias a todos!

**Módulo 4: Laboratorios**  
 Moderadores: Gustavo Dall'Osto y Mtro. José Nery Ordóñez

**NERY ORDÓÑEZ**  
 Lic. en Tecnología de Contactos de Lente  
 Director de Marketing

**GUSTAVO DALL'OSTO**  
 Asesor

**ANDREW KAPP**  
 Director de Ventas y Marketing  
 Representante, Johnson Medical  
 Representante, Essilor Contacto de Lente

Francisco Azañón

¿Cómo es la comunicación con su laboratorio?

Francisco Azañón



### Patrocinadores ORO



### Patrocinadores PLATA



BAUSCH+LOMB

Bio  
true®

ONEday lenses

Máxima humectación  
máximo confort  
Ahora en reemplazo diario



Fabricado con  
78% de agua<sup>1</sup>



16 horas de  
humectación<sup>2</sup>



Mantiene un 98%  
de humectación<sup>2</sup>



Transmisibilidad de  
oxígeno superior\*\*<sup>1</sup>



Bloqueo de UV\*<sup>1</sup>

1. ACLM Year Book 2019

2. Resultados de un estudio multicéntrico de 21 investigadores con lentes Biotrue® ONEday, con un total de 414 pacientes aptos: 210 usuarios de lentes desechables diarias (84 de Focus Dailies® AquaComfort y 33 de 1-Day ACUVUE® Moist) y 204 usuarios de lentes de reemplazo frecuente. A los 7 días de uso, los usuarios rellenaron una encuesta online. Los usuarios calificaron el rendimiento de los lentes Biotrue características y lo compararon con el de sus lentes habituales.

# Asesor Industria Conozca nuestra plataforma y acceda a grandes promociones

Hasta el mes de noviembre, no olvide ingresar a nuestra plataforma <https://conexion.asesorvvo.com/> y conocer más de cerca la diversa gama de productos de nuestros patrocinadores. Además, si usted envía su lista de deseos, podrá acceder a grandes promociones y participar en la rifa de experiencias Airbnb.

## ¿Cómo participar en las rifas/descuentos?

Si tiene alguna duda o desea apoyo para crear su lista de deseos, escríbanos al siguiente número de **WhatsApp:**  
**+57 312 3597757**

Visita el portal de Asesor Industria – <https://conexion.asesorvvo.com/> No necesita usuario, solo debe añadir el producto a la lista de deseo y enviarla.

(1)

Entre al producto deseado

(2)

Una vez adentro, añádalo a su lista de deseos

(3)

Presione el corazón, en la parte superior de la pantalla para revisar su lista

(4)

Rellena el formulario, y haz clic en “realizar el pedido”

(5)

# Ahora es el momento para reinventar la refracción

## Chronos

Refracción Binocular Guiada

### Sistema de Refracción Automatizado con Algoritmo de Refracción Guiada SightPilot, Todo-en-Uno

Chronos combina la autorefracción binocular y las mediciones de queratometría con pruebas binoculares subjetivas y agudeza visual en un solo instrumento que ocupa una cantidad mínima de espacio y optimiza el flujo de trabajo.



CONOZCA MÁS  
<https://tphc.io/esocta>



PROMOCIONES Y DESCUENTOS

Descuentos en monturas

**ClearVision:** ofrece los siguientes descuentos en sus monturas

**Nivel 1:** 18 piezas con un 30% de descuento

**Nivel 2:** 36 piezas con un 40% de descuento

**Nivel 3:** 72 piezas con un 50% de descuento.

Rifas en lentes oftálmicos

**Hi Vision Optical:** Sorteará **4 pares de lentes GX7** entre los asistentes que pasen por su *stand* y envíen su lista de deseos. \*\*Aplica únicamente para países donde GX7 cuente con distribuidor.

**Younger Optics:** Gane una **máquina de resplandor** haciendo su lista de deseos con productos de la compañía.

Descuentos en lentes de contacto

**Johnson & Johnson Vision:** Aproveche el precio especial de lanzamiento de Acuvue Vita.

**Ital Lent:** **10% de descuento** en toda la línea de productos cuando envíe su lista de deseos con productos de la compañía.

**Distribuidora Galileo:** En su primera compra Distribuidora Galileo le ofrece el **20% de descuento** en todos sus productos \*\*Válido solo para Argentina.

**Distribuidora Zoom:** En su primera compra Distribuidora Zoom le ofrece el 20% de descuento en todos sus productos \*\*Válido solo para México.

Experiencias Airbnb

- Cocina paella con una chef de primera
- vinos argentinos - Clase divertida con un Sommelier
- Curar el estrés a través del arte terapia
- Aprende tango argentino con expertos locales
- Cocina tacos mexicanos con un chef profesional
- Nuevos hábitos, nueva vida
- Las mejores Recetas de la cocina peruana con un chef experto
- Power yoga desde Barcelona

Conozca algunos de los productos que ofrecen nuestros patrocinadores:

**BAUSCH + LOMB**

Ultra®

Lentes de contacto diseñadas para usuarios de pantallas digitales.



**Johnson & Johnson VISION**

Acuvue Vita

Diseñados para casi todos los tipos de corrección de la visión





Dewimed-Heine

Estuche de diagnóstico oftalmológico



**ESTUCHE DE DIAGNÓSTICO OFTALMOLÓGICO**  
INVERSIÓN INTELIGENTE Y SEGURA A LARGO PLAZO

**OPHTALMOSCOPIO BETA 200**

- Cáscara o galleta.
- Hemético al polvo.
- Sistema óptico eficiente, para una imagen de la retina, clara y con mucho contraste.
- 6 diafrágramas y 2 filtros.
- 27 lentes (350 a +40D).

**MANGO BETA 4 USB**

- Indicador de carga.
- Carga vía USB.
- Batería de iones de litio.
- Tiempo de carga rápida.
- Mayor elasticidad de uso.
- Superficie de metal de larga vida y calidad.

**RETINOSCOPIO BETA 200**

- Filtro de polarización integrado.
- PMASCOPE: Facilita la determinación del eje del cilindro más rápido y preciso.
- Con soporte para tijeras de fijación.

**Además recibe de regalo:**

- 2 lentes de repuesto.
- Tijeras de retinoscopia.

**PRECIO PROMOCIÓN:**  
**\$23,500.00 IVA INCLUIDO**  
Vigencia: 15 de diciembre 2021

5 años de garantía



DISTRIBUIDORA  
**GALILEO**

Proporciona una mayor humectación durante todo el día y Smartshield que evita el acumulo de proteínas.



DISTRIBUIDORA  
**ZOOM**

Proporciona un uso estable y confortable, para una orientación óptima. **20/20**





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

Estimados lectores:

**A**segurar la permanencia exitosa de nuestros consultorios y ópticas, en especial en este tiempo de pandemia, nos hace pensar en la importancia de lograr una diferenciación de los servicios que brindamos a nuestros pacientes.

Es momento de mirar y explorar otros horizontes para diversificar nuestro compromiso de atención visual a la población de nuestro país, del cual bien se dice: “Como México no hay dos”.

Precisamente, tenemos oportunidad de brindar cuidado visual a una población invisible, inclusive para nosotros. Me estoy refiriendo a las personas con discapacidad auditiva que también tienen un déficit verbal, mejor conocidos como sordos.

De acuerdo con el Censo Nacional 2020, el 16.5 % de la población en México son personas con discapacidad, de esta cantidad la población sorda representa el 24.4%. El INEGI informó que la categoría de personas que, aún con lentes no pueden ver, está aumentando en comparación con el anterior censo. Es decir, está creciendo el número de personas con baja visión.

Censo 2020 INEGI / Total	20, 838,108	100%
Limitación para caminar	8,096,386	38.8%
Para Ver	12, 727.653	61%
Para Escuchar	5,104,664	24.4%
Para Hablar	2, 234, 303	10.7%
Para atender cuidado personal	2, 430,290	11.6%
Para recordar o concentrarse	4,956,420	23.7%
Condición mental	1, 590,583	7.6%

¿Cuántas personas sordas necesitan servicios de atención visual? Todas. Deberíamos de pensar: ¿Qué tipo de cartillas de agudeza visual necesito tener?, si tengo auto refractor o no, pruebas de diagnóstico, considerar modificaciones de las técnicas optométricas que se aplicarán y los síndromes que debo contemplar como causantes del déficit: Síndrome de Alport, Síndrome congénito por Rubeola, Síndrome de Down, Síndrome Marshall, Síndrome de Usher, entre otros, así como aprender el lenguaje de señas para lograr comunicarnos y explicarles su condición visual.

La CNDH ha publicado una serie de sugerencias para que los oyentes puedan interactuar de forma correcta y exitosa con personas con deficiencia auditiva:

Al dirigirse a una persona sorda o con déficit auditivo llamar su atención con un gesto o tocar su hombro suavemente.

Mantener siempre el contacto visual. Ser expresivo al hablar para que puedan identificar nuestros sentimientos.

Nunca tapar la boca, pues les dificulta leer los labios.

Si la persona sorda cuenta con la asistencia de un intérprete, dirigirse directamente a la persona sorda, no al intérprete.

No llamarles “sordito” o “sordomudo”, pues las personas sordas no son mudas, pueden hablar, pero no aprendieron a hacerlo porque no podían escuchar.

Ahora bien, existen intérpretes certificados en lengua de señas mexicana, pero no son suficientes (40 personas registradas en el año 2016); hecho que hace un enorme contraste con los datos sobre la existencia de la primera Escuela de Sordomudos en nuestro país, dirigida por el Prof. francés Eduardo A. Huet Merlo, quien impulsó la educación para niños con problemas de mutismo y sordera tanto en Francia como en Brasil, y arribó a México por invitación de Benito Juárez en 1886.

En nuestro gremio existen contados colegas que brindan atención optométrica a pacientes sordos; es por esta razón que nos da un gusto enorme contar, en esta edición, con la participación del Lic. en Opt. Julio César Nieto Reyes, quien con verdadero compromiso, pasión y dominio de la lengua de señas mexicana nos compartirá su experiencia al atender a este tipo de población.

Les invito a disfrutar de su colaboración en esta edición de la revista 20/20 y esperamos sea de mucha utilidad para impulsarnos a prepararnos para cubrir este desafío. **20/20**

**Systane**<sup>TM</sup>  
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**



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

<sup>2</sup> 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

# Una nueva mirada hacia la discapacidad auditiva

*Por Lic. Opt. Julio César Nieto Reyes, egresado del Centro Interdisciplinario de Ciencias de la Salud - Unidad Santo Tomás (CICS – UST) del Instituto Politécnico Nacional (IPN) e intérprete de Lengua de Señas Mexicana.*



**E**n el mundo existen más de mil millones de personas con discapacidad – PcD por sus siglas. Aproximadamente 15 % de la población general, según el último informe, realizado por la Organización Mundial de la Salud y el Banco Mundial. En México, existen 20 838 108 personas, según datos del último CENSO INEGI 2020 cifra que representa el 16.5% de la población de nuestro país, de los cuales la conforman: 6 179 890 PcD, representando el 4.9%, 13 934 448 personas con alguna limitación para realizar una actividad de la vida diaria como caminar, ver, oír, autocuidado, hablar o comunicarse, recordar o concentrarse, representando el 11.1%, y 723 770 con algún “problema o condición mental”, representando el 0.6%. Cabe resaltar, que la población con alguna condición de discapacidad o limitación para escuchar es de 5 104 664 personas, representando el 24.4% y la población con alguna condición de discapacidad o limitación para hablar o comunicarse es de 2 234 303 personas, representando el 10.7%. Población que al transcurso de los años irá en aumento ya que los seres humanos por cuestiones de edad, enfermedad o por algún evento desafortunado como accidente adquirirá una condición de discapacidad o alguna limitación para realizar una actividad de la vida diaria e incluso estos aumentos surgen por causa natural de las poblaciones al nacer.

En el transcurso de la historia, la población con discapacidad auditiva en México y en el mundo han sido y siguen siendo de las

poblaciones con mayor desatención en sus diversas esferas que conforman a un ser humano y solo por ser una minoría lingüística la cuál ha sido discriminada, invisibilizada y excluida. Infantilizando su trato y atención, en el peor de los casos experimentando un aislamiento total siendo éste la forma más cruel que una persona puede vivir y que conlleva a la violación de sus derechos fundamentales como lo es el derecho a la vida y a la salud.

Mi relación con las personas sordas, su cultura y su Lengua de Señas Mexicana (LSM) inició desde mi infancia, fui un usuario de la lengua por convivencia con la comunidad sorda, así fue mi niñez y adolescencia. Cursé una relación sólida y emocionalmente profunda con esta maravillosa población. Posteriormente, de adulto observé los grandes obstáculos que experimentaban las personas con esta discapacidad.

Incursioné mi formación de la LSM en la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco y concluí mi educación en esa casa de estudios. Posteriormente, emprendí el viaje a la interpretación, la cual he adquirido por medio de asociaciones, agrupaciones de intérpretes e intérpretes independientes de la Ciudad de México, ya que en nuestro país aún hay un gran vacío para la formación como intérprete profesional. Existen esfuerzos de grandes intérpretes certificados para poder cubrir este vacío, pero el camino aún es largo por lo que la educación continua y autodidacta es vital. Mi habilidad no pue-

de ser posible sin la ayuda de todos mis amigos sordos, a quienes les agradezco. Siempre estaré a su servicio por su generosidad, muestras de amor y cobijo en su comunidad.

También, cuento con la licenciatura en optometría por lo que he adquirido un compromiso y responsabilidad con la salud visual de los pacientes. Esta profesión me llevó a ver la gran carencia que existe, en todos los niveles de atención y servicios, para las personas sordas y la optometría en México no era la excepción.

Uní estas dos grandes profesiones para ofrecer una consulta integral a las personas sordas. Observé que el sentido de la vista es algo de suma importancia. Actualmente, doy consulta a nivel primario y a su vez interpreto en la Asociación Llanta de Perro A.C, que se encarga en promover una cultura de inclusión y respeto a las personas con discapacidad. También, formo parte del colectivo: “De Mis Manos a Tus Ojos”, conformado por personas con y sin discapacidad, dentro del cual creamos conciertos musicales inclusivos con fines de accesibilidad, promoción y fomento de una cultura de inclusión y respeto. Soy intérprete voluntario, acompaño a personas con discapacidad auditiva en los diferentes contextos que requieran un puente de comunicación.

Sin duda la experiencia que he adquirido ha surgido por el contacto directo de estar con las personas sordas, quienes me hicieron consciente de la gran necesidad que existe por crear espacios accesibles para todos ellos. Esto me ha llevado a profundizar en el estudio de la Lengua de Señas Mexicana y la comunidad sorda. He conocido los obstáculos a los cuales se enfrentan y, sin duda, la salud visual es un área que aún falta por atender. Al no contar con el sentido de la audición la vista se vuelve uno de los sentidos con mayor importancia dentro de sus actividades y requieren que estén bien visualmente para desempeñarse en la vida cotidiana. Como prestadores de servicios de salud se nos abre la oportunidad de ayudar a esta población.

La Lengua de Señas Mexicana LSM consiste en una serie de signos gestuales articulados con la

manos, llamados ideogramas y se acompaña de expresiones faciales, mirada intencional y movimiento corporal, todos estos están dotados de una función lingüística, formando parte del patrimonio lingüístico de dicha comunidad, es tan rica y compleja en gramática y vocabulario como cualquier lengua oral haciendo a esta la vía más directa y óptima en la atención eficaz, oportuna y digna para las personas sordas.

En mi consulta optométrica ha sido impresionante y satisfactorio poder dar una atención a través de la LSM, ser capaz de hacer el interrogatorio, las pruebas visuales y oculares a través de esta vía y dar un diagnóstico, pronóstico, tratamiento y seguimiento de atención a cada uno de estos pacientes. Me han hecho reflexionar sobre la gran importancia y el compromiso que necesitamos la comunidad de optometría para poder dar una atención a este nivel. Observo que no encuentro ninguna diferencia en la atención de una persona oyente (bajo este término nos conocen a las personas sin discapacidad auditiva) y una persona sorda, si tan solo pudiéramos acceder a esta valiosa lengua con la que ellos establecen relación con el mundo.

He observado que la atención primaria de la salud visual puede ser tan amplia y compleja tanto en exploración, evaluación y atención teniendo la Lengua de Señas Mexicana. En mi experiencia no he encontrado una distinción de atención entre ambas poblaciones como la oyente o la población sorda más que la vía de comunicación, siendo esta la Lengua de Señas Mexicana, por lo cual enfatizo la importancia de la adquisición de la lengua para poder así cumplir de una forma profesional, ética, humana y útil las necesidades de nuestros pacientes a la hora de acudir a la consulta.

También me gustaría destacar que he encontrado a pacientes con el Síndrome de Usher, trastorno genético caracterizado por afectar la audición, la visión y el equilibrio. Los principales síntomas del Síndrome de Usher son la sordera o pérdida de audición y Retinosis Pigmentaria por lo cual el interrogatorio, la exploración visual y ocular son de

suma importancia para un diagnóstico oportuno, así como el trabajo multidisciplinario para la certeza en el diagnóstico y rehabilitación adecuada. La mayoría de los niños con síndrome de Usher nacen con pérdida de audición de moderada a profunda, según el tipo del síndrome que tengan ya que existen tres tipos y hasta el momento nueve tipos de alteraciones genéticas investigadas. Con menos frecuencia, la pérdida de audición por el síndrome de Usher aparece durante la adolescencia o más adelante. La Retinosis Pigmentaria inicialmente causa ceguera nocturna y pérdida de la visión periférica debido a la degeneración progresiva de las células en la retina. El síndrome de Usher afecta a alrededor de 4 a 17 personas por cada 100,000 y representa aproximadamente el 50% de todos los casos hereditarios de sordera con ceguera. Se cree que el síndrome representa entre el 3% y el 6% de todos los niños sordos y entre el 3% y el 6% de los niños con dificultad para oír. Actualmente, no hay cura para este Síndrome. El tratamiento implica el manejo de los problemas de visión, audición y equilibrio. El diagnóstico temprano ayuda para la atención y adaptación oportuna en las instancias que puedan dar una rehabilitación, tomando en cuenta la gravedad de la pérdida de la visión y audición, así como la edad y capacidad del paciente. La capacitación para vivir de manera independiente dependerá de la rehabilitación de orientación y movilidad adquirida, la instrucción en Braille y los servicios de baja visión oportunos que puedan brindarse a los pacientes.

Finalmente, me encantaría a través de este artículo poder hacer un llamado a la conciencia de los profesionales de la salud visual para comenzar a incursionar hacia la accesibilidad desde una toma de conciencia y utilizando el enfoque de inclusión desde una perspectiva de derechos humanos, al igual me encantaría agregar que se han hecho acuerdos de ley a nivel nacional e internacional que promueven lo anterior. A continuación, la cita:

*La Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad ratificada por México en el año de 2007, reconoce que la discapacidad es un concepto que evoluciona y que resulta de la interacción entre las personas con*

*deficiencias y las barreras debido a la actitud y el entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con los demás. Establece la importancia de asegurar el goce pleno y en condiciones de igualdad de todos los derechos humanos para todas las personas con discapacidad, así mismo el derecho a la salud. Por lo cual replantea el paradigma del trato asistencialista a las personas con discapacidad hacia un nuevo modelo, modelo basado en los derechos humanos, promoviendo una toma de conciencia, un enfoque de inclusión, la accesibilidad y ajustes razonables con base a derecho. Así mismo, reconoce a la diversidad de las personas con discapacidad y la importancia de la accesibilidad para el goce pleno de todos sus derechos promoviendo así la formación profesional a fin de prestar mejor la atención y servicios que garanticen sus derechos y tengan en cuenta sus necesidades, aceptando y reconociendo la utilización de la lengua de señas facilitando así la comunicación, acceso a la información e interacción. Exigiendo a los profesionales de la salud que presenten a las personas con discapacidad atención de la misma calidad que a las demás personas, impidiendo a su vez que se nieguen, de manera discriminatoria, servicios de salud o de atención de la salud por motivos de discapacidad. La discriminación contra cualquier persona con discapacidad por razón de su discapacidad constituye una vulneración de la dignidad y el valor inherente del ser humano.*

Me gustaría concluir diciendo que los pacientes son el motivo principal de nuestra atención y profesión, por lo cual el seguir en educación continua comprometidos con darles la mejor atención posible es la vía eficaz. Es realmente conmovedor el poder establecer una relación paciente – optometrista a partir de su propia lengua. Se requiere de esfuerzo, disciplina, voluntad y compromiso para aprender su lengua de señas, por lo cual me dará mucho gusto ponerme a su servicio y contribuir a una mejor atención para sus pacientes, aunque confío y observo cómo cada colega de nuestra amada profesión, la optometría, siempre está en constante apertura y dando lo mejor para la atención visual. **2020**

Referencia;

Boughman, J.A., et al. (1983). Usher syndrome: definition and estimate of prevalence from two high-risk populations. *Journal of Chronic Diseases*, 36(8), 595–603.



# 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](http://www.usophthalmic.com) | [info@usophthalmic.com](mailto:info@usophthalmic.com) | Tel: +1.786.621.0521



# 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.

SETO

Policarbonato  
ANTI (BLU-RAY)  
ASPIERIC

“Protección ante el uso de dispositivos digitales”

CE FDA

QR code

f SETO México    i Setomexico    t Setomexico

### ¿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 abe-rración y optimizar los efectos visuales.

Son delgadas ofreciendo alta comodidad y estética.

Cuentan con un diseño de revestimiento hidrofóbico.

seto®

Policarbonato

ANTI(BLU-RAY)  
ASPHERIC

CE FDA

“Protección ante el uso  
de dispositivos digitales”

La mejor lente, la fabrica Seto



## Lentes oftálmicas para cualquier necesidad

**Si usted busca para sus pacientes:**

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

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

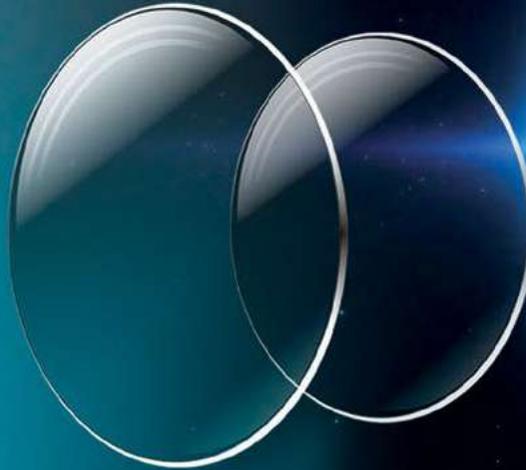
## Nuestro certificado de garantía

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**

**ANTI(BLU-RAY)**  
ASPHERIC

ISO9001:2008  



**seto**®

**ANTI BLU-RAY ASPHERIC ¡EL ORIGINAL!**

**¡GARANTIZA TU COMPRA, EXIGE TU CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD!**

**Ciudad de México**

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

**BOSSINIS**  
BOJIVAR #24, LOCAL G, COL. CENTRO, TEL. (55)5512 6550

**MULTIMARCAS ORTIZ**  
ISABEL LA CATÓLICA 24-306, COL. CENTRO, TEL. (55)5521 3933

**OPTICENTER LEÓN**  
REPUBLICA 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

**REPUBLICA 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 9568

**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. (687)752 2537 Y (687)713 4958

**SUCURSALES**

**DOSE MAZATLÁN**  
JOSÉ MARÍA MORELOS #901, COL. CENTRO, MAZATLÁN, SIN.,  
C.P. 82000, TEL. (689)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)812 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 L63 LOC. 4 SUPERMANZANA 24, CANCÚN, Q.R.,  
C.P. 77509 TEL. (998)157 0055

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

**GRUPO ÓPTICO ROJAS**

CALLE JUAN ÁLDAMA SUR #214, COL. CENTRO,  
TOLUCA EDO. DE MÉXICO, TEL. (722)380 6264

**REAL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN ÓPTICO**  
XICOTENCATI NO. 1503-B, C.P. 60300,

**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. 56400, TEL. (921)212 8704

**SUCURSAL**  
**VISION ÚNICA**  
SEBASTIAN LERDO DE TEJADA #38, MINATITLÁN, VER.,  
C.P. 66700, TEL. (922)223 0071

**LABORATORIO ESPAÑA**  
AV. ORIENTE 4 #217, COL. CENTRO, ORIZABA, VER.,  
C.P. 64300, TEL. (27)2233 7410

**GRUPO ÓPTICO GÓMEZ**  
AV. 20 DE NOVIEMBRE #28, COL. CENTRO, PARRAL, CHIH.,  
C.P. 33600

**DISTRIBUIDORA SICA**  
C. JAIME NÚÑEZ #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 1909

**SETO ÓPTICO DE MÉXICO S.A. DE C.V. CALLE 16 DE SEPTIEMBRE #53, 3er. PISO, COL. CENTRO, ALCALDÍA CUAUHTÉMOC, CDMX C.P. 06000**  
E-mail: setomexico@hotmail.com TEL. 55 55217800 FAX: 55 55217523

# ¿Qué ha sucedido en los últimos meses con nuestros ojos y la vida digital?



Con el mayor uso de los dispositivos digitales y atendiendo la sintomatología que presentan los pacientes, los profesionales han informado sobre los riesgos que ocasiona el síndrome visual informático, las personas que trabajan con computadoras ejecutan entre 12.000 y 35.000 movimientos de cabeza y ojos, sus pupilas reaccionan entre 5000 y 17000 veces, provocando moles-

tias relacionadas con la visión, músculos cervicales, estrés, etc. Sin embargo, la actual rutina nos ha llevado a que se intensifique el uso de pantallas para realizar las actividades del día a día, impactando a todas las generaciones.<sup>1</sup>

Después de más de un año, el excesivo uso de dispositivos digitales nos está pasando factura, según el Colegio Oficial de Ópticos y Optometristas de Andalucía el 57.4% de la población ha reportado que su visión ha empeorado y que el 77.4% de los adolescentes, entre 12 y 19 años, han sufrido cambios de graduación en este periodo.<sup>2</sup>

Entre los principales problemas derivados del uso continuo e inadecuado de dispositivos digitales son:

- **Fatiga visual**
- **Cefalea**
- **Confusión visual**
- **Visión borrosa intermitente**
- **Sequedad ocular**

Por otro lado, a finales del 2020 el 34% de la población infantil presentaba problemas visuales y el abuso de dispositivos digitales en tiempos de pandemia va engrosando esta cifra, debido al encierro en casa, falta de luz natural, el sedentarismo y el uso excesivo de pantallas que ha provocado el aumento de afecciones oculares.<sup>3</sup>

El 80% del desarrollo socio – educativo es recibido durante los primeros 12 años de vida<sup>3</sup> y se obtiene a través de la vista, si el sistema visual no funciona correctamente, puede interferir con sus habilidades de aprendizaje y afectar su desempeño escolar.

No olvidemos que la interacción con la luz azul violeta nociva puede provocar problemas para dormir, fatiga y estrés visual.<sup>4</sup>

Es por ello que Essilor®, en el compromiso por mantener una buena visión en cualquier circunstancia, presenta una amplia gama de productos bajo su marca EYEZEN™ la cual promueve lentes visión sencilla con avanzada tecnología para los pacientes que aún no son presbítas.

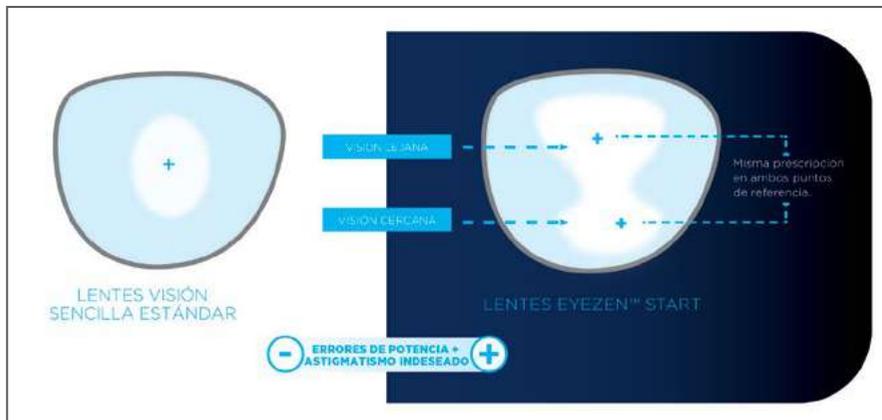
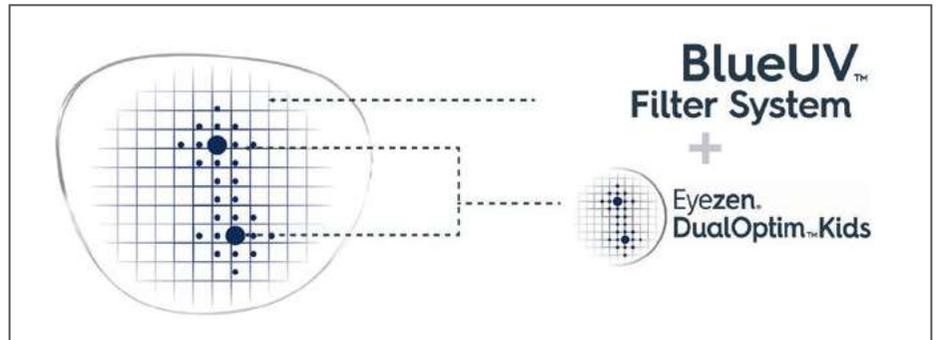


## Eyezen™ Kids

Toma en cuenta parámetros de los niños (morfología, distancia del objeto, y dirección de la mirada), para brindar mayor comodidad visual y protección para explorar y aprender sin límites.

Cuentan con dos puntos de referencia optimizando la superficie de la lente para las direcciones de la mirada más utilizadas por los niños (no solo para la parte central de la lente) mientras se mantiene su prescripción.

Adicional permite la mayor protección gracias a la tecnología BlueUv que permite bloquear la radiación UV y filtrar la luz azul nociva.



## Eyezen™ Start

Con las lentes Eyezen™ Start se optimiza la superficie de la lente, para brindar una visión nítida de lejos y de cerca, gracias a dos puntos de referencia que se adaptan al nuevo comportamiento del usuario frente a dispositivos digitales. Brinda la potencia correcta en toda la lente, teniendo en cuenta la distancia de los objetos y la dirección de la mirada.

Al igual que Eyezen Kids incorpora la tecnología BlueUv que asegura protección efectiva de la radiación UV y la Luz azul nociva.

## Eyezen™ Boost

Cuenta con un refuerzo de potencia positiva ubicado en la parte inferior de la lente, para ayudar a relajar los ojos, ayudando al usuario a mejorar la nitidez de los caracteres pequeños y a adoptar una postura más natural frente a los dispositivos digitales.





	Eyezen Kids	Eyezen Start	Eyezen Boost
POTENCIA ADICIONAL			+0.4 Y +0.6
EDADES SUGERIDAS	6 A 12 AÑOS	12 A 40 AÑOS	18 A 39 AÑOS
PROTECCIÓN UV	BlueUV™ Filter System	BlueUV™ Filter System	
PROTECCIÓN LUZ AZUL			
PARA USO DE DISPOSITIVOS DIGITALES	✓	✓	✓
CON LEVE TONO AMARILLO			✓
IDEAL PARA	Para los niños que mantienen una vida conectada y requieren una buena visión acompañada de protección.	Personas que buscan mayor comodidad y disminuir la fatiga visual frente a dispositivos digitales	Personas que presenten mayores síntomas de fatiga visual frente a dispositivos digitales
COMBINACIÓN CON CRIZAL	✓	✓	AR LIGHT SCAN INCLUIDO
LOGOMARCAS			
MEDIDAS	<b>Regular:</b> DNP y Altura <b>Fit:</b> Panorámico, Pantoscópico y DV	<b>Regular:</b> DNP y Altura <b>Fit:</b> Panorámico, Pantoscópico y DV	<b>Regular:</b> DNP y Altura <b>Fit:</b> Panorámico, Pantoscópico y DV

\*DNP: Distancia nasopupilar  
\*\*DV: Distancia al vértice

Principales beneficios de la Gama Eyezen™

- Reduce la fatiga visual con el uso de dispositivos digitales
- Protección ante radiación UV y luz azul violeta nociva.
- Permite el paso de luz azul turquesa benéfica.
- Los usuarios disfrutan de una visión más relajada especialmente al usar dispositivos digitales.
- Ofrece una excelente visión para el desarrollo de las actividades cotidianas
- Lentes totalmente transparentes\*
- Mejora la lectura de caracteres pequeños\*\* **20/20**

\*Solo en Eyezen Kids y Eyezen Start

\*\*Eyezen Boost Bibliografía

1. Leyé, L. I. F. (2012, 12 marzo). Síndrome visual informático | Frómata Leyé | Revista Información Científica. Revista Información Científica. <http://www.revinformacioncientifica.sld.cu/index.php/ric/article/view/755/1715>
2. R. (2021c, mayo 19). El teletrabajo pasa la factura: la visión del 58% de la población ha empeorado. Modaengafas.com. <https://modaengafas.com/el-teletrabajo-pasa-la-factura-la-vision-del-58-de-la-poblacion-ha-empeorado/>
3. Filippi, A. (2020, 9 octubre). Como cuidar los ojos de los niños en una nueva normalidad llena de pantallas. EL PAIS. <https://elpais.com/mamas-papas/2020-10-09/como-cuidar-los-ojos-de-los-ninos-en-una-nueva-normalidad-llena-de-pantallas.html>
4. Qué es la luz azul y por qué deberías proteger tus ojos de ella. (s. f.). Essilor Blog. Recuperado 8 de julio de 2021, de <https://www.essilor.es/blog/contenidos-de-interes/luz-azul>



Eyezen Kids

Eyezen Start

Eyezen Boost

Consumidor

DE 6 A 12 AÑOS.

DE 13 A 39 AÑOS DE EDAD CON ALGUNOS SÍNTOMAS DE FATIGA VISUAL

DE 18 A 39 AÑOS DE EDAD CON SÍNTOMAS DE FATIGA VISUAL



**Especialistas en niños y su futuro**

MIRAFLEX®



# LA SOLUCIÓN VISUAL MÁS COMPLETA PARA NIÑOS



Brindando una  
corrección óptica  
**adecuada**



Tomando en cuenta  
**las diferentes medidas  
cráneofaciales**



Ofreciendo la mayor  
**protección visual**

MIRAFLEX® especialistas en armazones para niños,  
y ESSILOR® la marca #1 de lentes oftálmicas en el mundo\*,  
se unen para ofrecerte las mejores soluciones ópticas  
infantiles con los armazones más resistentes, seguros y  
livianos, **los más adecuados para ellos.**

**Disponibles en todo México**

Contáctanos y haz tu pedido:



**55 5634 8540 Opción 5**



SEE MORE.  
DO MORE.

# Más de 275 empresas expositoras estarán en Vision Expo West 2021



**VISION 2021  
EXPO VEGAS**  
EDUCATION: SEPT 22-25  
EXHIBIT HALL: SEPT 23-25  
SANDS EXPO | LAS VEGAS

<b>NEW</b> PRODUCTS	<b>NEW</b> TRENDS
<b>300+</b> EXHIBITORS	<b>190+</b> HOURS OF EDUCATION

**#IMREADY**

Vision Expo West 2021 se llevará a cabo en el Sands Expo & Convention Center en Las Vegas, Nevada, del 22 al 25 de septiembre de 2021. El programa educativo de la feria, junto con OptiCon® y Vision Expo, abrirá el miércoles 22 de septiembre y las exhibiciones estarán disponibles el jueves 23 de septiembre. Para registrarse en Vision Expo West 2021, haga clic en el siguiente código QR:



“El equipo de Vision Expo se complace en dar la bienvenida a más de 275 empresas expositoras en Las Vegas en septiembre”, dijo Fran Pennella, vicepresidente de Vision Expo, quien añadió que “esperamos volver a reunir a la comunidad de la visión y ofrecer una atmósfera vibrante para realizar negocios, establecer contactos y aprender”.

El Show Floor de Vision Expo incluyen: The Focus, que representa la base del cuidado de la vista y reúne tecnología de lentes y recubrimientos, técnicas de procesamiento de lentes, soluciones para el manejo de enfermedades, innovaciones en lentes de contacto y optimización de la práctica del cuidado de la vista; The Park, se destaca por sus íconos de la industria, marcas omnipresentes y colecciones prestigiosas; y The Union, representa un enérgico escaparate que incluye lo último en diseño independiente y colaboraciones inspiradas en la cultura pop.

Las empresas expositoras en **The Focus** incluyen Allergan, Novartis y Zeiss. Mientras tanto, Safilo y Marcolin apuestan por **The Park**, y Etnia Barcelona, Lafont y Shwood Eyewear se presentarán en **The Union**.

**Las suites** también regresarán a Las Vegas, ofreciendo a los asistentes acceso a las casas de moda de lujo más establecidas y las últimas boutiques exclusivas de lujo en una experiencia de compra íntima e incomparable en los hoteles Venetian y Palazzo. Se invita a los asistentes a experimentar un grupo selecto de marcas distintivas que van desde moda elegante hasta colecciones boutique emergentes y exclusivas. Las empresas expositoras incluyen Thélios y Krewe.

“Estamos comprometidos a organizar un evento seguro y exitoso en Las Vegas”, dijo Mitch Barkley, vicepresidente de ferias comerciales y eventos en The Vision Council, copropietario de Vision Expo. “Estamos monitoreando cuidadosamente la evolución de los protocolos de salud y seguridad en Nevada y seguiremos actualizando nuestros protocolos VisionSAFE para cumplir con las recomendaciones y pautas más actualizadas”, añadió.

Para conocer las pautas más recientes de VisionSAFE, haga clic en el siguiente código QR:



**The Seen**, el destino dinámico del escenario principal que debutó en Vision Expo East 2021, ofrecerá un aprendizaje colaborativo en Vision Expo West 2021 a través de eventos especiales, incluida la Serie EYE2EYE, una serie de paneles con expertos de la industria que discuten una variedad de temas, desde tendencias, moda hasta la diversidad en la industria. El sábado 25 de septiembre, The Seen albergará el Career Zone-Student Lounge, un centro de contactos para estudiantes y jóvenes profesionales donde pueden explorar oportunidades profesionales y participar en varios eventos dinámicos.

Además de una impresionante lista de expositores, Vision Expo West dará la bienvenida a minoristas clave, grupos de compras y asociaciones profesionales. Varios de los principales grupos de compras de la industria se han asociado con Vision Expo West para el 2021 al comprometerse a enviar compradores clave, promocionar el Show entre sus miembros u organizar eventos. Los grupos de compra de apoyo incluyen: PECAA, IDOC, Villavecchia, Vision Trends, Opti-Port, CECOP y SNAPP.

Vision Expo West albergará varios eventos especiales, brindando amplias oportunidades para que los asistentes y expositores se relacionen y socialicen dentro y fuera del Show Floor. Prevent Blindness, la organización voluntaria líder en salud y seguridad ocular del país dedicada a combatir la ceguera y salvar la vista, organizará su evento Person of Vision junto con el Show el jueves 23 de septiembre.

**El premio Prevent Blindness Person of Vision** reconoce a una persona u organización cuya perspectiva inspirada defiende una visión saludable y su importancia para una vida saludable.

Para obtener más información sobre Vision Expo, visite [visionexpo.com](http://visionexpo.com) y siga los canales de redes sociales de Vision Expo, **Facebook**, **Instagram**, **Twitter** y **LinkedIn**. **20/20**



# #Hashtag, *dinámico e impactante*

## Por Yiwu Importaciones

La colección captura el espíritu de la nueva generación con diseños y colores que transmiten el estilo metropolitano de la marca.

### HA7815.

Las varillas cuentan con una combinación de colores llamativos y pedrería que le otorga al modelo un estallido de energía y estilo único.



### HS2862.

Estas livianas lentes son el accesorio perfecto para personalidades que les encanta los modelos clásicos, pero con colores frescos y detalles originales.



### HS 2891.

Modelo de esencia dinámica y original gracias a sus color rosado y detalles que le da una apariencia juvenil y muy femenina.



Transitions™  
XTRACTIVE®  
POLARIZED



## DE TRANSPARENTE A EXTRA-WOW

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

### AHORA DISPONIBLE:

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

# Emporio Armani,

*energía innovadora*

## Por Luxottica

La colección se distingue por combinar modelos de estilo dinámico con estética visionaria.

También, por sus propuestas hechas con materiales sostenibles. Una fusión de elegancia y sensibilidad medioambiental.

### EA 2118.

La montura ovalada de metal presenta un perfil múltiple y líneas abiertas, lo que da lugar a un efecto vanguardista que se subraya también con las propuestas cromáticas: blanco mate o plata brillante, en ambos casos con lentes grises. Las nuevas varillas tubulares llevan el logotipo grabado y cuentan con terminales perforados.



### EA 2113.

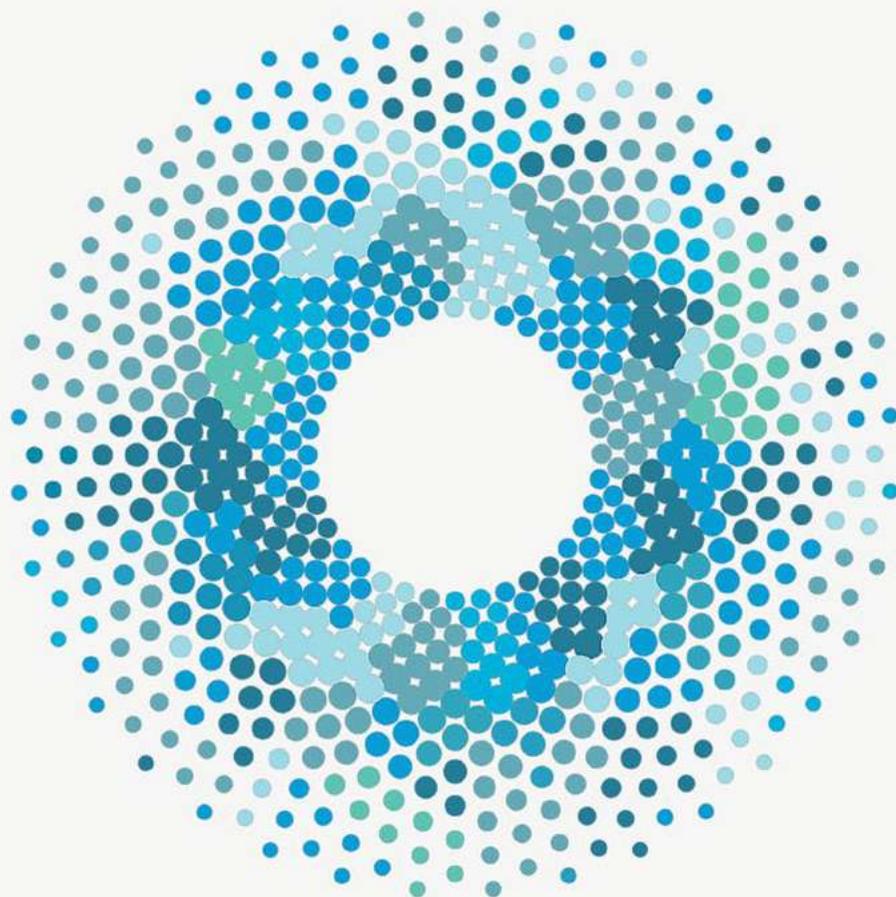
Montura delgada con doble puente y unas nuevas varillas tubulares, que llevan grabado el logotipo de Emporio Armani y presentan extremos perforados. El carácter elegante y contemporáneo del modelo se subraya con la paleta cromática: lentes verdes para la montura en oro y naranja para la versión en bronce mate.



### EA 4160.

Esta propuesta, ligera y dinámica, presenta varillas delgadas con una aplicación contrastante en goma en la que se ha impreso el logotipo de Emporio Armani. El modelo está disponible en verde con las lentes ajustables en habana y verde mate, y en azul con las lentes ajustables en habana azul y azul mate.





# LEONARDO

science for a new vision

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

[leonardo.essilorluxottica.com](http://leonardo.essilorluxottica.com)

# Maxim Paris Premium, *diseño y glamur francés*

## Por Lucy's Optical

Una colección con diseño y detalles de lujo que transmiten elegancia a simple vista.

### *MXP 4323 C2.*

Modelo que deslumbra por su diseño combinado en negro con rojo que delata elegancia a simple vista. Sus varillas de acero inoxidable, en color dorado, son ideales para aquellas mujeres que buscan lucir a la moda.

### *MXP 4325 C4.*

Armazón de acero inoxidable que hará lucir glamurosa a cualquier mujer. Su frente de forma *cat eye* tiene una combinación vino con dorado que resalta por la brillantina en la parte superior. Sus varillas brindan comodidad con sus terminales de acetato y su sistema *flex*.

### *MXP 4328 C1.*

Modelo bitono de acero inoxidable ultradelgado perfecto para alguien que busca comodidad sin perder el glamur en todo momento. Sus varillas cuentan con sistema *flex* y terminales de acetato.





LUCY'S OPTICAL  
E Y E W E A R

# ¡LAS MEJORES MARCAS DE ARMAZONES PARA TU ÓPTICA!



GLORIA VANDERBILT<sup>™</sup>  
eyewear

**FILOS**  
CLASSIC EYEWEAR SINCE 1946

UNITED COLORS  
OF BENETTON.



**eacharel**  
PARIS

KAREN MILLEN

EYEWEAR BY  
*Pepe Jeans.*  
LONDON

**REVLON**  
Make up your eyes.



Elizabeth Arden

*Sophia Loren.*  
EYEWEAR



BUCCATI  
*select*

*Maxim Paris*  
eyewear

Vera Bradley

**XOXO**

*Barbie*  
eyewear

*Maxim Paris*  
PREMIUM



  
**HACKETT**  
LONDON

TED BAKER<sup>®</sup>  
LONDON

FUROR  
**Kids**



Christian Lacroix  
LUNETTES



**SPINE**

ANNA SUI  
EYEWEAR.



**STETSON**  
EYEWEAR  
PERRY ELLIS

 Lucy's Optical SA de CV

 @lucysoptical

 @lucysoptical

 Lucy's Optical México

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

 ventaslucys@grupooptico.com

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

**ACEPTAMOS TARJETAS:**



# Hugo Boss,

## *detalles únicos*

### **Por Safilo**

La colección cuenta con innovadoras combinaciones de materiales, añade detalles de modernidad a las monturas clásicas y ofrecen una sofisticada sensación de personalidad presente en todos los modelos.

## **BOSS 1279.**

Este armazón, de forma redonda, se encuentra disponible en oro/gris, en oro/Habana/nude, en azul/plata y en negro/oro/transparente.



## **BOSS 1277/S.**

El modelo se distingue por su original forma geométrica redonda y se encuentra disponible en rutenio oscuro/negro/transparente con lentes espejo degradadas doradas, en oro/negro/gris con lentes espejo de color bronce, en oro/habana/beige con lentes de color marrón y en oro/negro/transparente con lentes degradadas de color gris.



## **BOSS 1271/S.**

El armazón, de acetato de alta densidad con varillas de metal ultrafinas y ligeras, está disponibles en negro con lentes degradadas de color gris, en habana con lentes degradadas de color marrón, en gris con lentes ultrablanca, en azul con lentes azules y en nude con lentes degradadas de color marrón.



# L LACOSTE L.12.21, *estilo icónico*

**Por Marchon**



El modelo SS21, el polo clásico, ha sido revisado con detalles refinados y tejido de algodón orgánico de primera calidad, convirtiéndose en el nuevo polo clásico – L.12.21. Inspirado en la actitud deportiva y dinámica de la prenda de algodón *petit piqué*, que hoy también viene en una versión especial.

La montura de gafas de sol L.12.21, tiene una forma elegante y aerodinámica que ahora se lleva al siguiente nivel con el uso de un material fabricado con un 40% de resina vegetal. Tan resistente como flexible y ligero. La resina, a base de plantas, está hecha de aceite de ricino, una alternativa más limpia al estándar.



Esta solución de alta tecnología y calidad mejora la nueva interpretación del marco rectangular atemporal que se vuelve aún más distintivo con la integración de un detalle de metal grabado con la marca L.12.21 y el emblema de cocodrilo a juego con los colores de moda de las lentes.

# “Gala” de GEEK EYEWEAR®

*es una apuesta segura*

Por LTD Eyewear

En un mundo lleno de incertidumbre, el modelo “Gala” de GEEK EYEWEAR® es una apuesta segura. La forma frontal es un verdadero éxito ya que resalta en el rostro de la todas las mujeres.

GEEK EYEWEAR® “Magic” viene en tamaño 51 x 17 140 mm. Una característica especial, son las almohadillas ajustables que se encuentran con poca frecuencia en los marcos de plástico, que hacen estilo “Magic” fácil de colocar para pacientes con puentes poco profundos. El color presentado es azul marino; otro color disponible es negro.

Para celebrar la misión de la NASA a Marte, los científicos de GEEK EYEWEAR® agregaron el modelo “Orbit” a la flota de la marca. Equipado en tamaño 51 x 19 x 140 mm. Este modelo es perfecto para preadolescentes y rostros más pequeños. Cortado con láser de una hoja de acero inoxidable sólido, el puente es extrafuerte.



# NUEVO Escaneo del Perfil Escleral Corneal para el Pentacam®

## ¡Más allá de la córnea!

La disponibilidad de los productos y sus características puede variar en función del país en el que se comercialice. OCULUS se reserva el derecho a modificar las especificaciones y el diseño del producto.



El nuevo Pentacam® CSP Report mide donde otros solo estiman

Medir más allá de los límites del ayer cuando se adaptan lentes esclerales. El nuevo CSP Report crea 250 imágenes durante el proceso de medición. Medición independiente de la película lagrimal con captura automática que permite una cobertura de hasta 18 mm con el mismo punto de fijación.

[www.oculus.de](http://www.oculus.de)



 OCULUS®

# Conceptos básicos para realizar un plan de marketing

Por Gladys del Rosario

Desarrollar un plan de *marketing* para nuestro negocio de salud visual es imprescindible en la realidad actual, aunque pueda sonar como un trabajo complicado; sin embargo, al conocer los conceptos básicos del plan, es fácil darse cuenta de que una de las tareas principales es explorar a su tipo de consumidor o cliente. Estudiarlo y basar nuestras estrategias y planes en la personalidad, demandas y preferencias, es uno de los puntos clave que indica la ruta a seguir.

Cada empresa, dueño de *Retail* o emprendedor, necesita un plan que no solamente se adapte a su negocio o a los requerimientos de este, sino que sea capaz de impulsar el éxito que necesita, lo cual podría incluir desde el crecimiento y expansión de su marca, hasta el logro de más clientes o pacientes, ventas asiduas y rentabilidad. En un plan de *marketing*, los conceptos que siguen a continuación son fundamentales y lo ayudarán a iniciar:

- Misión de su empresa.
- KPIs para esta misión.
- *Buyer* persona.
- Contenido.
- Definir omisiones del plan.
- Presupuesto.
- Competencia.
- Colaboradores y responsabilidades.

## Misión

Definir y especificar la misión de su *Retail* óptico, ayudará a traducir esta misma en el plan de *marketing*. Por ejemplo, si la misión de su negocio es “hacer que entrar a comprar productos en mi óptica sea una experiencia agradable”, la del *marketing* diría: “atraer a una audiencia de clientes y pacientes, educarlos sobre lo importante de cuidar la salud de nuestra visión y convertirlos en usuarios de nuestra tienda física y *online*”. Este es el punto de partida, el concepto de misión nos motiva a aclarar lo que queremos.

## KPIs

Por sus siglas en inglés, *Key Performance Indicator*, lo que en castellano significa: Indicador Clave de Desempeño o Medidor de Desempeño, se refiere a indicadores que





utilizan para sintetizar la información sobre la eficacia y productividad de las acciones que se efectúan en un negocio. Son también conocidos como indicadores de calidad o indicadores clave de negocio que pueden ser utilizados y aplicados en cualquier área de este, así como en el sector productivo. También, se emplean de forma muy habitual en el *marketing online*. Como ejemplo de KPI mostramos lo siguiente: Todo objetivo de *marketing* como el posicionamiento en las RRSS, tiene un objetivo en la *Web*: “que encuentren mi óptica”, y un KPI específico, el cual sería: cantidad de visitas orgánicas, palabras clave posicionadas. “El objetivo último de un KPI es ayudar a tomar mejores decisiones respecto al estado actual de un proceso, proyecto, estrategia o campaña para lograr definir una línea de acción futura.”

## Buyer Persona

Un buyer persona (comprador) es una representación simulada de su cliente ideal, basada en estudios de mercado y datos reales sobre sus clientes existentes. Es una descripción de a quién desea atraer. Esto puede incluir edad, sexo, ubicación, tamaño de la familia, cargo, responsabilidades laborales, metas u objetivos y más. Cada comprador debe ser un reflejo directo de los clientes y clientes potenciales de su empresa. Por lo tanto, es fundamental que todos los líderes empresariales estén de acuerdo sobre cuáles son sus compradores.

## Contenido

*Marketing* de Contenido es una estrategia enfocada en la creación y distribución de contenidos relevantes, como artículos, *ebooks* y *posts* en las redes sociales. Con el *Content Marketing*, la empresa ayuda a su público objetivo a resolver sus problemas y se convierte en una autoridad en el asunto. Es decir, todo este contenido está hecho para educar e informar a un futuro cliente. También es el combustible del *Inbound marketing*, determinado como un conjunto de estrategias que tiene como objetivo atraer voluntariamente los consumidores hacia el sitio de la empresa. Es lo contrario del *marketing* tradicional y está basado en la relación con el consumidor en lugar de publicidades e interrupciones.

En esta parte se incluyen los puntos principales de su estrategia de *marketing* y contenido. Debido a que hay una larga lista de tipos de contenido y canales disponibles hoy, es fundamental que elija sabiamente y explique cómo usará su contenido y canales en esta sección de su plan de *marketing*. Puede incluir publicaciones de blog, videos de YouTube, infografías, libros electrónicos, *flyers*, fotos, videos, anuncios y más, así como el volumen de estos en un tiempo específico, dependiendo del flujo de trabajo y de los objetivos. Así mismo, los canales más populares a su disposición para distribuir contenido son: Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Pinterest e Instagram, además de cualquier publicidad de esos mismos canales.

## Omisiones de su plan

Un plan de *marketing* explica en qué se centrará el equipo y también en qué no se enfocará. Si hay otros aspectos de su negocio que no están sirviendo en este plan en particular, inclúyalos en esta sección porque las omisiones

ayudan a justificar su misión, las personas compradoras, los KPI y el contenido. No puede complacer a todos en una sola campaña de *marketing* y esto debe darlo a conocer a su equipo.

## Defina su presupuesto de marketing

La estrategia de contenido puede aprovechar muchos canales y plataformas gratuitos, aunque hay una serie de gastos que deben tenerse en cuenta. Pueden ser tarifas de autónomos, patrocinios y has-

ta una nueva contratación de *marketing* a tiempo completo. Estos costos deben utilizarse para desarrollar un presupuesto y describir cada gasto en esta sección del plan de *Marketing*.

## Competencia

Parte del *marketing* es saber quiénes son nuestros oponentes en la comercialización. Deben investigarse los actores clave de la industria donde se desenvuelve nuestro mercado y delinear a cada uno en esta sección. Los competidores pueden presentar desafíos distintos para su ne-

gocio; por ejemplo, mientras que uno de ellos puede tener una clasificación alta en los motores de búsqueda por las palabras clave para las que desea que su sitio *web* se clasifique, otro exhibe una gran presencia en una red social donde proyecta abrir una cuenta.

## Colaboradores y responsabilidades

Con un plan de *marketing* plenamente desarrollado, es hora de establecer quién estará encargado de realizar las acciones previstas en este. No necesita ahondar demasiado en los proyectos diarios de sus empleados, pero debe saber qué equipos y líderes de equipo están a cargo de tipos de contenido, canales, KPI y otros componentes importantes.

Entre otras ideas, es oportuno utilizar como guía el modo SMART para los objetivos del plan; por sus siglas se definen de la siguiente manera:

- **Specific (específico)** por ejemplo, una meta específica.
- **Mensurable (medible)** ya sea herramientas de *software*, una metodología de análisis o KPIs, que posibilite saber en qué medida se alcanzó el resultado previsto.
- **Achievable (alcanzable)** Por alcanzable se refiere a un objetivo que sea perfectamente realizable en las condiciones con las que se cuenta.
- **Relevant (relevante)** Es una meta que está en línea con los objetivos generales del negocio. No tiene sentido plantearse acciones cuyos resultados no se complementan con algunos de los objetivos generales que la óptica tiene en su plan de *marketing*.
- **Timely (temporal)** significa que están limitados a un tiempo determinado ya que el lapso que se asigna a un objetivo puede provocar que no sea realizable, o hacer difícil que sea medido.

Finalmente, diseñar un plan de *marketing* con sus conceptos básicos, puede ser un reto, sin embargo, en la *web* se pueden conseguir plantillas gratuitas que le ayudarán a plantearlo y también hay para definir a su cliente o Buyer Persona. [2020](#)

# LUMITORIC

## CONVENIENCIA

entrega en 3 a 5 días hábiles

## ESTABILIDAD

estabilidad rotacional y centrado óptimo

## CONFIABILIDAD

precisión total en duplicados

## RENTABILIDAD

retención del paciente

## FLEXIBILIDAD

parámetros a la medida, ilimitados

## SEGURIDAD

política de cambios



lente de contacto **tórico**

***sin límites***

**Esfera:  $\pm 30.00$  pasos de 0.25**

**Cilindro: -0.50 a -10.00 pasos de 0.25**

**Ejes: todos pasos de 1°**



LABORATORIOS

**LUMILENT**

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

# Manejo de córneas irregulares con lentes de contacto blandos

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

Las observaciones clínicas ayudarán a elegir un diseño de lente que ofrezca las características adecuadas.

Por Tiffany Andrzejewski, OD

El astigmatismo irregular se produce cuando los meridianos principales no son 90 grados de separación y diferentes partes del mismo meridiano tener diferentes grados de curvatura. El astigmatismo irregular provoca una reducción de la agudeza visual mejor corregida, un reflejo de tijera en la retinoscopia y, sobre todo, en los pacientes diplopía monocular, visión borrosa y deslumbramiento o halos.

El tratamiento tradicional para el astigmatismo irregular ha sido lentes rígidos permeables al gas (GP), que pueden proporcionar una visión superior en comparación con las gafas.<sup>1,2</sup> Si bien estos lentes funcionan bien para enmascarar las irregularidades de la córnea, a menudo requieren un período de adaptación significativo para los pacientes. A veces, estos lentes simplemente no son la mejor opción para algunas situaciones, como actividades al aire libre o deportes. El estudio CLEK mostró que el 27% de los usuarios de GP queratocónicos informaron molestias con las lentes de contacto.<sup>3</sup>

Cuando los pacientes con astigmatismo irregular no pueden obtener una visión adecuada con anteojos y son intolerantes a las lentes GP, se encuentran disponibles opciones alternativas de lentes de contacto, como los sistemas *piggyback*, lentes híbridos y esclerales. Si bien estas opciones pueden ser útiles al proporcionar una buena visión y una mayor comodidad, algunos pacientes las encuentran inconvenientes, su tamaño intimidante o su aplicación y extracción desafiantes. Los diseños de lentes de contacto blandas pueden servir como un lugar para estos pacientes, permitiéndoles permanecer en lentes de contacto.



## Lentes de contacto blandas estándar

Los lentes tóricos blandos estándar tienen una eficacia limitada para el paciente con córnea irregular. Su mejor aplicación es en casos leves de irregularidad donde la topografía es simétrica en el centro, hay una distorsión óptica mínima y se puede lograr una visión adecuada con gafas. Los beneficios de los lentes blandos estándar, más allá de la comodidad y el costo, es que están fácilmente disponibles en la mayoría de los consultorios. Hay muchas opciones de reemplazo y

la mayoría de los profesionales de la salud visual tienen experiencia en su adaptación. La desventaja de los lentes blandos comerciales es que no corrigen el astigmatismo irregular y pueden presentar inestabilidad rotacional con mayores cantidades de irregularidad de la córnea. Estos lentes son una buena opción para los pacientes que no tienen necesidades visuales críticas y desean independencia de las gafas, a pesar de ver bien con ellos.

## Lentes blandas personalizadas

Hay disponible un número cada vez mayor de lentes blandas personalizadas cortadas con torno para personas con astigmatismo irregular. Esta modalidad ahora abarca más de 18 diseños, algunos disponibles en materiales de hidrogel y de hidrogel de silicona. Los lentes blandos personalizados ofrecen una mejor comodidad, centrado y visión inicial cuando fallan los lentes estándar. Se pueden fabricar en prácticamente cualquier parámetro, incluidas curvas de base empujadas y casi cualquier potencia de esfera imaginable, con cilindro y eje en un solo grado.

La desventaja de las lentes personalizadas es que algunos diseños tienen múltiples parámetros a consi-

derar. Es necesario un ajuste de diagnóstico, en lugar de empírico, y se hacen a pedido, lo que puede llevar tiempo para la fabricación. Las lentes también están asociadas con un costo más alto, un reemplazo menos frecuente, una transmisibilidad de oxígeno reducida y la comodidad puede reducirse en comparación con los lentes blandos estándar producidas en masa debido al mayor grosor. Los pacientes ideales para lentes personalizados son aquellos que tienen una disminución en la agudeza visual mejor corregida con anteojos y opciones tradicionales de lentes de contacto tóricos suaves con astigmatismo irregular leve a moderado.

## Candidatos

Los pacientes que podrían beneficiarse de las lentes blandas para una córnea irregular incluyen:

- Conos unilaterales o asimétricos.
- Ataques iniciales de queratocono (sencillo en conos leves a moderados, inserción y extracción más fáciles que los esclerales o híbridos).
- Cirugía de queratoplastia pospenetrante.
- Degeneración marginal pelúcida (PMD).
- Pacientes post-cirugía refractiva que no pueden usar lentes blandas estándar.
- Pacientes que han tenido intolerancia a lentes GP (corneales o esclerales).
- Pacientes a los que no les gustan o no pueden adaptarse a los lentes superpuestos.

Otros candidatos incluyen pacientes con córnea irregular cuyas aberraciones de orden superior corneales anteriores (HOA) se compensan principalmente con sus HOA corneales internas o posteriores. Es-

tudios recientes de HOA en pacientes con queratocono han revelado un problema donde el astigmatismo irregular residual derivado de la superficie posterior de la córnea causa deterioro de la visión con lentes GP.<sup>4</sup>

Si los HOA corneales se corrigen con una lente GP, el paciente se quejará de una visión peor con la lente GP, incluso si es escleral, en comparación con la corrección de sus gafas porque los HOA internos más altos se manifestarán.

Los diseños personalizados de córnea blanda irregular son exclusivos de los lentes blandos estándar, ya que tienen un mayor grosor central (CT) para enmascarar el astigmatismo irregular o utilizan un diseño esférico para limitar las aberraciones.

Muchos de estos diseños tienen un grosor de más de 0,35 mm a 0,40 mm, por lo que incluso con un material de hidrogel de silicona que se pueda tornearse, el  $Dk/t$  resultante no cumple con los criterios de Holden-Mertz de  $24 \times 10^{-9}$  unidades para evitar la hipoxia en el día a día.<sup>6</sup>

Fuera de la zona óptica, estas lentes suelen estar lenticularizadas para reducir el grosor del perfil, mejorando la comodidad general y aumentando la transmisibilidad de oxígeno sobre el limbo corneal. Clínicamente, deben moverse más (~ 1 mm) de lo que los profesionales de la visión están acostumbrados a ver en comparación con las lentes blandas estándar en pacientes con córnea normal. La ausencia observada de hallazgos hipóxicos en la córnea

en estos usuarios sugiere que se produce una cantidad significativa de intercambio de lágrimas durante el uso de lentes. El uso de materiales de hidrogel de silicona también puede ayudar a reducir el riesgo de neovascularización corneal.<sup>7</sup> Incluso así, existe un riesgo de neovascularización con esta modalidad y estos pacientes necesitan ser monitoreados, especialmente si tienen incisiones en la córnea (post-RK y post-PK).

## Características de ajuste

La profundidad sagital, o la altura de la córnea, juega un papel importante para lograr un ajuste exitoso. El diámetro del iris visual horizontal (HVID), la excentricidad, la curvatura corneal y la forma escleral pueden afectarlo.<sup>8</sup> La mayoría de los diseños se ajustan con lentes de diagnóstico al hacer coincidir la altura sagital del ojo anterior con la profundidad sagital de la lente blanda personalizada. La característica corneal que tiene el mayor impacto en la altura sagital es el diámetro corneal total. Para la misma curvatura corneal, cuanto más grande sea la córnea, más profunda será la córnea. La fluoresceína sódica (en el caso de los materiales de hidrogel) puede ayudar a evaluar los ajustes planos o pronunciados durante el proceso de ajuste de diagnóstico.

La curva base (BC) impacta directamente en la visión, mientras que la falda o la periferia impacta directamente en el ajuste. Si el BC es demasiado empinado, reducirá la visión. Por el contrario, un CB demasiado plano hace que la visión fluctúe apreciablemente. Según la experiencia clínica, el CB apropiado a menudo será más plano de lo previsto. La periferia se puede alterar por separado que el BC cen-

tral, lo que ayuda a lograr un ajuste sin burbujas de aire, así como el movimiento de lente necesario para facilitar el intercambio de lágrimas. Si el ajuste parece apretado y sin movimiento, aplana la periferia. Lo contrario ocurre cuando hay un movimiento excesivo: empina la falda.

Para lentes con un diseño de geometría inversa, la curva inversa debe ser pronunciada o aumentada si hay burbujas en la periferia media. Si se observan estrías en los bordes, entonces se empina la periferia o, en algunos casos, se requieren cambios sectoriales.

Algunos productos ofrecen una variedad de espesores. Una lente más gruesa a menudo mejorará la calidad de la visión al proporcionar un efecto suavizante sobre el área central de irregularidad o ectasia. El uso de un topógrafo de disco de plácido durante el proceso de ajuste ayudará a determinar la cantidad de espesor a emplear dependiendo de la cantidad de irregularidad presente en las turberas en la topografía sobre la lente. El aumento del grosor central también puede reducir los halos y, a veces, permitir otra línea de mejora visual.

## ¿Dónde empezar?

Al ajustar lentes personalizados, realice una refracción manifiesta, así como una topografía o tomografía de Scheimpflug del segmento anterior. Si lo hace, determinará las posibles áreas de preocupación, como un injerto que sobresale o áreas de elevación de la córnea. Evaluar la salud del segmento anterior para descartar tinción preexistente, neovascularización o edema microquístico corneal. Después de recopilar estos datos básicos, determine la gravedad de la irregularidad y la forma de la córnea antes de elegir un diseño de lente o prueba de diagnóstico. Los diseños personalizados de lentes blandas para la córnea irregular suelen tener más éxito cuando hay una irregularidad corneal leve a moderada, lo que permite una agudeza visual mejor corregida equivalente a las lentes GP, en lugar de una irregularidad y / o cicatrización más avanzada.<sup>9,10</sup>

Las lentes se ajustan con referencia a la forma corneal general en lugar de al área más empinada de la topografía. Para determinar la forma de la córnea, observe un perfil lateral de la córnea. Haga que el paciente mire al frente en la lámpara de hendidura, girando

tanto la óptica como la fuente de luz lo más cerca posible de 90°. Luego use un aumento bajo y un difusor para evaluar el perfil lateral de la córnea.

Al observar el perfil de la córnea, determine si es alargada u oblata. En un perfil extremadamente extendido en el que la córnea tiene una apariencia de “pista de esquí”, puede ser necesaria una periferia de faldón más plana. En una apariencia achatada o “como una meseta”, puede ser necesario un diseño de geometría inversa donde el BC central es más plano en comparación con la curva secundaria. Si el vértice de la córnea está dentro de los 4 mm centrales de la córnea, una lente de geometría estándar puede lograr un mejor resultado; sin embargo, si el vértice corneal está fuera de los 4 mm centrales, una lente de geometría inversa puede funcionar mejor.

Además, el profesional de la visión debe tener en cuenta si hay una ectasia significativamente descentrada, lo que puede indicar la necesidad de un ajuste de faldón periférico o un diseño de sector.



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.**



## Consejos y trucos de adaptación

Si la córnea es muy irregular, considere un diseño con un grosor central variable o reforzado. Puede ser necesario aumentar el volumen del centro de la lente para mejorar la visión.

Una vez que se ha seleccionado y aplicado una lente inicial, evalúe el ajuste de la lente, en cinco minutos, utilizando una evaluación dinámica de movimiento, rotación, centrado, comodidad y visión. Deje que las lentes se asienten durante 20 minutos antes de realizar una sobrerrefracción y evaluar la visión. En última instancia, si la sobrerrefracción es inestable, es posible que el ajuste central no sea óptimo e indique que se necesita un ajuste de BC.

Si la agudeza visual del paciente es clara, inmediatamente después de un parpadeo, antes de desvanecerse lentamente, el ajuste central es demasiado pronunciado; elija el siguiente chaleco compensador más plano en el conjunto de ajustes. Por el contrario, si la visión del paciente se ve borrosa después del parpadeo y mejora si mira fijamente durante un rato, el ajuste central es demasiado plano y se necesita el siguiente BC más pronunciado. Se indica un faldón periférico más empujado cuando hay estrías y una rotación inestable de la lente. La estabilidad rotacional es importante, ya que a menudo se encuentran grandes cantidades de cilindro tras la refracción excesiva de estas córneas irregulares, y la estabilidad permitirá un buen resultado visual.<sup>11</sup>

Una sobrerrefracción automatizada realizada sobre la lente puede ayudar a garantizar que se incorpore suficiente cilindro en la lente. El diámetro de la lente normalmente debe ser 3 mm más grande que el HVID del paciente para permitir un cubrimiento adecuado.

La selección de una lente para manejar el astigmatismo irregular incluye muchos factores, y hay muchas opciones en la caja de he-

rramientas en estos días. Tenga en cuenta la gravedad de la irregularidad, la ubicación y el tamaño de la ectasia, el tamaño de la córnea y las fisuras del párpado y la capacidad del paciente para manejar el cuidado y la manipulación del cristalino. La mayoría que han sido diagnosticados previamente con astigmatismo irregular son conscientes de que es un desafío adaptarse a los lentes de contacto; sin embargo, los recién diagnosticados deben ser educados sobre su condición, las diversas opciones de lentes de contacto disponibles para ellos y cuán complejo puede ser el manejo de los mismos.

Manejar las expectativas del paciente siempre es difícil, pero puede ser aún más desafiante cuando su visión se ve afectada y no se puede corregir en la medida que el paciente anticipa. Aunque las lentes blandas especiales tienen la ventaja de una rápida adaptación, buena comodidad y familiaridad, no siempre corrigen la visión con tanta nitidez como la óptica GP. Aborde las expectativas visuales con el paciente.

A pesar de algunos inconvenientes, los lentes blandos especiales pueden ser una excelente opción para muchos con córnea irregular, especialmente para mejorar la calidad de vida.<sup>12</sup> Con las pruebas adecuadas de ajuste previo, la selección del paciente y un conocimiento firme del proceso de adaptación y los desafíos, las lentes blandas especiales pueden ser de gran ayuda para mejorar la visión y la comodidad ocular.

*El Dr. Andrzejewski trabaja en Chicago Cornea Consultants con áreas especiales de interés en el manejo del ojo seco, queratocono y otros problemas relacionados con la córnea y los lentes de contacto, así como los lentes de contacto esclerales. También es miembro adjunto de la facultad clínica del Colegio de Optometría de Illinois. 2020*

### Bibliografía

1. Griffiths M, Zahner K, Collins M, et al. Enmascaramiento de topografía corneal irregular con lentes de contacto. *CLAO J.* 1998; 24: 76–81.
2. Júpiter DG, Katz HR. Manejo del astigmatismo irregular con lentes rígidas permeables a los gases. *CLAO J.* 2000; 26 (1): 14-7.
3. Zadnik K, Barr JT, Edrington TB. Hallazgos de referencia en el estudio de evaluación longitudinal colaborativa del queratocono (CLEK). *Invest Ophthalmol Vis Sci.* 1998; 39: 2537-46.
4. Negishi K, Kumanomido T, Utsumi Y, Tsubota K. Efecto de aberraciones de orden superior en la función visual en ojos queratócónicos con lentes de contacto rígidos permeables a los gases. *Soy J Ophthalmol.* 2007; 144: 924–9.
5. Marsack JD, Parker KE, Niu Y, et al. Rendimiento en el ojo de lentes de contacto blandas guiadas por frente de onda personalizadas en un paciente con queratocono habitual que usa lentes suaves. *J Refract Surg.* 2007; 23 (9): 960-4.
6. Holden BA, Mertz GW. Niveles críticos de oxígeno para evitar el edema corneal para lentes de contacto de uso diario y prolongado. *Invertir Ophthalmol Vis Sci.* 1984; 25: 1161-7
7. Situ P, Simpson TL, Jones LW, Fonn D. Efectos del uso de lentes de contacto de hidrogel de silicona sobre la sensibilidad de la superficie ocular a la estimulación táctil, mecánica neumática y química. *Invest Ophthalmol Vis Sci.* 2010; 51 (12): 6111-7.
8. Young G. Altura sagital ocular y ajuste de lentes de contacto blandos. *Lente Cont. Ojo anterior.* 1992; 15 (1): 45-9.
9. Fernandez-Velázquez, FJ Kerasoft IC comparado con Rose-K en el manejo de ectasias corneales. *Lente Cont. Ojo anterior.* 2012; 35: 175-9.
10. González-Méjome JM, Jorge J, de Almeida JB, Parafita MA. Lentes de contacto blandas para queratocono: reporte de caso. *Lente de contacto ocular.* 2006; 32 (3): 143-7.
11. Bennett ES, Barr JT, Szczotka-Flynn L. Keratoconus. En: Bennett ES, Henry VA, eds. *Manual clínico de lentes de contacto*, 4ª ed. Filadelfia: LWW; 2013: 518-77.
12. Yildiz EH, Erdurmus M, Elilbol ES, Acar B, et al. Impacto de las lentes de contacto en la calidad de vida en pacientes con queratocono: lentes de queratocono rígidas permeables a los gases versus blandas de hidrogel de silicona. *Int J Ophthalmol.* 2015; 8 (5): 1074–7.

# 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



LENSÓMETROS  
MANUALES



PROYECTORES



UNIDADES DE  
REFRACCIÓN



LÁMPARAS DE  
HENDIDURA



FORÓPTEROS  
MANUALES



REFRACTORES  
DIGITALES



# Convov,

## una empresa con *visión*



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

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

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



# PHOTOSENS NG



ISO9001:2008  



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

# La UNAM y Johnson & Johnson México conmemoraron su renovación de comodato



La Facultad de Estudios Superiores Iztacala, de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y Johnson & Johnson realizaron una ceremonia por conmemorar su comodato.

En la ceremonia estuvieron presentes: la Dra. María del Coro Arizmendi Arriaga, directora de la facultad estudios Iztacala, el Dr. Ignacio Peñalosa Castro, secretario general académico de la FESI, el especialista Óscar Antonio Ramos Montes, jefe de la Carrera de Optometría, la Mtra. Marcela López de la Cruz, jefa de sección académica y coordinadora de servicio social y vinculación con egresados de la carrera de optometría, la Mtra. Cecilia Islas Vargas, jefa de la clínica de optometría, el Dr. Nelson Merchán, gerente de educación, Visión Care México, la L.O Alicia Alcázar Méndez, representante de educación profesional, la Lic. Paola Cavazani, gerente general Visión Care México y el Lic. Alfredo Moreno, gerente regional de ventas Vision Care México.

En el marco de la firma del comodato se desarrolló el diplomado: “Inducción al estudio de Lentes de Contacto Blandos de remplazo programado”, en el que Nelson Merchán, gerente de educación profesional para la región norte en Johnson & Johnson Vision Latinoamérica, ofreció el tema: “Rol profesional de los adaptadores de lentes de contacto”, en el que se revisó las medidas preventivas y pruebas actuales para lograr una exitosa adaptación.

Posteriormente, se ofreció el tema: “Evolución del conocimiento y el desarrollo de las tecnologías sin fronteras, por la manager profesional education & development Johnson & Johnson, Débora Espada Sivuchin, quien hizo un recorrido por la historia de estos dispositivos de corrección visual y su notable evolución.

Por último, la maestra Marcela López de la Cruz ofreció el tema: “Importancia de la educación continua en lentes de contacto”, en el que resaltó que la educación prepara a las personas para la ejecución inmediata de las diversas tareas, ofrece oportunidades para el desarrollo personal en escenarios actuales, aumenta los conocimientos, habilidades y actitudes para un mejor desempeño y mejora las relaciones interpersonales. [2020](#)



# III CONGRESO PANAMERICANO DE OPTOMETRÍA



# Mérida

25, 26 y 27 de noviembre, Yucatán, México



**REGISTRO ABIERTO**

# 20/20 México

ALCON	23
AVIZOR	5
BAUSCH + LOMB	17
CONVOX	61
ESSILOR	36, 37, Portada 3
H2O SUMMIT	57
JOHNSON & JOHNSON	13
LENSBEST	11, Portada 1, 4,
LUCY'S OPTICAL	45
LUMILENT	53
LUXOTTICA	43
OCULUS	49
SETO	29, 31
TOPCON	19
TRANSITIONS	Portada 2
US OPHTHALMIC	1, 27, 59
YIWU IMPORTACIONES	7
YOUNGER	41

**ALCON**  
**MX**  
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

**JOHNSON & JOHNSON**  
**MEX**  
Tel: (55) 1105 8400  
Fax: (55) 5292 8130

**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

**OCULUS, INC.**  
**GER**  
Tel.: 49 (0) 641 2005 0  
Fax: 49 (0) 641 2005 2  
sales@oculus.de  
www.oculus.de

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

**TOPCON**  
**MEX**  
Lux Científico S.A. de C.V.  
Tel: 52-55-5117-2612  
mgutierrez@lux.mx  
Grupo Itsaya  
Tel: 52-55-5752-8384  
www.grupoitsaya.com

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

*Barbie*  
**BUCCATI**  
*Select*



GLORIA VANDERBILT



**FUROR**  
**Kids**



Hippo  
**HACKETT**  
LONDON

**KAREN MILLEN**

*Maxim Paris*  
**PREMIUM**

*Maxim Paris*

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

**TRANSITIONS**  
**Transitions**

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

**USOPHTHALMIC LLC**  
**USA**  
Tel.: +1 786 621 0521  
info@usophthalmic.com  
www.usophthalmic.com  
Utilice nuestro chat en línea

**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.



# WIDE VIEW 360

## PROGRESIVO POLICARBONATO



**Lente con  
Blue Block**  
Protección UV, UVA y UVB.

Novedoso **progresivo** que viene con la exclusiva presentación en **policarbonato** y tiene un diseño digital esférico que **reduce la aberración periférica** adicionando **protección contra la luz azul** y retomando la **tecnología All-Distance View**.

- Transición suave en los campos de visión lejana, media y cercana.
- Proporciona rapidez de adaptación y confort en la visión del usuario.
- Ideal para pacientes hipermétropes y miopes ya que se adaptan al efecto prismático vertical de las lentes positivas y negativas.
- Lentes progresivas que incorporan tecnología digital eficaz, inteligente y patentada.



 /lensbest\_oficial

 /LensBestOficial

 /LENS.BESTOFICIAL

 PREMIUMLENSBEST

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

LENSBEST   
NUNCA TE LIMITES

