

HIROKAZU FURUZAWA, PRESIDENTE Y DIRECTOR EJECUTIVO DE TOKAI OPTICAL JAPAN CO

“Lo que distingue a nuestras lentes son los tratamientos de alto rendimiento”

DESDE EL NACIMIENTO DE SU PRIMERALENTE PARA GAFAS EN 1939, TOKAI HA RESPONDIDO A LAS NECESIDADES DE BÚSQUEDA DE LENTES MÁS LIGERAS, MÁS FINAS Y MÁS CLARAS. DEL MISMO MODO, SU DISEÑO VANGUARDISTA DE LENTES QUE APOYA LA MODA DE LAS GAFAS HA ATRAÍDO UNA GRAN ATENCIÓN Y HA DADO FORMA A NUMEROSAS TENDENCIAS.



“Las raíces de Tokai se remontan a mi abuelo, quien fundó la empresa”, explica Hirokazu Furuzawa, presidente y director ejecutivo de Tokai Optical Japan Co.

Aunque no era óptico, “su idea surgió cuando conoció a algunos ópticos que estaban discutiendo sobre si sería posible producir lentes ópticas con necesidades específicas”. Esto marcó el comienzo del viaje de esta compañía.

Tokai tiene una historia de más de 80 años. A lo largo de esas décadas, la empresa ha crecido, “mientras se adhiere a nuestra política de dar prioridad al óptico, que permanece sin cambios hasta el día de hoy”. Dicha política implica un compromiso de crecer junto a los ópticos: “Valoramos las relaciones a largo plazo, y hemos desarrollado formas únicas de producir lentes que nos diferencian en la industria”.

Su producto principal son las lentes, “pero también nos especializamos en tecnologías de tratamientos y en lentes de diferentes materiales y colores”. Además de estos productos, “contamos con un equipo especializado de diseñadores y técnicos de tratamientos”. De esta forma, toman el control de sus máquinas de tratamiento, lo que les permite desarrollar “tratamientos nuevos y únicos como NRC, TBC y SPS”. “Estamos orgullosos de incorporar tecnología de neurociencia en nuestras lentes, una característica única que nos diferencia de nuestros competidores”, remarca el presidente y director ejecutivo de Tokai.

Su gama de lentes oftálmicas incluye lentes progresivas, de visión cercana, bifocales y monofocales. “Lo que realmente distingue a nuestras lentes son los tratamientos de alto rendimiento, que brindan una resistencia excepcional”. De este modo, sus productos no solo son conocidos por su precisión óptica, “sino también por su notable durabilidad”. Esta notable resistencia al rayado “sirve como prueba de nuestro compromiso duradero con la calidad”. Su objetivo es proporcionar a los ópticos lentes resistentes, “ofreciéndoles no solo una visión más clara, sino también un valor duradero de su inversión”.

Para garantizar la innovación continua en materiales, diseños de lentes, tratamientos y procesos de fabricación de alta tecnología, Tokai invierte continuamente en recursos humanos y educación para fomentar la innovación, algo que incluye “tanto a los ingenieros nuevos como a los existentes”. Por consiguiente, “valoramos la investigación y el desarrollo, pero lo más importante es que escuchamos activamente a los ópticos para comprender sus necesidades”. Y añade: “Al crecer juntos y comprender las demandas específicas de nuestros socios, garantizamos una innovación continua”.

“QUEREMOS QUE LOS CONSUMIDORES FINALES LLEVEN UNA VIDA MEJOR Y LA INNOVACIÓN ES CLAVE PARA LOGRAR ESTE OBJETIVO”



La innovación y la transformación digital desempeñan un papel crucial en el avance de la salud visual. “Nuestro objetivo es mejorar vidas a través de nuestras lentes, mejorar la calidad de la luz que llega a los ojos y crear valor agregado para nuestras lentes”. Esta misión se resume en “la QOL (Quality of Life, Quality of Light, Quality of Lens) o Calidad de Vida, Calidad de Luz, o Calidad de Lente” que representa Tokai. “Queremos que los consumidores finales lleven una vida mejor y la innovación es clave para lograr este objetivo”, remarca Furuzawa.

En cuanto al contacto con los profesionales de la visión, como optometristas y oftalmólogos, Furuzawa expone que el grupo cuenta “con recursos dedicados para mantener el contacto con los profesionales del cuidado de la vista”. En concreto, sus equipos de ventas establecen conexiones directas con ópticos, optometristas y oftalmólogos. “Este enlace directo nos permite comprender mejor sus necesidades específicas y cómo podemos atenderlas de manera más efectiva”.

En lo relativo a los principales desafíos a los que se enfrenta su compañía, Furuzawa señala que uno de ellos es crear nuevos mercados. “Nuestro objetivo es desarrollar nuevos mercados utilizando todas nuestras tecnologías, como tratamientos, neurociencia, colores y otros”. Esto requiere esfuerzos sustanciales de I+D, “y también se alinea con nuestra política de dar prioridad al óptico”. En cuanto a su perspectiva de futuro a corto y medio plazo, confiesa que están decididos a diversificar su negocio con varias divisiones, “incluidos tratamientos de alto rendimiento y nuevos productos adaptados a las necesidades de los ópticos”. Su enfoque sigue siendo desarrollar y proponer soluciones innovadoras a los ópticos, “asegurando que reciban los mejores productos y servicios”.

En definitiva, la misión de Tokai se centra en Calidad de Vida, Calidad de Luz y Calidad de Lente. Su objetivo, básicamente, es mejorar la vida de sus consumidores finales, “protegiendo sus ojos de los rayos nocivos” y, también, “mejorando la calidad de las lentes que producimos”. Su singularidad, en opinión de Furuzawa, es la razón por la que los ópticos eligen Tokai, ya que “buscan productos únicos y de alto valor”, concluye. ■