



**EL SECTOR ÓPTICO DE MADRID, CASTILLA Y LEÓN Y EXTREMADURA REMONTA EL VUELO - SALUD VISUAL: LA IMPORTANCIA DE APRENDER A PRESERVARLA - VISIÓN Y APRENDIZAJE: UNA RELACIÓN ESENCIAL - ¿QUÉ SON LOS EXÁMENES OPTOMÉTRICOS Y CUÁL ES SU FUNCIÓN? - LA POBLACIÓN HACE OÍDOS SORDOS A LOS PROBLEMAS DE AUDICIÓN -**

De los fabricantes de las lentes de contacto tan cómodas como si no llevaras nada<sup>\*1,2</sup>.

# COMODIDAD EXCEPCIONAL<sup>3,4</sup> UNIDA A ESTABILIDAD EXCEPCIONAL<sup>5,6</sup>



LENTILLAS DIARIAS

LENTILLAS MENSUALES

## DAILIES TOTAL1™ for Astigmatism y TOTAL30™ for Astigmatism

Las primeras y únicas lentes de contacto para astigmatismo con Gradiente Acuoso para una comodidad excepcional<sup>3,4</sup>. Diseño de lente probado PRECISION BALANCE 8|4 para una estabilidad excepcional.<sup>5,6</sup>



Escanea el código para ver cómo las lentes de contacto TOTAL™ for Astigmatism pueden transformar tu negocio.

\*Aplicable a DAILIES TOTAL1™ esféricas y multifocales y TOTAL30™ esféricas. Referencias: 1. In a clinical study wherein patients (n=66) used AOSEPT® solution for nightly cleaning, disinfecting, and storing; Alcon data on file, 2021. 2. In a clinical trial to assess overall performance of DAILIES TOTAL1™ for Astigmatism lenses where n=134 patients; Alcon data on file, 2021. 3. In a clinical trial to evaluate stability of axis orientation of DAILIES TOTAL1™ for Astigmatism lenses where n=47; Alcon data on file, 2020. 4. In a clinical trial to evaluate on-eye performance of TOTAL30™ for Astigmatism lenses where n=69; Alcon data on file, 2021. 5. En un ensayo clínico para evaluar la estabilidad de la orientación del eje de las lentes de contacto DAILIES TOTAL1™ para el astigmatismo donde n = 47; datos de archivo de Alcon, 2020. 6. En un ensayo clínico para evaluar el rendimiento en el ojo de las lentes de contacto TOTAL30™ para el astigmatismo donde n = 69; datos de archivo de Alcon, 2021.

DAILIES TOTAL1™ for Astigmatism y TOTAL30™ for Astigmatism cumplen con normativa de productos sanitarios. Contraindicaciones: Alergia, inflamación, infección o irritación alrededor del ojo o en los párpados. Película lagrimal inadecuada (ojo seco). Hipoestesia corneal (sensibilidad reducida de la córnea). Uso de algún medicamento que esté contraindicado o que interfiera con el uso de las lentes de contacto, incluidos los fármacos oculares. Cualquier trastorno sistémico que pueda verse agravado o interfiera en el uso seguro de las lentes de contacto, su manejo y/o cuidado. Si detecta enrojecimiento o irritación en el ojo. Posibles efectos secundarios: Sensación de cuerpo extraño. Incomodidad de la lente. Ojos rojos. Sensibilidad a la luz. Quemazón, escozor, picor u ojos llorosos. Visión borrosa. Arco iris o halos alrededor de las fuentes de luz. Incremento de las secreciones oculares. Molestias o dolor. Sequedad ocular grave o persistente. Inflamación. Consulte las instrucciones de uso para la lista completa de indicaciones, contraindicaciones y precauciones. Alcon, DAILIES TOTAL1™ for Astigmatism, TOTAL30™ for Astigmatism, los logos de Alcon, DAILIES TOTAL1™ for Astigmatism y TOTAL30™ for Astigmatism son marcas comerciales de Alcon. ©2023 Alcon Inc. 01/2023 ES-T30-2200157.

Alcon

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

**Redacción:** Luis Marchal, Marta Parareda, Antònia Pozo, Marta Burgués, María Robert, Natalia García, María Robert y Àngela Zorrilla.  
**Redacción online:**  
Natalia García natalia@publimasdigital.com

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

**Diseño y maquetación:**  
Ana Lorenzo y Lidia Mestres.

**Portada:** The Perfect Sense

**Publicidad Barcelona:**  
Xavi Salada xavi@publimasdigital.com  
móvil 609 268 841  
Javier Quevedo javier@publimasdigital.com  
móvil 600 582 340

**Publicidad Madrid:**  
Luis Pereira López luis@publimasdigital.com  
móvil 609 303 392

**Dep. Legal:** B13119-2021  
Periodicidad bimestral Número 8 Año 2023

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

**Editor:** 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  
**Imágenes de recurso:** 123RF  
**Suscripciones:** Pilar Barbero pilli@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 - móvil 609 303 392



## No sólo cuando experimentemos algún trastorno

Siempre tenemos en la Real Academia Española (RAE) una aliada a la hora de informar. En esta revista, nos centramos en dos sentidos que tienen un papel protagonista cuando nos comunicamos: vista y oído. Dos de las acepciones en el diccionario de la primera son “*sentido corporal con que los ojos perciben algo mediante la acción de la luz*” y “*conjunto de los órganos de la visión*”. También dos de la segunda son la de “*sentido corporal que permite percibir los sonidos*” y “*cada uno de los órganos que sirven para la audición*”. La salud de ambos es esencial. Son sentidos muy valorados, pero los cuidamos poco. Hay que prestarles más atención. No sólo ahora que ha llegado la primavera y que, por tanto, aumentarán las alergias. No sólo cuando experimentemos algún trastorno.

La visión es la responsable de procesar entre el 80-90% de la información que una persona recibe a diario. Nos preocupa un dato que arroja la Organización Mundial de la Salud (OMS) y que evidencia la magnitud de lo que supone no tener una actitud preventiva, de autocuidado. En el mundo, más de 2,2 millones de personas tienen una discapacidad visual o ceguera y al menos un millón de estos se podrían haber prevenido (o aún no han sido tratados). El mensaje principal ha de ser someterse a revisiones periódicas, al menos una vez al año. Gracias a ellas, se pueden evitar pequeñas deficiencias o molestias y corregir o compensar problemas de visión cuanto antes. Los profesionales de la Óptica son muy accesibles, muy cercanos.

Respecto a la audición, volvemos a hablar de la OMS, que alerta de que la contaminación acústica es uno de los factores ambientales que provoca más problemas de salud. No nos percatamos de que convivimos con ella a diario. La prevención, al igual que con la vista, hay que comenzarla desde edades tempranas. Se calcula que 34 millones de niños sufren problemas de audición y que una amplia mayoría de esta pérdida auditiva, el 60%, se puede evitar o reducir con medidas como la vacunación para prevenir la rubéola y la meningitis, la mejora de la atención materna y neonatal, el cribado y el tratamiento temprano de la otitis media y prescindiendo del uso de juguetes con una intensidad de sonido más alta de la debida.

En resumen, vemos, una vez más, que se puede hacer mucho desde las ópticas en lo que a prevención se refiere. Divulguemos educación sanitaria en todo lo que tiene que ver con la vista y el oído. En páginas siguientes, profundizamos sobre estos aspectos.

**Xavi Salada**  
Director IM Ópticas



---

**CONVERSANDO CON...**

---

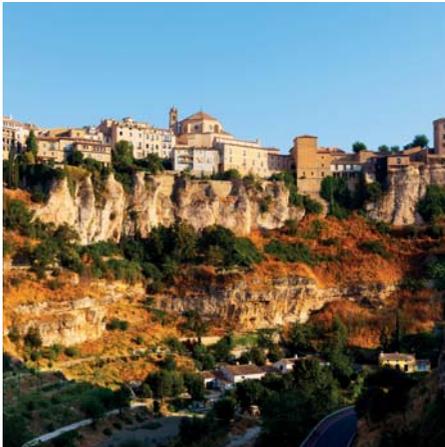
“Doblegar a la oscuridad es un reto científico que, para mí, empezó siendo un sueño”  
**6**

---

**EL ÓPTICO OPTOMETRISTA**

---

A pie de óptica  
**8**



---

**DISTRIBUCIÓN EN LA CCAA**

---

El sector óptico de Madrid, Castilla y León y Extremadura remonta el vuelo  
**14**

“Para que el futuro no nos coja desprevenidos, la formación es clave”  
**20**



“La prevención ayuda a enfrentarse al deterioro natural en las mejores condiciones posibles”  
**24**

---

**GESTIÓN**

---

Cinco claves para crear un equipo eficiente y feliz  
**26**



---

**MONOGRÁFICO**

---

Salud visual: la importancia de aprender a preservarla  
**30**

Visión y aprendizaje: una relación esencial  
**34**

¿Qué son los exámenes optométricos y cuál es su función?  
**38**

---

**EMPRESA**

---

“Estamos en el boom de la sostenibilidad, hay multitud de marcas ecológicas, mal estás si no te diferencias en algo más”  
**42**

Alain Afflelou y Gravity Wave tejen redes en beneficio de la economía circular  
**44**

---

**OFTALMOLOGÍA AL DÍA**

---

“Hoy todo el mundo está convencido de que la medicina debe basarse en datos reales”  
**48**



“La prevalencia de glaucoma en todos los grupos de edad está en torno al 2%”  
**50**

## I+D

---

“OPTICTRAIN minimiza los problemas de molestias visuales asociados al implante de lentes intraoculares multifocales”  
**52**

Tecnología innovadora para personas con discapacidad visual  
**56**

## PROYECTO

---

The Perfect Sense: un centro con personalidad propia  
**58**

## AUDIOLOGÍA

---

La población hace oídos sordos a los problemas de audición  
**62**

“Ser una empresa familiar nos ayuda al trato cercano y la personalización con el cliente”  
**66**

“El audífono es hoy en día la solución más eficaz, menos invasiva, y con resultados muy aceptables a nivel de rehabilitación en todos los aspectos auditivos”  
**68**

“Nuestro objetivo es incrementar la incidencia política y social, además de buscar nuevas alianzas para aumentar nuestra capacidad de influencia”  
**72**

Ni la pérdida auditiva es inocua, ni el audífono envejece  
**76**

## MIDO

---

Otro éxito de MIDO  
**78**

## BAZAR

---

**88**



Gabriel Mattioli, director de Punt de Vista

# “Doblegar a la oscuridad es un reto científico que, para mí, empezó siendo un sueño”



Como científico, **Gabriel Mattioli** lo tuvo claro desde el primer momento. Mientras estaba ingresado en un hospital de Barcelona, tras sufrir una agresión criminal que acabó dejándole sin el ojo izquierdo, supo que premiar la investigación en lo relativo a la vista sería un puntal del proyecto que por aquel entonces solo estaba en su cabeza. *“Doblegar a la oscuridad es un reto científico que, para mí, empezó siendo un sueño”*. Un sueño que consiguió materializar en 2019.

Ocho años después de aquel incidente, la Fundación Punt de Vista (de la que es director) volvió a conceder el pasado fe-

brero, por segundo año, el Point of View Award (POVA) 2022, el premio científico más importante del sur de Europa en el sector, que otorgan en colaboración con la Fundación ARVO (*Association for Research in Vision and Ophthalmology*) y cuya cuantía asciende a 20.000 dólares.

*“Es un orgullo”*, declara. El galardón reconoce las investigaciones o trabajos orientados a atajar el problema global de cómo recuperar la visión cuando el ojo está dañado, o muy enfermo, pero la capacidad visual del cerebro permanece intacta. Una situación que se da en el 98% de personas que han perdido visión en algún nivel, según Mattioli.

En la edición de 2022, la ganadora fue la *doctora en Medicina Tasneem Z. Khatib*, de la universidad de Cambridge (actualmente realiza un postdoctorado en Stanford), por una investigación para la recuperación del nervio óptico por medio de terapia génica combinada. Los resultados preliminares han sido optimistas, y abren una posibilidad para recuperar las neuronas en nervios ópticos dañados de personas que pierden o han perdido su visión. En particular, tendría una aplicación interesante en patologías muy prevalentes que pueden causar ceguera como el glaucoma.

La primera galardonada en los POVA 2021 fue la *doctora Dasha Nelidova*, del Instituto de Oftalmología Clínica y Molecular de Basilea (IOB), por su trabajo centrado en la aplicación de la luz infrarroja para recuperar visión a través de la optogenética. La tercera edición de los reconocimientos que otorgan ya está programada para celebrarse este año, si bien se continúan recibiendo propuestas hasta este verano, de las que el jurado seleccionará la ganadora.

### Más que una asociación

Como reconoce Mattioli, *matemático y doctor en Ingeniería Biomédica*, Punt de Vista se planteó desde su creación como “una plataforma de encuentro” integral, con especial atención al colectivo de personas afectadas, pero también a los profesionales, investigadores, administraciones y sociedad civil. Su director lo resume en “ser una plataforma de encuentro para que entre todos encontremos algún día una solución a la oscuridad de la ceguera”.

Por eso, otras líneas de actuación de esta fundación son el acompañamiento a personas afectadas del sector y a aquellas que están en proceso de pérdida de visión, o disponer una red de apoyo de voluntarios que también han pasado por lo mis-

mo, o por situaciones similares, para que no vivan su proceso “en soledad”.

La sensibilización es otra de las líneas que impulsan: “Vivimos en un mundo audiovisual en el cual una de cada diez personas perderá visión en algún momento de la vida”, justifica Mattioli. Por ese motivo, organizan diferentes actividades públicas, y también en escuelas o empresas, para mostrar a la población la pérdida de visión “no solo desde un punto de vista reivindicativo o de queja, sino mostrando comunicación positiva”. Es decir, enseñar las capacidades de las personas “más allá de la discapacidad”. Porque, apunta, “seguramente el que ve menos, escucha más”.

### Avances de “ciencia ficción”

Si bien todavía queda mucho para alcanzar “soluciones integrales” que en otras pérdidas sensoriales ya cuentan con la biotecnología o el trasplante de órganos completos, y que han resuelto patologías, “en el caso de la visión aún está lejos”. Aunque estos diez años han permitido alumbrar avances que califica “de ciencia ficción”.

Es el caso de las terapias génicas como la de la doctora Khatib. A pesar de ser muy recientes, ya el año pasado se aplicaron “por primera vez” este tipo de terapias para enfermedades específicas. Y para el director de la Fundación Punt de Vista, “esto es un punto que no va a parar de seguir creciendo, a nivel de prótesis, chips visuales conectados directamente al córtex cerebral...”, augura.

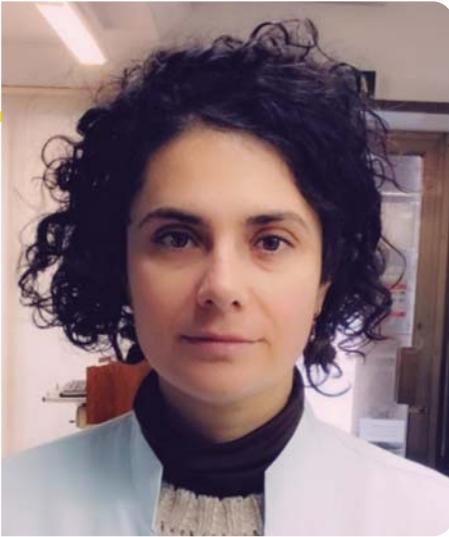
La investigación en el sector avanza, pero España no se encuentra entre los países punteros. El reconocimiento de la entidad, a medio plazo, guarda otra intención: “Utilizar este contacto que tenemos con la investigación de vanguardia mundial, para mejorar el panorama científico en nuestro país”.

Además, ya trabajan en “redondear” los POVA vinculando una beca para que investigadores posdoctorales españoles puedan hacer terapias de investigación con otros grupos de terapia internacionales, como los de las dos premiadas. Para ello buscarán cerrar alianzas con “otras plataformas, entidades y gente que quiera hacer esto realidad”. ■

**“VIVIMOS EN UN MUNDO AUDIOVISUAL  
EN EL CUAL UNA DE CADA DIEZ PERSONAS  
PERDERÁ VISIÓN EN ALGÚN MOMENTO  
DE LA VIDA”**



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.



### Cristina Muñoz Navarro Alcañiz Ópticos (Valladolid)

**Cristina Muñoz Navarro**, óptico optometrista en Alcañiz Ópticos de Valladolid, lleva trabajando desde que acabó la carrera, hace 20 años. Le gusta esta profesión *“porque es una carrera que está dirigida a la salud de las personas”*; señala. *“Y porque además, te permite tener un trato con la gente de forma directa”*, añade.

Su día a día en la óptica es muy diverso. Es lo que tiene trabajar en una óptica independiente. Como explica Cristina Muñoz, *“los ópticos que trabajamos aquí dirigimos a las personas desde la graduación y su salud visual, acompañándolos en la decisión de la elección del método más adecuado de corrección, y durante todo el proceso”*. Para ella es fundamental ayudar a esas personas, que les necesitan, a encontrar una solución a sus problemas. *“Y que salgan contentas con nosotros y con nuestro trabajo”*, detalla.

De hecho, lo que más suelen demandar sus clientes son revisiones visuales. Unas revisiones que, como óptica optometrista, recomienda *“que sean frecuentes”*.

Precisamente, el poder ayudar a la salud visual de las personas es lo que más valora de su profesión. Aunque con algunos matices. Sobre todo, aprecia que sus clientes *“valoren y reconozcan el trabajo que hacemos”*, afirma. Porque en muchas ocasiones algunos pacientes no perciben su trabajo y *“no nos dan nuestro sitio”*, asevera.

En la misma línea, considera que poco a poco se les está dando ese lugar que ocupan en el campo sanitario. De hecho, es uno de los cambios que, por suerte, ha tenido su profesión en los últimos años. Cristina Muñoz cree que *“estamos cada vez más reconocidos en el campo sanitario. Aunque, falta mucho por avanzar”*. Sobre todo, en comunidades como la suya, Castilla y León, donde todavía *“falta por mejorar”*, apostilla.

Lamentablemente, no todos los clientes perciben que los ópticos optometristas desarrollan una labor sanitaria. Como ejemplo, Cristina Muñoz explica que, *“con la pandemia se instaló la mascarilla en nuestro ámbito de trabajo, y sigue siendo obligatorio. Un asunto que a muchos clientes se les olvida, porque no consideran que seamos centros sanitarios”*.

En ese sentido, piensa que en un futuro *“la óptica tendría que ir dirigida a separar la venta de gafas y lentes de contacto, de los profesionales que tenemos la formación para corregir la salud visual”*, afirma. Y se explica: *“En mi opinión, la óptica es una Atención Primaria donde los pacientes pueden contar con nosotros. Por tanto, nuestro trabajo tendría que estar en clínicas y en la Seguridad Social”*. Lamentándose que *“actualmente nuestro trabajo lo realizan auxiliares o enfermeras no cualificadas en el tema de la visión”*.

Sin embargo, más allá de la problemática por las consideraciones sanitarias o no, lo cierto es que agradece los adelantos que su profesión ha desarrollado en los últimos años. *“El avance del control de la miopía ha sido exponencial y estamos en ello. La miopía es muy frecuente y los métodos que han salido son efectivos. Pueden frenar la progresión de dicha enfermedad. Como por ejemplo, con lentes de contacto o lentes oftálmicas”*, afirma.

**“NUESTRO TRABAJO TENDRÍA QUE ESTAR EN LAS CLÍNICAS Y EN LA SEGURIDAD SOCIAL. ACTUALMENTE NUESTRO TRABAJO LO REALIZAN AUXILIARES O ENFERMERAS NO CUALIFICADAS EN EL TEMA DE VISIÓN”**

## Jorge Rodríguez Fabuel Gran Óptica (Madrid)

**Jorge Rodríguez Fabuel** tiene una variada experiencia en el mundo óptico. Empezó a trabajar con su padre en su establecimiento de óptica *“y allí me descubrió esta maravillosa profesión. Su manera de hacer las cosas y tratar a la gente se impregnó en mi ADN profesional, y seguí con la tradición familiar”*, nos explica. Después, junto a su hermano también óptico optometrista, crearon *“una empresa importadora y distribuidora de monturas”*. Posteriormente, fue encargado de relaciones profesionales de una multinacional americana, distribuidora de productos tecnológicos en el sector, y finalmente abrió el centro óptico Gran Óptica en Madrid, donde ejerce de óptico optometrista y lo combina, desde hace un año, con ser profesor asociado en el Grado de Óptica en la Universidad San Pablo CEU. Por ello, *“creo que puedo dar una visión del sector desde diferentes aspectos”*, puntualiza.

Su día a día no es para nada aburrido. Como él mismo indica, *“a veces tengo que dar clases en el CEU, y a veces tengo que ir a trabajar como optometrista. Ambos roles son muy diferentes. Por un lado, tienes a gente a la que intentas inspirar y enseñar todos los pormenores de nuestra profesión, mientras que en nuestro centro damos lo mejor de nosotros para que, cada vez que pongamos una corrección visual, saquemos una sonrisa a cada paciente”*.

Como apunta Jorge Rodríguez, Gran Óptica *“es más una clínica visual que una tienda óptica. Está especializada en dar soluciones ópticas de la mejor calidad. Estar a la última en tecnología y manejar las lentes más avanzadas es lo más apreciado por nuestros clientes”*. Y añade: *“Hemos luchado muchos años para formarnos y tener las mejores herramientas y lentes para ser un referente en la zona. Nuestra especialidad son las lentes especiales, tanto oftálmicas como de contacto”*.

Lo que más valora de su profesión es que *“tiene muchos ámbitos en los que se puede trabajar. Si quieres una vertiente comercial, la tiene. También puedes trabajar en las grandes compañías del sector, donde está muy valorado ser óptico optometrista. Si quieres tener un perfil investigador, hay mucho campo donde trabajar. Si quieres dirigirte al lado sanitario, estás preparado para trabajar en clínicas y hospitales. Y también puedes ser divulgador y docente”*; señala.

**“AL IGUAL QUE OTROS ÁMBITOS,  
TODO SE ESTÁ POLARIZANDO. O BIEN  
TE DIFERENCIAS POR PRECIO, O BIEN  
POR CALIDAD. YA NO EXISTE EL CAFÉ  
PARA TODOS”**



Para él, los cambios que ha sufrido la profesión han venido marcados por la entrada de grupos inversores. *“Antes era un sector muy atomizado, con pequeños puntos de venta. Ahora, compiten contra cadenas y grupos, que ofertan productos y servicios a precios muy atractivos. Al igual que otros ámbitos, todo se está polarizando. O bien te diferencias por precio, o bien por calidad. Ya no existe el café para todos. Así que creo es el momento de decantarse por una de las dos opciones”*, argumenta.

Otros cambios más favorables son los que ha aportado la tecnología. *“Cada vez contamos con más y más precisos instrumentos”*, afirma. Y opina que los pasos van encaminados hacia la telemedicina, explicando, por ejemplo, que *“en la última edición de Mido en febrero, me han mostrado una lámpara de hendidura que trabaja en remoto. Puede trabajar un operador en una interfaz de su PC, y la lámpara se mueve con servomotores y auto enfoques. Además, está asistido con un software de Inteligencia Artificial que brinda ayudas para detectar patologías del paciente”*.

Un futuro, el del sector, que Jorge Rodríguez ve que *“claramente se dirige a tres niveles cada vez más diferenciados. Primero, al del gran consumo, integrado en centros comerciales, canales de venta online y ofertas de precios agresivos. El segundo va dirigido a la montura exclusiva, con espacios de diseño, trato Premium y monturas de importación, con diseño únicos. Y un tercer nivel movido a solucionar los problemas visuales”*, apunta.

Y concluye: *“Sinceramente creo que los pacientes confían en los profesionales del sector, no hay que abandonar esta senda. Sería un error caer en luchas propagandistas y guerras de precios. Hay que construir una imagen fuerte, respaldada en el rigor profesional, en buenas conductas y huir de sensaciones de ofertas y promociones comerciales. Hemos dejado que la voz más oída sea las de los grandes grupos y cadenas que ofertan el 2x1. Humildemente, creo que denigra nuestra profesión. Debemos trabajar cohesionados para que la imagen del optometrista sea la de un profesional comprometido con la salud visual”*.



### José Gallardo Reyes González Ópticos (Badajoz)

**José Gallardo Reyes** es óptico optometrista de González Ópticos en Badajoz. Eligió ser óptico porque esta profesión le atraía. *“El mundo de las lentes oftálmicas, la lentes de contacto y la audiolología”,* concreta, pero también *“el ayudar a los demás a mejorar su calidad de vida”*.

Con 29 años de experiencia y experto en Optometría avanzada y Salud visual, y técnico superior en Audiología Protésica, su día a día en la óptica pasa por *“una atención personalizada a los pacientes que vienen a la óptica a demandar problemas refractivos y uso de lentes de contacto”*, explica. Unos clientes que, sobre todo, piden *“gafas graduadas, lentes de contacto, líquidos de mantenimiento y soluciones al control de la miopía”*, afirma.

A lo largo de toda su carrera ha tenido alguna que otra anécdota divertida. Como una en la que *“en una adaptación de lentes de contacto, el paciente me dijo si las lentillas desechables se podían comer”*, explica. O la de otro paciente que *“me dijo que se le había metido un mosquito en el ojo y que estaba seguro que le había cambiado la graduación”*, comenta. Aunque, sin duda, la más rocambolesca es la de un paciente que, *“a la hora de preguntarle qué problema visual tenía, me decía que confundía los postes de la entrada de la finca con caballos percherones. Por lo que lo mandé directamente al psicólogo”*, expone.

Lo que más valora de su profesión es *“el ayudar a los pacientes a ver el mundo un poquito mejor y mejorar, con medios ópticos, su vida social, laboral y familiar”*. Algo que ha conseguido hacer más fácilmente gracias a los cambios que ha vivido la profesión en los últimos años. *“Más medios técnicos, mejoras en lentes oftálmicas, mejora en lentes de contacto, un mayor seguimiento de los pacientes...”*, señala. Destacando las novedades en *“las ayudas y medios para el control de la miopía, así como en*

*la innovación en materiales de las lentes de contacto”*, comenta. Respecto a los cambios en la percepción que tienen sus clientes de los ópticos desde la pandemia, José Gallardo cree que sí que ha habido una evolución. Y así lo argumenta: *“Al estar medidos en el gremio de establecimientos sanitarios, la gente nos valora más. Además, durante esa época, estuvimos como óptica de urgencia, y los pacientes nos lo agradecieron bastante”*, asevera. Lo que más miedo le da en el futuro es la digitalización de las empresas. En ese sentido, José Gallardo considera que *“es importante, pero no me gustaría que se perdiera esa calidad humana, esa atención al paciente y el poder ayudar a mejorar sus emociones”*, manifiesta.

Respecto a lo que debería cambiar en su profesión, lo tiene claro: *“La lucha de precios de la competencia y dar más valor emocional al producto sanitario que adquiere el paciente”*, concluye.

**“LO QUE MÁS VALORO DE MI PROFESIÓN ES AYUDAR A LOS PACIENTES A VER EL MUNDO UN POQUITO MEJOR Y MEJORAR, CON MEDIOS ÓPTICOS, SU VIDA SOCIAL, LABORAL Y FAMILIAR”**

## Juan Almagro Coco Project Lobster (Madrid)

**Juan Almagro Coco** es óptico optometrista y director de tienda de Project Lobster en Madrid. Tan solo lleva cuatro años en el sector, en el que empezó como *“optometrista raso”*, como él mismo define, y actualmente es el responsable en *“una gran empresa que no para de crecer”*, afirma. Se hizo óptico optometrista porque considera que *“la vista es el sentido más importante que poseemos y tenerla bien graduada es indispensable para disfrutar al 100% de los detalles de la vida”*.

En ese sentido, quizás es por ello que lo que más valora de su profesión es *“la satisfacción de devolver la visión a quien lo necesita. Así como la reacción de felicidad de las personas cuando vienen a por sus gafas y vuelven a ver mejor”*, constata.

Unos clientes que lo que más demandan son *“productos de calidad a precios asequibles”*; según Juan Almagro. Ahí es donde entra su profesionalidad, proporcionando además *“a cada cliente una experiencia de óptica única. Nuestra prioridad es dar un servicio de calidad, honesto y cercano. De principio a fin”*, comenta.

Tanto es así que, en su día a día, se ha encontrado con anécdotas curiosas como la de *“una señora, algo mayor, que entró en la óptica diciendo que en el hospital le habían dicho que tenía cataratas y le habían dado cita para dentro de muchos meses. Así que vino pidiéndome que si yo podía operarla en menos tiempo”*, explica.

Respecto a los cambios acaecidos en la profesión en los últimos años, Juan Almagro cree que, *“como en todos los sectores, la tecnología ha hecho mucho. A medida que han pasado los años han mejorado desde las máquinas que utilizamos para graduar, hasta las que utilizamos para pedir las lentes o recortarlas”*. Como ejemplo, habla de los autorefractómetros, señalando que *“cada vez son más precisos y dan resultados más fiables a pesar de ser objetivos”*. Y las biseladoras, *“pasamos de recortar y retocar las lentes manualmente, a hacerlo todo de manera automatizada”*.

También constata algunos cambios en los clientes, en referencia a la percepción que tienen de los ópticos optometristas tras la pandemia. Este óptico optometrista de Madrid considera que *“las personas están más preocupadas por su salud visual a raíz de haber pasado mucho tiempo en casa por el confinamiento y el teletrabajo, teniendo que ‘forzar’ más la vista”*.

Es por eso que cree que en el futuro el mundo de la óptica debe dirigirse *“hacia una mayor protección de nuestra visión, debido al aumento del uso de dispositivos electrónicos. También*



*debido a un uso abusivo de estas tecnologías a edades cada vez más tempranas”*, señala. Afirmando con rotundidad que *“nos espera otra pandemia, la de la miopía”*.

En relación a los cambios que debería haber en la profesión, Juan Almagro es claro al señalar que *“no debería desprestigiarse nuestra labor y la importancia de nuestros productos. Hoy día, las grandes multinacionales cada vez venden gafas más baratas y están obsesionadas con vender más y más, sin tener en cuenta que somos sanitarios y no comerciales. Sí que es cierto que nuestro trabajo tiene una cierta labor comercial, pues saber vender es clave para ganar dinero. Pero también se debe valorar la experiencia de compra y el trato al cliente como profesional de la salud visual, sabiendo que lo que llevas en la cara es de buena calidad, no solamente barato”*.

**“TAMBIÉN SE DEBE VALORAR LA EXPERIENCIA DE COMPRA Y EL TRATO AL CLIENTE COMO PROFESIONAL DE LA SALUD VISUAL, SABIENDO QUE LO QUE LLEVAS EN LA CARA ES DE BUENA CALIDAD, NO SOLAMENTE BARATO”**



## Raquel Marroquín González Centro Óptico Miajadas (Cáceres)

A **Raquel Marroquín González** le avalan sus estudios de óptica por la Universidad Complutense de Madrid, de óptica optometrista por la Universidad de Granada, un grado en óptica optometrista por la Universidad Europea de Madrid y más de 35 años de experiencia. Empezó trabajando en ópticas ajenas y desde 1988 es propietaria del establecimiento sanitario de óptica Centro Óptico Miajadas, en la población cacereña del mismo nombre.

En su óptica, nos indica, *“tenemos varias especialidades: adaptación de progresivos, visión infantil, baja visión y la adaptación de todo tipo de lentes de contacto”*. Sin embargo, *“lo que más demandan nuestros clientes es la parte clínica de nuestro gabinete, refracción y cuidados visuales”*, apunta.

Para ella es importante la confianza que sus pacientes depositan en ellos. *“Confían en nuestro asesoramiento al ofrecerles los mejores productos, cristales graduados y monturas de moda. Tienen mucha confianza en nosotros. Saben que les ofrecemos lo mejor, según sean sus necesidades”*, señala.

Aunque, a lo largo de su dilatada experiencia, se ha encontrado de todo, incluidas algunas anécdotas curiosas. Como la de una niña con mucha hipermetropía que *“al entregarle las gafas, le dijo a su madre ‘mami, ya no tienes la cara plana’”*, comenta. O cuando *“al adaptar las lentes de contacto a una paciente con mucha graduación, que nunca se había visto su lado izquierdo, se asustó al verse su propio brazo izquierdo”*, explica.

Lo que más valora Raquel Marroquín de su profesión es que le permite *“sentir una satisfacción personal de que realmente ayudo a mucha gente a ver el mundo de mejor manera”*, comenta. Aunque lamenta lo que ha cambiado este sector a lo largo de los 38 años que lleva ejerciendo. La percepción que ella tiene es que *“hay dos ramas. Una, que apoyamos y valoramos la profesionalidad. Nos formamos para ofrecer lo mejor y lo último a*

*nuestros clientes. Y otra rama en la que se prima el precio. Oferta y más oferta. Tirando la profesión por los suelos y dando una imagen malísima. Como si nuestro trabajo no tuviera un precio”*, nos explica.

Sobre el futuro, esta óptica optometrista comenta que *“lo que más me gustaría sería que la óptica tuviera más presencia en Atención Primaria y que todo el colectivo fuese profesional”*. Y añade: *“Que se controlara más la venta por internet y que todos mis compañeros cobraran por sus servicios”*.

A pesar de todo ello, Raquel Marroquín está contenta por las novedades y adelantos de la optometría en los últimos tiempos, destacando el *“gran avance tecnológico del sector”*. En este sentido, confiesa que hay *“una aparatología que ya hubiera querido tener desde mis comienzos”*. Destacando *“la OCT, tomografía de coherencia óptica, de la cual me confieso enamorada”*, afirma. También añade otros ejemplos como *“topógrafos, sin los cuales no adaptaría las lentes de contacto. Biómetro, para llevar a cabo los controles de miopía, o las lámparas de hendidura, que te permiten la observación y detección de problemas oculares”*.

**“EN EL FUTURO, LO QUE MÁS ME GUSTARÍA SERÍA TENER MÁS PRESENCIA EN ATENCIÓN PRIMARIA Y QUE TODO EL COLECTIVO FUESE PROFESIONAL”**

## Vicente García Vázquez Tu Visión Bierzo (León)

**Vicente García Vázquez**, director técnico y gerente de la Óptica Tu Visión Bierzo de Ponferrada (León), se hizo óptico optometrista por casualidad. Como él mismo nos cuenta, *“hace años, la óptica dependía de la Facultad de Farmacia. Era como una especialidad de la carrera”*. Por eso, *“años después, actualicé la titulación en optometría, haciendo otro curso universitario”*, aclara.

A lo largo de todos estos años, su experiencia *“ha sido muy gratificante”*, constata. *“Es una carrera que tiene de todo: clínica, montaje, reparación y venta”*. Quizás por ello, su día a día en la óptica, nos explica, es muy variado. *“Por mi cargo en la óptica, al final acabas haciendo un poco de todo. Tan pronto paso consulta en gabinete, como sueldo unas gafas o reviso facturas. Por no hablar de las visitas de los comerciales”*, explica.

Lo que más demandan sus clientes es *“calidad a precios competitivos”*, aunque puntualiza que *“nuestra especialidad quizás sea la atención primaria”*. En este sentido, explica *“nuestros clientes confían en nuestro conocimiento en salud, como consejos saludables sobre nutrición-salud, protección ante radiaciones nocivas, exposiciones a ambientes ruidosos, etc. Evaluamos a cada paciente en conjunto: estilo de vida, enfermedades sistémicas, etc. No solo el aspecto visual o audiológico”*.

Esa cuidada atención no quita que hayan tenido algún que otro descuido. Como nos cuenta Vicente García, *“aún me sorprende a día de hoy. Entregamos unas gafas sin lentes, con los talcos de venta. Fue en los primeros años de trabajo. La lente no la entregué yo, pero sí fui el que atendió al paciente cuando vino a reponer una lente pocos días después, porque se le había caído. Él tampoco se había dado cuenta. Pensaba que no veía bien porque tenía que adaptarse”*.

Lo que más valora de su profesión es *“la continua formación. Es una profesión inquieta, donde siempre puedes estar estudiando y aprendiendo cosas nuevas. De cada paciente, aprendes”*,



afirma. En este sentido, también señala lo que la profesión ha cambiado gracias a la tecnología, que *“ha hecho que los ópticos optometristas hayamos dejado de ser unos meros vendedores de gafas, y se nos vea más como sanitarios, que es lo que realmente somos”*.

Una tecnología y unos avances que hacen que *“las pruebas diagnósticas sean cada vez más fiables. Como los tonómetros de aire, que tienen en cuenta el espesor corneal para medidas más precisas. Lentes de contacto para control de miopía. O gafas de realidad virtual para hacer un mapeo de nuestro comportamiento visual, permitiendo adaptar lentes progresivas más personalizadas”*, comenta.

Es por todo ello, que afirma que el sector se dirige *“hacia una forma de trabajar más tecnológica e instrumentalizada, con pacientes cada vez más informados, que prefieren que sus gafas o lentillas les lleguen a casa directamente”*.

Y tiene claro que lo que debería cambiar es *“la visión del propio óptico optometrista. Debería darse cuenta de que es un profesional, con una formación extraordinaria y que por ello debe cobrar sus honorarios. Hacer saber que su consulta tiene un valor. Quizás así, no nos verían como una tienda solamente”*, constata. ■

**“ES UNA PROFESIÓN INQUIETA, DONDE SIEMPRE PUEDES ESTAR ESTUDIANDO Y APRENDIENDO COSAS NUEVAS. DE CADA PACIENTE, APRENDES”**

# El sector óptico de Madrid, Castilla y León y Extremadura remonta el vuelo

**LAS COMUNIDADES DE MADRID, CASTILLA Y LEÓN Y EXTREMADURA AUMENTAN SUS INGRESOS EN EL SECTOR ÓPTICO Y EL NÚMERO DE PROFESIONALES TRAS LA PANDEMIA DEL COVID.**

**E**l sector óptico empieza a dejar atrás los tres duros años de pandemia por el Covid. Ya quedan casi en el olvido las restricciones de movilidad que perjudicaron las visitas a los centros ópticos de toda España y el desarrollo profesional de los especialistas. Puede afirmarse, a tenor de los datos económicos que ha recopilado el Instituto Nacional de Estadística (INE), que la óptica en el conjunto de las comunidades autónomas ha recuperado buena parte del terreno que perdió en 2020, el primer año de inicio oficial de la pandemia. Sí, precisamente en un sector que junto con el sector sanitario español en su conjunto sufrió la presión por el virus también esta tensión sanitaria infligió un duro golpe en la cuenta de resultados y en la facturación de las empresas del sector óptico español.

De hecho, la cifra de negocio global del negocio de las ópticas y sus distintas especialidades descendió un 18% durante

el ejercicio 2020 hasta situarse en 1.525,5 millones de euros. Lo que significa que la red de distribución dejó de ingresar 336 millones de euros respecto a 2019.

El dato está plasmado en el 'Libro Blanco de la Visión en España 2022', editado por la Fedao, el cual deja ver el repunte que ha registrado el sector en 2021 y las buenas perspectivas que existen en la actualidad, a pesar de los nubarrones que aparecen en forma de inflación y geopolítica y de una coyuntura internacional todavía marcada en este primer trimestre de 2023 por la guerra de Rusia en Ucrania.

El aumento del número de ópticos optometristas, de colegiados por cada 100.000 habitantes y la facturación del negocio son tres factores que comparando los ejercicios de 2021 y 2020 permiten afirmar que la pandemia ha quedado atrás.

A la espera de los resultados de la estadística para el ejercicio de 2022, cabe ahora analizar a nivel global español y, en par-



# Castilla y León, Extremadura y Comunidad de Madrid

## Población

CASTILLA Y LEÓN	2.375.969
Ávila	159.318
Burgos	352.331
León	451.209
Palencia	157.205
Salamanca	326.080
Segovia	153.994
Soria	89.519
Valladolid	518.950
Zamora	167.363
EXTREMADURA	1.051.737
Badajoz	666.265
Cáceres	385.472
COM. MADRID	6.825.005



## Indicadores económicos 2021

€

	Renta media hogar	Renta media pers.	Gasto medio hogar
CASTILLA Y LEÓN	28.890	12.656	27.172
EXTREMADURA	22.947	9.500	24.827
COM. MADRID	37.687	14.836	34.326
ESPAÑA	30.552	12.269	29.244

## Gasto medio en sanidad 2021

	Por hogar (€)	Variación 2020/2021 (%)	Por persona (€)	Variación 2019/2020 (%)
CASTILLA Y LEÓN	1.162,84	24,5	510,57	25
EXTREMADURA	995,37	23,3	413,12	23,9
COM. MADRID	1.477,22	26,4	582,73	25,9
ESPAÑA	1.100,96	-4,5	402,23	-4,5



## Colegiados por 100.000 habitantes

	2021	2016
CASTILLA Y LEÓN	36,1	32,86
EXTREMADURA	30,75	26,94
COM. MADRID	49,33	45,47
ESPAÑA	39,64	36,29

## Establecimientos ópticos

	Habitantes por establecimiento	Habitantes por ópticos optometrista
CASTILLA Y LEÓN	5.604	2.769
EXTREMADURA	4.514	3.246
COM. MADRID	4.974	2.048



## Facturación sector óptico Mercado total en €

	2021	2020
CASTILLA Y LEÓN	100.991.317	83.907.953
EXTREMADURA	40.396.527	33.563.181
COM. MADRID	255.232.602	212.058.282
ESPAÑA	1.836.205.771	1.525.599.151

## Facturación sector óptico Productos y servicios 2021 €

	Productos	Servicios
CASTILLA Y LEÓN	94.426.881	6.564.436
EXTREMADURA	37.770.753	2.625.774
COM. MADRID	238.642.483	16.590.119
ESPAÑA	1.716.800.000	119.400.000

## Número de ópticos optometristas

	2021	2026
<b>CASTILLA Y LEÓN</b>	<b>823</b>	<b>803</b>
Ávila	50	52
Burgos	114	110
León	132	126
Palencia	51	45
Salamanca	109	105
Segovia	55	57
Soria	24	25
Valladolid	249	244
Zamora	39	39
<b>EXTREMADURA</b>	<b>313</b>	<b>292</b>
Badajoz	190	179
Cáceres	123	113
<b>COM. MADRID</b>	<b>3.079</b>	<b>2.939</b>

## Facturación según establecimiento 2021 €

	Grupos de compra	Cadenas y franquicias	Independientes	Total
CASTILLA Y LEÓN	48.920.194	39.517.902	12.553.221	100.991.317
EXTREMADURA	19.568.078	15.807.161	5.021.288	40.396.527
COM. MADRID	123.634.672	99.872.517	31.725.413	255.232.602



## Limitaciones para ver

	Alguna dificultad	Mucha dificultad	No puedo ver
CASTILLA Y LEÓN	264,2	593,1	46,1
EXTREMADURA	67,6	35,6	5,8
COM. MADRID	491,1	9,1	2,2
ESPAÑA	4.132	67,7	5,5

## Limitaciones para oír

	Alguna dificultad	Mucha dificultad	No puedo oír
CASTILLA Y LEÓN	334,3	130,5	12,2
EXTREMADURA	98,6	26,3	6,2
COM. MADRID	606,4	131,7	23,9
ESPAÑA	4.449,50	1.222,50	188

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

ticular en las comunidades de Madrid, Castilla y León y Extremadura cómo ha sido la evolución de estas y otras magnitudes del sector tras la Covid.

### **Una visión global**

A nivel global español en 2021, el sector de la óptica alcanzó una cifra de negocio de 1.836,2 millones de euros, un 20,3% más en términos interanuales. Y, aunque los ingresos se mantuvieron ligeramente por debajo de los obtenidos en 2019 (1.861,8 millones de euros), el salto adelante es más que evidente.

El Libro Blanco del Sector Óptico en España refleja que las lentes oftálmicas son la unidad de negocio que más ha crecido, al registrar un alza del 16,4% frente a 2020, hasta alcanzar los 130 millones de euros. El 33,9% de las lentes vendidas en España es progresiva; el 65,7% es monofocal, mientras que el 0,5% en bifocal.

Las gafas graduadas, por su parte, han generado a la distribución de óptica una cifra de negocio de 360 millones de euros, lo que significa un crecimiento interanual del 21,1%. La tendencia tiene una relación directa con el aumento en la venta de unidades, que superó el techo de los 4,1 millones, frente a los 3,5 millones de 2020, según los datos hechos públicos por el Libro Blanco del sector.

En este contexto, los datos del Libro Blanco reflejan que el precio medio de las monturas para gafas se ha incrementado en 3,44 euros en 2021, aunque siguen por debajo de los tiempos de antes de la pandemia (88,07 euros).

De hecho, Uno de los segmentos de negocio más prometedores para el sector es el de las lentes de contacto que, en la actualidad, gozan de mejor salud que nunca.

El Libro Blanco se refiere a las lentillas como un segmento que crece año tras año, gracias a la incorporación de nuevos usuarios. Así, las lentes de contacto generaron un volumen de negocio de 256 millones de euros en 2021, lo que representa un incremento del 26,62% frente a 2020.

Por otra parte y para complementar los datos del Libro Blanco, en opinión del Observatorio Sectorial DBK de INFORMA (filial de Cesce), uno de los proveedores de Información Comercial, Financiera, Sectorial y de Marketing en España y Portugal, el valor de las ventas de los establecimientos minoristas de productos ópticos registró un notable crecimiento en 2021.

Esta progresión positiva estuvo motivada por la progresiva eliminación de las medidas de distanciamiento social impuestas en 2020 para hacer frente a la crisis sanitaria y por el repunte del consumo privado.

De este modo, el valor del mercado se situó en 2.500 millones de euros, un 13,6% más que en 2020, año en el que había caído un 16%.

Las cadenas de ópticas, considerando como tales las redes que agrupan bajo una misma enseña de marca a varios establecimientos, ya estén asociadas o no a grupos de compra -tal y como se refleja en la estadística-, registraron un aumento del 15% en sus ingresos, lo que supuso alcanzar la cifra de 1.230 millones de euros.

Por su parte, las ópticas asociadas a grupos de compra, que habían resistido mejor a la caída del mercado en 2020 gracias, en parte, al aumento del número de establecimientos asociados a este tipo de organizaciones, registraron en 2021 un crecimiento del 6,7% en las ventas, las cuales se situaron en 1.360 millones de euros.

### **Crecimientos en todos los productos**

Todos los tipos de producto experimentaron fuertes crecimientos, destacando especialmente el segmento de gafas de sol (+32,6% en 2021), muy penalizado en 2020 por la caída de la demanda ante el retroceso del consumo privado.

El resto de productos contabilizaron aumentos del 10-15%. El segmento de lentes oftálmicas, con un valor de 1.155 millones de euros, representó el 46% del mercado total.

El sector óptico español en su conjunto presenta buenas perspectivas para los próximos años ante la creciente necesidad de la población de elementos compensadores de la visión. No obstante, a corto plazo el ritmo de crecimiento de las ventas se verá limitado por el progresivo deterioro de la coyuntura económica, esperándose tasas de crecimiento situadas en el entorno del 3-4% en el bienio 2022-2023.

La oferta de establecimientos de óptica estaba compuesta a finales de 2021 por unas 9.800 ópticas, cifra que registra una tendencia a la baja desde marzo de 2020, impactada por el descenso de la demanda y la pérdida de rentabilidad derivados de la crisis sanitaria.

Los principales grupos de compra y cadenas mantienen una posición destacada en el sector, reuniendo los cinco primeros una cuota conjunta de mercado del 46,8%, mientras que los diez primeros alcanzaron el 66,6%.

### **Madrid**

En cuanto a la Comunidad de Madrid, el año 2021 obtuvo una facturación de 255,23 millones de euros, un aumento de unos 40 millones respecto de 2020, cuando se lograron 212 millones de euros. Esta diferencia al alza demuestra la recuperación en cuanto a la cifra de negocio, según los datos recopilados por el INE.

En cuanto a la facturación según establecimiento, en la Comunidad de Madrid se facturaron 123 millones por grupos de compra; 99 millones por cadenas y franquicias y más de 31 mi-

**EN CUANTO A LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR  
EN EXTREMADURA TRAS LA PANDEMIA,  
LA FACTURACIÓN ASCENDIÓ HASTA  
LOS 40,4 MILLONES DE EUROS**

lones de euros por otros negocios vinculados al sector óptico considerados como independientes. En cuanto al número de colegiados en esta comunidad, en 2021 ascendió a 3.333 por un total de 1.372 ópticas. El número de ópticos optometristas se vio incrementado entre 2021 y 2020 pasando de los 2.939 a los 3.333.

## Castilla y León

En Castilla y León las magnitudes del sector entre los dos ejercicios también refleja un incremento tras el inicio de la pandemia. Así, a finales de 2021 el conjunto del negocio de las ópticas alcanzó una facturación de 100,99 millones de euros, unos 17 millones más respecto de los 83,9 millones de euros ingresados a finales del primer año de Covid.

La facturación por establecimiento también se incrementó para representar más de 48 millones en los grupos de compra; más de 39 millones entre las cadenas y franquiciados del sector óptico castellanoleonés y más 12 millones de euros entre los establecimientos independientes.

Cabe destacar que en los últimos meses del año pasado y comienzos de 2023, el Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas ha reclamado la incorporación de esta institución colegial al SACYL -sistema público de salud de Castilla y León-.

De hecho, en una intervención pública, Luis Ángel Merino, decano de COOCYL, denuncia que en otras comunidades sí están incluidos en el sistema de salud pública.

Asegura que pese a ser un sector con una gran empleabilidad y sueldos *"acordes a la situación económica actual"*, en los próximos años se enfrentan a una gran escasez de personal debido principalmente a dos factores: la elevada edad de los actuales trabajadores y la falta de nuevos profesionales.

Según este Colegio, las cifras de los profesionales ópticos en Castilla y León son "preocupantes", ya que entre el 30 y el 40% de sus profesionales tienen previsto jubilarse en los próximos años, *"actualmente tenemos a personal trabajando incluso con 80 años"*.

El presidente de esta institución atribuye esta escasez de nuevos profesionales en la comunidad a que no resultan atractivas las salidas, precisamente, por no poder incorporarse al SACYL. Explica que la eficacia de su incorporación a la sanidad pública ya se ha visto en otras comunidades y con ella conseguirían diversificar más la oferta laboral del sector, convirtiéndolo en una opción más llamativa para los jóvenes. Actualmente en la comunidad el 90% de los profesionales se encuentra trabajando exclusivamente en ópticas, cifras que *"se reducirían como mínimo un 5% si pudiéramos acceder a la sanidad pública"*.

## Extremadura

En cuanto a la evolución del sector en Extremadura tras la pandemia, la facturación entre 2021 y 2020 pasó de los 33,56 millones de euros a los 40,39 millones de euros. Lo que, siguiendo los pasos de la Comunidad de Madrid y de Castilla y León, también se confirma la recuperación económica tras la pandemia.

En lo que se refiere a la facturación por tipo de establecimiento, los grupos de compra ingresaron a finales de 2021, un total de 19,56 millones de euros; las cadenas y franquicias, más de 15 millones y los negocios independientes poco más de 5 millones de euros. En ese año el número de colegiados ascendió hasta los 324 profesionales y el número de ópticas llegó a las 233.

También se vio aumentado el número de colegiados por cada 100.000 habitantes en esta región pasando de los 26,94 en 2016 a los 30,75 a finales de 2021. ■



**ACTUALMENTE EN CASTILLA Y LEÓN  
EL 90% DE LOS PROFESIONALES  
SE ENCUENTRA TRABAJANDO  
EXCLUSIVAMENTE EN ÓPTICAS**

**Luis Ángel Merino, decano del Colegio Oficial de Ópticos-Optometristas de Castilla y León**



# “Para que el futuro no nos coja desprevenidos, la formación es clave”

**LA SALUD VISUAL DE CASTILLA Y LEÓN ESTÁ CONTROLADA, EN GRAN MEDIDA, POR LAS ÓPTICAS. DE HECHO, MÁS DE UN 60% DE LOS PACIENTES QUE REVISAN SU VISTA OPTAN, COMO PRIMERA OPCIÓN, POR ACUDIR A UN PROFESIONAL ÓPTICO OPTOMETRISTA. AÑO TRAS AÑO, ESTE PORCENTAJE SE INCREMENTA, AUNQUE DESDE EL COLEGIO OFICIAL DE LA REGIÓN RECUERDAN QUE SU INCORPORACIÓN EN LA ATENCIÓN PRIMARIA OFRECERÍA MAYOR ESPECIALIZACIÓN, MÁS RAPIDEZ EN EL DIAGNÓSTICO Y MEJOR ACCESIBILIDAD.**

Castilla y León tiene una población algo más envejecida que la de otras comunidades autónomas, lo que hace de mayor importancia, si cabe, que los pacientes dispongan de un acceso lo más rápido posible al profesional de la salud visual. Esta accesibilidad del paciente está asegurada gracias a *“una red de ópticas de más de 540 centros sanitarios de óptica, que dan servicio de calidad y proximidad a la población de Castilla y León”*, explica **Luis Ángel Merino**, decano del Colegio Oficial de Ópticos-Optometristas de Castilla y León (COOCYL). A esta red, Merino añade la labor que se hace desde las clínicas oftalmológicas privadas, aunque matiza que en éstas el óptico optometrista *“aún no está presente y es algo inexplicable e injustificable”*.

Para el decano del COOCYL ya no sirven excusas de que el paciente puede acudir a una óptica a revisar su salud visual, *“pues esa misma justificación serviría para que todos los servicios que se ofrezcan a pie de calle”*. Por eso, un colegio como el COOCYL tiene clara la triple función que debe realizar. Por una parte la relación con las instituciones. *“En este caso, seguiremos reclamando nuestra inclusión en el SACYL, algo que llevamos años años luchando, pero nos hemos encontrado con un muro”*, comenta Luis Ángel Merino. Y, en realidad, la incorporación

de los ópticos optometristas a la Atención Primaria implicaría *“mejor accesibilidad, más rapidez en el diagnóstico y en el tratamiento, mayor especialización de los servicios de atención visual, etc.”*, considera.

La segunda misión del colegio que encabeza es la de hacer evolucionar a la profesión y al profesional y, en este ámbito, *“no podemos ni debemos olvidarnos de la formación, la piedra angular de cualquier profesión que quiere evolucionar”*, puntualiza. Para Merino, *“cada vez se hacen más necesarios, para que el futuro no nos coja desprevenidos, temas como las nuevas tecnologías y soluciones optométricas, como la teleoptometría, lentes de contacto diagnósticas o terapéuticas, etc.”* En este colegio regional llevan a cabo tanto formación presencial como online. *“Apostamos decididamente por la presencial pues se consiguen varios objetivos como la formación en temas específicos, la relación entre compañeros, la experiencia de colectivo, la transmisión de conocimientos..., pero no nos olvidamos de la formación online donde este año, por ejemplo, hemos firmado un acuerdo de colaboración con el Colegio de Ópticos-Optometristas de la Comunidad Valenciana”*, adelanta.

Finalmente, el tercer reto que marcará el ejercicio de este 2023 en el Colegio de Ópticos-Optometristas de Castilla y

## ¿Gafas o lentes de contacto?

Ambas opciones -gafas o lentes de contacto- son igual de válidas para tratar determinadas patologías oculares. Para el decano del COOCYL, se debe priorizar el uso razonable de la lente de contacto alternando con las gafas cuando corresponda y siempre según la indicación del óptico optometrista. Y es que, Merino recuerda, *“la opción más adecuada la decidirá el profesional según las necesidades del paciente”*. Además, es importante tomar conciencia de que en determinadas situaciones optométricas puede ser mejor una opción que la otra.

En este sentido, la responsabilidad y obligación del óptico optometrista es *“recomendar la mejor opción y la compatibilidad de las lentillas y gafas para poder disfrutar de lo mejor de ambas alternativas”*. Un aspecto que cobra vital importancia en primavera, cuando las alergias afectan a muchas personas. En estos meses, *“debemos recomendar la protección de los ojos con gafas de sol o graduadas, el uso responsable de las lentes de contacto; evitar la causa de la alergia, la ventilación controlada de las estancias, una correcta limpieza de manos, no frotarse los ojos, y el uso de lágrimas artificiales o de antihistamínicos”*.

León es la relación con la sociedad. Merino explica al respecto que es importante dar visibilidad a su colectivo y, para ello, desde el Consejo General y los colegios autonómicos lanzan campañas de formación, concienciación y reconocimiento.

### Los problemas más comunes

Durante el año pasado se detectó un aumento del 9% de los problemas oculares en España. *“Naturalmente, la pandemia de la Covid-19 tuvo mucho que ver debido al retaso en la atención de los diferentes SNS autonómicos y el miedo de los pacientes a exponerse al virus”*, opina el decano del COOCYL. Actualmente, patologías como el glaucoma (que como enfermedad silenciosa no es percibida por el paciente), la diabetes (con las graves implicaciones que presenta en retina) y la DMAE son las tres patologías más prevalentes en las personas mayores, a las que se suman las cataratas que también tienen una altísima prevalencia.

Luis Ángel Merino recuerda, asimismo, que no hay que olvidarse de *“anomalías visuales tan importantes como la detección rápida de los problemas binoculares en niños, el control de la miopía..., que sin ser patologías deben ser tratadas lo antes posible”*. Además, el sector cuenta con la ayuda de la ciencia que avanza sin temor y donde el papel de las tecnologías juegan un papel determinante. Así, por ejemplo, hoy día ya se puede ralentizar la progresión de la miopía. También la presbicia y su tratamiento se han visto transformados con los avances en soluciones optométricas. *“A nivel de lentes, tanto oftálmicas*

*como de contacto, el avance que ha supuesto y sigue suponiendo la aparición de nuevas geometrías y opciones de lentes, han cambiado radicalmente la percepción del paciente con presbicia”*, argumenta. Y añade que, la presbicia era, anteriormente, *“un problema que limitaba la actividad diaria”*, mientras que hoy en día *“tenemos soluciones válidas, cómodas y efectivas para resolverla, lo que se traduce en una buena visión y comodidad para nuestros pacientes”*.

Otro aspecto a tener en cuenta es el peso de la herencia en las disfunciones visuales refractivas binoculares y en las patologías oculares o de vías ópticas. A nivel visual, los padres transmiten desde la predisposición a ametropías como la miopía, donde la herencia juega un papel importante aunque no único -y ya hay autores que hablan de diferentes genes involucrados-, a patologías oculares como distrofias corneales y retinianas, glaucoma, albinismo, daltonismo, cataratas congénitas, etc. En cuanto a las prevalencias son de lo más variado y, por poner un ejemplo, *“en el caso de la miopía hay expertos que ya hablan de más del 20% de la población mundial que tiene miopía, siendo escandalosa en zonas asiáticas donde está por encima del 80%”*, contesta Merino. En el resto de las patologías y disfunciones refractivas heredadas, añade que la prevalencia es bastante más baja.

Igualmente, es importante poner el foco en cada una de las etapas vitales de la población. En este sentido, el embarazo supone variaciones del estado metabólico y hormonal muy potentes en las mujeres. Visualmente, Merino, habla del síntoma más común que es el ojo seco. Recomienda, en estos casos, lágrimas artificiales y una alimentación rica en ácidos grasos insaturados. Por otra parte, se pueden producir alteraciones de la visión provocados por la retención de líquidos típicos durante el embarazo y la lactancia. *“En la mayoría de los casos, es reversible y no cambia la graduación, pero hay que estar en guardia, sobre todo en las miopías magnas”*, recuerda. En este momento vital de la mujer también es importante el control de la glucemia y la tensión arterial de la gestante, *“para prevenir la diabetes gestacional que puede provocar problemas en retina o la retinopatía hipertensiva”*.

En niños con antecedentes familiares de ojo vago, anisometropías, estrábicos, prematuros o niños con cataratas congénitas, *“hay que revisar la vista lo antes posible”*. Sino, generalmente, sobre los 3 - 4 años es una buena edad para empezar a revisar la visión de un niño. Luego, con la llegada de la adolescencia, hay que remarcar el *“uso razonable de los dispositivos digitales, cuidando entornos, distancias y descansos, pues en ello va la salud de los jóvenes”*. Y las mismas recomendaciones son las habituales en los adultos. *“Exámenes según las indicaciones de los especialistas, que lógicamente marcaran las pautas de seguimiento y las indicaciones terapéuticas u optométricas que correspondan según la patología, ametropía o compensación optométrica que el paciente tenga”*, explica Merino. En cuanto a las enfermedades, cualquier patología detectada en estadios iniciales o de forma predictiva, *“tendrá una evolución más controlada tomando las decisiones adecuadas lo antes posible”*. ■



Descubre la experiencia SENSITY, las lentes inteligentes que reaccionan a la luz en cada momento.

**¿Aún no las has probado?**



Azul



Verde



Marrón



Gris

**SENSITY 2 . AHORA, CON NUEVO COLOR OCEANIC BLUE**

Ricardo Fernández Carmena, presidente de la Primera Delegación Regional del Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas – Madrid, Extremadura y Castilla-La Mancha

# “La prevención ayuda a enfrentarse al deterioro natural en las mejores condiciones posibles”

CON LOS NUEVOS HÁBITOS TRAS LA PANDEMIA DE LA COVID-19, EL NÚMERO DE PERSONAS QUE DICE TENER PROBLEMAS VISUALES, SEGÚN EL ÚLTIMO LIBRO BLANCO DE LA VISIÓN, HA AUMENTADO UN 10%. DESDE LA PRIMERA DELEGACIÓN REGIONAL DEL COLEGIO NACIONAL DE ÓPTICOS-OPTOMETRISTAS SE TRABAJA PARA QUE LA SALUD VISUAL DE LOS EXTREMEÑOS RECIBA LA CORRECTA ATENCIÓN PROFESIONAL.



La presencia del óptico optometrista en la Sanidad Pública es una reivindicación constante del Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas desde hace muchísimos años, y que se ha ido consiguiendo. “Ya estamos presentes en muchos hospitales públicos y hemos demostrado que nuestra labor es positiva para la salud visual de toda la población en particular, y para la Sanidad Pública en general”, analiza **Ricardo Fernández**, presidente de la Primera Delegación Regional del Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas (CNOO). El representante de esta primera delegación -que engloba no solo Extremadura, sino también Madrid y Castilla-La Mancha- destaca que, además, “nuestra presencia disminuiría las listas de espera en los servicios de oftalmología y ofrecería una respuesta integral a la salud visual de los usuarios”.

En este sentido, existe ya la categoría estatutaria de Óptico-Optometrista en el ámbito de Servicio Extremeño de Salud, que se creó por Orden de la Consejería de Sanidad y Servicios Sociales de Extremadura el pasado 25 de marzo de 2021. “Hoy,

se encuentran incorporados ópticos optometristas en hospitales públicos de Cáceres y Badajoz”, se enorgullece Fernández.

Como profesión sanitaria que es, el avance en la óptica y la optometría no solo es positivo sino inevitable. El presidente de la primera delegación destaca algunos aspectos que hacen que este avance sea progresivo: los avances tecnológicos, los cada vez más exhaustivos trabajos científicos, la relación con otros profesionales sanitarios, el aumento de la formación universitaria de los futuros profesionales y la formación continua que desde el CNOO se ofrece a los ya profesionales en activo, entre otros. Según Ricardo Fernández, *“este crecimiento profesional es el que hace posible que cada vez estemos más presentes en distintos ámbitos profesionales como en establecimientos de óptica, clínicas, sanidad pública, investigación, educación, etc.”*. Pero no solo eso, también añade que esta profesión está presente también en *“más aspectos de la salud visual como la baja visión, la visión infantil y geriátrica, el deporte, la protección laboral o la terapia visual”*.

### Aumento de los problemas visuales

El exceso de trabajo en cerca, el abuso de pantallas o la ausencia de actividades al aire libre conllevan un cansancio visual y, en muchos casos, según Fernández esto se traduce un aumento de la miopía. De hecho, este problema ha aumentado un 10% desde 2020, según el Estudio de la Visión en España 2022. La miopía es ya, después de la presbicia -que padece el 42% de la población- la segunda afección más frecuente, y afecta al 39% de la población, sobre todo en los jóvenes de entre 18 y 24 años, donde un 57% la padece.

Fernández recuerda, en este contexto, que una de las principales funciones sanitarias del óptico optometrista es, en su ámbito competencial, *“desarrollar actividades dirigidas a la prevención e higiene visual”*. Es decir, ofrecer consejos de distancia, la necesidad de un descanso visual y del parpadeo, recomendar ejercicios de terapia visual, etc. para *“minimizar el estrés de nuestro sistema visual y mejorar la eficacia de nuestra visión”*.

Actualmente, la miopía es uno de los defectos refractivos más frecuentes, pero lo más preocupante, para el presidente de la primera delegación del CNOO, es el incremento de esa miopía a lo largo de la vida. La buena noticia es que *“hay muchos tratamientos que se usan para disminuir ese crecimiento de la miopía, comúnmente llamados de control de miopía”*. Algunos de estos son farmacológicos y deben ser recetados por los oftalmólogos; otros muchos son optométricos y cada vez hay más evidencias de su eficacia. Entre estos últimos, Ricardo Fernández destaca la ortoqueratología y el uso de lentes de contacto y lentes oftálmicas con desenfoque periférico, por ejemplo.

Más allá de la miopía, se dan casos de otros defectos refractivos como la presbicia, la hipermetropía, el astigmatismo o las disfunciones binoculares que se compensan a través de procedimientos optométricos y que son tratados por los ópticos optometristas.

*“No es bueno generalizar, pero hay defectos refractivos que son más comunes en algunas etapas vitales”*, comenta Fernández, quien añade además que *“en la infancia hay más hipermetropías y según se crece aumenta la miopía especialmente en la*

*adolescencia”*. Por su parte, el astigmatismo suele estar presente toda la vida y la presbicia aparece a partir de los 40 años. Esta última es la pérdida progresiva de la capacidad de los ojos para enfocar objetos cercanos. Así, la presbicia es una parte natural del envejecimiento. En cuanto a las enfermedades relacionadas con la vista, la mayoría aumenta su presencia según la edad. Aquí, el presidente de la primera delegación regional del CNOO recomienda medir la tensión ocular una vez al año después de los 50 (o antes si hay antecedentes familiares) y recuerda que las cataratas suelen presentarse después de los 60. Las cataratas hacen que el cristalino se nuble y la persona percibe las imágenes como si las viera a través de un cristal empañado. En cualquier caso, Ricardo Fernández alude que es recomendable una revisión optométrica anual en cualquier momento de la vida.

Y es que, en materia sanitaria, la prevención es fundamental y *“puede ayudarnos a enfrentarnos al deterioro natural debido al paso del tiempo en las mejores condiciones posibles”*. Es más, también existen rutinas para ‘entrenar la visión’, o lo que es lo mismo, para aprender a hacer un uso correcto de la vista. Entra en juego, de nuevo, la higiene visual y la revisión anual con el óptico optometrista para valorar que todo evoluciona sin problemas. Además, *“algunos problemas binoculares pueden mejorar o resolverse mediante la terapia visual”*.

Por otro lado, entrenar la visión en el caso de la salud visual deportiva también es posible y, con este tipo de entrenamiento, *“se pueden mejorar habilidades visuales específicas”*. De hecho, más allá de mejorar la capacidad de enfoque y la visión binocular, los deportistas pueden aumentar su agudeza visual dinámica, mejorar el tiempo de reacción visual o la coordinación ojo-mano/pie. ■

## Alergias primaverales

En primavera, se incrementan los casos de alergias y estas pueden afectar a los ojos. La alergia ocular afecta generalmente a la conjuntiva, por lo que también es conocida como conjuntivitis alérgica, y aumenta en su forma estacional con la aparición de alérgenos propios de la primavera como el polen o las esporas de moho.

Por eso, como norma general, los expertos recomiendan mantener una buena hidratación mediante lágrimas artificiales, a ser posible, sin conservantes, y no olvidar una buena protección mediante unos adecuados lentes de sol. Para los usuarios de lentes de contacto, es importante conocer el uso de la mejor lente en cada caso.

Finalmente, para conseguir una buena salud ocular y evitar las alergias primaverales, es importante cumplir con las revisiones para verificar la buena adaptación o el uso de lentes desechables diarias. *“Las personas alérgicas deben ante todo visitar a su alergólogo que les dará las pautas adecuadas dependiendo del problema que tenga el paciente”*, resume Ricardo Fernández.

# Cinco claves para crear un equipo eficiente y feliz

**LA FELICIDAD EN EL TRABAJO ES ESENCIAL PARA EL ÉXITO DE UN EQUIPO. ES IMPORTANTE QUE LAS EMPRESAS FOMENTEN UN AMBIENTE DE TRABAJO POSITIVO Y COLABORATIVO PARA AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD Y LA INNOVACIÓN, Y MANTENER UN EQUIPO COMPROMETIDO Y LEAL.**

**H**e aprendido que un equipo eficiente y feliz es clave para el éxito de cualquier empresa o proyecto. Un equipo comprometido y motivado puede superar desafíos y alcanzar objetivos que pueden parecer imposibles. Sin embargo, construir y mantener un equipo así no es tarea fácil. A continuación, comparto cinco claves que he aprendido en mi experiencia para crear un equipo eficiente y feliz.

## 1 Semáforo de la felicidad

Con mi equipo hacemos muchas actividades para mejorar la felicidad general de la empresa. Desde estancias en la montaña hasta formaciones internas, pasando por cosas tan simples como dar autonomía y felicitar los logros. Pero, seamos sinceros, ¿de qué sirve hacer todo esto si no tenemos ni idea de si realmente todos estos incentivos aportan felicidad? De aquí la importancia de medir la felicidad: debemos considerar que esta es una métrica más de la compañía y que debemos analizarla semana tras semana.

Por ello, tratamos de medir el nivel de felicidad de todo el equipo de forma continuada. Una vez a la semana, los lunes, nos reunimos por áreas de trabajo y, en esta reunión, se deben responder cuatro preguntas: decir una palabra que defina la semana anterior, contar una buena noticia, poner en acción

los valores de la empresa a partir de los logros de nuestros compañeros de empresa (por ejemplo, dar un “admire” a un compañero por haberme ayudado con una propuesta para clientes) y, por último, darle un color a nuestro semáforo de la felicidad de la semana anterior. Rojo significa que todo debe pararse porque hay un problema importante y/o preocupante, por lo que será prioritario intentar buscar una solución o, al menos, dar apoyo a la persona afectada; ámbar significa que algo está generando fricción en el equipo, si es algo que se repite durante varias semanas se deberá poner atención y buscar una solución; verde es que la persona está contenta, y superverde es que la semana anterior ha sido excepcional a nivel profesional y/o personal.

Entre todos intentamos esclarecer los motivos que nos han llevado a estar más o menos contentos y vemos si se puede hacer alguna cosa para que la nueva semana que entra sea mucho más feliz que la anterior.

## 2 Ritmo de reuniones consistente y dinámico

La planificación efectiva de reuniones en una organización es fundamental para garantizar la eficiencia y productividad del equipo. Una forma en la que las empresas pueden lograr esto es a través de las reuniones diarias (*dailies*), semanales (*weeklies*) y trimestrales.



Las reuniones diarias son ideales para mantener un alto nivel de comunicación y colaboración en el equipo, ya que se llevan a cabo de manera regular y corta, permitiendo discutir temas urgentes y actualizar al equipo sobre el progreso del trabajo diario. Además, estas reuniones también pueden ser utilizadas para resolver problemas y asegurar que el equipo esté en la misma página.

Por otro lado, las reuniones semanales son una excelente oportunidad para revisar el progreso semanal del equipo y el proyecto. En estas reuniones se pueden discutir temas más amplios, como el desempeño del equipo, problemas a medio y largo plazo, metas y objetivos y estrategias a futuro. Asimismo, las reuniones semanales también pueden ser utilizadas para alinear al equipo con los objetivos de la empresa a nivel superior.

Además de establecer un horario regular para las reuniones diarias y semanales, es importante asegurarse de que las mismas sean altamente eficientes. Esto se logra mediante una buena preparación previa, una lista de temas a discutir y un plan de acción.

Por último, las reuniones trimestrales son ideales para evaluar el progreso mensual, trimestral y a largo plazo, para así planificar el futuro inmediato del equipo y los proyectos. Se discuten temas como los resultados financieros, las metas alcanzadas, los problemas encontrados y las oportunidades de mejora. Es importante que estas reuniones estén presididas por un líder o un equipo de liderazgo y que sean altamente estructuradas para obtener el máximo beneficio.

### **3 Para todas las tareas que sea posible, ofrecer flexibilidad horaria y trabajo**

Daniel Pink, en su libro *'Drive'*, argumenta que la flexibilidad horaria y el teletrabajo son importantes porque ayudan a aumentar la autonomía, la competencia y la relación entre el empleado y el trabajo.

La autonomía se refiere a la capacidad de los profesionales de tener control sobre su tiempo y su trabajo. Cuando estos tienen flexibilidad horaria y teletrabajo pueden adaptar mejor su trabajo a sus necesidades personales y familiares, lo que se traduce en una mayor motivación y compromiso.

La competencia se refiere a la sensación de logro y satisfacción personal que se obtiene al alcanzar metas y superar desafíos. Con el teletrabajo y la flexibilidad horaria, los empleados pueden adaptar mejor su trabajo a su ritmo personal y estilo de aprendizaje, lo que aumenta la sensación de competencia y logro personal.

En cuanto a la relación entre persona y empresa, cuando las personas tienen la opción de trabajar desde casa o en horarios flexibles, les da la sensación de un mayor control de su tiempo y su vida, lo cual puede mejorar su bienestar y reduce el estrés. Es probable que esto también aumente la percepción de equidad y la vinculación a la empresa, ya que estas opciones no están limitadas a ciertos grupos o posiciones dentro de la compañía.

Así conseguimos un equipo más feliz, más motivado y, a la vez, más eficiente en sus objetivos profesionales.

### **4 Retiros o celebraciones**

Los retiros (o *retreats*) son una excelente manera de alejarse de las responsabilidades cotidianas y analizar el trabajo desde una perspectiva diferente. Esto puede permitirnos acceder a diferentes aspectos de nuestra mente y corazón y llevar nuestro trabajo a un nivel superior de manera efectiva.

Es importante asegurarnos de que el retiro sea valioso y no una pérdida de tiempo. Una forma de asegurarse este factor es teniendo los objetivos claros antes de planear el evento. Así, este será un éxito y se tendrá una idea clara de lo que se quiere conseguir con él. Sin embargo, si esto no se tiene claro, es recomendable hacerse preguntas y evaluar si realmente es necesario hacer un retiro tanto espiritual como laboral con el equipo. Un retiro no solo debe ser para temas de trabajo, sino que es bueno compaginarlo con actividades lúdicas. En nuestro caso hemos hecho rutas en bici, actividades de nieve, recorridos guiados en tirolina por la naturaleza, hemos ido a parques de atracciones, catas de vino, experiencias donde cocinar todos juntos, escape rooms y actividades de autoconocimiento. Todo con el objetivo de divertirnos y cohesionar el grupo.

Por otro lado, están las celebraciones para festejar los logros del equipo. No tienen por qué requerir de una gran inversión, simplemente deben ser momentos motivacionales y que busquen aportar felicidad. Estos eventos dan la oportunidad al equipo de sentirse valorado y apreciado por la empresa. Al organizar una celebración o un evento especial para el equipo, se le está enviando el mensaje de que son importantes para la empresa y que su trabajo es valorado. Pueden ser cenas, desayunos, ir al teatro, etcétera. Lo importante es parar el trabajo durante unas horas y celebrar con el equipo.

### **5 Foco en el conocimiento**

Necesitamos que las personas de nuestros equipos estén informadas de forma continua de todas las tendencias, novedades y leyes existentes. Para conseguir esto, la mejor herramienta es la formación continua. Puede ser reglada en centros oficiales o informal, a partir de comunicarse y aprender de otros profesionales o de los propios compañeros con formaciones internas.

La felicidad en el trabajo es esencial para el éxito de un equipo. El ejemplo de Apple, bajo el liderazgo de Steve Jobs, que promovió una mentalidad de "pensar diferente", es un recordatorio de que cuando el equipo está motivado y es feliz, puede lograr cosas increíbles. Es importante que las empresas fomenten un ambiente de trabajo positivo y colaborativo para aumentar la productividad y la innovación, y mantener un equipo comprometido y leal. En resumen, la felicidad en el trabajo es un factor clave para el éxito a largo plazo de una organización. ■

Autor: **David Tomás**,  
CEO y cofundador de Cyberclick



Demostrador digital  
de lentes

NOVEDAD

Aumenta el valor de tu  
encargo con la mejor  
herramienta de ventas



DISPONIBLE EN  
Google Play



Disponible en el  
App Store



¿Hablamos?

✉ [comercial@tematicasoftware.com](mailto:comercial@tematicasoftware.com)

🌐 [www.tematicasoftware.com](http://www.tematicasoftware.com)

Para más información  
[tematicasoftware.com](http://tematicasoftware.com)

 **tematica**

SIEMPRE AYUDANDO A LA ÓPTICA

# Salud visual: la importancia de aprender a preservarla

LA VISTA APORTA EL 80% DE LA INFORMACIÓN QUE UNA PERSONA RECIBE DE SU ENTORNO. POR ESO, ES CRUCIAL ASEGURAR SU BUENA SALUD. Y ES QUE ESTA ES LA QUE PERMITE APRENDER, MOVERSE, CONDUCIR, LEER... EN CADA ETAPA VITAL, ACTIVIDAD O ESTILO DE VIDA, SE DEBE PROTEGER LA VISIÓN DE MANERA ADECUADA.





La visión es la responsable de procesar entre el 80-90% de la información que una persona recibe a diario. A pesar de su importancia y repercusión, la ciudadanía todavía no le presta la atención que merece. Es habitual que las personas se preocupen de la salud visual sólo cuando experimentan algún trastorno.

Y esto puede ser un problema. Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), en el mundo, más de 2,2 millones de personas tienen una discapacidad visual o ceguera. Lo más alarmante es que, añade la entidad, al menos 1 millón de estos casos se podrían haber prevenido (o aún no han sido tratados). Entre las principales causas de una mala visión destacan los errores de refracción no corregidos y las cataratas y, según varios informes, la mayoría de población que los padece tiene más de 50 años.

En España, un informe de Clínica Baviera cifra en un 80% a los españoles con problemas visuales. Un 43% tiene presbicia; un 39%, miopía; el 38% padece astigmatismo y, finalmente, un 18% de los españoles son hipermétropes. La salud visual, por lo tanto, es la que debe asegurar el correcto funcionamiento de los ojos, nervios, músculos y cerebro, ya que todos intervienen en el proceso de la visión. Si todos ellos no funcionan correctamente, tanto el desarrollo como las habilidades y destrezas visuales pueden verse alterados. Y es que, aunque no es posible evitar la llegada de la mayoría de los defectos refractivos, sí es posible hacer pequeñas acciones que aseguren una mejor salud ocular.

Es decir, disponer de una buena salud visual va mucho más allá de tener una buena agudeza visual ("buena vista"). No proteger correctamente la salud visual puede llevar a, con el tiempo, perder la visión, no sólo la vista sino además acusar cansancio o fatiga visual, ojo seco e, incluso, desarrollar alguna enfermedad más grave que ponga en peligro el sistema visual.

En este sentido, gracias a los avances en el campo óptico, optométrico y oftalmológico, muchas disfunciones y patologías pueden prevenirse o tratarse más rápidamente. Por ejemplo, actualmente la cirugía indicada para eliminar una catarata se puede realizar desde el mismo momento en el que se diagnostica. Y es un gran paso, ya que, según la Organización Mundial de la Salud, al menos 65,2 millones de personas presentan cataratas, una enfermedad que produce una alteración en la visión debido a que el cristalino se va opacificando.

### Consejos para una buena salud visual

Los expertos recomiendan incorporar en el día a día algunas pautas sencillas que pueden evitar que, a la larga, los ojos sufran más de lo que debieran. Así, se aconseja evitar pasar muchas horas delante de las pantallas sin descansar la vista, por ejemplo, y se insiste en, una vez al año, realizarse una revisión de la vista completa. Desde la Sociedad Española de Oftalmología, apuntan que muchos problemas oculares graves no presentan síntomas hasta etapas muy avanzadas. En esos estadios, el tratamiento ya no es igual de eficaz. Es, por ello, que las revisiones visuales resultan imprescindibles, aunque no se tengan síntomas de problemas o dolor. Pese a su importancia,

solo el 65% de los españoles se revisa la visión de forma habitual, de acuerdo con el Estudio de la Visión en España 2022, elaborado por Clínica Baviera.

La higiene visual puede ayudar a prevenir muchas de estas enfermedades oculares y, para ello, se aconseja seguir una dieta saludable rica en vitaminas A, C, D y ácidos grasos omega 3. La vitamina A, concretamente, protege contra la ceguera nocturna y el adelgazamiento de la córnea. Es un ingrediente vital para la salud ocular. Por su parte, la falta de omega 3 o vitamina C puede provocar alteraciones del nervio óptico y el desarrollo de degeneración macular.

Hoy día, en un mundo hiperconectado y tecnológico, se corre el riesgo de pasar demasiadas horas frente a las pantallas. No descansar el ojo en esos momentos es una de las causas más comunes de fatiga visual. La regla 20-20-20 es clave para cuidar los ojos mientras se trabaja frente a un ordenador o se lee en un móvil. Se trata de hacer una pausa cada 20 minutos, de 20 segundos y enfocar un objeto que esté a 20 pies de distancia; es decir, a unos 6 metros. Así se puede prevenir el dolor de cabeza, el picor de ojos, el daño ocular y reducir, a su vez, el estrés visual.

También es importante a la hora de trabajar, y en casa, disponer de una buena iluminación que haga que los ojos no tengan que realizar un sobreesfuerzo. Por eso, los expertos recomiendan siempre que se pueda tener luz natural en las estancias.

Asimismo, es crucial para cuidar la visión descansar por las noches. Es la manera que tiene el cuerpo de que los ojos se recuperen de los daños acumulados de la jornada. Dentro de estos buenos hábitos saludables, también es importante reali-

## Rendimiento visual en la infancia

Es importante que padres y profesores tomen conciencia de la importancia de esta salud visual en los más pequeños. Para ello, el Consejo General de Ópticos-Optometristas ha editado su *'Guía práctica de la salud visual y 100 preguntas frecuentes sobre salud visual'*. En este documento se han recopilado más de 20 señales que deben poner en alerta a los adultos sobre posibles problemas en el rendimiento visual de los niños. Resolver el bajo rendimiento escolar pasa, según el Colegio, por la concienciación de padres, profesores y especialistas en la importancia de una detección precoz; un buen diseño de las aulas, atendiendo a consejos prácticos sobre ergonomía visual, y la visita de los niños de forma periódica al óptico optometrista u oftalmólogo. Algunos de los síntomas comunes en los menores con problemas visuales son que desvían un ojo o lo cierran, se distraen fácilmente, parpadean de manera frecuente, se acercan mucho al leer, se frotan los ojos o adoptan posturas asimétricas al escribir.

zar actividad física de manera regular, ya que contribuye a una menor probabilidad de desarrollar alguna enfermedad grave en la visión. Y es que el ejercicio y el deporte activan la microcirculación en todo el organismo.

Finalmente, los ópticos optometristas aconsejan, siempre que una persona note fatiga visual, usar lágrimas artificiales. Este producto emula las lágrimas humanas y ayuda a que los ojos se mantengan hidratados. También minimizan los efectos de la sequedad ocular. Con una o dos gotas en cada ojo es suficiente para conservar la humedad que necesitan, más es desperdiciar el lubricante porque cae fuera.

Paralelamente, para conservar los ojos en óptimas condiciones, es básico dejar atrás algunos malos hábitos como fumar. Fumar es tan malo para los ojos como para el resto del cuerpo. Actualmente, el tabaquismo es uno de los factores de riesgo principal para diversas enfermedades, incluyendo oftalmológicas. También es importante revisar, de vez en cuando, el maquillaje de ojos que se usa. El maquillaje pasado de su fecha de caducidad o de calidad deficiente puede originar reacciones alérgicas y procesos inflamatorios en los ojos. Es decir, un cosmético inadecuado llega a dañar los ojos.

Finalmente, si una persona quiere o debe usar lentes de contacto, es primordial que acuda a un centro sanitario a comprarlas. Muchas lentillas de venta libre puede causar daños oculares graves. ■

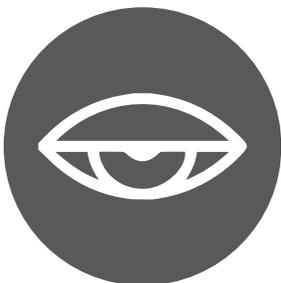
## Aumento de problemas visuales en el futuro

Por su parte, el Informe Mundial sobre Visión de la OMS también señala que el progresivo envejecimiento de la población, unido al aumento del uso de los aparatos eléctricos, constituirá un grave problema en las próximas décadas por el aumento de afecciones oculares, lo que supondrá un reto considerable para los sistemas de salud. A pesar de las medidas concertadas que se han adoptado en los últimos años en todo el mundo.

En ese sentido, el informe de la OMS también indica que, a pesar de haber alcanzado importantes logros en atención ocular en países en vías de desarrollo, lo fundamental es ofrecer un diagnóstico y un tratamiento oportunos para evitar la aparición de problemas visuales, así como su progresión. Su propuesta es un modelo asistencial al alcance de todos, a partir de la atención ocular integrada, incorporada en los sistemas de salud y basada en una buena atención primaria de salud.

### SÍNTOMAS DE UNA SALUD VISUAL DEFICIENTE

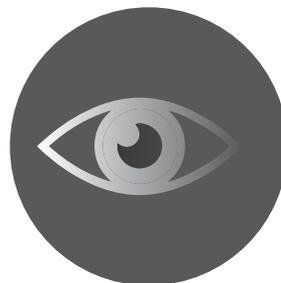
Vista cansada



Ojo seco



Visión borrosa



Miopía



Hipermetropía



Daltonismo



Ceguera nocturna



# Visión y aprendizaje: una relación esencial

**ALREDEDOR DE UN 15-30% DE LAS DIFICULTADES DE APRENDIZAJE QUE PRESENTAN LOS MENORES ESTÁ RELACIONADA CON UN PROBLEMA VISUAL. UN DATO MUY PREOCUPANTE, YA QUE EL 80% DEL APRENDIZAJE DE UN NIÑO EN EDAD ESCOLAR OCURRE A TRAVÉS DE LOS OJOS, POR LO QUE CLARAMENTE EL RENDIMIENTO EDUCATIVO VA A ESTAR VINCULADO ESTRECHAMENTE A UNA BUENA VISIÓN.**

**A**proximadamente el 80% de la información que llega al cerebro es visual. Es decir, el aprendizaje de un niño ocurre a través de sus ojos. Si ambos funcionan correctamente y el cerebro procesa sin problemas dicha información, el aprendizaje es más sencillo. En este sentido, hay estudios que ya corroboran que los niños y jóvenes con problemas de visión obtienen peores resultados académicos y sufren mayores posibilidades de ser excluidos en las escuelas. De hecho, entre un 15% y un 30% de los problemas de aprendizaje están vinculados a problemas visuales. Entre los obstáculos más comunes están la visión borrosa, los retardos en la adaptación a los cambios de distancia de enfoque, los problemas de coordinación, la falta de comprensión al leer, la inversión de letras o la dificultad para recordar lo que se ha visto o leído. Por lo tanto, dicho de otra manera: una buena visión mejora las oportunidades de educación en la población infantil. Pese a esta importante relación entre salud visual y desarrollo, la visión en el aprendizaje es todavía una gran desconocida.



## Aprender a ver

Son varias las razones por las que un niño o joven puede tener una visión deficiente. Algunos menores nacen con enfermedades oculares, otros desarrollan estos problemas más adelante y, en algunos casos, los niños no se han sometido a un examen visual y no están diagnosticados y, por lo tanto, tampoco son tratados.

La buena noticia es que se puede aprender a ver y muchas de estas dificultades pueden ser tratadas o compensadas. Los expertos recuerdan que es importante la psicoeducación, los cuidados de higiene visual y, sobre todo, los exámenes periódicos con el óptico optometrista. Los profesionales de la salud visual recomiendan una primera revisión exhaustiva alrededor de los dos años de edad si existen antecedentes de problemas visuales, y sino en torno a los tres años. Aunque, en realidad, a los bebés, en las revisiones pediátricas también se realizan exámenes visuales. Eso sí, estos exámenes son indispensables en las etapas escolares, especialmente cuando los pequeños empiezan a leer y escribir y a fijar más la vista. Pero, como la visión cambia durante todos estos años, es crucial revisarse la salud ocular y visual anualmente para detectar, cuanto antes, cualquier disfunción o patología. De esta manera, se pueden evitar posibles dificultades en el ámbito escolar, personal, familiar y social. La detección precoz y el tratamiento adecuado de las enfermedades o problemas visuales son muy importantes para que un pequeño tenga más probabilidades de éxito en su aprendizaje.

Y es que ver nítido a distancias lejanas, por ejemplo, es solo una de las habilidades necesarias para ver bien. Para leer, escribir o coordinar el ojo con la mano, se necesita mucho más. Para aprender es fundamental el movimiento y el buen funcionamiento del sistema visual y aquí entra en juego la agudeza visual que da información de cuánto esfuerzo se necesita hacer para ver claro o el control de los movimientos oculares. Los ópticos optometristas también evalúan la coordinación ocular, la habilidad de enfoque, la memoria visual, los conceptos direccionales o la reproducción de percepción visual de las formas. Todas estas habilidades, ligadas con los ojos y la visión, se relacionan estrechamente con el aprendizaje. Por lo tanto, si se alteran, pueden provocar problemas académicos.

## Signos de problemas oculares

El problema de visión más común en los niños en edad escolar es la visión borrosa o el error de refracción causado por la miopía, la hipermetropía y el astigmatismo, que provoca una visión borrosa.

Sin embargo, un niño que puede ver con claridad y tiene una visión de 20/20 aún puede tener un problema de visión relacionado con el enfoque de los ojos, su capacidad del seguimiento o su coordinación funcional. En realidad, las habilidades visuales necesarias para leer y aprender con éxito son mucho más complejas que la pura y dura agudeza visual. Los padres y/o tutores deben buscar algunos signos que pueden

indicar la presencia de problemas oculares y de visión en los bebés como el lagrimeo excesivo, que es síntoma de los conductos lagrimales bloqueados. También son señales de alguna deficiencia visual la sensibilidad extrema a la luz, los párpados rojos o el giro constante de los ojos. Y es vital estar atentos porque la visión empieza a desarrollarse cuando el niño nace y sigue desarrollándose hasta los seis o siete años de edad.

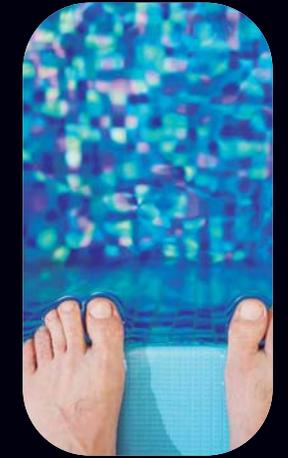
Con el paso de los años, en la etapa escolar de los seis a los 18 años, los síntomas de errores de visión son distintos. Aquí se debe estar atentos a quejas de fatiga, dolores de cabeza frecuentes, periodos de atención cortos o parpadeo frecuente de los ojos. En estas edades, es posible que un niño no crea tener un problema de visión porque piensa que la forma en que él ve es la forma en que todos ven. Cuando un niño no lee bien, inclina lateralmente la cabeza, se equivoca o inventa palabras o se acerca demasiado al libro o pantalla, seguramente tendrá algún problema funcional. Para solucionarlo, se usan gafas graduadas, lentes de contacto, terapia visual e, incluso, correcciones posturales. ■

## ¿Demasiado tiempo frente a pantallas?

El mayor uso y la mayor exposición a dispositivos electrónicos es uno de los factores que ha provocado que, en los últimos años, los casos de miopía entre la población infantil hayan aumentado exponencialmente. Por ejemplo, en Singapur, un 65% de alumnos de primaria son miopes. En Europa y Estados Unidos, alrededor de la mitad de los jóvenes padece miopía. En la década de los 70, solo era un 25%. Es decir, se ha doblado la cifra.

Algunos de los síntomas y molestias derivadas de una sobreexposición a las pantallas son los dolores de cabeza y de cuello, la fatiga ocular, los ojos secos o irritados y la irritabilidad y mal comportamiento. Cualquiera de estos signos puede, además, afectar al rendimiento escolar y a las relaciones sociales.

Para cuidar la visión de niños y jóvenes, es importante asegurar una correcta distancia de lectura o visión de libros o pantallas, hacer pausas al estar frente al ordenador o móvil y tener una buena iluminación. Los ópticos optometristas también aconsejan salir al aire libre o espacios abiertos para poder enfocar todas las distancias y controlar el uso de dispositivos electrónicos. Más naturaleza, y menos sedentarismo en casa frente a pantallas.



Descubre una web llena de consejos para llevar una vida saludable

# esVivir

esLujo

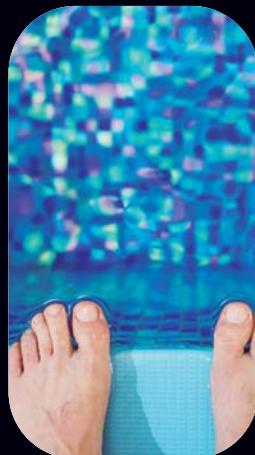
esSalud

esMujer

esTendencia

esVida

[esvivir.com](http://esvivir.com)



# ¿Qué son los exámenes optométricos y cuál es su función?

**LOS EXÁMENES VISUALES OPTOMÉTRICOS SE BASAN EN EL ESTUDIO DE LA VISIÓN DESDE LA VALORACIÓN, TRATAMIENTO Y SEGUIMIENTO DE LAS ALTERACIONES DEL SISTEMA VISUAL DESDE LAS PERSPECTIVAS ÓPTICA, FUNCIONAL Y ERGONÓMICA.**



Los españoles tienen claro, en una gran mayoría, que el sentido de la vista es el más importante e indispensable a la hora de disponer de una buena calidad de vida. Pese a eso, el cuidado de la salud ocular aún hoy es una asignatura pendiente y la sociedad no cuida de sus ojos tanto como debiera. Los ópticos optometristas, en este sentido, recomiendan a la población revisarse la visión a menudo. La razón es que, gracias a estas revisiones, se pueden evitar pequeñas deficiencias o molestias y corregir o compensar problemas de visión cuanto antes. Por lo tanto, estos exámenes de rutina juegan un papel preventivo clave en la pérdida visual y en la aparición de enfermedades oculares.

### **Un completo examen**

Una de las pruebas más comunes en estas visitas son los exámenes visuales clínicos optométricos, que evalúan diferentes capacidades visuales que hacen posible el desarrollo de la visión. Esta prueba comprueba la eficacia visual de la persona; es decir, la forma en la que utiliza sus ojos para captar la información visual. Es importante para prevenir la fatiga visual.

Por otro lado, también se analiza la salud ocular y se asegura que el paciente no requiere ningún tratamiento y que su superficie ocular es la correcta por si es necesario derivarlo al oftalmólogo.

También se estudia la agudeza visual que es la capacidad de las personas de discriminar detalles, lo que conocemos como "vista". Cuando esta agudeza no llega al 100% es probable, en ausencia de enfermedad ocular o de vías ópticas, que esa persona tenga algún defecto refractivo como hipermetropía, astigmatismo o presbicia.

Otro de los valores que el óptico optometrista analiza en estas pruebas es la visión binocular; o en otras palabras, la habilidad de coordinar de manera rápida y eficiente los dos ojos. Para ello, confirma la motilidad ocular o los movimientos de los ojos y la habilidad de relajar o juntar los ejes visuales para mantener el enfoque y la fusión estable de las imágenes monoculares. El estrabismo o el ojo vago son algunas de las disfunciones relacionadas con la binocularidad y pueden causar síntomas como el dolor de cabeza, la visión doble o la fatiga visual.

Finalmente, en los exámenes optométricos funcionales se pone el foco en la acomodación. Es decir, en los cambios de enfoque rápidos y en el esfuerzo que realiza el sistema visual para ver nítido a diferentes distancias.

**EN LOS NIÑOS Y NIÑAS, ES IMPORTANTE  
HACER LA PRIMERA REVISIÓN  
OPTOMÉTRICA A PARTIR DE  
LOS 3 O 4 AÑOS**

Más allá de estos exámenes de eficacia, existen otras pruebas perceptuales donde se interpreta como la persona reúne, almacena e integra la información que le llega a través de la vista. En este sentido, se realizan el test de memoria visual, el test de copia y memoria de figuras geométricas, el test de Piaget o el análisis de Wachs, entre otros.

Para realizar estas mediciones y evaluaciones, los profesionales usan diverso material e instrumental muy especializado que ofrece información exacta sobre el estado de la visión. Entre los más usados destaca la montura o gafa de prueba que, normalmente, es metálica y que se quitan y se ponen. Con ellas, los ópticos optometristas pueden introducir lentes de distintas potencias y simular cómo sería la visión final en el día a día del paciente.

Otro instrumento muy usado es el tonómetro con el que medir la presión intraocular, un valor que se aconseja controlar al menos una vez al año a partir de los 40 años. El retinoscopio, por su parte, es un aparato que mide la graduación del ojo a través de un haz de luz que permite dirigir una franja luminosa hacia el ojo observado por el especialista. El óptico optometrista medirá el poder refractivo del ojo interpretando la luz reflejada en la retina. Se trata de un método muy exacto para conocer la refracción y diagnosticar irregularidades en la córnea, cristalino, etc. Otros de los instrumentos ópticos más usados son el oftalmoscopio o el retinógrafo no midriático -que se utiliza para observar la retina-, el biomicroscopio, para observar el polo anterior; y el foróptero, que permite una mayor velocidad y precisión en los cambios de lentes, sirve para establecer la graduación más recomendada a cada persona.

### Revisión en todas las etapas

Este tipo de exámenes visuales es altamente recomendado en toda la población, desde los niños hasta las personas mayores. Que la niñez acuda a estas pruebas es todo un reto para el sector y eso que las cifras hablan por sí solas: la mayoría de disfunciones visuales diagnosticadas antes de los 7 años pueden ser tratadas. El sistema visual de los más pequeños está en

constante cambio y su desarrollo puede llegar a alterarse en algún momento provocando alguna anomalía refractiva como el astigmatismo o la miopía. También puede ocasionar anomalías funcionales como las alteraciones acomodativas o la limitación en la agudeza visual. Por eso, es importante detectar precozmente todos estos problemas. En los niños y niñas, es importante hacer la primera revisión optométrica a partir de los 3 o 4 años y, sobre todo, si los adultos tienen sospechas de mala visión, si el niño entrecierra los ojos para mirar, se los frota con frecuencia, se acerca mucho al leer o desvía uno o los dos ojos. Otros signos que refuerzan esta primera visita al óptico optometrista es que el niño incline o rote la cabeza al fijar la vista, que le duela la cabeza habitualmente, que le cueste prestar atención o que tenga frecuentes legañas o lagrimeo. Más tarde, en la adolescencia, los jóvenes descubren una etapa llena de cambios tanto físicos como de estilo de vida. Entra en juego, por ejemplo, el uso continuado de pantallas o largas horas fuera de la exposición solar. Por eso, y para acompañar a este colectivo, es importante revisar sus ojos a manos de especialistas que puedan controlar la aparición de problemas visuales en esta etapa y que acaben perjudicando en un futuro, pero también potenciar la actividad al aire libre y en espacios abiertos.

Una vez en la edad adulta, las personas se comprometen más con su salud visual y es habitual que a partir de cierta edad, sobre todo los 40 años, las personas asistan a exámenes optométricos de manera rutinaria. Las mujeres, que tienen una esperanza de vida mayor a la de los hombres, experimentan importantes cambios hormonales y se ha corroborado que también cierta tendencia a padecer problemas visuales en etapas concretas. De hecho, la miopía o la fatiga visual pueden ser consecuencia de la edad o la genética, pero también surgir como respuesta a todos esos cambios hormonales que, por ejemplo, caracterizan el embarazo. Durante la gestación pueden darse cambios a nivel ocular que, en algunas mujeres, se llegan a establecer de forma permanente como la sequedad ocular o el aumento de la miopía. En cuanto a la menopausia, esta etapa suele llevar consigo la disminución en la agudeza visual o el síndrome del ojo seco. ■

## La tabla optométrica de Snellen

Uno de los recursos más tradicionales en estos exámenes optométricos es la tabla de Snellen, formada por optotipos direccionales colocados por líneas y ordenados de mayor a menor. Esta tabla se ubica a seis metros de distancia del paciente y sirve para comprobar la visión de las personas y su agudeza visual. En el caso de los niños pequeños, estas letras se suelen cambiar por dibujos y formas conocidas por los más pequeños como el Test de Pigassou. El óptico optometrista pedirá a la persona leer algunas de las letras, de manera aleatoria y de mayor o menor tamaño. Así, podrá observar hasta qué línea (tamaño) es capaz una persona de leer con nitidez.

**GRACIAS A ESTAS REVISIONES, SE PUEDEN EVITAR PEQUEÑAS DEFICIENCIAS O MOLESTIAS Y CORREGIR O COMPENSAR PROBLEMAS DE VISIÓN CUANTO ANTES**

# oti FAES

## + Tapón de cerumen

Rompe el tapón de cerumen en pequeños fragmentos<sup>1</sup>

## + Acumulación de agua

Elimina el agua acumulada y ayuda a prevenir la otitis externa<sup>2</sup>



# La ciencia para el cuidado de tus oídos

## en todos los sentidos



CN 181478.4

oti FAES TaponOX®

### TAPÓN DE CERUMEN

Acción cerumenolítica y eliminativa del tapón del conducto auditivo externo respetando su pH fisiológico<sup>1</sup>



CN 197192.0

oti FAES BoriSEC®

### ACUMULACIÓN DE AGUA

Triple acción evaporando el exceso de agua, recuperando el pH fisiológico y protegiendo la piel del conducto auditivo externo<sup>2</sup>

Marce García, fundador de Proud

# “Estamos en el boom de la sostenibilidad, hay multitud de marcas ecológicas, mal estás si no te diferencias en algo más”



**PROUD EYEWEAR ES UNA EMPRESA VALENCIANA QUE DISEÑA Y COMERCIALIZA GAFAS GRADUADAS Y DE SOL CON EL RESPETO AL MEDIOAMBIENTE Y LA SOSTENIBILIDAD COMO PILARES. SON PRODUCTOS COMPOSTABLES FABRICADOS CON METALES RECICLABLES Y ACETATO DE ALGODÓN.**

La idea de crear Proud Eyewear le vino a su *fundador*, **Marce García**, buscando un cambio de vida. Como explica a IM Ópticas no descarta que quizá esta aventura se le ocurriera incluso por “*la crisis de los 40*”. Lo que sí que tiene claro el emprendedor son los problemas principales que debe afrontar una firma de gafas en sus comienzos. Bajo su experiencia, se resume en que “*somos muchos, y todos creemos saber lo que el mercado necesita; el mercado está saturado de empresas que ofrecen cosas muy similares*”.

El objetivo de Proud Eyewear desde un comienzo fue ser una marca ética. De este modo, se basa en la Economía Circular, un concepto que consideran la base de la sostenibilidad. Las monturas de la firma están diseñadas básicamente con dos elemen-

tos: acetato italiano compostable fabricado a partir del algodón, que cuando acaba su vida útil vuelve a la naturaleza en forma de *compost*; y el acero de herraje alemán, que a su vez puede ser reciclado de forma ilimitada sin que pierda sus propiedades. Por todo ello, las monturas de Proud Eyewear son sostenibles.

Además, García aclara la diferencia entre firma y marca, puesto que Proud opta por el primer concepto. “*La palabra marca, brand en inglés, proviene de cuando los ganaderos marcaban sus reses. En nuestro sector grandes firmas de moda venden los royalties para que otra empresa comercialice gafas con su ‘marca’, en estos casos se opta por grandes logos, muchas veces contraponiéndose al espíritu de la firma de moda que en sus diseños reales son mas elegantes y discretos*”.

En Proud Eyewear, sin embargo, *“no marcamos a nadie, lo importante para nosotros es el usuario, que debe estar feliz con su imagen, nuestro logo queda escondido detrás de la oreja cuando las gafas están puestas, es nuestra firma, y lo firmamos con orgullo y responsabilidad”*.

### **Sin un marco regulatorio para la sostenibilidad**

Respecto a las características que debe cumplir al tratarse de una firma ecológica, Marce García aclara que la legislación actual no exige nada para que una empresa se autodenomine como ecológica, por lo que *“la conciencia de cada uno puede ser más o menos exigente en esto”*. A su modo de ver, *“quien hace un producto ecológico debe estar constantemente mirando su papelera, pensar en la de sus clientes, y en qué pasará con el producto cuando llegue al final de su vida útil”*. Por otra parte, agrega el experto, *“tenemos que pensar en cómo se han fabricado nuestros productos”*.

Del mismo modo, desde Proud Eyewear tienen clara la necesidad de diferenciarse respecto al resto de firmas ecológicas. Y es que, tal y como reflexiona su fundador, *“estamos en el boom de la sostenibilidad, hay multitud de marcas ecológicas, mal estás si no te diferencias en algo más”*.

En su caso son reconocidos por sus diseños coloridos, *“que están pensados para llevarlos puestos”*, apunta el especialista. Parece una cosa obvia, agrega, *“pero muchos diseños que en la mano te parecen duros se suavizan una vez te los pones”*. Por otra parte, se autodenominan como ecológicos porque utilizan en todas las monturas acetato Mazzucelli M49, un bioacetato que, según expone, *“tiene una presencia inmejorable, se puede calentar para ajustes, y a efectos prácticos es un buen acetato, uno de los materiales de trabajo preferido por los ópticos”*.

Además, García es consciente de que la característica de ecológico va más allá de una moda pasajera y su importancia reside en el largo plazo. Y no solo en el campo de los productos ópticos. *“No se trata de gafas, folios, coches, etc.; es el conjunto, la suma de todo lo que consumimos, lo que hará que dejemos un planeta de una forma o de otra en el futuro”*, subraya.

Con esta filosofía, se aseguran bien de cumplir con los requisitos ecológicos en todo el proceso. Empezando por los ma-

teriales. Como desarrolla el experto, *“la mayoría los acetatos provienen de la celulosa (algodón, madera, etc.), a la que se le añaden plastificantes y colorantes, que desnaturalizan el origen natural de la celulosa”*. En el caso de Proud, *“los plastificantes y los colorantes son naturales, y el acetato cumple la UNE-CE 14855, es decir, en 115 días en un compostador industrial el 90% del acetato se degrada”*.

Asimismo, prosigue, el herraje es OBE, compañía alemana certificada con la ISO14001 y muy concienciada con el medio ambiente. Por último, *“el plástico que envuelve nuestras gafas es de maíz, cumple la UNE-CE 13, las fundas de las gafas son de corcho y también hemos trasladado nuestra producción a Italia”*.

### **“Postureo” de empresas autodenominadas ecológicas**

A nivel general, analiza el lugar que ocupa la sostenibilidad, y cuál debería ocupar, en el sector óptico. Bajo su punto de vista, *“si lo planteas fríamente, hay sectores en los que el volumen de residuos per capita es mucho mayor”*. *“No cambiamos de gafas una vez al mes, ni siquiera al año, pero si tomamos números globales, es una barbaridad el residuo que generamos”*, agrega. Considera, no obstante, que esto no va de sectores. *“Creo que debemos mirar siempre por actuar con responsabilidad, aunque evidentemente alguna vez nos apetece saltarnos la dieta... Nosotros intentamos que esto no ocurra”*, afirma.

Sobre la posibilidad de diferenciar las marcas que utilizan la preocupación por la sostenibilidad como un mero trámite de mejora de imagen de las que realmente están concienciadas medioambientalmente, García recalca que *“hay mucho postureo”*. *“En un futuro todo estará mucho más estudiado y la legislación obligará a ser sostenibles, pero hoy en día te encuentras gafas sostenibles entregadas en bolsas de plástico convencional y con detalles incongruentes”*, comenta.

Con las mismas, en el caso particular de Proud Eyewear, su fundador argumenta que al ser una empresa pequeña, obtener el certificado *“costaría una barbaridad”*. No lo tienen, pero a cambio, optan por escoger *“grandes proveedores, que sí están certificados, y avalamos nuestros productos con sus certificaciones”*.

Aunque la firma se encuentra en plena expansión. Al referirse a las perspectivas de futuro y los objetivos a medio y largo plazo, Marce García adelanta que *“en estos momentos estamos dando nuestros primeros pasos a nivel internacional, hemos expuesto en París, Múnich y Milán. La aceptación en el exterior de nuestro concepto ha sido muy buena”*. Así, el objetivo más próximo es tener una red comercial en Europa.

En cuanto a los principales retos que afronta el sector de la óptica, el emprendedor advierte de que *“la venta online es un peligro”*, argumentando que *“la gente no es consciente del mal que le puede hacer unas gafas mal ajustadas”*. Cuando nos ponemos un zapato pequeño, continúa, no tardamos en darnos cuenta. *“Pero con las gafas no ocurre lo mismo; nuestro cerebro arregla el desajuste, pero al final del día nos duele la cabeza y cosas que no achacamos en muchas ocasiones a nuestras gafas mal ajustadas”*. Es por eso que espera *“que, en un tiempo, la legislación de los productos sanitarios sea más restrictiva con estas cosas”*. ■





# Alain Afflelou y Gravity Wave tejen redes en beneficio de la economía circular

**CADA AÑO ENTRE 8 Y 12 MILLONES DE TONELADAS DE PLÁSTICO ACABAN EN NUESTROS MARES Y OCÉANOS. CON EL PROPÓSITO DE PONER REMEDIO A ELLO, EL GRUPO ÓPTICO Y LA STARTUP HAN INICIADO UN PROCESO DE TRES FASES POR EL CUAL SE HA CONSEGUIDO RECOGER EL EQUIVALENTE A MÁS DE 344.000 BOTELLAS DE PLÁSTICO Y DARLES UNA SEGUNDA VIDA, APORTANDO DE ESTA MANERA UN NUEVO VALOR A LA SOCIEDAD.**

**E**n febrero, Alain Afflelou presentó su nueva campaña junto a Gravity Wave. Se trata de una iniciativa de limpieza, transformación y revalorización de residuos plásticos del mar. En concreto, se calcula que se llegará a concienciar a 2.396.000 personas que visitan anualmente las casi 350 ópticas que la compañía tiene en España.

Con los plásticos recogidos en el mar se fabricaron las urnas disponibles en todas las ópticas Afflelou en las que los clientes pueden depositar las gafas que no usan, para posteriormente reacondicionarlas y que puedan tener una segunda vida. Para ir un paso más allá, ambas empresas comprometidas con la protección del medioambiente han elegido Barcelona para exponer el problema de la contaminación plástica en mares y océanos.

Según explica el comunicado del grupo óptico, *“Afflelou es la primera marca en España que expone en sus casi 350 tiendas unas urnas hechas con redes de pesca recogidas de los mares”*, con el objetivo de recoger y reacondicionar las gafas que sus clientes ya no usan, dándoles una segunda vida y cerrando el proceso de economía circular.

## **Tres fases**

Cada año entre 8 y 12 millones de toneladas de plástico acaban en nuestros mares y océanos. Por eso, Alain Afflelou en colaboración con Gravity Wave, startup de impacto social y medioambiental, han decidido actuar para poner solución a este problema. A través de un proceso de tres fases, Alain Afflelou ha conseguido recoger el equivalente a más de 344.000 botellas de plástico y darles una segunda vida y aportar así valor a la sociedad.

La primera fase consistió en la recogida de plástico del fondo marino. Gracias a ella, lograron retirar tres toneladas de residuos del mar y redes de pesca. En una segunda fase, se llevó a cabo el proceso de reciclaje de estos residuos; en ella, las redes de pesca se transformaron en urnas de ecodiseño que Afflelou exhibe en sus tiendas, evitando así que esos residuos vuelvan a contaminar los mares. Por último, con las urnas ya finalizadas y expuestas en tienda, sus clientes pueden depositar sus gafas antiguas dentro.

Estas gafas se reacondicionarán, gracias a la colaboración entre Afflelou y la ONG Lions Club International, y se enviarán a

terceros países donde personas tengan esta necesidad, pero no cuenten con recursos. A través de esta labor, no sólo se ha evitado que un producto vuelva al mar, sino que se ha creado un producto con una nueva vida y que ayuda a dejar nuestros océanos libres de plástico.

Con esta iniciativa y la colaboración de ambas empresas, llegarán a concienciar a más de dos millones de personas que visitarán las diferentes tiendas de Alain Afflelou en España este año.

### La importancia de la concienciación

La concienciación es un aspecto clave para la erradicación del problema. Por ello ambas empresas han escogido Barcelona para visibilizar el problema de la contaminación plástica en mares y océanos.

En el evento de presentación de la campaña estuvieron en la tienda de Alain Afflelou de Portal del Ángel, **Eva Ivars**, *consejera delegada de Alain Afflelou España*, y **Julen Rodríguez**, *co-fundador y co-CEO de Gravity Wave*, que explicaron a la prensa los detalles de esta colaboración y cómo ha sido el proceso llevado a cabo por ambas partes.

*“En Alain Afflelou estamos comprometidos en mejorar la calidad de vida de las personas. Sumarnos a la iniciativa de Gravity Wave, que trabaja para reducir la contaminación de los plásticos en el Mediterráneo, aumenta nuestro liderazgo en el sector óptico en esta causa y contribuye, además, a mantener nuestro compromiso por el cuidado del medio ambiente. Y como tan importante es erradicar los restos plásticos de nuestros mares como reciclarlos*

## Afflelou, premiado al mejor producto de economía circular

El pasado 9 de febrero Gravity Wave celebró sus premios por la protección de mares y océanos. En la categoría de Mejor Producto de Economía Circular (gran empresa), el premio recayó en Alain Afflelou por convertir los residuos plásticos en urnas donde se podrán depositar las gafas que no se usen para ser reacondicionadas y que tengan una segunda vida de la mano de otros usuarios. Con esta iniciativa, Afflelou ayuda a mirar por un mar limpio y a tener una mayor conciencia de la emergencia climática que conlleva esta cuestión y que aumenta cada día.

“ EL PASADO 9 DE FEBRERO GRAVITY WAVE CELEBRÓ SUS PREMIOS POR LA PROTECCIÓN DE MARES Y OCÉANOS



correctamente, con las tres toneladas recogidas se confeccionaron unas urnas sostenibles que hemos distribuido en las 350 ópticas de Afflelou en España, permitiendo a cualquier persona depositar las gafas que ya no usan para que puedan ser reacondicionadas y reutilizadas contribuyendo a la economía circular”, detalló Eva Ivars.

Por su parte, Julen Rodríguez explicó en la presentación que la startup nace hace tres años, “por esa pasión de cambiar las cosas”. En concreto, su hermana, cofundadora también de Gravity Wave, volvió de un viaje en un país con playas paradisíacas inundadas de plástico, por lo que empezó a concienciar a su entorno. Rodríguez también incidió en que el mayor problema del mar es la red, “y es lo peor que te puedes encontrar, ya que es un residuo que nadie quería reciclar”, sobre todo teniendo en cuenta que “las redes a veces miden cientos de metros”, por lo que tuvieron que crear “un nuevo sistema de gestión y reciclaje, una acción 360 que empresas como Afflelou, ponen el océano y los mares en la ecuación”. En definitiva, reivindicó, “hasta el peor plástico que se puede encontrar se puede reciclar”. ■

“EN ALAIN AFFLELOU ESTAMOS COMPROMETIDOS EN MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LAS PERSONAS”



Ignacio Montero, director de Relaciones Institucionales de la Sociedad Andaluza de Oftalmología

# “Hoy todo el mundo está convencido de que la medicina debe basarse en datos reales”

**ANDALUCÍA SE CONVIRTIÓ A PRINCIPIOS DE AÑO EN LA PRIMERA COMUNIDAD AUTÓNOMA EN IMPULSAR EN TODOS SUS HOSPITALES UN PROYECTO HOMOGÉNEO DE MEDICIÓN DE RESULTADOS EN SALUD EN OFTALMOLOGÍA, QUE PERMITIRÁ UNA MAYOR EFICIENCIA DEL SISTEMA SANITARIO. EN UN COMIENZO, ABORDARÁ SEIS DE LAS PRINCIPALES PATOLOGÍAS QUE CAUSAN CEGUERA EN LA POBLACIÓN.**

La oftalmología andaluza ya puede aplicar la medicina basada en los resultados en salud. Un proyecto del Servicio Andaluz de Salud (SAS) puso en marcha a principios de febrero este pionero programa que se extenderá a todos los hospitales de la autonomía y a través del que los especialistas pueden ir agregando información a un banco de datos común que permitirá *“mejorar la eficiencia”*, señala **Ignacio Montero de Espinosa**, director de Relaciones Institucionales de la Sociedad Andaluza de Oftalmología (SAO) y director médico en el Área de Salud Ocular (Sevilla), que argumenta: *“Con el mismo gasto o menos, vamos a conseguir mejores resultados”*. Además, esta metodología de trabajo facilitará el llevar un *“seguimiento estrecho”* de cada paciente con *“tratamientos mucho más finos y adecuados”* y efectuar algo impensable hasta hace unas décadas, como valorar a grandes grupos de pacientes. *“Ahora tenemos la posibilidad de hacer la medicina basada en resultados”*, anuncia el oftalmólogo. Es decir, poder analizar *“miles, millones de datos”* con arreglo a lo que exige la legislación para, por ejemplo, el desarrollo de vacunas. Y, en el caso andaluz, aterrizarlo hasta la consulta oftalmológica. *“Hoy está todo el mundo convencido de que la medicina debe estar basada en datos reales de lo que está ocurriendo”*, refuerza.

De ahí que la base de datos, en marcha desde enero, *“sigue creciendo”*. En la actualidad se han definido las variables para el glaucoma, el edema macular diabético, la degeneración macular asociada a la edad, la oclusión venosa de la retina, la miopía magna, y la patología hereditaria de la retina, aunque Montero de Espinosa adelanta que tienen intención de ampliarlo *“a prácticamente todas las patologías oftalmológicas”* e, incluso, que se extienda a otras especialidades.

*“La convicción de los médicos es absoluta, y de los pacientes que son casi los que más nos han empujado a través de las asociaciones de pacientes, también”*, reconoce. No obstante, anima a coordinar a *“todos los profesionales”* de Oftalmología, a los ópticos optometristas e incluso a las farmacias, porque *“es muy importante que conozcan”* y se acostumbren a utilizar este banco de datos. *“El pequeño esfuerzo que supondrá cambiar el hábito, en cuanto a recoger datos, nos va a compensar enormemente”*.

## **Hacia una detección precoz**

Por sí sola, la base de datos que se implementa en el programa Diraya (el que utilizan todos los sanitarios del SAS) no hará, en el corto plazo, que la detección de ciertas patologías sea más

rápida. Pero sí *“a la larga”*: gracias a la obtención de datos de los resultados; el análisis estadístico; la evaluación de la clínica y a los tratamientos terapéuticos y económicos, redundando también *“en el diagnóstico precoz”*.

Dada la naturaleza del proyecto, el doctor deja claro que no nació con carácter preventivo, ni centrado en la detección precoz. Se centra en los resultados que se obtienen en base a los datos que se introducen. Si bien un beneficio añadido será pulir el diagnóstico temprano. En patologías visuales, conseguir detectar a tiempo una enfermedad puede evitar la discapacidad visual *“que afecta al 65% de personas mayores de 50 años y que impacta en su calidad de vida, ya que conlleva unos costes económicos y sociales significativos”*, advirtió la *directora general de Humanización, Planificación, Coordinación y Cuidados del SAS, Inmaculada Vázquez*, durante el acto de presentación de este proyecto. Casi medio millón de personas *“está en riesgo de padecerla”*, alertó, por lo que la iniciativa *“permitirá mejorar la gestión integral de los pacientes y su calidad de vida”*.

Montero de Espinosa subraya en este sentido la necesidad de complementar estas medidas con campañas de cribaje, que hoy en día se hacen *“de manera irregular”*. En especial, en las etapas más tempranas. *“Las campañas de cribaje a nivel poblacional, si las dirigimos a momentos y sitios adecuados, pueden ser muy positivas”*, y recalca la importancia de que sean específicas porque a nivel general *“son muy caras y muchas veces no obtienen buenos resultados”*.

En paralelo, también trabajan en un proyecto de salud visual centrado, esta vez sí, en detección precoz y prevención. De nada sirve todo lo anterior si no se combate al mismo tiempo la desinformación y los bulos en torno a las enfermedades oftalmológicas.

*“Creo que la información es lo más importante en cuanto a prevención, porque hoy podemos hacerlo. Sobre todo evitar informaciones sesgadas, interesadas por intereses comerciales y personas que no están capacitadas para informar a los demás. Creo que hay que hacer un esfuerzo para informar a la población e informar bien, con claridad. Que tengan las ideas claras respecto a las pérdidas de visión”*, sentencia.

### **Andalucía, pionera**

No existían precedentes en nuestro país en cuanto a proyectos idénticos al del bautizado como OFTEX Prevención Andalucía. Según la Junta, uno de los *“factores de éxito”* fue el *“trabajo coordinado entre los profesionales sanitarios, representantes de asociaciones de pacientes y sociedades científicas”*, bajo el paraguas del SAS a lo largo de todas las fases del proyecto y que contó además con el apoyo de la industria a través de la biofarmacéutica AbbVie.

A pesar de todo, para el especialista este hecho genera *“un poquito de frustración”* porque cree que los bancos de datos para una medicina basada en resultados *“deberían estar establecidos ya a nivel nacional”*. Precisamente, Montero de Espinosa reconoce que ya lo han comentado con otros colegas de otras comunidades. Y, por el momento, parece que es la de Madrid la que está empezando *“algún proyecto parecido”*.

Después de más de dos décadas demandando esta innovación, *“ha costado mucho, pero se ha conseguido”*. Por su parte, espera que en un futuro próximo se convierta en un *“catalizador”* que se extienda *“rápidamente”* al resto del sistema sanitario.

Por el momento, el objetivo que se marca desde el colectivo oftalmológico, concluyó **Ernesto Pereira**, *oftalmólogo especialista en el área de la retina en el Hospital Universitario Virgen de Valme*, durante la presentación de la iniciativa, es que *“los oftalmólogos, en su práctica clínica habitual, recojan datos de calidad para incluirlos en el gestor. Necesitamos su compromiso para convertir la medición de resultados en salud en Oftalmología en una realidad”*. ■

“**LAS CAMPAÑAS DE CRIBAJE A NIVEL POBLACIONAL, SI LAS DIRIGIMOS A MOMENTOS Y SITIOS ADECUADOS, PUEDEN SER MUY POSITIVAS”**



José María Martínez de la Casa, catedrático de Oftalmología de la Universidad Complutense de Madrid y jefe del Departamento de Glaucoma del Hospital Clínico San Carlos de Madrid

# “La prevalencia de glaucoma en todos los grupos de edad está en torno al 2%”

**LAS INVESTIGACIONES EN ESTA ENFERMEDAD AVANZAN. LA COMPAÑÍA BIOFARMACÉUTICA ABBVIE ACABA DE LANZAR XEN®63, UN NUEVO IMPLANTE INDICADO PARA REDUCIR LA PRESIÓN INTRAOCULAR (PIO) EN PACIENTES CON GLAUCOMA PRIMARIO DE ÁNGULO ABIERTO CUANDO LOS TRATAMIENTOS FARMACOLÓGICOS PREVIOS HAN FALLADO.**

**E**l glaucoma es una patología neurodegenerativa en la que el nervio óptico se daña y deteriora debido al incremento considerable de la presión intraocular (PIO), provocando la pérdida gradual e irreversible de la visión. A pesar de que más de 64 millones de personas en todo el mundo padecen esta enfermedad, todavía no se le conoce cura. En cambio, los tratamientos existentes están dirigidos a evitar su progresión mediante la reducción y el control de la PIO.

**José María Martínez de la Casa**, catedrático de Oftalmología de la Universidad Complutense de Madrid y jefe del Departamento de Glaucoma del Hospital Clínico San Carlos de Madrid, expone que el glaucoma se trata de una de las principales causas de ceguera en los países desarrollados y, “sin embargo, un elevado porcentaje de la población desconoce en qué consiste la enfermedad y qué se puede hacer para evitar una discapacidad severa asociada a la misma”.

Las investigaciones en esta enfermedad avanzan y, recientemente, la compañía biofarmacéutica AbbVie ha lanzado XEN®63, un nuevo implante indicado para reducir la presión intraocular (PIO) en pacientes con glaucoma primario de án-



gulo abierto cuando los tratamientos farmacológicos previos han fallado. De este modo, XEN®63 expande la gama de implantes XEN, pudiendo ampliar el perfil de pacientes que se podrían beneficiar de una cirugía menos invasiva con el objetivo de frenar la pérdida de visión.

Según el doctor, XEN®63 es un implante que pertenece a la categoría de las cirugías mínimamente penetrantes. *“Es un tubo de colágeno con una luz de 63 micras que permite el drenaje del humor acuoso desde la cámara anterior hasta el espacio subconjuntival. Presenta la ventaja de que no hay que abrir la conjuntiva para colocar el implante porque se coloca desde el interior del globo ocular”*. Se trata de una cirugía con una recuperación muy rápida, que permite que el paciente se reincorpore antes a sus tareas habituales que con las cirugías convencionales. *“Este implante viene a complementar uno anterior, XEN®45, que tenía una luz de menor diámetro. Parece que XEN®63 presenta una mayor eficacia con un perfil de seguridad similar”*, destaca. Esta novedad presenta, asimismo, una gran versatilidad, lo cual sugiere que podría adaptarse a un perfil de paciente más amplio, en parte, porque ofrece la posibilidad de colocarlo solo, o en combinación con cirugía de catarata. *“Pero también porque reduce significativamente o elimina el número de tratamientos tópicos (gotas), habitualmente necesarios para tratar esta patología. Todo esto, habiendo mostrado un perfil de seguridad similar al de otros implantes de esta gama”*.

**“SE ESTIMA QUE EL 50% DE LOS CASOS DE GLAUCOMA SE ENCUENTRAN SIN DIAGNOSTICAR”**

### ¿Quién puede beneficiarse del implante XEN®63?

José María Martínez de la Casa expone que el mejor candidato es un paciente con glaucoma de ángulo abierto en estadio moderado con conjuntivas en buen estado, en los que ya las gotas no son suficientes para controlar la enfermedad; o bien que no pueden cumplir con el tratamiento con gotas; o bien en los que estas tienen importantes efectos adversos que impiden continuar con el tratamiento.

*“Fuera de este escenario ideal, puede utilizarse en cualquier paciente con glaucoma de ángulo abierto con comorbilidades que desaconsejan otro tipo de cirugías. En los pacientes que presentan además una catarata en estadio quirúrgico, es una excelente opción la cirugía combinada con este implante, solventando en un solo acto quirúrgico ambas patologías”*, señala.

### Investigar en tratamientos para paliar el glaucoma

El glaucoma es una enfermedad muy frecuente. *“Se estima que su prevalencia en todos los grupos de edad está en torno al 2%. La prevalencia aumenta con la edad, siendo de aproximadamen-*

**“A PARTIR DE LOS 40 AÑOS, TODAS LAS PERSONAS DEBERÍAN HACERSE UNA EXPLORACIÓN OFTALMOLÓGICA COMPLETA PARA DESCARTAR UN GLAUCOMA”**

*te del 2% en los mayores de 40 años y alcanzando el 10% en los mayores de 75 años”*, puntualiza el doctor.

Al ser una enfermedad asintomática, se la conoce como *“el ladrón silencioso de la vista”*, y por eso existe un elevado porcentaje de casos sin diagnosticar. *“En España, al igual que en otros países de nuestro entorno, se estima que el 50% de los casos de glaucoma se encuentran sin diagnosticar, a pesar de que la población tiene, en líneas generales, un buen acceso al sistema sanitario público y privado”*.

Concretamente, los pacientes notan que la visión lateral se resiente, provocando un *“efecto túnel”*. Y, si no se trata, la pérdida avanza hacia la visión central de forma irrecuperable. Todas estas características han convertido al glaucoma en la primera causa de ceguera irreversible en el mundo.

Actualmente hay multitud de líneas de investigación en el glaucoma. Algunas se centran en intentar proteger las fibras del nervio óptico del daño que se produce en el glaucoma en una estrategia que se denomina neuroprotección. Según expone José María Martínez de la Casa, *“en una vertiente más clínica, la investigación se centra en mejorar las herramientas de diagnóstico y en conseguir tratamientos más eficaces y mejor tolerados. Las técnicas quirúrgicas también están sufriendo una gran revolución con la aparición de modalidades quirúrgicas menos invasivas y que afectan, en menor medida, a la calidad de vida de los pacientes que las cirugías convencionales”*. ■

## Prevención de la enfermedad

La prevención es la mejor herramienta en estos casos. El doctor considera que, a partir de los 40 años, todas las personas deberían hacerse una exploración oftalmológica completa para descartar la presencia de un glaucoma. *“Tras esta primera exploración, si no hay otros factores de riesgo, se podría repetir cada dos años. En caso de tener otros factores de riesgo, por ejemplo, antecedentes familiares de primer grado (padres o hermanos) con glaucoma, las revisiones deberían ser anuales”*.

David Piñero, especialista en Óptica y Optometría de la Universidad de Alicante

# “OPTicTRAIN minimiza los problemas de molestias visuales asociados al implante de lentes intraoculares multifocales”

UN GRUPO DE INVESTIGADORES ESPAÑOLES ESPECIALISTAS EN LA VISIÓN HA DESARROLLADO, JUNTO A LA COMPAÑÍA TECNOLÓGICA ESPAÑOLA PROCONSI, LA PRIMERA TECNOLOGÍA PARA TRATAR LA INTOLERANCIA DE PACIENTES RECIÉN IMPLANTADOS CON LENTE INTRAOCULAR MULTIFOCAL, PROMOVRIENDO LA NEUROADAPTACIÓN.

**E**n España, se realizan 350.000 intervenciones de cataratas al año, llegando a 3,6 millones en Estados Unidos y a 20 millones en todo el mundo. En determinados casos aparecen unas molestias visuales tales como deslumbramiento, pérdida de capacidad de ver contrastes o percepción de halos, principalmente tras el implante de las lentes intraoculares multifocales, que pueden dificultar actividades como la conducción nocturna, y que en muchos casos se reducen o desaparecen en el periodo postoperatorio gracias a la neuroadaptación. El problema reside en aquellos casos en los que las molestias visuales persisten y dificultan el día a día del paciente.

Para paliar estos y otros problemas, un grupo de investigadores españoles especialistas en la visión ha desarrollado, junto a la compañía tecnológica española Proconsi, la primera tecnología para tratar la intolerancia de pacientes recién implantados con lente intraocular multifocal, promoviendo la neuroadaptación.

El equipo está formado por el doctor **David Piñero**, especialista en Óptica y Optometría de la Universidad de Alicante, el oftalmólogo **Miguel Maldonado**, de la Universidad de Valladolid, y la Doctora en Ciencias de la Visión **Begoña Coco**, especialista en rehabilitación visual de la Universidad de Valladolid. “La tecnología OPTicTRAIN nació con el objetivo de ofrecer una solución para estos pacientes con los que trabajamos cada día, y para su desarrollo resultó imprescindible la cofinanciación de CDTi y los Fondos Feder (IDI-20180123)”, puntualiza el doctor David Piñero.

Es la primera tecnología de entrenamiento visual destinada a la mejora en términos de cantidad y calidad de la visión de pacientes implantados con lente intraocular multifocal con el fin de facilitar la neuroadaptación. Gracias a la tecnología OPTicTRAIN, se puede facilitar la rehabilitación visual a todas las distancias, evitando la intolerancia a la multifocalidad y minimizando potenciales problemas de calidad de la visión que pueden llevar en los casos más severos al explante de las len-

tes multifocales, con los costes asociados a la intervención y el riesgo de una segunda cirugía intraocular.

Según Piñero, *“actúa desarrollando los estímulos necesarios para facilitar la neuroadaptación tras la cirugía con implante de lente multifocal. El software se basa en un sistema gamificado, entretenido y atractivo para los pacientes, que utiliza redes sinusoidales de Gabor, un sistema eye tracker -seguimiento de ojo-, y una serie de estímulos motivadores de la atención y otras habilidades”.*

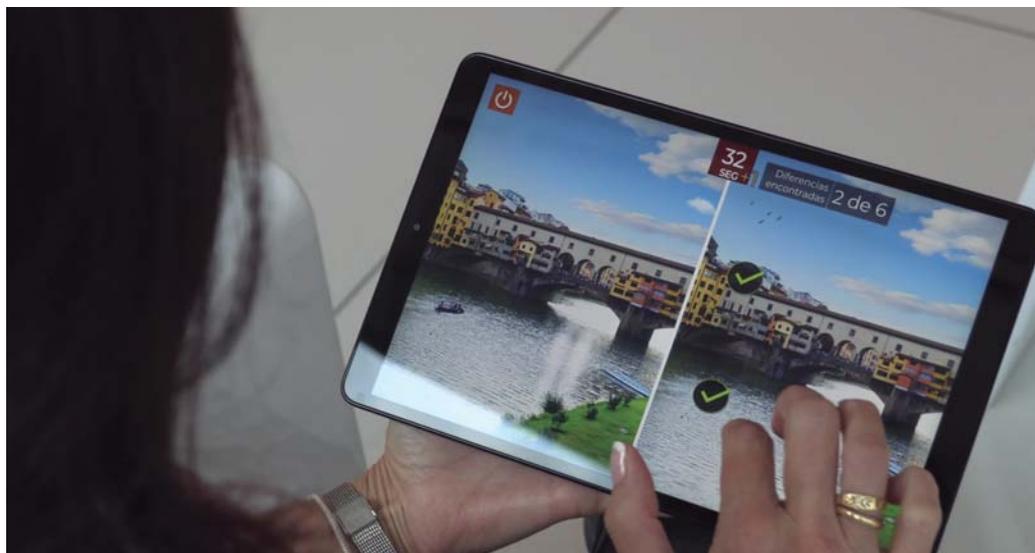
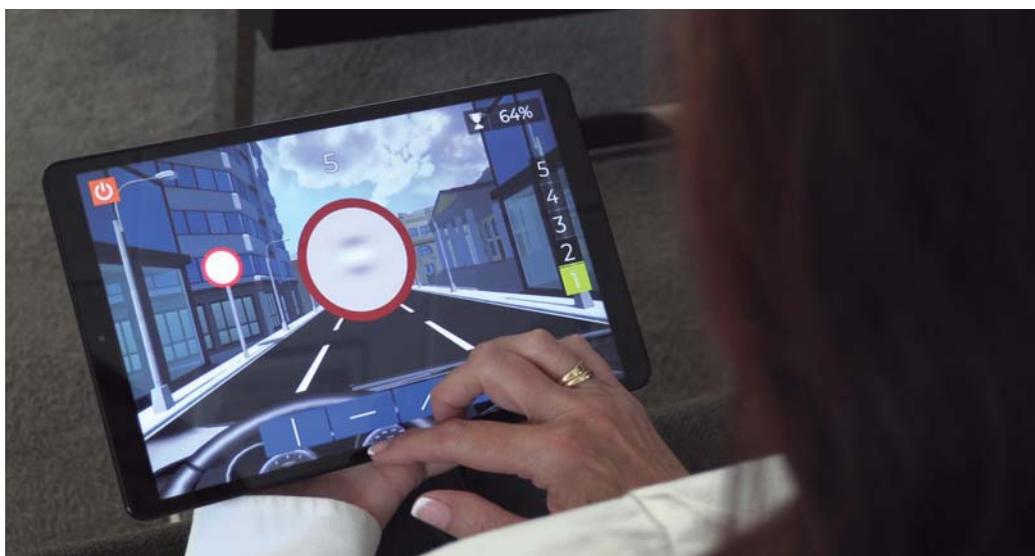
Entre sus beneficios, Piñero analiza que esta novedad permite el desarrollo de los estímulos necesarios para facilitar la neuroadaptación tras cirugía de catarata con implante de lente multifocal, *“y minimiza los problemas de molestias visuales asociados al implante de lentes intraoculares multifocales, permitiendo con ello que esta opción pueda generalizarse como un método a combinar con cualquier implante para la compensación de la presbicia, y evitando las tasas de insatisfacción visual existentes en la actualidad y, sobre todo, que sea necesario el explante de algunas lentes, lo que conlleva un coste económico y social asociado muy relevante”.*

Por tanto, OPTicTRAIN es un sistema hardware-software adecuado en un entorno de juego, de modo que resulte entretenido y atractivo para la persona que ejecuta el tratamiento.

### Tecnología de primera línea

OPTicTRAIN funciona gracias a una amplia variedad de ejercicios programados en entornos de gamificación, con el fin de que sean motivantes para los pacientes. *“Para ello emplea redes sinusoidales de Gabor, simulando entornos de masking (colineal y no colineal) y crowding; redes de Gabor perifoveales, con distintos flankers asociados; estímulos motivadores, que despiertan la atención del paciente; presentación simultánea de estímulos de distinta resolución espacial y demandas de discriminación en entornos complejos; y un eye tracker, para un seguimiento eficaz del comportamiento de los ojos, con el fin de evaluar, monitorizar y entrenar a estos pacientes”.*

El especialista en Óptica y Optometría de la Universidad de Alicante explica que se trata



de un producto llave en mano que se compone de tres partes fundamentales: hardware y software en Tablet-PC + Eye Tracker, para la realización del proceso de entrenamiento presencialmente o en remoto; un sistema Cloud de gestión con interface de usuarios, y un servicio de asistencia online y telefónica.

Su importancia tecnológica reside en que, por primera vez, se desarrolla una tecnología de entrenamiento visual destinada a la mejora de la cantidad y calidad de la visión de pacientes implantados con lente intraocular multifocal.

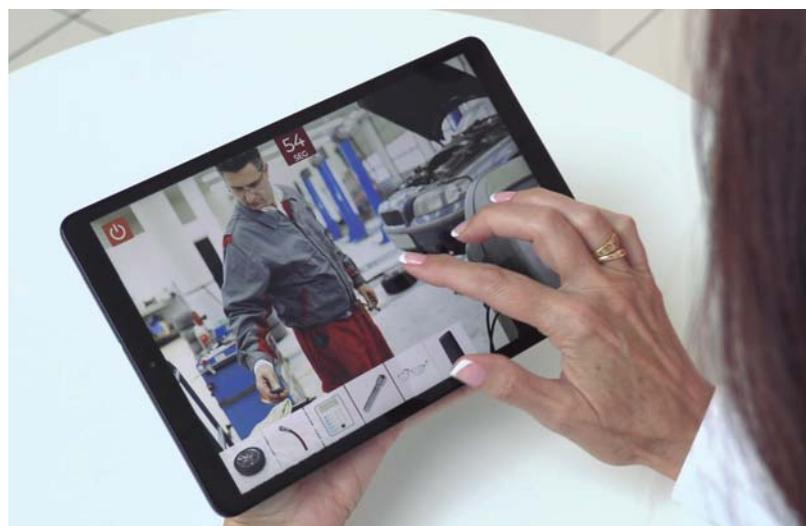
### Más investigación en neuroadaptación

Actualmente, son diversas las áreas de investigación en las que se trabaja en oftalmología, ya que la visión es un sentido crucial para el desarrollo de las actividades cotidianas de cualquier ser humano. *“Una de ellas es la mejora de los métodos de compensación de la presbicia tras cirugía de catarata o cristalino transparente, con el desarrollo de implantes ópticos cada vez más sofisticados (trifocales, lentes EDOF) y optimizados para conseguir una rehabilitación visual funcional a todas las distancias”,* destaca el doctor.

**“ACTÚA DESARROLLANDO LOS ESTÍMULOS NECESARIOS PARA FACILITAR LA NEUROADAPTACIÓN TRAS LA CIRUGÍA CON IMPLANTE DELENTE MULTIFOCAL”**

Sin embargo, Piñero apunta que es necesario investigar más en el campo de la neuroadaptación con el fin de entender mejor cómo los pacientes se adaptan al efecto óptico de estos implantes, conseguir entender por qué en algunos casos esa adaptación se complica y seguir investigando en como facilitar dicha neuroadaptación.

Ahora, siguen trabajando para poder optimizar todavía más esa aceleración y facilitación de la neuroadaptación que se consigue con OPTicTRAIN, *“investigando a fondo los mecanismos neurales asociados mediante resonancia magnética funcional y pruebas electrofisiológicas”*. Asimismo, inciden en saber si este efecto de facilitar la neuroadaptación también se puede conseguir con lentes de contacto multifocales, no existiendo hasta la fecha ninguna evidencia de ello y siendo así los primeros en testear este efecto. ■



# GSE® EAR DROPS FREE



Algunas de las problemáticas del canal auditivo, como la otitis media, la otitis externa y el tapón de cera son de carácter recidivante. Cualquiera que sea la naturaleza de la inflamación del conducto auditivo, su correcto tratamiento debe comenzar siempre con la prevención de las recidivas, creando un ambiente hostil al ataque de los patógenos.

Por ello, se ha desarrollado GSE® Ear Drops Free, un tratamiento de la inflamación y del dolor, con actividad higienizante y preventiva. Ofrece una respuesta definitiva en caso de otitis externa, tapón de cerumen y estancamiento de agua, y actúa como coadyuvante del tratamiento sistémico que actúa sobre los síntomas en caso de otitis media. Una solución no otocitotóxica que se presenta en pipetas recerrables para un uso hasta la última gota.



# Tecnología innovadora para personas con discapacidad visual

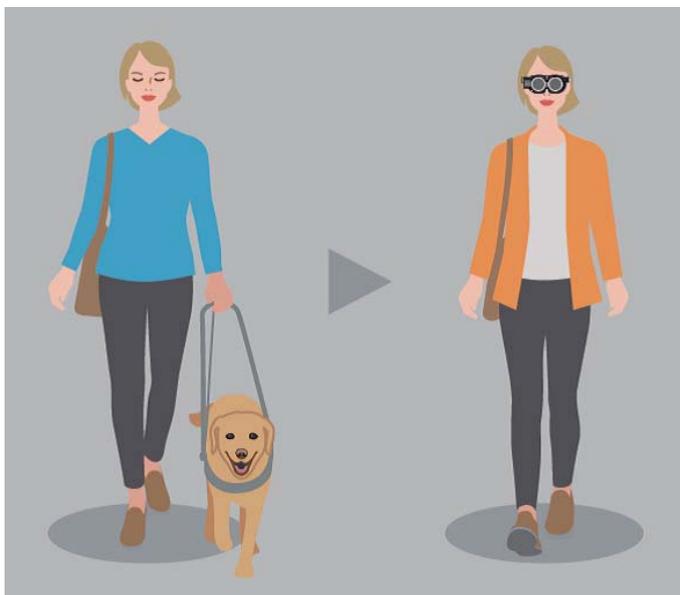
**BIEL GLASSES Y PANASONIC SE HAN UNIDO PARA PRESENTAR UNAS GAFAS INTELIGENTES QUE AYUDAN A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL.**



**E**l objetivo de esta colaboración es mejorar la independencia y la seguridad de aquellos que tienen un menor grado de visión. Las nuevas gafas inteligentes desarrolladas por Biel Glasses y Panasonic permiten resolver los problemas de movilidad y mejorar la autonomía de las personas con discapacidad visual. Las gafas fueron presentadas en la feria tecnológica CES 2023 en Las Vegas, celebrada a principios de año.

La tecnología de Biel Glasses utiliza Inteligencia Artificial y robótica para interpretar la escena, y realidad mixta para adaptarla a la visión que le queda al usuario. Esta novedosa solución combina las gafas de realidad virtual 5,2K HDR de Panasonic con la tecnología para baja visión de Biel Glasses.

Gracias a esta innovación, se pueden resolver los problemas de movilidad causados por la baja visión, que se agravan cuando hay pérdida de visión periférica. Estas innovadoras gafas permiten a los usuarios percibir obstáculos y otros peligros, para que puedan desplazarse con seguridad e independencia.



### Las características

*Apoyo al movimiento autónomo.* La Inteligencia Artificial y la robótica se encargan de analizar en tiempo real los elementos de la escena captados por cámaras y sensores, detectando peligros para la movilidad, como obstáculos, escalones, agujeros, etc. Posteriormente, se utiliza la realidad mixta para advertirlos de forma que el usuario pueda percibirlos mediante señales gráficas adaptadas a la visión restante del usuario.

*Ayuda visual según las características de cada usuario.* Los optometristas ajustan las funciones de las gafas inteligentes según las condiciones y necesidades específicas de cada persona. De esta forma, mejoran el grado de visión a través de un procesamiento óptimo de las imágenes (zoom, adaptación a la iluminación, mejora del contraste, etc.)

*Menor carga durante el uso.* Al adoptar paneles de visualización  $\mu$ OLED y lentes pancake para la representación de imágenes de las gafas inteligentes, se ha conseguido un tamaño compacto, un peso ligero y un bajo consumo de energía. Esto facilita que haya un movimiento independiente y se reduce la carga de uso.

Biel Glasses y Panasonic tienen un compromiso a largo plazo de impulsar el desarrollo tecnológico y la verificación clínica para el lanzamiento de este tipo de soluciones, orientados a apoyar a las personas con baja visión. ■



“ **ESTA NOVEDOSA SOLUCIÓN COMBINA LAS GAFAS DE REALIDAD VIRTUAL 5,2K HDR DE PANASONIC CON LA TECNOLOGÍA PARA BAJA VISIÓN DE BIEL GLASSES** ”

# The Perfect Sense: un centro con personalidad propia

**SITUADO EN SANT CUGAT, UNA LOCALIDAD DE LA PROVINCIA DE BARCELONA, THE PERFECT SENSE OFRECE UN ENTORNO ACOGEDOR, TRANSMITIENDO ELEGANCIA Y SUTILEZA EN EL AMBIENTE. EL ESTUDIO CRESPI INTERIORISMO, UNA VEZ MÁS, HA SABIDO PLASMAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.**



**T**he Perfect Sense es un nuevo centro de salud visual situado en la calle de Martorell, en el centro de Sant Cugat, una localidad de la provincia de Barcelona. Este proyecto nace junto a dos jóvenes optometristas, Hanan Haulani y Yolanda Aradilla, que decidieron crear su propio centro de salud visual.

El local es un espacio de generosas dimensiones. En total, 161 metros cuadrados que permiten tener tres amplios gabinetes y una gran sala de terapia visual, junto con todos los espacios necesarios y habituales en una óptica.

Siguiendo los deseos de las clientes de tener un centro con personalidad propia, y que no tuviera saturación de producto expuesto, el estudio de Crespi Interiorismo ha creado un entorno acogedor, agradable con un mobiliario minimalista de diseño funcional hecho a medida, que destaca por la elegancia y la sutileza que transmite, utilizando diferentes materiales, como la madera de roble, el hierro lacado al horno en color blanco, combinado con tonos dorados en las lámparas y los tiradores.



Todo el espacio está iluminado muy cuidadosamente, combinando la luz cálida para las consultas y la zona interna, luz día para la zona de ventas y la de exposición del producto. El resultado es la obtención de un espacio comercial que destaca entre la gran oferta de locales comerciales de la zona.

El estudio de Crespí Interiorisme, especializado en el diseño de ópticas desde hace más de 20 años, una vez más ha sabido plasmar las necesidades del cliente, en este caso, en la óptica The Perfect Sense.



Más información en: [www.crespinteriorisme.com](http://www.crespinteriorisme.com)

# RELIVE®

¿SEQUEDAD OCULAR  
por alteración de  
la lágrima?



CN: 166222.4

## RELIVE® ISO

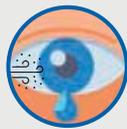
alivia los síntomas del **ojo seco**



PESADEZ  
PÁRPADOS



SENSIBILIDAD A LA LUZ  
FOTOFOBIA LEVE



SENSACIÓN  
DE ARENILLA



DIFICULTAD PARA ABRIR  
LOS OJOS AL DESPERTAR



DIFICULTAD PARA USAR  
LENTE DE CONTACTO

## DESCUBRE LA GAMA RELIVE®

### OJO SECO



CN: 166222.4

### OJO IRRITADO



CN: 166224.8

### OJO SECO SEVERO



CN: 166221.7

Con glicerina y povidona

30 monodosis

Compatible con lentes de contacto

Estéril y sin conservantes

 **Salvat**

Producto Sanitario. Cumple con la normativa de productos sanitarios.

# La población hace oídos sordos a los problemas de audición

**1.500 MILLONES DE PERSONAS EN EL MUNDO VIVEN CON ALGÚN TIPO DE PROBLEMA AUDITIVO, MÁS DE 7 DE ELLAS EN ESPAÑA. LAS SOLUCIONES DISPONIBLES MEJORAN SUSTANCIALMENTE LA CALIDAD DE VIDA DE QUIENES TIENEN PÉRDIDA AUDITIVA, MIENTRAS QUE LA PREVENCIÓN PODRÍA EVITAR EL 60% DE LOS CASOS.**



**H**oy más que nunca la salud auditiva requiere una atención especial. Un claxon que suena, una obra ta-ladrando los oídos, coches circulando, gente a viva voz en los bares y restaurantes... Tanto, tanto ruido, como canta el maestro Sabina. A poco grande que sea, cada ciudad constituye a día de hoy un foco de contaminación, la acústica, que al igual que la atmosférica, resulta nociva para los seres vivos y en particular para nuestra salud.

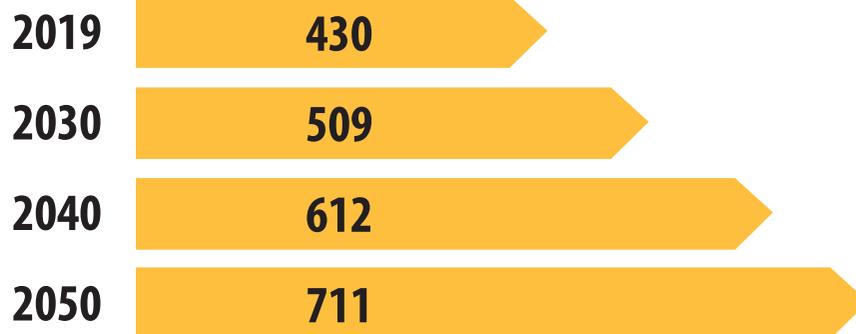
De hecho, la Organización Mundial de la Salud (OMS) alerta de que se trata de uno de los factores ambientales que provoca más problemas de salud. Solo en Europa, según la Agencia Europa del Medio Ambiente (AEMA), la contaminación acústica causa al año 16.600 muertes prematuras y más de 72.000 hospitalizaciones. No todo sonido es considerado contaminación sonora, pero convivimos con ella diariamente y sin percatarnos de ella. Así, la OMS establece la definición de ruido en cualquier sonido superior a 65 decibelios (dB). Este se vuelve dañino si supera los 75 dB, y doloroso a partir de los 120 dB. En consecuencia, el organismo internacional recomienda no superar los 65 dB durante el día, e indica que para que el sueño sea reparador, el ruido ambiente no debe superar los 30 dB.

Según este baremo, hasta un sonido a priori inocente puede causar daños. Por ejemplo, con motivo de las pasadas fiestas navideñas, GAES alertaba a los padres de que los juguetes ruidosos pueden provocar lesiones en los oídos de sus hijos, causando así daños irreversibles.

Se calcula que 34 millones de niños sufren problemas de audición; el 60% de esta pérdida auditiva en la infancia se puede evitar o reducir con medidas como la vacunación para prevenir la rubéola y la meningitis, la mejora de la atención materna y neonatal, el cribado y el tratamiento temprano de la otitis media (es decir, las enfermedades inflamatorias del oído me-

## Previsión del número de personas con pérdida de audición discapacitante a nivel mundial

Millones



Fuente: OMS Elaboración: Departamento de Diseño: IM Ópticas

dio) y prescindiendo del uso de juguetes con una intensidad de sonido más alta de la debida.

Asimismo, más de 1.000 millones de personas de edades comprendidas entre los 12 y los 35 años corren el riesgo de perder la audición debido a la exposición prolongada y excesiva a música fuerte y otros sonidos recreativos, lo que puede acarrear consecuencias devastadoras para su salud física y mental, educación y perspectivas de empleo. De nuevo se evidencia que cientos de miles de casos de pérdida auditiva se pueden prevenir con medidas efectivas y, sobre todo, disponibles.

Aunque no hay que irse al futuro para darse cuenta de la importancia de la prevención, basta con mirar al presente: la Organización Mundial de la Salud también estima que más 1.500 millones de personas en el mundo viven con algún tipo de problema auditivo. Esta cifra evidencia igualmente el alcance de la sordera y la pérdida auditiva, así como la falta de conciencia entre la población por cuidar su salud auditiva. Medidas tan simples como la limitación de los ruidos, la escucha sin riesgos, junto con una buena higiene otológica, pueden ayudar a mantener una buena audición y a reducir los riesgos de perderla.

Por el momento el organismo de la Organización de las Naciones Unidas ya se ha puesto manos a la obra en materia de concienciación, y desde 2021 publica anualmente un informe mundial sobre la audición. Este documento prevé que una de cada cuatro personas presente problemas auditivos en 2050. Además, indica que al menos 700 millones de los afectados necesitarán atención otológica y para mejorar su audición, así como otros servicios de rehabilitación, a menos que tomemos medidas para evitarlo.

### **El estigma asociado a la pérdida de audición**

En nuestro país, casi siete millones de personas presentan problemas de audición, aunque son solo poco más de 1.230.000 las que tienen una discapacidad auditiva reconocida. Uno de los motivos del infradiagnóstico es que el déficit auditivo aún sigue siendo entendido como un estigma social. Y es que seis de cada 10 se sienten avergonzadas, como concluye un estudio elaborado por Audika.

El 97% de los pacientes que usan audífonos asegura que este tratamiento mejoró exponencialmente su calidad de vida. No obstante, antes de llegar a esta solución, los pacientes muestran sentimientos asociados a esta pérdida auditiva como inseguridad (26%), ansiedad (24%), frustración (21%), cansancio a la hora de mantener una conversación (20%) y aislamiento

social (11%). En este estudio también se evidencia que otras situaciones como el aislamiento social o enfermedades como la depresión, tienen vínculos muy fuertes ligados estrechamente a la pérdida auditiva.

Por otro lado, existen dos tipos principales de pérdida de audición. Uno ocurre cuando hay una lesión en el oído interno o en el nervio auditivo, y es usualmente permanente. El otro se presenta cuando las ondas de sonido no pueden llegar al oído interno. Eso puede producirse por acumulación de cera o líquido o por la perforación del tímpano, por lo que un tratamiento o cirugía pueden revertirlo. Pero en ambos casos, si no se tratan, es muy probable que empeore. Audífonos, implantes cocleares, capacitación especial, medicinas y cirugía... La lista de soluciones para abordar las patologías del oído son amplias y efectivas.

En cifras, los umbrales auditivos superiores a 20 decibeles medidos a través de audiometría denotan pérdida auditiva clínica. Ahora bien, el impacto de la pérdida auditiva no está determinado únicamente por su gravedad, sino también, en gran medida, por la eficacia de las intervenciones clínicas o de rehabilitación adoptadas y la medida en que el entorno responde a las necesidades de las personas afectadas. Y es que, si no se atiende, la pérdida auditiva puede afectar negativamente muchos aspectos de la vida: la comunicación, el desarrollo del lenguaje y el habla en la niñez, la cognición, la educación, el empleo, la salud mental y las relaciones interpersonales.

De modo que, tal y como recalca la OMS, la detección es el primer paso para tratar la pérdida auditiva y las enfermedades del oído relacionadas con ella. El cribado clínico en momentos

## **Día Mundial de la Audición 2023**

Es un mensaje que lanza este año también con motivo del el Día Internacional de la Audición, desde 2007 la Organización Mundial de la Salud impulsa cada 3 de marzo para fomentar la detección temprana de cualquier tipo de problema o deterioro auditivo. Bajo el lema '*¡Cuidado del oído y la audición para todos! Hagámoslo realidad*', en esta ocasión el organismo hace hincapié en la importancia de integrar el cuidado del oído y la audición en la Atención Primaria, como un componente esencial de la cobertura universal de salud.

Igualmente, vuelve a recalcar como mensaje clave que los problemas del oído y la audición se encuentran dentro de los problemas más comunes enfrentados en la comunidad, pero que más del 60% de estos pueden ser identificados y abordados en el nivel de atención primaria.

En este día, la OMS ha dado a conocer un nuevo manual de capacitación: *Manual de capacitación en el cuidado del oído y la audición en la atención primaria para los trabajadores de la salud y médicos generales*.

**LA PÉRDIDA DE LA AUDICIÓN NO TRATADA  
ES LA TERCERA CAUSA DE AÑOS VIVIDOS  
CON DISCAPACIDAD EN EL MUNDO**

convenientes de la vida permite que estas afecciones se detecten en la etapa más temprana posible.

Gracias a los avances tecnológicos recientes, que incluyen herramientas precisas y fáciles de usar, “se pueden detectar las enfermedades del oído y la pérdida auditiva a cualquier edad, en entornos clínicos o comunitarios y con capacitación y recursos limitados”, apunta el informe. El cribado puede hacerse incluso en situaciones complejas como las que hemos vivido durante la pandemia.

### Acceso rápido a la atención necesaria

Una vez hecho el diagnóstico, es fundamental actuar rápidamente para obtener buenos resultados. 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. Además, cuando la pérdida es irreversible, la rehabilitación permite que las personas afectadas no sufran consecuencias adversas.

En la actualidad disponemos de diversas opciones eficaces, como incide la OMS. Las tecnologías auditivas, como los audífonos y los implantes cocleares, si se acompañan de servicios de apoyo y de una terapia de rehabilitación adecuados, son eficaces y rentables y pueden ser ventajosas tanto para los niños como para los adultos. Millones de personas ya se están beneficiando de estos avances. La combinación del poder de la tecnología con estrategias de salud pública bien fundadas puede hacer que estos beneficios lleguen a todas las personas, especialmente a las que se encuentran en zonas del mundo desatendidas y remotas.

Asimismo, el documento indica que la lengua de signos y otros métodos de sustitución sensorial, como la lectura labiofacial, también son opciones útiles para muchas personas sordas; por otro lado, los servicios y las tecnologías de ayuda a la audición (como el subtítulo y la interpretación en lengua de signos) pueden ampliar aún más el acceso a la comunicación y la educación para las personas con pérdida auditiva.

En el último informe, la OMS recalca, del mismo modo, que “prevenir y tratar las discapacidades de todo tipo no es un costo, sino una inversión en un mundo más seguro, justo y próspero para todos”. “La pérdida de la audición no tratada es la tercera causa de años vividos con discapacidad en el mundo. Más allá de

## El problema de las ciudades industrializadas

El 75% de los habitantes de ciudades industrializadas padece algún grado de sordera o pérdida auditiva causada por exposición a sonidos de alta intensidad. Así lo advierte la Sociedad Española de Otorrinolaringología y Cirugía de Cabeza y Cuello (SEORL-CCC) con motivo del Día Mundial del Cuidado del Oído y la Audición, que se ha celebrado este 3 de marzo con el objetivo de hacer un llamamiento a la acción para abordar la pérdida de audición y las enfermedades del oído.

El límite de ruido aceptable para el oído humano es de 65 dB, según la OMS, el equivalente al de una aspiradora; y pasa a ser doloroso a partir de los 125 dB, por ejemplo, el producido por un taladro. Además, la SEORL-CCC advierte de que la mitad de los adolescentes y jóvenes españoles pueden sufrir pérdida de audición o tinnitus por la exposición al ruido. El uso de auriculares para escuchar música y la asistencia a conciertos y locales de ocio con música alta son los principales factores de riesgo para la audición de los jóvenes.

la carga económica, se deben tener en cuenta el sufrimiento por la falta de comunicación, educación e interacción social que aparecen como consecuencia de esta afección”, agrega el informe.

Esta fase de la historia mundial en la que todos los gobiernos y organismos internacionales están enfocados en la salud pública y el fortalecimiento de los sistemas de salud, concluye la publicación, “ofrece una oportunidad única para integrar el COA (componente integral de la cobertura sanitaria universal, el tercero de los Objetivos de Desarrollo Sostenible), en esos sistemas”. Integrarlo beneficiará a millones de personas que corren riesgo de padecer pérdida auditiva o que la padecen, aportará beneficios económicos a los países y promoverá la visión global de la cobertura sanitaria universal. ■

**LA CONTAMINACIÓN ACÚSTICA CAUSA AL AÑO 16.600 MUERTES PREMATURAS Y MÁS DE 72.000 HOSPITALIZACIONES**



Ana Gimeno, responsable de marketing y comunicación en Multiacústica

# “Ser una empresa familiar nos ayuda al trato cercano y la personalización con el cliente”

LA COMPAÑÍA ALICANTINA MULTIACÚSTICA ACABA DE LANZAR SU PROGRAMA DE PARTNERS CON LA CLARA APUESTA DE POTENCIAR SUS SERVICIOS A ÓPTICAS INDEPENDIENTES, CENTROS AUDITIVOS Y PROFESIONALES, PARA QUE PUEDAN HACER CRECER SUS NEGOCIOS A TRAVÉS DE UNA OFERTA BASADA EN SERVICIOS INTEGRALES.

Con 21 años de experiencia, Multiacústica da un paso más en su modelo de negocio: desde mediados de febrero ofrece el Programa Partners MA, que busca el acompañamiento en cada una de las diferentes áreas de negocio del punto de venta audiológico. La empresa alicantina busca, a través de sus servicios, fortalecer e impulsar cada punto de venta.

La responsable de marketing y comunicación en Multiacústica, **Ana Gimeno**, destaca de este que es un programa “novedoso en el sector”. Acompaña y ayuda al gabinete óptico en el crecimiento de su negocio “manteniendo absoluta independencia”, de tal manera que permite complementar todo el conocimiento y experiencia de cada profesional audiológico con otros aspectos del negocio. Entre ellos, cómo profesionalizar otras vías de venta: “Creemos que es imprescindible trabajar cada una de las áreas del negocio analizando qué canales son los que mejor funcionan en cada punto de venta”, analiza Gimeno.

“Te oímos, pero, sobre todo, te escuchamos” es el lema que acompaña a este nuevo proyecto. Algo que solo ha sido posible por el carácter familiar de esta empresa, reconoce Gimeno: “Nos ayuda mucho el trato cercano y la cercanía con nuestros clientes para poder ofrecerles lo que realmente necesitan en cada momento”. En este sentido, una de las características destacadas es que cada área de negocio tendrá una atención personalizada y ajustada a las propias necesidades de cada establecimiento.

Dentro del programa se ofrecen diferentes servicios a medida del profesional de la audición: desde el marketing y la comunicación; la formación audiológica y empresarial mes a mes; la consultoría en diferentes áreas; un programa de Gestión de Centros Auditivos que se impartirá en la reputada escuela de negocios ENAE; precios exclusivos en diferentes familias; programa de fidelización, y productos con tecnología puntera para los pacientes de cada negocio. Para reforzar ese espíritu familiar, Multiacústica pone el broche a este programa con la invitación para asistir a su ‘Evento MA’ que tendrá lugar en verano en Alicante.

La pandemia, recuerda Gimeno, fue clave para materializar este programa. “Desde hace un par de años, antes de la Covid-19, nuestros clientes (como todos) consultaban sobre diferentes servicios, pero con tanto movimiento en estos últimos años, dichas consultas se han ido incrementando, además de que hay que tener en cuenta que los hábitos de consumo y búsqueda de información por parte del usuario final, las consultas respecto a temas y acciones de marketing u otras áreas se han visto incrementadas”.

## En pleno crecimiento

Multiacústica creció, solo en 2022, cerca del 25% en su negocio, detalla Gimeno desde la nueva sede de la empresa, a la que se mudaron en febrero del año pasado. Para este, las previsiones que manejan sitúan en torno al 30% el crecimiento respecto al periodo anterior.

*“A medio plazo lo que pretendemos es cumplir con los objetivos propuestos, que no son pocos. Además, estamos trabajando y analizando nuevos horizontes”,* adelanta la responsable de marketing y comunicación e hija del fundador de MA, Miguel Gimeno Ivorra, que hace dos años dio un paso atrás para ceder el testigo a sus hijos, Miguel Gimeno, director y gestor de MA, y la propia Ana Gimeno.

Algunos de los hitos conseguidos ya son la incorporación de fabricantes de audífonos, como la estadounidense Microtech, o de electromedicina, como la italiana Resonance, que han permitido mejorar y hacer más exclusivo el catálogo de la marca, proveedora de productos y servicios para los profesionales de audición y ópticas con puntos de venta.

De esta manera, su oferta de servicios tampoco para de ampliarse. Sin ir más lejos, este septiembre comenzará un posgrado de gestión para centros auditivos que impulsan y en el que trabajan desde el año pasado: *“Un programa de gestión de centros auditivos, realizado y enfocado solo para ellos [los profesionales] porque veíamos esa necesidad. Hay muchos programas generalistas, pero necesitábamos algo más ad hoc para ellos”.*

## Productos estrella

El sector está en pleno crecimiento, como corrobora que la cifra de audífonos se haya doblado en la última década, y potenciado por el envejecimiento de la población, donde se pre-

senta la mayor tasa de problemas de audición. No obstante, Gimeno precisa que el usuario, cada vez más, *“investiga, compara y analiza producto, precio y servicio en los diferentes centros auditivos que pueda tener alrededor”,* justo lo contrario de la tendencia hacia una *“mayor concentración de las cadenas”.* Como resultado, algo más de la mitad de los establecimientos pertenecerían a grandes grupos (55-60%) y el resto, a centros auditivos independientes y ópticos (un 40%).

Para ofrecer el mejor servicio, hace falta también tener productos a la altura. De ahí que el audífono recargable sea el más exitoso gracias a su comodidad (no necesita pilas) y ya suponga hasta el 70% de las ventas de la compañía, teniendo estos aparatos una cuota de mercado muy importante.

## Visibilidad

Gran parte de los esfuerzos del sector también deberían destinarse a visibilizar la importancia del cuidado de la audición. Gimeno lamenta que muchas personas esperen *“seis años de media”* hasta que acuden a realizarse una revisión auditiva. Aunque reconoce que *“se trabaja por parte de todo el sector, sí que es cierto que las cifras indican que no ha habido un gran cambio debido a cómo todavía se percibe el producto y los procesos de adaptación por parte de los usuarios”.* El gran objetivo será conseguir que se le otorgue la misma importancia a la audición que la que ya se le da a la vista. ■



Francesc Carreño, presidente de la Asociación Nacional de Audioprotesistas

# “El audífono es hoy en día la solución más eficaz, menos invasiva, y con resultados muy aceptables a nivel de rehabilitación en todos los aspectos auditivos”

**MÁS DE SEIS MILLONES DE ESPAÑOLES TIENEN PROBLEMAS DE AUDICIÓN, ES DECIR, UN 11% DE LA POBLACIÓN. PESE A LA ALTA PREVALENCIA Y UNA SINTOMATOLOGÍA QUE CADA VEZ SE MANIFIESTA EN PERSONAS MÁS JÓVENES, LA PREVENCIÓN ES TODAVÍA UNA GRAN ASIGNATURA PENDIENTE.**

**E**l audioprotesista es un profesional sanitario. Así lo pone de manifiesto **Francesc Carreño**, *presidente de la Asociación Nacional de Audioprotesistas (ANA)*, quien especifica, además, que *“su labor principal como audiólogo protésico es realizar la valoración auditiva, estudio auditivo protésico, interpretación de las pruebas realizadas, orientación y la recomendación en la adaptación y rehabilitación con las ayudas auditivas”*. Por todo ello son los únicos profesionales en España, según la reglamentación vigente, que pueden aconsejar y adaptar los audífonos en el paciente. Y destaca también que la diferencia entre el audiólogo protésico y el otorrino está principalmente en sus competencias.

El primero desarrolla su actividad en centros auditivos, es decir, *“centros sanitarios homologados oficialmente de uso exclusivo o compartiendo actividad propia con otras áreas como ortopedias u ópticas (cada uno con su actividad dada de alta)”*, y se distinguen por tener las instalaciones adecuadas para esta actividad, así como un profesional audioprotesista titulado.

## Con más frecuencia

Respecto a las patologías más frecuentes en la labor asistencial de un audioprotesista, el experto explica que se trata de la pérdida auditiva por presbiacusia, que define como *“la pérdida degenerativa de la audición por el envejecimiento o desgaste de la vía auditiva con el tiempo”*. Las pérdidas auditivas generadas por exposición continuada al ruido, y patologías que se generan por problemas derivados de infecciones en el oído externo y medio, son también frecuentes. Al igual que *“la pérdida auditiva de nacimiento por temas genéticos o en la gestación”*, o las que van acompañadas con problemas de acúfenos (ruidos que se generan internamente), con problemas vestibulares a nivel de mareos o vértigos como meniere. *“Estos dos últimos deben ser tratados con orientación de un especialista otorrino”*, aclara Carreño.

Son problemas con una base muy heterogénea, sin embargo, *“la mejor solución para el tratamiento de las pérdidas auditivas hoy en día, cuando no hay solución médica (cirugía, fármacos),*

“LA PRESBIACUSIA  
HA AVANZADO EN  
LAS ÚLTIMAS DÉCADAS,  
Y YA EMPEZAMOS A  
VER ESTA PATOLOGÍA  
EN PERSONAS DE  
50 AÑOS”



es el audífono": "Es la solución más eficaz, menos invasiva, y con resultados muy aceptables a nivel de rehabilitación auditiva del usuario en todos los aspectos"; subraya el presidente de la ANA. "Después, tenemos otro tipo de soluciones como son los sistemas implantables, que ofrecen soluciones cuando el audífono no es la opción por las limitaciones de la propia patología auditiva", agrega.

No en vano, "estas soluciones adaptadas por profesionales audioprotesistas tienen muy buenos resultados por sus posibilidades de adaptación en los diferentes ámbitos de la vida de las personas que las necesitan, y esto hace que su calidad de vida desde el primer momento mejore enormemente", apunta, "no quedando aislados auditivamente y pudiendo estar conectados con el mundo que les rodea".

### La salud auditiva de los españoles

Más de seis millones de personas padecen algún tipo de pérdida auditiva en España (según los datos de la OMS de la prevalencia de la pérdida auditiva y estudio Eurotrak España). Esta cifra supone un 11% de la población, un dato similar a países como Francia, Alemania e Italia.

A esto se suma que, en palabras de Francesc Carreño, "seguimos en una sociedad en la que la prevención auditiva todavía no es una de las prioridades (ruido ambiental, protección del ruido profesional y del ocio, entre otros), y esto hace que este tipo de problemas auditivos puedan aumentar en los próximos años", lo que hace suponer que estas estimaciones se quedan cortas.

De modo que "tenemos mucho camino por recorrer en la salud auditiva en nuestro país. Y los audioprotesistas, como profesionales de la salud auditiva, pensamos que las instituciones y organismos públicos deberían de ayudar a concienciar más a la sociedad en estos aspectos de prevención, y así prevenir pérdidas auditivas que luego producen otros problemas que impactan en nuestra sociedad y sanidad pública".

Así, el presidente de la ANA insta a pensar que "la pérdida auditiva, aparte de mermar la capacidad auditiva de las personas, afecta indirectamente a su aislamiento, a la mayor depresión por esta condición, y a otros problemas que pueden ir asociados, como problemas de salud en general". "Empezamos con problemas de audición, pero toda nuestra salud se resiente porque un sentido fundamental para la comunicación con todo nuestro entorno, que se ve afectada, y por lo tanto impacta en nuestra calidad de vida".

De hecho, nos encontramos ante un escenario que presenta un aumento de casos entre personas más jóvenes: "La presbiacusia ha avanzado en las últimas décadas, y ya empezamos a ver esta patología en personas de 50 años", revela. Y por supuesto, continúa el especialista, "la exposición al ruido y el mal uso de auriculares está haciendo que se acelere el proceso de pérdida auditiva entre los más jóvenes".

Por otra parte, "gracias a que las compañías privadas han puesto en marcha procesos de prevención, la detección temprana ha mejorado y estamos haciendo adaptaciones auditivas tempranas en personas que, si no hubieran pasado por un centro de audioprótesis a hacer una revisión, posiblemente hoy tendrían una pérdida auditiva que con el tiempo no se habría tratado y

con peores pronósticos para su rehabilitación auditiva con audífonos".

Así las cosas, para Francesc Carreño las asignaturas pendientes en el campo de la salud auditiva pasan por una mayor prevención desde las instituciones públicas como ya señalaba anteriormente.

Asimismo, considera necesario, "visibilizar más la figura del audioprotesista como profesional sanitario que puede ayudar a las personas a descubrir su situación auditiva, y valorar las mejores opciones de corrección de la misma", así como "promover una sociedad más sensibilizada en lo que se refiere al cuidado de nuestra salud auditiva y el control del ruido en nuestro entorno". Y concluye poniendo énfasis en "la mayor tolerancia con las personas que tienen pérdida auditiva, tanto los que usan soluciones como los que no, creando espacios y entornos más accesibles a su necesidad, y no excluirlos por su condición; igual que hemos conseguido hacer con las personas con problemas de visión, conseguir lo mismo para las personas con problemas de audición". ■

## La revolución de los audífonos

En el avance de la mejora de la calidad de vida de las personas con pérdida auditiva, la tecnología ha sido factor clave, resalta Francesc Carreño. "Actualmente tenemos audífonos que no solamente consiguen adaptarse completamente al perfil auditivo del usuario en toda su necesidad auditiva, sino que además son capaces de anticiparse a las situaciones complicadas en ambientes de ruido donde es más difícil escuchar las voces", combinando micrófonos y parámetros del sistema de audífonos para conseguir la mejor audición en todos estos ambientes.

Este salto también ha ido acompañado con el cambio en los ámbitos de comunicación, "dando a los audífonos acceso a la comunicación directa con otros dispositivos, como son los smartphones o sistemas de audio externos, que hacen que el usuario se pueda comunicar libremente con estos directamente a través de sus audífonos", expone Carreño. Y ya los audífonos trabajan además como "complementos" ideales para personas que tienen riesgo de caídas, avisando si se producen; geolocalización para personas que pueden tener problemas de Alzheimer, o incluso controlar el estado de salud.

Sin embargo, el Carreño cree que la normalización con relación a llevar audífonos todavía es un reto en nuestra sociedad. "La estética sigue siendo un factor importante, aunque hoy en día los audífonos han evolucionado en tamaño y discreción por su ergonomía, lo que los hace prácticamente invisibles dentro y detrás de la oreja". Con todo y con eso, "debemos mejorar mucho más aún en normalizar el uso de audífonos cuando existe pérdida auditiva, eso ayudará a que las personas no veamos un 'inconveniente' o que es una solución para nuestro problema auditivo".



# IM FARMACIAS

EL MEDIO DE LA FARMACIA COMUNITARIA



CONÉCTATE A [WWW.IMFARMACIAS.ES](http://WWW.IMFARMACIAS.ES)  
CADA DÍA ENCONTRARÁS NOTICIAS  
DEL SECTOR Y PODRÁS CONSULTAR  
TODAS LAS REVISTAS EN FORMATO DIGITAL

José Luis Aedo, presidente de Fiapas

# “Nuestro objetivo es incrementar la incidencia política y social, además de buscar nuevas alianzas para aumentar nuestra capacidad de influencia”

**CON 47 ENTIDADES CONFEDERADAS, FIAPAS LLEVA MÁS DE 45 AÑOS TRABAJANDO EN NUESTRO PAÍS POR LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD AUDITIVA Y DE SUS FAMILIAS.**

Los datos son abrumadores. Según el Instituto Nacional de Estadística (Encuesta EDAD-2020), en España existen alrededor de 1.233.400 personas con una discapacidad auditiva de distinto tipo y grado, de las que más del 98% utiliza la lengua oral para comunicarse. Por otro lado, según el Estudio Eurotrak 2020, en España, el 11,3% de la población tiene problemas auditivos, de distinto tipo y grado, que les plantean dificultades para entender una conversación en un tono de voz normal. Asimismo, cinco de cada mil recién nacidos presentan una sordera de distinto grado, lo que en nuestro país supone, con la actual tasa de natalidad, que, cada año, en torno a 1.890 familias tienen un/a hijo/a con sordera, según datos de la Comisión para la Detección Precoz de la Sordera Infantil-CODEPEH).

Por todo ello, y con motivo de la celebración, este año 2023, del 45º aniversario de la Confederación Española de Familias de Personas Sordas (Fiapas), desde IM Ópticas hemos querido ponernos en contacto con su presidente para conversar acerca de la labor de la Fundación, la necesidad de seguir trabajando por los derechos de las personas con discapacidad auditiva y

de sus familias, así como las prioridades de su hoja de ruta en este año de celebración.

En este sentido, **José Luis Aedo Cuevas**, presidente de Fiapas, hace referencia al acuerdo de colaboración firmado con NACE (Asociación No Al Acoso Escolar, Stop Bullying), para la prevención del acoso escolar en relación con alumnos con sordera. “Para Fiapas, la búsqueda de nuevas alianzas que nos permitan avanzar en la consecución de nuestro propósito resulta un objetivo estratégico. Para ello, trabajamos en alianza con diversas plataformas, organizaciones y empresas con el objetivo de crear sinergias que nos permitan dar una mejor respuesta a las necesidades de las personas sordas y de sus familias. El caso de nuestro acuerdo con NACE es una de ellas”, apunta Aedo Cuevas y añade: “De tal manera que ambas entidades nos apoyaremos mutuamente en torno a la prevención del acoso escolar, a través de la formación dirigida a profesorado y familias, la asistencia técnica en relación con la discapacidad auditiva y/o el acoso escolar, y la elaboración de materiales y recursos educativos. Todo ello con el fin de favorecer la prevención de conductas de rechazo o acoso hacia el alumnado con discapacidad auditiva”, concluye.

“EL EJE DE NUESTRA  
POLÍTICA ASOCIATIVA  
SON LAS FAMILIAS Y  
TRABAJAMOS EN LA  
DEFENSA DE SUS DERECHOS,  
NECESIDADES E INTERESES”



## Un objetivo claro

Desde la creación de Fiapas en el año 1978, el objetivo ha sido claro, como apuntan desde la Federación: promover los derechos de las personas con discapacidad auditiva y de sus familias. *“Durante estos cuarenta y cinco años, hemos recorrido un largo camino, no exento de dificultades, en el que se han ido consiguiendo importantes avances de los que debemos sentirnos orgullosos. Actualmente, contamos con 47 entidades confederadas que constituyen la mayor plataforma de representación de las familias de personas sordas de nuestro país”,* afirma el presidente de la entidad.

Porque se habla mucho de las personas sordas y sus derechos, pero las familias, parte de ser un apoyo constante, también sufren esas limitaciones. *“Efectivamente, el eje de nuestra política asociativa son las familias y trabajamos en la defensa de sus derechos, necesidades e intereses. La respuesta a los mismos no deja de ser la respuesta primaria y básica para promover y proteger los derechos de las personas con discapacidad auditiva que forman parte de ellas, ya se trate de los hijos, del padre, la madre, los abuelos, los hermanos, etc. Al tiempo que trabajamos por que cuenten con las medidas y ayudas que les permitan hacer frente al sobrecoste emocional, económico y de todo tipo que genera la presencia de la discapacidad auditiva en uno de sus miembros”,* destaca Aedo Cuevas.

De tal manera que uno de los puntos principales de sus propuestas y objetivos para este 2023 tiene que ver con la profunda reflexión estratégica que se inició, en los últimos años, desde el Movimiento Asociativo de Familias FIAPAS. Ello desembocó en la creación de una hoja de ruta compartida sobre lo que se esperaba de FIAPAS en el cuatrienio 2021-2024, con el firme propósito de avanzar en la consecución de construir una sociedad inclusiva, donde las personas con sordera y sus familias sean los protagonistas de sus propias vidas y sus decisiones, ejerzan sus derechos y participen en igualdad de condiciones en todos los ámbitos de la sociedad.

## Derechos fundamentales

Es cierto que el avance vertiginoso experimentado a lo largo de los últimos años en el ámbito sanitario, educativo, tecnológico y social ha permitido que, actualmente, las personas sordas puedan alcanzar metas *“que cuando Fiapas surgió eran impensables. Y a esa consecución desde la Federación hemos contribuido activamente”,* afirma el presidente. Si bien abogan por la consecución de más derechos para las personas con discapacidad auditiva, porque, como apunta Aedo Cuevas, los ciudadanos tenemos reconocidos en la Constitución Español

la y en el resto del ordenamiento jurídico una serie de derechos. *“Las personas con discapacidad auditiva, como cualquier otro ciudadano, participan del mismo marco de derechos que el resto, contando además con legislación específica que regula los medios y medidas que contribuyen a su ejercicio pleno, garantizando su acceso a bienes, servicios y productos, en igualdad de condiciones de uso y disfrute”,* destaca. Y para ello, el presidente de Fiapas pone un ejemplo: *“Para poder ejercer estos derechos, las personas con sordera necesitan productos y recursos de apoyo a la audición y a la comunicación oral. Por ejemplo, cuando un estudiante con sordera no cuenta con una emisora FM en clase, no puede ejercer su derecho a la educación puesto que no está accediendo a los contenidos que se imparten en la misma. Cuando una persona sorda va al cine y la película no está subtitulada y la sala no cuenta con bucle magnético, no puede ejercer su derecho a la cultura. Durante la reciente pandemia, sólo se podía contactar con los centros de salud a través de teléfono, por lo que las personas sordas han visto que se ponía en grave riesgo su derecho a la salud. Y así podríamos seguir ejemplificando con los diversos derechos fundamentales que deben ser garantizados para todos”,* concluye.

Porque, para el presidente de la entidad, el gran error que comete la sociedad en su conjunto, pero también algunas administraciones y poderes públicos, es creer que una persona con sordera que habla y usa prótesis auditiva tiene resueltas todas las situaciones de interacción con el entorno y no encuentra barreras en el acceso a la información. *“Se desconoce lo incapacitante que puede llegar a ser el hecho de no oír, provocando aislamiento y otros problemas cognitivos y emocionales. Algo que resulta muy limitante en la actividad diaria, ya que hay situaciones en las que la distancia con el interlocutor o la fuente de sonido, además del ruido ambiente, limita las prestaciones de las prótesis, aparte de restringir la autonomía y la participación de quien no oye”.* Sobre todo, porque dentro de ese millón largo de personas en España que tienen una discapacidad auditiva de distinto tipo y grado, existe una generación de jóvenes y de niñas y niños con sordera que comunican en lengua oral, utilizan prótesis auditivas y productos de apoyo a la audición y a la comunicación oral. Así como personas adultas con sordera que también comunican en lengua oral y son usuarias de prótesis auditivas y de productos de apoyo, tanto para la accesibilidad auditiva como para el acceso a la información y a la comunicación.

## Concienciación

Recientemente, el Gobierno ha anunciado que mantiene los incentivos a la contratación laboral de personas con discapacidad. De ahí que preguntemos al presidente de Fiapas si existe mucho desempleo en el espectro de las personas con discapacidad auditiva. *“La tasa de actividad de las personas sordas fue en 2021 del 55,5%”,* –comenta José Luis Aedo–, *“más elevada que la media de la población con discapacidad (que es el 34,6%), pero casi 20 puntos por debajo de la media sin discapacidad”.* Un hecho que se debe a que la sordera continúa siendo una discapacidad invisible y desconocida, más aún cuando la



persona con sordera se comunica en lengua oral. Debido a esa invisibilidad, y a ese desconocimiento generalizado de las necesidades de las personas sordas, éstas se encuentran muchas barreras a la hora de acceder a un trabajo, *“pesando más, en ocasiones, su pérdida auditiva que su experiencia y currículum vitae. Por ello, es necesario promover la toma de conciencia sobre el valor que aportan las personas con sordera, ya que son un activo en el mercado laboral ordinario, siempre que cuenten con los ajustes razonables que cada uno precise”*, concluye Aedo.

Con todo ello encima de la mesa, la hoja de ruta de Fiapas para este año 2023 cuenta con una serie de puntos imprescindibles, si bien, el objetivo fundamental es incrementar la acción de incidencia política y social, además de buscar nuevas alianzas para aumentar su capacidad de influencia. *“En los últimos años, también estamos trabajando para fortalecer aún más nuestro movimiento asociativo, dando soporte a la acción política y a los servicios de nuestras entidades miembro, así como avanzando en la transformación digital de nuestra acción y gestión”*.

Otro de los puntos de esta hoja de ruta se basa en la puesta en marcha de la Estrategia de Participación de Infancia y Adolescencia de Fiapas, enfocada en potenciar el empoderamiento de los niños, niñas y adolescentes con sordera, el conocimiento de sus derechos y la reivindicación, así como la promoción de cauces para su participación. Además de la importancia que siempre ha tenido para Fiapas la generación y transmisión del conocimiento, *“a lo que dedicamos gran parte de nuestro esfuerzo”*. En este sentido, el presidente de la Federación aprovecha las páginas de esta revista para invitar a todos los lectores *“a que consulten nuestra Biblioteca Virtual <https://bibliotecafiapas.es/> donde pueden encontrar, además de nuestra revista y artículos científicos relacionados con la sordera, las guías y materiales editados por Fiapas”*.

Por último, desde la entidad se resalta la labor que llevan a cabo en lo que se refiere a la organización de actividades formativas y para la actualización competencial, dirigidas a diferentes profesionales implicados en la discapacidad auditiva, así como con la edición y difusión de materiales formativos, informativos y para la toma de conciencia. *“Este año 2023 es también año electoral, lo que nos llevará a incrementar nuestra acción de incidencia política, centrando nuestras demandas en promover la accesibilidad auditiva, a la información y a la comunicación en todo tipo de entornos, en cumplimiento del marco legal vigente”*, concluye Aedo. ■



## Siete redes de trabajo

Fiapas ha estructurado su labor a través del trabajo en red para dar respuesta coordinada a las necesidades de las personas sordas y sus familias.

- 1. Red de Desarrollo Institucional:** en su doble ámbito de actuación, nacional y europeo, es la vía de trabajo y atención preferente a las entidades confederadas respecto al fomento del asociacionismo. Desde ella se fortalece la competencia e interlocución del Movimiento Asociativo Fiapas y su participación.
- 2. Red de Atención y Apoyo a Familias:** busca informar, orientar y ofrecer recursos formativos y apoyo emocional a las personas sordas y a sus familias. Atiende a una media anual de 2.500 familias y se realizan más de 13.000 gestiones individuales cada año. Esta red cuenta con la colaboración de más de 130 padres/madres guía voluntarios.
- 3. Red de Intervención Logopédica:** con una media anual de 40.000 servicios, se prestan servicios de intervención logopédica y se contribuye a desarrollar las capacidades personales, comunicativas y de aprendizaje de las personas con sordera a través de la comunicación en lengua oral.
- 4. Red de Infancia y Adolescencia:** se promueve el empoderamiento de los niños, niñas y jóvenes adolescentes con sordera, y se potencia su participación en la defensa de sus derechos.
- 5. Red de Formación Especializada:** dirigida a la especialización y actualización de conocimientos de profesionales (profesorado, logopedas y orientadores). A través de ella se han formado, hasta el momento, a 1.154 profesionales, se han editado publicaciones especializadas y se ha creado la Biblioteca Virtual Fiapas.
- 6. Red de Inserción Laboral:** el objetivo principal es fomentar y facilitar la autonomía de las personas sordas, a través de su inclusión laboral en el empleo ordinario. Desde esta Red se han atendido a más de 27.000 personas sordas y se han gestionado alrededor de 13.000 contratos.
- 7. Red de Promoción de la Accesibilidad:** eje transversal del resto de áreas, desde aquí se promueve el acceso de las personas sordas a la información y a la comunicación, a través de recursos de apoyo a la audición (bucle magnético) y a la comunicación oral (subtitulado) en todos los ámbitos.

# Ni la pérdida auditiva es inocua, ni el audífono envejece

CON MOTIVO DEL DÍA MUNDIAL DE LA AUDICIÓN, QUE SE CELEBRA CADA 3 DE MARZO, OTICON RECORDÓ LA IMPORTANCIA DE ACABAR CON CREENCIAS ERRÓNEAS QUE HACEN QUE LA POBLACIÓN DESCUIDE SU SALUD AUDITIVA O SEA RETICENTE A LLEVAR DISPOSITIVOS PARA ESCUCHAR QUE MEJORAN SU CALIDAD DE VIDA.

La salud auditiva es clave para una vida plena. Por eso, falsas creencias como que no pasa nada si se tiene pérdida en la audición o que los audífonos hacen parecer mayor a quien los lleva, perjudican a ese 20% de la población mundial que sufre algún tipo de déficit auditivo. Con motivo del Día Mundial de la Audición, que se celebra cada 3 de marzo, Oticon presentó en Madrid el decálogo *‘Cómo vivir en la onda: mitos sobre la audición y los audífonos’*, elaborado con apoyo de Clínica Universidad de Navarra.

Esa desinformación acarrea además un retraso en el diagnóstico de la pérdida auditiva, obstruyendo el acceso de los potenciales usuarios a tratamientos y equipos que mejorarían sustancialmente su calidad de vida. Como indicó **José Luis Blanco**, jefe de Audiología de Oticon, la solución más habitual suele ser el audífono, que *“ahorraría muchos otros problemas relacionados con el deterioro cognitivo y las relaciones sociales y laborales”*. También alertó que a día de hoy sigue habiendo *“mucha desinformación”*, lo que está limitando la mejora en la calidad de vida de los afectados por esta.

## Desinformados

El papel de los expertos, y el de los audiólogos, es clave para evitar que esos prejuicios se asienten en el imaginario colectivo. Por eso, durante el evento celebrado en el espacio Loop 21, los ponentes insistieron tanto en la prevención como en aumentar el acceso a la información para detectar señales de la pérdida auditiva y los tratamientos que tienen a su disposi-

ción. Preocupa en especial que más de la mitad de los españoles afirme no tener suficiente información sobre cómo cuidar su audición ni son conscientes del riesgo al que se exponen, según el estudio *‘Escuchar para cambiar el mundo: la importancia de la audición en España’*, impulsado por la compañía.

Sobre todo, porque estos problemas serán un asunto que recobre gran importancia en unos años, cuando la población joven expuesta a niveles de sonido excesivos y prolongados empiece a presentar problemas. La Organización Mundial de la Salud (OMS) estima que podrían ser más de 1.000 millones de habitantes entre 12 y 35 años. Para el *audiólogo de Clínica Universidad de Navarra, Javier Santos*, es cada vez más habitual que acudan *“personas a edades más tempranas”* con pérdida auditiva, entre otros motivos, por la costumbre de escuchar música *“a volúmenes excesivos o en espacios recreativos como clubes nocturnos, bares, conciertos, etc.”*.

Otro de los mitos muy extendidos tiene que ver con que perder audición es algo irreversible debido al envejecimiento. Y, aunque este *“influye”*, reconoce Santos, el cambio en los estilos de vida expone a la población a diario *“a una cantidad de ruido que está dañando nuestra audición”*. Tal como se señala en el decálogo, la pérdida auditiva se puede prevenir *“si se siguen unas adecuadas medidas de protección frente al ruido”*, como evitar la exposición a estos volúmenes excesivamente altos durante un tiempo prolongado.

Sin dejar de lado tampoco el necesario uso de los dispositivos adecuados. Bien lo sabe **Francisca Castellanos**, paciente y

usuaria de audífonos que participó en el evento compartiendo su historia y “el antes y el después” que supuso para ella empezar a llevarlos.

Quienes se niegan a ponérselos pueden desarrollar una serie de problemas que afecten a su calidad de vida. En niños, explicó Santos, en forma de retrasos en la “adquisición del lenguaje y en su desarrollo”, mientras que en adultos aceleraría “el deterioro cognitivo y conducir a aislamiento social, depresión, ansiedad y estrés”.

Además, según datos recopilados por Oticon, el riesgo de sufrir demencia se multiplica por cinco para la pérdida auditiva de severa a profunda (que afectaría al 5,5% de la población mundial), por tres para la pérdida auditiva moderada, y por dos para la pérdida auditiva leve.

### Se demora el uso de audífonos

Los expertos denuncian además que suele demorarse el uso de audífonos hasta que la pérdida auditiva es grave. Según Oticon, hasta uno de cada cinco españoles reconoce que esperarían a que el problema en su audición realmente fuera un problema para ponerse un dispositivo que sigue estando estigmatizado.

Como señaló Blanco, todavía se ve como algo que hará “parecer mayores” o incluso se aprecian como elementos que pueden “aumentar la pérdida auditiva, que son incómodos y difíciles de usar y que van a dificultar la audición en determinados lugares”. “Pero lo cierto es que hoy en día incorporan las más novedosas tecnologías y los más innovadores diseños que los hacen unos dis-

positivos modernos, cómodos, casi invisibles, adaptables a distintas situaciones sonoras como puede ser la asistencia al cine o al teatro, la experiencia de un concierto o seguir una conversación en un restaurante”, desgranó el portavoz de Oticon.

En cualquier caso, acudir al centro óptico o audiológico para realizarse revisiones periódicas es el principal consejo que compartieron los profesionales para detectar precozmente cualquier patología relacionada con la audición. En paralelo, permitirán hacer más sencillo el proceso de uso de un audífono, tanto “para facilitar su empleo” como en “su mantenimiento”.

Superan el tercio de los españoles los que confiesan no haberse revisado nunca la audición y, en especial, entre jóvenes de la generación Z, según el mencionado estudio de Oticon. Entre estos últimos es cada vez más habitual la aparición de *tinnitus*, un síndrome muy molesto caracterizado por un pitido temporal o permanente que puede aparecer ante la exposición a ruidos muy intensos, como conciertos o explosiones, y también por el uso de determinados fármacos. Sobre esta patología pesa la falsa creencia de que son solo las personas con problemas auditivos quienes lo padecen. ■

**EL PAPEL DE LOS EXPERTOS, Y EL DE LOS AUDIÓLOGOS, ES CLAVE PARA EVITAR QUE ESOS PREJUICIOS SE ASIENTEN EN EL IMAGINARIO COLECTIVO**



# Otro éxito de MIDO

WELCOME  
**MIDO**  
LIVE THE WONDER

HALLS 1-3, 2-4, 6-10 ↑

**DE LOS MÁS DE 1.000 EXPOSITORES QUE REPRESENTABAN TODA LA CADENA DE SUMINISTRO, DESDE MAQUINARIA HASTA LENTES, PASANDO POR FABRICANTES DE MONTURAS Y DESDE LAS PRINCIPALES MARCAS DE LA INDUSTRIA HASTA JÓVENES DISEÑADORES INDEPENDIENTES, EL 72% ERAN INTERNACIONALES Y EL 28% DE ITALIA.**

**M**IDO 2023 marca el comienzo de una nueva era con unos números que confirman su posición de liderazgo al cierre de su 51ª edición el pasado 6 de febrero.

La asistencia fue de unos 35.000 profesionales de la industria, el 80% de los cuales procedían de Europa. Estas cifras suponen un incremento del 60% de visitantes respecto a la edición del 2022. Asimismo, también en aumento, los visitantes italianos representaron el 53% del total.

De los más de 1.000 expositores que representaban toda la cadena de suministro, desde maquinaria hasta lentes, pasando por fabricantes de monturas y desde las principales marcas de la industria hasta jóvenes diseñadores independientes, el 72% eran internacionales y el 28% de Italia. Entre los expositores extranjeros, el 51% eran de Europa, el 42% de Asia y el 7% del resto del mundo.

Los datos, tanto de visitantes como de participación de profesionales del sector, confirman una vez más el inconfundible alcance global del salón.

Para los visitantes, hubo innumerables innovaciones y eventos, con un enfoque especial en los ópticos, desde el ciclo de encuentros OTTICLUB hasta la presentación de libros especializados en el programa Book@MIDO. En MIDO también fue de suma importancia la sostenibilidad, con elogios y áreas dedicadas a este campo. Pero también hubo espacio para el glamour, con actuaciones de VIPs y personalidades del mundo del espectáculo con flash mobs, exhibiciones y entrega de premios en las populares plazas MIDO.

La feria MIDO se ha convertido también en una cita ineludible para la prensa italiana e internacional: con la asistencia de más de 380 periodistas acreditados, más de 100 artículos publicados en solo los tres días de la feria y alrededor de 500 en las semanas precedentes.

Además de una importante participación presencial, hubo una gran actividad online. Usuarios de todo el mundo se conectaron a los perfiles sociales de MIDO, animándolos con más de 15.000 posts compartidos entre publicaciones e historias. La comunicación, en tan solo los tres días de feria, superó los 1,4 millones de impresiones, crecimiento que también se refleja en las 50.000 interacciones en las páginas, un aumento de más del 30% respecto al año pasado.

El sitio web mido.com fue visitado por más de 30.000 personas (incremento del 50% respecto al 2022), mientras que la plataforma digital contó con 12.000 miembros, 650 páginas de presentación y más de 40 eventos que seguirán disponibles hasta diciembre de 2023.

La combinación de participación presencial y online significa que MIDO 2023 integró de manera exitosa y positiva lo real y lo virtual. La próxima cita con MIDO está prevista del 3 al 5 de febrero de 2024 en Fiera Milano Rho.

## Novedades

Como era de esperar, en MIDO pudimos ver las novedades en monturas. Así, las gafas para SS24 se perfilan así: reinterpretaciones de formas geométricas dirigidas a la funcionalidad, estética elaborada, ediciones limitadas únicas, detalles no convencionales, matices inspirados en la naturaleza y un enfoque infalible en la sostenibilidad y la inclusión.

El diseño de gafas tiende hacia la personalización y la exclusividad; los materiales y las formas giran en torno a cinco temas clave: *Metaverse Metals*, *Incrusted*, *Volcanic*, *Pink Diamonds* y *Scavenged Beauty*.

*Metaverse Metals* se basa en la noción de Metaverse como una realidad virtual inmersiva e imaginativa que inspira colores metálicos hipnóticos, casi psicodélicos. De esta tendencia surgieron soldaduras innovadoras, acabados futuristas, sombras evocadoras y sutiles matices.

Por su parte, *Incrusted* se centra en el futurismo de hipertexturas, que da lugar a superficies incrustadas fusionadas con formas sólidas. Se trata de una encantadora tendencia ornamental, basada en monturas recubiertas de una amplia gama de materiales, entre los que se encuentran cristales, perlas, piedras semipreciosas y materiales reciclados.

En cuanto a *Volcanic*, como su nombre indica, estalla con colores y materiales que recuerdan superficies volcánicas incandescentes, inspiración del desierto, fuego, metal fundido. Los preferidos son los pigmentos fabricados con procesos de producción sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. Los acetatos reciclados y los bioacetatos hacen el grado y las lentes de colores recuerdan los flujos de lava.

*Pink Diamond* es la encarnación perfecta de la expresión francesa "voir la vie en rose", [ver la vida a través de lentes color de

## MIDO 2023 en cifras

- Poco más de 1.000 expositores
- Más de 150 países representados
- 6 pabellones
- 8 áreas de exhibición
- 3 premios internacionales otorgados a ópticos y expositores
- Más de 30 actividades programadas, incluyendo 3 días de conferencias, encuentros, mesas redondas y eventos
- Más de 250 periodistas acreditados de todo el mundo
- 7 canales sociales para compartir videos, fotos y publicaciones sobre el espectáculo
- 1 canal de TV oficial con entrevistas y reportajes en profundidad de los pabellones MIDO
- 1 plataforma digital B2B para explorar noticias, contactos y algunas de las colecciones de los expositores

rosa]. Una tendencia romántica pero audaz, que no juega con transparencias frías y diamantinas, sino que se basa en reflejos brillantes, rosas fondant. Se emplean diamantes naturales extraídos de manera responsable, piedras recicladas o cultivadas en laboratorio.

Finalmente, Scavenged Beauty explora el concepto de upcycling, es decir, la reutilización de materiales desechados para crear nuevos objetos de valor. En este caso, vemos el uso de conchas, una vez que resurgen del mundo submarino se transforman en materiales sólidos y decoraciones intrincadas. Conchas marinas o nácar de origen ético se combinan con piedras o metal para crear objetos únicos y diseños de edición limitada.

### Formas geométricas

Las gafas SS24 tienen como objetivo ser funcionales, con una estética mejorada, siluetas clásicas reinventadas con detalles innovadores, poco convencionales y sorprendentes. Destacan cinco formas principales: Slim Racer Frame, con lentes finos y deportivos que recuerdan a la competición; Fashion Shield, estilos oversize, fieles a su nombre; Future Classic Frame, con contornos retro y formas hábilmente reinterpretadas con un toque futurista; Geometric Frame, lentes geométricos de inspiración vintage de los años 80; y Surreal Wavy Frame ondulada, sensual, excéntrica, psicodélica y surrealista.

### Paleta de color

Cinco colores de moda brillan en las gafas SS24. El primero es el Rojo Radiante, rojo brillante, vivo, apasionado, entusiasta; un tono de verano agradable y juguetón, estimulante y emocionalmente atractivo, que pasa con confianza del ámbito físico al digital. Un rojo empático y radiante que encarna

los conceptos de bienestar, amor, autocuidado y consideración.

El Elemental Blue, inspirado en los tonos calmantes y relajantes del índigo, confirma la necesidad de colores sofisticados que narren la vida lenta y una mayor conciencia sensorial. Un azul industrial básico, con los pies en la tierra que puede transformarse en surrealista y experiencial. Se adapta a una estética minimalista y acabados mates, pero con reflejos e hipertactilidad que aportan una experimentación novedosa.

El color Cáscara de nuez, como en cáscara de nuez, un rico marrón natural con tonos de especias terrosas que evoca calidez y tranquilidad, autenticidad y artesanía fina. Un color que habla de sostenibilidad, innovación y una creciente sensación de nostalgia, atrae a los consumidores a volver a los estilos y colores de inspiración retro.



Y pasamos al Cyber Lime, amarillo neón, nítido y vanguardista, casi "tecnológico", energiza cuerpo y mente. Este verde ultrabrillante apunta a la poderosa conexión entre la naturaleza y la tecnología. Un color que también se encuentra en los mundos digitales sensoriales que combinan formas orgánicas y realismo sintético, se afirma como un color inclusivo que activa la dopamina.

Finalmente, el Fondant Pink, un pastel pigmentado con un encanto juvenil desinhibido, marca el regreso de colores tiernos y delicados que se mezclan sin esfuerzo con tonos de lila y lavanda. Este color está relacionado con las sensaciones de placer, un sentimiento que será cada vez más significativo para los consumidores en 2024. ■



**LA PRÓXIMA CITA  
CON MIDO ESTÁ  
PREVISTA DEL 3  
AL 5 DE FEBRERO  
DE 2024 EN FIERA  
MILANO RHO**



## Datos de la industria de gafas italiana

Gracias a su sólida orientación internacional, en 2022 la industria de gafas de Italia, compuesta por 830 empresas y 18.250 empleados, tuvo un desempeño brillante en los mercados internacionales, pero la inflación y la incertidumbre económica tuvieron un gran impacto. Según un pronóstico preliminar para 2022 de ANFAO, la producción de gafas de Italia en 2022 ascendió a 5,17 mil millones de euros, un 24% más que en 2021. Las exportaciones de monturas, gafas de sol y lentes (que representan alrededor del 90% de la producción industrial) crecieron un 22,5% con respecto a 2021, para alcanzar aprox. 5.000 millones de euros. Estados Unidos, tradicionalmente el principal mercado de exportación de la industria de gafas, con una participación de más del 30%, aumentó un 20,2% en comparación con 2021. Las preocupaciones predominantes para la primera mitad de 2023 son los aumentos de costos en energía, materias primas, transporte, servicios, logística, envases, etc. Se estima que se han duplicado, en promedio, en comparación con el período previo a la pandemia. Esto obliga a las empresas a operar con márgenes cada vez más bajos, poniendo en riesgo la supervivencia de las propias empresas, especialmente de las pymes.

## EL VALOR DE APORTAR ESTILO, UNA OPORTUNIDAD PARA LOS ÓPTICOS

**M**IDO, la mayor feria internacional dedicada a la óptica, ha regresado un año más por todo lo alto, con más de 1.200 expositores. Desde Milán, el evento ha actualizado del 4 al 6 de febrero las novedades del sector. Empezando por la moda ¿Cómo definir un look a través de las gafas? El estilo y la salud visual van de la mano cuando de elegir un modelo se refiere, por lo tanto, los ópticos deben estar al tanto de las últimas tendencias. Así lo dejaron claro en una sesión de debate **Valentina Ventrelli**, *experta en la materia y consultora de marketing*, y **Nick Cerioni**, *director creativo y estilista de 'celebrities'*.

*"Entre la moda y las gafas hay una fuerte relación desde siempre"*, comentó Ventrelli. Piezas icónicas vistas en el mundo del cine, la televisión, o la música así lo demuestran. John Lennon, Sophia Loren, Madonna, Cary Grant, David Bowie... A través de ellas se crearon en el imaginario colectivo la imagen de fuertes personalidades, detrás y delante de la pantalla. También es extrapolable al cliente que acude a una óptica en busca de unas gafas. Como parte del sector retail, *"dedicarle tiempo a una persona que va a gastar dinero en nuestro negocio es esencial"*, indicó la experta. Especialmente en el mundo de la óptica, tan diferente pero tan parecido al de la moda. Aunque en su opinión, *"las gafas son más universales que los vestidos"*.

El estilista corroboró esa idea poniendo un ejemplo suyo. *"Hace poco iba a asistir a un evento muy importante y quería comprar un maravilloso traje de Gucci. Me quedaba demasiado ajustado e incluso la talla más grande era demasiado pequeña"*. Por el contrario, afirmó Cerioni, *"las gafas son un maravilloso*

*accesorio para todos"*. En su opinión, *"dan una identidad visual a las personas muy fuerte y al mismo tiempo crean una especie de apariencia. Contribuyen a la creación de un 'look' con personalidad, y eso es sumamente importante"*.

### Un gran poder

A su modo de ver, los dueños de cualquier tienda del sector retail, incluidas las ópticas, tienen un gran poder cuando son capaces de definir la identidad de sus clientes de alguna manera. *"Unas gafas hablan de esa persona, cuentan parte de la personalidad del cliente antes de que este incluso abra la boca. Son productos que tienen un potencial increíble, aparte del comercial como mero accesorio. También son un marco para la cara, muy poderoso en términos de la narración de uno mismo"*.

Él, por su trabajo, está acostumbrado a codearse con artistas, un ámbito donde unas gafas de sol pueden jugar un papel fundamental para crear un estilismo. *"Si eres una estrella del rock o un cantante de rap, usarás muchas gafas de sol. Pero, por el contrario, es difícil utilizarlas en un escenario, en una sesión de fotos... Aunque aportan un misterio especial"*, expone Cerioni.

En suma, se trata de un accesorio con una gran variedad de significados y un sinfín de matices, según Valentina Ventrelli. *"De alguna manera es transgresor, y provocar es una buena manera de dar un punto de vista sobre la moda. Un punto de vista muy interesante, un poco punk. Es una forma de declarar una singularidad"*, manifestó la especialista.

*"Los ópticos deben tomar para sus clientes esta posibilidad de salir de la zona de confort para hacer algo que realmente los empodere. Que les haga sentirse extraños, divertidos, o entretenidos"*, prosiguió Nick Cerioni. Es decir, es una gran oportunidad para jugar y divertirse con este accesorio. Asimismo, a su juicio, *"comparadas con la moda, son muy democráticas; todos pueden usar un par. Pueden ser sofisticados y elegantes al mismo tiempo"*. Y ambos expertos coinciden que incluso las gafas más funcionales pueden darle un encanto interesante al look. Como estilista, para el ponente es un desafío definir la personalidad de alguien a través de unas gafas, pero también se puede traducir a gente de la calle.

Su consejo para los ópticos es que *"pueden decirle a un cliente que no está comprando algo solo para proteger sus ojos del sol, sino que está adquiriendo un producto para mostrar su personalidad. Entonces, es algo aún más fuerte, muy emocionante"*. Venderle un producto a alguien, asegura, *"con la idea de que puede no representarle, o bien puede hablar de él incluso antes de hablar"*. *"Así que aquí podemos decirles a los clientes que tienen la oportunidad de ser diferentes y comprar un accesorio con el que pueden empoderarse"*, concluyó. ■



## “EL PRODUCTO Y EL DISEÑO DE UN ESTABLECIMIENTO NO SE PUEDEN SEPARAR”

¿Cómo conseguir una óptica funcional, reconocible y diferente a través de un diseño que respete el espacio y el producto? En el marco de MIDO, el *arquitecto* **Martino Berghinz** dio las claves para optimizar las posibilidades del diseño de un establecimiento. Y es que, para hacer el producto más atractivo, es importante empezar por mejorar el espacio donde se ubica.

*“El producto y el diseño de un establecimiento no se pueden separar”,* apuntó Berghinz, que habló sobre su enfoque del espacio: *“Se puede usar de infinitas maneras, pero yo tiendo a usarlo en contraste. Tengo que dejar que cualquiera que entre perciba el tamaño máximo”.*

Además, para presentar el espacio de venta, el arquitecto recalcó que cada objeto necesita una base. *“Y de hecho, esta es más importante de lo que normalmente consideramos”.*

Poniendo de ejemplo varios de sus trabajos, expuso que los visitantes, da igual si es en un comercio o en una exposición, *“necesitan percibir la máxima dimensión del espacio cuando entran en él”.* Pero antes de poner un pie en ese lugar, su idea es que ese establecimiento le llame la atención desde lejos, mientras pasa por la calle, de modo que le haga despertar el interés y se vaya acercando al escaparate. Para ello, se refiere a lo que denomina como *‘detalles tontos’*, elementos pequeños que despierten el interés. *“Y cuando entro en la tienda necesito olvidar la experiencia que he tenido previamente en el exterior, ingresando en un nuevo espacio”,* señaló.

A pesar de que las nociones que aportó Berghinz son extrapolables al comercio minorista en su totalidad, hizo hincapié en que en el óptico hay una diferenciación clara en cuanto a comparaciones con otros sectores: la venta de un producto que resulta una necesidad para mucha gente. *“La mayoría de nosotros usa gafas; además, es lo mismo en hombres que en mujeres. Y generalmente no intentamos al elegir un par solucionar un mero ‘problema técnico’, sino que también tenemos en cuenta que es un accesorio de moda”,* desarrolló el experto.

Por eso el espacio donde se vende debe ir en concordancia. *“Una de las tendencias más importantes en nuestros días es que un lugar sea ‘instagramable’. Pero ¿esto qué significa? No me*



*importa si un espacio lo es o no. Sin embargo, la idea de crear un área pequeña, un espacio inmersivo que resulte ‘instagramable’ es una nueva tendencia a la que debemos prestar atención”,* avanzó. Por ejemplo, un espacio con muebles de diseño simple y barato puede convertirse en atractivo cuidando detalles como las luces. También, continuó el arquitecto, está de moda poner el foco de atención en falsos techos, zonas del suelo de colores llamativos... *“Siempre con el objetivo de que los productos estén bien presentados, el diseño sea funcional, y el producto se encuentre perfectamente integrado con los elementos de la decoración”,* recalcó.

A petición de la moderadora, **Valentina Ventrelli**, el experto resumió elementos esenciales que tienen en común tiendas de diversos sectores, entre ellos el óptico, para que su actividad resulte un éxito. Del discurso de Martino Berghinz, se identifican palabras clave a tener en cuenta en el diseño de espacios comerciales: modularidad, repetición, pero también, concluyó, *“lo inesperado y el movimiento”.* ■

“SE IDENTIFICAN PALABRAS CLAVE A TENER EN CUENTA EN EL DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES: MODULARIDAD, REPETICIÓN, PERO TAMBIÉN “LO INESPERADO Y EL MOVIMIENTO”

## MÁS DE LA MITAD DE LOS CONSUMIDORES PREFERE COMPRAR EN UN PUNTO DE VENTA FÍSICO

**T**an importante como ofrecer al cliente buen producto es que el entorno donde se vende sea atractivo. Es una premisa que quedó clara en MIDO, donde varios expertos insistieron en la necesidad de cuidar el espacio de las ópticas, como cualquier negocio del sector retail. Voces heterogéneas coinciden en el mismo punto. Una de ellas es la de la *artista multidisciplinar Felice Limosani*, que dialogó con la *experta Luisa Aschiero* sobre cómo hacer del punto de venta un destino atractivo y experiencial, entrelazando arte y comercio, comunicación y creatividad.

No en vano, explorar el espacio físico en el sector retail tiene mucho potencial, indicó Aschiero. Por su experiencia, *“sabemos de la importancia que tiene, pero también lo dicen las cifras, que son las que al final nos ayudan a comprender”*. La experta mencionó a KPMG, que publicó recientemente algunas cifras sobre un rango más amplio en una investigación que incluía aproximadamente 30 países y 30.000 empresas de consumidores. *“Más de uno de cada dos consumidores, algo más del 50%, indicó que todavía siente placer al entrar en un punto de venta, que le gusta tener una experiencia física cuando compran. Hay diferencias por sectores, claro, pero alrededor del 39% también dice estar interesado en la dimensión física, porque dentro del punto de venta puedes tocar, puedes ver, tener una sensación con el producto y el servicio”*, expuso.

Además, prosiguió la experta, *“dentro del espacio hay un elemento interesante que percibimos a nivel global tras la pandemia y la aceleración de los servicios de compra online”*. En concreto, el 61% de las personas afirma que compran online gustosamente, sin embargo, las devoluciones se siguen haciendo presencialmente, *“lo que complica las cosas”*, apuntó. Asimismo, el 59% de los consumidores encuentran emocionante ingresar en una tienda física, entendiendo emocionante como envolvente. *“Eso es algo que debería generar cual-*

*quier punto de venta, porque implica que ese cliente regrese”*, subrayó Aschiero.

### Competir con el comercio electrónico

Felice Limosani, artista multidisciplinar, invitó a una profunda reflexión. A estas alturas abundan los productos y servicios, internet ha expandido exponencialmente la competencia, la oferta y la demanda. Entonces, ¿cuál es la razón de la existencia del comercio minorista hoy en día?

Según su experiencia, existe un comercio electrónico reforzado y diferentes tipos de audiencia al mismo tiempo, con lo cual, si los clientes son leales llegan al punto de venta con las ideas claras. *“En el transcurso de un año, por otro lado, los visitantes que entran solamente a echar un vistazo son un público al que no deberías solamente ofrecerle un producto; los productos y servicios deben ir ligados”*, subrayó Lomosani, quien aseveró: *“Sobre todo porque seguramente alguien venderá un producto mejor que nosotros, al tiempo que internet ha aumentado exponencialmente la comparación de precios y ofertas”*.

Sí, prosiguió, el retail ha evolucionado, los escaparates de las tiendas se idearon en el siglo XIX, *“cuando en Francia había lámparas de gas o combustible a los propietarios se les ocurrió pasar el stock que tenían guardado en la trastienda a las ventanas”*. *“Hoy en día la gente quiere experiencia, no solo un producto, por lo que los modelos expositivos minoristas tradicionales se han quedado obsoletos. Tampoco el arquitecto es un gurú”*.

Felice Limosani puso de ejemplo la experiencia de Luisaviaroma, conocida empresa minorista del mercado de lujo cuya sede y tiendas están en Florencia. *“En Luisaviaroma creamos un concepto enriquecedor que iba más allá del consumo, y esto hoy en día se ha reforzado todavía más. El mundo está yendo a hacia otra idea de consumo en la que, además de ofrecer productos, servicios y precios competitivos, deberías enriquecer a las personas con algo que va más allá del consumo”*, incidió.

El artista aclaró que no hablaba de mera creatividad, sino de una realidad cuando entras a un lugar. *“Nuestro órgano más grande, la piel, empieza a interpretar la realidad que la rodea, independientemente de que puedas decir que es bonito o no. Por ejemplo, nadie se da cuenta de que la atmósfera es efímera, y sin embargo, puede marcar la diferencia; tiene un impacto en los productos y el entorno y puede ser percibida como positiva o negativa”*, manifestó. También tiene un impacto en la razón, en tanto que deja ver que tenemos una selección de productos diferentes a otra tienda. La atmósfera, remacha, *“se compone de tantos pequeños elementos que marcan la diferencia”*. El mundo del lujo sabe exprimir este potencial, como demuestran tiendas como la de Louis Vuitton en París. Pero al final es arte, y para ello, él rehúsa a poner reglas. *“El arte significa cuestionarte lo que no tenías, es una experiencia emotiva”*. ■



## LA MIOPIA, UNA PANDEMIA GLOBAL QUE SE REMONTA A ARISTÓTELES

Ópticos, optometristas y optalmólogos se dieron cita para hablar de una patología visual que según la OMS se ha convertido en una pandemia global. Y es que alrededor del 30% de la población occidental (en algunos países asiáticos la prevalencia es bastante más alta, casi el 82% de la población) padece algún grado de miopía.

Es por eso que no hay congreso donde no se hable de esta patología, apuntó **Massimiliano Serafino**, director de U.O.C. Ophthalmology. *“Algo ha cambiado; nuestros hábitos están cambiando. Actividades como el estudio, por ejemplo, se han incrementado. Pasamos menos tiempo al aire libre en pro de dispositivos como el ordenador. Pero curiosamente, la miopía ha sido tema de discusión desde antes del nacimiento de Cristo: en el 350 a.C, Aristóteles ya hablaba de ella. Por lo tanto, la miopía siempre ha existido y siempre ha sido un tema interesante para los estudiosos”,* explicó.

No fue, sin embargo, hasta el siglo XIX, cuando se publicó el primer artículo sobre esta patología de la mano de Derby. *“Por muchos años, este concepto fue abandonado, para posteriormente ser recuperado relacionándolo con la ‘acomodación’, por ejemplo, sosteniendo que a través de lentes multifocales se reduce la acomodación en la visión de cerca”,* continuó Serafino. **Giancarlo Montani**, profesor de Óptica en la Universidad de Salerno, recalcó que la miopía no es un tema reciente. *“La venta que tenemos hoy son los productos que existen en diferentes áreas. Desde medicamentos hasta productos ópticos. En este sentido, contamos con una parte oftálmica y con lentes de contacto. Lo ideal es entender cómo combinar ambas, aunque antes debemos seleccionar y monitorear la eficacia del tratamiento a través del tiempo”,* indicó.

### Progresión anual

A su modo de ver, *“se debe identificar un valor de progresión anual para ser considerado normal, y esto es importante, porque cuando recomendamos un tratamiento específico a los pacien-*



*tes, estos esperan que la miopía se detenga”. Cree, no obstante, que esto debería cambiarse en la comunicación entre paciente y especialista; considera que no es justo, “y es importante señalar que nuestra contribución puede en algunos casos bloquear la progresión, pero no debe dar por sentado que con el tratamiento se detiene el avance de la miopía”.*

El objetivo común, prosigue, *“debe ser el de ralentizar la progresión, para que el defecto que se alcanzaría sin tratamiento sea más alto que con él”.* Por tanto, *“la prevención es clave, no tanto en lo que respecta a la miopía porque ya ha comenzado, pero debemos tratar de reducir tanto como sea posible los riesgos relacionados con la progresión de la miopía y los posibles valores que se pueden exceder”.*

En cuanto al protocolo del examen a seguir por el especialista, la idea fundamental es que *“todos estamos involucrados”.* *“La colaboración con el oftalmólogo es primordial, pues hay partes del examen que tienen que apegarse a procedimientos específicos que nosotros no podemos implementar. Siempre hay una parte que prevé la recopilación de datos, por lo que debemos identificar cualquier factor de riesgo”,* añadió. Por ejemplo, el hecho de tener uno o dos padres con miopía, aumenta el riesgo de sufrir una progresión, y también factores como la edad o el estilo de vida. *“Cuando éramos niños, nuestros padres nos pedían que volviéramos a casa temprano; hoy pedimos que nuestros hijos salgan a la calle en lugar de quedarse frente a un dispositivo. Según datos recientes, una visión proximal puede ser un factor de riesgo para la progresión de la miopía”,* expuso Montani.

La segunda parte es refracción. En palabras del especialista, *“algunos colegas suelen decir que no somos capaces de evaluar el defecto refractivo. Eso es cierto, no tenemos la evaluación necesaria para hacerlo. De acuerdo con los estudios publicados, podemos cometer un error mayor si no tenemos un examen de la vista adecuado. El error inicial podría ser igual a 0.50, si comenzamos con este error, no seríamos lo suficientemente objetivos para comprender si un tratamiento ha funcionado o no”.*

Serafino, por su parte, agregó que ya no es necesario usar la atropina. *“Tenemos otras opciones terapéuticas como el ciclo-pentolato cuyos resultados pueden superponerse a la atropina. Se trata de un agente mascarínico selectivo que es capaz de actuar sobre ciertos receptores. La atropina no puede hacerlo, y además su efecto dura entre 7 y 10 días, mientras que el del ciclo-pentolato disminuye en unas 12 horas”.*

Todas estas valoraciones son importantes a la hora de recomendar unas lentes de contacto. Al igual que la posibilidad de monitorear a un paciente en el transcurso del tiempo. *“Una vez al año es el mejor enfoque. También podemos realizar controles cada seis meses; todo depende del tipo de corrección y del tratamiento”.* ■

## “EL PROGRESO NO PUEDE ESTAR SEPARADO DE LA SOSTENIBILIDAD”

**E**l tema de la sostenibilidad es central en todos los sectores, y el de la óptica no iba a ser menos. Como asunto de máxima actualidad, tuvo un lugar destacado en el programa de la más reciente edición de MIDO, la feria internacional celebrada la primera semana de febrero. **Rossella Sobrero**, presidenta de Koinètica, miembro de la junta directiva de la Fondazione Pubblicità Progresso y miembro de la junta directiva de la red Sustainability Maker, lo resumió de esta manera: “El progreso no puede estar separado de la sostenibilidad”. En este sentido, expresó que “la sostenibilidad es hoy cada vez más un factor de competitividad”. “Para las empresas de todos los sectores, la responsabilidad social es un motor estratégico, una elección que debe ser sincera, auténtica y medida para ser eficaz. La sostenibilidad no es filantropía, no es táctica, no es una respuesta a los problemas que genera la empresa en la zona”, añadió.

Así pues, aclaró Sobrero, las iniciativas filantrópicas pueden ser positivas si se combinan con políticas y acciones encaminadas a reducir el impacto de la actividad que representa el ‘core business’ de la empresa: “Si son acciones aisladas, se corre el riesgo de ser acusadas de ecologismo o, peor aún, de ‘greenwashing’, es decir, la práctica de marketing verde destinada a crear una imagen ilusoria de responsabilidad ecológica”. En palabras de la experta, “una empresa es sostenible cuando cambia el modelo de negocio, cuando los elementos clave del ‘core business’ se transforman. Por eso, si una compañía declara su intención de avanzar hacia un camino sostenible, la elección debe ser clara, auténtica y medible”.

Hoy como nunca antes, especialmente para las empresas que consideran la sostenibilidad un motor estratégico, cree que “es importante comprender qué fenómenos cambian el mercado y evaluar cómo responder a las nuevas necesidades de las personas y el planeta”.

Porque es una realidad que el mercado está cambiando y las personas están dispuestas a tener experiencias diferentes donde las emociones juegan un papel más importante que en el pasado. Sin embargo, apuntó, “debemos darnos cuenta del contexto en el que nos encontramos; desafortunadamente, este no es fácil en absoluto”. El cambio (o más bien la ‘metamorfosis’) es evidente y está subrayado por algunas tendencias especialmente significativas: de la mayor difusión del consumo consciente al compromiso de las empresas por gestionar cadenas de suministro cada vez más sostenibles. Por eso, expuso la directiva, “debemos entender cómo piensa la gente y cómo las empresas pueden reaccionar adecuadamente a las necesidades en un mercado que está en plena transformación”. Además, “esa metamorfosis implica algo más profundo que un cambio superficial, implica el comportamiento en el que las empresas están configuradas y están dispuestas a permanecer en el mercado”.

### Datos alarmantes

Según la agencia de la ONU World Population Prospects (actualizado a 2022) en 2020 la tasa de crecimiento de la población mundial cayó por debajo del 1% anual por primera vez desde 1950. Las últimas proyecciones indican que la población podría alcanzar los 8.500 millones en 2030 y 9.700 millones en 2050. Se supone que una mayor disminución de la mortalidad dará como resultado una longevidad promedio de 77,2 años en 2050.

El número de personas mayores de 65 años en todo el mundo será más del doble del número de niños menores de 5 años e igual al número de menores de 12 años. Estos datos de una población en continuo crecimiento Sobrero los lee como la coexistencia de un período muy complicado. “Y claramente, cuanta más gente hay, más materias primas se consumen y se necesita más energía. Este crecimiento asombroso nos debe llevar a reflexionar sobre cómo organizar nuestra sociedad. Al mismo tiempo, tenemos que reflexionar sobre la manera en la que las administraciones, pero también las empresas, podemos responder al envejecimiento de la población”, subrayó.

Más cifras que avalan el discurso de la experta es que la temperatura global promedio en 2022 fue 1,2 grados más alta que en el período preindustrial (1850-1900). Así lo revela el informe Global Climate Highlights 2022 de Copernicus, el programa de



observación de la Tierra de la Unión Europea. 2022 es el octavo año consecutivo de temperaturas con más 1 grado por encima de los niveles preindustriales. Asimismo, la concentración media de dióxido de carbono en la atmósfera en 2022 fue de 417 ppm (partes por millón), 2,1 más que el año anterior, la concentración más alta durante más de 2 millones de años. Finalmente, por séptimo año consecutivo, las temperaturas medias de los océanos han aumentado y han alcanzado sus valores más altos desde la década de 1950.

### La simbiosis industrial

A su juicio, no estamos lo suficientemente preocupados por estos datos, a pesar de lo impresionantes que son. *“Porque el consumo y la producción causa un impacto muy muy muy notable en el clima, en los océanos, etc.”* La del ‘fast fashion’ sigue siendo una de las industrias más contaminantes, pero en el lado opuesto están surgiendo fenómenos como el de la simbiosis industrial de la que habla Rossella Sobrero: empresas que han entendido que los desechos de una pueden ser materia prima para otra. Así se crean círculos donde se reduce el consumo de energía, similares a los de la naturaleza.

En algunos países, explica, *“se mejora la apuesta por hacer que los procesos sean cada vez más circulares y crece la simbiosis industrial, un proceso en el que los residuos y subproductos de una empresa se convierten en materia prima para otra empresa o para otro proceso productivo. De esta manera es posible crear relaciones de interdependencia donde la energía y los desechos circulan sin que se produzcan desechos, en analogía a lo que sucede en los ecosistemas naturales”*.

Es mucho más que economía circular, recalca, *“se trata de un circuito donde se reduce la circulación de productos, reduciéndose así el consumo de energía e intentando seguir el curso de los procesos naturales”*. ■



“**DEBEMOS DARNOS CUENTA DEL CONTEXTO EN EL QUE NOS ENCONTRAMOS; DESAFORTUNADAMENTE, ESTE NO ES FÁCIL EN ABSOLUTO**”

### Cione se viste de gala para sus bodas de oro

Cione Grupo de Ópticas prepara un evento a la altura del servicio que sus ópticos, más de 1.000 en España y Portugal, llevan prestando a la sociedad desde el año 1973. Para ello, la empresa ha elegido un lugar emblemático, Platea Madrid (Goya,5), muy cerca del lugar que albergó la primera sede de Cione, en la calle de Alcalá, 20. El del aniversario será el momento culminante de este 2023, el año Cione, en el que la empresa está contagiando su entusiasmo y su vocación profesional y de servicio a la salud visual no sólo al sector óptico, sino también a la sociedad española.



[www.cione.es](http://www.cione.es)

### Silhouette presenta The Wave

Silhouette presenta su nueva colección de gafas sin montura: The Wave. Cuenta con 16 modelos que capturan la sensación de ligereza de la brisa marina y la luz del sol a media tarde con un diseño al aire, minimalista y elegante. La colección se convierte en una pieza clave para completar tanto los estilismos elegantes y sofisticados de las ocasiones más especiales, como los looks más casuales del día a día. Con la posibilidad de incluir lentes tintadas y un innovador efecto degradado multicolor, la firma austríaca brinda, una vez más, carácter y personalidad a quien las lleva.



[www.silhouette.com/es](http://www.silhouette.com/es)

### Proyecto SeeBlue, de Alcon

En 2022, Alcon se asoció con Plastic Bank, entidad social cuya misión es limpiar los océanos y vías fluviales alrededor del mundo, para desarrollar un programa conjunto de compensación en el entorno marino. Así, Plastic Bank retirará una tonelada de plástico del océano en comunidades costeras vulnerables por cada tonelada que Alcon utilice en la fabricación de determinados productos de cuidado ocular.

©2023 Alcon Inc. 03/2023 ES-VC-2300018.



[www.alcon.es](http://www.alcon.es)

### Origins, las gafas de sol ecofriendly

Fiel a su compromiso de reducir su huella de carbono y contribuir al cuidado del medio ambiente, GreyHounders crea Origins, la primera colección cápsula de gafas ecológicas. Se trata de una edición limitada de gafas recicladas y reciclables que protegerán tu vista y el planeta. Están diseñadas para una economía circular, y son únicas debido al proceso como han sido fabricadas a partir de plástico reciclado para que puedan ser reincorporadas al ciclo productivo al final de su vida útil.



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

### Conóptica lanza su plataforma de venta virtual

Conóptica facilita al profesional la compra de sus productos de stock en su nueva plataforma de venta virtual. Para ello, el profesional debe solicitar el alta en el sistema y Conóptica, una vez corroborado los datos de cliente, le dará acceso exclusivo a la misma. De esta forma, la compañía suma un canal más de pedidos, además de los ya existentes, como son el teléfono o el email, en los cuales el profesional seguirá encontrando el excelente servicio recibido hasta el momento por todo el equipo de profesionales de Conóptica.



[www.conoptica.es/es](http://www.conoptica.es/es)

### Jesús Álvarez, primer embajador de Audiocalia

Opticalia da un gran impulso a su división de audiología presentando a su primer embajador: Jesús Álvarez. Con una trayectoria de más de 40 años en los medios de comunicación, concretamente en informativos de televisión y en radio, el periodista transmite los tres valores más importantes de Audiocalia: profesionalidad, experiencia y confianza. La imagen de Jesús Álvarez estará presente en los centros de audiología de Opticalia, que suman más de 300 en toda España.



[www.opticalia.com/es](http://www.opticalia.com/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](http://www.imopticas.es)



Conéctate a [imopticas.es](http://imopticas.es)  
cada día encontrarás noticias del sector y podrás  
consultar la revista en formato digital