

20/20

EN ESPAÑOL

Vision Expo 2025: Septiembre 17 al 20

Vision Expo 2026: Marzo 12 al 14

Vision Expo 2027: Marzo 11 al 13

Vision Expo 2028: Marzo 30 a abril 1º



**VOL
178**



Síguenos en:

/visionyoptica 

@visionyoptica 

www.visionyoptica.com 



UNA OPCIÓN VERSÁTIL Y EFICAZ PARA TODO TIPO DE CÓRNEAS

DISMINUCIÓN DEL MOVIMIENTO • MAYOR REGULARIZACIÓN CORNEAL • MATERIALES DE ALTA PERMEABILIDAD
ESTABILIDAD VISUAL • REDUCCIÓN DE REFLEJOS • ESTABILIDAD POSICIONAL • MÁXIMA AGUDEZA VISUAL • COMODIDAD



Las soluciones más avanzadas para el cuidado de lentes de contacto gas permeables ya están de vuelta en Colombia.

**ITAL
LENT**

VEMOS MÁS ALLÁ

pedidos@ital-lent.com (601) 745 4445 | 310 577 2285

20/20 EN ESPAÑOL



Noticias

**IA y baja visión:
una nueva era de
accesibilidad**

06 Mr. Lenses presente en América Latina Tecnología óptica de clase mundial aterriza en la región



Desde la portada

**Evolución estratégica
de Vision Expo: un
nuevo capítulo para la
industria óptica**



Producto de la industria

EssilorLuxottica

11 Kodak Lens



Especial Summit

**Summit VisionyÓptica™
2025: Donde la ciencia
visual y la innovación se
encuentran**



Especial Moda y Tendencias

**Grey is Glam: El adulto
mayor conquista la
moda óptica**



Especial

**Envejecimiento ocular y
presbicia**

18 Carta editorial Dra. Patricia García
20 La importancia de la inspección y exploración ocular en el adulto mayor
24 Los presbíteros de hoy se quejan con frecuencia de la fatiga visual digital



Publirreportajes

Hoya Vision Care

36 Augen



Mi óptica

**Comportamiento del
consumidor senior y sus
necesidades visuales**



Infolab

**Innovación y calidad en
el laboratorio oftálmico:
estrategias para la
excelencia**



Lentes y armazones

**Descubre el potencial
de los lentes de adición
progresiva**



Desde hace 30 años, la historia de la revista 20/20 está ligada al desarrollo de la salud visual en óptica, optometría y laboratorios en Latinoamérica. En este importante aniversario de la revista, da un poco de vértigo mirar hacia atrás y ver la evolución de la misma. Desde nuestros inicios en tamaño tabloide, hasta la dinámica versión webapp que en este momento cuenta con más de 7,000 *clicks* y 4,000 usuarios, nos enorgullece el camino que esta revista ha recorrido junto a nuestros lectores.

En aquel entonces, la comunicación entre los diferentes profesionales de la salud visual era primordialmente a nivel de cada país. Las grandes cadenas de ópticas y laboratorios eran en su mayoría locales. Fue en este clima que 20/20 se lanzó como una revista de producto que quería mostrar a los profesionales de la salud visual en América Latina los grandes avances que estaban ocurriendo en salud visual a nivel global. A lo largo de los años, 20/20 ha acompañado a los profesionales de la salud visual en los grandes cambios que se han producido en nuestra región. Desde la llegada de las grandes empresas multinacionales a Latinoamérica y la reestructuración que esto implicó en el mercado, a los grandes cambios tecnológicos y culturales de fabricación que han sucedido a lo largo del tiempo.

Este año, en nuestro 30 Aniversario, hemos decidido crear un evento con la misma filosofía de vanguardia que siempre ha caracterizado a la revista. Me gustaría extender a toda nuestra audiencia una invitación de parte de la revista 20/20 (visionyoptica) a participar en el Summit VisionyOptica, que se llevará a cabo del 29 al 31 de agosto en el Hard Rock Hotel de Guadalajara.

La parte académica, que cuenta con el aval académico de la Universidad Autónoma de la Laguna (redes: universidad_ual), comprenderá un salón clínico, salón de la lucha contra la miopía, salón de la óptica, talleres, simposios, conferencias, 11 sesiones académicas, módulos temáticos y mucho más. La Dra. Sandra Block, presidente del World Council of Optometry dará la conferencia inaugural sobre la integración de la optometría a los servicios de la salud visual y su importancia en la atención de la miopía, el ojo seco y la presbicia. A continuación tendremos un foro sobre optometría y políticas públicas con reconocidos líderes de opinión quienes acompañarán a la doctora Block.

A la propuesta académica, se sumó una gran muestra comercial, talleres, y experiencias de la industria, así como dos eventos especiales: Lucha Contra la Miopía, en donde, desde un auténtico Ring de lucha libre se discutirán casos clínicos complejos y Laboratorio Oftálmico 4.0, un espacio exclusivamente destinado a tratar temas de este segmento.

Nuestra revista física se distribuirá tanto en el SummitVisionyOptica2025 como en FE-DOPTO, y VisionExpoWest. El equipo de 20/20 los espera con ilusión en estos tres encuentros. Los invitamos a que nos visiten en nuestros stands ya que esta interacción con nuestros lectores son la brújula de nuestro contenido. También pueden comunicarse con nosotros en nuestras redes de @visionyoptica y por correo electrónico a: ccastillo@clatinmedia.com 

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

 /visionyoptica

 @visionyoptica

 www.visionyoptica.com

VENTAS:

USA, Europa y Brasil

Héctor Serna- Director Comercial
Cel: +1 561 4437192
ventas1@clatinmedia.com

México:

Carlos Cerezo
Cel: +52 5513523306
ccerezo@clatinmedia.com

Latinoamérica:

Kelly Triana
Cel: +57 (320) 945-4400
ktriana@clatinmedia.com

Proyectos Especiales:

Ángela Peralta
pespeciales@clatinmedia.com
Cel: +57 (320) 945-4382

OFICINAS:

USA: 2901 Clint Moore Rd, P.M.B 117
Boca Raton, FL 33496, Tel: +1 (561) 716-2711

Colombia: Carrera 7 No. 106- 73 Of. 301
Bogotá, Colombia, Tel: +57 (310) 304-8820

México: Río Mississippi 49, piso 14, int. 1402.
Colonia Cuauhtémoc, Alcaldía Cuauhtémoc, Ciudad
de México, CP. 06500, Tel: (55) 2803-8170

20/20 En Español

20/20 en Español (ISSN: 2981-3840) "ISSN: 2981-3859 (En línea)", es una revista producida, editada, diseñada y distribuida por Creative Latin Media, LLC. en Bogotá Colombia, bajo la licencia de Jobson Publishing, 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\$53; América Latina (países habla hispana) US\$90; México US\$53; Brasil US\$180; USA y Canadá US\$200; Europa por correo aéreo US\$240; por correo aéreo a todos los demás países US\$260. Para suscripciones comuníquese a suscripciones@clatinmedia.com.

Preprensa Creative Latin Media LLC.

Otros productos de Creative Latin Media LLC son:

20/20 México.
Visionyoptica.com.
WebApp 20/20 en Español y México.
Review of Ophthalmology en Español.
Review Of Ophthalmology México.
Oftalmologogaldia.com.
WebApp Review Of Ophthalmology en Español y México.

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 anunciantes en las revistas.



20/20

EN ESPAÑOL

Editor en Jefe

Editora Clínica

Editores 20/20 en Español

Editoras 20/20 México

Editora clínica colaboradora

Editora Europa

Producción y Prerensa

Diseño Gráfico

Profesional Logística

Diseñador Gráfico de Medios Digitales

Juan Carlos Plotnicoff

Patricia E. García A. O.D.

Juliana Velásquez Franco

Miguel González Aguilar

Elizabeth Olguín

Cecimar Kerch

Katherine González O.D.

Laura Mercado

Alejandro Bernal

Nathalia López

Ximena Ortega Bernal

Cristian Puentes

Oficinas y Ventas

Director General (CEO)

Directora de Comunicaciones

Directora Administrativa y Financiera

Dirección de Distribución

Sergio Plotnicoff

Laura Malkin-Stuart

Luisa Fernanda Vargas A.

José Antonio Ferrarotto

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

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

**Producida / Editada / Diseñada /
Distribuida por: 3 Touch Media S.A.S.**

Creative Latin Media LLC

2901 Clint Moore Rd, P.M.B 117, Boca Raton, FL 33496- USA
Tel: +1 (561) 716 2711
e-mail: suscripciones@clatinmedia.com

3TouchMedia
strategy • marketing • communication

clatinmedia

Transitions®

NUEVA GENIALIDAD
Gen[®]S™

LENTES
ULTRA
DINÁMICOS



SUPERPODER EN TUS GAFAS  **SUPERFLUIDEZ** EN TU VIDA

Transitions y el logotipo Transitions son marcas registradas de Transitions Optical Inc., utilizadas bajo licencia de Transitions Optical Limited. Gen S es una marca de Transitions Optical Limited. ©2024 Transitions Optical Limited.
El desempeño fotocromático es influenciado por la temperatura, la exposición a los rayos UV y el material del lente. Armazón por Ray-Ban®, lentes Transitions® en Índigo



IA y baja visión: una nueva era de accesibilidad

La inteligencia artificial está revolucionando el cuidado de la baja visión. Más allá de lupas y lentes tradicionales, hoy existen dispositivos que reconocen objetos, convierten texto en voz, asisten en la movilidad y traducen idiomas en tiempo real. Además, la IA permite detectar enfermedades visuales antes de que aparezcan los síntomas.

Estas herramientas no solo mejoran la autonomía de los pacientes, sino que transforman la forma en que interactúan con su entorno. El futuro apunta a soluciones predictivas, personalizadas y, cada vez, más integradas en la vida diaria.

A medida que la tecnología evoluciona, el papel del profesional de la visión se fortalece como guía y puente entre innovación y bienestar humano. Comprender la IA es más que seguir una tendencia; es anticipar un futuro más accesible para todos.



Mr. Lenses presente en América Latina Tecnología óptica de clase mundial aterriza en la región

Esta marca canadiense, reconocida mundialmente por su calidad, innovación y fuerte compromiso con el sector óptico, da ahora un paso estratégico hacia uno de los mercados más dinámicos y prometedores del mundo.

Con más de 15 años de crecimiento constante en Europa y Canadá, **Mr. Lenses** ha construido una sólida reputación basada en la confiabilidad, tecnología avanzada y la confianza de sus clientes. Ahora, América Latina se convierte en el siguiente capítulo dentro de su plan de expansión global.

Este movimiento responde a una necesidad clara en la región: acceso a lentes de alto rendimiento, diseños personalizados y soluciones ópticas de vanguardia, todo respaldado por una cadena de suministro robusta y estable.



33° CONGRESO NACIONAL DE OPTOMETRÍA

5 y 6

de septiembre

 CENTRO DE CONVENCIONES NEOMUNDO
BUCARAMANGA

Nuestro gremio se reúne en una cita imperdible, donde forjamos
el futuro de la Optometría en Colombia.

Tu presencia es crucial para construir juntos este camino.
¡TE ESPERAMOS!

Inscríbete en: <https://congreso.fedopto.org/landing/>

SÍGUENOS EN



@colegioprofesionalfedopto



Visita nuestra web
congreso.fedopto.org



Evolución estratégica de Vision Expo:

un nuevo capítulo para la industria óptica



En línea con la importante transformación que está experimentando la industria óptica, Vision Expo, el evento comercial líder para profesionales de la salud ocular y la óptica en Estados Unidos, anuncia su evolución estratégica: a partir de marzo de 2026, los dos eventos se transformarán en un único evento anual. Los organizadores de la feria, The Vision Council y RX, coinciden en que esta decisión supone algo más que un simple cambio de calendario, ya que marca un cambio fundamental en la forma en que la industria aborda la innovación, el lanzamiento de productos, la creación de redes y el desarrollo empresarial.

Durante casi cuatro décadas, desde el lanzamiento de Vision Expo West en 1988, solo dos años después de la feria original de Nueva York, la comunidad óptica ha funcionado con un modelo de doble evento. Este enfoque funcionó bien durante los años de formación de la industria, ya que proporcionaba múltiples puntos de contacto a lo largo del año para expositores y asistentes. Sin embargo, como explica Ashley Mills, directora ejecutiva de The Vision Council, “esta unificación en un solo evento representa nuestro compromiso de crear la principal reunión anual de la industria, en lugar de dividir la energía de nuestra comunidad en múltiples eventos”.

La decisión llega en un momento crítico para la industria óptica

Con un calendario de eventos cada vez más apretado y una presión creciente sobre las empresas para maximizar el retorno de la inversión, el enfoque fragmentado de múltiples ferias se estaba volviendo contraproducente. Los comentarios de la industria apuntaban constantemente a la necesidad de una experiencia más ágil e impactante que aportará un valor aún mayor. El nuevo formato aborda varios retos clave que han surgido en los últimos años.

Mollie Tavel Kaback, vicepresidenta de Dr. Tavel y fundadora de Alternate View, señala que “el calendario de eventos del sector puede ser abrumador, y hay que tomar decisiones basadas en cómo satisfacer mejor nuestras crecientes necesidades empresariales. Un evento como el de Vision Expo, más grande y mejor, significa que podemos ir, hacer todo lo que necesitamos en un solo lugar y marcharnos con energía para el futuro”.

El modelo de rotación de ciudades anfitrionas aporta una dimensión adicional al enfoque estratégico del nuevo formato. Comenzando por Orlando en 2026, seguido de Las Vegas en 2027 y Nueva York en 2028, la feria recorrerá los principales destinos de viajes de negocios que ofrecen accesibilidad regional y mantienen su atractivo global. Esta estrategia de rotación reconoce la diversidad geográfica de todo el mercado americano y garantiza nuevas experiencias a los asistentes.

Cuando se le pregunta por la inclusión de ciudades más céntricas en la rotación, Mills destaca el exhaustivo pro-

ceso de evaluación que hay detrás de estas selecciones. “Orlando, Las Vegas y Nueva York son algunos de los principales destinos de negocios y turismo de Estados Unidos y estamos encantados de dar la bienvenida a nuestras comunidades a estas ciudades donde Vision Expo tiene historia y éxitos pasados”, explica. La organización se mantiene abierta a futuros ajustes, teniendo en cuenta factores como la capacidad del recinto, la accesibilidad del transporte y la dinámica del mercado regional para optimizar tanto la asistencia como el retorno de la inversión de los expositores.

Para los expositores internacionales, la unificación presenta ventajas especialmente atractivas. El formato elimina la complejidad de elegir entre dos eventos, lo que hace que las inversiones en viajes sean más rentables. “Todo el mundo quiere acceder al mercado estadounidense y Vision Expo ofrece esa oportunidad”, afirma Mills. El Vision Council se posiciona como un recurso integral para los socios internacionales, ofreciendo datos de mercado, orientación normativa y conocimientos sobre el panorama óptico estadounidense en el contexto de un mercado más concentrado.

La fecha estratégica del calendario de marzo coincide con ciclos críticos del sector, como el lanzamiento de productos, los requisitos de créditos de formación continua y las temporadas clave de compras. Esta optimización del calendario, combinada con una mayor concentración en un único evento, promete ofrecer lo que Jamie Shyer, codirector ejecutivo y director de operaciones de Zyloware, describe como la capacidad de “crecer más, destacar y ofrecer una experiencia global más sólida”.

Vision Expo promete un valor más atractivo y completo

Los asistentes podrán disfrutar de una mayor oferta tecnológica, actividades inmersivas, programas educativos prácticos exclusivos y mejores oportunidades para establecer contactos. La concentración de recursos en un único evento anual permite invertir en experiencias y oportunidades que simplemente no eran viables cuando los esfuerzos se dividían entre varias ferias.

April Stackhouse, vicepresidenta de eventos de RX, destaca la ventaja competitiva que esto supone: “al concentrar los recursos para producir una feria anual, Vision Expo refuerza su posición como evento óptico imprescindible en Norteamérica. Participar es más fácil que nunca y la feria será mejor que nunca”.



Esta transformación refleja una tendencia más amplia en el sector de las ferias comerciales, en el que la unificación y la especialización son cada vez más importantes para mantener la relevancia y ofrecer valor. La industria óptica, con su complejo ecosistema de fabricantes, minoristas, profesionales y proveedores de tecnología, se beneficia de contar con un único y potente punto de convergencia anual.

Mientras la industria se prepara para esta transición, las partes interesadas se posicionan para una nueva era de compromiso más enfocado e impactante. El éxito de esta evolución estratégica se medirá en última instancia por su capacidad para fortalecer las relaciones comerciales, impulsar la innovación y apoyar el crecimiento continuo de la industria óptica en toda América.

La Vision Expo unificada representa más que la eficiencia operativa, encarna el compromiso de crear el centro definitivo para el descubrimiento de productos, la educación, la innovación y la conexión que exige la industria óptica moderna. Aún falta por llegar, en septiembre de 2025, pero se espera un emocionante y festivo Vision Expo West 2025 en Las Vegas que servirá como la última edición del evento doble. 20/20

VARILUX® PHYSIO® EXTENSEE™:

visión de alta intensidad en cualquier condición de luz

Este producto es el nuevo lente progresivo que redefine la experiencia visual, brindando máxima claridad, contraste y estabilidad sin importar la hora del día o el entorno luminoso.



Gracias a la exclusiva tecnología AI Twinning™, predice cómo varía la pupila en diferentes condiciones de luz para anticiparse a las necesidades visuales del usuario. Pupilizer™ optimiza la superficie del lente para reducir aberraciones y distorsiones, logrando una percepción visual más nítida. Además, Synchroneyes® sincroniza la visión de ambos ojos, ampliando el campo visual y ofreciendo una experiencia más natural y cómoda.

El resultado es una nueva dimensión de nitidez y confort, permitiendo a los usuarios ver más, disfrutar más y adaptarse a cualquier situación, desde actividades en interiores hasta ambientes de baja iluminación. **20/20**



Umbro presenta su nueva línea de monturas oftálmicas

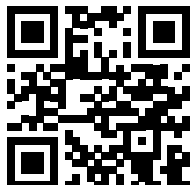
Inspiradas en el ADN deportivo de la marca, estas gafas combinan funcionalidad, resistencia y diseño.

Características principales:

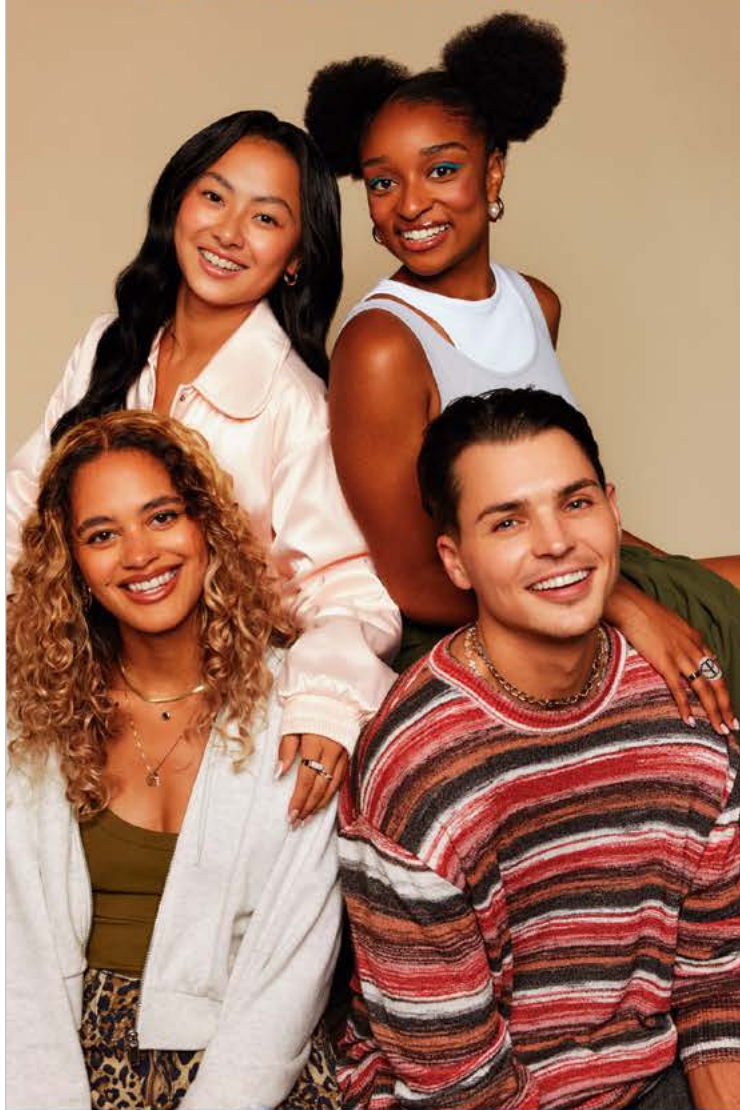
- Diseño deportivo y juvenil: Estilo moderno con líneas dinámicas y colores vibrantes que reflejan energía y actitud.
- Comodidad todo el día: Monturas ultraligeras con ajuste ergonómico que se adaptan al rostro sin presionar, ideales para el uso prolongado.
- Resistencia para el ritmo activo: Fabricadas con materiales flexibles y duraderos que soportan el movimiento constante, ideales para quienes combinan estudio, deporte y vida social.
- Compatibilidad con lentes oftálmicos: Diseñadas para adaptarse a distintos tipos de lentes, manteniendo un ajuste seguro incluso durante la actividad física.

Para quién es: Jóvenes deportistas, estudiantes activos, y quienes buscan una opción visual confiable sin sacrificar estilo.

Umbro reafirma su compromiso con la autenticidad deportiva, ahora también en el mundo de la óptica. Estas monturas no solo se ven bien: están listas para acompañarte en cada desafío. **20/20**



Sé tú mismo



Visto con ACUVUE®

Mantenga a sus pacientes cómodos¹ con lentes de contacto ACUVUE®

1. Familia de lentes de contacto de la marca ACUVUE® invita en términos de comodidad: ACUVUE® OASYS (incluidas las familias desechables diarios), 1-DAY ACUVUE® MOIST (dentro de la categoría de hidrogel desechable diario) y ACUVUE® VITA®.

MATERIAL PARA USO EXCLUSIVO DEL PROFESIONAL DE LA VISIÓN. Los lentes de contacto ACUVUE® son indicados para la corrección de la visión. Como ocurre con todos los lentes de contacto, pueden desarrollar problemas oculares, inclusive úlceras de córnea. Algunos usuarios sienten irritación, prurito o incomodidad leve. Los lentes no deben ser prescritos si los pacientes tienen infección ocular o sienten incomodidad, tienen lagrimeo excesivo, alteraciones de visión, enrojecimiento u otros problemas oculares. Producto de venta bajo receta. Hecho en U.S.A. o Irlanda. Johnson & Johnson de Chile S.A. 2025. Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción sin previa autorización. Consultas: Llame al centro de atención al cliente 56 23-284-0501 o escribanos a contactenos.cl@acuvue.com. Para más información sobre uso, cuidado de mantenimiento y seguridad consulte a su profesional de la visión. Producto de venta bajo receta. Paraguay: Importado y distribuido por: Optilab Paraguay S.A. Gral. E. Díaz 862 e/ Montevideo y Ayolas, Asunción, Paraguay. Para más información sobre uso, cuidados de mantenimiento y seguridad, consulte a su profesional de la visión, llame al centro de atención al cliente 099-800-441-0148, visite www.acuvue.com/es-pe o escribanos a contactenos.py@acuvue.com. Uruguay: Importado y Distribuido por: JKI S.A. Juan Paullier N° 2373. Montevideo, Uruguay. Para más información sobre uso, cuidados de mantenimiento y seguridad, consulte a su profesional de la visión, llame al centro de atención al cliente 000-413-598-4659, visite www.acuvue.com/es-uy o escribanos a contactenos.uy@acuvue.com. Perú: Para más información sobre uso, cuidado de mantenimiento y seguridad consulte a un profesional de la visión, llame al centro de atención al cliente 0800-55722, visite www.acuvue.com/es-pe, escribanos a contactenos.pe@acuvue.com o lea minuciosamente las instrucciones de uso. Importado y distribuido por LABORATORIOS OFTALMICOS S.A.C. Horacio Cachay N°195, La Victoria, Lima, Perú. **ADVERTENCIA:** LOS LENTES DE CONTACTO CON ABSORCIÓN DE RAYOS UV no sustituyen los anteojos protectores con absorción de rayos UV tales como las gafas de protección o anteojos para el sol con absorción UV, debido a que no cubren completamente el ojo y el área de alrededor. Debe continuar usando lentes con absorción de rayos UV, según lo indicado. **NOTA:** La exposición a largo plazo a la radiación UV es uno de los factores de riesgo asociados a las cataratas. La exposición se basa en una serie de factores tales como las condiciones ambientales (altitud, geografía, nubosidad) y los factores personales (alcance y naturaleza de las actividades al aire libre). Los lentes de contacto con bloqueador UV ayudan a proporcionar protección contra la radiación UV perjudicial. Sin embargo, no se han realizado estudios clínicos para demostrar que el uso de lentes de contacto con bloqueador UV reduce el riesgo de desarrollar cataratas u otros trastornos de la visión. Consulte a su profesional de la visión para obtener más información. VEEVA: 2025PP06734

Con el aval académico

UAL

Esfuerzo que Trasciende



SUMMIT visionyoptica®
CDMX 2025

EL EVENTO QUE REVOLUCIONÓ EL SECTOR ÓPTICO

¡ESTÁ DE REGRESO!

Prepárate para el Summit VisionyOptica™ 2025

25, 26 y 27 de septiembre Centro Banamex Ciudad de México

Organiza:

visionyoptica®

20/20
AMÉRICA LATINA

QAsesor
visionyoptica

IMEVI
soluciones integrales en salud visual

GC
Grupo
Castegui

Empresa logística

summitvisionyoptica.com

CONFERENCISTAS



O.D. Alberto Otolara Pradere



L.O. Ana Karen Blanco Guzmán



L.O. Ana Karen Jasso Díaz



L.O. Ana Marcela González Villalobos



Ángela Suárez



Angélica Lenz



L.O. Berenice Velázquez Sánchez



Dr. Carlos Bandek



O.D. Carlos Eduardo Palencia Garrido



L.O. Christian García



L.O. Daniel Paniagua



Diego Ramírez



Dr. Eduardo Chávez Mondragón



L.O. Elsa María Villalobos Torreblanca



O.D. Fanny Rivera



Prof. Gonzalo Carracedo, OD, MSc, PhD



L.O. Lilia Angélica Jimena Vega Pastor



Lic. Jorge Antonio Vázquez Coronado



L.O. José de Jesús Espinosa Galaviz



L.O. José Luis Monroy



O.D. Juan Fernando Oyasa Moncayo



Julio Jinesta



Dra. Karen G. Carrasquillo-Miranda, OD, PhD, FAO, FSL, FBCLA



O.D. Katherine González



L.O. Laura Verónica Centeno Morales



O.D. Marcela Camacho



Marcos Lecznowski



Dr. Martín Gallegos Duarte



Mtra. María del Carmen Vázquez Gorostieta



L.O. Neftalí Trinidad González



Dr. Orlando Jaramillo Jaramillo



L.O. Óscar Antonio Ramos



Pablo García



Raúl García Lastra



Dr. Raúl Suárez



O.D. Ricardo Mojica



Prof. Ricardo Pintor



L.O. Rubén Velázquez Guerrero



O.D. Severo Sánchez Melgarejo



Dra. Silvia Moguel Ancheita



Dr. Tito Gómez



Dra. Valeria Sánchez Huerta



Dra. Vanessa Bosch



O.D. William Fernel Gómez

Summit VisionyOptica™ 2025: donde la ciencia visual y la innovación se encuentran

Un simposio académico, clínico y comercial que marca un nuevo estándar para la salud visual en Latinoamérica.

El Summit VisionyOptica™ 2025 se consolida como uno de los espacios más influyentes en la región para el intercambio de conocimientos y avances en optometría y negocios ópticos. Esta edición, que se lleva a cabo en el Centro Banamex en Ciudad de México, reúne a una comunidad profesional ávida de actualización, innovación y conexiones estratégicas.

Uno de los grandes diferenciadores de este año es la incorporación del aval académico por parte de la Universidad Autónoma de La Laguna (UAL). Este respaldo institucional reafirma el compromiso del Summit con la formación continua, la rigurosidad científica y la generación de contenidos de alto valor para la práctica profesional.

Un programa académico con visión integral

Con más de 50 conferencistas confirmados, el Summit ofrece un recorrido completo por los temas más relevantes de la actualidad visual: desde el abordaje clínico y científico, hasta la visión empresarial que impulsa el crecimiento del sector.

La agenda incluye contactología especializada y pediátrica, nuevas estrategias en el manejo del ojo seco, desarrollo visual infantil y neurorehabilitación, innovación en diseño de lentes y tecnología óptica; y gestión y posicionamiento de ópticas y la-

boratorios. Con sesiones que abordarán temas para laboratorios oftálmicos, ciencias de la visión, contactología; y espacios empresariales y comerciales.

Referentes que marcan la diferencia

Cada edición del Summit se distingue por la calidad y diversidad de sus ponentes. Este año, se contará con la participación de especialistas clínicos, investigadores y empresarios provenientes de diversos países de Latinoamérica y el mundo.

El programa fue diseñado para ofrecer a los asistentes una experiencia de aprendizaje actualizada, práctica y multidisciplinaria. Desde reconocidas figuras académicas hasta voces emergentes de gran impacto, el Summit reúne a quienes están liderando la transformación del sector.

Consulta el pre-programa completo

Escanea el siguiente código QR para conocer los horarios, salones, temáticas y ponencias que conforman la agenda académica del evento.

Nuestros aliados estratégicos

Gracias al respaldo de universidades, laboratorios, marcas globales y empresas innovadoras, el Summit VisionyOptica™ 2025 ofrece una experiencia formativa y comercial sin precedentes.

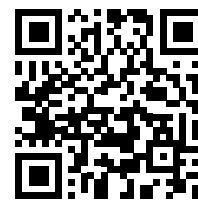
Un evento que impulsa el presente y construye el futuro

El Summit VisionyOptica™ 2025 representa una plataforma que integra ciencia, industria y comunidad. Organizado por Grupo Castegui y respaldado por instituciones líderes, se proyecta como una cita imprescindible para quienes buscan crecer profesionalmente, fortalecer alianzas y actualizar su visión del mundo óptico y optométrico.

Esta edición, celebrada en uno de los centros de convenciones más importantes de Ciudad de México, reafirma el propósito de construir una red de conocimiento y colaboración al servicio de la salud visual. **20/20**

¡Escanea para ver el programa, aquí!

Planifica tu participación y no te pierdas ninguna de tus charlas favoritas.



PATROCINADORES

Patrocinio Bellas Artes

LENSBEST

seto



Johnson & Johnson

Patrocinio Zócalo



Patrocinio Azteca



Patrocinio Maya



Patrocinio Mazahua



Grey is Glam:

el adulto mayor conquista la moda óptica



Por Laura Mercado
 Editora
 20/20 Europa

No se trata de adaptarse: se trata de destacar.

La generación plateada impone su estilo con armazones que combinan elegancia, actitud y visión consciente.

► ¿Cómo transformar una consulta en una oportunidad de estilo?

La clave está en saber ofrecer el armazón perfecto para una generación que no quiere pasar desapercibida.

El nuevo consumidor senior: sofisticado, informado y visualmente exigente

Ya no sorprende ver a personas mayores luciendo con orgullo gafas de gran tamaño y colores vi-

brantes. De hecho, cada vez más adultos mayores encuentran en sus monturas una herramienta de expresión personal: una forma de proyectar seguridad, estilo y romper con los estereotipos de fragilidad o dependencia.

El mensaje es claro: la estética no se jubila. Y desde la óptica, esto exige una propuesta comercial actualizada, sensible y visualmente atractiva, que acompañe tanto las necesidades clínicas como el deseo de autoexpresión.

En este contexto, el rol de los profesionales de la salud visual se redefine al ser diseñadores de soluciones visuales integrales. La asesoría se convierte en un acto creativo que combina conocimientos clínicos con sensibilidad estética porque el consumidor senior exigente, informado y emocionalmente receptivo, no busca simplemente ver mejor, sino sentirse visto.

¿Y si cada consulta fuera también una asesoría de imagen?

Frente a afecciones comunes como la presbicia, las cataratas o la degeneración macular, el óptico tiene una oportunidad única, ofrecer soluciones que no solo mejoran la agudeza visual, sino que también eleven la imagen personal. En esta etapa de la vida, el diseño importa tanto como la dioptría.

Traducir esta comprensión en acciones concretas dentro de la óptica es clave para fidelizar y diferenciarse. Por eso, al reconocer que el consumidor senior representa una valiosa oportunidad de crecimiento, compartimos algunas herramientas prácticas que pueden integrarse fácilmente en la consulta diaria:

Escucha activa + lectura estética

El primer paso es escuchar al paciente: ¿Qué le gusta?, ¿cómo se viste?, ¿usa accesorios? y ¿quiere que sus gafas pasen desapercibidas o que sean protagonistas? Entender su lenguaje visual es tan importante como interpretar su prescripción óptica.

Ofrecer modelos pensados para ellos

Contar con una línea específica para adultos mayores que combine diseño, confort y diversidad es clave. Marcas que trabajan la ergonomía sin sacrificar la estética permiten responder a esta demanda creciente. Combinar opciones de lujo discreto con modelos accesibles asegura cubrir distintos perfiles económicos, como bien destaca el artículo clínico de esta revista.

Formar al equipo en asesoría estética

No todos los adultos mayores quieren “verse jóvenes”, pero sí quieren verse bien. Es fundamental que el personal de la óptica pueda sugerir monturas que iluminen, resalten o acompañen el estilo de vida del usuario, sin imponer ni subestimar.

Tendencias que brillan en el consumidor senior

Cuando se trata de asesorar al público senior, no basta con ofrecer monturas funcionales, el verdadero diferencial está en sugerir estilos que resalten la personalidad, armonicen con los rasgos del rostro maduro y, sobre todo, generen confianza y comodidad.

Algunos estilos que funcionan, especialmente bien, para el público senior son:

- **Oversize sofisticado:** las monturas grandes siguen vigentes. No solo aportan comodidad visual, sino que armonizan con rostros maduros, aportando presencia sin recargar.
- **Transparencias y acetatos suaves:** ayudan a suavizar rasgos y a generar luminosidad.
- **Colores metálicos:** azul petróleo, dorado envejecido, vino o cobre satinado aportan elegancia sin caer en lo estridente.
- **Diseños ergonómicos sin perder estilo:** materiales ligeros, puentes anatómicos y varillas flexibles con detalles modernos o vintage reinterpretado.

Íconos +60 que inspiran

¿Necesita inspiración para armar una vitrina o recomendar estilos? Lo invitamos a consultar las redes sociales de algunas leyendas vivas que usan gafas como declaración de estilo:

- **Iris Apfel (@iris.apfel):** 102 años. Gafas oversize como marca registrada. La moda como provocación vital.
- **Grece Ghanem (@greceghanem):** 59 años. Elegancia libanesa con espíritu millennial.
- **Günther Krabbenhöft (@guntherkrabbenhöft):** 75+. Estilo dandy berlinés.
- **Linda Rodin (@lindaandwinks):** 78 años. Minimalismo moderno.

En conclusión, integrar a la generación plateada en la propuesta de valor no es una moda pasajera, es una decisión estratégica con impacto clínico, comercial y cultural.

Quien sepa leer esta nueva mirada no solo aumentará sus ventas, sino que construirá vínculos de largo plazo con un público fiel, exigente y lleno de estilo. 2020



Especial envejecimiento ocular y presbicia



Por Patricia E. García A. OD.
Ms.As
Editora Clínica Revista 20/20

La presbicia representa un desafío creciente de salud pública a nivel mundial, con más de mil millones de personas afectadas y una marcada desigualdad en el acceso a corrección visual. Su impacto funcional deteriora la calidad de vida al dificultar actividades cotidianas como leer y trabajar, y se proyecta que su prevalencia aumentará significativamente hacia 2050 por el envejecimiento de la población. Ante este panorama, se vuelve urgente implementar estrategias accesibles y sostenibles, como la provisión de lentes de lectura y la promoción de exámenes optométricos regulares.

Desde el enfoque clínico, el Síndrome de Cristalino Disfuncional (DLS, por sus siglas en inglés) es un concepto integrador que engloba dos condiciones bien conocidas: la presbicia y las cataratas. Este término describe los cambios fisiológicos progresivos del cristalino relacionados con la edad, cuya manifestación inicial suele ocurrir entre los 40 y 50 años en forma de presbicia. Dicho proceso incluye el endurecimiento del cristalino, mayor dispersión de la luz, aparición de aberraciones ópticas y, en etapas más avanzadas, desarrollo de cataratas.

La presbicia se suma a otras enfermedades que afectan tanto la visión como la salud general y el bienestar mental. Por ello, los profesionales deben tener una visión integral, comprendiendo los procesos de envejecimiento y las expectativas de las personas mayores. Así, la optometría no solo contribuye a mejorar la capacidad visual y a la detección oportuna de problemas en la salud ocu-

lar, sino también a fortalecer el vínculo de las personas mayores con su entorno y calidad de vida.

La salud visual en la adultez mayor no solo implica ver bien, sino sentirse bien al ver. La pérdida de visión puede impactar profundamente la autoestima, la independencia y la conexión emocional con el entorno. Cuando una persona mayor deja de leer, coser, manejar o reconocer rostros con claridad, puede también enfrentar sentimientos de frustración, aislamiento o inutilidad.

Para las personas mayores, sentirse bien con sus gafas va mucho más allá de la corrección óptica: es también un acto de reconocimiento y autoestima. Cuando el diseño, la comodidad y la funcionalidad se integran adecuadamente, las gafas se convierten en una herramienta de empoderamiento que favorece la autonomía, la inclusión social y la autoimagen positiva.

La presbicia y el envejecimiento ocular, representa un desafío de salud pública que exige un abordaje integral. La optometría, en este contexto, adquiere un rol esencial que trasciende lo clínico para convertirse en una disciplina con impacto humanista, al contribuir de manera directa al bienestar integral de las personas mayores. No se limita a optimizar la función visual, sino que fortalece su autonomía, dignidad y participación en la vida social y emocional de esta población.

Por eso, les invitamos a explorar este especial dedicado al envejecimiento y la salud visual, donde se abordan los desafíos clínicos, sociales y emocionales que enfrentan millones de personas mayores en todo el mundo. **2020**

Diseñadas para tu laboratorio, pensadas para tu tranquilidad.



Escanea para
más información

Sistema de tallado **LabOne**

Bloqueadora rápida

Generador Forma Libre

Pulidora inteligente

Sistema de grabado **láser**

Sabemos lo que significa invertir en una máquina **Free Form**: es apostar tu **patrimonio**, tu **tiempo** y tu **tranquilidad**. Por eso nuestras máquinas están diseñadas para durar, **no para detenerse**. Con un mantenimiento mínimo y una estructura simple pero poderosa, cero calibración en tu operación diaria.

Más que tecnología, son una inversión segura para quienes no se pueden dar el lujo de detenerse.

La importancia de la inspección y exploración ocular en el adulto mayor



M.D.E. María del Carmen Vázquez Gorostieta

Docente CEDEI Monterrey, México, ULAT Bolivia, Cochabamba. Profesionales de la Salud Visual.

La evaluación ocular en personas adultas mayores es una herramienta clave para los profesionales de la salud visual, ya que permite efectuar un examen integral. La realización de revisiones periódicas facilita la identificación precoz de alteraciones visuales y oculares, y la aplicación de intervenciones adecuadas, mejorando así la precisión y el alcance de la atención otorgada.

La consulta optométrica debe incorporar de manera sistemática la utilización de diversas herramientas diagnósticas que resultan imprescindibles para la evaluación integral de los pacientes, especialmente en personas adultas mayores, quienes requieren una valoración ocular detallada debido a los cambios fisiológicos y patológicos asociados al envejecimiento, los cuales pueden afectar su calidad de vida.

Por este motivo, la inspección y exploración ocular exhaustiva es fundamental para lograr un diagnóstico precoz, implementar tratamientos oportunos además de prevenir alteraciones visuales y enfermedades oculares y/o sistémicas.

Con el envejecimiento, los ojos experimentan transformaciones estructurales y funcionales, entre las que se incluyen cambios fisiológicos y degenerativos como la presbicia, una reducción de la transparencia del cristalino, una menor producción lagrimal, la pérdida de células ganglionares en la retina y la alte-

ración de la circulación coroidea-retiniana. También, es común el aumento en la rigidez y el engrosamiento de las fibras del humor vítreo, lo que puede dar lugar a miodesopsias, mientras que la reducción de la sensibilidad retinal contribuye a una menor adaptación a los cambios de luz y a la disminución de la agudeza visual nocturna. Por este motivo, se recomienda la vigilancia visual periódica en adultos mayores para detectar posibles alteraciones visuales.

¿Por qué es clave realizar una evaluación integral en un adulto mayor?

En la práctica clínica es frecuente atender pacientes adultos mayores que presentan diversos síntomas. La realización meticulosa de todas las pruebas necesarias dentro del protocolo integral de la consulta optométrica frecuentemente revela condiciones subyacentes no evidenciadas inicialmente, lo que resalta la importancia de una evaluación lo más completa posible.

La gerociencia estudia los procesos biológicos del envejecimiento, abordando sus mecanismos para prevenir multimorbididades asociadas a la edad. Bajo esta perspectiva, el examen visual y ocular se transforma en una herramienta anticipatoria, no solo para detectar patologías oculares, sino como un indicador sistémico de salud. Alteraciones en la retina, el nervio óptico o la agudeza visual pueden reflejar procesos neurodegenerativos, cardiovasculares o metabólicos, por lo que un examen visual y ocular exhaustivo puede convertirse en un biomarcador clínico del envejecimiento.

¿Qué pruebas se recomiendan para la evaluación e inspección ocular?

Inspección externa:

Se debe examinar los párpados, estructuras perioculares y la hendidura palpebral. La evaluación minuciosa de la superficie ocular puede realizarse utilizando preferiblemente una lámpara de hendidura. Es recomendable solicitar al paciente que dirija la mirada en diferentes direcciones para facilitar una mejor observación; asimismo, en casos necesarios, se puede emplear un hisopo estéril para la eversión palpebral ante la sospecha de cuerpos extraños o molestias. Entre los hallazgos relevantes se incluyen alteraciones en párpados, asimetría ocular, hiperemia, secreciones, ptosis y lesiones externas.

Exploración funcional y anatómica:

La evaluación oftalmológica incluye la revisión de la agudeza visual tanto lejana como cercana, que analiza cuidadosamente la capacidad del paciente para distinguir detalles a diferentes distancias. Se realiza una minuciosa inspección pupilar y de los reflejos oculares, lo que permite detectar posibles alteraciones neurológicas o estructurales. También se observa la motilidad ocular, comprobando que los ojos se desplacen adecuadamente en todas las direcciones.

Mediante la biomicroscopía, el especialista examina con detalle estructuras como la córnea, el cristalino y la conjuntiva, entre otras, buscando anomalías o signos de enfermedad. Para descartar glaucoma u otros trastornos relacionados con la presión intraocular, se lleva a cabo una tonometría. La oftalmoscopia se emplea para observar directamente el nervio óptico y la retina, lo que facilita el diagnóstico de patologías retinianas o daños en el nervio. Según las necesidades clínicas de cada caso, pueden solicitarse pruebas complementarias, como el estudio de campo visual o la tomografía de coherencia óptica (OCT), para obtener información más precisa sobre la función y estructura ocular.

La oftalmoscopia y la evaluación de medios transparentes

La oftalmoscopia constituye una prueba esencial en la valoración del fondo de ojo, particularmente en pacientes adultos mayores, ya que permite identificar tempranamente alteraciones visuales y sistémicas que pueden incidir negativamente en la calidad de vida si no se abordan oportunamente.

En el ámbito del examen y la evaluación visual y ocular, definir criterios precisos cobra especial relevancia la oftalmoscopia, para asegurar diagnósticos acertados y planes de tratamiento adecuados. Una valoración integral de la retina y de los medios transparentes del ojo permite detectar posibles anomalías, identificar factores de riesgo y orientar las intervenciones en función de las necesidades individuales de cada paciente.

La evaluación ocular integral contempla diversos aspectos fundamentales para asegurar un diagnóstico preciso y un abordaje adecuado de cada paciente. En primer lugar, es esencial la detección de enfermedades degenerativas de la retina, como la degeneración macular relacionada con la edad (DMRE), la retinopatía diabética, el desprendimiento de retina y la retinosis pigmentaria. Identificar estas patologías en etapas tempranas permite intervenir oportunamente y preservar la función visual.



1. Detección de enfermedades degenerativas de la retina:
 - Degeneración macular relacionada con la edad (DMRE)
 - Retinopatía diabética
 - Desprendimiento de retina
 - Retinosis pigmentaria
2. Evaluación del nervio óptico:
 - Glaucoma
 - Neuropatías ópticas
3. Seguimiento de enfermedades sistémicas:
 - Hipertensión arterial
 - Diabetes mellitus
4. Detección de signos de envejecimiento ocular:
 - Atrofia retiniana
 - Drusas
 - Esclerosis vascular

Otro aspecto crucial durante la exploración es la evaluación detallada del nervio óptico. Esta revisión permite identificar signos compatibles con glaucoma o neuropatías ópticas, condiciones que pueden amenazar la visión si no se detectan a tiempo.

La exploración del fondo de ojo también sirve como valiosa herramienta para el seguimiento de enfermedades sistémicas, tales como la hipertensión arterial y la diabetes mellitus, ya que ambas pueden manifestarse con alteraciones características en la retina, como las diferentes formas de retinopatía.

Finalmente, es importante observar los signos propios del envejecimiento ocular, entre los que se incluyen la atrofia retiniana, la presencia de drusas y la esclerosis vascular. Estos cambios fisiológicos, aunque esperados con el paso del tiempo, requieren vigilancia para distinguirlos de patologías que puedan comprometer la calidad visual de la persona.

Con el paso del tiempo, los medios transparentes del ojo, como la córnea, el humor acuoso, el cristalino y el humor vítreo, experimentan transformaciones fisiológicas y degenerativas que pueden disminuir la agudeza visual, incluso cuando la corrección óptica es adecuada.

Durante la evaluación de los medios transparentes, es imprescindible realizar una inspección minuciosa de la película lagrimal, la córnea, el humor acuoso, el cristalino y el humor vítreo. Para ello, el uso de herramientas diagnósticas especializadas, como la lámpara de

hendidura, lentes de Volk o cámaras retinales, facilita la obtención de imágenes en alta resolución y la detección temprana de patologías o anomalías sutiles. No obstante, en aquellos casos en los que solo se dispone de instrumentos como el oftalmoscopio, es posible adaptar la técnica y aprovechar al máximo los recursos disponibles en el gabinete. La correcta utilización de estos instrumentos permite valorar la transparencia, integridad y funcionalidad de cada uno de los medios, así como identificar signos iniciales de enfermedades oculares como cataratas, opacidades corneales, sinequias o cuerpos flotantes. De este modo, la exploración exhaustiva de los medios transparentes se convierte en un pilar esencial para el abordaje global del paciente, especialmente en el contexto del envejecimiento ocular.

Conclusiones

Existen múltiples pruebas y procedimientos recomendados en la consulta para garantizar una inspección y evaluación ocular exhaustiva. La inspección y exploración del adulto mayor representa una herramienta clave no solo para preservar la función visual, sino también para mantener la independencia, bienestar psicológico y calidad de vida de esta población. Realizar evaluaciones periódicas facilita la detección temprana de alteraciones visuales, la instauración de tratamientos oportunos y contribuye de manera significativa al envejecimiento saludable y funcional del paciente. **2020**

Referencias:

1. American Academy of Ophthalmology. Información sobre salud ocular para adultos mayores de 65 años. <https://www.aao.org/salud-ocular/consejos/informaci%C3%B3n-sobre-salud-ocular-para-adultos-mayores#:~:text=La%20Academia%20Americana%20de%20Oftalmolog%C3%ADa,no%20est%C3%A1n%20rayados%20o%20sucios.&text=Es%20importante%20hacerse%20un%20examen,cataratas>.
2. Gimeno Arcas, María Aurora. Oftalmología geriátrica. Las patologías oculares en el paciente mayor. NPunto Vol. VIII Número 84. Marzo 2025: 22-59. Recuperado de: https://www.npunto.es/content/src/pdf-articulo/67e1114d9cdef1_Urgenciasyemergenciasoftalmologicas.pdf
3. Rolland Y, Sierra F, Ferrucci L, Barzilai N, De Cabo R, Mannick J, Oliva A, Evans W, Angioni D, De Souto Barreto P, Raffin J, Vellas B, Kirkland JL; G.C.T-TF group. Challenges in developing Geroscience trials. Nat Commun. 2023 Aug 19;14(1):5038. doi: 10.1038/s41467-023-39786-7. PMID: 37598227; PMCID: PMC10439920. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10439920/>

Actualiza tu laboratorio con última tecnología en recubrimiento por spin

Sistemas de recubrimiento por spin Velocity y presentamos el sistema de recubrimiento por spin Velocity TT

Con la introducción de la nueva Velocity TT, una máquina de mesa, nuestros sistemas de recubrimiento por spin están disponibles para cualquier volumen de producción y también se ofrecen en opciones automatizadas. ¡Optimiza tu proceso de recubrimiento hoy mismo y lleva tu producción al siguiente nivel!



Coburn ofrece la gama más amplia de sistemas de revestimiento por spin



Los présbitas de hoy se quejan con frecuencia de la fatiga visual digital



Por Kirk Smick, OD

Este artículo fue traducido y adaptado con autorización del Grupo Jobson Publish. Su reproducción no está permitida.

Los pacientes con presbicia suelen quejarse de síntomas incómodos tras pasar el día con sus dispositivos digitales o disfrutar de un pasatiempo que requiere visión de cerca. Los jubilados suelen usar la vista casi tanto, o incluso más, que cuando trabajaban.

Varios optometristas se han convertido en expertos mundiales en la fatiga visual digital, entre ellos, el Dr. Jim Sheedy, OD, PhD, quien trabajó durante varios años en la Universidad del Pacífico investigando todos los aspectos de esta afección. (El Dr. Sheedy también es conocido como Doctor Ergo por su experiencia en posturas corporales ergonómicas). Las quejas más comunes que se reportan a los optometristas son: visión borrosa, diplopía, ojos secos, ojos rojos e irritados, dolores

de cabeza y, a menudo, dolor de cuello o espalda.

Síndrome de visión de computadora

Hay muchas causas potenciales del síndrome de visión de computadora (CVS, por sus siglas en inglés), también conocido como fatiga visual digital. El resplandor de la pantalla, la mala iluminación, la mala postura al usar un dispositivo digital, verlo a una distancia y ángulos incorrectos, problemas de visión sin corregir, son algunos de los muchos factores. ¹ En una reciente reunión de consultores de

Alpha Omega ², la Dra. Selina McGee, OD, FAAO, Dipl. ABO, de BeSpoke Vision en Edmond, Oklahoma, me dijo que a menudo ve pacientes mayores que se quejan de fatiga visual, y el problema a menudo resulta ser ojo seco que no ha sido diagnosticado. La Dra. McGee se especializa en el tratamiento de pacientes con ojo seco y ha dado conferencias con frecuencia sobre el síndrome. Ella admite que también diagnostica el síndrome de visión de computadora en su clínica.

Varios colegas, entre ellos el Dr. Paul Karpecki, OD, FAAO, han enfatizado que, con un diagnóstico adecuado, estos pacientes con presbicia no necesariamente tienen que renunciar a su tiempo frente a la pantalla, ya que existen varias soluciones para aliviar el dilema digital. El Dr. Karpecki cree que el simple hecho de concentrarse demasiado en la pantalla puede ser la causa. Estos dos párrafos están unidos en el artículo original.

Esto es algo que mi esposa y yo también notamos el pasado Día de San Valentín cuando fuimos a cenar y nos sentamos frente a una pareja de mediana edad que sostenía sus teléfonos inteligentes en una mano y sus cubiertos en la otra. No contamos más de tres intercambios de conversación entre ellos durante el evento de dos horas. ¡Qué gran amor!

Maneras de aliviar la fatiga visual digital

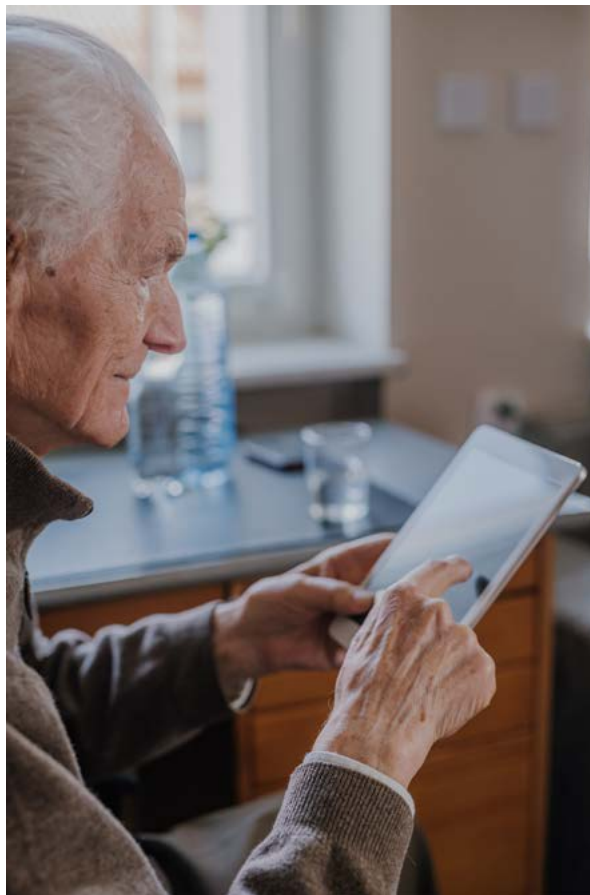
Cuando conversé sobre este tema con el Dr. Robert Lopanik, otorrinolaringólogo, quien ejerce en Charleston, Carolina del Sur, mencionó que lee mucho en su lector electrónico y que a menudo tiene que dejarlo para descansar la vista. El Dr. Lopanik sigue la regla 20-20-20, que recomienda que, al trabajar de cerca, cada 20 minutos enfoque la vista a 6 metros (20 pies) de distancia durante 20 segundos.

Esta práctica fomentará un mayor parpadeo, que se reduce considerablemente al mirar fijamente la pantalla de una computadora. Según un estudio de la Universidad de Iowa, las personas parpadean un 66% menos cuando trabajan con una pantalla digital. ³ El parpadeo extiende la película lagrimal por toda la superficie ocular y evita su evaporación.

Podemos recetar a nuestros pacientes varias herramientas para aliviar la fatiga visual. Ante todo, asegúrese de que sus



Usar una graduación incorrecta o desactualizada puede aumentar la fatiga visual y, a menudo, causar dolores de cabeza.



gafas tengan la graduación correcta, incluyendo una graduación de cerca adecuada para la distancia de trabajo. Usar una graduación incorrecta o desactualizada puede aumentar la fatiga visual y, a menudo, causar dolores de cabeza. Muchos optometristas recetan gafas monofocales especiales de cerca, ajustadas para la distancia de trabajo habitual del paciente.

El reflejo de la pantalla se produce en muchas ocasiones debido a la ubicación de las estaciones de trabajo. Este fenómeno se produce cuando la luz se refleja en la pantalla digital. Los escritorios cercanos a una ventana pueden causarlo, al igual que las lámparas de techo, en particular las bombillas fluorescentes. Muchas empresas ofrecen filtros antirreflejo a sus empleados para que los coloquen en las pantallas de sus ordenadores. Atenuar las luces del techo, usar bombillas de menor potencia y colocar cortinas en las ventanas también puede ayudar a reducir el reflejo de la pantalla.

La ubicación del laptop es fundamental para una buena salud ocular. A menudo, las personas se sientan demasiado cerca del computador. Sugiero que el paciente se siente frente a la pantalla de su consultorio y observe

qué tan cerca está la distancia de trabajo preferida por el paciente. La mayoría de los expertos recomiendan una distancia de 56 a 71 cm de los ojos. La pantalla no debe estar por encima del nivel de los ojos del paciente.

El Dr. Sheedy ha afirmado que una mala postura también puede contribuir a la fatiga visual. Es importante no dejar que el cuello se incline hacia adelante. Ha trabajado con varios fabricantes de sillas de oficina y su investigación ha demostrado que las personas necesitan mantener los pies apoyados en el suelo y las rodillas niveladas.

La Asociación Americana de Optometría recomienda que, durante un examen ocular completo, es importante evaluar cómo enfocan, se mueven y trabajan conjuntamente los ojos. Para obtener una imagen nítida y uniforme de lo que se observa, los ojos deben cambiar de enfoque, moverse y trabajar al unísono eficazmente. El examen visual buscará problemas que impidan que los ojos enfoquen correctamente o dificulten el uso simultáneo de ambos ojos.⁵ En mi experiencia, este tipo de examen se realiza mejor en el consultorio de un optometrista.

Finalmente, las quejas sobre fatiga visual de sus pacientes con presbicia deben investigarse a fondo mediante un examen ocular completo, seguido de una conversación con el paciente sobre su trabajo, aficiones y hábitos de visualización. El optometrista es la primera línea de defensa, por lo que debemos asegurarnos de que los pacientes sepan que existen remedios que pueden ofrecerles un verdadero bienestar y una mejor calidad de vida. **20/20**

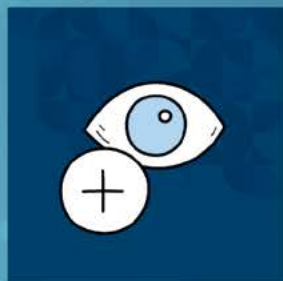
Referencias:

1. Ochieng N. A Snapshot of Sources of Coverage Among Medicare Beneficiaries. KFF. Dec. 13, 2023
2. Zarabozo C. Milestones in Medicare Managed Care. Health Care Finance Rev 2000;22:61-7.
3. Rumpakis J. A Simpler Way to Code Office Encounters. Review of Optometry. Oct. 12, 2020
4. Report to the Congress: Medicare payment policy. Washington, DC: Medicare Payment Advisory Commission, March 15, 2023
5. For Medicare Advantage Plans, Trust and Problem Resolution Closely Associated with Likelihood to Renew, J.D. Power Finds. J.D. Power Aug. 22, 2023

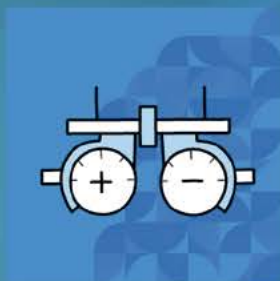


Lima
Perú
9-11
OCT

Ejes temáticos



**Nuevas Tecnologías
y Tendencias en
Contactología**



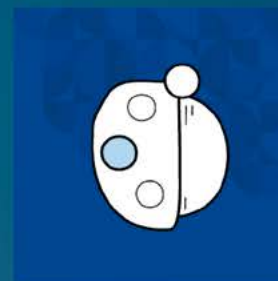
**Optometría Pediátrica
y Visión Binocular**



**Avances Tecnológicos
en Optometría y
Salud Visual**



**Emprendimiento,
Marketing y Atención
Optométrica**



**Nuevas Tecnologías
y Tendencias en
Óptica Oftálmica**

Los Delfines Hotel & Convetion Center
Los Eucaliptos 555, San Isidro
www.losdelfineshotel.com



Regístrate Ahora

Asociado a:



Organizan:





Carlos Matos: Liderando el cambio de la salud visual en Latinoamérica con HOYA Vision Care



Con más de 80 años de historia, HOYA Vision Care es una empresa japonesa reconocida globalmente por su innovación en el desarrollo de lentes oftálmicas de alta precisión. Su compromiso con la excelencia tecnológica y la mejora continua la han posicionado como un referente en el cuidado visual. Ahora, bajo el liderazgo de Carlos Matos en Latinoamérica, la compañía busca ampliar su impacto en la región con una visión clara: transformar vidas a través de una mejor visión.

Con más de 25 años de experiencia en la industria de la salud, Carlos Matos, se define como un ciudadano del mundo. Nacido en Lisboa, Portugal, ha trabajado en diversos mercados como España, África, Oriente Medio y Brasil. Hoy, asume un nuevo desafío: liderar HOYA Vision Care en Latinoamérica, con un enfoque claro en transformar la salud visual de la región.

Una transformación necesaria y urgente

Desde su llegada a HOYA Vision Care Latinoamérica, Carlos Matos tiene una meta clara: impulsar un cambio significativo en la salud visual de la región.

“Latinoamérica tiene muchas necesidades en este campo. Queremos mejorar la calidad de vida de las personas a

través de soluciones visuales eficaces. HOYA, con más de 80 años de experiencia y una visión centrada en la innovación, está comprometida con este propósito”, afirma Matos.

La misión es clara: llevar soluciones ópticas de alta calidad a todas las edades, desde los más pequeños hasta los adultos mayores, en todos los países de la región.

Tecnología, innovación y precisión japonesa al servicio de la visión

Con una trayectoria sólida en crecimiento de negocios y liderazgo estratégico, Carlos Matos está decidido a adaptar la innovación tecnológica de HOYA a las necesidades específicas de Latinoamérica.

“Hoy las lentes necesitan tecnología. Equipos digitales con inteligencia artificial nos permiten realizar mediciones visuales mucho más precisas. Esto se traduce en lentes de mejor calidad, visión perfecta y un servicio superior. La excelencia japonesa es nuestro modelo, y queremos replicarlo aquí”, asegura.

Un ecosistema colaborativo: la clave para fortalecer el sector visual

Para Matos, el éxito no se logra de forma aislada. Cree firmemente en el trabajo conjunto entre profesionales de la salud visual, negocios independientes, marcas y entidades públicas.

“Vivimos en un ecosistema con muchos actores. Para cuidar de la visión de las personas, debemos trabajar de la mano con la sociedad, los gobiernos y el sector privado. Sólo así lograremos generar conciencia y acceso a soluciones visuales efectivas”, destaca.

Educación visual: una prioridad bajo su liderazgo

Uno de los grandes retos en la región es la falta de conciencia sobre la salud visual. Carlos Matos tiene claro que la educación debe ser parte esencial de su estrategia.

“Muchas personas no acceden a un cuidado visual adecuado por razones económicas. Por eso, en HOYA impulsamos acciones de responsabilidad social que nos permitan llegar a quienes más lo necesitan. Nuestro compromiso no es sólo recibir, sino también retribuir a la sociedad”, subraya.

Un legado de visión y propósito

Al preguntarle sobre el legado que le gustaría dejar en HOYA Vision Care Latinoamérica, su respuesta es contundente:

“Personas con mejor vida a través de una mejor visión. Mi objetivo es que el equipo que lidero, encuentre propósito en lo que hace, y que juntos llevemos felicidad a través de la salud visual a millones de personas en la región.”

Un mensaje inspirador para el sector

Carlos Matos cierra con una frase que resume su visión colaborativa:

“Todos juntos seremos más fuertes.”

Con esta mentalidad, HOYA Vision Care Latinoamérica, bajo su liderazgo, se prepara para marcar una diferencia real en la vida de las personas. **2020**

Fe de erratas Revista 20/20

En Español Edición 3

En el publrreportaje titulado *“Carlos Mattos: liderando el cambio de la salud visual en Latinoamérica con HOYA Vision Care”*, publicado en nuestra tercera edición impresa, se cometió un error en la escritura del apellido del protagonista.

El apellido correcto es **Carlos Matos**, con una sola **“t”**.

Las correcciones se realizaron en las siguientes partes del documento:

- **Título principal:** donde decía *“Carlos Mattos”* ahora se corrigió a *“Carlos Matos”*.
- **Subtítulo/entradilla:** se reemplazó *“Mattos”* por *“Matos”*.
- **Cuerpo del texto:** todas las menciones al apellido del Sr. Carlos Matos fueron corregidas.

Ofrecemos disculpas al Sr. Carlos Matos y a nuestros lectores por este error, ya enmendado en nuestra edición digital.



Comportamiento del consumidor senior y sus necesidades visuales



Patricia E. García A. OD. Ms.As.

Editora clínica Revista 20/20

El envejecimiento de la población es una tendencia global que ha posicionado a las personas mayores de 60 años como un actor fundamental en el mercado de consumo. Este grupo demográfico, a menudo denominado “senior”, tiene necesidades de salud visual que se acentúan progresivamente con el envejecimiento y, al mismo, tiempo influyen en sus decisiones de compra, mientras enfrentan barreras para acceder a una atención adecuada.

El proceso de envejecimiento conlleva una serie de cambios fisiológicos que impactan significativamente en la salud

ocular. Afecciones como la presbicia, cataratas, glaucoma, degeneración macular asociada a la edad (DMAE) y retinopatía diabética son prevalentes en este grupo y afectan directamente su calidad de vida y autonomía.

La demanda de este segmento se orienta hacia soluciones que no solo corrigen la visión, sino que también mejoren la comodidad, seguridad y su independencia. La confianza en el profesional de la visión, la calidad del servicio ofrecido y la relación calidad-precio son factores determinantes en su decisión de compra. Este grupo a menudo prioriza la experiencia del proveedor y la recomendación profesional por encima del costo inicial del producto o servicio.

Diversidad demográfica y económica

La población de adultos mayores no es homogénea. Existen perfiles con poder adquisitivo elevado, resultado de una trayectoria profesional estable, pero también personas dependientes económicamente que enfrentan barreras como los bajos ingresos, falta de redes de apoyo y cobertura de salud limitada. Las estrategias de salud visual deben contemplar esta diversidad, ofreciendo tanto productos de alta gama, así como alternativas más accesibles, aunque de buena calidad.

- Adultos mayores de alto poder adquisitivo: valoran la innovación, tecnología avanzada y personalización.
- Mayores con dependencia económica: requieren opciones asequibles, de fácil acceso geográficamente y acompañadas de educación preventiva para superar el desconocimiento y el temor a procedimientos y productos nuevos.

Comportamiento del consumo senior

Los consumidores *seniors* destacan por ser exigentes, informados y analíticos. Tienen tiempo y experiencia para evaluar la relación calidad-precio y evitar decisiones impulsivas. Su creciente alfabetización digital les permite investigar, comparar opciones y participar activamente en procesos de compra, aunque su decisión final suele incluir una validación profesional.

La salud visual, para este grupo, no es solo una cuestión funcional, se integra en su bienestar general, afectando desde actividades cotidianas hasta aspectos emocionales. La pérdida de visión puede conducir a aislamiento social, depresión y ansiedad, haciendo que las soluciones ópticas deban responder no solo a criterios clínicos, sino también sociales y psicológicos.

Adaptaciones cotidianas y demandas específicas

El deterioro visual obliga a los adultos mayores a modificar sus hábitos de consumo y, por ende, su entorno. Surgen necesidades como mayor ilumi-

nación, interfaces más intuitivas, letras grandes o mejor contraste. Esto genera una demanda de soluciones ópticas y tecnológicas que promuevan autonomía y conectividad.

Entre las alternativas recomendadas para el cuidado visual en personas adultas mayores se encuentran las gafas progresivas, lentes multifocales, lágrimas artificiales y suplementos nutricionales. Además, existen servicios útiles como la cirugía de cataratas, revisiones periódicas especializadas, campañas de detección, asesoría nutricional y chequeos de enfermedades visuales como la diabetes y el glaucoma, priorizando siempre la prevención y el abordaje integral de la salud ocular.

Preferencias de compra y experiencia omnicanal

Aunque los adultos mayores han adoptado las plataformas digitales para investigar y comparar, muchos todavía prefieren comprar en tiendas físicas. Esta preferencia responde al deseo de interacción humana, asesoría profesional personalizada y pruebas presenciales.

- **Canal digital:** ideal para la fase exploratoria; permite comparaciones de precio y estilo.
- **Canal físico:** predomina para la compra final; garantiza confianza, contacto directo con profesionales y seguimiento clínico.

Una estrategia omnicanal que combine presencia digital sólida (con herramientas como espejos virtuales o asistencia remota) y la atención presencial, resulta esencial para fidelizar al consumidor senior.

Influencia y confianza en los profesionales de la salud

La confianza en los profesionales de la salud es un pilar fundamental en la decisión de compra de productos y servicios ópticos para los adultos mayores, es esencial para que los pacientes se sientan menos vulnerables y puedan mejorar su flujo de información.

La recomendación de un especialista de confianza es un factor determinante en la elección de equi-

La demanda de este segmento se orienta hacia soluciones que no solo corrigen la visión, sino que también mejoren la comodidad, seguridad y su independencia.

pos para la corrección visual, como se observa en ópticas que destacan la cualificación de sus optometristas y el uso de instrumentos de última generación para diagnósticos precisos y estrategias de corrección personalizadas.

La relación con el profesional de la salud es un factor crítico. Los consumidores seniors buscan una atención personalizada y un seguimiento continuo, lo que incluye revisiones periódicas para ajustar tratamientos y recibir recomendaciones sobre hábitos visuales saludables. La capacidad de los profesionales para escuchar las necesidades del paciente, responder a sus dudas y acompañarlos en cada paso del proceso, trabajando con marcas de confianza y productos de alta calidad, genera seguridad y fidelidad en la relación.

La labor del profesional implica no solo la escucha activa y el seguimiento periódico de sus pa-

cientes, sino también una explicación detallada de los tratamientos y la utilización de instrumentos modernos y marcas reconocidas. Al enfocarse en estos aspectos, el profesional logra establecer relaciones a largo plazo con sus pacientes y fomenta recomendaciones, fortaleciendo así la fidelización y confianza en su práctica profesional.

Estigmas y percepciones estéticas

La autoimagen ocupa un lugar central en la experiencia de compra de los adultos mayores. Este segmento valora profundamente la posibilidad de elegir monturas que enaltezcan su estilo personal, transmitan elegancia y proyecten seguridad y vitalidad, alejándose de aquellos diseños o recomendaciones que puedan asociarse con una imagen envejecida o dependiente. Por ello, las estrategias de comunicación y marketing deben centrarse en promover una estética funcional y moderna, destacando la diversidad de modelos y colores que favorecen la autoexpresión.

Es fundamental que los productos ópticos combinen diseño atractivo, ergonomía y confort, para que quienes los utilizan se sientan actualizados y seguros en cualquier entorno. De este modo, la estética deja de ser un simple complemento y se convierte en una herramienta que empodera, reduce el estigma, fomenta la aceptación y confianza en el uso de ayudas visuales.

Barreras de acceso para adultos mayores vulnerables

Los adultos mayores económicamente dependientes enfrentan múltiples obstáculos, desde costos directos (gafas, cirugías...) hasta barreras indirectas (transporte, cuidadores y/o desconocimiento). En zonas rurales o comunidades marginales, la ausencia de servicios cercanos o la creencia de que la ceguera es parte natural del envejecimiento obstaculizan el acceso a la atención visual.

Para favorecer la inclusión de personas adultas mayores en el acceso a la salud visual, es fundamental implementar estrategias concretas como establecer alianzas con aseguradoras para ampliar la cobertura, desarrollar programas de financiamiento



flexible que faciliten la adquisición de servicios y productos ópticos, realizar jornadas comunitarias de salud visual en zonas vulnerables y promover campañas educativas que informen y sensibilicen sobre la importancia del cuidado ocular. Estas acciones integradas permiten derribar barreras económicas y sociales, acercando la atención especializada a quienes más lo necesitan.

Innovación y futuras tendencias

La tecnología está redefiniendo el cuidado ocular. Las lentes progresivas personalizadas, la cirugía de catarata y las herramientas de diagnóstico avanzadas ofrecen soluciones más precisas y cómodas. Paralelamente, los suplementos nutricionales y cambios en el estilo de vida (alimentación, ejercicio, sueño, etc.) se consolidan como estrategias preventivas y complementarias.

Conclusión

El consumidor senior representa un mercado complejo, diverso y en constante evolución. Para responder a sus necesidades visuales, es esencial adoptar un enfoque multidimensional que combine accesibilidad económica, excelencia clínica, experiencia personalizada y bienestar integral. Integrar la visión como parte del estilo de vida, promover la prevención y derribar barreras es la vía para construir relaciones duraderas, impactar positivamente en la calidad de vida de todos los adultos mayores, tanto los autónomos como los dependientes, y generar confianza en un sector cada vez más esencial para esta población. 2020

Transitions™ DRIVEWEAR®

LENTES DE SOL PARA EL CAMINO Y MÁS ALLÁ

Los lentes de sol Transitions® Drivewear® mejoran tu visión en la carretera y enriquecen tu experiencia del mundo al aire libre, desde el anochecer hasta el amanecer, en cualquier clima.



POLARIZADO / FOTOCROMÁTICO / EXPERIENCIAL

Innovación y calidad en el laboratorio oftálmico: estrategias para la excelencia



Por Angela Rocío Suárez M

Una guía para profesionales y propietarios que buscan transformar sus operaciones, impulsar la calidad y asegurar un éxito sostenible en la industria oftálmica.

El sector de la óptica y la optometría no solo está evolucionando sino que experimenta una verdadera metamorfosis. Impulsado por avances tecnológicos vertiginosos, la creciente sofisticación de la demanda del mercado y la imperante necesidad de alinearse con los más rigurosos estándares internacionales, exige una visión audaz. En este epicentro de cambio, el laboratorio oftálmico es un actor estratégico en la cadena de valor global de la salud visual.

Su innovación y flexibilidad le permitirán adaptarse con agilidad a los nuevos paradigmas y definirán su competitividad y contribución al bienestar del paciente. Este artículo te guiará hacia la excelencia en el laboratorio oftálmico, cubriendo infraestructura, tecnológica, capital humano y sostenibilidad. En este contexto, presentamos un programa diseñado para equipar a profesionales visionarios y empresas ambiciosas con las herramientas para escalar hacia nuevos niveles de éxito.

Diseño y organización del laboratorio oftálmico

La excelencia comienza con una planificación estratégica del entorno físico del laboratorio. La infraestructura es la base fundamental sobre la que se construye la eficiencia y el éxito. Para emprendedores que inician su camino o para laboratorios ya establecidos, entender cómo diseñar y equipar un espacio de trabajo óptico con visión de futuro es crucial. Establecer una infraestructura que cumpla con las demandas actuales, asegura una base para el crecimiento y la escalabilidad.

Tecnología, innovación y diferenciación en productos

La tecnología de vanguardia es fundamental en los laboratorios ópticos modernos. El equipamiento digital asegura una alta precisión en los lentes, reduce errores y optimiza costos. Las tecnologías de control de calidad mejoran la eficiencia disminuyendo devoluciones y reforzando la reputación del laboratorio.

Los tratamientos oftálmicos, como recubrimientos y filtros de luz azul, diferencian los productos, mejorando la funcionalidad y durabilidad de los lentes. La digitalización es clave para la gestión de la información, desde pedidos hasta control de calidad. Esto permite la identificación de problemas y un flujo de información instantáneo, resultando en mayor transparencia.

Diseños que venden: generando valor y lealtad en el negocio de lentes

Los laboratorios deben ir más allá del precio, generando valor y lealtad con productos innovadores y marketing estratégico. Es crucial destacar los beneficios intrínsecos de los lentes (precisión, comodidad, durabilidad, estética...) para mejorar la vida del usuario. El valor agregado se crea en cada interacción: atención al cliente, asesoramiento experto, empaquetado y postventa. Al construir relaciones duraderas, los laboratorios fomentan la lealtad en los clientes.

Calidad desde el origen: materias primas e insumos

La calidad de un lente terminado es un reflejo directo de sus componentes iniciales. Invertir en insumos superiores, aunque con un costo inicial mayor, se traduce en una producción más eficiente. Establecer alianzas con proveedores clave y una negociación estratégica que asegure trazabilidad, son vitales para optimizar costos sin comprometer la excelencia.

El capital humano: motor de excelencia

Un equipo conformado por especialistas en sus diferentes áreas aporta experiencia, criterio clínico y precisión. Sin embargo, es la cultura organizacional la que convierte a un buen equipo en uno excepcional. Invertir en el desarrollo y retención del talento humano es una inversión que genera dividendos a largo plazo. Programas de mentoría y el fomento del intercambio generacional entre técnicos senior y junior fortalecen la resiliencia del laboratorio frente a los cambios.

Optimización de procesos

La eficiencia operacional es otro pilar de la excelencia. Mapear el flujo de trabajo, desde la recepción del pedido hasta el despacho, permite identificar puntos críticos del proceso y aplicar un enfoque que busca maximizar el valor para el cliente eliminando desperdicios y optimizando cada etapa de producción. Esta metodología ayuda a reducir tiempos muertos, mejorar la eficiencia operativa y asegurar que cada paso del proceso aporte valor real al producto final.

Capacitación continúa: la clave para la innovación y el crecimiento

Un equipo de alto rendimiento es el resultado de un desarrollo de competencias intencionales y una alineación estratégica con los objetivos del laboratorio. Esto implica identificar las habilidades técnicas y blandas cruciales para cada rol, desde los técnicos de laboratorio hasta el personal de

atención al cliente y los gerentes. La inversión en programas de capacitación continua, es esencial para mantener al equipo actualizado con las últimas tecnologías en la industria óptica.

Estrategias de rentabilidad, sostenibilidad y responsabilidad social:

Cumplir con estándares internacionales como las normas ISO es fundamental, pero los laboratorios líderes van más allá. La adopción de prácticas de economía circular, el reciclaje de polímeros residuales y el empleo de empaques biodegradables no solo reflejan una visión de responsabilidad, sino que fortalecen la imagen de marca y conectan con una base de consumidores cada vez más conscientes.

La excelencia integral: tu futuro en el mundo óptico

El laboratorio oftálmico se exige sobre una sinergia poderosa: tecnología avanzada, procesos optimizados, materiales de alta calidad y un equipo humano altamente capacitado y comprometido. Cada lente que entregas es el resultado tangible de una cadena de excelencia y un compromiso inquebrantable. Apostar por la innovación constante, sin descuidar la calidad inherente ni la responsabilidad sostenible, es el camino directo para posicionar a tu laboratorio como un referente indiscutible de la salud visual.

¿Estás listo para liderar la revolución?

El futuro de la óptica te espera y la excelencia es tu guía. 20/20



La importancia de la relación entre la óptica, el laboratorio y las lentes



Para lograr una adaptación efectiva en nuestros pacientes, intervienen tres actores clave: las lentes, el laboratorio y, por supuesto, el optometrista. Este último mantiene una relación directa tanto con el laboratorio como con el paciente, y cada uno de los actores tiene responsabilidades específicas que contribuyen al éxito del proceso.

En el caso de las lentes, es fundamental que presenten potencias exactas, estén fabricadas con resinas de alta calidad y cuenten con una elaboración precisa. Por parte del laboratorio, influyen los materiales que utiliza, las máquinas con las que talla las lentes, sus procesos internos y los tiempos de entrega. El optometrista, a nuestro juicio el actor más relevante, desempeña un papel crucial dentro del gabinete, ya que es quien evalúa directamente las necesidades del paciente y selecciona las lentes más adecuadas para cada caso.

La relación entre laboratorios y optometristas ofrece dos áreas claras de oportunidad que como gremio deberíamos mejorar. Primero, existe una brecha de entendimiento debido al desconocimiento mutuo sobre los procesos y limitaciones de cada parte. Segundo, persiste la tendencia a buscar una única lente que resuelva todas las necesidades del paciente, lo cual suele ser ineficiente.

Este último punto merece una reflexión más profunda. El estilo de vida actual ha cambiado radicalmente: ya no es suficiente pensar en el clásico paciente mayor que usaba bifocales solo unas horas al día para leer o realizar tareas domésticas. Hoy, tanto niños como adultos mayores realizan múltiples actividades que requieren soluciones vi-

suales más específicas, las cuales la tecnología actual permite ofrecer.

Un ejemplo claro: un adulto de 45 años que trabaja ocho horas frente a una computadora, va al gimnasio entre semana, viaja por carretera tres veces al mes y juega golf los fines de semana. Pretender que un solo lente progresivo con antirreflejo, protección para luz azul y fotocromático cubra todas sus necesidades es ineficaz. Este paciente debería contar, al menos, con un lente ocupacional para la oficina y otro progresivo para el resto de sus actividades. Lo ideal sería incluso complementar con un lente fotocromático para exteriores, otro con diseño específico para conducción y filtros adecuados según cada situación.

► **¿Por qué, si ya entendemos la necesidad de usar calzado o ropa especializada para distintas actividades, no hemos logrado transmitir con la misma claridad la importancia de utilizar lentes específicos para cada una de ellas?**

Por esta razón, identificamos varios puntos clave que deben considerarse para fortalecer la comunicación entre el optometrista y el laboratorio:

1. El material sí importa

Es común que el optometrista se sienta cómodo recomendando únicamente dos materiales o que el laboratorio opte por comprar el más económico (como 1.56 o policarbonato en sus diferentes variantes). Esto es un error. No todos los ma-

teriales cubren todas las necesidades. Retomando el ejemplo anterior, deberíamos preguntarnos: ¿Qué potencia tiene el paciente?, ¿requiere un índice más alto?, ¿presenta alguna sensibilidad a los reflejos que influya en el tipo de antirreflejo? y ¿qué actividades realiza que podrían requerir filtros específicos para exteriores? Si el material utilizado no es de buena calidad, la efectividad del examen refractivo se verá comprometida.

2.El tallado Free Form y la asfericidad sí hacen la diferencia

Los tallados convencionales han sido útiles históricamente para resolver problemas refractivos, pero la tecnología actual nos ofrece herramientas mucho más precisas. Potencias exactas, diseños progresivos optimizados mediante *software* de cálculo y curvas ópticas eficientes pueden potenciar los resultados del examen refractivo. No se trata solo de marketing: asferizar una lente ofrece beneficios ópticos y facilita la adaptación del paciente. Esto puede marcar la diferencia entre una óptica cualquiera y una que realmente entregue lentes con los que el paciente diga: “con estos lentes sí veo bien”.

3.Los lentes terminados no siempre son la mejor opción

Aunque los lentes terminados permiten una entrega rápida, la calidad óptica puede verse comprometida, ya que el centro óptico de la lente no siempre se ajusta a las diferentes distancias pupilares. Esto es especialmente crítico con los armazones amplios que predominan hoy en día. En muchos casos será necesario recurrir a la famosa frase: “hay que abrir distancias”. Un buen laboratorio con tecnología Free Form puede ofrecer lentes personalizadas sin sacrificar potencia ni diseño, evitando así soluciones forzadas o el uso de *stock* limitado. Además, se suman los beneficios ópticos de la asfericidad.

4.No todos los armazones son compatibles con todas las potencias

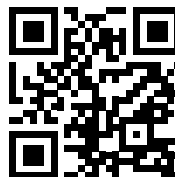
Más allá de lo evidente (una potencia muy alta no debe colocarse en un armazón demasiado amplio), también influyen los ángulos pantoscópicos y panorámicos para lograr una buena óptica. Por ejemplo, si se necesita una base muy plana para una potencia negativa y se elige un armazón muy curvo, el resultado será poco estético y ópticamente deficiente. En estos casos, aumentar el índice de refracción del material no resuelve el problema: es necesario cambiar el armazón. Por eso, tanto el laboratorio como el optometrista deben comprender cómo interactúan las curvas, los armazones y las potencias.

Estas son solo algunas de las variables que debemos considerar para mejorar la comunicación entre laboratorios y ópticas. Ya sea mediante capacitaciones, visitas o simplemente preguntando, qué laboratorio ofrece el mejor servicio para cada óptica, lo importante es construir una relación más estrecha y colaborativa.

En **Augen**, creemos firmemente que todas las personas tienen derecho a ver bien, y esa es una responsabilidad compartida entre optometrista y laboratorio.

Acércate a nosotros si consideras que existen otros puntos relevantes que debemos incluir en esta conversación. **20/20**

¡Escanea el QR y descubre más en la página de Augen!



Descubre el potencial de los lentes de adición progresiva



Por Palmer R. Cook, OD, educador en optometría y experto en óptica.

Este artículo fue traducido y adaptado con autorización del Grupo Jobson Publish. Su reproducción no está permitida.

Una señora luchaba con las llaves de su carro en un estacionamiento casi vacío una noche. “*Estoy varada*”, dijo. Un buen samaritano preguntó qué sucedía. “*Creo que la batería de mi llave electrónica está muerta*”. El hombre tomó la llave, la insertó en la cerradura y abrió la puerta de forma tradicional. A veces, estamos tan enfocados en nuestros métodos habituales que ignoramos soluciones simples que tenemos a la mano.

Todo fabricante de lentes progresivos ofrece pautas para aprovechar al máximo sus diseños ópticos. Estas pautas son gratuitas y deberían utilizarse de forma rutinaria con cada diseño. En este caso, las herramientas son las cartillas de centrado y la frase clave en toda óptica debería ser: ¡Sin excepciones!

Puntos de referencia

Cada diseño progresivo (PAL) incluye cuatro puntos clave: visión lejana, cruz de centrado, prisma y visión próxima. Al fijar la altura de la cruz de centrado, se definen automáticamente los demás. Las distancias pupilares monoculares determinan la posición horizontal de la visión lejana.

El armazón

El uso de la cartilla de centrado empieza con la elección de la montura. Ajuste el armazón tal como lo usará el paciente, marque la altura de la cruz y verifique en la cartilla antes de que el paciente elija un modelo inadecuado. Esto ayuda al paciente a tomar una decisión, especial-

mente, si usted puede garantizar con confianza que la montura se adapta bien al diseño de lente que necesita.

Cartillas de centrado

Son las que cumplen dos propósitos: primero, ayudan a evaluar si el diseño del lente y la montura seleccionados permitirán que la fórmula óptica funcione adecuadamente según las necesidades del paciente. Y, segundo, brindan una verificación inmediata de que las cruces del centrado están ubicadas en las posiciones correctas de las distancias pupilares monoculares del paciente.

La colocación precisa de la montura sobre la cartilla de centrado es fundamental. Algunas, requieren posicionar la montura dos veces: una para el ojo derecho y otra para el izquierdo. También, otras exigen tres posicionamientos: primero sobre los puntos de referencia para la visión de lejos y cerca del lado derecho, luego sobre los del lado izquierdo y, finalmente, una tercera ubicación para verificar las distancias pupilares monoculares.

Otro diseño común requiere cuatro colocaciones: las básicas del lado derecho e izquierdo, más dos adicionales, una para la DP monocular derecha y otra para la izquierda. Para cada posición, la montura debe estar correctamente orientada sobre la cartilla de centrado. A veces, girar la montura unos grados puede dar la impresión de que el paciente tendrá una zona útil alrededor de los puntos de referencia para la visión de lejos y de cerca. Sin embargo, se debe evitar rotar la montura para lograr un ajuste “aparente”.

Una tabla genérica para todos

Cada diseño requiere su cartilla específica. Usar la incorrecta puede invalidar la medición. No importa cuán meticulosa sea la medición al colocar la cruz de centrado, si no se utiliza la cartilla adecuada, el paciente no podrá obtener el máximo rendimiento que cada tecnología puede ofrecerle.

Comprendiendo la cruz de centrado

La cruz de centrado es simplemente un punto de referencia o marcador, los otros tres puntos son funcionales y determinan el rendimiento. Se recomienda colocar la visión lejana al menos 6 mm por debajo del borde superior de la lente, y la visión próxima al menos 4 mm por encima del borde inferior. El punto de visión lejana mide el poder a distancia; el de visión próxima, el poder de cerca; y el de prisma suele ser el centro óptico.

El dilema del óptico

La cruz debe ubicarse para que el paciente acceda cómodamente a visión lejana y próxima. Si la línea de mirada horizontal pasa por la cruz, el paciente bajará la barbilla para mirar lejos, ya que la potencia intermedia comienza allí. Si pasa por el punto de visión lejana, deberá bajar la mirada para acceder al corredor y a la visión próxima.

Muchos pacientes elevan la barbilla al medir, lo que resulta en cruces más bajas en uso normal, favoreciendo la visión lejana. Para pacientes enfocados en visión lejana, el punto de visión lejana puede ir en el centro pupilar; para tareas de cerca, la cruz puede colocarse más alta. Lo ideal es medir con línea de mirada nivelada y posición de cabeza habitual.

Un doble desafío

La ubicación de los puntos de referencia debe permitir un uso completo y cómodo. Si las zonas útiles quedan cortadas por la montura, el diseño se desaprovecha. Para comodidad, los puntos de visión lejana deben estar al menos 6 mm por debajo del borde superior de la zona útil y los de visión próxima, a 4 mm del borde inferior. En lectura, la zona próxima debe medir 9–10 mm de ancho para evitar movimientos excesivos de cabeza.

Visión lejana

Si la montura falla en la prueba de cartilla, hay que decidir ajustes. Si el punto de visión lejana queda alto, puede bajarse la cruz ligeramente, cuidando que el punto de visión próxima no quede demasiado bajo. Corredores más cortos permiten este ajuste sin afectar funcionalidad.

Visión cercana y altura mínima de montaje

Si la montura limita el área para visión cercana, puede ser por corredor largo o elevación nasal. Durante años, los fabricantes promovían la “altura mínima de montaje” como la distancia entre cruz y visión próxima, pero al usarla tal cual,

se perdía gran parte de la zona útil. Muchos ópticos aumentaron varios milímetros esta altura para reducir quejas.

Corredores variables

Hoy existen alturas de montaje variables: el laboratorio ajusta el corredor más largo posible para maximizar la zona próxima. Sin embargo, pacientes acostumbrados a corredores cortos pueden tener dificultades al cambiar a monturas con lentes más altas. En estos casos, conviene solicitar al laboratorio mantener la longitud de corredor habitual.

Pida a su laboratorio que indique cuáles de sus diseños de progresivos preferidos siguen estando disponibles en la longitud de corredor que usted especifique y cuáles bajarán automáticamente el punto de referencia de visión cercana al punto más bajo posible.

La montura “tiene que ser esa”

En ocasiones, un paciente insiste en una montura inadecuada. Antes de rechazarla, se puede verificar si funciona. El problema suele ser la combinación entre altura de montura y cruz de centrado. Se marcan las distancias pupilares en el lente de muestra y se colocan líneas verticales. Luego, sobre la cartilla, se determina la posición más baja y más alta posible de la cruz que aún brinde visión aceptable. Si entra en rango con inclinación razonable de cabeza, puede adaptarse.

¿Qué cartilla es mejor?

La correcta es la diseñada para el lente específico. Las de dos posiciones con guías de nivelación son rápidas y convenientes. Aunque falta estandarización, es clave dominar los distintos modelos y elegir el diseño según las necesidades del paciente. **20/20**

Ingresa aquí para
ver el artículo
completo



20/20

EN ESPAÑOL



FEDOPTO	7
AUGEN	19
COBURN TECH	23
ITAL LENT	PORTADA 2, 1
JOHNSON & JOHNSON	9
OPTOVISION	27
TRANSITIONS	5
VISION EXPO	PORTADA 1
YOUNGER OPTICS	33

AUGEN MEX

Tel: 4493864199
comercializacion@augenopticos.com
www.augentec.com

COBURN TECHNOLOGIES USA

Tel.: 305 592 4705
Fax: 305 594 9058

ITAL - LENT LTDA CO

Tel.: 571 745 44 45
info@ital-lent.com
www.ital-lent.com

JOHNSON & JOHNSON ARG

Tel: 0800-444-2604
Web: www.acuvue.com.ar
contactenos.ar@acuvue.com

OPTOVISION PE

Contacto +51 973 577 928 /
+51 949 493 858
web: <https://optovision.pe>

TRANSITIONS TransitionsTM MEX

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

YOUNGER OPTICS



Los Innovadores De Los Lentes Ópticos

USA

Tel: (305) 740 3458 / 761 6953
Fax: (786) 268 7036
eparra@youngeroptics.com

La visión perfecta y actualizada del mercado óptico

Revista digital

20/20
EN ESPAÑOL

VOL
176

Segunda
edición
2025



Ingresa a la **WebApp 20/20**
y sorpréndete con el nuevo contenido

Escanea el QR



Con el aval académico

UAL
Esfuerzo que Trasciende

**EL EVENTO QUE
REVOLUCIONÓ EL
SECTOR ÓPTICO**

¡ESTÁ DE REGRESO!



Prepárate para El Summit VisionyOptica 2025

25, 26 y 27 de septiembre Citibanamex Ciudad de México

visionyoptica®

20/20
EN ESPAÑOL

20/20
MÉXICO

QAsesor
visionyoptica

summitvisionyoptica.com