



PROGRESIVOS  
PERSONALIZADOS  
CON REALIDAD  
VIRTUAL

# “MIMETIKA es un punto de inflexión en la personalización de las lentes

LA ÚLTIMA INNOVACIÓN DE INDO ES UN PRODUCTO RESULTADO DE UN PROFUNDO ESTUDIO QUE, DESDE 2005, HAN LLEVADO A CABO PARA ANALIZAR LA DINÁMICA DE LA MIRADA DE MILES DE USUARIOS. TAMBIÉN ES, A SU VEZ, EL PRIMERO QUE INTRODUCE LA REALIDAD VIRTUAL EN LAS ÓPTICAS.

Indo acaba de dar otro salto cualitativo en su estrategia de innovación con MIMETIKA, unas lentes progresivas personalizadas que marcan el inicio del uso de la Realidad Virtual (RV) en los establecimientos ópticos. Liderando el equipo que ha logrado este hito está **José Antonio de la Rubia**, Project Leader de MIMETIKA – INDO, que se refiere a ellas como “un punto de inflexión en la personalización de las lentes progresivas y también, por mucho, de la experiencia de compra experimentada por un usuario de gafas”.

Tan importante es conseguir un producto a la medida de cada cliente que este parte de la hipótesis de que cada forma de mirar es única. Lo que se llama la dinámica de la mirada, o la manera en la que una persona “mira el entorno que le rodea”. Es decir, explica en detalle De la Rubia: “Hay personas que mueven más la cabeza que los ojos o al revés, pero la dinámica de mirada tiene muchísimos más detalles. Ésta puede ser diferente para cada una de las distancias y para cada espacio del campo visual”.

MIMETIKA alcanza el objetivo de medir y analizar esa “huella” para, después, personalizar las lentes progresivas y ofrecer soluciones visuales adaptadas a cada usuario. Precisamente, para evitar que la mirada se tenga que adaptar a las lentes progresivas y que sean estas las que se amolden a la mirada, con

el fin de que no modifiquen “su manera natural de observar el mundo que le rodea”.

En definitiva, el usuario sigue “mirando como lo hace, sin tener que cambiar sus posturas o movimientos”.

## Facilidades para el óptico

Esta nueva solución va acompañada de un equipo de hardware y software desarrollados en exclusiva. Cada centro óptico que ha instalado MIMETIKA ya ha recibido una formación previa “del uso del dispositivo, del software y la interpretación de los mapas de la dinámica de mirada”.

No obstante, De la Rubia deja claro que el uso de este nuevo producto, tanto a nivel de aparatos como de aplicaciones, “es realmente sencillo”. Indo ha dispuesto, además, a un equipo de atención al cliente especialista en MIMETIKA con línea directa tanto vía telefónica como por correo electrónico.

Desde que un usuario entra en un establecimiento óptico y se interesa por este producto, Indo ha cuidado el proceso “en detalle” para ofrecer “la mejor experiencia”: desde la comunicación, el desarrollo de la medición de la dinámica de mirada, el informe con los mapas para cada una de las distancias de visión y hasta la entrega. “La satisfacción que los usuarios tienen con las lentes progresivas MIMETIKA está contrastada”, apunta.



## **E** EL USUARIO SIGUE "MIRANDO COMO LO HACE, SIN TENER QUE CAMBIAR SUS POSTURAS O MOVIMIENTOS"

Para De la Rubia, a la hora de argumentar el por qué de unas lentes progresivas personalizadas, es fundamental *"para el óptico ofrecer argumentos claros y entendibles, sobre todo cuando hablamos de este nivel de lente progresiva"*. Es un añadido que además aportará al propio negocio, facilitando *"la venta de valor y el aumento del precio medio"*.

Si el profesional de la óptica entiende y sabe manejar todo lo que gira en torno a estas lentes progresivas, conseguirá mejorar a su vez la experiencia de compra del usuario. La compañía lleva desde 2005 midiendo y valorando la estrategia visual de cada persona a través de otro dispositivo, el Visual Map Developer. Su evolución *"en todos los sentidos"* es MIMETIKA: como recalca, se centra en el análisis de la forma de mirar de cada usuario *"para adaptar la lente a esta y no al revés"*. Y añade que, con el proyecto que lidera, se ha conseguido una evolución *"total"*.

*"Desde la prueba y el dispositivo ofreciendo una experiencia única, pasando por la manera, la calidad y la cantidad de registros analizados, hasta el diseño final, ya que por primera vez se utiliza la tecnología morphing en el mundo de la óptica oftálmica. La tecnología morphing permite que los cambios entre diseños sean fluidos, sin saltos y que las opciones de fabricación, y a su vez de adaptabilidad, sean infinitas"*, detalla.

Aunque el producto consiga una simbiosis con la dinámica de la mirada, esto no cambia para nada la frecuencia de las revisiones que cada usuario debe hacerse. *"Tiene que seguir haciéndose las mismas que le aconseja su óptico"*, aclara y, en caso de que necesite modificar sus lentes, deberían realizarse una nueva prueba MIMETIKA *"para confirmar el registro de la dinámica de la mirada"*, aunque en plazos cortos *"no suele cambiar"*.

### **Llega la Realidad Virtual**

El secreto de precisar con detalle el mapeo de la mirada lo consigue la Realidad Virtual. En un entorno controlado *"al 100% y totalmente inmersivo"*, el usuario se sumerge en otro mundo, *"concentrado"* mientras sigue *"agradables estímulos visuales"* que van generando toda la información necesaria para poder captar la dinámica de la mirada en una lente.

En concreto, esta prueba que apenas dura dos minutos, se realiza mediante MIMETIKA MAPPER, un dispositivo de Realidad Virtual que es el artífice de que la tecnología más puntera y disruptiva entre en la experiencia de compra del usuario en la óptica. Esta unión entre tecnología e interacción personal con el óptico es la clave para aportar mayor valor al usuario que, cada vez más, busca completar el trato humano especializado con la aplicación de las últimas tecnologías.

Este es, como indica De la Rubia, *"el inicio del uso de la Realidad virtual en el sector y las posibilidades que ofrecen son múltiples y diversas. Esto solo acaba de comenzar"*.

### **Nuevo hito en la innovación de Indo**

MIMETIKA es el resultado del trabajo a nivel interno del Comité de Innovación y Sostenibilidad, siguiendo la estrategia de innovación abierta de la compañía con el objetivo de potenciar la transferencia de conocimiento y su aplicación industrial. Para llevar a buen puerto estos proyectos, han contado con instituciones como la Universidad Politécnica de Cataluña, empresas, centros de investigación y startups, para desarrollar nuevos materiales, tecnologías disruptivas o avances en telemedicina. Un ejemplo es la asociación con Secpho, el clúster de fotónica del sur de Europa con el que se están desarrollando proyectos de colaboración financiados con empresas como 2EyesVision.

Esos son solo algunos de los *"muchos"* proyectos de vanguardia, en una senda de la innovación que *"solo acaba de comenzar"*. Según adelanta el Project Leader de MIMETIKA, el comité de investigación de Indo *"trabaja ya en varias opciones a nivel de Realidad Virtual, a corto, medio y largo plazo. Todos con el objetivo de satisfacer las necesidades de ópticos y usuarios"*.

Además de MIMETIKA, la compañía ha lanzado este año Superkid Miofocal, también con el mismo espíritu de generar *"alto valor añadido para toda la base de clientes"*.

Y para este 2022, se espera culminar esa cada vez mayor presencia con la anunciada integración de la firma al Grupo Rodenstock. Desde Indo lo califican como un *"encaje estratégico"*, según la nota de prensa en la que se informó sobre esta decisión. La transacción debería de completarse en el último trimestre de este año y, concluye De la Rubia, se resumiría en: *"Juntos somos más fuertes"*. ■