

im

ÓPTICAS

VISIÓN&AUDIOLOGÍA

Nº2 2021 12€



**“SI NO SE REINVIERTE EN EL NEGOCIO, NO SE PUEDE OFRECER EL MEJOR SERVICIO” -
RADIOGRAFÍA DEL SECTOR EN CASTILLA Y LEÓN, COMUNIDAD DE MADRID Y
EXTREMADURA - MIOPIA, UNA VISIÓN BORROSA CADA VEZ MÁS COMÚN - SIN PREVENCIÓN,
UNA DE CADA CUATRO PERSONAS TENDRÁ PROBLEMAS DE AUDICIÓN EN 2050 -**

iaview



Nueva colección iaview 2021

El complemento perfecto
con el que ofrecer salud a tus
clientes sin renunciar a la moda.



interapothek.es

Para más info, contacta en info@interapothek.es

IM Ópticas nº 2 2021
www.imopticas.es

Director: Xavi Salada xavi@publimasdigital.com
Redactora Jefe: Antònia Pozo antonia@publimasdigital.com

Redacción: Luis Marchal, Marta Parareda, Antònia Pozo, Marta Burgués, María Robert y Àngela Zorrilla.

Redacción online:
Juan León juan@publimasdigital.com

Consejo de redacción:
Lluís Bielsa, Jesús Muñoz y Gloria Solé.

Diseño y maquetación:
Ana Lorenzo y Lúdia Mestres.

Publicidad Barcelona:
Xavi Salada xavi@publimasdigital.com
móvil 609268841

Publicidad Madrid:
Luis Pereira López luis@publimasdigital.com
móvil 609303392

Dep. Legal: B13119-2021
Periodicidad bimestral Número 2 Año 2021

PUBLIMAS DIGITAL, S.L.U.
C/ Pallars, 84-88 3º5ª
08018 BARCELONA
Tel. 93-368 38 00 Fax 93-415 20 71
www.publimasdigital.com

Editor: Angel Salada angel@publimasdigital.com
Project Manager: Xavi Salada xavi@publimasdigital.com
Gerente: Josep Martí josep@publimasdigital.com
Coordinadora de medios: Antònia Pozo antonia@publimasdigital.com
Diseño y Producción: Ana Lorenzo ana@publimasdigital.com
Suscripciones: Pilar Barbero pili@publimasdigital.com

Director Comercial Madrid:
Luis Pereira López
luis@publimasdigital.com
C/ Rafael Fernández Hijicos, 12, 6º A
28038 Madrid
Tel. 91-380 00 67- Fax 91-778 14 28
móvil 609 303 392



Otoño llega con más contenido

Empezamos otoño y con ello en este nuevo número de IM Ópticas estrenamos la sección de Audiología. Un espacio dedicado al análisis de este sector y cómo puede ser un buen compañero de viaje para muchas ópticas. Profundizaremos en las causas que están haciendo que esta especialidad esté en auge, pues se ha visto un cambio en el tipo de paciente que necesita de prótesis auditivas.

El uso de auriculares de manera generalizada está provocando que el tipo de pacientes que desarrolla problemas auditivos cada vez sea más joven. A ello hay que añadirle también el incremento de la esperanza de vida y los consiguientes problemas auditivos que ello puede provocar en una población cada vez más envejecida.

La pandemia ha contribuido a que más personas tengan déficits auditivos debido a que, durante todo el confinamiento, se ha trabajado desde casa, creando la necesidad de, muchas veces, aislarse del ruido ambiental mediante auriculares: reuniones, webinars, música...

Es por todos estos motivos que, a día de hoy, cada vez más ópticos incorporan el servicio de Audiología a sus negocios.

En la sección de visión, hablaremos de ergonomía visual. O cómo adecuar el entorno de trabajo a las necesidades de la persona que realiza una tarea de exigencia visual. Aquí volvemos a ver que la pandemia no ha ayudado en este sentido, pues se tuvieron que improvisar muchos "despachos" en las viviendas familiares, que en muchos casos no eran del todo óptimos.

Toda esta mala adecuación, largas exposiciones a pantallas y poca actividad al aire libre, sobre todo en población joven, han hecho que aumenten los casos de miopía en todo el mundo. Hablaremos de cómo prevenir y tratar la miopía, la gran pandemia que se nos viene encima.

Xavi Salada
Director IM Ópticas

EL ÓPTICO OPTOMETRISTA

“Si no se reinvierte en el negocio,
no se puede ofrecer
el mejor servicio”
6

Familia y profesionalidad, el valor
añadido de Óptica Roma
12

A pie de óptica
16

CONVERSANDO CON...

Una óptica real y propia,
la apuesta diferenciadora
de la FOOT
22

“El panorama es optimista,
ya que las ópticas poseen el valor
añadido de la salud”
26

DISTRIBUCIÓN EN LA CCAA

Radiografía del sector
en Castilla y León,
Comunidad de Madrid y
Extremadura
28

Sin preparación, no hay
evolución
34

MONOGRÁFICO

Miopía, una visión borrosa
cada vez más común
38

Radiografía de la miopía en
España: más de cuatro millones
de personas podrían padecer la
“Pandemia del siglo XXI”
para 2050
42

Ergonomía visual:
clave para una visión sana
48

Malabarismos ópticos
51

Anamnesis:
la evaluación del paciente
52

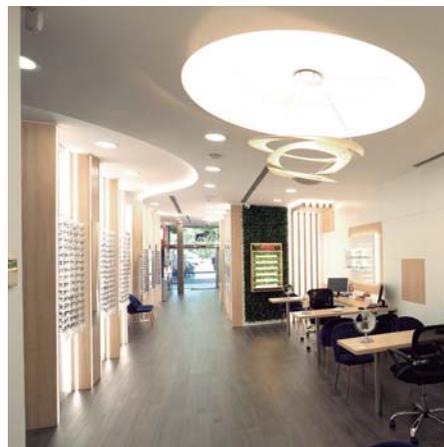
La visión olvidada
56

I+D

“MoCoTo permite ofrecer
un estudio de salud visual
del usuario más exhaustivo”
58

ESPECIALISTAS VISUALES AL DÍA

“Al igual que ocurre con la salud
general, unos hábitos de vida
saludables también nos ayudan
a cuidar nuestra visión”
62



AUDIOLÓGÍA

Sin prevención, una de cada cuatro personas tendrá problemas de audición en 2050

66

“Cada vez hay más jóvenes con audiometrías fuera de la normalidad”

72

Cione potencia la Audiología con OM

76

“En los últimos años ha habido una revolución tecnológica en el mercado de los audífonos”

78

“Nuestro objetivo es consolidar Audika a nivel nacional y abrir centros donde aún no estamos”

84

EMPRESA

MiYOSMART, la primera lente oftálmica del mercado para control de miopía

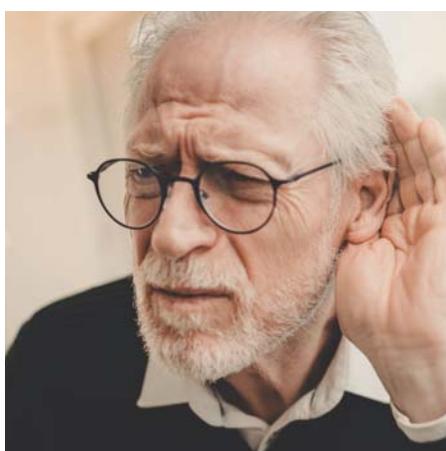
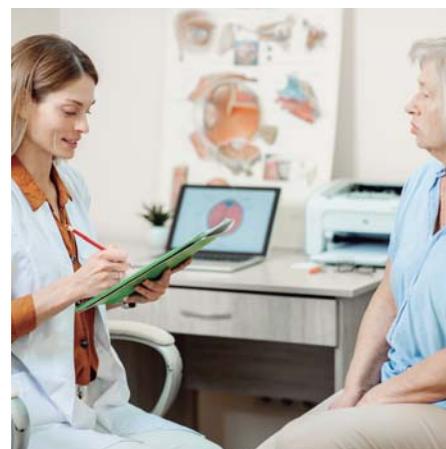
88

25 millones de inversión para el nuevo plan estratégico de Indo

92

BAZAR

94



**“Si no se reinvierte en el negocio,
no se puede ofrecer
el mejor servicio”**



ÁNGEL ÓPTICO NACIÓ EN EL AÑO 1994 CON EL PROPÓSITO DE SER UN CENTRO DIFERENTE EN EL MUNDO DE LA ÓPTICA Y OPTOMETRÍA EN ZAMORA. EQUIPADO CON LA MEJOR TECNOLOGÍA DEL MOMENTO, SU DESEO SIEMPRE HA SIDO DAR UN MAYOR SERVICIO A SUS CLIENTES. EN 2017, DIO UN PASO MÁS PARA OFRECER ASESORAMIENTO MULTIDISCIPLINAR, TRASLADANDO LA ÓPTICA A UN LOCAL DE DOS PLANTAS EN UNA CALLE CÉNTRICA DE LA CIUDAD. DESDE ALLÍ, SIGUE ATRAYENDO NUEVOS CLIENTES CON SU PROFESIONALIDAD, FORMACIÓN, ENTUSIASMO Y COMPRENSIÓN.



Ángel Viñas y Sara Viñas

Ángel Viñas Barba es óptico-optometrista y la cara visible, junto a su hija **Sara Viñas**, de Ángel Óptico, en Zamora. Ya desde pequeño, estuvo en contacto con el mundo de la óptica, a través de su padre, que era óptico y trabajaba como técnico de taller en una óptica de la ciudad. *“Me gustaba estar con él en el taller viendo como cortaba, tallaba y montaba las lentes”*, recuerda. Así que no es de extrañar que a los 13 años ya tuviera claro su futuro laboral. Una vez terminados sus estudios, Ángel Viñas trabajó durante un año en Valladolid, pero regresó a Zamora donde su padre abrió Óptica Viñas alcanzando el sueño de su vida. *“Después de trabajar mucho y asentar el funcionamiento de esta óptica, decidí empezar de nuevo y, en solitario, abrir Ángel Óptico en 1994”*, explica. Fue una etapa dura, rememora. *“Junto con mi mujer, una auxiliar en ventas y un auxiliar de taller, iniciamos esta nueva andadura complicada, como en todos los negocios, por los gastos que implicaban”*. Pasaron los años, y fue aumentando la calidad de los exámenes visuales de tal forma que *“se creó un vínculo muy importante entre el gabinete y las prestaciones que se ofrecían en la óptica y, sobre todo, el trato hacia el paciente”*. Ángel Óptico es, por tanto, la historia familiar y la consecución de unos sueños. Poco a poco, el centro ha ido incorporando la tecnología más avanzada del mercado. *“Siempre he pensado que, gran parte de los beneficios que se obtienen, se deben invertir en el propio negocio y tratar así de ser punteros”*. Actualmente,

el negocio de Ángel Óptico está más que consolidado en la ciudad y los zamoranos confían en su manera de trabajar y en los medios que usan. Por ejemplo, la colección de gafas está cuidadosamente elegida, son *“novedosas y de alta calidad, válidas para todo tipo de público”*.

Asimismo, tecnológicamente, esta óptica sigue invirtiendo en los últimos instrumentos a la vanguardia de la optometría. *“Primero, nos hicimos con un retinógrafo, siendo el primero en Zamora; y, posteriormente, un OCT de tomografía de la retina, siendo, hoy día, el único que hay en este tipo de centros en Zamora y de los primeros en una óptica de Castilla y León”*, argumenta orgulloso Ángel Viñas. Gracias a este esfuerzo, Ángel Óptico recibió, en 2018, el premio Mercurio de la Cámara de Comercio de Zamora como empresa innovadora y actualizada; y, en 2020, el galardón Comercio de Cercanía y Tradicional en Castilla y León, otorgado por la Junta de la Comunidad.

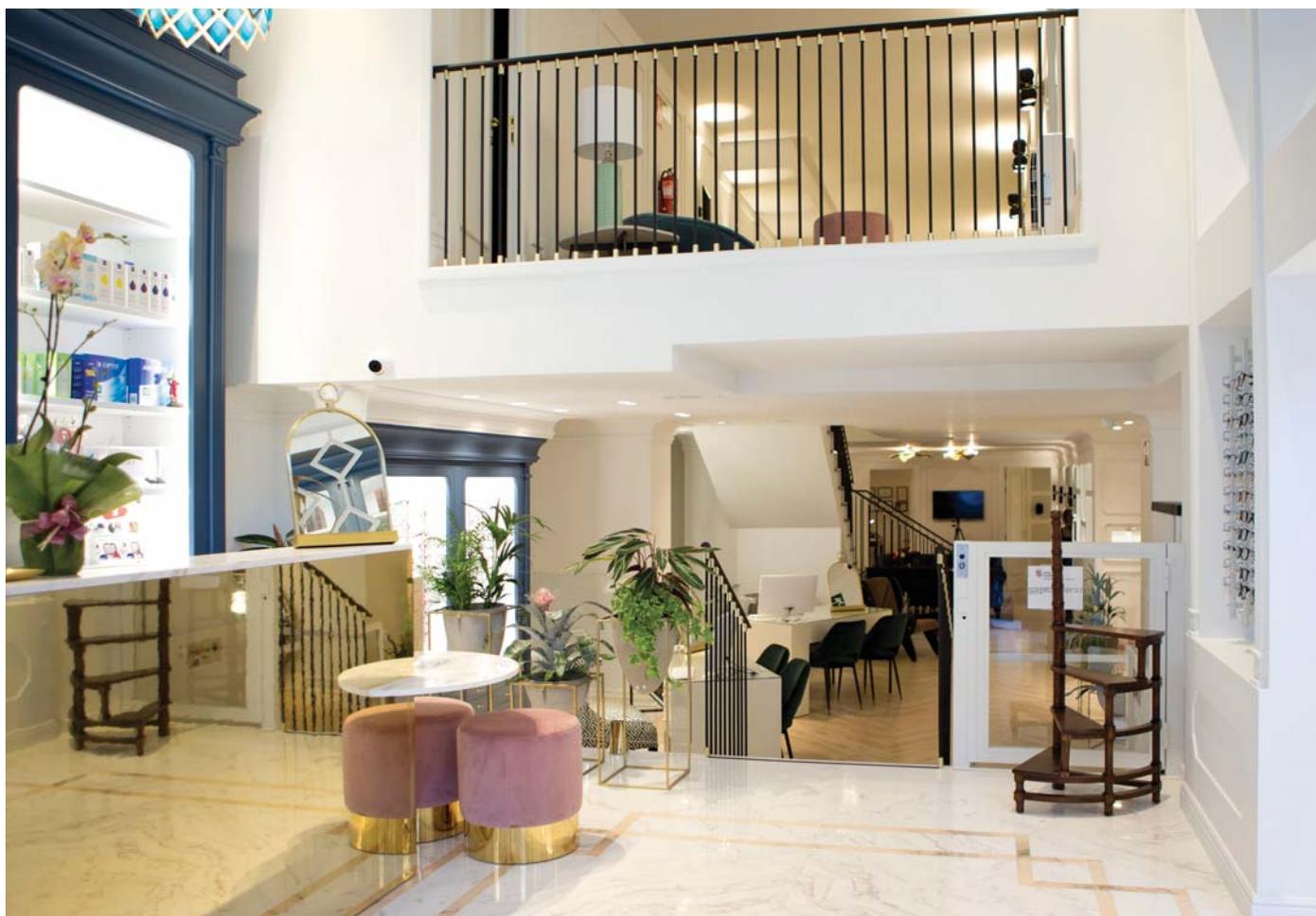
La oferta optométrica está basada en un organigrama y protocolo de trabajo donde cada uno de los optometristas se encarga de un campo determinado. Sara Viñas, entre otras funciones, realiza los exámenes visuales a niños y adolescentes, terapia visual de ambliopías, disfunciones binoculares, control de la miopía, etc. Por otro lado, una de las técnicas se encarga del examen preliminar, toma de medidas, realiza pruebas complementarias, exámenes visuales, y adapta correctamente las lentes oftálmicas progresivas. Ángel Viñas, además de



realizar exámenes visuales, se encarga de la adaptación de lentes de contacto especiales como lentes esclerales o semiesclerales, y de la ortoqueratología para un óptimo control de la miopía. Pero desde la boutique zamorana, también se trabaja con plataformas de oftalmología para la elaboración de informes de cribado del fondo de ojo para los médicos de cabecera de los pacientes, por ejemplo.

Inversión y formación

La formación continua ha sido muy importante para este centro y su fundador. *"He sacrificado tiempo en familia, pero creo que cuanto más aprendes, más cuenta te das de que no es posible saberlo todo"*, opina. Por eso, es un habitual en congresos y cursos y,



precisamente, de estas experiencias se alimenta su proyecto de centro óptico multifuncional que es posible gracias a la incorporación de su hija Sara Viñas al negocio hace unos años. *"Queremos dar el mejor servicio, hacer adaptaciones de lentes de contacto especiales, ofrecer terapia visual con una sala preparada para ello, trabajar con una sala insonorizada para la realización de audiología y disfrutar de un mayor espacio creando un ambiente acogedor para los clientes y pacientes"*, puntualiza Viñas. En resumen, ambas generaciones han creado un lugar diferente a lo que se había visto, referencia para Castilla y León. Y todo eso ocurrió en 2017, cuando se dio este gran paso y se cuadruplicó el espacio de atención al cliente con un nuevo local. Entonces, la óptica no solo creó nuevos empleos, sino que mejoró *"la tecnología de nuestro hábitat"* y puso su grano de arena para *"situar a Zamora y a Castilla y León en el mapa mundial de la óptica y la optometría"*, expresa su director. Además, según él, existe un verdadero factor diferencial en este nuevo espacio: el propio centro, *"decorado por mi mujer, creando un lugar agradable y espacioso que no ha hecho más que permitirnos sumar"*.

Pero, Ángel Óptico nunca olvida sus principios ni cimientos que lo sustentan desde hace 26 años. Ángel Viñas recuerda que *"nos hemos mantenido siempre firmes defendiendo la filosofía del progreso y reinvertiendo en el propio comercio"*. En definitiva, este negocio apuesta por la calidad de sus servicios, consejos, productos y el servicio post-venta para la fidelización de sus clientes. *"Queremos que estén satisfechos y cómodos con nosotros"*, afirman, por lo que el equipo que trabaja en Ángel Óptico está actualizado con formaciones continuas. ■



Control de la miopía en los niños

En Ángel Óptico, desde el primer momento en que se dieron a conocer los estudios científicos sobre el control de la miopía y las primeras herramientas que demostraban que era posible ralentizar la progresión de la misma, se pusieron manos a la obra. *"Nos formamos en este campo con el fin de que nuestros pacientes más pequeños tuvieran a su alcance todos los medios ópticos, así como transmitirles los consejos necesarios para que su miopía evolucione lo menos posible"*, recuerda Ángel Viñas. Era el primer paso para evitar, en la medida de lo posible, las consecuencias patológicas que dicha evolución conlleva.

Para Viñas, la interacción optometrista - oftalmólogo es una relación profesional que debe existir por el bien de la salud visual de los pacientes, *"en todos los campos, pero en especial en el control de la miopía en niños"*. El oftalmólogo aporta todos los conocimientos médicos para examinar y prevenir las patologías oculares derivadas como consecuencia del aumento desmesurado de la miopía, así como aconsejar el tratamiento farmacológico e informar al paciente de las alternativas ópticas con las que se pueden combinar. *"Aunque no está demostrado que sumen, sí que lo están en cuanto a su eficacia a la hora de ralentizar su progresión y reducir las consecuencias patológicas que pudiera producir en el futuro en el ojo del niño"*, explica. Por su parte, el optometrista aporta los medios ópticos que tiene a su alcance como la ortoqueratología, las lentes de contacto de doble foco y las lentes oftálmicas. *"Todas estas herramientas deben de ir acompañadas de una intercomunicación entre ambos profesionales y una serie de consejos e información para padres y educadores"*, además nuevos hábitos ergonómicos y alimenticios que influyen, de forma directa, en dicha progresión, según las evidencias científicas actuales.

**“NOS HEMOS MANTENIDO SIEMPRE FIRMES
DEFENDIENDO LA FILOSOFÍA DEL PROGRESO Y
REINVIERTIENDO EN EL PROPIO COMERCIO”**



Familia y profesionalidad, el valor añadido de Óptica Roma

ÓPTICA ROMA SE HA CONVERTIDO, CON EL PASO DE LOS AÑOS, EN MUCHO MÁS QUE UNA ÓPTICA, INCORPORANDO A SU ACTIVIDAD UNA VARIEDAD DE PRODUCTOS Y DE SERVICIOS QUE LA HACEN ÚNICA.



Óptica Roma es una empresa familiar con más de 50 años de historia, encabezada actualmente por la tercera generación de ópticos-optometristas. Fue fundada en el año 1965 por Antonio Mora, que en sus orígenes tenía la formación de farmacéutico, pero con vocación de empresario. Mora contaba, asimismo, con mucha energía y un carácter emprendedor que le hacían especial en aquella época. Fue él quien consiguió crear un negocio para cada uno de sus siete hijos, todos ellos relacionados con la salud y con el bienestar, y un negocio novedoso para él, una ortopedia, que sería el germen de la actual óptica.

En ese momento, uno de sus hijos, Juan Carlos Mora Rubio, además de técnico protésico, decidió estudiar Óptica de Anteojería en el Instituto Daza de Valdés, y como se sentía más cómodo en ese mundo, cada vez se dedicó más a la óptica, donde centró sus esfuerzos, en lugar de la ortopedia. A este proyecto se sumó su mujer, Rosa, quien también estudió óptica en la Escuela de Óptica de la Complutense, en San Blas (Madrid). Es decir, toda la familia lleva la óptica en la sangre.

Ahora, **Juan Carlos Mora**, su hijo, es el actual *director comercial y marketing* de la boutique. *“Siempre cuento la historia de que yo he estudiado la carrera de óptica y optometría dos veces, una estando mi madre embarazada de mí, y la segunda cuando yo también elegí estudiar la carrera en el 1995”*, sonríe. Poco después su hermana **Beatriz Mora** también estudió óptica y optometría, y ahora entre los dos dirigen esta empresa familiar.

Un crecimiento constante

Seguramente, el punto de inflexión más importante en Óptica Roma se vivió cuando se decidió expandir el negocio pasando de ser una pequeña ortopedia para convertirse en una óptica con más de 200 metros cuadrados en la plaza de Manuel Becerra, y cuando se decidió abrir la segunda óptica en Madrid, en la calle Bravo Murillo. *“Siempre hemos querido mantener la esencia que nos definió en los comienzos, ser una óptica profesionalizada y cercana, aunque abriéramos más ópticas”*, comenta Mora.

Seguramente esa obsesión por mantener el carácter personal y familiar ha fomentado un crecimiento del negocio pausado, pero muy constante. En la actualidad, suman ya nueve ópticas, todas ellas en Madrid *“y este otoño tenemos previsto abrir la décima Óptica Roma en Madrid, en el Paseo de la Castellana”*, explica Juan Carlos Mora. Además, siempre con la voluntad de mejorar, durante el año pasado, se reformó completamente el establecimiento de la plaza de Manuel Becerra, haciéndolo más acogedor, moderno y luminoso.

Personificación y conciencia

El equipo. Sin duda, para Óptica Roma esta es la clave de su éxito en Madrid. Su director comercial y de marketing asegura que la firma ha apostado por fidelizar a sus clientes *“gracias a las personas y no a la marca”*. Según la filosofía de esta empresa familiar, Óptica Roma es el paraguas que acompaña a sus profesionales, pero son, precisamente, estos ópticos optometristas *“los que de verdad tienen que conectar con sus clientes”*, añade. Su trabajo considera que es cuidar a toda esta plantilla para que pueda

Apuesta por la formación interna

La formación es, claramente, uno de los pilares que mantiene a esta empresa familiar a la vanguardia del sector, por ello disponen de un "Aula de Formación" propia en su edificio de la plaza de Manuel Becerra de Madrid. Esta clase les aporta mucha flexibilidad y les permite "dar formación interna de una manera ágil y práctica". Y dicho aprendizaje nuevo es un constante para todo el equipo profesional de la firma. "Desarrollamos un completo programa formativo durante el año que abarca tanto la formación de producto, a cargo de proveedores, como de habilidades (liderazgo, trabajo en equipo), y también participamos y desarrollamos formación interna de procesos y protocolos (atención, experiencia de cliente)", cuentan los hermanos que actualmente encabezan la empresa. Se trata, sin duda, de demostrar que realmente las personas que forman Óptica Roma son su mejor valor y "hacemos todo lo que está en nuestras manos para que evolucionen y mejoren con nosotros".

sentirse también parte de la familia. "Más allá de condiciones económicas, de gestión de horarios por turnos que permitan conciliar la vida personal y laboral, nos esforzamos en tener un trato personal y cercano con todos ellos", añade. Las palabras familia y profesionalidad son, en definitiva, las que mejor definen a Óptica Roma.

El compromiso que Óptica Roma ha adquirido durante todos estos años con la salud de sus clientes ha propiciado la incorporación de nuevas secciones y productos. Entre otros, en todas sus ópticas, cuentan con cabinas insonorizadas y audiómetros computerizados, para la adaptación de audífonos digitales. Pero, pese a haber crecido en número de ópticas y servicios, siempre han continuado apostando por "el montaje propio en cada centro como valor diferencial", explican. Esto les da más agilidad y personalización en su día a día.

En esta línea, y siguiendo este espíritu de profesionalización, disponen de topógrafos en todas sus ópticas madrileñas para la mejor adaptación de las lentes de contacto. También, en los últimos años, han apostado por la audiología como complemento a la óptica, y en todos los centros existe ya la figura de un técnico audioprotesista. De nuevo, Óptica Roma destaca

por no salirse de una estrategia coherente con su forma de entender el negocio. "Esta manera de ver el negocio nos ayuda a mantener a nuestro equipo motivado y concienciado con nuestra filosofía", puntualiza su director comercial. Mirando hacia el futuro, el objetivo de Óptica Roma es seguir creciendo como hasta ahora: de forma coherente y ordenada. "Sin perder nuestra esencia", resumen. En sus planes más inmediatos no se encuentra salir de la zona de Madrid, que tan bien conocen. Es en esta comunidad donde los clientes aplauden su trayectoria y donde se les reconoce como una óptica de confianza y con una gran profesionalidad. "Dentro de diez años, espero ser una óptica cada vez más moderna, que siga transmitiendo lo que somos", finaliza Juan Carlos Mora. Y ¿qué son? Para él, una empresa profesional que ofrece un servicio de calidad con un trato cercano al cliente y que cuida de su equipo para mantener el buen ambiente de trabajo. ■



Juan Carlos Mora y Beatriz Mora

SIENTE

LA FELICIDAD DE NO NOTAR NADA



PRUEBA TOTAL30™
LENTE DE CONTACTO MENSUALES
¡YA DISPONIBLES DESDE
EL 1 DE OCTUBRE!
ESCANEA AQUÍ PARA SABER MÁS.



**TAN CÓMODAS COMO SI
NO LLEVARAS NADA¹**

*Puede resultar necesario un examen ocular sujeto a honorarios profesionales

Referencia: 1. In a clinical study wherein patients (n=66) used AOSEPT® solution for nightly cleaning, disinfecting, and storing; Alcon data on file, 2021.

TOTAL30 cumple con la normativa de productos sanitarios. **Contraindicaciones:** Alergia, inflamación, infección o irritación alrededor del ojo o en los párpados. Cualquier enfermedad sistémica que pueda exacerbarse o interferir con el uso de lentes de contacto. Uso de cualquier medicación que esté contraindicada o interfiera con el uso de lentes de contacto incluyendo medicaciones oftálmicas. Película lagrimal inadecuada (ojo seco). Hipoestesia corneal (sensibilidad reducida de la córnea). Si los ojos se enrojecen o se irritan. **Posibles efectos secundarios:** Sensación de cuerpo extraño. Incomodidad de la lente. Ojos rojos. Sensibilidad a la luz. Escorzo, quemazón, picor o lagrimeo del ojo. Reducción de la visión. Arco iris o halos alrededor de las fuentes de luz. Aumento secreciones oculares. Incomodidad/dolor. Ojo seco grave o persistente. Consulte a su profesional del cuidado de la visión para más información de uso, cuidado, precauciones, advertencias, contraindicaciones y efectos adversos. 06/2021. ES-T30-210006.

Alcon

En A pie de óptica nos acercamos a los profesionales del sector para descubrir de primera mano cómo es su día a día y conocer sus inquietudes y preocupaciones. Todo con un objetivo claro: ser el altavoz de la profesión.



Ana María Maza (Javier Ópticos, Badajoz)

A este respecto, Maza considera que la óptica del futuro está “claramente enfocada a dos vertientes necesarias e inevitables: la tecnología y la importancia del trabajo en gabinete”. Especificando, “publicidad digital, citas online y maquinaria de última generación es algo a lo que no podemos girar la cara. Cada vez está más impuesto y debemos avanzar con la sociedad en la que vivimos”. Por ello, señala que para poder prevalecer ante tanta competencia y oferta “debemos potenciar nuestra gran labor sanitaria, preventiva y orientativa a la hora de corregir posibles defectos visuales de los pacientes. No podemos centrarnos en la oferta y el descuento, ya que estamos hablando de salud y, por tanto, nosotros siempre apostaremos por las mejores calidades”, asevera.

Unas calidades que se pusieron en juego durante la pandemia. Ana María Maza afirma que, en principio, lo vivieron con incertidumbre, pero “apostamos por permanecer abiertos para dar el servicio a nuestros clientes que así lo necesitasen, aún con el riesgo que esto conllevaba”, comenta. Y añade: “La gente estaba encerrada en casa, pero muchos sanitarios y personal esencial que mantenía su puesto de trabajo podía recurrir a nosotros”. A pesar de eso, “tuvimos un gran parón y económicamente se notó. Pero, posteriormente, cuando la gente comenzó a salir de casa, hubo un repunte positivo en las ventas, sobre todo en el verano de 2020”, señala. Ella cree que “por la incapacidad de invertir en ocio, la gente priorizó en salud visual”. La causa, “el teletrabajo y mucho tiempo delante de las pantallas se ha visto reflejado en nuestro gabinete”, afirma.

A Ana María Maza Gutiérrez su vocación por el mundo de la óptica no le llegó hasta el último año que tuvo que elegir qué carrera estudiar. “Mi camino iba encauzado hacia la farmacia, pero en una visita a una óptica con mi abuela, donde me dejaron entrar en la consulta, encontré una profesión maravillosa que me encantó”, señala. Al acabar la carrera, empezó a trabajar en una óptica de Sevilla y posteriormente, tras pasar por algunas ópticas de Badajoz, se embarcó junto a su socio en un proyecto personal, que se convirtió en Javier Ópticos, donde trabaja actualmente. De eso hace más de 20 años y “en total llevo en este mundo más de 30 años”, puntualiza.

El peso fuerte de su día a día en la óptica “está dentro del gabinete, graduando y comprobando la salud ocular de nuestros pacientes”, comenta. Aunque también realiza “trabajo comercial y asesoramiento a la hora de elegir la montura adecuada para cada persona, así como adaptación de lentes de contacto”, añade.

Respeto a los cambios de la profesión en los últimos años, Ana María Maza cree que actualmente “el sector está muy diversificado y existe mucha oferta, sobre todo por internet. Por lo que los clientes buscan gafas de calidad y prioritariamente económicas”. Es por esta razón que en Javier Ópticos “intentamos adaptarnos, pero resaltando la calidad y calidez de nuestro trato, la profesionalidad y, por supuesto, destacando que nuestro trabajo forma parte de la salud personal y, por tanto, diferenciándonos de la masificación de la oferta”, apunta Ana María Maza.

“PUBLICIDAD DIGITAL, CITAS ONLINE Y MAQUINARIA DE ÚLTIMA GENERACIÓN ES ALGO A LO QUE NO PODEMOS GIRAR LA CARA”

Marcos Sánchez (Fratelli Óptica, Madrid)

A Marcos Sánchez la profesión de óptico le viene de familia. Se decantó por realizar esta carrera porque *“durante toda mi vida he visto lo mucho que siempre ha disfrutado mi padre gestionando su óptica Sánchez Ópticos en Ávila, durante más de 35 años”*, señala. Por ello, es normal que, tras pasar por una serie de gratificantes y enriquecedoras experiencias profesionales, se embarcara, junto a su hermano Edgar, en el proyecto de crear su propia óptica: Fratelli Óptica, en el barrio madrileño de Chamartín.

Para Marcos Sánchez, *“esta profesión óptica, entre muchas cosas buenas que tiene, es lo gratificante que resulta el reconocimiento de tu buena labor por parte del cliente satisfecho”*. Y añade, *“Disfruto al máximo cada día”*. Un día a día que afirma, *“aunque parezca difícil de creer, cada jornada es diferente. Tanto mi hermano Edgar como yo somos inquietos y proactivos. Por ello, siempre estamos buscando nuevas formas de mejorar la experiencia de nuestros clientes. Acercarles las últimas novedades en salud visual, así como las últimas tendencias del universo eyewear”*.

A este respecto, Marcos Sánchez indica que *“en los últimos años, y en parte provocado por la pandemia, hemos notado como el cliente es cada vez más exigente en cuanto a la salud se refiere, y en concreto en nuestro caso, en la demanda de los mejores cuidados de salud visual”*. Por suerte, puntualiza, *“muchos clientes han tomado conciencia y se han dado cuenta de que, muchas veces se ven bombardeados por promociones y ofertas que, no solo no representan una solución óptima para su salud visual, sino que les supone un sobrecoste, si atendemos al binomio de la relación calidad/precio”*. *“El cliente se ha especializado y se ha vuelto más exigente en cuanto a lo que espera y desea obtener de su óptico y de su establecimiento de óptica”*, añade.

Marcos Sánchez tiene claro que hay diferencia entre la óptica actual y la de hace unos años. Para él, ahora *“el óptico debe controlar muchos aspectos más allá de la parte técnica propiamente dicha”*. Puntualizando, *“el óptico debe dominar muchas más herramientas de gestión de pedidos, nueva maquinaria con sistemas integrados en plataformas de proveedores o herramientas que facilitan la toma de decisión del cliente, así como redes sociales”*.

“ES MUY GRATIFICANTE EL RECONOCIMIENTO DE TU BUENA LABOR POR PARTE DE UN CLIENTE SATISFECHO”



No le resulta tan fácil hablar sobre el futuro. Para el óptico optometrista de Fratelli Óptica *“es difícil hacer un análisis del futuro óptico a largo plazo desde la perspectiva y los datos que manejamos nosotros en nuestro establecimiento. Lo que sí que parece claro es que en un futuro a corto y medio plazo, el mundo de la óptica tenderá a ser mucho más exigente e intensivo en conocimientos. El cliente se encuentra más especializado, tiene mayor información y quiere ser informado en la mayor medida posible”*. Además, Marcos Sánchez considera que hay nuevos actores en el marco óptico actual que hay que tener en cuenta. Actores, indica, *“intensivos en capital que provocarán que, pequeños establecimientos de toda la vida, tengan que buscar nuevas formas de reinventarse para asegurar su viabilidad”*.

“EL CLIENTE SE ENCUENTRA MÁS ESPECIALIZADO, TIENE MAYOR INFORMACIÓN Y QUIERE SER INFORMADO EN LA MAYOR MEDIDA POSIBLE”

Marta Ferreira (Óptica Europa, Salamanca)

Marta Ferreira Blanco-Argibay es óptico optometrista y gerente en Óptica Europa, en Salamanca. Su relación con este sector le viene de familia. De ahí que siempre se haya sentido *“atraída por el mundo de la óptica y la optometría”*, señala.

En su día a día en la óptica, Marta Ferreira destaca dos tipos de clientes. Por un lado, los que buscan *“profesionalidad y trato cercano”*, y por otro, *“los que viene buscando moda, variedad de producto y otros que van a precio”*, afirma.

Todo ello ha condicionado los cambios que ha sufrido la profesión en los últimos años. Para Marta Ferreira, *“en el aspecto profesional estamos a un nivel de cualificación alta”*. Y puntualiza: *“En la actualidad, somos profesionales de la visión en nuestros establecimientos sanitarios de óptica y optometría”*. Sin embargo, otra cosa es el aspecto comercial. Ella cree que *“debido a las ofertas, en un buen número engañosas, hay un sector de usuarios que hacen rondas por las ópticas. Dando poca fiabilidad y entendiendo que todo es igual”*. Y es en ese sentido en el que Ferreira cree que *“si se sigue asociando óptica con oferta, con gratuidad, con regalo, etc., salimos perdiendo”*.

Marta Ferreira pone como ejemplo las lentes de contacto. *“Debido a la presión de internet, estamos notando una bajada de demanda, sobre todo en la gente joven”*, señala. Para ella la solución pasa por que *“los laboratorios tendrían que valorar el unificar precios”*, apunta. Porque comenta, *“todos sabemos lo que pasa en internet con las lentes de contacto y en este apartado sí podrían poner remedio. Pero no interesa”*. Ferreira considera que parte de la solución estaría en la unión del sector, pues *“si el gremio estuviera unido, yo creo que cambiaría la cosa a mejor”*. La clave del sector para un futuro sería, en palabras de Marta Ferreira, *“la atención personalizada, como elemento diferenciador en los usuarios”*. Priorizando en otros aspectos donde *“por supuesto, la consulta sea la base de todo”*, añade. En este sentido apunta que, en el futuro, *“el cobro por los servicios será primordial”*



Respecto al impacto que ha tenido el Covid-19 en su profesión, y más concretamente en Óptica Europa, Marta Ferreira señala que, como todo el mundo, se han adecuados a la normativa transmitida por las autoridades sanitarias. Afirmando que *“la mayoría de los pacientes ahora van a través de cita”*, lo cual puntualiza, *“tanto para ellos, como para nosotros, creo que es positivo”*.

En lo que respecta a la actividad comercial, la pandemia no ha hecho muchos estragos. En este sentido Marta Ferreira comenta, *“el resultado, respecto a años anteriores al Covid-19, no hemos notado diferencia significativa”*.

“SI SE SIGUE ASOCIANDO ÓPTICA CON OFERTA, CON GRATUIDAD, CON REGALO, ETC., SALIMOS PERDIENDO”

Miguel Ángel Moro (Óptica Tus Ópticos Segovianos, Segovia)

Miguel Ángel Moro Sanz lleva 20 años trabajando como óptico optometrista y audioprotesista. Ha crecido en esta disciplina, formándose y reciclándose en diferentes centros especializados y aprendiendo de grandes profesionales del sector. Esta trayectoria le permitió crear y moldear su propia óptica, Tus Ópticos Segovianos.

Como él mismo indica, *“elegí esta profesión porque, desde el principio, tenía claro que mi trabajo se relacionaría con la rama sanitaria”*. Ayudar a los pacientes siempre le ha atraído y *“poder dedicarme a brindar salud ocular y auditiva a mis pacientes es muy gratificante para mí”*, ratifica. De ahí que en Óptica Tus Ópticos Segovianos, las demandas de sus clientes *“siempre van acompañadas de un seguimiento de su adaptación y de una atención cercana, de calidad y efectiva, para detectar cualquier problema que pueda surgir y solucionarlo lo antes posible”*, señala.

Problemas como *“mejorar su calidad y ergonomía visual a través de adaptación de gafas, lentes de contacto, orto-k, tratamientos de control de miopía de niños, control y detección de anomalías en las estructuras oculares para una posible derivación, etc.”*, nos señala Miguel Ángel Moro.

Lamentablemente, para Miguel Ángel Moro el mercado ha sufrido una transformación importante que perjudica a su profesión. En ese sentido, señala que *“la venta de productos en otros centros no especializados en salud visual y la compra venta de productos online, ha hecho perder la relación óptico-paciente”*. Como consecuencia, argumenta, *“no se lleva un control exhaustivo de la idoneidad del producto con respecto a las necesidades individuales de cada paciente, pudiendo derivar en un uso indebido de esos productos, con posibles consecuencias irreversibles”*. El resultado es que, en su opinión, *“solo se ve nuestra faceta comercial, enmascarando la parte sanitaria de nuestra profesión, que es fundamental para que las personas nos valoren y respeten”*.

Para revertir esa situación, Miguel Ángel Moro cree que *“los ópticos tenemos un papel primordial en la concienciación de la sociedad sobre la importancia del cuidado de la salud visual”*. Su propuesta es *“comenzar a trabajar con los más pequeños e inculcarles buenos hábitos, para conseguir que, en un futuro, la sociedad entienda que las ópticas no son solo un simple comercio, sino que son establecimientos sanitarios en los que recibirán*



recomendaciones y la mejor atención especializada sobre su salud visual”.

En este sentido, en su óptica Tus Ópticos Segovianos ponen todos sus esfuerzos *“para que los pacientes se vayan satisfechos con la atención prestada”*. Un servicio que no faltó ni en pandemia. Eso sí, intensificando las medidas de protección sanitaria y organizando un servicio de citas previas, para controlar el aforo del local.

Precisamente, sobre la pandemia, Miguel Ángel Moro comenta que *“han aumentado las afecciones y alteraciones visuales derivadas, sobre todo, del exceso de uso de pantallas y del mayor tiempo en distancias cercanas”*. Apuntando que *“el control de miopía en los más pequeños ha sido una de las demandas más usuales desde la pandemia”*.

**“LOS ÓPTICOS OPTOMETRISTAS
TENEMOS UN PAPEL PRIMORDIAL EN LA
CONCIENCIACIÓN DE LA SOCIEDAD SOBRE
LA IMPORTANCIA DEL CUIDADO DE LA
SALUD VISUAL”**

Nerea Granadero (Family Optik, Madrid)

El primer encuentro de **Nerea Granadero Entero** con el mundo de la óptica se inició con una pequeña anécdota. En la parada del autobús, Nerea Granadero siempre preguntaba a su madre cuál era el número del autobús que se acercaba y su madre siempre acertaba. Por aquel entonces, no entendía qué tipo de brujería utilizaba su progenitora. Hasta que, con solo 7 años, fue diagnosticada de miopía. Desde entonces, la óptica y la optometría han formado parte de su vida y despertó su curiosidad hacia un campo que, aún hoy, se encuentra en continuo desarrollo.

Actualmente es Directora Técnica en la óptica Family Optik de Vallecas (Madrid) donde entre los tratamientos más comunes que realizan se incluyen *“la revisión optométrica completa del paciente, la adaptación de lentes de contactos blandas y gas permeable, destacando las lentes Orto-K o las destinadas a corregir córneas irregulares (queratocono, etc.)”*, afirma. Para Nerea Granadero es *“una labor gratificante, donde el trabajo en equipo es esencial y te permite disfrutar de experiencias como ver la expresión de un niño al ponerse las gafas por primera vez”*.

A pesar de la larga trayectoria de esta profesión, Nerea Granadero considera que *“todavía somos un gremio bastante desconocido, en ocasiones infravalorado”*. Y añade: *“Nuestra labor no se limita a poner o montar unas gafas. El conocimiento y entendimiento de la fisionomía y proceso funcional del ojo permite dar un servicio personalizado, adaptado a cada paciente, donde el optometrista no solo se dedica a mejorar su visión, sino que es capaz de proponer una serie de terapias que le permiten al paciente ver de forma más eficiente”*.

En este sentido, el incremento del teletrabajo ha generado fatiga visual, *“resintiéndose las capacidades visuales en todo el espectro de edades de los pacientes”*, señala Granadero. Como consecuencia, *“se ha generado un incremento de la miopía y de la demanda de lágrimas artificiales utilizadas para paliar la sequedad ocular”*, añade. Así como de aumento de demanda de gafas ocupacionales y de filtro azul.

Pero no solo eso. Nerea Granadero destaca el aumento de *“interés por la ortoqueratología y el uso de lentes de contacto blandas de desenfoque periférico, como tratamiento para el control*



de la miopía entre los más pequeños”, así como el aumento del uso de lentes de contacto diarias desechables en detrimento de las lentes de contacto de uso continuo *“por el miedo ocasionado a contraer el Covid-19 por vía ocular”*, puntualiza.

Y es que la pandemia, señala, *“ha impactado enormemente en el día a día de la óptica”*. Tanto en la aplicación de los protocolos de seguridad, como *“la parte negativa en la que estas medidas han provocado que el trato con los pacientes no sea igual de cercano”*, comenta. Y remarca: *“Sobre todo con pacientes sordo-mudos, donde pese a disponer de mascarillas transparentes y pantallas faciales, la comunicación se ha visto comprometida”*

Respecto al futuro, Nerea Granadero diferencia entre la parte técnica y la práctica. Comenta que *“a nivel técnico es posible que los cambios vayan dirigidos a mejoras en la fabricación y calidad de los materiales utilizados”*. Mientras que respecto a la parte práctica, señala que es muy probable que, en unos años, nos encontremos con una población envejecida y, por tanto, *“es de esperar que la baja visión cobre cada vez mayor importancia en el mundo de la óptica (<https://www.familyoptik.com/servicios-opticos/ayudas-baja-vision/>)”*.

“ES UNA LABOR GRATIFICANTE QUE TE PERMITE DISFRUTA DE EXPERIENCIAS COMO VER LA EXPRESIÓN DE UN NIÑO AL PONERSE LAS GAFAS POR PRIMERA VEZ”

Pablo Casado (Vista Óptica Cáceres, Cáceres)

Actualmente, **Pablo Casado Delgado** es Director Técnico, Óptico Optometrista y Audioprotesista en Vista Óptica Cáceres. Sin embargo, sus primeros estudios, aunque relacionados con la rama sanitaria, se decantaron por la farmacia. Al terminar esta carrera decidió hacer otra cosa y fue entonces cuando se decantó por estudiar óptica y optometría. Nunca más volvió a trabajar de farmacéutico, ya que, el trato con el cliente y aconsejar lo mejor para el usuario, le gustaron demasiado.

Su trabajo en Vista Óptica Cáceres se centra más *“en las revisiones optométricas y audiometrías”*, señala. Sin embargo, en la óptica *“estamos bastante entretenidos”*, afirma. La razón es porque cuentan con *“gabinete de audio y gabinete optométrico”*, confirma. Y añade: *“Trabajamos con cita previa para poder organizar mejor el día a día. En mi caso, me dedico más a las revisiones optométricas y audiometrías, pero también se hace trabajo de taller y, sobre todo, de venta”*. Donde lo que más demanda los clientes son, sobre todo, progresivos.

Precisamente, la venta es la parte que más se ha visto afectada en los últimos años por los cambios en la sociedad y el avance tecnológico. Pablo Casado señala que *“las ofertas de las grandes cadenas han hecho que se tenga que bajar muchos los precios y que se tengan que ofrecer ofertas tipo 2x1, por ejemplo”*. Al tiempo que indica que *“ello se traduce en una bajada de la calidad de las monturas, sobre todo”*. Del mismo modo, apunta, *“la venta de gafas de sol también ha bajado considerablemente en los últimos años debido a la venta on-line”*

Una tendencia generalizada en el mercado. Para Pablo Casado Delgado, en el futuro *“la gente va a comprar mucho más a través de plataformas on-line. Tanto lentes de contacto, como gafas de sol, etc.”* Y apunta que *“¡ya incluso se venden gafas graduadas por internet!”* Así que no les quedará otra que adaptarse. Algunas soluciones pasarían, en palabras de Pablo Casado, *“por tener que cobrar las revisiones optométricas y tener que hacer más trabajo de óptica clínica”*

Respecto al impacto que ha tenido el Covid-19 en su profesión y en su día a día en la óptica, Casado saca un balance bastante positivo. Respecto a las consecuencias en el establecimiento no han tenido muchos problemas. Considera que *“nos ha*



afectado a todos por igual. En la óptica tenemos que desinfectar constantemente la superficie de contacto y mucha higiene”. Pero más allá de los protocolos obvios, la pandemia ha hecho que *“en la óptica tengamos más organización”*, señala Pablo Casado. La razón es que *“al atender siempre con cita previa, para poder tenerlo todo desinfectado, ha hecho que estemos más organizados que antes”*, afirma.

Sin embargo, en lo que las ventas se refieren, hace una reflexión más optimista. Considera que, *“en las ventas, creo que no ha tenido un impacto negativo, tal vez incluso positivo”*. Y lo aclara diciendo: *“La gente teletrabaja más y utiliza más las tecnologías. Lo que se ha traducido en una mayor demanda de lentes con filtros para luz azul o con refuerzos para trabajar en cerca”*. ■

“LAS VENTAS ONLINE PROVOCARÁN QUE TENGAMOS QUE COBRAR LAS REVISIONES OPTOMÉTRICAS Y HACER MÁS TRABAJO DE ÓPTICA CLÍNICA”

Joan Gispets, decano de la Facultad de Óptica y Optometría de Terrassa (FOOT)

Una óptica real y propia, la apuesta diferenciadora de la FOOT

LA FACULTAD DE ÓPTICA Y OPTOMETRÍA DE TERRASSA (FOOT) SE BASA EN LA PRÁCTICA DIARIA COMO BASE DE SU ESTILO FORMATIVO. EL CENTRO, QUE PERTENECE A LA UPC, TIENEN CLARO QUE LA PRÁCTICA CLÍNICA ES CLAVE. POR ESO, LA EXPERIENCIA UNIVERSITARIA QUE OFRECEN PONE EL FOCO EN SU PASO POR EL CUV, EL CENTRE UNIVERSITARI DE LA VISIÓ, DONDE ATIENDE A PACIENTES REALES.

Hace pocas semanas que se ha dado el pistoletazo de salida a un nuevo curso. En la Facultad de Óptica y Optometría lo encaran con un aumento considerable de alumnos. **Joan Gispets**, decano de la *Facultat de Óptica y Optometría de Terrassa (FOOT)*, considera que es, por un lado, por el propio incremento de la población y, por otro, *“porque los datos de ocupación de nuestros graduados son muy buenos”*. Y es que casi el 100% de los graduados, según la *Agència de Qualitat Universitaria de Catalunya*, tiene empleo *“antes de los tres meses de haber finalizado los estudios”*, añade.

Esto en tiempos en los que el paro juvenil en España es muy alto, es relevante en la elección de los jóvenes. *“También es posible que la pandemia haya despertado en los jóvenes la vocación de estudios del área sanitaria”*, reflexiona Gispets.

La Facultad, que cada vez está más presente y activa en las redes sociales, está promocionando con fuerza los estudios en torno a la figura del óptico optometrista. Lo hace mediante la diferenciación y la apuesta clara por la experiencia práctica de sus alumnos. El decano de la FOOT explica que la universidad cuenta con el *Centre Universitari de la Visió (CUV)*, una



clínica universitaria de la visión que constituye un elemento clave para el centro. *“Aquí atendemos pacientes que requieren servicios de atención visual general o de especialización, como baja visión, contactología especializada o terapias visuales, entre otras”,* resume. ¿La diferencia? Que esta plataforma de servicios permite organizar actividad docente de grado, de máster y de formación continua, así como también actividad investigadora.

Además, la clínica atiende, a través de convenios con más de 60 ayuntamientos y entidades del tercer sector, *“a más de 2.000 pacientes al año que, por su situación económica, no pueden comprarse las gafas en una óptica, por ejemplo”,* cuenta su decano. Es decir, gracias a las aportaciones de Visión y Vida y empresas del sector, el centro universitario lleva a cabo una labor social importante con la participación de estudiantes, profesores y personal de administración y servicio. Para Gispets, este aspecto y el hecho que la actividad docente en el CUV se organiza en base a la intervención directa del estudiante con el paciente es lo que da a su clínica *“un carácter pionero y diferencial”*. Además, estas prácticas con pacientes reales permiten

a la FOOT acreditarse para el *European Diploma in Optometry*, una iniciativa impulsada por el *European Council of Optics and Optometry* con el reto de mejorar el nivel de los estudios en los países europeos. *“Uno de los requisitos para recibir este aval es que los futuros graduados atiendan un total de 120 pacientes durante su formación académica y bajo la supervisión de un profesor”,* resume Joan Gispets.

La salud ocular, a estudio

El decano de la FOOT recuerda que hace unos años la tecnología irrumpió con fuerza en el ámbito de las ciencias de la salud y confiesa que *“ha llegado para quedarse”*. Obviamente, el ejercicio profesional de la óptica y la optometría no están al margen y cada vez más las consultas *“se llenan de equipos tecnológicos de apoyo al examen y al diagnóstico”,* argumenta. En las universidades, se han ido adaptando los planes de estudios a esta realidad y en la FOOT, por ejemplo, en la última reverificación del grado se introdujo una asignatura específica para las técnicas de exploración ocular.

En un entorno como el actual, donde las necesidades visuales de visión próxima son predominantes y la pirámide de población está invertida, Gispets cree que existen dos áreas en crecimiento que, además, exigen una colaboración y alta especialización profesional: *“El tratamiento y el control de la miopía y la baja visión”*. Según su experiencia, los estudios indican que hay un aumento sostenido e importante en la prevalencia de

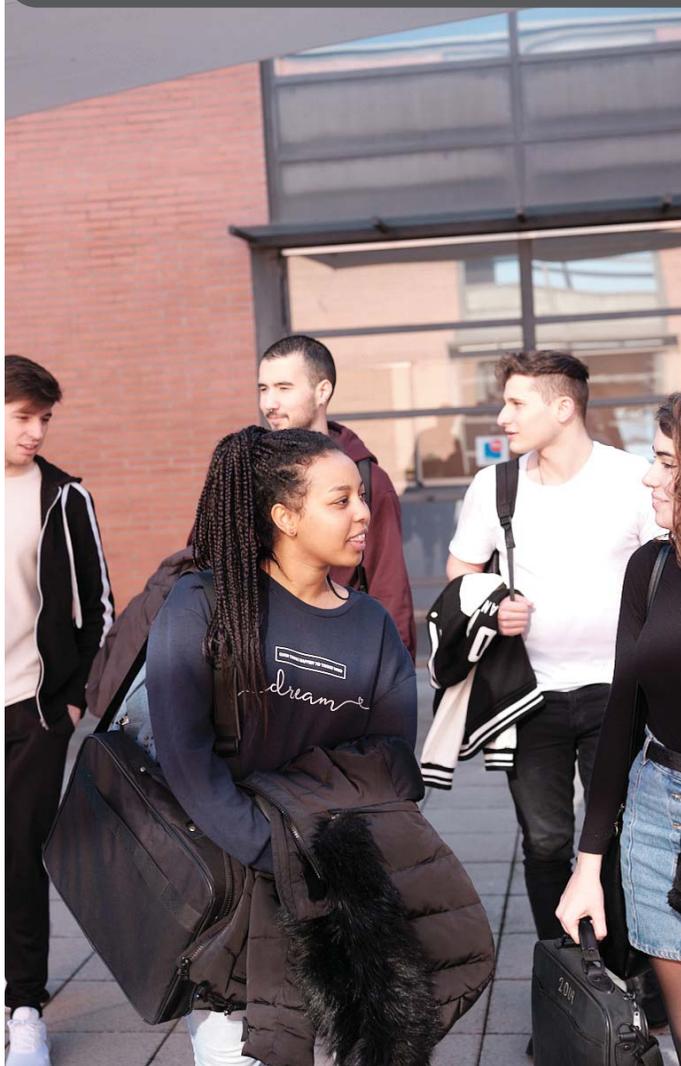
“LA EDAD DE APARICIÓN DE LA MIOPÍA ESTÁ INVERSAMENTE RELACIONADA CON LA MAGNITUD DE ÉSTA EN LA EDAD ADULTA”



Importancia de la higiene visual y la ergonomía

Joan Gispets aconseja ciertos buenos hábitos para mejorar la ergonomía y la higiene visual a la hora de trabajar y/o estudiar.

- Limitar el tiempo de uso de pantallas y compensarlo con actividades al aire libre.
- Cuando se usen las pantallas, hacer descansos cada 30 minutos, levantando la vista y mirando, si es posible, a través de una ventana.
- Asegurar una buena iluminación ambiental durante la actividad.
- No ver películas ni series en el móvil, siempre es preferible la televisión o, en su defecto, la pantalla grande del ordenador.
- La distancia entre los ojos y las pantallas debe ser, idealmente, de 40 centímetros como mínimo.
- El mobiliario de trabajo debe permitir trabajar con las piernas dobladas en ángulo recto, los pies en el suelo y los ojos en la línea superior del monitor.



miopía entre la gente joven, con edades de aparición cada vez más tempranas. Al mismo tiempo se van desarrollando opciones de tratamiento que *“permiten controlar, en algunos casos, la aparición y progresión de este defecto refractivo”*.

Por otro lado, la esperanza de vida no ha dejado de aumentar en las últimas décadas y los mayores desean mantener una buena calidad de vida. Consecuentemente, existen cada vez más personas con baja visión que requieren de profesionales formados y especializados para darles la mejor atención posible. *“En la FOOT, trabajamos para que nuestra oferta de estudios de postgrado, tanto másteres como cursos de especialización, contribuyan a la preparación de estos ópticos optometristas para dar una buena respuesta a estos retos profesionales”*, comenta su decano.

Detección y tratamiento, la clave

“La edad de aparición de la miopía está inversamente relacionada con la magnitud de ésta en la edad adulta”, sentencia Joan Gispets. En consecuencia, lo está también *“con la probabilidad de padecer patologías de retina con afectación visual permanente”*. Por ello, una detección y tratamiento de control tempranos son indispensables para evitar miopías muy elevadas. En el caso de la baja visión, los profesionales deben estar preparados para detectar cualquier signo de patología ocular que requiera de diagnóstico y tratamiento. Es decir, *“el óptico optometrista debe recibir una formación sólida en el registro e interpretación de resultados de los equipos de soporte al diagnóstico que puede tener a su alcance”*.

Otro de los grandes problemas, contrastado con diversos estudios y encuestas, es que, en general, la población solo visita al profesional de la visión cuando no ve bien. Algo que preocupa a los expertos, juntamente con el uso continuado de las pantallas que *“altera de forma significativa la demanda visual y las condiciones de visión”*. Por un lado, Gispets recuerda que el usuario está fijando su visión en un objeto que se encuentra en una distancia cercana durante muchas horas, y que estos *“tiene efecto en el sistema acomodativo, de convergencia y de motilidad ocular”*. Por otro, los estudios demuestran que la fijación continuada en una pantalla *“reduce la frecuencia de parpadeo y, en consecuencia, incrementa los síntomas de sequedad ocular”*, puntualiza. ■

GISPETS CREE QUE EXISTEN DOS ÁREAS EN CRECIMIENTO QUE EXIGEN UNA COLABORACIÓN Y ALTA ESPECIALIZACIÓN PROFESIONAL: “EL TRATAMIENTO Y EL CONTROL DE LA MIOPÍA Y LA BAJA VISIÓN”

oti FAES BoriSEC®



Oídos sanos a secas

SECA EL CONDUCTO AUDITIVO EXTERNO Y AYUDA A PREVENIR LA OTITIS EXTERNA.

Con TRIPLE ACCIÓN

En el **CONDUCTO AUDITIVO EXTERNO:**

- + **EVAPORA** el exceso de agua.
- + **RECUPERA** su pH fisiológico.
- + **PROTEGE** la piel que lo recubre.

Máximo 2 veces al día

Indicado en adultos y niños a partir de 9 años de edad.

CN 197192.0



NUEVO



Con **ÁCIDO BÓRICO**

Este producto cumple con la normativa de productos sanitarios. Este producto tiene contraindicaciones y efectos secundarios. Lea el etiquetado y las instrucciones de uso antes de utilizarlo.

www.orlfaes.com

FAES FARMA

Alejandro García, country manager Spain de CECOP

“El panorama es optimista, ya que las ópticas poseen el valor añadido de la salud”



EL SECTOR ÓPTICO ESTÁ EN FORMA, Y ESO SE APRECIA EN EL AUMENTO SOSTENIDO DE LAS VENTAS, EN ESPECIAL DE LAS LENTES DE CONTACTO, OFTÁLMICAS Y SERVICIOS PROFESIONALES, ASEGURAN DESDE CECOP.

Ya se demostró en lo peor de la pandemia y cada vez queda más patente: el sector óptico ofrece unos servicios esenciales y la sociedad está cada vez más sensibilizada con su salud visual. “El panorama es optimista, ya que las ópticas poseen el valor añadido de la Salud y por tanto es diferente comprar un bolso o un libro en el canal online que adquirir unas gafas progresivas”, analiza **Alejandro García** country manager Spain de CECOP..

Cada año aumentan las ventas del sector, “poco a poco, pero con solidez”, ha matizado para destacar sobre todo las relacionadas con lentes de contacto, lentes oftálmicas y servicios profesionales. “Se venden menos gafas de sol de media y alta gama, porque la competencia digital ha sesgado la competencia de estas ventas sobre todo al óptico independiente, que tiene como asignatura pendiente desarrollar canales digitales para ser más competitivo”.

No obstante, ha advertido una “polarización” entre las ópticas “que deciden aportar valor y especialización, como terapia visual o control de miopía”; y en el otro extremo, “las ópticas que ofrecen descuentos y precios bajos, algunos con buena experiencia de compra y tiendas bonitas; otros con un canal digital muy bien desarrollado...”.

En medio de estos dos modelos de negocio está el mixto: “Ópticas que tienen problemas en cuanto a la competencia digital respecto a las anteriores y andan bailando entre diferentes aguas”.

García cree que “una de las claves” será cobrar por los servicios profesionales “y optar por la omnicanalidad”. Es decir, estar donde el cliente está cómodo en cada momento “y ofrecerle valor, que no precio”.

El momento actual es crucial para el sector, que “debe saber jugar sus cartas con sabiduría” para ofrecer al cliente una experiencia de compra “de gran valor” en todos los sentidos. A nivel profesional y, también, cuidando los detalles “de un escenario y un guion que los mime”.

Habla con el bagaje de trabajar en la primera compañía en el mundo especializada en el óptico independiente con presencia en 10 países. “Conseguimos aprovechar el know how de la experiencia que adquirimos en estos países y ponerlo a disposición del óptico asociado a CECOP a nivel país. Nuestra misión es poner en valor herramientas para poder competir con el impacto de las grandes cadenas y de las verticalizaciones que está sufriendo el sector”.

Y por eso, para CECOP, pero también para la vida, es importante saber adaptarse a los cambios, ante los que la firma “no deja de estar alerta” para ir al ritmo que marca el sector y la sociedad en general.

El cambio es lo único que es constante en la vida y por eso en CECOP “no dejamos de estar alerta a todos los cambios que suceden en nuestro sector y en nuestro entorno en general”.

Del peso del sector se deriva el rol que cumple el óptico optometrista en la sociedad. Sobre su figura en España, García los ha calificado como “realmente eficaces en su papel de atención primaria de la salud visual y son un referente europeo por su formación universitaria y su alto grado de reciclaje académico continuo”.

Con el apoyo del óptico optometrista de la óptica Bajo Aragón, **Óscar Pérez**, el portavoz de CECOP ha desgranado las claves del oficio. Por un lado, los clientes “valoran sobremanera su proximidad y eficacia, ya que muchas veces el sistema de visita médica dentro del sistema público se demora más de lo deseado. Y por tanto son conocedores de que, si es necesario, será remitido al médico especialista oportuno”.

El papel preventivo del óptico optometrista queda patente con la toma de medidas optométricas para compensar los problemas refractivos como miopía, hipermetropía o presbicia (vista cansada). “Pero también la adaptación de lentes de contacto nocturnas (orto-k) que con abundante base científica, han demostrado ser un método muy eficaz para ralentizar la progresión de la miopía infantil”, han precisado.

Los retos de la salud visual

El pasado 14 de octubre se celebró el Día Mundial de la Salud Visual, y ambos profesionales no han querido dejar pasar la conmemoración de este día para mencionar los principales retos de la Humanidad en lo referido a salud visual.

Es fundamental, opinan García y Pérez, ser solidarios y hacer accesible a la mayoría de la población mundial “un producto sanitario tan fundamental para el desarrollo humano como son las ayudas visuales (gafas y lentes de contacto)”; que ningún niño se quede sin gafas; potenciar el espíritu solidario y, en lo referido al óptico optometrista independiente, está entre sus prioridades “adaptar soluciones visuales para todas las economías”.

El glaucoma es otro de los frentes en la batalla diaria de los ópticos optometristas. Ayudar a prevenirlo, ya que es la primera causa de ceguera en el mundo. “El optometrista, como profesional sanitario en atención primaria y de salud, está capacitado para hacer la prevención de esta disfunción”.

Y los principales esfuerzos de los profesionales están centrados en frenar la que la OMS ya denomina “pandemia del siglo XXI”: la miopía. Para 2050, la mitad de la población mundial será miope. Por ello, consideran clave que el óptico esté “bien formado y equipado para dar soluciones”.

Consejos para cuidar nuestra vista

Tan importante como detectar los problemas es ofrecer consejos a la población. García y Pérez subrayan e insisten en que la población visite a su óptico optometrista “una vez al año”. Si se detecta una patología, acudir al médico especialista. Y sobre todo, en la población infantil. Aconsejan a los padres que comiencen las revisiones de sus hijos “a los 3 años y antes si se observan indicios de problemas visuales como el estrabismo”.

A los adultos les recomiendan “controlar la presión intraocular periódicamente y así prevenir el glaucoma”. Para frenar la miopía infantil, nada mejor que salir a la calle y reducir el tiempo que se pasa delante de las pantallas.

Y lavarse los ojos: “De la misma forma que llegamos a casa y nos lavamos las manos al volver de trabajar, deberíamos realizar un lavado integral de nuestros ojos y esto es muy sencillo. Se requiere de una solución salina con un ph adecuado y preferiblemente con ácido hialurónico que puedes adquirir en una óptica. Además, en su composición no tiene conservantes”.

Recomiendan que hagan uso de esta solución aquellas personas con ojo seco, usuarios de lentillas y trabajadores con un ambiente con poca humedad relativa. Por ejemplo, aquellos que trabajan en oficinas con calefacción o aire acondicionado. Por último, García y Pérez han querido recordar la importancia de la prevención: “Es nuestro mejor aliado. Hay patologías oculares que se desarrollan en silencio, sin causar dolor, como es el caso del glaucoma, principal causante de ceguera mundial y sin tener solución una vez se han sufrido los daños. Se puede prevenir en la óptica midiendo la presión intraocular con un tonómetro de aire. Los pacientes ya están volviendo a las ópticas con normalidad y estamos volviendo a los niveles de revisiones prepandemia”. ■

Radiografía del sector en Castilla y León, Comunidad de Madrid y Extremadura

LA PANDEMIA PUEDE CONLLEVAR NO SOLO PROBLEMAS ECONÓMICOS EVIDENTES, SINO TENER UNA REPERCUSIÓN DIRECTA EN LA SALUD VISUAL DE LOS CIUDADANOS DEBIDO AL RETRASO DE LAS REVISIONES Y A LA TENSIÓN A LA QUE HAN SOMETIDO A SU SISTEMA VISUAL DURANTE EL CONFINAMIENTO.

Sabemos que tras la crisis de 2008 ya comenzó la llamada pobreza visual en España y ahora, tras la actual crisis, se teme que volverá a repuntar. La gente retrasaba la renovación de equipamientos (gafas, lentes oftálmicas y lentes de contacto) por problemas económicos, a pesar de saber que los necesitaba. Tomando como referencia datos anteriores, la crisis del 2008-2013 redujo las visitas al óptico-optometrista en un 25%, y la situación puede repetirse en la actualidad.

En este contexto, revisaremos en este artículo a fondo la situación del sector de la óptica en las comunidades de Castilla y León, Madrid y Extremadura.

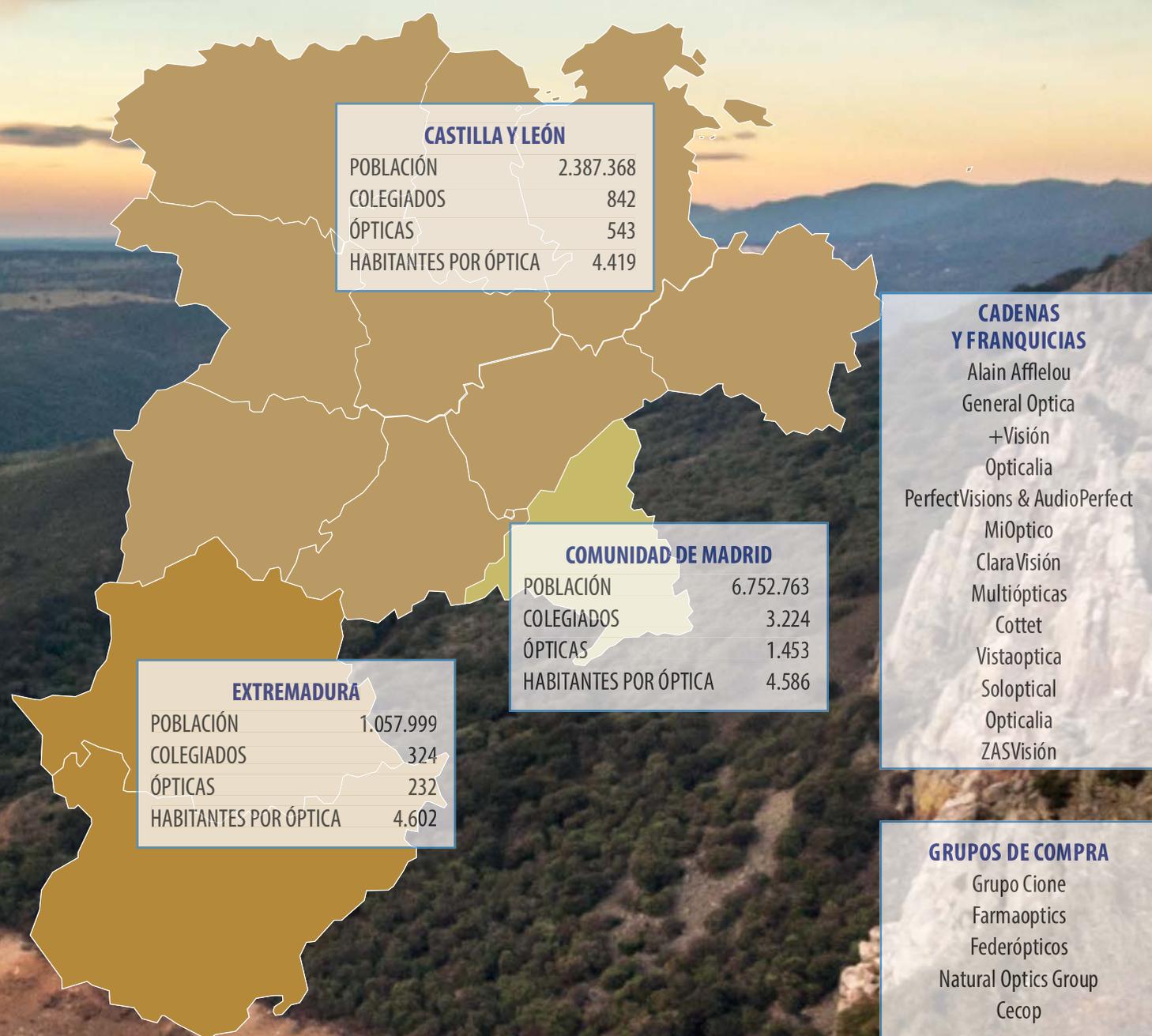
Mercado

Partimos de una situación muy mala: en España solo 2 de cada 10 españoles revisó su visión en 2019 y uno de cada cuatro

hace más de dos. Sin embargo, la mitad vamos al dentista anualmente. Desde 2015 sabemos que, anualmente, hay más de cuatro millones de españoles que no adquieren sus equipamientos ópticos por desconocimiento de su problema visual o por no contar con suficientes recursos económicos. Esta situación empeorará en la situación actual.

Los equipamientos ópticos son bienes de primera necesidad y, como tal, el Estado debe garantizar el acceso igualitario a los sistemas de revisión y compensación necesarios. El año 2020 fue el año de la visión con el argumento del "derecho a ver", en un país desarrollado como España debemos lograrlo.

Con esta situación de crisis, y el descenso de facturación que afectó en 2020 a prácticamente todos los sectores, la óptica no fue una excepción, y podemos decir que el mercado sufrió un varapalo histórico, que supuso un retroceso del 18% que le



Castilla y León, Extremadura y Comunidad de Madrid

POBLACIÓN

CASTILLA Y LEÓN	2.387.368
Ávila	159.155
Burgos	354.478
León	455.066
Palencia	158.594
Salamanca	327.958
Segovia	154.172
Soria	89.457
Valladolid	518.983
Zamora	169.505
EXTREMADURA	1.057.999
Badajoz	669.575
Cáceres	388.424
COM. MADRID	6.752.763



Indicadores económicos 2020

€

	Renta media hogar	Renta media pers.	Gasto medio hogar
CASTILLA Y LEÓN	29.125	12.697	25.150
EXTREMADURA	22.250	9.147	22.771
COM. MADRID	37.051	14.580	32.502
ESPAÑA	30.690	12.292	26.995

Gasto medio en sanidad 2020

	Por hogar (€)	Variación 2019/2020 (%)	Por persona (€)	Variación 2019/2020 (%)
CASTILLA Y LEÓN	933,66	3,2	408,47	3,8
EXTREMADURA	807,51	11,8	333,36	12,8
COM. MADRID	1.168,70	-2,4	462,89	-3,1
ESPAÑA	1.100,96	-4,5	402,23	-4,5

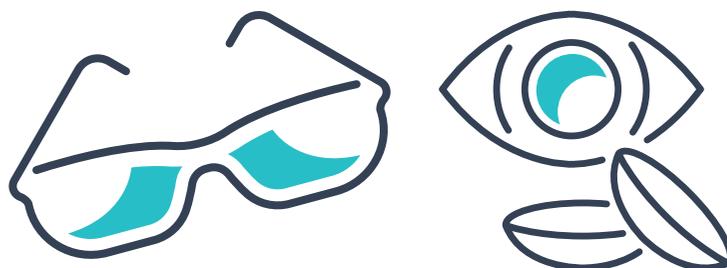


Colegiados por 100.000 habitantes

	2020	2018
CASTILLA Y LEÓN	35,19	34,14
EXTREMADURA	30,57	29,36
COM. MADRID	47,77	46,4
ESPAÑA	38,54	37,55

Habitantes por

	ÓPTICA	ÓPTICO- OPTOMETRISTA
CASTILLA Y LEÓN	4.419	2.874
EXTREMADURA	4.602	3.379
COM. MADRID	4.586	2.111
PROMEDIO	4.684	2.607



Facturación sector óptico Mercado total en €

	2020	2019
CASTILLA Y LEÓN	83.908.000	102.401.640
EXTREMADURA	33.563.200	40.960.656
COM. MADRID	212.058.400	258.796.872
ESPAÑA	1.525.600.000	1.861.848.000

Facturación sector óptico Productos y servicios 2020 €

	Productos	Servicios
CASTILLA Y LEÓN	78.621.796	5.286.204
EXTREMADURA	31.448.718	2.114.482
COM. MADRID	198.698.721	13.359.679
ESPAÑA	1.430.169.150	95.430.001

Número de ópticos optometristas

	2020	2018
CASTILLA Y LEÓN	842	823
Ávila	52	50
Burgos	115	114
León	128	132
Palencia	51	51
Salamanca	113	109
Segovia	57	55
Soria	22	24
Valladolid	259	249
Zamora	45	39
EXTREMADURA	324	313
Badajoz	204	190
Cáceres	120	123
COM. MADRID	3.224	3.079

Facturación según establecimiento 2020 €

	Grupos de compra	Cadenas y franquicias	Independientes	Total
CASTILLA Y LEÓN	40.645.035	32.833.200	10.429.765	83.908.000
EXTREMADURA	16.258.014	13.133.280	4.171.906	33.563.200
COM. MADRID	102.721.089	82.978.452	26.358.859	212.058.400



Uso de gafas o lentillas %

	Hombres	Mujeres	Total
CASTILLA Y LEÓN	60,68	72,88	66,88
EXTREMADURA	55,43	65,79	60,67
COM. MADRID	56,55	66,16	61,61
ESPAÑA	54,65	67,1	61,04

Uso de audífonos %

	Hombres	Mujeres	Total
CASTILLA Y LEÓN	3,96	4,42	4,63
EXTREMADURA	4,85	3,9	3,95
COM. MADRID	4	3,26	3,38
ESPAÑA	3,51	4,06	4,01

Fuente: INE, Fedao, CNOOO e IM Ópticas. Elaboración: Departamento de Investigación de IM Ópticas

llevó a facturar trescientos millones de euros menos que en el ejercicio anterior.

Por comunidades, se repiten estos mismos resultados, con caídas de facturación contundentes. En el caso de Castilla y León, pasaron de 102 millones de euros en 2019 a los 84 de 2020, Extremadura vio descender la cifra total de 41 millones a 33, y en el caso de Madrid la caída fue desde los 259 millones a 212. Estos descensos afectaron tanto a productos como a servicios, si bien el grueso de la facturación corresponde a la venta de productos.

Por lo que se refiere a la tipología de establecimientos, en 2020 a nivel nacional los Grupos de Compra representaron el 54,5 % de los establecimientos de óptica y el 47,6% de las ventas. Le siguen las cadenas y franquicias, con un 32,5% de los establecimientos y sin embargo un porcentaje de las ventas que se acercan cada vez más a los Grupos de Compra, el 41,2%; y finalmente las ópticas independientes que suponen el 13% de los establecimientos y el 11,2% de las ventas.

Establecimientos y colegiados

Según los datos recogidos en el Libro Blanco de la Visión 2021, elaborado por Fedao y Visión y Vida, la cifra de ópticas descendió ligeramente en España, un 0,24%. Madrid es la segunda región con mayor número de ópticas, 1.453, cifra que representa un 14,47% del total, sólo por detrás de Andalucía.

Por lo que se refiere a Castilla y León, cuenta con 543 ópticas, con un peso del 5,41% sobre el total, y Extremadura con 232 establecimientos que suponen un 2,31%.

En cuanto al número de profesionales ópticos optometristas colegiados, también crecieron durante 2020 en las tres comunidades autónomas que nos ocupan. En Madrid su número creció un considerable 4,7%, hasta alcanzar los 3.224 colegiados; este incremento fue menos notable en Extremadura, aunque alcanzó el 3,5% y una cifra de ópticos optometristas de 324 profesionales. En Castilla y León la cifra subió un 2,3% hasta los 842 colegiados.

Si nos fijamos ahora en las tasas de colegiados por 100.000 habitantes, y teniendo en cuenta que la media española se situó en 2020 en 38,54, nos encontramos que dos de las comunidades analizadas tienen una media inferior, especialmente en el caso de Extremadura, que cuenta con una tasa de 30,57, bastante por debajo. La región de Castilla y León se aproxima más a la media nacional, con 35,19 ópticos por 100.000 habitantes, y Madrid la supera ampliamente, alcanzando una cifra de 47,77.

Debemos tener en cuenta que en España existe tal cantidad de establecimientos sanitarios de óptica y una red de profesionales ópticos-optometristas tan extensa que, cada profesional atiende, de media, a 2.607 personas y cada establecimiento sanitario de óptica da servicio a 4.684 personas. En el caso de la Comunidad de Madrid, la cifra es de 4.586 habitantes por óptica, cifra por debajo de la media nacional, y cada profesional atiende a un promedio de 2.111 habitantes. Esta cifra se dispara en el caso de Extremadura, donde cada profesional atiende a una media de 3.379 habitantes, y también es bastante elevada en el caso de Castilla y León, con 2.874 habitantes



**MADRID ES LA SEGUNDA REGIÓN CON
MAYOR NÚMERO DE ÓPTICAS, 1.453, CIFRA
QUE REPRESENTA UN 14,47% DEL TOTAL**

por cada profesional. Los habitantes por óptica, sin embargo, se aproximan bastante más a la media, en este caso por debajo, siendo en ambos casos comunidades donde el descenso continuado de población, especialmente en el ámbito rural, es acusado y genera problemas de despoblación en amplias zonas.

Salud visual y auditiva

La crisis sanitaria desencadenada por la pandemia de Covid-19 ha tenido profundas repercusiones en la salud visual de los ciudadanos. El confinamiento, especialmente, tiempo durante el cual estuvimos reclusos en nuestras casas supuso en general un abuso de la visión próxima (principal problema para el desarrollo de la miopía) y del uso de pantallas en todos sus formatos. La falta de luz y de actividades en el exterior pueden generar problemas en los más pequeños, y también en los adultos. Se ha comprobado que los amantes del ocio sedentario son miopes en un 70% de los casos.

Durante el confinamiento, según datos recogidos por Visión y Vida, el 91,4% de la población, es decir, la mayoría, han usado mucho más tiempo pantallas. El 66,3% afirma que el doble de tiempo del habitual. La fatiga por forzar la vista, visión borrosa y dificultades para leer los whatsapps son los signos más mencionados por los usuarios.

En este contexto, nos fijaremos ahora en el uso de gafas o lentillas recogido en la Encuesta Europea de la Salud 2020, y con la previsión de que esta utilización se incremente, puesto que

una gran mayoría de las personas todavía no se ha realizado una revisión posterior al confinamiento.

La media española se encuentra en un 61% de la población que utiliza gafas o lentillas, siendo más elevado el porcentaje de mujeres que las usan (67,1% frente al 54,65% de hombres) cuando desglosamos estos datos por género. En el caso de las comunidades que estamos analizando, Extremadura es la comunidad que tiene unas mejores cifras, en cuanto a que se encuentra por debajo de la media, con un 60,67% de la población que utiliza gafas o lentillas. La Comunidad de Madrid supera ligeramente la media nacional con un 61,61% de la población, mientras que en el caso de Castilla y León el porcentaje se eleva hasta el 66,88%. En todas las comunidades se repite el patrón de utilización de gafas y lentillas mucho más elevado en el caso de las mujeres, en ocasiones con diferencias que llegan a alcanzar los 10 puntos porcentuales por encima.

En cuanto a los audífonos, la población afectada es mucho menor, con una incidencia mínima si la comparamos con los problemas de salud visual, siendo la media española que apenas el 4% de la población utiliza audífonos. En este caso la diferencia entre hombres y mujeres no es tan evidente y presenta diferencias en cada comunidad autónoma. Si bien Extremadura y Madrid se encuentran por debajo de la media nacional (3,95 y 3,38% respectivamente), en Castilla y León observamos que la utilización de audífonos se sitúa por encima de la media, alcanzando el 4,63% de la población. ■



**EN CASTILLA Y LEÓN LA UTILIZACIÓN
DE AUDÍFONOS SE SITÚA POR ENCIMA
DE LA MEDIA NACIONAL, EL 4,63%
DE LA POBLACIÓN**

Luis Ángel Merino, decano del Colegio de Ópticos-Optometristas de Castilla y León (COOCYL)



Sin preparación, no hay evolución

LA SOCIEDAD ES CADA VEZ MÁS CONSCIENTE DE LA IMPORTANCIA DE CUIDAR SU SALUD VISUAL. EN ESTA TENDENCIA, EL PAPEL DEL ÓPTICO-OPTOMETRISTA SE VUELVE INDISPENSABLE. ESTE PROFESIONAL DEBE ASESORAR E INFORMAR A SUS PACIENTES Y AYUDAR A QUE LA POBLACIÓN ASUMA SU RESPONSABILIDAD INDIVIDUAL EN UN TEMA TAN DELICADO COMO LA SALUD. LOS COLEGIOS OFICIALES, CONOCEDORES DE ESTE RETO, FORMAN CONTINUAMENTE A SUS MIEMBROS PARA PODER DAR SIEMPRE EL MEJOR SERVICIO.

Hace unos meses, el Colegio de Ópticos-Optometristas de Castilla y León (COOCYL) inició una nueva etapa con el nombramiento de **Luis Ángel Merino** como *decano*. Entre sus funciones destaca garantizar la legalidad en el ejercicio profesional, fomentar las relaciones externas de la entidad y defender la profesión gracias a una apuesta clara por la formación. Además, trabajará para *“incrementar todo lo posible la interrelación entre los colegiados, buscando la armonía y el respeto entre todos”*, así como por velar por el buen ejercicio de la profesión y de los ópticos-optometristas. En esta línea, otra de las funciones básicas del decano y de la Comisión Permanente del Colegio es desarrollar la profesión, incluyendo temas tan importantes como la *“formación del colectivo, defender la profesión y a los colegiados en sus ámbitos de actuación y fomentar la constante preparación de los actuales ópticos-optometristas, y de los futuros”*. Merino se enfrenta a estos retos muy optimista y considera que se ha avanzado mucho en todos estos pilares. *“El reconocimiento social y profesional y nuestra relación con los pacientes nos ha proporcionado un protagonismo mayor”*, explica, aunque cree que se debe seguir trabajando *“para conseguir un mayor reconocimiento de las instituciones”*.

Opina que mejorar la presencia y dar mayor servicio es uno de los caminos a recorrer y *“desde el COOCYL lucharemos por ello”*. ¿Cómo? Mediante muchas actividades e iniciativas y, cómo no, la formación que siempre se ha considerado como *“el cimiento de nuestra evolución”*. Luis Ángel Merino lo tiene claro: sin preparación, no hay evolución. *“Debemos enorgullecernos del nivel de formación que ofrecen los diferentes colegios de Ópticos-Optometristas, y de los congresos que se organizan por parte del Consejo*

Problemas de visión infantil

Uno de cada tres escolares tiene problemas de visión. La época escolar es importantísima en el desarrollo posterior de la persona, y no solo en el ámbito académico. *“Un niño debe poder desarrollar todas sus habilidades de una forma plena. La visión es primordial”*, explica el decano del Colegio de Ópticos-Optometristas de Castilla y León. *“Siempre se dice que el 80% de lo que hacemos es gracias a que vemos, esa es nuestra misión, mejorar esa visión y con ello su desarrollo integral”*, añade.

En este sentido, analiza otra de las preocupaciones de los profesionales sanitarios: la relación entre pantallas y la miopía. Para Luis Ángel Merino existe una clara correlación entre ambos aspectos. Si se analizan las estadísticas, el incremento de la miopía en países desarrollados, donde el estudio y el tiempo que se pasa hoy día en espacios cerrados frente a las pantallas es cada vez mayor, *“nos está llevando hacia incidencias cada vez más elevadas de este problema visual”*, cuenta. En este sentido, los ópticos-optometristas tienen mucho que decir y que hacer. Merino resalta su misión: *“No podemos quedarnos con los brazos cruzados y deberemos formarnos para poder informar y recomendar soluciones que, validadas científicamente, frenen esta evolución en nuestros niños”*.

#VivePorTusOjos

A mediados de este año, el COOCYL presentaba un decálogo para cuidar la visión a través de diez divertidas ilustraciones con un objetivo claro: inundar las redes sociales y trasladar los mejores consejos a la población. De esta manera, desde el Colegio pretenden incidir en la idea de que la vida con buena visión es mucho mejor y que, para lograr mantenerla, hay que tener en cuenta cuáles son las revisiones, los cuidados y las medidas de prevención fundamentales. Una tarea en la que el óptico-optometrista, como agente primario de la salud visual, puede convertirse en nuestro mejor aliado en todas las etapas de la vida. Los mensajes clave que promueven las diez ilustraciones, elaboradas por Álvaro, un artista que colabora en medios de comunicación de Castilla y León desde hace más de 25 años, son los siguientes:

1. Tus ojos tienen mucho que ver. Revisa tu visión una vez al año con tu óptico-optometrista.

2. Tus ojos también necesitan protección solar, pero no todo vale. Consulta con tu óptico-optometrista cuáles son las mejores gafas de sol según tus necesidades.

3. Las lentillas, diversidad de diseños adaptados a tus necesidades. Tu óptico-optometrista adaptará tus lentes de contacto perfectas e informará sobre su cuidado.

4. ¿Sabías que el 80% de la información nos llega por los ojos? CUÍDALOS. Tu óptico-optometrista: agente primario de la salud visual.

5. Tus ojos quieren verlo todo, y ver bien es mejorar la calidad de vida. Acude a tu óptico-optometrista para la corrección de cualquier defecto visual.

6. La miopía es la pandemia visual del siglo XXI, pero se puede atajar. Conoce los métodos para su control con tu óptico-optometrista.

7. Tus ojos necesitan descanso. Tu óptico-optometrista es experto en higiene visual, consúltale y relájate.

8. No dejes que tu mirada se apague. Tu vista cansada necesita los consejos de tu óptico-optometrista para poder seguir trabajando a distancias cercanas.

9. Tu óptico-optometrista desde la infancia. ¿A qué edad debo revisar mis ojos por primera vez? Es recomendable una revisión en el primer año de vida y sobre todo al inicio de cada etapa escolar.

10. Tus ojos necesitan mirar lejos. Tu óptico-optometrista puede darte consejos si pasas muchas horas frente a las pantallas o en ambientes de sequedad con calefacción o aire acondicionado.



General de Ópticos-Optometristas”, concreta. Ahora, la mejora de la situación sanitaria en España marca un nuevo curso. *“Queremos retomar la formación presencial, sin olvidar todo lo que nos aporta la formación online que ha llegado para quedarse”*, sentencia.

Más allá de todos estos desafíos, el decano del COOCYL quiere que, en unos años, le recuerden como *“un compañero que quiso aportar, que buscó lo mejor para la profesión y que, con sus aciertos y errores, siempre trabajó con entusiasmo”*. Precisamente, esa motivación le ha hecho ser feliz en su día a día. Merino siempre ha disfrutado en el gabinete. *“He tenido la suerte de tener pacientes agradecidos que han reconocido nuestra labor, ¿qué más se puede pedir?”*, se cuestiona. Para él, cuando se ejerce una profesión sanitaria, la vocación y el servicio a los demás deben siempre marcar el camino.

Prevenir, la clave del sistema

“Siempre es más eficaz, satisfactorio y barato, prevenir”, explica Luis Ángel Merino, quien considera que, precisamente ésta, es una de las principales razones por las que el óptico-optometrista debe estar y *“es tan importante su presencia en la Sanidad”*. Para el decano del COOCYL, como *“colectivo de Atención Primaria que podemos y debemos ser, el paciente recibirá un servicio de primera necesidad, que es la salud visual”*. Naturalmente, lo considera así sin dejar de dar apoyo en los servicios de Oftalmología, como ya se está realizando en muchas comunidades autónomas del país. En Castilla y León, la relación entre los colegiados y la sanidad pública viene dada por los pacientes que diariamente refieren a los servicios de oftalmología, vía médico de Atención Primaria, *“cuando detectamos alguna anomalía que deba ser vista por el oftalmólogo”*, amplía. Esta labor es importantísima y es vista por la Administración como interesante, útil y barata. *“Las administraciones no deben hacer dejación de sus obligaciones con los pacientes y deben dar un servicio de Optometría que agilice las consultas, y un respiro a los profesionales de los servicios de Oftalmología que los haga más*

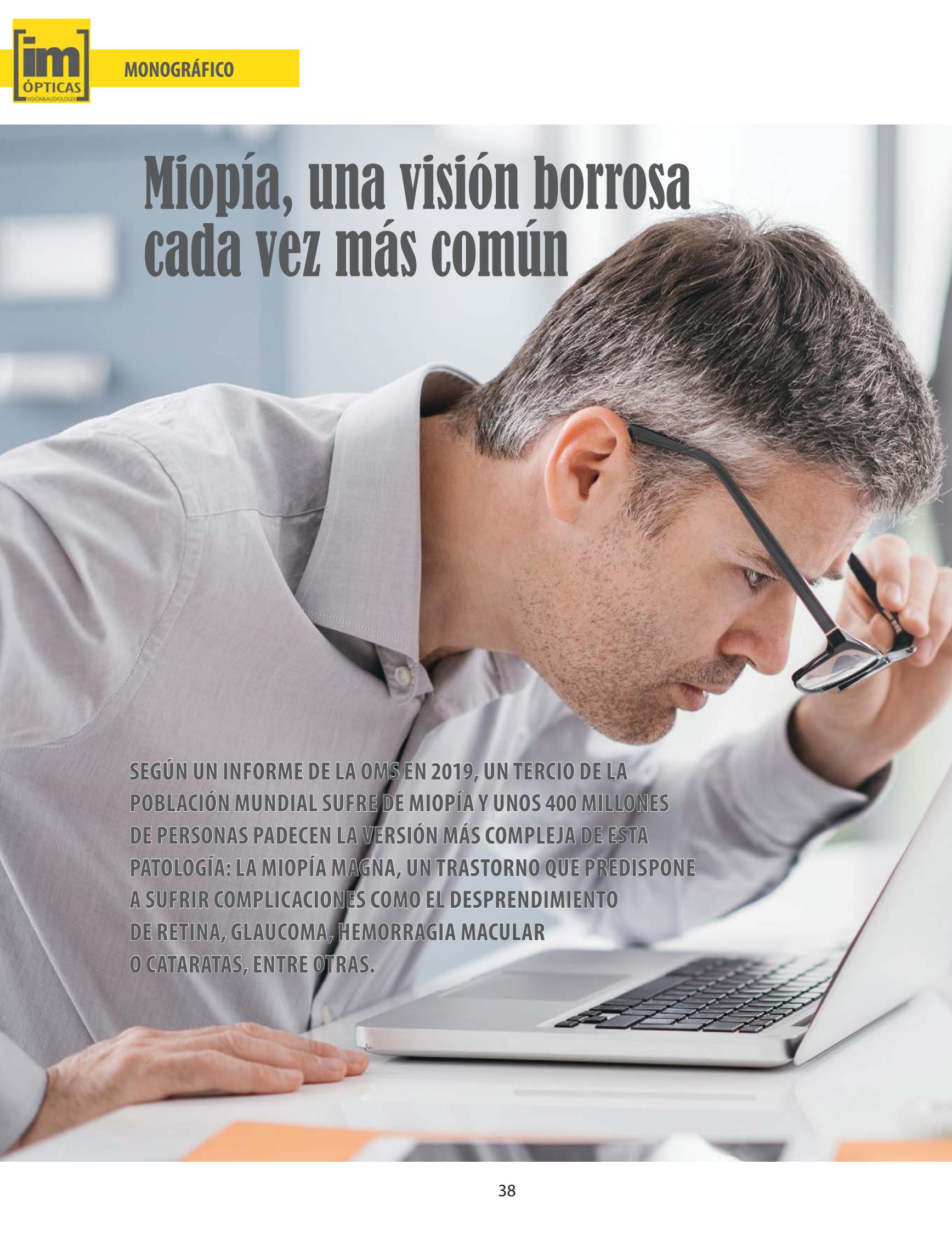
efectivos”, opina el decano. Además, cree que el reconocimiento a toda esta labor preventiva viene dado muchas veces por los pacientes, *“que ven cada día nuestra profesionalidad y formación. Ellos son la palanca que ha hecho que otros profesionales, cada vez más, nos recomienden como sanitarios de Atención Primaria en lo que a la salud visual se refiere”*, puntualiza.

Pero ¿es la sociedad consciente de la importancia de su salud visual? Merino cree que está evolucionando en positivo en cuanto a realizar controles de su visión cada cierto tiempo, pero desconfía más si se analiza la prevención. *“No lo tengo tan claro en cuanto a lo de evitar aquellas circunstancias que ponen en riesgo nuestra visión como puede ser el abuso de los dispositivos móviles, mejorar los ambientes de trabajo en humedad y luminosidad, el estar un rato en espacios abiertos todos los días, etc.”*, opina. Mejorar la responsabilidad individual es necesario para que esta evolución positiva siga siendo constante. Para ello, desde el Colegio llevan a cabo campañas de sensibilización en lo que a salud visual se refiere. *“En estos momentos tenemos una campaña en redes sociales, #VivePorTusOjos, y los datos de seguimiento e interacción de los usuarios son muy buenos, lo que indica una preocupación y un interés por todo lo que implica la salud visual”*, se muestra orgulloso el decano de la entidad.

Y, más allá de estas comunicaciones, el óptico-optometrista debe saber asesorar y formar a la población. Un ejemplo: ¿cuántas gafas debería tener una persona? *“Tenemos que ser capaces de hacer ver a nuestros pacientes que deben tener varias gafas”*, explica Merino, ya que *“no es lo mismo ir en bicicleta que trabajar, o ir a la playa, y mucha gente solo usa un par de gafas que le sirve para todo”*. Para el experto, es una equivocación. La población entiende -erróneamente a su parecer- a las gafas como una prótesis, *“y no es así”*. Merino cree que *“las gafas son una herramienta de visión imprescindible que nos hace más eficaces”*. Es decir, da seguridad a las acciones que una persona realiza durante el día como conducir; y, a su vez, cuida de la salud e *“imprime carácter a nuestro aspecto físico”*. ■



Miopía, una visión borrosa cada vez más común



SEGÚN UN INFORME DE LA OMS EN 2019, UN TERCIO DE LA POBLACIÓN MUNDIAL SUFRE DE MIOPIA Y UNOS 400 MILLONES DE PERSONAS PADECEN LA VERSIÓN MÁS COMPLEJA DE ESTA PATOLOGÍA: LA MIOPIA MAGNA, UN TRASTORNO QUE PREDISPONE A SUFRIR COMPLICACIONES COMO EL DESPRENDIMIENTO DE RETINA, GLAUCOMA, HEMORRAGIA MACULAR O CATARATAS, ENTRE OTRAS.



La miopía es la causa principal de pérdida visual de lejos en jóvenes y adolescentes, aunque afecta a toda la población. Este defecto refractivo dificulta enfocar los objetos que están lejos, por lo que se da una visión borrosa debido a que las imágenes se forman antes de llegar a la retina. La Asociación Visión y Vida alerta de unas preocupantes cifras en torno a esta disfunción. En 2010, se estimaba que el 27% de la población de todo el mundo era miope. Ahora se cree que en 2050 este porcentaje alcanzará el 52%. La progresión de la miopía hasta valores altos se relaciona con patologías que amenazan la salud ocular. Entre ellas, el desprendimiento de retina, problemas vasculares, glaucoma y maculopatías.

Hoy día, un especialista visual puede detectar la miopía y otras condiciones visuales durante un examen completo. Muchas veces, las personas con este defecto acuden al oftalmólogo o al óptico optometrista quejándose de incomodidad visual o de visión borrosa de lejos. Además, algunos miopes pueden padecer otra sintomatología, además de la pérdida visual de lejos, como fatiga visual o dolores de cabeza si su condición refractiva va ligada a trastornos en la visión conjunta y simultánea de ambos ojos, lo que conocemos por visión binocular. Es normal que los miopes se acerquen al televisor, tengan dificultades para identificar lo que hay escrito en una pizarra o entrecierren un ojo para ver los objetos más nítidos.

El empeoramiento de la salud visual del que avisan entidades y diversos estudios viene marcado, en gran parte, por el crecimiento de los dispositivos tecnológicos y su uso abusivo. El tiempo de exposición a las pantallas no deja de aumentar, sobre todo entre la población más joven, y ello conlleva un aumento de consultas por visión deficiente. Más ahora tras una pandemia que ha supuesto meses de confinamiento en casa, en espacios cerrados y con escasa iluminación solar, abusando de las pantallas en las actividades laborales, académicas y de ocio. Para los ojos, la tecnología suponen un constante esfuerzo visual.

Pasar horas delante de tablets, smartphones o televisores, ha llevado a los jóvenes de 12 a 19 años a mostrar una salud visual en declive: uno de cada diez ha empezado a usar una compensación óptica por primera vez. Pero no son los únicos. Ver borroso, tener dificultad para enfocar objetos o ver imágenes dobles son algunas de las consecuencias a las que los empleados que trabajan constantemente con pantallas se tienen que enfrentar. Y hoy día, son muchos. Para minimizar estos males, se recomienda trabajar siempre que sea posible en un espacio con luz natural y si no es posible optar por mantener la iluminación ambiente. Asimismo, la distancia y la altura a la que se encuentre la pantalla también es importante.

Prevención, clave en su impacto

Desde edades tempranas los niños reflejan sus ojos en las pantallas. Por eso, se aconseja que los pequeños de tres y cuatro años se hagan una revisión anual, ya que no suelen ser conscientes de lo que les pasa. De esta forma se podrían prevenir trastornos visuales o disminuir su impacto: *“La prevención de la miopía se basa en evitar que sea patológica”*, afirma **Lluís Bielsa**,

óptico-optometrista y vicepresidente de la asociación Visión y Vida. Para prevenir un empeoramiento de la agudeza visual, de la comodidad y de la eficiencia visual, es recomendable pasar tiempo al aire libre y salir de espacios cerrados. Además, cuidando la alimentación se cuida la visión. Llevar una dieta equilibrada rica en vitamina A, C y E ayuda a los ojos a mantenerse en forma. Tampoco hay que forzar la vista y es bueno evitar leer con poca iluminación o ver la televisión con la habitación a oscuras. Es aconsejable apostar por luz indirecta que ilumine lo suficiente para que los ojos no tengan que esforzarse más de lo necesario. Y, finalmente, la recomendación general es someterse a un examen visual cada dos años si no existe ninguna patología ni alteración visual. En el caso de los más pequeños se aconseja hacerla anualmente, así como en el caso de adultos que ya padecen miopía. Finalmente, es importante recordar que, sobre todo la miopía alta, puede ser una "herencia". Si los padres han padecido de miopía elevada, sus hijos tendrán más probabilidades de padecer esta alteración visual.

EL LARGO TIEMPO DE EXPOSICIÓN A LAS PANTALLAS Y LA ESCASA ACTIVIDAD AL AIRE LIBRE, SOBRE TODO ENTRE LA POBLACIÓN MÁS JOVEN, CONLLEVAN UN AUMENTO DE LOS CASOS DE MIOPÍA EN TODO EL MUNDO

Los tratamientos más innovadores

Actualmente, es posible corregir la miopía mediante el uso de lentillas, lentes convencionales y de control de miopía, así como multifocales y lentes de reenfoque periférico. La opción de las intervenciones refractivas, que permiten reducir -e incluso eliminar- la necesidad de usar lentes de contacto o gafas es una opción que exige indicación médica previa, ya que no todo el mundo puede operarse. En este sentido, la cirugía láser para tratar la miopía es uno de los protocolos más comunes, pero la tecnología y los avances están añadiendo nuevas fórmulas para minimizar la aparición (o desarrollo) de esta disfunción visual gracias a los avances de la óptica oftálmica.

Hoy día, muchos profesionales de la salud visual están ansiosos por ir más allá de la simple compensación de la miopía. De hecho, "están comenzando a adoptar el control de la miopía para garantizar la mejor agudeza visual y la mejor salud ocular para sus pacientes más jóvenes, reconociendo el control de la miopía como estándar en el cuidado visual de los pacientes menores miopes", considera **Manuel Gomez**, director de Servicios Profesionales de CooperVision en España, empresa que ha desarrollado las lentes de contacto MiSight® 1 day para el control de la miopía. Y es que, según el informe anual "Prescripción Internacional de Lentes de Contacto en 2020", las lentes de contacto blandas para el control de la miopía representan

Pobreza visual

El número de personas que se enfrenta a la pobreza visual es cada vez mayor. La incapacidad de hacer frente al gasto en equipamientos ópticos –como las lentes de contacto o las gafas- ha llevado, por ejemplo, a que la asociación Visión y Vida trabaje junto a las administraciones para "incluir un bono que permita a las familias más necesitadas hacer frente a estos gastos". Y es que, según el Libro Blanco de la Visión, más de seis millones de españoles podrían estar en esta situación, y más ahora que la pandemia ha puesto a más familias en riesgo de vivir bajo el umbral de la pobreza. La necesidad se hace más latente conforme el ciudadano va envejeciendo. Sin embargo, más del 44% de los jóvenes no tiene una visión perfecta, aunque este porcentaje llega al 88% en el rango de edad de entre los 65 y 84 años.

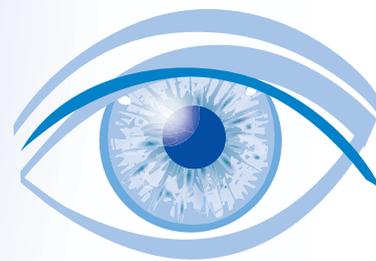
una proporción significativa de las adaptaciones de lentes de contacto en un número creciente de mercados. En España, de 2018 a 2020, casi el 35% de todas las lentes de contacto blandas adaptadas a pacientes de 6 a 17 años fueron para el control de la miopía, una de las proporciones más altas de los 23 países incluidos en el estudio.

Por otro lado, la doctora **María Iglesias**, oftalmóloga del Hospital San Rafael de Hermanas Hospitalarias, ha patentado un nuevo instrumento que permite medir con precisión la presión intraocular (PIO) en pacientes operados de miopía. "Entre las principales ventajas de este dispositivo destaca poder ofrecer una medida de PIO cercana a la presión real a un numeroso subgrupo de personas operadas, junto con su facilidad de uso -tanto para el profesional como para el paciente-, ya que solo es necesario ponerle una gota en el ojo y proceder a la medición", explica la doctora.

Paralelamente, el servicio de Oftalmología del Hospital General Universitario de Ciudad Real aplica ya la indentación macular en pacientes con una alta miopía. Esta novedosa técnica permite corregir el desprendimiento de retina asociado a estos pacientes. Desde el hospital comentan que esta operación consiste en la colocación de una pieza de silicona en forma de dedo que permite acortar el eje anteroposterior del ojo y contribuir, así, al cierre del agujero macular causante del desprendimiento de retina, algo frecuente en las personas con miopía alta. De momento, este innovador tratamiento lo realizan pocos especialistas a nivel mundial. Y, en los casos de pacientes infantiles, existe un nuevo tratamiento denominado colirio de atropina 0,01%, que es el más eficaz de los evaluados hasta el momento para retardar la progresión de la miopía en la infancia. Este tratamiento parece ser lo suficientemente seguro cuando se usa en niños de entre 6 y 12 años de edad, durante un periodo máximo de cinco años. ■

GAMA SALUD OCULAR

alvita™



NOVEDAD Toallitas oftálmicas



201371.1
28 toallitas

Toallitas estériles para el tratamiento diario de la zona periocular.

Con Euphrasia officinalis y ácido hialurónico.

Sin conservantes.

Para ojos
secos

NUEVO



201164.9



198501.9



198500.2

Para ojos
irritados



198497.5

Para ojos
sensibles



198498.2

Soluciones humectantes y lubricantes
para ojos secos o irritados

Soluciones únicas
para el cuidado de las lentillas

La solución para cuidar
la salud ocular de tus pacientes

Para conocer todas las condiciones comerciales,
puedes contactarnos a través de info@alvita.es

Piensa

alvita™

Radiografía de la miopía en España: más de cuatro millones de personas podrían padecer la “Pandemia del siglo XXI” para 2050

VISIÓN Y VIDA ELABORÓ UN INFORME EXHAUSTIVO SOBRE LA SITUACIÓN DE ESTA DISFUNCIÓN EN NUESTRO PAÍS. CERCA DE 800 JÓVENES HAN PARTICIPADO EN UNA ENCUESTA QUE ALERTA DE QUE, A MAYOR NIVEL DE ESTUDIOS Y USO DE PANTALLAS, MÁS PREVALENCIA MIÓPICA. LA ASOCIACIÓN DE UTILIDAD PÚBLICA DESTACA UN DATO “ALARMANTE”: UNO DE CADA CUATRO JÓVENES NO SE HA REVISADO NUNCA LA VISIÓN O LO HA HECHO UNA VEZ CADA TRES AÑOS.



Dos ojos para toda una vida es el nombre del informe presentado el pasado 10 de junio por la asociación de utilidad pública, Visión y Vida. También es el lema que encabeza la primera radiografía profunda sobre la miopía en España: una patología que la OMS ya califica como la “*Pandemia del S. XXI*” y que, en nuestro país padecen millón y medio de ciudadanos, pero que “*si nada cambia*” podría triplicarse para 2050, advierten en el estudio.

Ya son seis de cada diez los jóvenes universitarios con esta disfunción. Este colectivo ha sido el principal participante en la encuesta que refrenda los datos ofrecidos por Visión y Vida, que ha preguntado a 726 hombres y mujeres de entre 18 y 34 años sobre sus hábitos, nivel de estudios o la afección de la miopía entre sus familiares. De hecho, el 46,37% de la muestra está compuesta por estudiantes universitarios (18-24 años).

Las mujeres padecen más este problema visual que los hombres, una conclusión que “*confirma los resultados obtenidos en informes previos, realizados tanto a menores como adultos, en los que la prevalencia de miopía entre las mujeres también era mayor*”. En el caso del informe, son diez puntos porcentuales más miopes que los hombres.

Más de la mitad de encuestados procedían de tres comunidades autónomas: Madrid (33,5%), Andalucía (17,3%) y Cataluña (13,5%). El objeto de preguntar por su lugar de residencia o nacimiento buscaba conocer si “*ese detalle podría influir de alguna manera en los resultados obtenidos*”.

A más nivel de estudios, más miope

Visión y Vida destaca en este informe que las personas con mayor nivel de estudios tienen más probabilidad de presentar miopía. Y esto se debe, como se ha recalcado por parte de ópticos y en otros informes, al mayor esfuerzo visual que realizan quienes estudian hasta una edad más avanzada, junto al uso de las pantallas.

Miopía según nivel de estudios

	No Miope	Miope
Estudios primarios	66,7%	33,3%
Estudios secundarios	47,2%	52,8%
Estudios universitarios	45,3%	54,7%
Estudios superiores	40,7%	59,3%

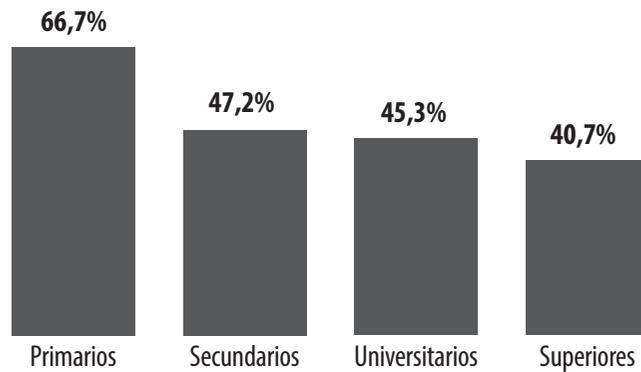
Fuente: La pandemia de la miopía: Factores que nos han hecho llegar hasta aquí y determinarán nuestro futuro.



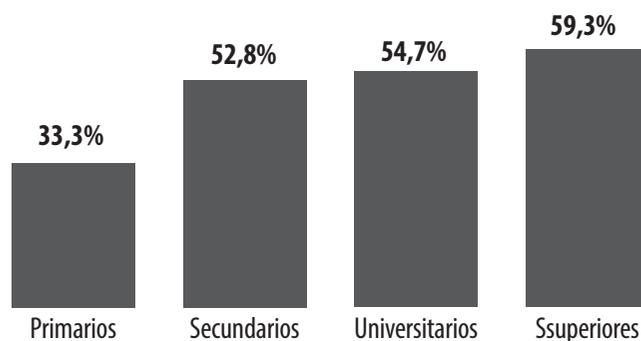
UNO DE CADA CUATRO JÓVENES NO SE HA REVISADO NUNCA LA VISIÓN O LO HA HECHO UNA VEZ CADA TRES AÑOS

Miopía según nivel de estudios

NO MIOPE



MIOPE



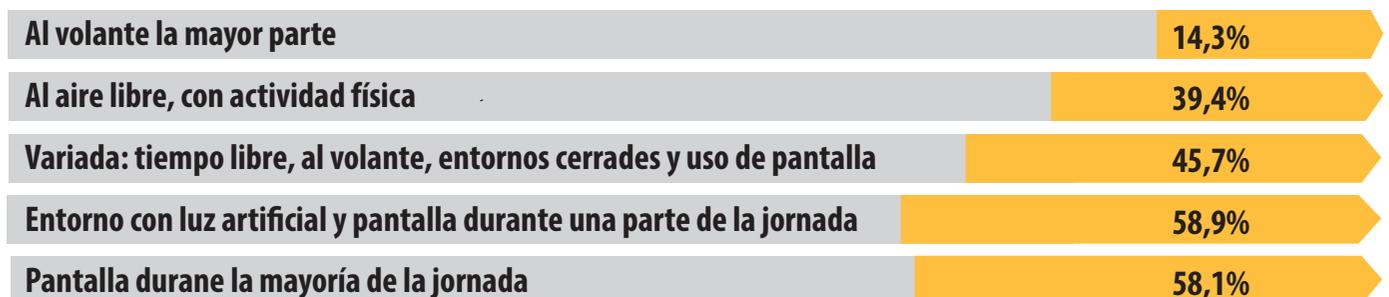
Hay un 21,4% más de personas miopes en el colectivo de universitarios (54,7%) respecto al colectivo de estudios primarios (33,3%). También se ve como la miopía afecta a un 26% más de personas con estudios superiores (59,3%) que aquellas con estudios primarios (33,3%). *“Este estudio nos confirma que el grupo de los miopes tiende a dedicarse más al estudio intenso, con una diferencia del 8,1% sobre los no miopes”,* explican. A eso se añade que quienes estudian siete horas o más (64,1%) son un 15,1% más miopes que los que estudian o leen menos de una hora (49%).

Lo mismo pasa con quienes utilizan durante más horas el teléfono móvil. Aquí hay variaciones respecto a la edad a la que recibieron el móvil, ya que como precisa la asociación de utilidad pública, la generación preguntada “no es nativa digital”. Dado que se trata de personas de entre 18 y 34 años, se puede observar una diferencia entre aquellos que lo obtuvieron a los 10-15 años (58,1%) y los de mayor edad que lo comenzaron a utilizar pasados los 15 años (39%).

A su vez, se les preguntó por el número de horas diarias que dedican a su teléfono. El 60,3% de la muestra afirma estar entre tres (28%) y cinco horas (32,3%) ante la pantalla, siendo muy residual el número de personas que afirma no utilizar el móvil más de 1,5 horas (5%) o más de 10 horas (7%). *“Así podemos destacar que existe una ligera tendencia lineal ascendente entre el incremento de horas destinadas al uso del móvil y el desarrollo de miopía”.*

Las pantallas también están presentes en aquellos trabajos de oficina, principalmente. Los jóvenes que trabajan durante su jornada laboral ante una pantalla y con luz artificial son más miopes (58,9% de los encuestados que trabajan en esas condiciones lo son) que los que desarrollan su trabajo ante una pantalla (58,1%) y padecen mucha más miopía que los trabajadores en espacios de exterior que ejercitan su visión lejana (14,3%) o con actividad física en exteriores (39,4%). El estudio también aborda los hábitos respecto a videojuegos. Uno de cada tres consultados destina más de tres horas a ellos. Los grandes amantes de videojuegos que dedican más de cinco horas a jugar son miopes en un 70%, mientras que aquellos que no superan las 0,5 horas “solo” lo son en un 56%.

Miopía según jornada laboral



Fuente: La pandemia de la miopía: Factores que nos han hecho llegar hasta aquí y determinarán nuestro futuro.

“Este punto es interesante dado que confirma un aspecto que siempre se ha pensado: no solo es el tiempo destinado al juego, sino que este lleva implícito un mayor tiempo dedicado a pantallas, espacios de interior, poca actividad física o sedentarismo”, reflexionan los investigadores.

En la línea de realización de actividades en interior, un mayor tiempo de lectura aumenta la miopía.

La mayoría de jóvenes no se revisa la vista

Una de las alertas que ha lanzado la asociación tras conocerse los resultados de este informe es que los jóvenes no se preocupan por el cuidado de su visión. De hecho, uno de cada cuatro jóvenes o bien nunca se la han revisado o lo hace una vez cada tres años. *“Resulta realmente alarmante”,* expresan en el estudio.

Y eso a pesar de que la visión es el sentido que más teme perder el 95% de la ciudadanía. *“Y, sin embargo, es el que menos cuidamos, posiblemente porque no duele. Así, sabemos que dos de cada diez ciudadanos de nuestro país jamás se ha sometido a un examen visual, imposibilitando que patologías como el glaucoma, el ‘ladron silencioso de la visión’, se prevengan”,* analiza el informe de Visión y Vida.

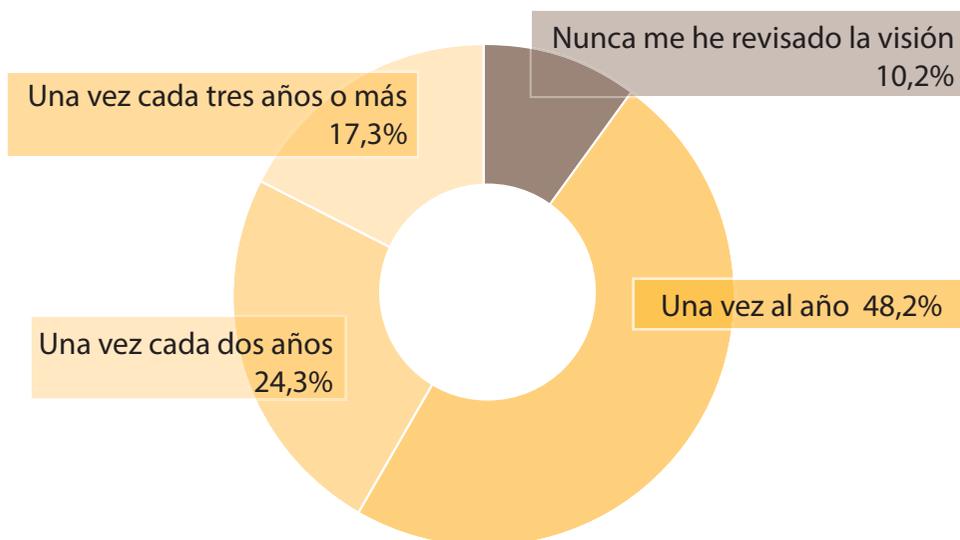
Preocupa de igual manera que el uso de las lentes de contacto no cala: el 37,3% de la muestra utiliza estos productos. Cifra similar a la de gente que no usa gafas de sol (30,2%) para proteger su visión ante la radiación UV.

Preguntas para entender la pandemia visual

La encuesta realizada por Visión y Vida ha recogido las respuestas de los 726 jóvenes de entre 18 y 34 años a unas preguntas que han buscado indagar con mayor profundidad de lo habitual en las causas de la disfunción visual más extendida en la población.

Como detallan en el capítulo previo a los resultados de la consulta, las preguntas realizadas abordaron las siguientes cuestiones: el origen del padre o la madre (para determinar si hay más prevalencia de miopía según la raza); si se es fumador o no; el uso intensivo de la visión en temporadas concretas; el tipo de vivienda en la que se reside; los hábitos deportivos; el tiempo de ocio, si se pasa en interior o exterior; los hábitos alimentarios; el nivel de estudios; el lugar de trabajo; el uso del teléfono móvil; las horas a la semana destinadas a videojuegos; también las dedicadas a la lectura o estudio; el uso de equipamientos ópticos (gafas, lentillas...); la frecuencia de las revisiones visuales; sintomatología de los problemas visuales; la consciencia propia del estado de la visión; la existencia de miopía en el entrevistado; y las otras posibles condiciones visuales existentes.

¿Cada cuánto revisas tu visión?



Fuente: La pandemia de la miopía: Factores que nos han hecho llegar hasta aquí y determinarán nuestro futuro.

Síntomas como el enrojecimiento o picor de los ojos pueden ser avisos de miopía. Por ello, la asociación ha querido abordar en las preguntas estas posibles causas.

Con todo, hasta el 38% cree que no ve bien. De los miopes, hasta ocho de cada diez afirma que no ve bien. Cuatro veces más que lo que contestan los no miopes.

“Las expectativas no son halagüeñas para la siguiente generación”

El estudio enumera tres factores principales que se combinan entre sí: los antecedentes de tabaquismo, rojez y picor de ojos en visión próxima; la edad, las horas ante pantallas y una dieta pobre en fruta y verdura. Y, además, un factor único: que no exista ningún miope en la familia.

Las variables “incontrolables” por medio de la acción humana son la genética (edad y antecedentes familiares); las que sí se pueden fomentar son las de que los menores pasen más tiempo en el exterior “siendo una de las recomendaciones que siempre lanzan los profesionales de la visión”.

“Es ahora labor de la asociación y de otras entidades educativas o académicas seguir utilizando el patrón y la fórmula aquí descrita para proyectar estimaciones numéricas, acorde con la evolución

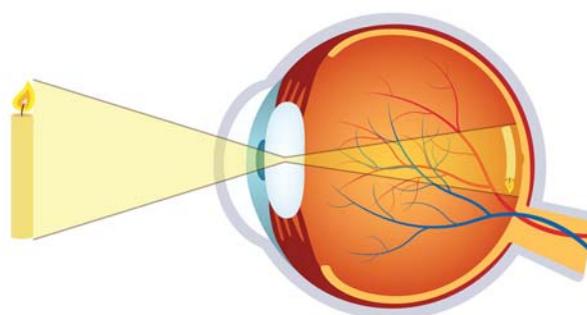
demográfica y social de la ciudadanía, del porcentaje de jóvenes que, si no realizamos cambios en nuestro estilo de vida, podrán verse afectados por esta pandemia dentro de treinta años”, avisa Visión y Vida.

En este sentido, cita al *Brien Holden Institute* para recordar que es labor de profesionales de la salud y de la ciudadanía frenar el número de miopes que superen las cinco dioptrías, ya que a partir de este valor la miopía puede dejar de ser una disfunción refractiva para convertirse en una patología ocular. “Tomando las medidas de control y freno miópico pertinentes podríamos reducir en un 95% los casos de ceguera”.

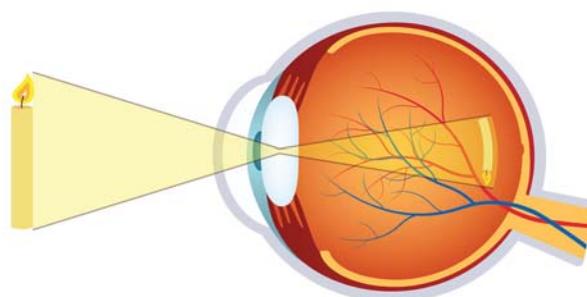
El informe, que ha recibido el apoyo de Correos Express, se ha realizado con el sondeo a través de redes sociales, email y universidades españolas, así como contactos laborales o personales. Y añade como apunte final que en él no está recogido el dato de que la tasa de miopía entre los jóvenes de entre 18 y 34 años ya alcanza al 55,3% y, de estos, el 63,2% tienen antecedentes familiares de alteraciones visuales. Preocupa aún más sabiendo que a final de 2019 eran algo más de 2,5 millones los niños de 5 años con miopía.

“Nos enfrentamos a un incremento sustancial en número de afectados por miopía”, sentencia la asociación de utilidad pública. ■

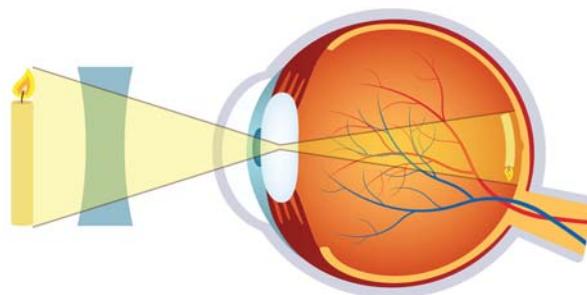
“NOS
ENFRENTAMOS A
UN INCREMENTO
SUSTANCIAL
EN NÚMERO DE
AFECTADOS POR
MIOPIA”



Normal vision



Myopia

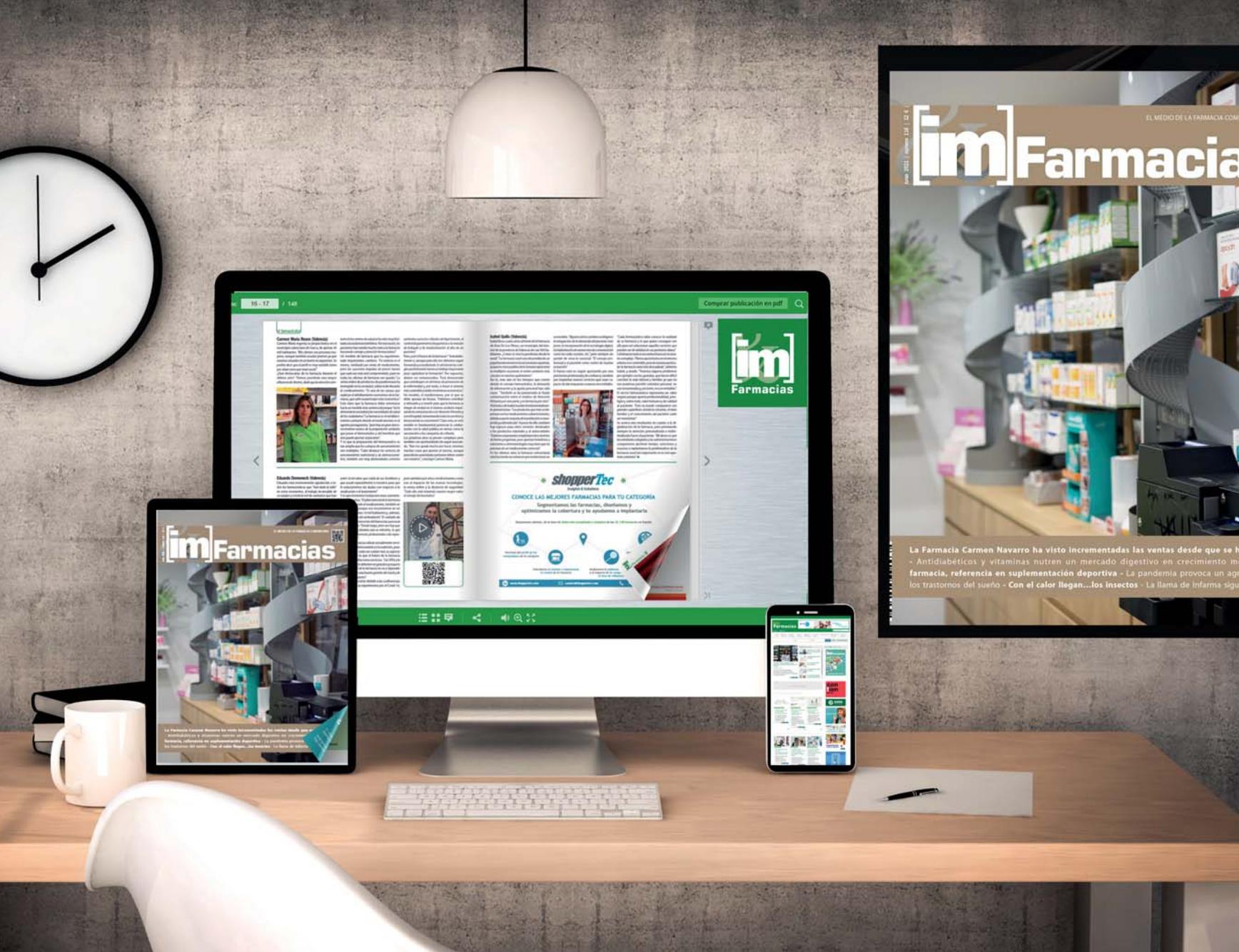


Correction
with lens

EL MEDIO DE LA FARMACIA COMUNITARIA



[im] Farmacias



Conéctate a www.imfarmacias.es
cada día encontrarás noticias del sector y podrás
consultar todas las revistas en formato digital

Ergonomía visual: clave para una visión sana

LA ERGONOMÍA VISUAL ES LA ADECUACIÓN DEL ENTORNO DE TRABAJO A LAS NECESIDADES DE LAS PERSONAS QUE REALIZAN TAREAS DE GRAN EXIGENCIA VISUAL. UNA ERGONOMÍA VISUAL DEFICIENTE PUEDE CONTRIBUIR A PADECER ALTERACIONES OCULARES.

Cuidar nuestra salud visual va más allá de las revisiones oculares, del cuidado de los ojos y de la elección de las gafas correctas. Nuestra postura en el trabajo, la iluminación de la habitación e incluso el tiempo empleado frente a una pantalla pueden condicionar nuestra salud visual. Una buena educación a este respecto nos ayudará a corregir algunos errores que se realizan sin querer habitualmente, y que nos pueden ayudar a tener un mejor cuidado de nuestros ojos.

Por supuesto, es fundamental realizar visitas periódicas al especialista visual. Es la mejor forma de detectar y prevenir posibles problemas visuales. Pero también podemos hacer otras cosas más simples en nuestro día a día, para proteger nuestros ojos. La higiene de los ojos es muy importante. Es bueno lavar constantemente las manos para evitar que entren impurezas cada vez que se toca uno la cara. Seguir una dieta saludable y mantener un peso sano. Evitar fumar y el humo de los cigarrillos. Utilizar gafas de sol para proteger los ojos de los rayos solares. Dejar que los ojos descansen de vez en cuando y tener en cuenta la ergonomía visual.

En este sentido, la ergonomía visual es la adecuación del entorno de trabajo a las necesidades de las personas que realizan tareas de gran exigencia visual. Una ergonomía visual deficiente puede contribuir a padecer alteraciones oculares como picor de ojos, enrojecimiento, dolor de cabeza, visión borrosa,





ojo seco, cambios en la graduación óptica, lagrimeo, fatiga visual y molestias musculares. Todas estas sensaciones pueden acentuarse por la presencia de una disfunción visual no diagnosticada o por una graduación desfasada de las gafas, afectando al rendimiento académico y laboral.

Importancia de la ergonomía visual

El uso cada vez más elevado de dispositivos electrónicos de visualización y cómo nos enfrentamos a ellos condiciona nuestro día a día y, por ende, la salud de nuestros ojos. Por ello, es importante mejorar la ergonomía visual. Unos pocos consejos pueden ayudar. Como utilizar una iluminación adecuada, tener una buena postura frente a las pantallas, variar de vez en cuando el enfoque de la visión, evitar los reflejos y deslumbramiento de las pantallas, parpadear con frecuencia e incluso levantarse cada cierto tiempo para cambiar la perspectiva, por ejemplo.

El ambiente de la habitación es primordial. El espacio debe estar bien aireado y a una temperatura normal. Los muebles deben ser los adecuados, con una silla a poder ser regulable en altura y una mesa que facilite tener una postura corporal adecuada para estar más relajado y tener una menor tensión visual. Lo ideal sería que la mesa tuviera una inclinación de unos 20 grados, pero si ello no es posible, es bastante útil disponer de un atril, que se situará cerca de la pantalla a la misma distancia de visión.

Pausas para descansar los ojos

Sin embargo, de poco sirve seguir todas esas indicaciones ergonómicas si no se acompañan de otras pautas importantes. Lo ideal sería realizar pausas de forma habitual cada hora u hora y media. Descansar la vista en pausas de cinco minutos, alternando la visión de objetos cercanos y lejanos, lo que contribuye a relajar los ojos. Otra buena opción es la regla 20/20/20. Cada 20 minutos apartar la mirada del aparato electrónico, durante 20 segundos, mirando a un lugar u objeto situado a una distancia de 20 pies, es decir, unos seis metros. Ello relaja la musculatura ocular y ayuda a reducir la fatiga visual. También es conveniente cerrar los ojos y taparlos con las manos de forma suave durante unos segundos, lo que contribuye a reducir la sequedad ocular. Al igual que parpadear con más frecuencia. Una persona adulta parpadea una media de 20 veces por minuto, pero ello se reduce a 12-16 veces por minuto al leer, y a 3-4 veces por minutos al estar frente a un ordenador con lo que se reduce la producción de lágrima, empeora su distribución regular sobre la córnea y se favorece su evaporación.

El escritorio es preferible situarlo perpendicular a una ventana o a un espacio abierto, nunca de cara a la pared. Situarlo delante de la ventana provoca deslumbramiento, y de espaldas provoca reflejos de la luz solar.

Los monitores deben estar limpios de polvo y huellas que puedan entorpecer la visión de la pantalla. Deben ser regulables, en cuanto a brillos y contrastes, para optimizar la legibilidad, así como orientables a voluntad para optimizar el ángulo de visión. Y la imagen de la pantalla debe ser estable, con una frecuencia de refresco adecuada, sin brillos ni reflejos que hagan aumentar el esfuerzo y la fatiga visual.

Iluminación adecuada

Respecto a la iluminación es importante adecuarla con el ritmo circadiano, nuestro ritmo biológico. Despertando con la salida del sol y durmiendo al anochecer. Si eso no ocurre, pueden aparecer patologías cardiovasculares y anomalías metabólicas, como se ha comprobado en trabajadores del turno de noche que han alterado su ritmo circadiano. Unas afecciones que también pueden aparecer si no se contempla la iluminación adecuada.

De ahí que sea prioritario, en la medida de lo posible, adecuar la iluminación a la realidad solar. Trabajar siempre que se pueda con luz natural y utilizar la luz artificial cuando el sol se empiece a marchar, ya que la luz natural produce menos cansancio a la vista, permite apreciar los colores tal y como son, sus deslumbramientos son tolerables y psicológicamente el contacto con el exterior, aunque sea a través de una ventana, produce una sensación de mayor bienestar.

Si ello no es posible, es aconsejable tener una iluminación ambiente en el techo y otra directamente en el plano de trabajo, que se situará a la izquierda para las personas diestras y a la derecha para las zurdas, evitando que esté orientada hacia los ojos para evitar deslumbramientos y reflejos que pueden ser dañinos para los ojos. Además, de otros requisitos más técnicos.

Según la guía *"Iluminación en el puesto del trabajo"* publicada en 2015 por el entonces Ministerio de Empleo y Seguridad Social, es aconsejable tener en cuenta ciertos elementos. La temperatura de color de la fuente de luz debe estar entre 3300K y 3500K. Su rendimiento cromático (Ra o IRC), es decir, la capacidad de la fuente de luz para representar los colores con fidelidad, cuanto más próximo a 100, mejor. Mientras que el nivel de iluminación debe estar próxima a los 300 o 500 lux.

En los momentos de ocio, al ver la tele o al jugar con videojuegos, por ejemplo, también es importante tener una buena iluminación ambiente, siempre evitando hacer estas actividades a oscuras.

Postura en la salud visual

Otro factor importante para mejorar la ergonomía visual es la postura. El mobiliario adecuado ayudará, pero también la posición y la distancia de cada uno de los elementos que se utilizan. Así, hay una distancia mínima recomendada para cada aparato electrónico, entre los ojos y dichos objetos. Unos 30 cm para los

Los niños y la salud visual

Pautas todas ellas que también son útiles para los más pequeños de la casa. El 30% de los escolares sufre disfunciones visuales que pueden conducir a problemas en su aprendizaje. Una buena salud visual es fundamental para su aprendizaje, desde la lectura hasta la interpretación y análisis que le llega al cerebro a través de los ojos. Concienciar a los niños sobre el cuidado de los ojos es importante para evitar males mayores en un futuro. Pequeñas pautas en casa o en colegio ayudarán a ello. Consejos como evitar que pasen mucho tiempo frente al televisor u otras pantallas, recomendando que ese tiempo sea como mucho de dos horas al día. Enseñarle a ver de lejos y a pasar más tiempo al aire libre, aunque sea jugando, para que habitúe sus ojos a todas las distancias. Asegurarse de que siempre tenga la iluminación adecuada cuando dibujen, lean o escriban. Y cuidar su alimentación, incorporando alimentos con Vitamina A. El uso cada vez más elevado de las nuevas tecnologías provocará en un futuro más problemas visuales sino racionalizamos su uso. Con una buena educación al respecto y unos buenos hábitos como los expuestos, muchos de esos problemas podrán evitarse.

CADA 20 MINUTOS SE DEBERÍA APARTAR LA MIRADA DEL APARATO ELECTRÓNICO, DURANTE 20 SEGUNDOS, MIRANDO A UN LUGAR U OBJETO SITUADO A UNA DISTANCIA DE 20 PIES, ES DECIR, UNOS SEIS METROS

móviles, 40 cm para las tablets, unos 2 metros para ver la televisión y entre 50 y 65 cm para el ordenador.

En el caso de este último, si es de sobremesa, el monitor y el teclado deben estar alineados con el usuario, la parte superior de la pantalla debe estar ligeramente por debajo del nivel de los ojos y es mejor que esté inclinada en un ángulo de 10 a 20 grados.

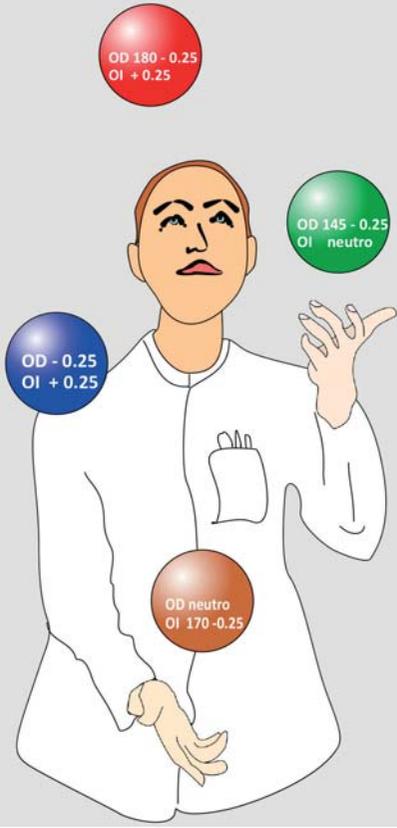
Para los nostálgicos que siguen escribiendo a mano, la distancia entre los ojos y el papel debe ser, como mínimo, la misma que hay entre el codo y el extremo del dedo índice, es decir, entre 30 y 40 cm. No es nada bueno para la visión, leer o escribir demasiado cerca del texto. Ni inclinar la hoja o torcer la cabeza mientras se lee o escribe, ya que esta postura impide que llegue la información por igual a los dos ojos. ■

Malabarismos ópticos

EN UN MUNDO EN EL QUE LA VISIÓN A DISTANCIAS CORTAS ES CLARAMENTE PREDOMINANTE, PARA LA MAYORÍA DE PROTOCOLOS DE EXAMEN LA VISIÓN DE CERCA SÓLO EXISTE CUANDO EL EXAMINADO TIENE MÁS DE CUARENTA AÑOS.

Resulta curioso los malabarismos ópticos que suelen ponerse en práctica cuando una persona joven, emélope y más o menos ortofórica de lejos, manifiesta molestias en visión próxima. Como en el modelo visual tradicional las disfunciones de cerca se restringen a la presbicia de las personas maduras, el plantear una adición de ayuda a una persona joven no entra en la estrategia. Con tal de buscar una “solución”, capaz de explicar las supuestamente “anormales” molestias visuales del joven paciente, se introducen con calzador valores refractivos residuales sin ningún sentido, valores que suelen complicar aún más el problema porque aparecen y desaparecen como indicadores de un sistema tensionado por la presión visual próxima, signos que son efectos más que causas de una ignorada disfunción de fondo. ■

Autor:
Lluís Bielsa



FarmaShopper postCovid

¡NUEVO LANZAMIENTO EN OCTUBRE!
LOS HÁBITOS DE COMPRA HAN CAMBIADO
Y SIGUEN CAMBIANDO

1 Conoce al comprador

2 Define su customer journey

3 Mejora tus ventas

Información de **antes, durante y después** de la pandemia

FarmaShopper

shoppertec.com

contact@shoppertec.com

91 743 46 91

shopperTec
Insights & Solutions



Anamnesis: la evaluación del paciente

**ESCUCHAR NOS OFRECE LA POSIBILIDAD DE ENTENDER;
ENTENDER, LA POSIBILIDAD DE PENSAR, Y PENSAR
LA POSIBILIDAD DE SOLUCIONAR.**

Por: *Lluís Bielsa Elies*

La etimología de la palabra “anamnesis” viene del griego “recolección”, esto es, recoger información de la persona y sus circunstancias para abordar mejor el estudio del problema y su manejo.

Una anamnesis es como el enunciado de un problema. A partir de una pregunta se nos pide una respuesta, ofreciéndonos la información y los datos necesarios para resolverla. Información que, en enunciados más difíciles, habrá que buscarla si está oculta bajo datos aparentemente poco significativos.

Si hemos leído y comprendido bien el texto del problema, si conocemos y dominamos la teoría sobre la que descansa, si además somos capaces de relacionar los datos como piezas de un rompecabezas, concentrándonos en la pregunta sin perdernos en consideraciones marginales, podremos hallar la solución. La mente fría y la inspiración caliente.

Leer mal el enunciado de las preguntas nos llevará a pensar que nos sobra o nos falta algún valor. Si lo hemos leído bien, pero no nos acordamos de la fórmula correspondiente o erramos en los cálculos de la integral de turno, también nos será imposible salir del atolladero. Recordemos nuestra época en la universidad, sufriendo aquellos terribles exámenes de óptica física con libros, calculadoras y amuletos varios para los supersticiosos: perdíamos más tiempo





consultando libros o preguntando al compañero/a (dádiva engañosa que servía de bien poco) que intentando interpretar correctamente el enunciado sobre la mosca que batía sus alas en una bola de vidrio.

Por esa razón tan importante “leer” bien el enunciado de la anamnesis como entenderla en todos sus matices, relacionando todas las constantes y todas las variables que van apareciendo, tanto a través de la información hablada sino también a través de la observación.

Perfiles y coherencias

Además de la ciencia, la experiencia nos muestra como la mayoría de personas con un perfil visual similar suelen comportarse de manera también similar. Manifestada en la misma anamnesis, la coherencia o incoherencia entre el perfil visual inicial y la propia “recolección” de información sobre el comportamiento del individuo nos alertan sobre la orientación general del examen.

Buscar la coherencia interna entre lo que observamos y escuchamos es la piedra angular de la anamnesis. El cliente/paciente no se inventa nada ni actúa de manera artificial (al menos en general), todo lo que explica, cuando lo explica y como lo explica forma parte de las líneas maestras del “enunciado”. Como sucede con el problema de óptica física, si entendemos lo que realmente le pasa a la persona, si no nos sobra nada de lo que nos explica, cuadra con lo que observamos y lo que falta lo preguntamos, sólo nos quedará trazar la coherencia de los signos y manifestaciones. A partir de la información y de la coherencia con el perfil que se va definiendo tenemos la clave de la solución del problema.

Conocer un perfil tipo y sus manifestaciones coherentes nos facilita una valiosa orientación para obtener y filtrar mejor la información obtenida en la anamnesis. Sin embargo, ciertos perfiles de alteración visual son más difusos, manifestando signos poco evidentes, o comportamientos que solo una observación atenta puede detectar como indicativos de presencia de trastornos.

Aspectos más sutiles como, por ejemplo, un niño incapaz de estar un mínimo tiempo sentado en su mesa haciendo los deberes, levantándose continuamente con cualquier excusa, una persona con una postura excesivamente rígida cuando presta

atención visual o un niño que, cuando nos mira, da la sensación de estar en otro mundo.

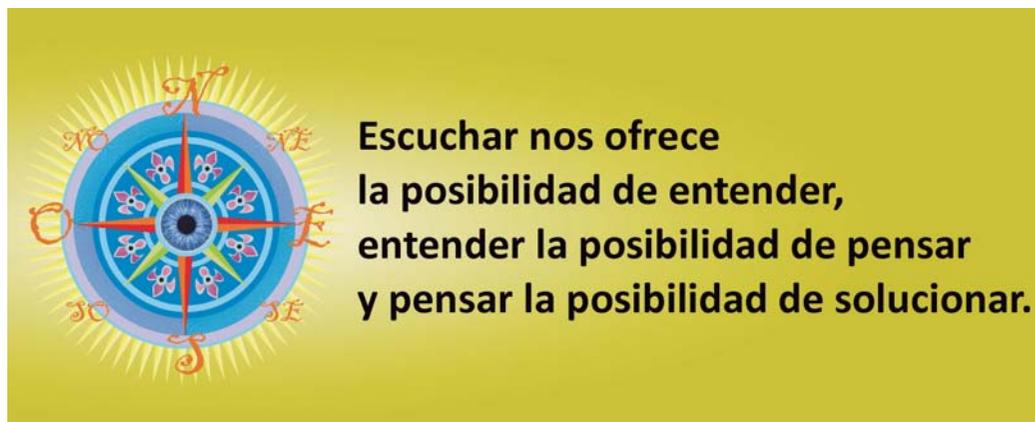
Estos signos o manifestaciones más discretas, pueden enmascarse tras los más evidentes como las manifestaciones de visión borrosa, diplopia, dolor de cabeza o con los comportamientos fácilmente asociables a trastornos visuales, como acercarse mucho al leer o escribir, entrecerrar los ojos al forzar la vista o inclinar la cabeza.

Un ejemplo

El motivo principal por el que un adolescente acude a nuestra consulta es la visión borrosa de lejos. Después de recoger la información previa habitual (edad, estado de salud, aficiones, rendimiento escolar, antecedentes...), entramos en el motivo principal de queja, observamos al chico que es especialmente movido, nos ha explicado que no le gusta leer y que en el colegio tiene problemas para aprobar las asignaturas. También nos explica que hace poco que ha perdido visión de lejos y que hay días que ve peor que otros, los padres añaden que se acerca mucho al leer...

El chico contesta afirmativamente a la pregunta de que si, cuando está mirando de cerca y levanta la vista para mirar de lejos, tarda en enfocar. Al preguntarle si cuando lee tiene molestias dice que le pican los ojos y nota molestias supra-orbitales, no ve doble (se lo preguntamos), pero sí a veces se le emborronan las letras. El motivo principal de queja ya no nos cuadra con el problema real.

CONOCER UN PERFIL TIPO Y SUS MANIFESTACIONES COHERENTES NOS FACILITA UNA VALIOSA ORIENTACIÓN PARA OBTENER Y FILTRAR MEJOR LA INFORMACIÓN OBTENIDA EN LA ANAMNESIS



Observemos que, frente a esta anamnesis, lo que podría interpretarse como una miopía por lo que respecta al motivo principal de queja, ya no es coherente con este perfil. Por otra parte, el hecho de que la pérdida visual “de lejos” sea reciente, nos descarta la presencia de un astigmatismo significativo. El retraso en los cambios de enfoque, la falta de hábitos lectores, las molestias oculares y la visión borrosa eventual de cerca, apuntan a un problema acomodativo, capaz de crear pseudo-miopías vinculadas a la falta de flexibilidad del sistema al hacer cambios de distancia de visión.

En muchos casos, el perfil del paciente infantil con disfunciones acomodativas no suele quejarse especialmente de problemas de cerca (salvo que se lo preguntemos), simplemente acaba por leer menos, en cambio refiere visión borrosa de lejos simplemente porque para él es más evidente. Su comportamiento postural suele ser radicalmente distinto al del adulto

préscita: en lugar de alargar la distancia de lectura la reducen de forma significativa. Este REVIP corto, en apariencia contradictorio porque una distancia de lectura corta demanda una mayor acomodación, se debe a la preferencia del niño/a en identificar, con el mínimo esfuerzo, una letra grande y de bordes borrosos que una pequeña, de bordes más nítidos, pero exigente de un esfuerzo visual mayor. ■

UNA ANAMNESIS ES COMO EL ENUNCIADO DE UN PROBLEMA

TERMCAT CATALAN CENTER OF TERMINOLOGY

definition of optometry



Departament de Comunicació COOOC 2015 Compte Borrell 179 Barcelona 08015

Branch of study of vision that deals with the assessment, treatment and monitoring of changes in the visual system from optical, functional and ergonomic perspective.

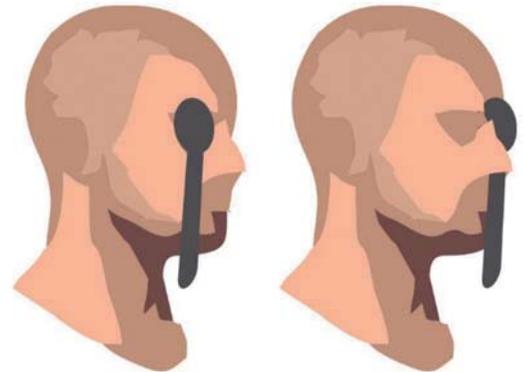
Rama del estudio de la visión que se basa en la valoración, el tratamiento y el seguimiento de las alteraciones del sistema visual desde las perspectivas óptica, funcional y ergonómica.

Branca de l'estudi de la visió que es basa en la valoració, el tractament i el seguiment de les alteracions del sistema visual des de les perspectives òptica, funcional i ergonòmica.

La visión olvidada

NO DISPONEMOS DE UN OJO, A CADA LADO DE LA NARIZ,
POR RAZONES DECORATIVAS.

Por: *Lluís Bielsa Elies*



¿Hacer saltar a la “pata coja”
sirve para valorar **como anda**
una persona?

¿Y hacer mirar al “ojo cojo”
sirve para valorar **como ve**
una persona?

La naturaleza nos dotó de dos ojos para poder percibir el mundo en tres dimensiones. Como ambos miran, de manera coordinada y simultánea el mismo objeto bajo ángulos dispares, el cerebro puede recrear la profundidad estereoscópica.

Gracias a este fenómeno, podemos emular la visión tridimensional a partir de imágenes planas de una misma escena, captadas bajo ángulos distintos. Si cada una de ellas llega a cada ojo por separado, por ejemplo a través de unas

gafas anaglifas (rojo/verde) o polarizadas (cines en 3D), el resultado de su fusión cerebral es la aparición de la tercera dimensión.

Ambos ojos miran para ponerse de acuerdo con el objeto de fusionar sus imágenes respectivas en una única potencialmente procesable por las áreas visuales del cerebro, una percepción cuya tridimensionalidad añadirá más y mejor información para desenvolvernos en el entorno. Pasamos del “mirar” con los ojos a “ver” con el cerebro.

Bípedos y binoculares

Si somos bípedos es porque, además de disponer de dos pies, tenemos que coordinarlos de manera eficaz para mantenernos erguidos o agachados, saltar, andar o correr. Si cada pierna fuera por su lado, sin ponerse de acuerdo con su compañera, no seríamos bípedos, sino “*monópedos*”, saltando a la pata coja de forma caótica o cayendo estrepitosamente por el suelo con las piernas retorcidas.

Igual que somos bípedos somos binoculares. Disponemos de dos ojos mucho más allá de lo bonito que queda uno a cada lado de la nariz. Su función es coordinarse y trabajar en perfecta armonía para podernos centrar en el espacio, calcular distancias y volúmenes, saltar de un punto a otro o seguir un objeto en movimiento de manera rápida, eficaz y segura.

Si una buena coordinación podal es la garantía de equilibrio, eficiencia y confort al desplazarnos, una buena coordinación ocular es la garantía de centrar, identificar y procesar con eficacia y comodidad aquello que miramos. La Visión va mucho más allá de una buena vista o agudeza visual; la visión es un conjunto de habilidades que nos permiten interactuar de manera efectiva con el entorno y entre estas habilidades, la visión binocular es fundamental.

Si para valorar que una persona anda bien vamos más allá de considerar cada pie por separado para también estudiar la coordinación entre ambos. ¿Por qué para valorar el Ver bien nos quedamos, en muchos casos, limitados al examen monocular?

Sutiles en su manifestación, contundentes en sus efectos

Las disfunciones binoculares no estrábicas suelen pasar desapercibidas por su sutileza. Son disfunciones que, a diferencia del estrabismo, no se hacen evidentes en su manifestación objetiva. A menudo, la propia persona ni siquiera es consciente de que las padece: roza continuamente con la maldita columna del aparcamiento, no se encuentra cómoda con sus gafas, no se acostumbra a las lentes progresivas, es incapaz de aguantar la lectura prolongada, puede incluso llegar a asumir la diplopía como una cosa “normal” por la fatiga o por la copita de orujo digestivo...entre otros fenómenos extraños. Y a pesar de todo ello, acaba integrando estas limitaciones visuales como parte de “su” normalidad.

AMBOS OJOS MIRAN PARA PONERSE DE ACUERDO CON EL OBJETO DE FUSIONAR SUS IMÁGENES RESPECTIVAS EN UNA ÚNICA POTENCIALMENTE PROCESABLE POR LAS ÁREAS VISUALES DEL CEREBRO

Como consecuencia, no sólo el rendimiento académico, laboral o de ocio se resiente, sino que la sensación de incomodidad más o menos permanente y las molestias, asociadas a una actividad visual exigente, provocan una sensación de malestar inevitable.

La visión binocular es la gran olvidada, su evaluación sistemática como parte de los protocolos de examen y universal, esto es a todas las personas, es la asignatura pendiente. Las disfunciones binoculares no estrábicas son también causa de intolerancia a los lentes progresivos y de molestias difusas en la adaptación a las gafas.

El chico que no veía borroso, pero veía mal

Mientras su madre escuchaba atenta y desconcertada, un chico de 17 años explicaba el motivo principal de su visita: ver mal, pero sin ver borroso. Acostumbrado a la reacción -por otra parte normal- de otros especialistas respecto a sus extrañas manifestaciones le sorprendió escuchar que le entendíamos.

Con una agudeza visual sobradamente superior a la norma, sin desviaciones oculares aparentes y en ausencia confirmada de enfermedades oculares, de vías ópticas y de áreas visuales, su motivo de queja era contradictorio. En realidad se trataba de una cuestión de matiz: una cosa es mirar y otra es ver. Como hemos explicado, podemos disponer de una buena vista, esto es, de una agudeza visual extraordinaria y a la vez padecer una alteración en la coordinación entre ambos ojos o un problema de motilidad ocular, por ejemplo.

Tras el examen optométrico comprobamos como nuestro joven amigo no decía ninguna perogrullada: la presencia de una disfunción binocular, debida a una marcada tendencia a convergir los ojos, le obligaba a un continuo esfuerzo de divergencia para conseguir la fusión de las imágenes monoculares y evitar la visión doble. Sólo al preguntarle fue consciente de que, en alguna ocasión al despertarse por la mañana, había visto dos despertadores durante un instante. Aunque las disfunciones binoculares no estrábicas suelen pasar desapercibidas porque pueden controlarse, en determinadas situaciones pueden “romper” en estrabismo.

Como sabemos, la diferencia entre foria y tropia (o estrabismo) reside en controlar o no controlar la coordinación entre ambos ojos. Una leve foria es asumible por el sistema y puede entenderse como normal. Si la foria es significativa, aumenta la posibilidad de descompensación, pasando a tropia latente porque, en situaciones de cansancio, estrés o enfermedad, evidenciará la falta de coordinación ocular.

Un estrabismo tan discreto como para pasar desapercibido en forma de disfunción binocular no estrábica pero, al mismo tiempo, capaz de provocar una continua y desagradable sensación de esfuerzo visual permanente, era la causa de su queja principal: “...yo no es que vea borroso...pero veo mal”. Unos prismas de ayuda, para reducir el recorrido de compensación del estrabismo, fue suficiente para resolver y tratar el problema. Con las nuevas gafas no sólo recuperó la comodidad visual, también descubrió que el mundo es más tridimensional de lo que se pensaba. ■





David Merino, profesor de la UOC

“MoCoTo permite ofrecer un estudio de salud visual del usuario más exhaustivo”

INVESTIGADORES DE LA UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA (UOC) HAN DESARROLLADO UNA APLICACIÓN PARA LOS PROFESIONALES DE LA VISIÓN QUE AYUDA A PERSONALIZAR LAS LENTES DE CONTACTO. PERMITE, ENTRE OTROS, UTILIZAR EL MÓVIL COMO UN TOPÓGRAFO CORNEAL PARA ANALIZAR Y EVALUAR LA FORMA DE LA CÓRNEA CON EL OBJETO DE ADAPTAR LAS LENTES DE CONTACTO DE MANERA MÁS PRECISA.

MoCoTo, el nombre de esta aplicación que ofrece diversos beneficios, surge de la experiencia que tienen sus creadores en desarrollar diferentes equipos usados en los gabinetes de optometría y oftalmología. Así lo explica **David Merino**, profesor de la UOC y creador, junto a su equipo, de MoCoTo: *“Yo soy físico, y he hecho el diseño y la implementación de estos equipos, que en su mayoría han sido cámaras de retina. Siempre me ha parecido que estos equipos necesitaban una tecnología que tradicionalmente era muy específica, y cara, pero que, con el desarrollo de los teléfonos móviles, actualmente es mucho más accesible. Por eso me pareció que adaptar un topógrafo corneal a un dispositivo portátil podría hacer que este tipo de equipos llegasen más fácilmente a las ópticas”.*

La solución a los problemas de las lentes de contacto

Si cada ojo es diferente, por lógica, las lentes de contacto deberían hacerse a medida. Sin embargo, en ocasiones no es así, lo cual provoca su abandono por parte de los usuarios. Según un estudio publicado en la revista Contact Lens Spectrum, una de cada cuatro lentes de contacto blandas estándar, basadas únicamente en el diámetro corneal, no ofrecen una adaptación óptima.

Y así lo confirma David Merino. *“Una cuarta parte de las personas que usan lentillas deja de utilizarlas porque tiene molestias debido a que no se ha hecho una adaptación adecuada”.* Según el experto, los topógrafos corneales son equipos menos disponibles en las ópticas porque tienen un precio elevado.

“Nuestra idea, con este proyecto, es reducir el precio de los topó-

grafos corneales, y hacer que sean más comunes en las ópticas para que puedan ofrecer un mejor servicio a los clientes". Pero también, según Merino, se podrá utilizar para hacer tests para la detección precoz de enfermedades de la córnea, como es el caso del queratocono. "De esta manera se podría detectar antes, y reducir el impacto en la visión del paciente".

Merino, que es investigador del grupo *Scene Understanding and Artificial Intelligence Lab* (SUNAI), adscrito al eHealth Center y a los Estudios de Informática, Multimedia y Telecomunicación de la UOC, ha quedado finalista con su proyecto en la novena edición del SpinUOC, la jornada de impulso del emprendimiento, la innovación y la transferencia de la universidad, coordinada por la plataforma Hubbik.

La lente de contacto está en contacto con la córnea, que es una superficie esférica, por lo que al diseñarla hay que tener en cuenta esa curvatura para que se adapte bien a ella. "Solo algunas ópticas cuentan con un equipo para personalizar las lentillas. La idea es que este topógrafo integrado en el móvil llegue a todas ellas con un precio más asequible, por debajo de mil euros", anticipa el investigador.

¿Cuál es su funcionamiento?

Consta de un accesorio, similar al objetivo de una cámara, que se adapta al móvil y sirve para iluminar el ojo. Mediante una aplicación, el móvil hace una foto del reflejo de la luz en la córnea y calcula su forma. "Así el óptico puede personalizar las lentillas del cliente y ofrecer un mejor producto", aclara David Merino.

MoCoTo significa Mobile Corneal Topographer, y es un accesorio para el móvil que lo transforma en un topógrafo corneal. "Funciona como si fuese el objetivo de una cámara que ilumina el ojo del usuario con un patrón especial de luz, diferente a los tradicionales anillos. Con el ojo iluminado, tomamos una foto de este patrón cuando se refleja en la córnea, utilizando la app en el móvil. Esta foto sirve para calcular la forma de la córnea, y con esta información, el óptico puede adaptar mejor la lentilla".

MoCoTo da un servicio mucho más completo a los usuarios de lentes de contacto, ya que permite hacer en la óptica un estudio de salud visual del usuario más exhaustivo, sin la necesidad de hacer una inversión grande por parte del óptico.

"Así los pacientes tienen un servicio mejor, y en algunos casos se evitan tener molestias en el uso de lentillas".

Detección de enfermedades de la córnea

El topógrafo corneal puede detectar enfermedades de la córnea e incluso hacer el seguimiento de lesiones en este tejido, pues tiene el potencial de poder utilizarse de una manera rutinaria en la óptica. "Se utiliza principalmente para diagnosticar el queratocono, una enfermedad con bastante prevalencia que afecta a la estructura interna de la córnea y provoca su defor-

mación, lo que tiene consecuencias para la visión. En la última década ha aparecido un tratamiento que permite parar el avance de esta enfermedad", explica David Merino y añade: "Como el test no se hace de una manera específica para detectar la enfermedad, sino que se hace con personas que están sanas, puede servir para detectar indicios de la enfermedad, pudiéndose tratar de manera precoz evitando así problemas relacionados".

Aunque el producto va dirigido a profesionales de las ópticas, según cuenta el investigador, también han pensado explorar en el futuro otras vías de utilización, como la posibilidad de que los pacientes puedan emplearlo para hacer el seguimiento de enfermedades que les hayan diagnosticado previamente. Además, al ser un equipo portátil, MoCoTo puede llevarse a zonas remotas y llegar a personas con problemas de movilidad.

MoCoTo se ha desarrollado principalmente gracias a la ayuda de un proyecto competitivo de la Generalitat de Catalunya.

"Hasta ese momento, teníamos una idea que se basaba en los resultados previos obtenidos en trabajos anteriores, sobre todo en óptica adaptativa. Pensábamos que algunos conceptos con los que trabajábamos podían funcionar en la topografía corneal".

Así, y según Merino, la ayuda de la Generalitat les ha permitido contratar a una persona que se implicó muchísimo, e hizo un gran trabajo en temas tan diferentes como el desarrollo de la aplicación o el diseño y testeo del prototipo, que nos han llevado a donde estamos en este momento.

En el desarrollo de MoCoTo también han colaborado Marta Massip, investigadora de los Estudios de Ciencias de la Salud de la UOC, y Miguel Merino, mentor del proyecto y miembro del equipo de Cottet.

Merino se muestra contento con la repercusión que está teniendo este trabajo en los medios. Como retos actuales y futuros, les gustaría validar los resultados que han obtenido con el prototipo de MoCoTo, "comparándolos con los que se pueden obtener en equipos similares en pacientes reales". ■

“CON NUESTRO PROYECTO,
EL ÓPTICO PUEDE
PERSONALIZAR LAS
LENTILLAS DEL CLIENTE
Y OFRECER UN MEJOR
PRODUCTO”

MOCOTO PUEDE LLEVARSE A ZONAS
REMOTAS Y LLEGAR A PERSONAS CON
PROBLEMAS DE MOVILIDAD



Descubre una web llena de consejos para llevar una vida saludable

esVivir

esLujo

esSalud

esMujer

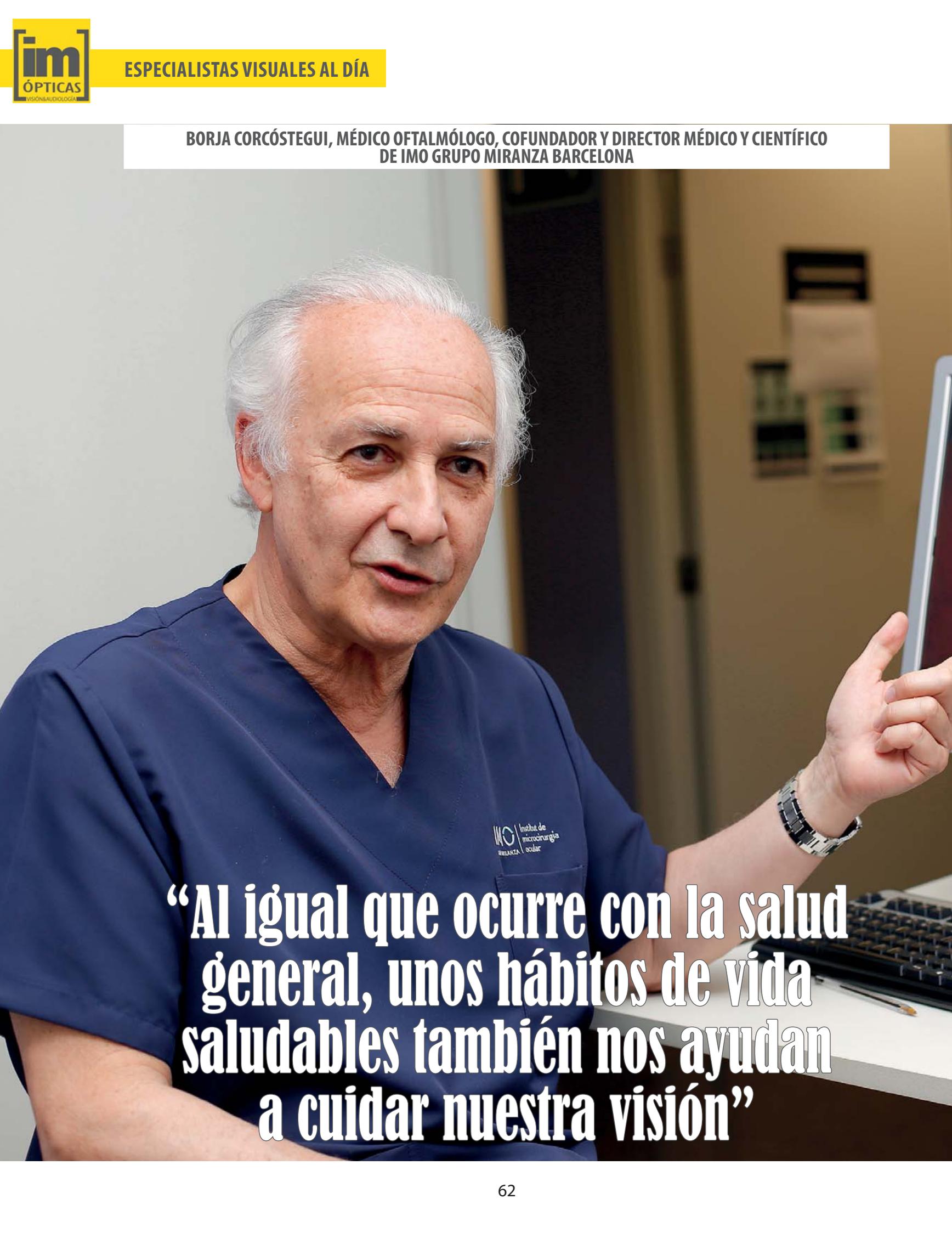
esTendencia

esVida

esvivir.com



**BORJA CORCÓSTEGUI, MÉDICO OFTALMÓLOGO, COFUNDADOR Y DIRECTOR MÉDICO Y CIENTÍFICO
DE IMO GRUPO MIRANZA BARCELONA**

A photograph of Dr. Borja Corcóstegui, an elderly man with white hair, wearing blue scrubs. He is sitting at a desk with a computer monitor and keyboard. He is gesturing with his right hand while speaking. The background shows a clinical office environment.

“Al igual que ocurre con la salud general, unos hábitos de vida saludables también nos ayudan a cuidar nuestra visión”



GRUPO MIRANZA CUENTA CON CERCA DE 150 OFTALMÓLOGOS, Y 50 DE ELLOS TRABAJAN EN LOS CENTROS IMO, CUBRIENDO EL DIAGNÓSTICO Y EL TRATAMIENTO INTEGRAL DE CUALQUIER CONDICIÓN O ENFERMEDAD OCULAR.

Uno de los factores clave relacionado con las enfermedades oculares es que, en general, tomamos más conciencia de nuestra salud general; en consecuencia, *“son cada vez más las patologías de la visión que detectamos precozmente, ya sea porque la persona acude a la consulta del oftalmólogo para hacerse un examen ocular rutinario o porque nota ciertos síntomas en fases muy incipientes”*, según expone el doctor **Borja Corcóstegui**, cofundador y director médico y científico del Instituto de Microcirugía Ocular (IMO) Grupo Miranza Barcelona.

Otros pacientes, en cambio, padecen patologías sistémicas crónicas, como la diabetes, e incorporan el examen oftalmológico como parte de la rutina de revisiones. *“Esto nos permite hacer seguimiento, informar al paciente sobre su enfermedad, así como sobre cualquier factor de riesgo y detectar cualquier cambio, también precozmente”*, comenta. Por otro lado, Corcóstegui señala que hay ciertas enfermedades ligadas al hecho de que vivimos más años, como la degeneración macular asociada a la edad (DMAE) y la catarata.

Sin embargo, son los defectos refractivos (miopía, astigmatismo o hipermetropía) las alteraciones oculares más comunes. Estima el especialista que una de cada cuatro personas padece miopía. Además, *“la cifra va en aumento, probablemente debido a nuevos hábitos de vida que nos obligan a trabajar más la visión cercana”*. Por su parte, la hipermetropía y el astigmatismo afectan, aproximadamente, al 10% y 30% de la población, respectivamente.

Las consecuencias del envejecimiento de la población

Agrega el doctor en este sentido que, conforme nos hacemos mayores, a partir de los 45 años, el 90% de las personas presenta presbicia (vista cansada). *“Esta alteración visual está ligada al síndrome de disfunción del cristalino, cuya causa principal es el paso del tiempo y que se caracteriza por ciertos cambios en esta estructura ocular, que provocan, entre otros, un mal enfoque o visión borrosa”*. Y en lo que se refiere a las patologías oculares, el glaucoma es una de las más frecuentes. *“Consiste en un grupo de enfermedades que producen un daño progresivo en el nervio óptico, pudiendo llegar a causar ceguera irreversible, si no se logra detener a tiempo su evolución. Actualmente, se estima que ochenta millones de personas lo padecen en el mundo, y más de un millón en España”*, señala.

Ahora bien, a juicio del facultativo, es importante tener en cuenta que, en general, al igual que ocurre con la salud general, *“unos hábitos de vida saludables también nos ayudan a cuidar nuestra visión”*; si bien, *“existen factores de riesgo de padecer enfermedades oculares y, como comentaba antes, la detección precoz es la clave en muchos los casos”*. *“Probablemente esto se debe al hecho de que algunas patologías, como el glaucoma, no dan síntomas en sus fases iniciales y lograr un diagnóstico a tiempo es esencial para frenar su evolución”*, añade. Igualmente, hay grupos de pacientes con factores de riesgo a los que se les suele recomendar seguimientos periódicos.

Tanto el diagnóstico como el tratamiento integral de cualquier condición o enfermedad ocular pueden realizarlos los pacientes en los centros IMO, donde trabajan oftalmólogos especializados en cada parte del ojo o especialidad ocular: retina y vítreo, segmento anterior del ojo y córnea, cirugía refractiva, neurooftalmología, glaucoma, oftalmología pediátrica y oculoplástica y estética oculofacial. Además, *“trabajamos en red”*, destaca el directivo. Esto significa que, *“si el paciente lo requiere, puede ser examinado por más de un especialista el mismo día, y así obtener el diagnóstico y los tratamientos más precisos y adecuados”*.

En concreto, los centros IMO forman parte de Grupo Miranza, y cuentan con 16 clínicas y centros de consulta asociados en distintos puntos de la península y las islas. Sin embargo, avanza Corcóstegui, *“la familia sigue creciendo, y ya tenemos previstas nuevas aperturas próximamente”*.

Esta visión amplia es uno de los motivos que los han llevado a no solo ofrecer soluciones a los problemas de visión, sino también a incluir en su catálogo otros servicios para sus pacientes, como consejo y diagnóstico genético de enfermedades oculares hereditarias; otro de baja visión, dirigido a personas con una agudeza visual de 0,3 o un campo de visión del 20% o inferior a esta cifra, a quienes ayudan *“a aprovechar al máximo su resto de visión mediante la adaptación de distintos tipos de ayudas, como filtros o dispositivos electrónicos sofisticados”*; y pruebas diagnósticas con *“equipos muy punteros”*.

En cuanto a las intervenciones quirúrgicas, el director médico de IMO Barcelona hace hincapié en que son centros de referencia por la alta complejidad de los casos que tratan. Por eso, cree que *“no es de extrañar que una de las técnicas quirúrgicas que más realizamos sea la vitrectomía”*. Este procedimiento *“da solución a muchas patologías de la retina, como su desprendimiento o ciertos problemas causados por la diabetes”*.

Por otro lado, *“las cirugías refractivas también están muy demandadas y, actualmente, permiten que prácticamente cualquier persona pueda optar a una solución quirúrgica a medida”*, continúa el experto. Asimismo, otras cirugías muy comunes son las de cataratas o del glaucoma, *“especialidad que cuenta,*

desde hace algún tiempo, con nuestras estrategias quirúrgicas, como los MIGS, unos dispositivos mínimamente invasivos que están revolucionando este campo”.

Furor por los tratamientos estéticos

En los últimos años, además, se ha producido un aumento en la demanda de los tratamientos de estética y rejuvenecimiento oculofacial. Uno de los motivos, a juicio del experto, *“es que muchos de ellos pueden realizarse en consulta, siendo mínimamente invasivos y permiten que la persona que se los realiza pueda retomar sus actividades diarias sin marcas visibles”*. Cuenta que los más demandados son las sustancias de relleno, como el ácido hialurónico, *“que puede emplearse en prácticamente cualquier zona del rostro, aportando volumen y rejuveneciéndolo”*. Especialmente el relleno de la ojera, *“probablemente, porque nuestros expertos en estética son oftalmólogos, conocedores de la complejidad de la zona”*.

Otros tratamientos de este estilo con mucho tirón, en palabras del oftalmólogo, son las inyecciones de toxina botulínica (muy conocida por su nombre comercial Bótox), *“que permiten matizar las arrugas, principalmente en la zona superior del rostro”*. También practican el *“revolucionario lifting no quirúrgico Ultherapy”* y láseres como el CO₂ o el IPL que permiten corregir imperfecciones de la piel.

Pero eso no es todo. También existen otros tratamientos de estética ocular muy reclamados, como la blefaroplastia, *“que corrige el exceso de piel y bolsas en los párpados y en la que*



“SON CADA VEZ MÁS LAS PATOLOGÍAS DE LA VISIÓN QUE DETECTAMOS PRECOZMENTE”

nuestro equipo de oculoplásticos es referente". Actualmente, de hecho, "esta es la cirugía estética facial más demandada en España" señala.

Comenzaron a ofrecerlos hace una década, aunque algunos de ellos ya se empleaban habitualmente mucho antes, en las consultas de oculoplástica, para tratar algunas patologías o condiciones oculares. Por ejemplo, explica, "la aplicación de toxina botulínica permite tratar algunos tipos de blefarospasmo (contracción palpebral involuntaria) o las caídas (ptosis) leves de la ceja".

A partir de ahí y debido a la creciente demanda, detalla, "comenzamos a incorporar nuevos tratamientos y también a contar con más expertos en este campo, que actualmente, trabajan en los centros IMO Grupo Miranza". En estos momentos, realizan más de una treintena de tratamientos estéticos oculofaciales mínimamente invasivos y sin marcas visibles.

El auge de este tipo de tratamientos es solo la punta del iceberg de cómo ha cambiado el panorama de la salud visual en España. Sin embargo, reflexionando sobre las asignaturas que quedan pendientes, el especialista opina que "están muy ligadas a la formación del oftalmólogo, que debe de tener una formación muy completa. No solo en lo que se refiere a la formación médica, sino también a otros aspectos, como la

ética profesional". Igualmente, ve importante que los centros oftalmológicos posean buenos equipamientos, con el fin de ofrecer la mejor atención a los pacientes. "Es, sin duda, un reto gigantesco a nivel económico y social, pero debemos seguir mejorando", concluye. ■

“SI EL PACIENTE LO REQUIERE, PUEDE SER EXAMINADO POR MÁS DE UN ESPECIALISTA EL MISMO DÍA, Y ASÍ OBTENER EL DIAGNÓSTICO Y LOS TRATAMIENTOS MÁS PRECISOS Y ADECUADOS”



Sin prevención, una de cada cuatro personas tendrá problemas de audición en 2050

EL OÍDO ES UNO DE NUESTROS SENTIDOS MÁS PRECIADOS. ES UNA DE LAS PRINCIPALES PUERTAS DE ENTRADA DE LA INFORMACIÓN QUE NOS RODEA Y, SIN EMBARGO, MUCHAS VECES NO LE PRESTAMOS LA ATENCIÓN QUE SE MERECE. ES TAN IMPORTANTE QUE ES EL PRIMER SENTIDO QUE SE DESARROLLA EN NUESTRO CUERPO. NUESTRO SISTEMA AUDITIVO SE ENCARGA DE CONVERTIR TODOS LOS SONIDOS QUE NOS RODEAN EN INFORMACIÓN. UNA INFORMACIÓN QUE NUESTRO CEREBRO PROCESA Y DECODIFICA PARA EMOCIONARNOS, ENFADARNOS, ESTIMULARNOS Y HACERNOS SENTIR TODO LO QUE OCURRE EN NUESTRA VIDA COTIDIANA.



Conocer su funcionamiento y saber diagnosticar, tratar y prevenir los trastornos relacionados con el oído es en lo que se centra la audiología. Encargada, en definitiva de nuestra salud auditiva.

Para conocer la importancia de nuestra salud auditiva, primero debemos ver cómo funciona. Toda audición se inicia con una fuente de sonido que se propaga por ondas a través del aire que le sirve de medio de transporte. Sin ese aire no escucharíamos nada. Primero nos, llega al pabellón auricular, de allí pasa al oído medio y, por último llega al cerebro, que es el que decodifica e interpreta las ondas procedentes de la fuente de sonido. El cerebro, por tanto, es el responsable de la audición. Si el cerebro no recibe toda la información sonora a través de los oídos, tiene que trabajar más, y ese esfuerzo adicional, puede provocar consecuencias negativas para el individuo, como envejecimiento prematuro del cerebro o cambios en su forma de funcionar que le pueden provocar caídas, fatiga, estrés, aislamiento social o depresión. E incluso, un mayor riesgo de padecer demencia, hasta cinco veces más que las personas con una buena audición.

Acciones a llevar a cabo para un cuidado del oído y de la audición de calidad a nivel universal

- E** Enfermedades del oído: prevenirlas y tratarlas
- S** Soluciones de comunicación para cada condición
- C** Comunidad empoderada y participativa
- U** Uso racional de los dispositivos de audio y reducción del ruido
- CH** Chequeo auditivo a lo largo de la vida
- A** Acceso a las tecnologías
- R** Rehabilitación

Fuente: OMS

Más problemas auditivos en el futuro

Según un informe mundial sobre audición presentado en marzo de este mismo año por la Organización Mundial de la Salud (OMS), las previsiones indican que una de cada cuatro personas presentará problemas auditivos en 2050. Para revertir estos datos, lo mejor es la prevención y la detección del problema, como primer paso para tratar la pérdida auditiva y las enfermedades del oído relacionadas con ella.

En la mayoría de los casos, los problemas auditivos se deben a causas congénitas, factores hereditarios, complicaciones en el embarazo, por el uso inadecuado de ciertos medicamentos, por la contaminación acústica y como consecuencia de infecciones o enfermedades del oído, entre otros motivos.

Quien más y quien menos ha sufrido alguna afección en el oído, aunque muchas veces no le haya prestado mucha atención. Desde una otitis media, un tapón de cera o laberintitis, hasta afecciones más complicadas como colesteatoma, otosclerosis o Síndrome de Ménière. Una de las causas más comunes del inicio de pérdida de audición.

La mayoría de las enfermedades del oído se pueden curar con un tratamiento farmacológico o quirúrgico y, en muchos casos, se revierte la tendencia y se recupera audición. En el caso de pérdida irreversible, la rehabilitación permite que las personas afectadas puedan llevar una vida más o menos normal, sin consecuencias adversas. Tecnologías auditivas como los audífonos o los implantes cocleares, siempre acompañados de apoyo y rehabilitación, son eficaces, tanto para niños como para adultos.

A pesar de estas soluciones, el informe de la OMS señala que la prevención y la detección del problema a tiempo son los as-

pectos más fundamentales para una buena salud auditiva. En este sentido, apunta que en la niñez, casi el 60% de los casos de pérdidas de audición se deben a causas que pueden prevenirse con la vacunación, con la mejora de la atención materna y neonatal o el tratamiento temprano de la otitis, por ejemplo. Mientras que en los adultos, la limitación de los ruidos, una buena limpieza otológica, la escucha sin riesgos o la vigilancia de la posible ototoxicidad de los medicamentos, puede ayudar a mantener una buena audición y a reducir el riesgo de perderla.

Audición y Covid-19

Otra cosa son los problemas derivados del Covid-19, tanto a nivel de posible pérdida de audición debido a la enfermedad, como de problemas de comunicación asociados al uso de las mascarillas.

Por el momento no hay ningún estudio científico claro que determine una correlación entre pérdida de audición y Covid-19. Sí que se ha detectado a algún paciente que ha desarrollado una pérdida de audición súbita e irreversible, tras haber superado la enfermedad, pero nada concluyente. Ciertas afecciones virales pueden provocar una patología, denominada hipoacusia súbita, que se desencadena a partir de fenómenos inflamatorios, a nivel de la cóclea o del nervio auditivo, provocados por una infección viral. Y ese podría ser el caso del Covid-19. Al igual que otros casos, en los que al paciente el coronavirus le ha afectado al tronco cerebral, donde se encuentra parte del sistema auditivo, provocando una pérdida de audición. Sin embargo, la comunidad científica insiste en que no hay suficientes estudios verificados que afirmen todos estos supuestos y que se debe investigar más.

Lo que sí está claro es que la mascarilla ha supuesto un impedimento para aquellas personas con una audición baja o nula. Ciertos materiales suponen una barrera más para el sonido y dificultan la comprensión. Pero además, ha impedido la lectura de labios a los sordos.

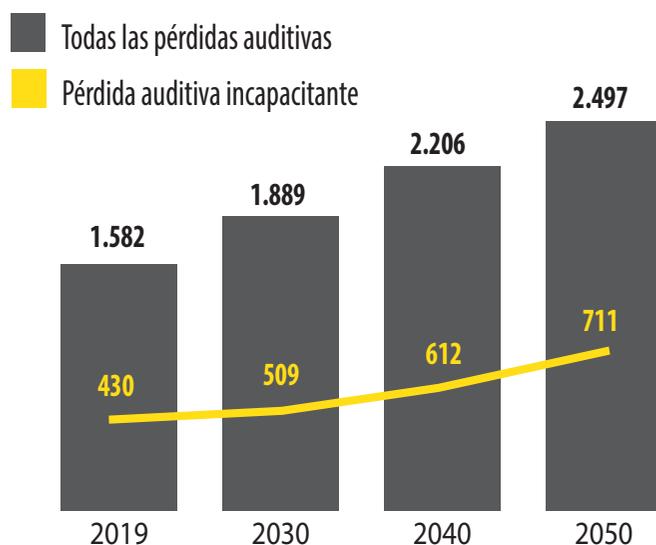
A ello hay que sumarse las afecciones provocadas por el confinamiento. Muchas personas mayores han visto mermada su capacidad auditiva al no poder hacerse revisiones o ajustar sus audífonos, lo que les ha provocado un mayor aislamiento social por falta de comunicación.

Y en el caso de los más jóvenes, la pandemia ha incrementado el uso de auriculares y otros dispositivos eléctricos debido al teletrabajo, a las clases online, a estar mayor tiempo ante los videojuegos o a las constantes conversaciones telemáticas con amigos y familiares. Su uso inadecuado y la exposición prolongada, con un volumen excesivo, puede provocar a largo plazo un daño irreparable en la audición, adelantando la edad a la que aparecen pérdidas de audición por deterioro progresivo y prematuro.

La Confederación Española de Familias de Personas Sordas (FI-APAS) recuerda que, según las OMS, el 50% de adolescentes y jóvenes de entre 12 y 35 años, están en riesgo de perder audición por sobreexposición al ruido en contextos recreativos. Por eso demandan que las administraciones reguladoras de estos productos y entornos de consumo de ocio, así como los entornos laborales, adopten las medidas preventivas al respecto.

Aumento proyectado de la prevalencia de la pérdida auditiva. 2019 - 2050

Número de personas en millones



Fuente: OMS

Cuidado de nuestra salud auditiva

Más allá de las peticiones a las administraciones, en nuestro día a día podemos aplicar algunas recomendaciones para cuidar nuestra salud auditiva. Gestos sencillos que ayudarán a prevenir de manera individual la pérdida auditiva.

Los expertos señalan que el ruido es uno de los factores más importantes para la pérdida auditiva, enfatizando en la conexión directa entre la contaminación acústica de las ciudades y la pérdida de audición en un 64% de los casos. En Europa, 12.000 personas fallecen cada año por problemas de salud derivados del ruido, y más de 100 millones están expuestas a niveles que perjudican seriamente su salud.

Por ello, debemos incentivar la protección auditiva en ambientes ruidosos, evitar la exposición al ruido y limitar el uso de auriculares, regular el volumen de los aparatos electrónicos, dejar descansar los oídos de vez en cuando escuchando el silencio, limpiarlos con agua y jabón en lugar de bastoncillos, utilizar tapones y secarlos bien al realizar deportes acuáticos, cuidarlos cuando tengamos catarros o gripes, y a la menor señal de pérdida auditiva, acudir a un especialista.

Más del 5% de la población mundial, 466 millones de personas, viven con discapacidad auditiva, Y solo en España, la pérdida auditiva o hipoacusia afecta a un 8% de la población, lo que supone un importante condicionante para su calidad de vida. Oír peor es vivir peor.

La buena noticia es que el 90% de los casos tienen solución, siempre que se reaccione a tiempo. Muchas pérdidas auditivas pueden ser rehabilitadas con el uso de audífonos o, en el caso de no ser suficiente, mediante implantes de oído medio o cocleares. Aunque, por el momento, ninguna terapia ha conseguido erradicar la sordera o impedir el deterioro auditivo.

Avances en audiología

A pesar de ello, hay avances. En los últimos años, el avance de la tecnología ha permitido resolver muchos problemas de audición para los que antes no había solución. No hace tanto ti-

empo, los aparatos para la personas con dificultades auditivas eran escasos, caros y en muchas ocasiones muy incómodos, por lo que muchos usuarios renunciaban a ellos. Sin embargo, la miniaturización de los productos y los avances técnicos han reducido su coste y han supuesto una mejor usabilidad.

Pero eso no es todo, investigaciones recientes se centran en el papel que juega el cerebro en nuestra audición o la llamada BrainHearing (escucha cerebral). La tecnología asociada a este término consiste en un audífono que aprovecha el poder del cerebro para logra una mejor comunicación. Se basa en un algoritmo de separación de voz que puede reconocer una sola voz y amplificarla. Un gran avance si tenemos en cuenta que los audífonos actuales amplifican el sonido y son capaces incluso de suprimir ruidos de fondo, pero no aumentan el volumen de una voz individual.

En los casos de daños demasiado graves, ampliar el sonido con un audífono tradicional no sirve de nada. En estos casos, se opta por el implante coclear que envía la señal directamente al nervio auditivo, evitando las zonas dañadas del oído. Los implantes captan el sonido, lo procesan y por medio de la electrónica estimulan el nervio auditivo.

Curar la sordera todavía está lejos de conseguirse. Sin embargo, los estudios clínicos se están multiplicando internacionalmente y se espera un cambio de paradigma en los próximos años. Hay tres tipos de investigaciones terapéuticas sobre la sordera que figuran actualmente en el Registro Internacional de Ensayos Clínicos que se realizan en todo el mundo. Por un lado, una investigación centrada en la protección del oído interno frente al uso de fármacos o sustancias cuyos efectos secundarios perjudican el funcionamiento de la audición. Una segunda investigación centrada en reactivar la regeneración de las células ciliadas cocleares dañadas. Y una última vía de terapia génica consistente en reintroducir una parte del genoma en las células ciliadas para que puedan sintetizar la proteína que les falta para su correcto funcionamiento. ■



Menos facturación, más cuota de mercado

En 2020, el sector de la audiolología facturó 71,6 millones de euros, lo que supone algo más de 9 millones menos que en el 2019, es decir, un 11,55% menos. De hecho, la cifra del 2020 se situó incluso por debajo de la del 2018, cuando los ingresos derivados de la audiolología ascendieron hasta los 77 millones de euros. Se rompe así la tendencia alcista que imperaba en los últimos años con un crecimiento constante del 5%.

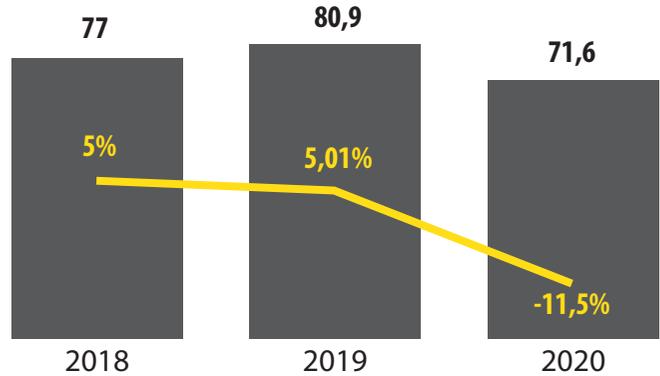
Sin embargo, la cuota de mercado de la audiolología respecto a la facturación total de las ópticas fue del 4,69%. Una cifra superior a la de los años anteriores: 4,34% (2019) y 4,23% (2018)

Pese al retroceso de la facturación total debido al Covid-19, lo cierto es que la audiolología cada vez tiene más que decir en la óptica. No solo vemos más establecimientos ópticos apostando por ello, sino también hay que tener en cuenta que ante una población envejecida la demanda de este servicio seguirá incrementando con los años.

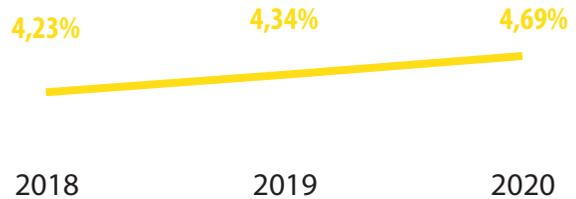
Facturación audiolología

Millones de euros

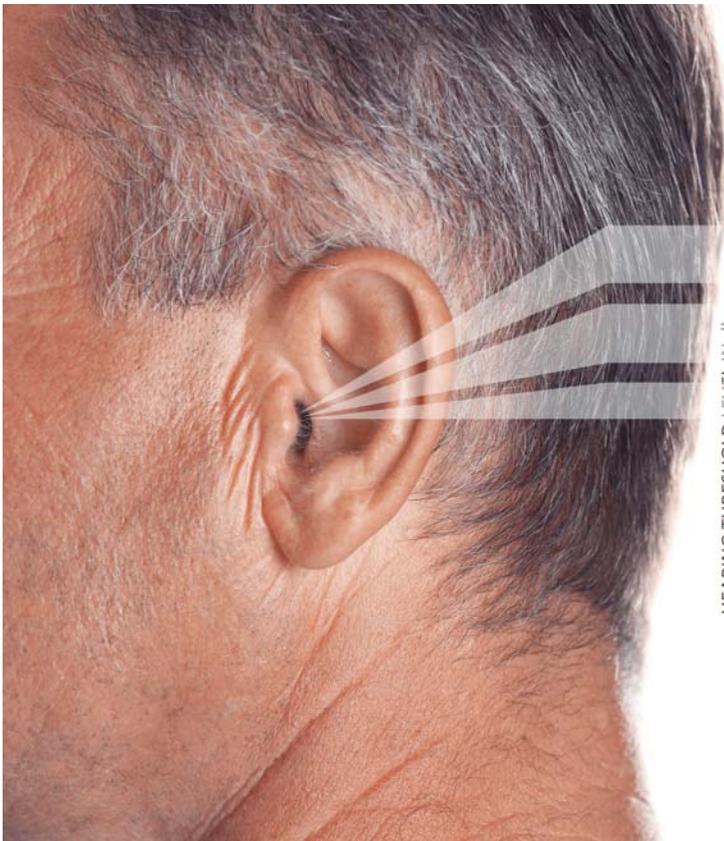
EVOLUCIÓN



Peso sobre la facturación del mercado

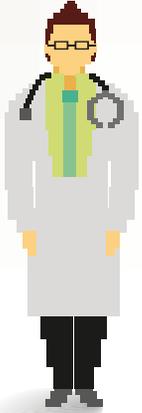
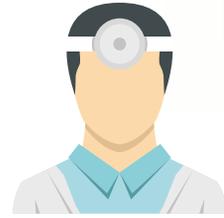
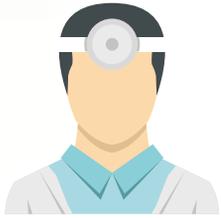
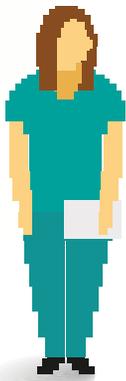
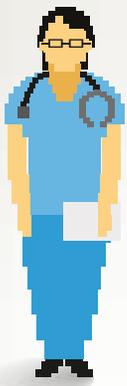


Fuente: Libro blanco de la visión. Fedao.

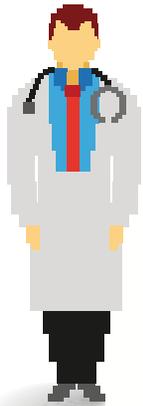
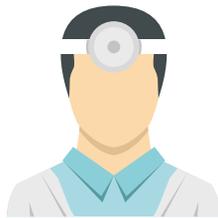


AUDIOGRAM

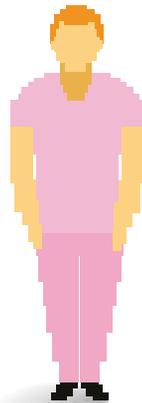
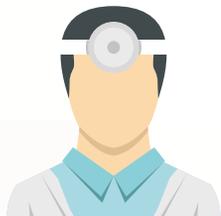
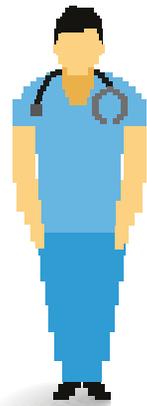


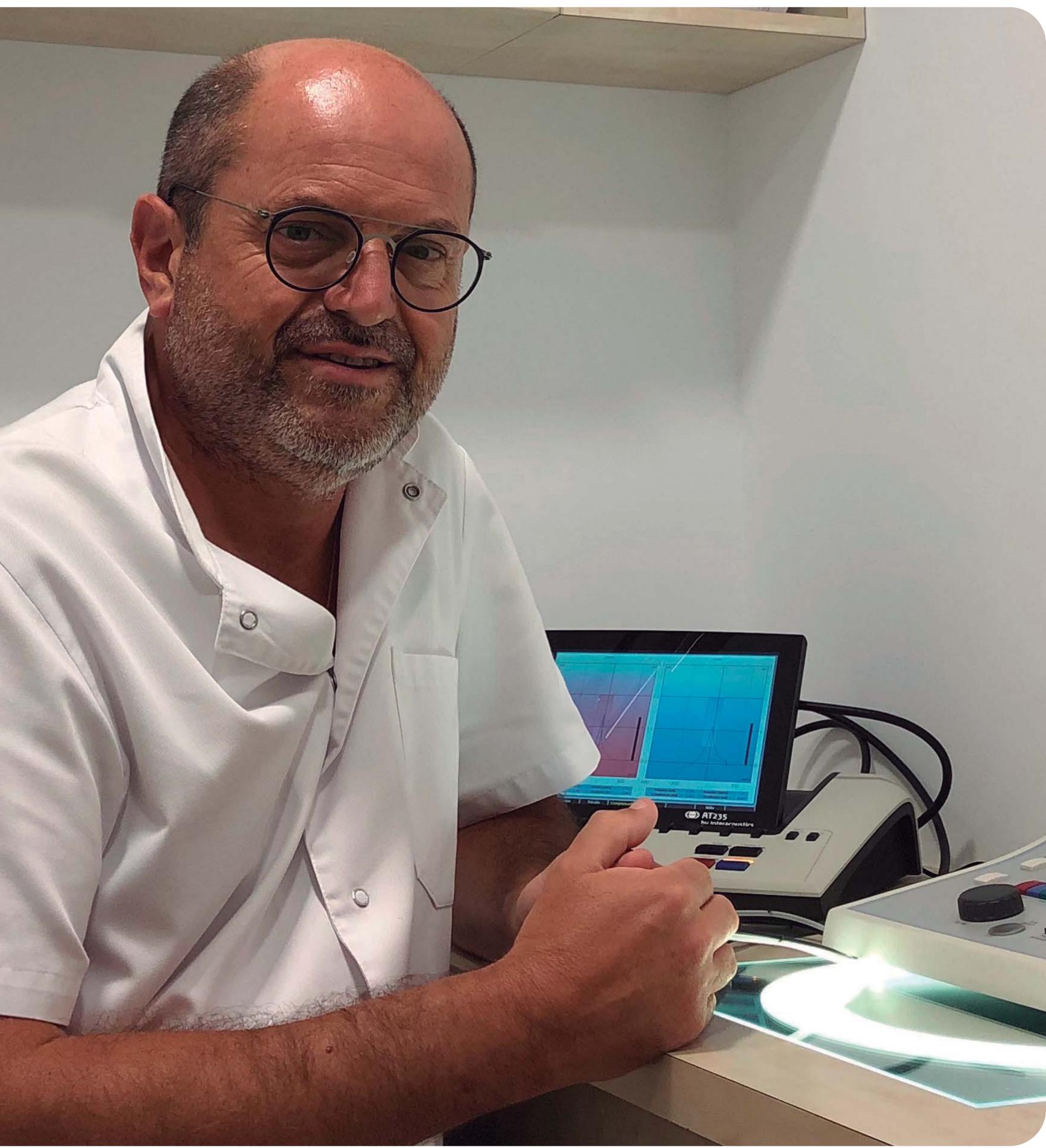


Muchas gracias a todos y cada uno de los profesionales sanitarios



Desde IM Ópticas queremos mostrar nuestro más sincero agradecimiento por el trabajo realizado durante la pandemia. Sin el esfuerzo, el empeño y la dedicación de todos y cada uno de los profesionales sanitarios que veláis por la salud de los ciudadanos, no sería posible ganarle la batalla al Covid-19.





Carles Bonafont, director técnico de Centre Òptic Bonafont

“Cada vez hay más jóvenes con audiometrías fuera de la normalidad”

DESDE QUE EN 1982 CARLES BONAFONT INICIARA SUS ESTUDIOS EN LA ESCOLA D'ÒPTICA I OPTOMETRIA DE TERRASSA NO HA DEJADO DE FORMARSE. LE GUSTA SU PROFESIÓN Y 35 AÑOS DE EXPERIENCIA LO AVALAN. UNA PROFESIÓN QUE DESEMPEÑA EN EL CENTRO ÓPTICO Y AUDITIVO BONAFONT, DONDE ES ESPECIALISTA EN EL CAMPO DE VISIÓN PEDIÁTRICA E INFANTIL, TÉCNICAS DE CONTROL Y REDUCCIÓN DE MIOPIA, REHABILITACIÓN VISUAL Y ATENCIÓN VISUAL DE PACIENTE PATOLÓGICO, PERO TAMBIÉN EN REHABILITACIÓN DE PACIENTES CON TINNITUS O HIPERACUSIA.

Su relación con la audiolología comenzó hace unos 30 años, “realizando el servicio de audioprótesis a nuestros clientes, además de los exámenes visuales”, comenta. Sin embargo, no fue hasta el año 2011 cuando esta actividad cogió más cuerpo en su establecimiento “al incorporarnos a la red de centros oficiales Widex”, apunta.

Desde entonces, en el centro Óptico y Auditivo Bonafont llevan a cabo “las habituales competencias en un centro de audioprótesis. Realizando las pruebas objetivas y subjetivas, interpretando los resultados de las mismas, asesorando al paciente en la selección de las soluciones auditivas personalizadas, según las necesidades y estilo de vida, asesorando y adaptando las prótesis auditivas y, a la par, realizando terapias innovadoras para mejorar la calidad de vida de las personas que padecen tinnitus o hiperacusia”, señala.

Tinnitus y hiperacusia

El tinnitus o acúfeno es la percepción de ruidos o sonidos sin que exista ninguna fuente o estímulo sonoro externo que lo genere. Mientras que la hiperacusia es la baja tolerancia a los sonidos del entorno que, aunque sea de intensidades normales, los pacientes los perciben como fuertes.

Unas patologías que son la especialidad de Carles Bonafont. “Más o menos, entre un 30% y 35% de la población adulta ha tenido tinnitus o acúfenos en algún momento de su vida de forma transitoria. Mientras que entre un 10% y 15% lo sufren continuamente, y para un 0,5% y 3% de la población, el acúfeno representa un verdadero problema, reduciendo su calidad de vida”, explica.

Igual ocurre con la hiperacusia. Bonafont indica que “hay pacientes que, aunque tienen molestias, no van a consultarlo porque creen que es un problema inherente a su personalidad”. Sin em-

“**NO ATENDER LAS DEFICIENCIAS AUDITIVAS PUEDE SER UN FACTOR DE RIESGO PARA EL DESARROLLO DE PROBLEMAS COGNITIVOS EN PERSONAS DE EDAD AVANZADA”**

Audición y Covid-19

Otra cosa son las consecuencias derivadas del coronavirus a nivel de pacientes con pérdidas de audición. Para Bonafont, el Covid-19 *“ha sido un cambio radical a la hora de desarrollar nuestra actividad clínica y comercial. Ha sido un verdadero reto”*. No obstante, *“los que realmente han sufrido las consecuencias son los clientes. Sobre todo, las personas mayores. Ellos han tenido que sumar, a su propia pérdida auditiva, la dura realidad del confinamiento, el aislamiento social, la imposibilidad a veces de poder venir a nuestro centro y, por si fuera poco, la gran barrera que supone para ellos el uso generalizado de mascarillas, ya que no pueden apoyarse en la lectura labial”*, añade.

Por suerte, la tecnología está cambiando todo a gran velocidad y, evidentemente, el mundo de la audioprótesis también se beneficia de ella. A este respecto, Bonafont informa de que *“hoy en día contamos con audífonos que permiten prácticamente un funcionamiento autónomo, reprogramándose ellos solos cada vez que el usuario cambia de entorno sonoro, facilitando la señal del habla, haciéndola emerger de un entorno ruidoso”*. Y habla de *“localización de los sonidos más precisa que deja actuar al audífono para focalizar las fuentes de mayor interés, o la utilización de la inteligencia artificial para poder ir adaptando las prótesis a cada usuario, personalizando al máximo la adaptación en tiempo real”*. Su principal escollo es la parte económica, ya que *“los precios pueden variar desde 800 euros hasta 4.500 euros”*, según Bonafont. Y añade: *“Obviamente sería fantástico que se pudieran recibir ayudas o subvenciones por parte del estado, cosa que en estos tiempos que corren es realmente muy complicado. De todas formas, es posible, por una parte, ajustarse al presupuesto de cada usuario, y por otra, recurrir a la financiación que permite el pago en cómodas cuotas”*.

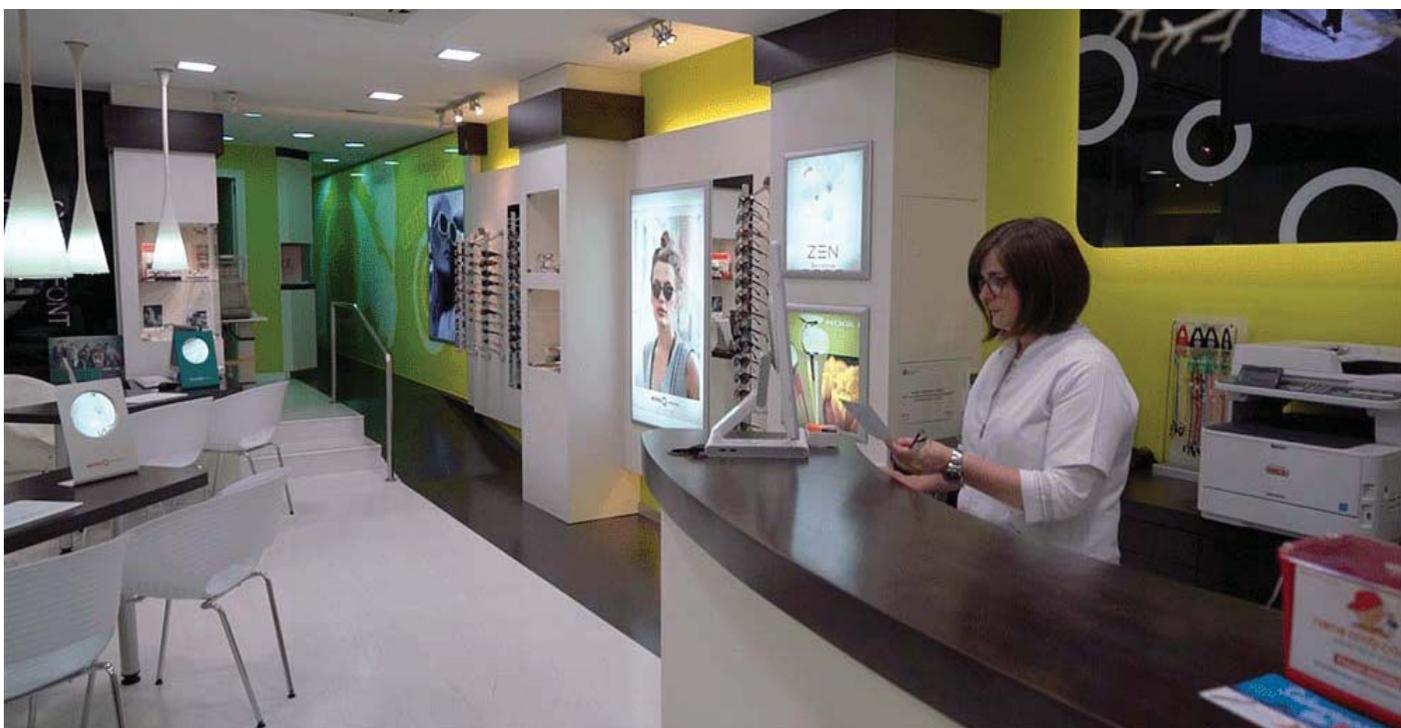
El paciente lo que quiere es que se le solucione el problema para poder volver a conectarse a su vida laboral, familiar y so-



cial. La solución a algunas patologías está en camino. En palabras de Carles Bonafont, *“se están investigando y desarrollando terapias génicas para el tratamiento de ciertas hipoacusias, lo que representaría un gran paso en la erradicación de ciertas condiciones”*. Asimismo, señala, *“un equipo de neuroingenieros de la Universidad de Columbia está investigando y trabajando en el desarrollo de tecnologías de audioprótesis que puedan interactuar con el cerebro y así permitir que podamos focalizar las fuentes sonoras de interés en un entorno acústico complejo”*.

Mientras todo esto no ocurra, prevenir y cuidar nuestra salud auditiva debería ser una prioridad para evitar males mayores que desemboquen en una pérdida auditiva o sordera. ■

“SERÍA FANTÁSTICO QUE SE PUDIERAN RECIBIR AYUDAS O SUBVENCIONES POR PARTE DEL ESTADO PARA SUFRAGAR EL IMPORTE DE LOS AUDÍFONOS”



Cione potencia la Audiología con OM

OM, EL PLAN DE AUDIOLOGÍA 2021-2024 DE CIONE, BUSCA QUE LA AUDIOLOGÍA COMPLEMENTE A LA ÓPTICA Y LOS ÓPTICOS PUEDAN DIVERSIFICAR SU NEGOCIO, A LA VELOCIDAD QUE ELIJAN, CON TRES POSICIONAMIENTOS, QUE PRESTAN ESPECIAL ATENCIÓN, EN TODOS LOS CASOS, AL ENTORNO DIGITAL.



EL SONIDO CONSCIENTE



El de la Audiología es un sector que se encuentra en expansión. No obstante, el 20% de la población mundial tiene pérdida auditiva. En el caso de nuestro país, el porcentaje se reduce hasta el 12%. Aun así, la perspectiva de futuro para esta categoría es más que importante. Conscientes de ello, a finales de agosto, Cione presentó su marca OM, asociada a un nuevo plan con el que buscan que la Audiología triunfe en la óptica, y los ópticos de Cione puedan diversificar su negocio, generando oportunidades de venta cruzada, al ritmo que ellos elijan.

Así, desde Cione buscan que la audición sea una realidad accesible para todos con una marca digital, cercana e incluso desenfada en el caso del público infantil, que conecta con nuevas audiencias y futuros pacientes no usuarios de audífonos. La nueva marca, OM, nace con la profesionalidad, la innovación, la salud, el bienestar y la personalización como valores referentes.

Para ello, tal y como señala **Alejandra Yáñez**, responsable de Audiología en Cione, se necesitan de grandes profesionales. "Y ese es el primer objetivo de OM: darle al socio de Cione todas las herramientas necesarias para ser aún mejor. Herramientas como formación, alianzas con fabricantes y nichos de mercado tales como sectores afectados por el ruido, estar al día de lo que ocurre en el sector en tiempo real, crear comunidad entre las más de 300 ópticas con Audiología de Cione, darles procedimientos clínicos, técnicos, comerciales y de gestión para así dotar a la Audiología de entidad propia dentro del negocio, son solo algunas de ellas".

En detalle

Cione ofrece productos únicos, con materiales sostenibles y una puesta en escena diferenciadora y única, para el óptico y para su paciente. Bajo la marca OM, el grupo de ópticas ha diseñado un modelo de negocio apto para todas las necesidades y con tres posicionamientos. "Al mismo tiempo, es más barato y presta más servicios", afirma Yáñez.

De esta manera, en su primer escalado, es gratis. Con el Modelo Básico, todo aquel óptico de Cione que quiera trabajar la Audiología en OM cuenta con acceso a servicios como asesoramiento, plataforma clínica, formación u otros. En un nivel más, encontramos el Modelo especializado, que incluye servicios como el escaparate digital o la asesoría digital, que los socios de Cione ya pueden probar de manera gratuita. Finalmente, en 2022, llegará el Modelo Integral.

Para el modelo OM360, previsto en 2022, Cione pondrá a disposición de los ópticos el centro OM con una experiencia de



cliente única y un entorno digital al mismo nivel que la tecnología que incorporan los audífonos. Será un nuevo concepto de gabinete con una estrategia omnicanal que facilite la creación de la "audiología del futuro".

Además, Cione, como novedad, permite que los ópticos soliciten los servicios que deseen de manera independiente, sin obligación de decantarse por los modelos avanzados.

Para los ópticos que se planteen acceder a la Audiología de la mano de OM, Cione va a mejorar sus condiciones de financiación, llegando hasta el 100% del proyecto sin intereses, con plan de amortización fácil y escalonado, en función del crecimiento del negocio.

La marca OM llega arropada por un ambicioso plan digital. Ya es una realidad el nuevo portal para socios OM, con asesoramiento, bolsa de trabajo, formación, consultoría, networking y eventos. "Estamos creando una comunidad de audiólogos", señala Yáñez.

En el futuro, se lanzará un segundo portal, en esta ocasión en exclusiva para pacientes, enfocado al servicio, la tecnología y a facilitar el acceso a la audiología para un público masivo, con la finalidad última de dirigirlos a los centros OM.

El entorno digital estará muy presente en los servicios que apoyarán la rentabilidad del establecimiento, y en concreto de la actividad de Audiología, gracias a la creación de una plataforma digital y comunidad integrando todos los sistemas. Estará basada en activos digitales: webs y contenidos, y generará tráfico a través de múltiples canales y opciones. Uno de ellos será la página web www.omelsonidoconsciente.es. Pero habrá más, como las RRSS u otros con orientación al socio como myOM. "Hemos creado OM para despertar los sentidos de los ópticos y, a su vez, que ellos puedan despertar los de sus pacientes. Estamos deseando que se unan a la comunidad", termina Yáñez.

Para llevar a cabo todo ese proyecto, Cione amplía el equipo OM incorporando tres nuevos comerciales y dos personas para asesoramiento técnico en Atención al socio, mejora su catálogo de producto, con acuerdos con los principales fabricantes del sector: Beltone, ReSound, Interton, Bernafon, Phonak, Oticon, Starkey y Sonic, e incorpora stock en su almacén, para un envío inmediato con entrega gratuita, de un amplio catálogo de accesorios. ■

CIONE OFRECE PRODUCTOS ÚNICOS, CON MATERIALES SOSTENIBLES Y UNA PUESTA EN ESCENA DIFERENCIADORA Y ÚNICA, PARA EL ÓPTICO Y PARA SU PACIENTE

GAES
una marca **amplifon**



LUCÍA GRASA, DIRECTORA DE MARKETING DE GAES

“En los últimos años ha habido una revolución tecnológica en el mercado de los audífonos”

LA MULTINACIONAL, LÍDER EN EL SECTOR DE LA CORRECCIÓN AUDITIVA, HA LANZADO EN OCTUBRE SU PROPIA GAMA DE AUDÍFONOS, LOS AUDÍFONOS AMPLIFON, APARATOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA, ASÍ COMO UNA APLICACIÓN MÓVIL PARA MEJORAR LA CONECTIVIDAD CON LOS USUARIOS.

En España todavía existe un nivel de adquisición de soluciones auditivas bastante bajo. Esto se debe, según **Lucía Grasa**, *directora de Marketing de GAES*, sobre todo a que es el único mercado de Europa que no tiene unas ayudas gubernamentales fuertes. Por contra, *“la grandísima mayoría de las personas que necesitan audífonos deben pagarlos por sí mismos, de modo que todavía tenemos un nivel de penetración bajo, desafortunadamente”*. No obstante, hay otro motivo subyacente que hace que la gente rehuse todavía a ponerse audífonos: el estigma. *“Sigue existiendo la idea de que los audífonos son feos. Con lo cual, la gente siente vergüenza, retrasando el momento de la adquisición”*, apunta Grasa.

En los últimos años, sin embargo, la tecnología ha avanzado muchísimo, y hoy en día los audífonos son elementos tecnológicos *“de ultimísima generación”*, remarca la experta. *“Son mucho más pequeños de lo que eran en el pasado. Además, hay algunos que van dentro del oído y no se ven absolutamente nada; incluso aquellos que se ven, tienen un impacto visual muy muy bajo”*, explica. En suma, *“ha habido una revolución tecnológica”*.

Sí que es verdad, revela Grasa, *“que poco a poco va aumentando la adquisición de audífonos por parte de los usuarios, y cada vez vamos reduciendo más esa diferencia que tenemos respecto a otros países”*. Pero la realidad es que *“aún nos queda mucho por*



hacer, tanto en la percepción por parte del paciente de cómo son los audífonos, pues cuando entra en nuestros centros y los conocen, descubren que son muy diferentes a lo que pensaban, como en la concienciación sobre la importancia de la audición”.

Un problema recurrente en la población mayor de 65 años

Expone la especialista que es normal que con la edad se vaya perdiendo audición; de hecho, incide, “la pérdida de audición degenerativa se llama presbiacusia, como la presbicia”. “La diferencia es que cuando una persona tiene la vista cansada se pone gafas, pero cuando empieza a detectar esa pérdida de audición normal por la edad, se niega a ponerse un audífono, minimizando el problema”, añade, sin tener en cuenta que sobre todo a edades avanzadas, “la buena salud auditiva es clave para poder mantener una buena agilidad mental”.

Respecto a esos cambios tecnológicos, destaca que el principal es el tamaño de los audífonos. “Cada vez son más pequeños, no tienen nada que ver con los aparatos que recordamos de nuestros padres o abuelos. Nosotros, por ejemplo, el 30% de los que vendemos son de los que se colocan dentro del canal auditivo y no se ven”, subraya Grasa. Asimismo, “aproximadamente el 60% de los audífonos que ponemos van detrás del oído, pero son tan

pequeños que no se perciben absolutamente nada”. “Ya no existen los audífonos grandes, y los que lo son medianamente, solo se utilizan para pérdidas auditivas muy muy elevadas”, apostilla.

El segundo gran cambio es la conectividad, el hecho de que se puedan conectar a todos los dispositivos tecnológicos: “puedes oír la llamada telefónica directamente en tu oído, manteniendo perfectamente una conversación; también se conecta a la televisión para poder eliminar el sonido ambiente”.

Y a su juicio, hay un tercero, la recargabilidad. “Hasta hace cinco años los audífonos todavía venían con pilas. Esto para el usuario significaba tener que cambiarlas cada semana, algo muy incómodo”. Es por eso que la entrada de los productos recargables ha cambiado esa realidad “de forma brutal”. Apunta que las pilas cada vez son menos importantes en el sector, casi todos los audífonos que se venden ahora son recargables. Por lo tanto, “el nivel de comodidad es muchísimo más alto”.

El gran inconveniente es que esta tecnología es algo más cara y ha habido una evolución de precio, pero la especialista hace hincapié que “cuando hablamos de precios en nuestro mercado no tenemos en cuenta solo el producto”. Dicho de otro modo, “la parte del servicio en la audición es lo más importante, porque un buen profesional puede hacer que el audífono funcione o bien o no”. Es más, “cuando una persona compra un audífono inicia un

AMPLIFON EN EL MUNDO

11% de cuota de mercado global

26 países

17.500 empleados

11.400 puntos de venta

1.6 billones de € de ingresos en 2020

9.100 de los cuales son profesionales del cuidado auditivo

“YA NO EXISTEN LOS AUDÍFONOS GRANDES, Y LOS QUE LO SON MEDIANAMENTE, SOLO SE UTILIZAN PARA PÉRDIDAS AUDITIVAS MUY MUY ELEVADAS”

proceso de adaptación: el audífono se tiene que ir calibrando mediante diferentes visitas hasta encontrar el ajuste perfecto para esa persona, y eso es un proceso muy personalizado. De igual modo, otro efecto colateral es que normalmente *“la vida útil de un audífono puede durar hasta 10 años, pero al ser un mercado en constante evolución, la tecnología se queda obsoleta mucho antes.”* *“Nosotros recomendamos a nuestros clientes que para tener una audición perfecta o lo mejor que le puede ofrecer el mercado, al cabo de unos tres o cuatro años deben plantearse la adquisición de un nuevo audífono, porque el cambio de calidad sonora que van a observar va a ser tan importante que merece la pena renovarlo”,* explica.

En cambio, el perfil de los usuarios no supone un problema, pese a que por lo general la pérdida auditiva aparece a partir de los 65 años aproximadamente, y, por tanto, la edad media de los usuarios de audífonos es bastante elevada, se mueve en torno a los 72-73 años. Sí que es verdad, comenta la directora de marketing de GAES, *“que si hace 20 años hubiéramos pensado en que una persona de esa edad manejara un móvil o una app nos hubiera parecido imposible. Sin embargo, ahora mismo, cada vez la están utilizando más dentro de este segmento de consumidores”.* De hecho, para la multinacional, es uno de los principales canales de comunicación, marketing e información con los clientes es internet.

GAES lanza OYEAH-LISTEN RESPONSIBLY

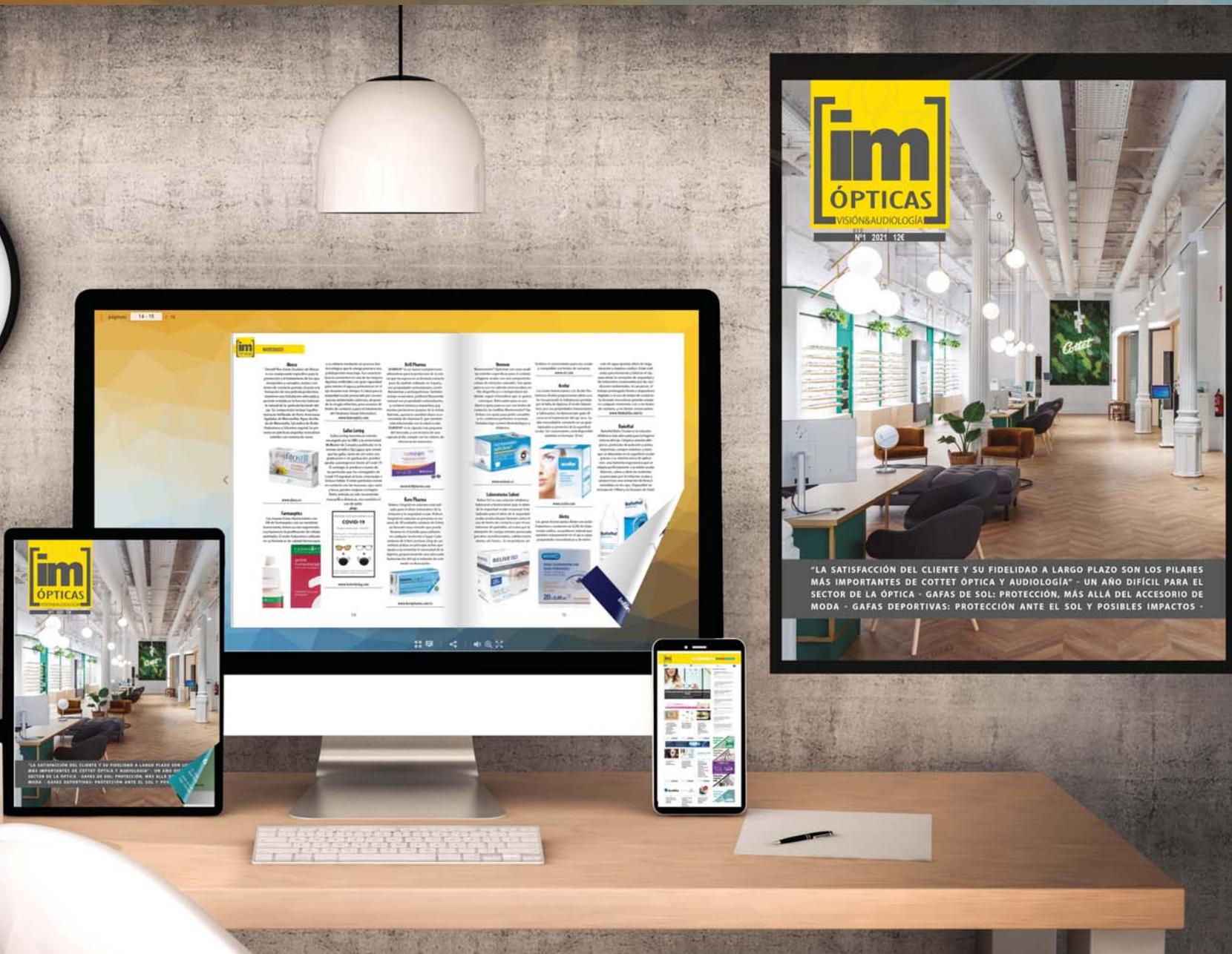
GAES ha presentado el I Estudio de Audición en Jóvenes Españoles y la iniciativa OYEAH-LISTEN RESPONSIBLY que tiene como objetivo llegar a 600 centros de educación secundaria de nuestro país. Los problemas auditivos afectan a la población joven española. Los datos del estudio muestran que un 30% de los jóvenes ha sufrido alguna vez pérdida de audición, un 25% ha tenido pitidos y un 19% reconoce haber tenido diferentes molestias. Solo uno de cada tres reconoce haber ido al médico.

Además de la falta de conocimiento, el estudio demuestra que un 45% de los jóvenes utiliza cascos entre 1 y 5 horas al día y en la mayoría de las ocasiones no limita el volumen en las escuchas. Lo que sí preocupa es la tendencia a futuro porque 7 de cada 10 jóvenes piensan que puede que sus hábitos actuales perjudiquen a su salud auditiva en el futuro.

Por ello, desde GAES se ha puesto en marcha el programa Oyeah, avalado por la SEORL, un proyecto educativo para reivindicar una escucha responsable a través de un recorrido pedagógico, ameno y multidisciplinar que los profesores podrán adaptar al contenido curricular. La previsión es que llegue a más de 600 centros educativos y está pensado para que los alumnos y alumnas de secundaria de todo el país se conviertan en los pioneros de una nueva cultura del sonido. Además de los materiales para trabajar en el aula, los estudiantes podrán participar en una actividad de investigación ciudadana con la app de GAES Listen Responsibly. Se trata de una aplicación para que los usuarios pueden realizar mediciones de los niveles de ruido en sus entornos y crear un mapa interactivo de la ecología acústica de España.



Entrevistas, reportajes, monográficos, novedades y mucho más.
Esto es lo que te espera en la revista y en la web de IM Ópticas.
Para estar al día de todas las noticias del sector.



No dejes de suscribirte gratis en
www.imopticas.es



Tu audición es nu

“Nuestro objetivo es consolidar Audika a nivel nacional y abrir centros donde aún no estamos”

EN EL ÚLTIMO AÑO Y MEDIO, AUDIKA ESPAÑA HA PASADO DE 65 A MÁS DE 130 PUNTOS DE VENTAS A NIVEL NACIONAL. LA PLANTILLA EN 2021 HA CRECIDO EN TORNO A UN 94% Y A FINALES DE AGOSTO YA EMPLEABA A UN TOTAL DE 285 TRABAJADORES EN TODOS SUS CENTROS AUDITIVOS.

David Ruiz González, Director de Audika España

Audika

nuestra experiencia



David Ruiz González, director de Audika España, ve con optimismo el horizonte de un sector, el de la audiolología, que seguirá creciendo ante las perspectivas del envejecimiento de la población y el vaticinio de la OMS sobre el aumento de personas con problemas auditivos.

Las cifras de Audika España hablan por sí solas: en el último año y medio ha pasado de 65 a más de 130 puntos de ventas a nivel nacional. La plantilla en 2021 ha crecido en torno a un 94% y a finales de agosto ya empleaba a un total de 285 trabajadores en todos sus centros auditivos.

Estos últimos datos tienen una explicación clara gracias a las últimas incorporaciones estos meses de centros en Langreo, Zaragoza y Bilbao y las dos grandes adquisiciones de las cadenas Audifon y Cottet Imcot. "Seguimos avanzando en nuestro proyecto de expansión", avisa David Ruiz González, sobre el ascenso de una cadena de expertos en audición que avanza de manera imparable.

"De aquí a final de año nuestro objetivo es consolidar nuestra marca a nivel nacional, conseguir una mayor notoriedad de marca y, para principios del año que viene, abriremos nuevos centros allí donde aún no estamos".

Y la compañía prevé hacerlo a través de dos canales: "Mediante nuevas aperturas en sitios estratégicos donde no estamos y a través de adquisiciones"; modelo que hasta ahora ha funcionado a las mil maravillas para Audika España. Así lo corroboran desde la propia empresa, certificando que en el ejercicio de 2020 registraron un crecimiento y que este año, apunta Ruiz, cerrarán con "mejores resultados".

Por tanto, los coletazos de la pandemia generada por la crisis sanitaria del Covid-19 parecen ya lejanos con un horizonte tan prometedor. "Hoy en día podemos decir que atrás quedaron

esos meses de incertidumbre y, gracias a una rápida actuación por parte de todo el equipo, hemos podido seguir creciendo y estamos preparados para seguir adaptándonos hasta conseguir la normalidad en nuestras vidas".

Si el sector salió "reforzado", en opinión del director de Audika España, no fue por otra razón sino porque es uno de los denominados "servicios esenciales". Ante todo, hay que tener en cuenta que el principal cliente de audífonos es un público "especialmente mayor". Por eso, y ante el miedo y la incertidumbre sumados a los confinamientos perimetrales.

"Los especialistas de Audika siguieron atendido telemáticamente, por teléfono, y asistiendo a las casas personalmente para ofrecer solución a los problemas de nuestros clientes. Nuestros resultados mejoraron con respecto al año anterior a pesar de las dificultades que vinieron dadas por la pandemia", reconoce Ruiz.

"El sector de la audiolología seguirá creciendo"

Si esas buenas perspectivas se intuyeron durante lo peor de la pandemia, lo que viene por delante para el sector de la audiolología en general, y para Audika España en particular, es un impulso definitivo que precederá a un crecimiento del sector.

"Por un lado, no podemos obviar que la pérdida auditiva es una de las consecuencias del envejecimiento y la tendencia de la población española es envejecer".

El otro tiene como portavoz a la Organización Mundial de la Salud (OMS): estima que para 2050 se duplicarán los casos de personas que presentarán problemas auditivos. "Si a estos datos le sumamos que cada vez más la sociedad está concienciada con cuidar su salud, podemos concluir que el sector de la audiolología continuará en alza", sentencia.

Con los datos sobre la mesa, el objetivo de la compañía se cen-

**Audika
en España
+de 130
centros
auditivos**

+270 profesionales



tra en aumentar su presencia en todo el país *“para ayudar a más personas a oír mejor y seguir concienciando a la sociedad”* sobre la importancia y necesidad de acudir a centros especializados a revisar su audición *“al menos una vez al año”*.

Hacia unos audífonos “inteligentes”

De tal forma que desde Audika ya se preparan para adaptar sus productos a una sociedad cada vez más interconectada y familiarizada con los dispositivos inteligentes. Y de cara a esos futuros mayores que van a necesitar hacer uso de estas herramientas para llevar una vida normal, la innovación en los productos de audiolgía *“está enfocada a mejorar la comprensión y el entendimiento”*.

DESDE AUDIKA YA SE PREPARAN PARA ADAPTAR SUS PRODUCTOS A UNA SOCIEDAD CADA VEZ MÁS INTERCONECTADA Y FAMILIARIZADA CON LOS DISPOSITIVOS INTELIGENTES

Ahí está uno de los productos recién estrenados en el catálogo de la firma de audiolgía: *“Estamos hablando de AudikaMás, el audífono más inteligente de Audika. Gracias a su red neuronal profunda es capaz de escanear 500 veces por segundo el entorno e identificar los sonidos que percibimos”*.

No solo serán más precisos en la detección de los sonidos que nos rodean, sino que además tendrán la característica diferencial con los aparatos tradicionales: la conectividad. *“La tecnología de los audífonos actuales nos permite conectarlos de forma remota con nuestros aparatos electrónicos diarios (smartphones, tablets, etc.) permitiendo así seguir más conectados que nunca con nuestros seres queridos”*, expresa Ruiz.

Todas estas mejoras tienen un profundo significado con la esencia fundamental del trabajo y los principios de Audika España. Y su director lo sintetiza en este mensaje: *“Cuando una persona sufre pérdida auditiva no solo tiene problemas para escuchar ciertos sonidos, sino que la falta de comprensión, la dificultad para continuar una conversación especialmente en ambientes ruidosos son los principales hándicaps a los que se enfrenta, además del aislamiento social que conlleva”*. ■



CAROLINA RODRÍGUEZ, RESPONSABLE DE MIYOSMART DE HOYA LENS IBERIA





MiYOSMART, la primera lente oftálmica del mercado para control de miopía

DE HOYA VISION CARE, MIYOSMART ES UN MÉTODO DE GESTIÓN DE MIOPIA EN NIÑOS INNOVADOR, SEGURO Y FÁCIL DE UTILIZAR. SU EFICACIA ESTÁ CIENTÍFICAMENTE PROBADA. ES LA PRIMERALENTE OFTÁLMICA QUE TIENE UNOS RESULTADOS CLÍNICOS DEL MISMO NIVEL DE EFICACIA QUE UNALENTE DE CONTACTO O QUE UNAS GOTAS DE ATROPINA.

Hoya Vision Care es reconocida por la calidad de sus tratamientos y por sus diseños de lentes progresivas. Prácticamente, en todos ellos hacen un tallado doble cara, para obtener unas lentes más finas y estéticas, con las graduaciones mucho más controladas. Su producto más premium es una lente progresiva que se llama Myself, mientras que su producto estrella en estos momentos es MiYOSMART.

Carolina Rodríguez, responsable de MiYOSMART de Hoya Lens Iberia, nos explica que *“es la primera lente oftálmica del mercado para control de miopía”*. *“Lo revolucionario de MiYOSMART es que es un método eficaz y no invasivo. Ésta es la gran transgresión con respecto a los métodos que había hasta ahora en el mercado. Todos ellos eran, en cierto modo, algo invasivos, lentes de contacto o fármacos para controlar el avance de la miopía. Métodos que funcionan estupendamente, muy efectivos y que avalamos como profesionales de la visión. Sin embargo, debemos tener en cuenta que la miopía cuando más avanza es en la infancia, entre los seis y diez años”*, aclara.

Recuerda que, por su estilo de vida, por los prejuicios que tengan o por cómo sea el niño, los padres muchas veces no se quieren enfrentar a un método que implique que su hijo de

cinco o seis años se ponga y quite una lente de contacto. Por ello, desde que se ha empezado a trabajar en el control de la miopía, se ha investigado como conseguirlo a través de lentes oftálmicas. *“Los resultados nunca habían sido tan buenos”*, señala. Asegura que MiYOSMART es la primera que tiene unos resultados clínicos del mismo nivel de eficacia que una lente de contacto o que unas gotas del fármaco atropina.

“Cuando un profesional le habla a un padre de gestión de la miopía, para intentar frenar su avance, por todas las consecuencias que puede tener a largo plazo, ya le puede ofrecer todas las opciones. Tenemos gafas, tenemos lentes de contacto, tenemos fármacos. Todos se pueden combinar y todos se pueden utilizar. Y ésta es la gran novedad”, manifiesta. De acuerdo con sus palabras, lo importante no es ser los primeros, sino tener algo que realmente funcione.

Considera que trabajar con niños siempre es más complicado. *“Ellos no se quejan, no tienen con qué comparar para poder decir que antes veía bien y ahora ven mal. ¿Cuántas veces hemos ido en el coche jugando a las matrículas o a los carteles y así hemos visto que no se ve bien? En la gran mayoría de los casos, nos damos cuenta de que los niños no están viendo bien cuando juegan o porque los padres o los profesores detectan que no leen o ven*

MiYOSMART Children ZENter

Los MiYOSMART Children ZENter son centros autorizados para poder comercializar MiYOSMART. Llevan el sello de garantía de Hoya y de MiYOSMART, indicando que conocen todo el proceso a la hora de manejar la miopía con este tipo productos. Son centros comprometidos con los seguimientos, porque el control de miopía es un tratamiento, no es una venta. Se acompaña al niño desde que empieza a tener problemas visuales, al menos hasta su edad adulta. La ventaja de ser un miembro de MiYOSMART Children ZENter es que Hoya está detrás de ellos constantemente. "Ellos tienen que pasar por un proceso formativo donde desde Hoya les damos todas las herramientas para que sepan las patologías asociadas a la miopía. Qué es lo que tienen que hacer, cuáles son los métodos que pueden utilizar para controlar la miopía, cómo combinar las lentes MiYOSMART con unas lentes de contacto para control de miopía, etcétera. Y les actualizamos de manera constante en avances científicos, material para comunicar, etcétera", comenta Carolina Rodríguez. Han creado, incluso, una comunidad de profesionales donde compartir conocimientos y buenas prácticas. Hay unos 2.000 establecimientos sanitarios de óptica adheridos a MiYOSMART Children ZENter de entre los 12.000 establecimientos de óptica que hay en España.

bien. La prevención es básica y el poder hacer revisiones visuales periódicas es la clave", remarca Rodríguez. Los padres o los adultos tienen que estar pendientes de los niños, se tienen que concienciar de que hay que hacer revisiones visuales con frecuencia.

Desde los seis meses, se pueden hacer esas revisiones visuales, ya sean oftalmólogos u optometristas e ir controlando su avance. La miopía supone que el ojo es más largo de lo normal. En este tipo de miopía, "que podemos controlar", el ojo crece más. Lo complicado es que sucede en la fase de crecimiento del niño. Por lo que "hay que saber detectar si el crecimiento es el esperado o mayor". Insiste en que las revisiones son la clave de la prevención, "para poder diagnosticar y saber si un niño es miope o no". Todos nacemos siendo hipermetropes y el ojo va evolucionando y debería evolucionar a un estado de emetropeía, que es en el que no tenemos nada de graduación. Rodríguez advierte de que, "con un ojo miope, cuántas más dioptrías tiene, más riesgo existe de padecer complicaciones a largo plazo".

Desenfoque periférico

MiYOSMART está indicado para la miopía axial, que es la provocada por un crecimiento del ojo mayor de lo normal. Esta

“CON UN OJO MIOPE, CUÁNTAS MÁS DIOPTRIAS TIENE, MÁS RIESGO EXISTE DE PADECER COMPLICACIONES A LARGO PLAZO”

Mejorar la visión y calidad de vida de las personas a través de productos revolucionarios

Hoya Corporation es una multinacional japonesa, con más de 80 años de historia. Una de sus cuatro divisiones es la de Vision Care. En el área de cuidado de la visión, focaliza su actividad en la fabricación de lentes de contacto y lentes oftálmicas. Hoy en día, en Europa, sólo comercializa lentes oftálmicas. En España, lleva unos 40 años operando. "Conocemos mucho el mercado y tenemos una buena reputación. La misión de nuestra compañía es contribuir a mejorar el mundo a través de la innovación y la tecnología en el campo de la visión", declara Carolina Rodríguez. Su meta es contribuir a mejorar la visión y calidad de vida de las personas a través de productos revolucionarios y de gran calidad.



lente incorpora la tecnología patentada Defocus Incorporated Multiple Segments (D.I.M.S.). Es una innovadora solución que basa su tratamiento en el impacto de cientos de pequeñas islas de desenfoque periférico que las lentes ofrecen, lo que permite tratar a la vez que mejorar la visión.

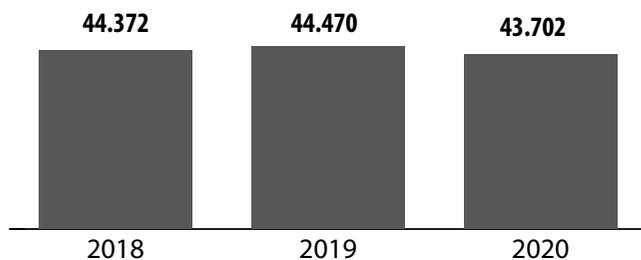
“Cuando miras el cristal, estéticamente es como la lente de cualquier gafa. Si la miras al microscopio o al trasluz, tiene una zona central, que es igual que la de cualquier lente y alrededor de esa zona central tiene un montón de islas de desenfoque. Son en concreto 396 islas, que lo que hacen es mandarle un mensaje al cerebro”, detalla. El ojo ve con la parte central y la parte lateral, que es la retina periférica. Ésta tiene mucho impacto en el aumento de la miopía, porque el cerebro recibe una señal que le dice que esa imagen está desenfocada y que la enfoque. Para enfocarla, el ojo se alarga.

“Lo que hacemos con estas islas de desenfoque, que están alrededor, es mandarle una señal diferente al cerebro, diciendo que no es necesario enfocar esa imagen. Nuestro cerebro recibe dos imágenes a la vez: la de la retina central, con la que ve, perfectamente bien, y la de la retina periférica, que lanza una señal para que no crezca. Es la teoría del desenfoque periférico”, apunta. Es la misma que se aplica con las lentes de contacto. Lo que hacen las lentes es intentar, a la que vez que proporcionan buena visión, frenar la progresión de la miopía. Rodríguez repite que *“es un método no invasivo, efectivo y seguro, y además estético”*. La duración del tratamiento depende de la edad a la que empiece a utilizarse. Lo normal es que la miopía avance hasta los 18 años. Entre 15 y 18, tiende a estabilizarse. Si la miopía empieza con 15 años, puede durar tres años. Si empieza con seis años, será el profesional el que determine el tiempo de tratamiento que necesita. *“Lo normal es que los usuarios se revisen constantemente y, después de dos años sin que les haya avanzado la miopía, los consideremos estables, y el profesional le retire el tratamiento, le prescriba unas lentes normales y haga un seguimiento de su miopía”,* informa Rodríguez. Actualmente, *“las publicaciones científicas que avalan los resultados de la lente son de tres años”*. Por eso, hablan de 36 meses.

Los lentes se lanzaron en 2019 en Asia, porque la prevalencia de la miopía allí es muchísimo más alta que en Europa. En niveles del 70% de niños miopes, cuando aquí tenemos el 30-40%.

Facturación HOYA Iberia Lens

Cifras en miles de euros



Las cifras corresponden al cierre de facturación en el mes de marzo de cada año
Fuente: Registro Mercantil

No para de crecer

Los datos que tenemos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) señalan que la miopía no para de crecer, por distintos factores, como el estilo de vida que llevamos o el cada vez menos tiempo que pasamos haciendo actividades al aire libre. *“Motivos por los que utilizamos mucho más nuestra visión en cerca y un ojo miope es como si estuviera especializado en cerca”,* expone Carolina Rodríguez. *“Tenemos que controlar que esto no pase. El riesgo es exponencial, cuántas más dioptrías tenemos, más riesgo hay de enfermedades”,* asevera. Subraya que tener el doble de dioptrías no implica tener el doble de riesgo, si no mucho más, en función de la patología de la que estemos hablando. Lo importante de estas patologías, *“aparte de que son irreversibles, es que pueden desembocar en ceguera en su caso extremo o en una incapacidad visual”*. Si bien, si empezamos de niños a controlar, limitamos ese riesgo.

En 2012, Hoya llegó a un acuerdo de colaboración con la Universidad Politécnica de Hong Kong y su Instituto de la Miopía y empezaron en 2012 a realizar estudios sobre cómo podrían implementar la teoría del desenfoque periférico en una lente oftálmica. Los estudios científicos se desarrollaron de 2014 a 2017 y se publicaron en 2019 y, a partir de ahí, se empezaron a comercializar en Asia. En 2020, en Francia, Canadá y Australia. En el mes de abril de 2021, se inició la comercialización en España.

Ya hay más de 500.000 niños en el mundo utilizando ese tipo de tecnología. En nuestro país, en sólo cuatro meses, había ya casi 1.000 niños usando las lentes. *“Somos muy estrictos con los seguimientos que hay que hacer. Tenemos que estar muy seguros de que todos los niños están bien controlados. Hay que hacer revisiones periódicas constantes. A los niños que llevan lentes MIYOSMART les hacemos volver al centro óptico a los 15 días para que el profesional vea cómo está la gafa, haga ajustes si son necesarios y les efectúe un pequeño cuestionario de satisfacción y de calidad visual. De momento, los resultados no pueden ser mejores”,* expresa Rodríguez. Su ambición es que cada vez haya menos niños miopes. Por ello, quieren empezar por concienciar a la población de la importancia de las revisiones visuales, los riesgos de la miopía y poder ralentizar su progresión en la infancia. ■

“LO REVOLUCIONARIO DE MIYOSMART ES QUE ES UN MÉTODO EFICAZ Y NO INVASIVO”

25 millones de inversión para el nuevo plan estratégico de Indo

INDO HA RENOVADO SUS INSTALACIONES EN EL PAPIOL, CONVIRTIÉNDOLAS EN UNA FÁBRICA TOTALMENTE AUTOMATIZADA. LA COMPAÑÍA QUIERE POSICIONARSE COMO UNO DE LOS LÍDERES DEL MERCADO, CON UNA PROPUESTA DE VALOR BASADA EN LA TECNOLOGÍA, LA INNOVACIÓN Y LA SOSTENIBILIDAD.



Indo Optical, con más de 80 años en el sector de la óptica, diseñando y fabricando lentes oftálmicas y comercializando bienes de equipo para ópticos y oftalmólogos, ha presentado la renovación de sus instalaciones en El Papiol. Una fábrica de unos 1.500 metros cuadrados en dos plantas, totalmente automatizada, que es solo el principio del nuevo plan estratégico de la compañía.

Indo pertenece a Ergon Capital, un fondo europeo de capital privado que centra sus inversiones en compañías líderes con un posicionamiento competitivo diferencial y sostenible, como es el caso de Indo. Con una inversión prevista de 25 millones en cuatro años, Indo quiere posicionarse como uno de los líderes del mercado, con una propuesta de valor basada en la tecnología, la innovación y la sostenibilidad.

Una propuesta de valor que persigue, en palabras de **Enric Florensa**, *Consejero Delegado de Indo*, "ofrecer productos y servicios fiables e innovadores, con una óptima relación calidad-precio. Trabajamos para entender mejor que nadie las necesidades de los clientes y ayudarles a desarrollar su negocio de forma rentable, a corto y largo plazo".

Visión de Indo

Su visión es tener una expansión geográfica estratégica dirigida hacia el Mediterráneo, una inversión continuada en innovación y en tecnología industrial, un equipo sólido para crear una marca potente con el valor añadido de los bienes de equipo, y una propuesta clara de cooperación con los clientes a través de estrategias de BBC (*Business to Business to Consumer*). En este sentido, la renovación de las instalaciones de Indo en El Papiol, convirtiéndolas en una fábrica totalmente automatizada, forman parte de esa visión de innovación en tecnología industrial. A la que le seguirán, en los próximos meses, la apertura de un nuevo centro logístico de biselado y montaje en San Sebastián de los Reyes (Madrid) y, de cara al año que viene, la implementación de automatización también en la planta que Indo tiene en Tánger (Marruecos), donde es líder indiscutible del sector.

Esa automatización ha permitido que se acorte el tiempo de creación de sus lentes a dos días, muy inferior al habitual, permitiendo despachar cerca de 8.000 lentes en una jornada, funcionando la fábrica a tan solo el 70% de su capacidad. En el total del año, hablamos de un volumen de dos millones y medio de lentes en todas sus plantas.

Nuevos proyectos en innovación

Otro de los factores clave es la inversión en innovación. Indo tiene prevista la presentación de varios proyectos innovadores en los próximos días que vendrán a sumarse a los ya existentes, como Retina Scan Duo 2 o U Evolution, entre otros. Una innovación en productos que ha supuesto un peso en el volumen de la venta de un 46%, solo en el mes de setiembre. Y que ha favorecido también el descenso en devoluciones, gracias a la mejor adaptación de la lente al cliente.

A ello hay que sumarle la cercanía con los clientes. No solo geográficamente, por ser una producción local, sino por la agili-

dad, rapidez y personalización de los productos siguiendo las exigencias y peticiones de los clientes finales.

La sostenibilidad es otra de sus propuestas de valor. Indo forma parte del Pacto Mundial de las Naciones Unidas que promueve objetivos de desarrollo sostenible a nivel de empresas. De hecho, en la propia fábrica de El Papiol han desarrollado un sistema de compactación de residuos que reduce la cantidad de agua gastada, ya que ésta se reutiliza, y el volumen de residuos plásticos generados.

La aplicación de este plan estratégico de Indo ya ha empezado a dar sus frutos. Si se comparan los resultados del tercer trimestre de este año en relación al 2019, año de pre-pandemia, las ventas del grupo han tenido un aumento del 16,40%, un 14,50% en las ventas de lentes y un 28% en ventas de equipos. ■





El primer ZEISS VISION CENTER llega a España

Sevilla ha sido la ciudad elegida para el primer ZEISS VISION CENTER (ZVC) de nuestro país. Inaugurado a finales del mes de septiembre, el ZVC se encuentra en el edificio Viapol, un lugar emblemático en la capital hispalense que acogerá el servicio de salud visual del siglo XXI de la marca alemana. Se trata de un modelo de negocio de éxito probado con más de 170 centros en todo el mundo, en más de 20 países diferentes, incluidos EEUU, China (Hong Kong), Sudáfrica, Brasil y Alemania.

www.zeiss.es

HOYA Vision Care y Haag-Streit se alían para enfrentar el aumento global de la miopía en la infancia

HOYA Vision Care, líder en innovación de tecnología óptica, anunció una asociación estratégica con Haag-Streit, un renombrado fabricante y proveedor de instrumentos oftálmicos y equipos médicos, para ayudar a abordar el aumento global de la miopía en los niños. El acuerdo global de ventas y marketing crea una asociación preferente entre HOYA Vision Care y Haag-Streit para proporcionar a los profesionales de la visión LENSTAR Myopia by HOYA para el diagnóstico y tratamiento de la miopía.

www.hoyavision.com/es/

The new LENSTAR Myopia by HOYA, in partnership with Haag Streit.



#RetailDays, nuevo servicio de Indo

#RetailDays es un plan de comunicación multicanal para ayudar a las ópticas a comunicar promociones durante todo el año. Con este nuevo servicio, Indo ofrece a los ópticos diseños para las redes sociales, pantallas de escaparate y póster para todos aquellos que quieran implementar un plan de comunicación de promociones en sus ópticas. Periódicamente, a través de Indonet y de las newsletters de Indo, se pondrá a disposición de los clientes las creatividades de cada campaña.

#RetailDays

www.indo.es

La apuesta de Gigi Studios para la colección MEN de este invierno

GIGI Studios presenta la colección MEN otoño invierno 21/22. Desde volúmenes definidos con gruesos rebordes a formas clásicas con aros marcados en color. Diez modelos nuevos con contrastes y degradados tonales que aportan vitalidad y el toque más distintivo. El poder de la imaginación define los diseños de esta temporada. En vista, siluetas rectangulares y pantos en una innovadora paleta de color. Desde tonos otoñales tales como el terracota y el verde pino a colores oscuros de efecto mate. Destaca la combinación de acetato natural y acero inoxidable en los modelos KANDINSKY y FLEMING, formas clásicas de estilo retro con aros marcados en color.



www.gigistudios.com

Si no lo veo no lo aprendo

Te ayudamos para que el desarrollo de la visión de tus hijos sea normal y sin sobresaltos.



Cuidamos de tu salud visual

federópticos

“Dichos”, campaña de Federópticos para reforzar su imagen en el cuidado de la Salud Visual

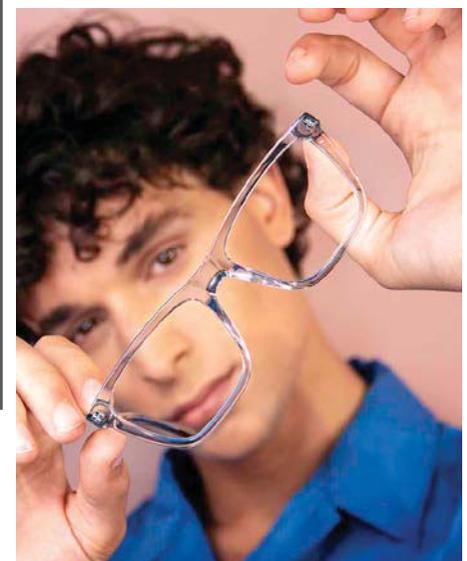
El Grupo Federópticos refuerza su imagen de marca comprometida con los principios que inspiraron la creación del grupo: el cuidado y la protección de la salud visual de sus clientes. Para ello, ha puesto en marcha una nueva campaña que se desarrollará desde octubre hasta la primavera del próximo año, dirigida a diferentes perfiles de pacientes a los que presta sus soluciones. La campaña se desarrolla a través de la web www.federopticos.com/cuidamosdetusalud-visual/ así como en un amplio conjunto de medios digitales.

www.federopticos.com

Nuevas colecciones de la Marca Cione: moda, sostenibilidad y calidad

Cione lanza dos nuevas colecciones de moda, Clarity y Fantasmagoria, con monturas pensadas para un público de espíritu joven que persigue las nuevas tendencias. Predominan los colores vivos y las formas más marcadas y diferenciales. Unos modelos que avanzan al ritmo del sentir de la población en unos tiempos en los que la búsqueda de la emoción interna se ha convertido en la más poderosa fuente de inspiración.

www.cione.es



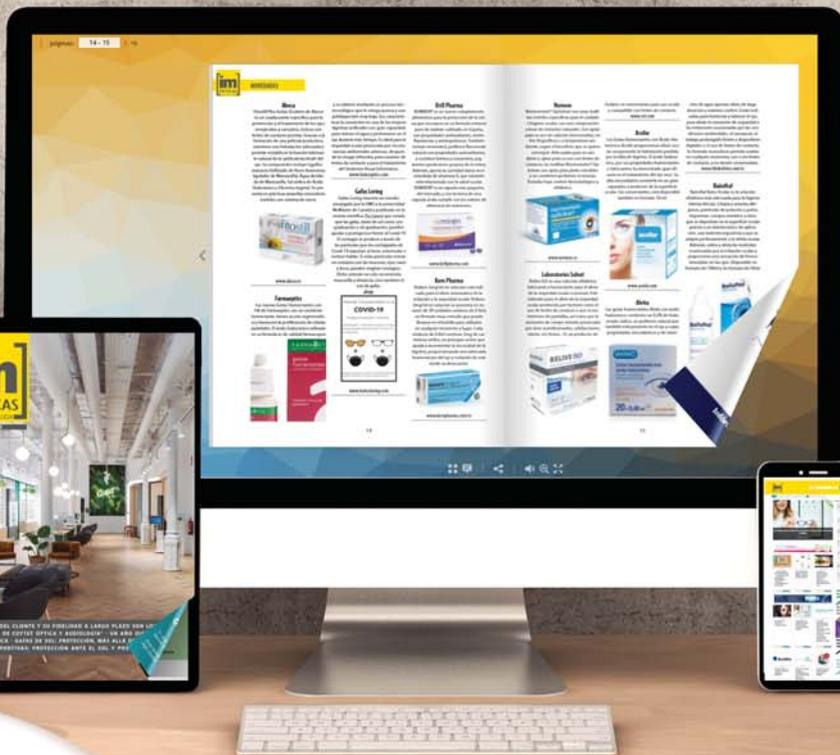
Información para decidir

Solo aquella información basada en la responsabilidad y la calidad **nos hace libres para tomar las mejores decisiones profesionales.** En ConeQtia, entidad colaboradora de CEDRO, garantizamos contenido riguroso y de calidad, elaborado por autores especializados en más de 30 sectores profesionales, con el aval de nuestros editores asociados y respaldando el uso legal de contenidos. Todo ello con la finalidad de que **el lector pueda adquirir criterio propio, facilitar la inspiración en su labor profesional y tomar decisiones basadas en el rigor.**

Por este motivo, todos los editores asociados cuentan con el **sello de calidad ConeQtia**, que garantiza su profesionalidad, veracidad, responsabilidad y fiabilidad.



www.imopticas.es



Reciba nuestra newsletter con todas las noticias y novedades del sector gratis.
Puede acceder desde cualquier dispositivo a www.imopticas.es