

## Con la miopía no se juega

---

Más de

**8 millones**

de lentes vendidas  
respaldan  
a MiYOSMART  
y su evidencia  
científica.

---

**Elige MiYOSMART.**



**HOYA**  
FOR THE VISIONARIES



VIMAX<sup>®</sup>

vision to the max



SPH=-2.00  
CYL=0.75  
AX= 103  
OI

LIB="PRATS"  
FMFR="CUSTOMER" CTIR

ZTILT=8 ETYP=3 GW

OD SPH=-2.00 CY

FRAM="PR72 48

FMFR="CUSTOM

ZTILT=8 ETYP

OD SPH=-2.00

LIB="PRATS

FMFR="CUSTO

ZTILT=8 ETYP

OD SPH=-2.00

FRAM="PR72 48

FMFR="CUSTOMER"

ZTILT=8 ETYP=3 GWID

OD SPH=-2.00 CYL=0.75 AX=

GWIDTH=0.6  
GDEPTH=0.4  
FTYP=3  
TRCFME=1,1000,E,R,F

# VIMAX ADAPTATIVE

La lente progresiva  
que más se adapta a ti

VIMAX ADAPTATIVE es una revolucionaria solución de Inteligencia Artificial que se adapta a las necesidades visuales de manera única proporcionando lentes progresivas diseñadas exclusivamente para cada usuario.



**Diseño único  
para cada usuario**



**Tecnología de  
vanguardia**



**Adaptación al  
uso múltiple**



902 230 260  
[vimaxlens.com](http://vimaxlens.com)

by  PRATS





ON REFOCUSING  
**HUMANS**



**A NEW EYEWEAR PERSPECTIVE.**  
**FEBRUARY 8-10, 2025** | Fiera Milano, Rho

# ANNE MARIII

— we inspire women —



Distropvision

Distribuidor para España

tel. 983 31 38 28 / 642 999 100

[info@distropvision.es](mailto:info@distropvision.es)

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

[www.solano-eyewear.com](http://www.solano-eyewear.com)

**SOLANO** ANNE MARIII

JENS HAGEN **POLAR**  **VISION**

- 10 Editorial.

---

- 12 Silhouette Rising Dawn: colección que combina la ciencia del color con el titanio.

---

- 14 Lanidor, derroche de glamour y feminidad.

---

- 16 Eschenbach Optik presentó en Silmo la innovación mundial optaro®.

---

- 18 Prodesign. Nueva colección Bridge: El poder de la naturaleza.

---

- 22 Bflex eyewear, gafas irrompibles para la vida real.

---

- 24 Pellicer by Etnia Barcelona, nueva colección premium: un viaje por el legado familiar de tres generaciones.

---

- 26 Transitions Gen S, las lentes dinámicas que se adaptan a tu ritmo de vida.

---

- 30 Dutz lanza su primera serie de acetatos exclusivos elaborados a medida.

---

- 32 MiYOSMART HOYA: Con la miopía no se juega.

---

- 36 Miro Jeans eyewear, minimalismo tecnológico y futurista.

---

- 39 Silmo París 2024: Una nueva edición de éxito que reunió a más de 32.000 profesionales de la industria óptica internacional.

---

- 50 CECOP viaja a Sudáfrica con sus asociados en el marco de su programa ViveCECOP.

---

- 52 Flipo, nuevas monturas para sus gafas 100% modulares.

---

- 54 Silmo Estambul: Un punto de encuentro para la industria óptica de Turquía.

---

- 56 La gestión óptica en la nube: el futuro ya está aquí con Visual Cloud.

---

- 58 Seed & Wöhlk en Madrid. Presentaron sus novedades en la sede del CNOO.

---

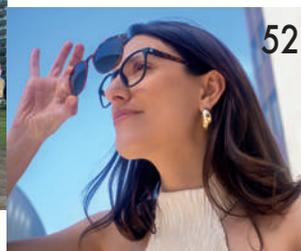
- 59 Contactología.

---

- 60 Estudio del Hospital Clínico San Carlos de Madrid demuestra la eficacia de la combinación de Tecnología D.I.M.S. y el colirio de atropina para la gestión de la Miopía Infantil.

---

- 62 Day & Night. Estuches y fundas: Protección y estilo para tus gafas.



- 63 Opticalia celebró el mes de la visión lanzando una pregunta a la sociedad, ¿cómo sería no poder disfrutar de tus vistas favoritas?

---

- 64 Llega a España un nuevo tratamiento médico para el glaucoma, la primera innovación en este campo en 25 años.

---

- 66 EssilorLuxottica, resultados del tercer trimestre: Los ingresos mantienen un sólido crecimiento del 4%.

---

- 67 Persol homenajea el legado de Ayrton Senna y el estreno de su miniserie en Netflix con una cápsula exclusiva.

---

- 68 VERSPORT introduce las pantallas Rx Maximus en su línea de protección solar deportiva.

---

- 70 Sigue la Ruleta de la Fortuna PRATS.

---

- 72 30ª Jornadas Profesionales de Zas Visión. Celebrando una historia de éxitos con la vista puesta en un futuro brillante.

---

- 75 HOYA refuerza su compromiso en la lucha contra la miopía en destacados eventos en España y Portugal.

---

- 76 MIDO ya ha abierto las inscripciones y presenta su nueva campaña de comunicación "Refocusing on Humans".

---

- 77 evil eye presenta elate extreme, el modelo más técnico para el outdoor.

---

- 78 Noticias.

---

- 85 Ray-Ban Change, las monturas que cambian de color con la luz.

---

- 86 Alain Afflelou presenta 'Adriana con G', un libro que tiene como objetivo visibilizar el uso de gafas en la infancia.

---

- 87 Campaña y colección Dielmar: Una nueva dimensión de elegancia y sofisticación.

---

- 88 Vimax Adaptive, la apuesta de Prats por la Inteligencia Artificial.

---

- 89 Agenda de Anuncios.

# contents

Nº 222 · NOVIEMBRE/NOVEMBER 2024

10 Editorial.

12 Silhouette Rising Dawn: a collection that combines the science of color with titanium.

14 Lanidor, glamour and femininity

16 Eschenbach Optik presented at Silmo the worlds innovation optaro®.

18 Prodesign. New Bridge collection: The power of nature.

22 Bflex eyewear, unbreakable glasses for real life.

24 Pellicer by Etnia Barcelona, new premium collection: a journey through the family legacy of three generations.

26 Transitions Gen S, the dynamic lens that adapts to the pace of your life.

30 Dutz launches their first series of exclusive custom-made acetates.

32 MiYOSMART HOYA: myopia is not to be trifled with.

36 Miro Jeans eyewear, technological and futuristic minimalism.

39 Silmo Paris 2024, a successful new edition that brought together more than 32,000 professionals from the international optical industry.

50 CECOP travels to South Africa with their associates as part of its ViveCECOP programme.

52 Flipo, new frames for their 100% modular glasses.

54 Silmo Istanbul: A meeting point for the Turkish optical industry.

56 Optical management in the cloud: the future is here with Visual Cloud.

58 Seed & Wöhlk in Madrid. They presented their new products at the CNOO headquarters.

59 Contactology.

60 Study by the Hospital Clínico San Carlos in Madrid demonstrates the efficacy of the combination of D.I.M.S. Technology and atropine eye drops for the management of childhood myopia.

62 Day & Night. Cases and covers: Protection and style for your glasses.



63 Opticalia celebrated vision month by posing a question to society, what would it be like not to be able to enjoy your favorites sights?

64 A new medical treatment for glaucoma arrives in Spain, the first innovation in this field in 25 years.

66 EssilorLuxottica, third quarter results: Revenues maintain a solid 4% growth.

67 Persol pays tribute to Ayrton Senna's legacy and the premiere of his miniseries on Netflix with an exclusive capsule.

68 VERSPORT introduces Rx Maximus screens in their sports sun protection line.

70 Follow PRATS Fortune Roulette.

72 30th Zas Visión Professional Conference. Celebrating a history of success with an eye on a bright future.

75 HOYA reinforces their commitment to the fight against myopia at major events in Spain and Portugal.

76 MIDO is now open for registration and presents their new communication campaign 'Refocusing on Humans'.

77 evil eye introduces elate extreme, the most technical model for outdoor use.

78 News.

85 Ray-Ban Change, the frames that changes color with light.

86 Alain Afflelou presents 'Adriana with G', a book that aims to raise awareness of the use of glasses in childhood.

87 Dielmar campaign and collection: A new dimension of elegance and sophistication.

88 Vimax Adaptive, Prats commitment to Artificial Intelligence.

89 ADS Agenda.

**BAUSCH+LOMB**

ULTRA<sup>®</sup> Multifocal  
for Astigmatism

DISPONIBLE  
48/72<sup>h</sup>

**Diseño 3-Zone  
Progressive™**

**Diseño  
Opticalign™**

## PRÓXIMAMENTE, NUEVOS PARÁMETROS.

Potencias Esféricas	De +4,00D a -6,00D (pasos de 0,25D)	
Cilindros	-0,75D, -1,25D, -1,75D, -2,25D	
Ejes	10°, 20°, 70°, 80°, 90°, 100°, 110°, 160°, 170°, 180°	
Adiciones de Potencia	Baja: hasta +1,50D	Alta: desde +1,75D



**NUESTRA PORTADA:** Como nos recuerda HOYA en portada "Con la miopía no se juega". Esta patología, preocupante especialmente en niños y jóvenes, ya ha sido denominada la epidemia del Siglo XXI por la OMS al estimar que en 2050 afectará a la mitad de la población mundial. Ante estos datos, es fundamental prevenir su aparición y progresión; para ello, los profesionales ya cuentan con soluciones como MIYOSMART, que permite ralentizar el avance de la miopía. MIYOSMART, la lente oftálmica de HOYA con más evidencia científica para gestionar la miopía, es una solución altamente eficaz y completa para cualquier momento al estar disponible en versión transparente, fotocromática y polarizada.

# LookVISION

Nº 222 · NOVIEMBRE/NOVEMBER 2024

Una revista de:  
**MUNDIPRESS COMUNICACIÓN, S.L.**

Director: **Julio Rozas**

Redactora:

**Mª Carmen Rodríguez**

Colaboradores:

**Vivian Watson, Fermín J. Alonso,**

**Esther Batanero y María Gildea.**

Cofundador: **Luis Iglesias**

Redacción, administración y publicidad:

c/ Sánchez Díaz, 10 -1º dcha. 28027 Madrid

Tel.: **91 406 18 61** Fax: **91 406 18 62**

mail: [lookvision@telefonica.net](mailto:lookvision@telefonica.net)

[info@lookvision.es](mailto:info@lookvision.es)

web: [www.lookvision.es](http://www.lookvision.es)



RevistaLookvision



@lookvisionrev



revista-lookvision



@revistalookvision

Asesoría fiscal y financiera:

**Franpij - Gestión y Análisis, S.L.**

Maquetación y preimpresión: **Creaprop**

Impresión: **Monterreina**

Depósito legal: M-24975-2001

# editorial

## Lookvision en apoyo y solidaridad con Valencia El Mes de la Visión puso el foco en la importancia del cuidado de la salud visual

Desde la revista Lookvision queremos manifestar nuestro profundo apoyo y solidaridad a todas las personas y familias afectadas por las recientes inundaciones en Valencia. Expresamos nuestras más profundas condolencias a las familias y seres queridos de las víctimas de la tragedia de Valencia y de algunos lugares de Castilla-La Mancha. Asimismo, nos unimos en un abrazo colectivo y enviamos nuestra fuerza a quienes han perdido también sus hogares, bienes y se enfrentan a grandes y graves dificultades tras esta terrible catástrofe. Sabemos que los más de 200 muertos y casi un centenar de desaparecidos son irrecuperables y que la recuperación del resto llevará tiempo y esfuerzo, pero también confiamos en que la solidaridad y ayudas demostradas en estas terribles circunstancias continúen en las próximas semanas y meses. Nuestros pensamientos y solidaridad están con aquellos que han sufrido pérdidas irreparables, tanto humanas como materiales, y nos unimos a las iniciativas de ayuda con el deseo de que más pronto que tarde se superen estos tiempos difíciles y se pongan todos los medios para paliar esta tragedia y evitarlas en el futuro. ¡Fuerza y ánimo! ¡Amunt Valencia!

Con el pensamiento puesto en nuestros amigos de Valencia, recordamos que durante todo octubre se ha celebrado el Mes de la Visión, concretándose en el segundo jueves del mes el Día Mundial de la Visión, una iniciativa promovida por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Agencia Internacional para la Prevención de la Ceguera (IAPB), que tiene como objetivo de concienciar a los ciudadanos sobre los diferentes tipos de patologías visuales, su prevención y posibles tratamientos; en definitiva, fomentar el cuidado y la prevención en términos de salud ocular. Este año ha puesto el foco en la importancia del cuidado de los ojos en jóvenes y niños, invitándolos a amar sus ojos y cuidar su visión. Además, se busca quitar cualquier estigma social asociado al uso de gafas y otros tratamientos correctivos entre esta parte tan importante de la población. A lo largo del mes, diversas organizaciones y empresas pusieron en marcha múltiples iniciativas en pro de la salud visual.

Una patología que preocupa especialmente en el caso de niños y jóvenes es la miopía, que ya ha sido denominada la epidemia del Siglo XXI por la OMS ya que se estima que en 2050 afecte a la mitad de la población mundial. Ante estos datos, es fundamental prevenir su aparición y progresión para lo que desde el Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas (CGCOO) recomiendan a padres y tutores que se aseguren de que los niños en edad escolar pasen al menos entre 80 y 120 minutos al día al aire libre.

La miopía, junto a la hipermetropía y el astigmatismo, es uno de los defectos refractivos más comunes en la infancia y la adolescencia. Su prevalencia ha aumentado notablemente en los últimos años debido al incremento de actividades que implican un mayor trabajo visual de cerca, como leer o estudiar, así como por la habitual utilización de la visión próxima en el uso de móviles, tablets y ordenadores en edad escolar. Para prevenir estos problemas visuales se aconseja sustituir el tiempo frente a pantallas por actividades al aire libre, como jugar en parques, practicar cualquier deporte, montar en bicicleta o caminar, ya que, además, son ejercicios saludables.

Por otro lado, un diagnóstico precoz de los problemas visuales es importante para que no afecte al rendimiento, ya que "cerca del 80% del desarrollo socio-educativo tiene lugar a través de los ojos durante los primeros 12 años de vida, y los cambios en la visión pueden tener lugar sin que los padres, profesores o tutores se den cuenta", explica el presidente del CGCOO, Juan Carlos Martínez Moral.

En este sentido, desde la institución colegial inciden en la importancia de acudir con los hijos a un establecimiento sanitario de óptica con objeto de realizarles una revisión visual para identificar a tiempo la miopía y otros problemas oculares que puedan afectar negativamente al rendimiento académico y a su desarrollo personal.

Por su parte, desde el Colegio de Ópticos-Optometristas de Castilla y León (COOCYL) han puesto en marcha una campaña de divulgación para concienciar a la sociedad sobre la importancia de conocer y cuidar nuestro sistema visual en todas las etapas de la vida, empezando, por realizar revisiones periódicas desde la infancia. Tal y como explica la vicedecana de COOCYL, Ana Belén Cisneros: "con la campaña La Salud Visual en las distintas etapas de la vida pretendemos que los ciudadanos sean conscientes de que detectar cualquier anomalía visual a tiempo puede evitar un problema ocular más grave en el futuro, y esto es especialmente importante en los niños". Y estas revisiones deberían empezar desde bebés porque, tal y como informan desde el Colegio de Ópticos-Optometristas de Castilla y León. los ojos se examinan en la primera revisión neonatal para detectar posibles anomalías estructurales, como cataratas congénitas, opacidad de la córnea, ptosis (caída anormal de los párpados) y retinoblastoma, y en cualquiera de estos supuestos, el recién nacido debe ser derivado a un oftalmólogo especializado en pacientes pediátricos. Por todo ello, la importancia de las revisiones visuales desde la infancia resulta esencial para prevenir futuras patologías, desde las más comunes como la miopía, hipermetropía o astigmatismo a otras más graves, que pueden desembocar incluso en la ceguera.

Boris M. Stolle  
Sales representative

Lena Eberhardt  
Graduate of the B.Sc. in Optometry  
at Aalen University



# WE ARE opti

THE INTERNATIONAL TRADE SHOW  
FOR OPTICS & DESIGN

**31.01. – 02.02.2025**

MUNICH

[www.opti.de](http://www.opti.de)

# Silhouette®

## Rising Dawn

Colección que combina la ciencia del color con el titanio

Sí, existe la combinación perfecta. Los nuevos modelos Silhouette Rising Dawn logran el equilibrio ideal entre tecnología y diseño, con colores inspirados en un jardín mediterráneo.



**L**a nueva colección de Silhouette, Rising Dawn, presenta nuevas formas inspiradas en los años 60 y que evocan los clásicos modelos que se veían en las salas de prensa, pero con modernos contornos. La colección equilibra el dinamismo y la elegancia, ideal para aquellas personas que buscan explorar el mundo con una visión distinta.

Desde una hamaca en una isla hasta una calle de la ciudad, el diseño unisex presenta contornos atrevidos y un puente de ojo de cerradura exagerado, creando un estilo glam-pop contemporáneo.

El modelo en negro azabache con detalles en titanio dorado es una declaración de estilo, ya sea que se vista de manera formal o informal. Por su parte, los colores translúcidos poseen una cualidad acuática de ensueño, revelando los detalles minuciosos de la artesanía austríaca, claramente visibles en la bisagra decorativa.

La colección es un ejemplo de la tecnología de innovación de Silhouette, con el degradado de dos tonos y un segundo color en la parte superior, creando un efecto retroiluminado pionero.

Más información en:

[www.silhouette.com](http://www.silhouette.com) - [www.facebook.com/silhouette](https://www.facebook.com/silhouette)



Tecnología, diseño y color se dan cita en las monturas unisex de la nueva colección Silhouette Rising Dawn. Toda una declaración de estilo elegante y glam-pop realizado con colores que van desde el negro azabache con titanio dorado hasta translúcidos y degradados.

*Silhouette*



Born on Earth. Worn in Space.

Titan Minimal Art. The Choice on Space Missions for 25 Years.

# LANIDOR

EYEWEAR



## Derroche de glamour y feminidad

Lanidor, conocida por su papel destacado en el mundo de la moda femenina, presenta en su nueva colección de gafas una fusión perfecta entre pasado y presente. Con nuevas imágenes cautivadoras y atractivas, la marca refuerza su identidad cosmopolita e independiente, diseñada para la mujer moderna y sofisticada.



La elegancia, el glamour y la feminidad de Lanidor queda patente en la nueva colección de gafas de sol y monturas de Lanidor Eyewear.

Inspirándose en las tendencias clásicas que marcaron generaciones, pero con un toque contemporáneo y refinado, Lanidor Eyewear se presenta con formas equilibradas y seductoras, adaptadas a los estilos más variados.

La nueva colección de esta firma que comercializa y distribuye Prooptica, porta toda la elegancia y el glamour que caracteriza a la marca en el segmento textil que, con especial atención al detalle, promete fascinar a quienes valoran un look muy femenino. Cada pieza fue diseñada para resaltar los rasgos del rostro de la mujer, brindando comodidad y versatilidad, sin olvidar un toque de refinamiento.

La paleta cromática utilizada incluye tonos clásicos como el negro y el marrón carey, pero también incorpora matices más atrevidos, como el vino, el rosa o el verde, que garantizan adaptarse a diferentes ocasiones y estilos. Destacamos la incorporación de modelos clip-on a esta nueva colección, que creemos será un éxito por su versatilidad.

Lanidor siempre se ha destacado por crear moda para mujeres que buscan elegancia y feminidad en todas sus elecciones. Esta colección de gafas no es una excepción. Cada modelo fue diseñado pensando en la mujer cosmopolita, que valora el equilibrio entre lo clásico y lo moderno, y que busca gafas que puedan complementar su look.



prooptica®  
full eyewear concept

PROOPTICA IBERIA, S.L. | C/ Cardenal Belluga, 6 Entrepantalla A 28028 MADRID  
Tel.: 911 252 571 | tienda.prooptica.es | www.prooptica.es

© Duyos 2024

# Eschenbach Optik presentó en Silmo la innovación mundial optaro®

Eschenbach Optik, una de las empresas líderes en el desarrollo y la fabricación de productos ópticos, presentó en la feria SILMO de París su nueva y revolucionaria ayuda visual electrónica: optaro®, la primera ayuda de lectura para el iPhone.



**E**n un mundo en el que la digitalización influye en la vida cotidiana, el smartphone se ha convertido en un compañero constante: siempre y en todas partes con usted, le facilita la vida cotidiana, incluso con problemas de visión, por ejemplo, ampliando rápidamente los detalles. Sin embargo, las personas con problemas de visión suelen necesitar algo más que un aumento para obtener un apoyo óptimo. Aquí es donde entra en juego optaro® de Eschenbach Optik: una innovadora ayuda visual electrónica complementa la gama de aplicaciones del iPhone con numerosas funciones adicionales desarrolladas especialmente para las personas con discapacidad visual, lo que convierte al smartphone en una ayuda de lectura totalmente funcional tanto en casa como de viaje.

Además de un iPhone, para su uso se necesita el módulo de cámara optaro® y la funda protectora correspondiente o el soporte universal magnético. Con la aplicación optaro® los usuarios pueden controlar el módulo de la cámara y personalizar los ajustes según sus necesidades personales.

## Ayuda visual y smartphone en uno

optaro® añade al iPhone una cámara central con resolución Full HD, que permite un aumento de 3x a 15x y ofrece imágenes muy nítidas incluso a corta distancia gracias a su gran profundidad de campo. La posición central de la cámara facilita la orientación sobre el material de lectura, mientras que el generoso campo de visión de 41 mm ofrece una visión completa. Gracias a la especial iluminación LED, la cámara produce una imagen de alto contraste, homogénea y sin deslumbramientos.

Con la intuitiva aplicación optaro® los usuarios pueden realizar ajustes individuales según sus necesidades mediante símbolos claros e inequívocamente reconocibles. El aumento puede ajustarse y puede elegir entre 14 modos de colores artificiales que mejoran el contraste. También se puede activar el apoyo a la lectura en forma de línea de lectura o de cortinillas. La función «Leer», que lee en voz alta la zona central de lectura, proporciona una comodidad adicional. La aplicación optaro® está disponible de forma gratuita en la App Store de Apple.

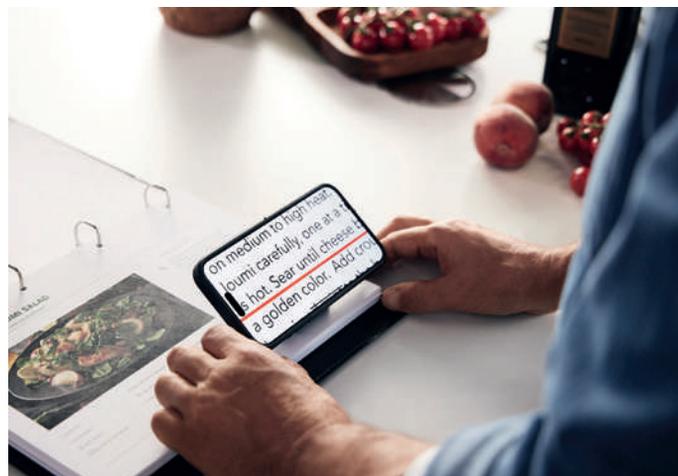
## Fundas protectoras optaro®

Existen dos opciones para montar el módulo de cámara optaro® en el iPhone:

Hay 13 fundas protectoras a medida disponibles para varios modelos de iPhone, en las que se puede insertar el módulo de la cámara junto con el iPhone.

Como alternativa, puede utilizar el soporte universal apto para casi cualquier modelo de iPhone. El iPhone se coloca simplemente en la parte superior y puede fijarse de forma segura gracias al práctico mecanismo magnético y al soporte desplegable.

También ofrecen una protección completa para el iPhone y el módulo de la cámara. “Nuestra motivación al desarrollar optaro® fue crear una ayuda de lectura digital que se integrara perfectamente en la vida cotidiana de los usuarios. Porque siempre queremos ofrecer a las personas con problemas de visión una solución sencilla pero potente para sus tareas visuales”, afirmó Markus Anacker, vicepresidente ejecutivo de la división de óptica de Eschenbach Optik.





Marc O'Polo

EST. IN STOCKHOLM

EYEWEAR

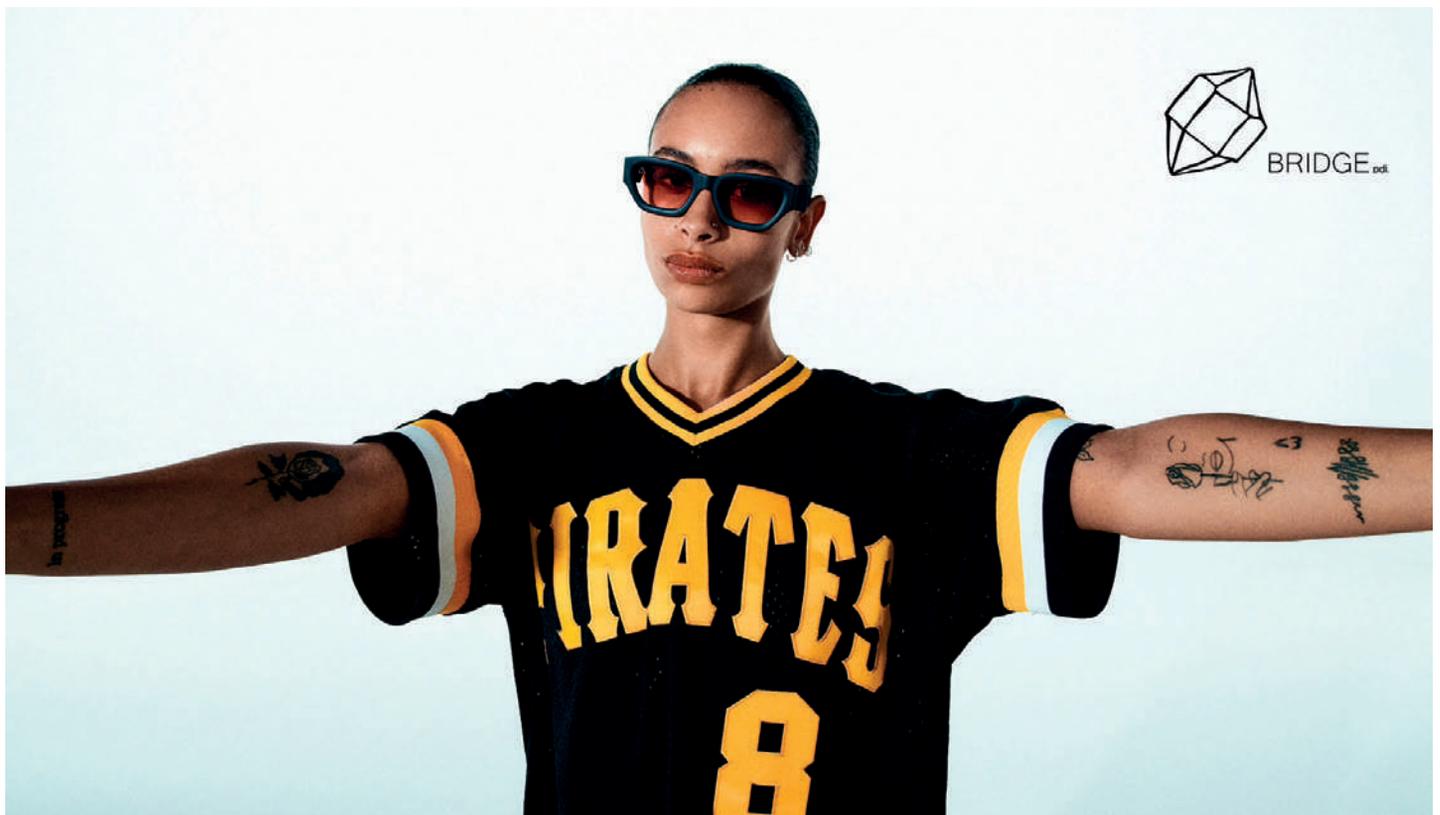
 **25**  
**ESCHENBACH**  
IN SPAIN SINCE 1999



ESCHENBACH OPTIK, SL  
FARELL 9 6ª PLANTA 08014 BARCELONA  
934 233 112 MAIL@ESCHENBACH-OPTIK.ES

## Nueva colección Bridge: El poder de la naturaleza

BRIDGE introduce su última colección, una evolución del característico estilo de la firma, que sigue inspirándose en los elementos en bruto de la naturaleza, ahora con opciones de diseño aún más contundentes. Con esta nueva colección, Prodesign, nos invita a experimentar con una serie de monturas que nos permitirán explorar y encontrar nuestro propio sentido de la expresión. ¡Acepta el viaje, cruza el puente y deja que el poder de la naturaleza inspire tu elección!



El modelo FLAME se inspira en la expresión dinámica de las gafas de alto rendimiento, combinando la estética motera con la audacia de las monturas más llamativas. Con lentes cilíndricas, Flame se define por su forma de visera y una curva facial alta que expresa potencia y velocidad, fiel reflejo de su nombre.



Inspirado en un elemento universal como el hierro, la gafa IRON se presenta en una intemporal montura cuadrada y la combina con opciones de diseño contemporáneo para crear un aspecto que es, a la vez, distinto y muy atractivo. A pesar de su diseño más ligero, mantiene los rasgos característicos de Bridge, como el núcleo de alambre fino y el logotipo de cristal dibujado a mano.



Esculpido por la naturaleza, el modelo ROCK deriva de la belleza orgánica y en bruto de los elementos naturales de la tierra. Su diseño se inspira en la textura rugosa y la solidez de la piedra, como si estuviera tallada directamente en la tierra. La curvatura frontal esculpida y el lenguaje de formas orgánicas confieren a la montura una presencia robusta, pero contemporánea y elegante.

prodesigndenmark.com | info.es@designeyeweargroup.com | 944 211 776 | CENSUR2 col.2022



prodesign  
by

**DAI/CE**

OPTICALIA®

Tu nuevo punto  
*de partida.*

¿Te vienes?

+info.  
[opticalia.com/es/asociados](http://opticalia.com/es/asociados)

Tel. 918 065 500





Te ofrecemos todo  
*lo que necesita tu óptica.*

Únete al grupo líder en el sector óptico en España, con más de 500 centros y 15 años de experiencia en el sector.

Un futuro lleno de grandes campañas, las mejores marcas y diseños exclusivos, así como el respaldo de un equipo de profesionales que trabajan con un mismo objetivo: velar por la rentabilidad del negocio sin perder tu independencia.

# Bf/ex eyewear

## Gafas irrompibles

## para la vida real



Porque miles de consumidores están hartos de romper sus gafas. Porque no se identifican con los “modelos perfectos” de la publicidad. Porque simplemente buscan unas gafas “para todo”, resistentes, que queden bien, que sean cómodas y una buena relación calidad-precio. **Unas gafas para gente real a prueba de vidas reales.**

Resistencia extrema

Reciclable

BPA Free

Origen natural

Montaje en frío

Montura imantada  
para clip magnético



# #IRROMPIBLES

Accesorios

## Bf/ex



#CLIP SOLAR\*



#CLIP CONDUCCIÓN\*  
NOCTURNA



#CORDÓN



#BANDA\*

\* Accesorio no incluido

**Gvo**optics  
gvo-optic.com

Tel.: 918 155 008  
email: info@gvo-optic.com

www.bflexeyewear.com

#BEREAL · #BEYOU · #BEFLEX



# Bflex eyewear

## #IRROMPIBLES



**Gafas irrompibles**

**para la vida real**

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



**#BEREAL · #BEYOU · #BEFLEX**

# PELLICER

by etnia O BARCELONA

## Nueva colección premium: un viaje por el legado familiar de tres generaciones

Un genio dijo una vez que la experiencia es la fuente de todo conocimiento, y tenía razón. En Etnia Barcelona todas sus ideas, sueños e incluso los conceptos más abstractos provienen de la experiencia. Las ciudades también transmiten experiencia, como Barcelona, una urbe que se moldea meticulosamente, como el legado de la familia Pellicer. Es bajo este manifiesto que nace Pellicer, la nueva colección premium de Etnia Barcelona y uno de los lanzamientos más especiales de la marca en sus más de 20 años de historia.



— Acetato italiano de alta calidad. Las monturas de Pellicer están hechas con acetato Mazzucchelli de altísima calidad. Este material proviene de acetato de celulosa, cuyos materiales base son el algodón y la madera. Además, ofrece una resistencia y maleabilidad superiores, lo que proporciona el máximo confort y durabilidad.

— Las mejores lentes minerales. Las lentes de vidrio mineral Barberini representan la cima de la excelencia italiana. Elaboradas con vidrio óptico de primera calidad, estas lentes provienen de una mezcla meticulosamente oxidada, fundida en hornos especializados. Refinadas a través de un auténtico tubo de platino, cada lente emerge como una obra maestra, completamente libre de impurezas y ópticamente perfecta, estableciendo un nuevo estándar en claridad visual.

— La sofisticación del titanio. El titanio representa la excelencia en la fabricación de gafas, combinando fuerza, ligereza y estilo en un solo material. Su durabilidad asegura una larga vida útil, mientras que su ligereza proporciona un confort excepcional durante todo el día. La resistencia a la corrosión y su estética elegante añaden un toque de sofisticación a cada par.

La colección Pellicer es un viaje por tres generaciones de fabricantes de gafas con conocimientos forjados a lo largo de años de trabajo, perseverancia e innovación para dominar el arte de crear gafas. En 1924, comenzó a tomar forma un legado familiar que abarca más de tres generaciones, creando una historia llena de pasión, aprendizaje y perseverancia que vincula a la familia Pellicer con la fabricación de gafas. En los años 50, Fulgencio Ramo –el visionario– creó su primera fábrica de gafas. La siguiente generación, entre la cual Josep Pellicer –el sabio–, rápidamente tomó las riendas, diseñando, creando y distribuyendo en toda España. A finales de los años 90, David Pellicer –el soñador– entró en la compañía con la ilusión de crear algo nuevo: una marca que pensara en todas las personas y formas de expresarse a través del color y del arte. Y así es como nació Etnia Barcelona. Pellicer es también el reflejo del compromiso con la perfección, el detalle y un legado familiar duradero en cada montura. Esto pasa por ofrecer la máxima calidad y precisión en cada creación:



La colección Pellicer by Etnia Barcelona incluye 12 modelos de vista y sol, con variaciones de color y nombres de famosos personajes de la cultura barcelonesa.



La colección incluye 12 nuevos modelos de vista y sol, con variaciones de color. A caballo entre la herencia y la innovación, los modelos combinan una paleta de tonos tierra que nos recuerdan a las famosas baldosas hidráulicas de la ciudad condal. Fall/Winter – otoño/invierno 2024-25 de Pellicer destaca también por sus formas inspiradas en la elegancia de la forja de hierro y las líneas fluidas del modernismo catalán, tan presente en Barcelona. Admirar los detalles de las gafas Pellicer es viajar por la historia y el arte de Barcelona. Además, cada pieza lleva por nombre famosos personajes de la cultura de Barcelona de finales del siglo XIX y principios del XX.



**PELLICER**  
— by etnia **O** BARCELONA —

## Las lentes dinámicas que se adaptan a tu ritmo de vida

Nuestra vida es dinámica, no estática; por lo que tiene sentido que nuestras lentes también lo sean y se adapten a las condiciones lumínicas de cada momento. Ante esta necesidad surgen las nuevas lentes Transitions® Gen S™ que usan una nueva tecnología fotocromática, que absorbe una mayor cantidad de energía dentro de la estructura matriz de la lente, lo que permite lograr el equilibrio ideal entre la viveza de los colores y la capacidad de respuesta a la luz solar, para garantizar el mejor rendimiento visual y la durabilidad.



Las nuevas lentes Transitions® Gen S™ usan una nueva tecnología fotocromática fruto de cinco años de estudio, durante los cuales se ha puesto a prueba más de 100.000 lentes hasta llegar a la creación de una nueva matriz y nuevos tintes fotocromáticos mejorados gracias a la llamada tecnología simbiótica avanzada. Estos tintes mejorados absorben una mayor cantidad de energía dentro de la estructura matriz de la lente y funcionan juntos a la perfección, lo que permite lograr el equilibrio ideal entre la viveza de los colores y la capacidad de respuesta a la luz solar, para garantizar el rendimiento visual y la durabilidad.

### ¿Por qué usar lentes dinámicas?

“Una cantidad excesiva o insuficiente de luz afecta negativamente a la calidad de la visión. Si la cantidad de la luz no es óptima, nuestros ojos tienen que ajustarse constantemente a las distintas condiciones de luz que afrontamos en el día a día, lo cual repercute en el rendimiento visual”, explica Susana Lobato, óptica optometrista de EssilorLuxottica. “Las condiciones de luz cada vez ponen más a prueba la vista, pero gracias a las lentes Transitions, nuestros ojos tendrán que hacer un menor esfuerzo de adaptación y, en consecuencia, aumentará la estabilidad visual”, concluye.

La lente Transitions ofrece ese rendimiento visual constante a lo largo del día, independientemente de cómo sea la luz. Cuando salimos al aire libre, donde las condiciones de luz son imprevisibles, puede llevarnos un tiempo adaptarnos a los cambios en las condiciones de luz. Con Transitions, la lente se adapta directamente a la luz, con lo que se reduce el tiempo de ajuste y se acelera la recuperación de la visión. De este modo, se disfruta de una sensibilidad de contraste mucho mayor. En general, esta mejora resulta ser un factor clave para el rendimiento visual.

### Transitions® Gen S™, una revolución tecnológica

Transitions® Gen S™ es la lente oscura más rápida en la categoría de las lentes fotocromáticas que pasan de transparentes a oscuras según la intensidad de la luz. Es totalmente transparente en interiores y se oscurece en cuestión de segundos al aire libre. Gracias a su gran capacidad de respuesta a la luz, alcanza niveles de oscuridad de categoría tres en 25 segundos y se aclara de nuevo en menos de dos minutos. De hecho, el 88% de los usuarios encuestados aseguran que las lentes Transitions GEN S se adaptan tan rápido a la luz que apenas notan el cambio.

Además, gracias a su capacidad de respuesta a la luz, al salir de un entorno de luminosidad intensa permite recuperar la visión un 39% más rápido que las lentes transparentes. En la fase en que las lentes se aclaran, se ha comprobado una mejora del 39,5% en la sensibilidad de contraste y una recuperación de la visión un 40% más rápida con respecto a la anterior generación.

Estas lentes revolucionarias también ofrecen una protección insuperable: cuando se oscurecen al aire libre, bloquean el 100% de los rayos UVA y UVB, mientras que filtran hasta el 32% de la luz azul-violeta en el estado transparente y hasta el 85% cuando se activan<sup>8</sup>.

Así, estas nuevas lentes ultradinámicas cubren una necesidad fundamental como es la gestión lumínica, que sin duda impacta en la calidad de vida de las personas en todos los rangos de edad.

LENTE ESTÁTICAS Y TRANSPARENTES.



CON TRANSITIONS® GEN S™



Visión con lentes estáticas y transparentes vs con Transitions® Gen S™.

# Transitions®



NUEVA  
GENIALIDAD  
Gen<sup>•</sup>S™

LENTES  
ULTRA  
DINÁMICAS



**POTENCIA TUS GAFAS**  **SIMPLIFICA TU VIDA**

Transitions y el logotipo de Transitions son marcas comerciales registradas de Transitions Optical, Inc., utilizadas bajo licencia por Transitions Optical Limited. GEN S es una marca comercial de Transitions Optical Limited.  
©2024 Transitions Optical. La temperatura, la exposición UV y el material de la lente influyen en el rendimiento fotocromático. Monturas Ray-Ban®, lentes Transitions® color Rubi. Puede que las monturas seleccionadas no estén a la venta.

**¿Harto  
de que te  
vendan  
HUMOR?**

# Libérate de imposiciones



## **100% libertad**

Sin obligaciones de compra



## **Somos tu agencia de marketing**

Lo que necesitas, ¡lo tenemos!



## **Disfruta de los beneficios**

y programas de nuestra comunidad

Estamos aquí para ti



## Lanza su primera serie de acetatos exclusivos elaborados a medida

La firma holandesa, DUTZ Eyewear ha dado un paso más y acaba de lanzar su primera colección de acetatos a medida con colores y materiales meticulosamente seleccionados para transformar sus ideas creativas en monturas espectaculares.



**S**e trata de acetatos a medida exclusivos de DUTZ, quien ha confeccionado cada uno de los nuevos colores. El acetato está fabricado a partir de un molde existente, pero en una mezcla de colores compuesta por su equipo de diseño. Para ello, han utilizado 1.000 partes de muestras de colores de acetato para crear su propia combinación, así como, en otros casos, a partir de acetato que solo estaba disponible en un color, al que han agregado patrones de color para poder ofrecer nuevas series.

Estas gamas de colores a medida ponen de relieve la experiencia de DUTZ en el trabajo con transparencias brillantes y acetatos vivos, creando combinaciones únicas que añaden un toque de originalidad y expresión al rostro de cada persona.

### Colores de impacto

Un ejemplo de acetato en exclusiva es el modelo DZ2343-45 con tonos azul índigo brillante y marrón óxido y naranja, que se han

combinado en un mosaico hecho a medida, creando un equilibrio entre el encanto clásico y el estilo contemporáneo. Otro caso es el rojo coral sólido del modelo DZ2346-46 que resalta contra el aguamarina translúcido, el burdeos y los toques de marrón para crear un look vibrante y elegante.

Los modelos y códigos de color de la nueva colección otoño-invierno 24-25 de DUTZ que incluyen acetatos hechos a medida son: DZ2329-47 y 66 y 77, DZ2343-45 y 76, DZ2346-46 y 76 y DZ2348-45-46 y 76

La firma Dutz está distribuida en España por MYCUBE, empresa de distribución óptica de firmas internacionales y nacionales. Sus partners internacionales son Dutz Eyewear, Thomsen Denmark y Lara D' Eyewear. A nivel nacional, tienen su propia firma de gafas de km0, löla, y su innovadora colección de monturas en impresión 3D con alma y estructura metálicas, ele.

**Para más información, visita [mycube.es](http://mycube.es)**



# LARA D'



MYCUBE

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

[service@mycube.es](mailto:service@mycube.es)

Tel : 911469922



**HOYA**  
FOR THE VISIONARIES



# Con la miopía no se juega

Estamos en una época en la que los profesionales de la visión debemos sentirnos afortunados, porque, ante un problema creciente como es el aumento global de la prevalencia de la miopía, disponemos en nuestra consulta de diferentes soluciones que nos permiten ralentizar el avance.

Porque sí, la miopía es uno de los mayores retos que tenemos en la actualidad los profesionales de la visión, y más, sabiendo que en España, en la actualidad, 1 de cada 5 niños entre 5 y 7 años es miope, y que 1 de cada 3 lo es entre los 12 y los 18 años. Por si estas cifras no nos impactasen lo suficiente, se prevé que, para el año 2030, el 30% de los niños entre 5 y 7 años serán miopes, edad en la que sabemos que no es normal serlo<sup>1,2,3</sup>.

El desafío aumenta si, además, tomamos consciencia de que cuanto antes debute la miopía, más probabilidad hay de que se convierta en miopía alta. De hecho, si la miopía aparece entre los 3 y los 6 años, las probabilidades de que el paciente sea miope alto antes de los 11 años se multiplican<sup>4</sup>.

Así que sí, somos afortunados, pero **¿nos hemos parado a pensar que solo tenemos una oportunidad para comenzar a tratar dicha miopía?**

Y más allá de eso, **¿somos conscientes de que la manera en la que intervengamos en un principio será determinante en los años posteriores de tratamiento?**

Si estas dos preguntas te han hecho pensar, solo podemos felicitarte, porque, como profesionales, debemos tener un pensamiento crítico, y más aún, respecto a las intervenciones que realizamos en nuestra consulta. No podemos perder el foco, porque lo que estamos pautando son tratamientos y está en juego la calidad de vida y la salud visual de nuestros pacientes.

**¿Pero cómo sabemos qué solución elegir?**

Y es que un tratamiento tiene que ser eficaz, sí, pero no es lo único. Un tratamiento tiene que ser eficaz y dicha eficacia debe mantenerse en el tiempo, debe ser seguro y no presentar efectos adversos.

¿Y cómo podemos saber que un tratamiento cumple con todos estos requisitos? Gracias a la ciencia y a la investigación constante.

## Referencias:

1. Alvarez-Peregrina C, Martínez-Pérez C, Villa-Collar C, González-Pérez M, González-Abad A, Sánchez-Tena MÁ, On Behalf Of Grupo de Investigación Alain Afflelou. The Prevalence of Myopia in Children in Spain: An Updated Study in 2020. *Int J Environ Res Public Health*. 2021 Nov 25;18(23):12375. doi: 10.3390/ijerph182312375. PMID: 34886101; PMCID: PMC8656604
2. Sánchez-Tena, M.Á.; Martínez-Pérez, C.; Villa-Collar, C.; González-Pérez, M.; González-Abad, A.; Grupo de Investigación Alain Afflelou; Alvarez-Peregrina, C. Prevalence and Estimation of the Evolution of Myopia in Spanish Children. *J. Clin. Med.* 2024, 13, 1800. <https://doi.org/10.3390/jcm13061800>
3. <https://visionyvida.org/cuando-la-miopía-se-ha-convertido-en-una-pandemia-mas-de-628-000-adolescentes-podran-revisar-el-estado-de-su-vision-con-la-2a-edicion-de-ver-la-vida-en-4k/>
4. Ian Flitcroft, John Ainsworth, Audrey Chia, Susan Cotter, Elise Harb, Zi-Bing Jin, Caroline C. W. Klaver, Anthony T. Moore, Ken K. Nischal, Kyoko Ohno-Matsui, Evelyn A. Paysse, Michael X. Repka, Irina Y. Smirnova, Martin Snead, Virginie J. M. Verhoeven, Pavan K. Verkicharla; IMI—Management and Investigation of High Myopia in Infants and Young Children. *Invest. Ophthalmol. Vis. Sci.* 2023;64(6):3. <https://doi.org/10.1167/iovs.64.6.3>

Debemos exigir a los laboratorios que las soluciones que nos ofrezcan tengan una sólida base científica, lo que está en juego no es algo trivial, es el bienestar de nuestros pacientes y la confianza que depositan en nosotros.

### **¿En qué debemos fijarnos para saber que una solución es entonces rigurosa y qué está avalada científicamente?**

El primer paso siempre es comprobar que el tratamiento cuenta con un estudio controlado y aleatorizado en el que se demuestre la eficacia y donde el grupo control y el grupo de tratamiento sean homogéneos en cuanto a edad, sexo y defecto refractivo, y por supuesto, analizaremos las conclusiones, porque teniendo métodos terapéuticos de alta eficacia, ¿por qué elegiríamos uno que no lo es?

Después, confirmaremos que la solución cuenta con estudios de seguimiento, donde comprobaremos que los pacientes siguen seguros, que no presentan efectos adversos aún con el uso continuado a largo plazo y que no presentan efecto rebote si dejan de usar el método terapéutico estudiado en cuestión.

Si además el tratamiento está presente en revisiones sistemáticas —donde investigadores externos recopilan y evalúan toda la evidencia sobre un tema— y cuenta con estudios de adaptación, aceptación, calidad visual, efica-

cia visual, combinación con otros métodos, etc., podremos asegurar, sin duda, que estamos ante una solución rigurosa.

Ese rigor nos aporta tranquilidad, tranquilidad a los profesionales en nuestra práctica clínica y tranquilidad a los progenitores, porque sin duda la salud de sus hijos está en las mejores manos.

### **Contar con todo ello es más fácil de lo que parece, si cuentas con MiYOSMART.**

MiYOSMART es la lente oftálmica para gestionar la miopía con más evidencia científica, tanto en volumen de estudios —pues cuenta con más de 50 publicaciones— como a largo plazo, ya que hay publicados seis años de seguimiento.

Gracias a todos esos estudios, sabemos tanto que MiYOSMART es altamente eficaz, con un 60% de promedio<sup>5</sup>, como que los pacientes que lo utilizan de forma continuada sostienen dicha eficacia en el tiempo. Esta eficacia no depende de la edad, y lo más importante es que los pacientes, con su uso, están seguros, no presentan efectos adversos y, si deben dejar de usar la solución, tampoco presentan efecto rebote<sup>6,7</sup>.

También sabemos, gracias a todas las publicaciones y a los más de tres años de experiencia clínica en España adaptando esta revolucionaria solución (más de 6 años en gran parte de Europa y Asia), que otorga una excelente

5. Lam CS, Tang WC, Tse DY, Lee RPK, Chun RKM, Hasegawa K, Qi H, Hatanaka T, To CH. Defocus Incorporated Multiple Segments (DIMS) spectacle lenses slow myopia progression: a 2-year randomised clinical trial. *British Journal of Ophthalmology*. Published Online First: 29 May 2019. doi: 10.1136/bjophthalmol-2019-033811
6. Lam CS, Tang WC, Lee PH, et al Myopia control effect of defocus incorporated multiple segments (DIMS) spectacle lens in Chinese children: results of a 3-year follow-up study *British Journal of Ophthalmology* Published Online First: 17 March 2021. doi: 10.1136/bjophthalmol-2020-317664
7. Lam, C.S.Y., Tang, W.C., Zhang, H.Y. et al. Long-term myopia control effect and safety in children wearing DIMS spectacle lenses for 6 years. *Sci Rep* 13, 5475 (2023). <https://doi.org/10.1038/s41598-023-32700-7>

**Solución completa para cualquier momento del año.**

**Protege su forma de ver el mundo con MiYOSMART Chameleon.**



calidad visual, que no influye en la visión binocular, que los pacientes se acostumbran cómodamente y que se puede combinar de forma segura y efectiva con métodos farmacológicos, como la atropina diluida en diferentes concentraciones<sup>8,9,10,11,12,13</sup>.

Al ser no invasivo, es un método terapéutico perfecto para prescribir a cualquier edad, especialmente si consideramos que su evidencia científica abarca desde los 4 hasta los 26 años<sup>14</sup>. Esto la hace ideal para prescribir desde el primer instante o cuando el paciente es mayor. Y aunque el rango de fabricación actualmente alcanza -10.00 D, en los próximos meses llegará hasta -13.00 D, lo que permitirá tratar incluso las miopías más altas.

Pero no solo eso; con MiYOSMART también puedes mejorar la tan necesaria ergonomía visual de tus pacientes, al estar disponible en versión transparente, sí, pero también en su versión fotocromática todo en uno, **MiYOSMART Chameleon**, la opción perfecta para gestionar la miopía dentro y fuera sin necesidad de cambiar de gafa. También está disponible en su versión polarizada, **MiYOSMART Sunbird**, la opción que otorga una calidad visual excepcio-

nal en exteriores y el complemento ideal de MiYOSMART Chameleon y MiYOSMART transparente.

Porque no podemos pedir a nuestros pacientes que aumenten el tiempo que pasan al aire libre si no les damos herramientas para que pasen ese tiempo **corregidos, tratados, cómodos frente a la intensa luz solar y protegidos del ultravioleta**.

Y lo más importante: con MiYOSMART, nunca estarás solo frente a una adaptación. Tienes a un equipo altamente cualificado siempre disponible para ayudarte con cualquier duda que tengas, porque sabemos que la miopía y su gestión, en muchas ocasiones, dan respeto. Pero todo es más llevadero si estás acompañado de los mejores profesionales y de las mejores soluciones. Estamos siempre a un paso de ti en [miyosmartspain@hoya.com](mailto:miyosmartspain@hoya.com).

Porque queremos que tu práctica clínica sea una práctica de confianza y que ese vínculo con tus pacientes sea inquebrantable, trabajamos incesantemente para ofrecerte los métodos terapéuticos más revolucionarios que te permitan ser un referente en el cuidado de la visión.



Si quieres saber más sobre **MiYOSMART** y su evidencia, puedes revisar las más de **50 publicaciones** en este QR.

## Evidencia en la que puedes confiar. Eso es MiYOSMART.



- Lam CSY, Tang WC, Qi H, Radhakrishnan H, Hasegawa K, To CH, Charman WN. Effect of defocus incorporated multiple segments spectacle lens wear on visual function in myopic chinese children. *Trans Vis Sci Tech.* 2020;9(9):11, <https://doi.org/10.1167/tvst.9.9.11>
- Lu Y, Lin Z, Wen L, Gao W, Pan L, Li X, Yang Z, Lan W. The Adaptation and Acceptance of Defocus Incorporated Multiple Segment Lens for Chinese Children. *Am J Ophthalmol.* 2020 Mar;211:207-216. doi: 10.1016/j.ajo.2019.12.002. Epub 2019 Dec 13. PMID: 31837317.
- Nucci P, Lembo A, Schiavetti I, Shah R, Edgar DF, Evans BJW (2023) A comparison of myopia control in European children and adolescents with defocus incorporated multiple segments (DIMS) spectacles, atropine, and combined DIMS/atropine. *PLoS ONE* 18(2): e0281816. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0281816>
- Huang, Z., Chen, XF., He, T. et al. Synergistic effects of defocus-incorporated multiple segments and atropine in slowing the progression of myopia. *Sci Rep* 12, 22311 (2022). <https://doi.org/10.1038/s41598-022-25599-z>
- Kaymak H, Mattern AI, Graff B, Neller K, Langenbucher A, Seitz B, Schwahn H. Safety of DIMS Spectacle Lenses and Atropine as Combination Therapy for Myopia Progression. *Klin Monbl Augenheilkd.* 2022 Oct;239(10):1197-1205. doi: 10.1055/a-1930-7116. Epub 2022 Aug 25. PMID: 36008055; PMCID: PMC9578763.
- NOEMI GUEMES-VILLAHOZ, Julian Garcia-Feijoo, Rafael Bella-Gala, Paloma Porras-Angel, Paula Talavero-Gonzalez, Beatriz Martin-Garcia, Alicia Ruiz-Pomeda, Elena Hernandez-Garcia, Rosario Gomez-de-Liano; Defocus Incorporated Multiple Segment lenses and 0.025% atropine for myopia control in a European population: 12-month results of a randomized clinical trial. *Invest. Ophthalmol. Vis. Sci.* 2024;65(7):2841
- Ryu H, Ju U, Wallraven C. Myopia-correcting lenses decrease eye fatigue in a visual search task for both adolescents and adults. *PLoS One.* 2021 Oct 13;16(10):e0258441. doi: 10.1371/journal.pone.0258441. PMID: 34644337; PMCID: PMC8513897.

# MIOPTICO

**MEJORA TUS MÁRGENES  
Y EL FLUJO DE CLIENTES  
CON LIBERTAD,  
SIN CUOTAS NI ATADURAS**



**ÚNETE AL GRUPO DE IMAGEN Y TE REGALAMOS:**

✓ **El RÓTULO**

✓ Un año de prueba **GRATIS**

“

Desde que formamos parte del Club MIOPTICO las ventas se han incrementado un 40% en Embajadores.

El cambio de imagen ha beneficiado a la óptica por las campañas con promociones especiales y de captación de clientes que han sido efectivas. No hay imposiciones a la hora de comprar producto y contamos con planes de marketing personalizados y formación.

Por todo esto me decidí a abrir una nueva óptica en Rivas con rótulo MIOPTICO”

**Sara González**

Asociada de MIOPTICO Embajadores y Rivas

Grupo MIOPTICO está formado por ópticos-optometristas independientes asociados para conseguir un crecimiento común bajo las mejores condiciones de compra.

Con apoyo en formación, marketing y una imagen corporativa común garantizamos el crecimiento de tus ventas.

**¿Hablamos?**

**T. 911 266 296 | [info@mi-optico.com](mailto:info@mi-optico.com)**

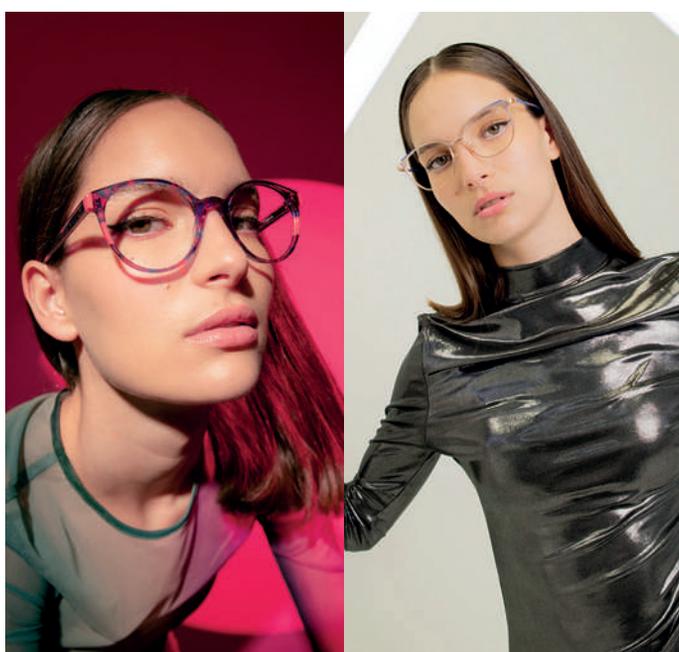


## MINIMALISMO TECNOLÓGICO Y FUTURISTA

Miró Jeans eyewear presenta su colección "NEON II", una línea repleta de modelos espectaculares y colores vibrantes. Para la temporada otoño/invierno 2024-25, la marca de Natural Optics Group -NOG- se reinventa con un enfoque más futurista y tecnológico que nunca.



Los 17 nuevos modelos que componen la colección Neon II de Miro Jeans fusionan el mundo digital con la vida cotidiana de ellas y ellos.



Las monturas con gran boxing y amplios aros destacan esta temporada, con colores vibrantes y llamativos que evocan el mundo cibernético.

Con formas minimalistas y geométricas, la colección invita al consumidor a sumergirse en un metaverso lleno de colores brillantes y llamativos. Entre las innovaciones destacadas se encuentran los codos metálicos insertados en las monturas de acetato generando un diseño envolvente 360°, metales pintados a mano, varillas extra bold y detalles calados en láser de alta definición que crean un efecto a doble nivel en los aros.

Aunque se mantienen las icónicas formas redondas, rectangulares y cat eye, la gran tendencia de este año y el siguiente serán las formas cuadradas. Las monturas con gran boxing y aros robustos ganan presencia esta temporada, con colores que evocan el mundo cibernético: verdes lima, magentas, amarillos, además de un rojo vibrante y un azul intenso.

Con estos 17 nuevos modelos, Miro Jeans eyewear busca fusionar el mundo digital con la vida cotidiana del consumidor, permitiendo una expresión creativa y atrevida.

Encuentra NEON II de Miró Jeans eyewear en todos los puntos de venta asociados al grupo NOG y descubre todas las novedades de esta colección siguiendo en Instagram (@mirojeanseeyewear).

# miró jeans

eyewear



@mirojeanseeyewear

naturalopticsgroup.com

 **Natural  
Optics**

**UGO** | UNIÓN  
GENERAL  
DE ÓPTICA

# VISIOFFICE<sup>®</sup> 3

By ACTIVISU<sup>®</sup>

## LA NUEVA GENERACIÓN DE VISIOFFICE

### VE UN PASO MÁS ALLÁ EN LA PERSONALIZACIÓN DE LAS LENTES CON LA OPCIÓN H3D

El exclusivo y patentado protocolo H3D lleva a cabo un estudio de la postura natural del cliente para garantizar un confort visual óptimo.

Los algoritmos de Visioffice<sup>®</sup> 3 tienen automáticamente en cuenta la postura analizada a la hora de realizar las medidas.

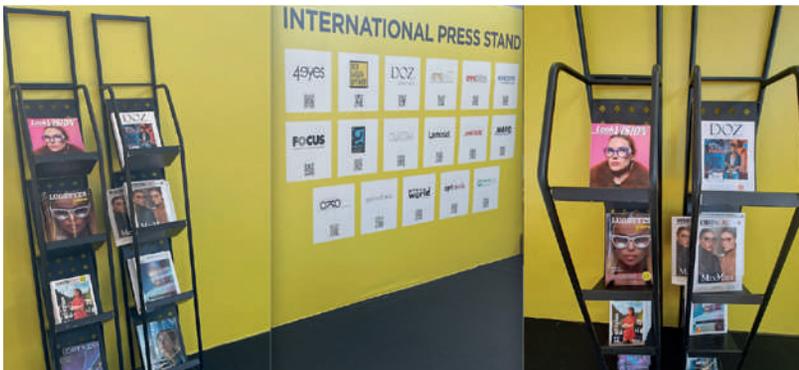


# SILMO Paris.2024



## Una nueva edición de éxito que reunió a más de 32.000 profesionales de la industria óptica internacional

Silmo París 2024, que se celebró del 20 al 23 de septiembre, se ha consolidado una vez más como el momento clave para la industria óptica, ofreciendo un rico panorama de tendencias emergentes y experiencias inmersivas. Durante cuatro intensos días, el salón fue punto de convergencia de encuentros inspiradores, innovaciones de vanguardia e intercambios enriquecedores, cautivando así a los profesionales del sector.



Los pabellones 6 y 7 de Paris Nord Villepinte acogieron una nueva edición de Silmo. El equipo de Lookvision no faltó a esta gran cita anual de la óptica y ya desde su llegada a Silmo 2024 se encontró en la entrada con buenos amigos de la revista. La publicación estuvo en el stand de Prensa Internacional para que visitantes y expositores cogieran gratis su ejemplar.

Este año, 32.125 profesionales (+2,6% respecto a 2023), de los cuales el 52% han sido internacionales y el 48% franceses, viajaron a París para descubrir las novedades presentadas por más de 900 empresas repartidas en 75.000 m<sup>2</sup> en los pabellones 6 y 7 de Paris Nord Villepinte. Este dinamismo ha alimentado un entorno propicio para descubrimientos y colaboraciones, allanando el camino para nuevas perspectivas y proyectos para el mercado. SILMO París continúa así consolidando su papel como encrucijada esencial en la evolución de la industria, donde cobran vida ideas innovadoras y conceptos

prometedores que configuran el futuro del sector. Como tuvimos ocasión de comprobar un año más en el Mundial de la Óptica de París desde nuestra atalaya informativa privilegiada como revista Lookvision, además de compartir grandes y agradables momentos con amigos, clientes y profesionales del sector, el evento ha sido una experiencia en la que el intercambio de ideas, el descubrimiento de las últimas tendencias, las previsiones, la formación, las conferencias, los premios y la información han estado en el centro de las interacciones y a todo ello nos referimos a continuación.





Para Lookvision y su equipo siempre es una grata experiencia asistir a Silmo, pero tanto o más lo es encontrarnos con excelentes amigos de la revista.





Profesionales españolas e internacionales, amigos más que clientes de Lookvision, conocieron y/o expusieron las novedades ópticas para 2025 en Silmo. Con todos ellos nos reencontramos y disfrutamos de su compañía los integrantes de la revista desplazados a París, Mari Carmen y Julio.

## Los galardones Silmo d'Or celebraron su 30 aniversario

Los premios Silmo d'Or recompensan la excelencia técnica, la creatividad y la innovación, cualidades esenciales que impulsan la industria óptica hacia el futuro. Cada año, este evento atrae la atención de profesionales y medios de todo el mundo, destacando su importancia e impacto en el mercado global. La edición de 2024 estuvo marcada por la celebración del 30º aniversario de los Silmo d'Or, lo que demuestra la sostenibilidad y la influencia duradera de este premio, destacando la importancia del know-how en este sector óptico en constante evolución. Los premiados de esta edición en las diferentes categorías han sido:

- INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN GAFAS: OOmade con "OOmade SAV 3D"
- INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN GAFAS/PRODUCTOS CONECTADOS: EssilorLuxottica con "Ray-Ban Meta con IA".
- NIÑOS: Lafont con "Roudoudou".
- DEPORTE: Out Of con "Acuity".
- VISIÓN: Transitions Optical con Transitions® Gen S™.
- MATERIAL / EQUIPAMIENTO: Eyesoft con "Check Lenscape" y MicroUnit con "Lona 5".
- BAJA VISIÓN: Accessolutions con "VoiSee" Reber Informatik.
- MONTURAS ÓPTICAS (MARCAS): Nina Ricci con "SNR403 color 7G6" De Rigo Vision.
- GAFAS DE SOL (MARCAS): Gafas de sol Zilli con "ZI65109 C01" Grosfilley France.
- GAFAS DE SOL (DISEÑO): ProDesign con Censur.
- MONTURAS ÓPTICAS (DISEÑADOR): Pierre Eyewear con "Lady".
- PREMIO ESPECIAL DE DISEÑO JURADO: Parasite con "Morph Alpha".



Representantes de medios de comunicación, entre ellos Lookvision y Gaceta de Optometría como miembros del Jurado, votamos la mañana del sábado 21 de septiembre a nuestros candidatos a los premios Silmo d'Or.



Los Silmo d'Or celebraron su 30ª edición. Treinta años de innovación y creación materializados en una gala de entrega de galardones, la noche del 21 de septiembre, en el Carrousel du Louvre, dirigida y presentada por Amélie Morel e Isabel Beuzen.



Expositores nacionales y extranjeros de todos los sectores de la óptica y la optometría mostraron sus productos y novedades en la edición de Silmo 2024.

### Concurso de Diseño Óptico

Promover el know-how, defender el sector, estimular la innovación: SILMO París también promueve los talentos del mañana con el Concurso de Diseño Óptico. La tercera edición de este concurso, abierto a estudiantes de escuelas de diseño de todo el mundo, se centró en gafas accesorias que, más allá de corregir y proteger la visión, exploraron nuevas funcionalidades y nuevos usos. El proyecto premiado esta edición fue DISTROAL por Thomas Deneufbourg y Adrien Gallois, de la Escuela de Diseño Nantes Atlantique. En él, se conciben las gafas como accesorios de apoyo para usuarios con necesidades específicas, entre ellos personas con trastornos del espectro autista (TEA) y trastornos de ansiedad. Distroal significa “calmante” en bretón.

### Premio a la empresa comprometida

Adoptar una estrategia integral de RSC es esencial para cumplir con las expectativas de las partes interesadas y al mismo tiempo fortalecer la resiliencia y la competitividad de las empresas del sector óptico. Para fomentar estas prácticas sostenibles y responsables, SILMO, en colaboración con la agencia HYSSOP, ha establecido el Premio Empresa Comprometida. Esta distinción reconoce a las empresas que integran un enfoque holístico, teniendo en cuenta cuestiones éticas, ambientales y sociales, y que apuestan activamente por un futuro más responsable. En esta ocasión fueron dos compañías las galardonadas: Vanni y Skans.

### Premio al Óptico Internacional del Año

Este premio, concedido por la IOA (Asociación Internacional de Ópticos) en colaboración con SILMO París, anima y recompensa a un óptico por su visión y por su compromiso en la promoción de los valores de su profesión, tanto entre sus colegas como entre sus clientes. Vitor Martins, óptico portugués, fue el premiado de este año. Este profesional lleva 25 años dedicado a la industria óptica. Especialista en productos de alta gama, mejora la experiencia del cliente proponiendo soluciones innovadoras y sostenibles. Vitor ha puesto en marcha proyectos como “Reciclar para ayudar” y lidera misiones solidarias para proporcionar gafas a los más desfavorecidos. Su compromiso con el aumento de la calidad óptica y su implicación en la asociación nacional son testimonio de su dedicación a la profesión.

### Challenge Inter-Escuelas

Como cada lunes de feria, el School Day ofrece a estudiantes y profesores una oportunidad única de sumergirse en el corazón de la industria óptica. Durante esta jornada también tuvo lugar un desafío inter escolar, una divertida competición en colaboración con OPTIC 2000, dedicada a los estudiantes de 2º año de BTS. Este año, la escuela ESSO ANGERS ganó el concurso con un viaje gratuito para los 5 mejores alumnos a una feria europea de óptica.

### Silmo Next – Futurology : El futuro de las posibilidades

Inmersión en el futuro de la óptica e invitación a explorar las fascinantes perspectivas para los años 2025 a 2035. Los profesionales lo pudieron descubrir en un espacio dividido en varias áreas diferenciadas, donde encontraron innovaciones tecnológicas, soluciones personalizadas, experiencias interactivas, realidad aumentada y virtual.

### Fórum de Tendencias

Una parada en las imágenes, en las formas, colores y materiales de las gafas, una visión completa que permitió conocer lo mejor de las monturas ópticas y solares de los expositores presentes en el salón. Aquí las cuatro tendencias destacadas en el salón que serán los éxitos del mañana:

2024 / 2025

# URBAN CLARITY

La nueva colección SOLANO para la temporada otoño-invierno 2024/2025 está inspirada en la dinámica del estilo de vida urbano y la necesidad de una visión clara en todos los aspectos de la vida cotidiana.



Distropvision

Distribuidor para España

tel. 983 31 38 28 / 642 999 100

[info@distropvision.es](mailto:info@distropvision.es)

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

[www.solano-eyewear.com](http://www.solano-eyewear.com)

**SOLANO** ANNE MARI

JENS HAGEN **POLAR VISION**

**SOLANO**

high-end performance



En gafas han presentado y hemos podido ver desde modelos centenarios del Museo de Oyonnax, hasta otros de realidad virtual pasando por vanguardistas y clásicos actualizados.

- **COLORAMA LIBRE:** Monturas de colores vivos y alegres o de colores tenues e intensos. Gafas monocromas, bicolors, tricolors o multicolors. Formas tan libres como paletas de colores. Predomina el acetato, con combinaciones para efectos de superficie.
- **SENCILLEZ VIRTUOSA:** Gafas que van directamente a lo esencial, reflejando un enfoque minimalista sin florituras. Un diseño tranquilo, pero no aburrido. Formas ligeras y luminosas: el apogeo de las líneas claras. El metal mantiene la cuerda, pero el acetato sabe ponerse a dieta para ocupar su lugar en esta carrera por la pureza.
- **VARIACIONES CLÁSICAS:** Polos, impermeables, vaqueros... la moda reinventa periódicamente los clásicos de siempre. Las gafas no son una excepción a esta tendencia perenne. Las formas atemporales son más populares que nunca, signo de longevidad y durabilidad. El diseño vintage es menos literal y más contemporáneo, con líneas elegantes y relajadas.
- **A PLENO SOL:** Una línea de tendencia dedicada esencialmente a las gafas de sol. Las gafas de sol desempeñan un papel cada vez más importante (¡con o sin sol!), y este accesorio ya está bien integrado en las colecciones de las grandes marcas de moda y lujo. Para no perderse este atractivo, los diseñadores de gafas y las marcas consagradas hacen suyo este segmento en pleno auge con una amplia gama de productos originales y sin logotipos.

#### Al encuentro del saber hacer “Mejores Artesanos de Francia”

Exploración de los talleres imprescindibles donde los maestros de la artesanía francesa revelaron sus excepcionales conocimientos y ofrecieron demostraciones: diseño de monturas personalizadas, modelado a mano, soldadura... Y como cada año, los visitantes pudieron descubrir la exposición “Design Challenge” que reunió las creaciones de estudiantes y aprendices de diseño de la Morez Eyewear

School, monturas eclécticas inspiradas en materiales vegetales, ofreciendo así una hermosa historia de transmisión e intercambio.

Asimismo, los asistentes a Silmo París pudieron adentrarse en el corazón del macizo del Jura para descubrir el saber hacer único de sus empresas y conocer a sus artesanos a través de cautivadoras animaciones. Un foco de atención sobre el talento y la tradición de los artesanos de gafas que perpetúan un saber hacer centenario, esencial para la reputación mundial del “Made in France”.

#### Museo Oyonnax – Morez

Este emblemático museo que dispone de una colección de objetos históricos e innovaciones que han dado forma a dos siglos de historia de las gafas estuvo presente en la feria internacional de óptica con una muestra del patrimonio óptico francés que ofreció la oportunidad de explorar la evolución de las técnicas y diseños de monturas, al tiempo que se profundizaba en la rica historia y el patrimonio de estas dos ciudades emblemáticas de Oyonnax y Morez.

#### Silmo Talks y las conferencias Silmo Academy

En este espacio, Silmo ofreció una experiencia cada vez más inmersiva e interactiva con una serie de conferencias inspiradoras donde especialistas de renombre revelan sus conocimientos y análisis. Al mismo tiempo, el nuevo formato de Silmo Academy permitió a los visitantes participar en cautivadoras intervenciones dirigidas por destacados investigadores y expertos internacionales.

#### Los Optympics

Esta competición lúdica y atractiva, los Optympics celebraron la intersección entre el espíritu deportivo y el fascinante mundo de la óptica. Como los atletas que desafían sus límites, los ópticos tuvieron la oportunidad de participar en el juego y poner a prueba sus habilidades con pasión, creatividad y experiencia. ¡Más de 800 personas participaron en las pruebas!



Las actividades programadas en Silmo fueron numerosas y variadas como las conferencias Silmo Talks y Silmo academy, presentaciones de productos, fórum de novedades y tendencias, concurso de diseño óptico y exposiciones como la del Museo de Oyonnax.

**RSC : En el corazón de la óptica**

Silmo se compromete activamente a apoyar a la industria óptica en la adopción de prácticas éticas y sostenibles. En colaboración con la agencia Hyssop, proporciona fichas prácticas que descifran cuestiones esenciales como el abastecimiento, el embalaje y el transporte, para guiar a las empresas a integrar la responsabilidad social en el centro de sus actividades. Estas fichas ofrecen consejos concretos para reducir la huella ecológica, fomentar la diversidad y mejorar la transparencia de las cadenas de suministro. Combinando innovación y responsabilidad, Silmo apoya a los profesionales del sector en su transición hacia un futuro más sostenible.

**Podcast: “The Right Optics” by Silmo**

“The Right Optics” está diseñado para apoyar a los profesionales durante todo el año, más allá de los límites del salón. Estas animadas conversaciones con expertos e invitados especiales, todas orquestadas por Nick Coffey, exploran en profundidad el cautivador mundo de las gafas. Los episodios revelan historias de éxito, destacan experiencias excepcionales y comparten visiones inspiradoras para el futuro del sector.

**Silmo TV y Silmo News**

Durante los cuatro días que duró la feria, los periodistas de Silmo TV estuvieron presentes para reparar en directo las últimas novedades del sector y que los visitantes no se perdieran ninguno de los momentos clave del evento. Además de los medios de comunicación oficiales de la feria, la Revista Lookvision también estuvo presente con su equipo humano y, como cada año, en el stand de prensa internacional con el número Especial Silmo Paris 2024 que los asistentes pudieron llevarse de forma gratuita. Asimismo, compartimos en nuestras redes sociales todos los momentos acontecidos a lo largo de los cuatro días de duración del evento.

SILMO París, el evento emblemático del sector óptico, que fusiona innovación, reflexión e intercambios para anticipar los desafíos del futuro ya tiene fechas para la cita del próximo año: del 26 al 29 de septiembre de 2025 en Paris Nord Villepinte.



Con excelentes amigas y amigos del sector, el equipo de Lookvision también tuvo tiempo para degustar la excelente gastronomía francesa en el restaurante Le Congrès Maillot, “nuestra” habitual brasería parisina, chic, elegante, con el mejor ambiente del París clásico y el buen servicio y personal cualificado al frente del que está Abderramán, siempre amable y atento con Lookvision.

# Didinsky DiKrik: La evolución de las gafas magnéticas llega a las ópticas



Didinsky revoluciona el mercado de gafas de lectura con el lanzamiento de DiKrik, su nueva apuesta en gafas magnéticas. Esta marca, conocida por su innovación y calidad, nos presenta un modelo versátil que responde a las necesidades de los usuarios: comodidad, tecnología y estilo.

Didinsky es una marca que ha destacado en el sector óptico por su compromiso con la innovación y la calidad, desarrollando soluciones visuales que simplifican el día a día de los consumidores. Con el lanzamiento de **DiKrik**, Didinsky se posiciona como líder en gafas de lectura magnéticas, ofreciendo una experiencia de uso que combina diseño, funcionalidad y comodidad en un solo modelo.

Las **gafas Didinsky DiKrik** destacan por su sistema magnético frontal registrado (EUIPO 009059033-0001) que permite a los usuarios ponérselas y quitárselas con facilidad, un sistema diseñado para aquellos que buscan gafas que se adapten a su estilo de vida, especialmente diseñadas para personas con un ritmo de vida activo. Gracias a los imanes de neodimio de 4.800 Gauss, el ajuste es seguro y manejable, garantizando una comodidad excepcional en cada uso.

Su sistema registrado (patente U202231239) "**KRK SYSTEM**" ha sido diseñado para garantizar la adaptabilidad del producto a la anatomía de cada usuario, asegurando que cada cliente encuentre la configuración perfecta para sus necesidades. Este sistema innovador permite el cambio de varillas y la personalización de ajuste con tres opciones en un mismo modelo: varillas convencionales, banda flexible y banda rígida. La capacidad de transformar las gafas para adaptarse a cualquier situación convierte el modelo DiKrik en una solución ideal, una opción única en el mercado.



Además, el modelo DiKrik está equipado con lentes **Anti Blue Light**, **Anti Reflective** y **Anti Scratch**, protegiendo los ojos en cualquier entorno y añadiendo un valor adicional para el usuario.

Didinsky DiKrik es una excelente oportunidad para captar a un público que demanda innovación y diseño ergonómico en sus gafas.



Escanea el QR y solicita más información sobre cómo llevar la revolución en gafas magnéticas a tu óptica.



# DIDINSKY

## La revolución en gafas magnéticas

Descúbre las:



INNOVACIÓN  
"KRK SYSTEM"

**3 EN 1**  
Sistema de varillas  
intercambiables  
★ PATENTED ★



1 REGULAR



2 RÍGIDA



3 FLEXIBLE

# CECOP viaja a Sudáfrica con sus asociados en el marco de su programa ViveCECOP

CECOP puso rumbo a Sudáfrica y Cataratas Victoria, el pasado mes de septiembre, en el marco de su exitoso programa de fidelización ViveCECOP. Cerca de 60 personas han viajado en esta ocasión al continente africano, divididos en dos grupos, dispuestos a sacar el máximo partido a esta experiencia de 8 días por Sudáfrica descubriendo paisajes impresionantes, fauna salvaje y la diversidad cultural del país.



**V**iveCECOP ha evolucionado en los últimos años hasta convertirse en un programa clave del grupo, tanto para proveedores como para asociados, con el objetivo de premiar los consumos de lente oftálmica, siendo los viajes el premio más elegido por los ópticos. "Durante más de 10 años hemos recorrido el mundo junto a nuestros asociados y proveedores, convirtiendo esta experiencia en mucho más que visitar un destino. Los viajes de ViveCECOP son experiencias completas para disfrutar junto con compañeros de profesión, con los que se acaba forjando una amistad y compartiendo inquietudes e ideas que les ayudan a hacer crecer sus negocios", comentan desde CECOP.



La aventura empezó en Ciudad del Cabo, donde los asociados tuvieron la oportunidad de explorar todo el Waterfront, una zona de muelle con una gran variedad de actividades y restaurantes. La subida a la imponente Table Mountain, fue el segundo hito del viaje, donde pudieron apreciar las increíbles vistas panorámicas de toda la ciudad y la costa marítima. Durante la visita al pueblo de Stellenbosch, realizaron una visita guiada a la Bodega Haute Cabrière, donde disfrutaron de una degustación de los famosos vinos sudáfricanos acompañada de un delicioso almuerzo.

En la visita al icónico Cape Point, en la Península del Cabo, realizaron un minicrucero hasta Seal Island, donde pudieron ver tanto pingüinos como leones marinos en su hábitat natural. Con destino a Zambia y Zimbabue, los asociados visitaron las impresionantes Cataratas Victoria, una de las cataratas más grandes y majestuosas del mundo. Además, disfrutaron de un hermoso atardecer durante un crucero por el río Zambeze. El viaje terminó con un safari a través del Parque Nacional de Chobe, Botswana. El lugar con más elefantes del planeta.

En los próximos días más de 160 personas viajarán en dos grupos a Riga, la capital letona, completando así los dos destinos ViveCECOP 2024. En 2025, esperan aventuras y nuevas experiencias en Azores y en un exclusivo combinado a Dubai y Maldivas.



**SEIKO**

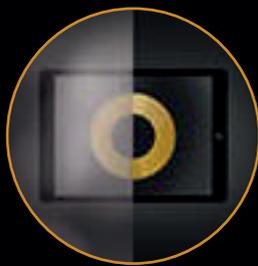
PRECISION FOR VISION



**SRC™-ULTRA**



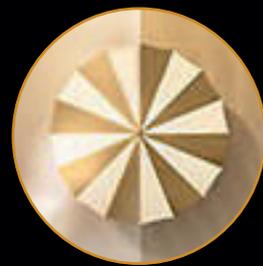
**SRC™-ONE**



**SRC™-SCREEN**



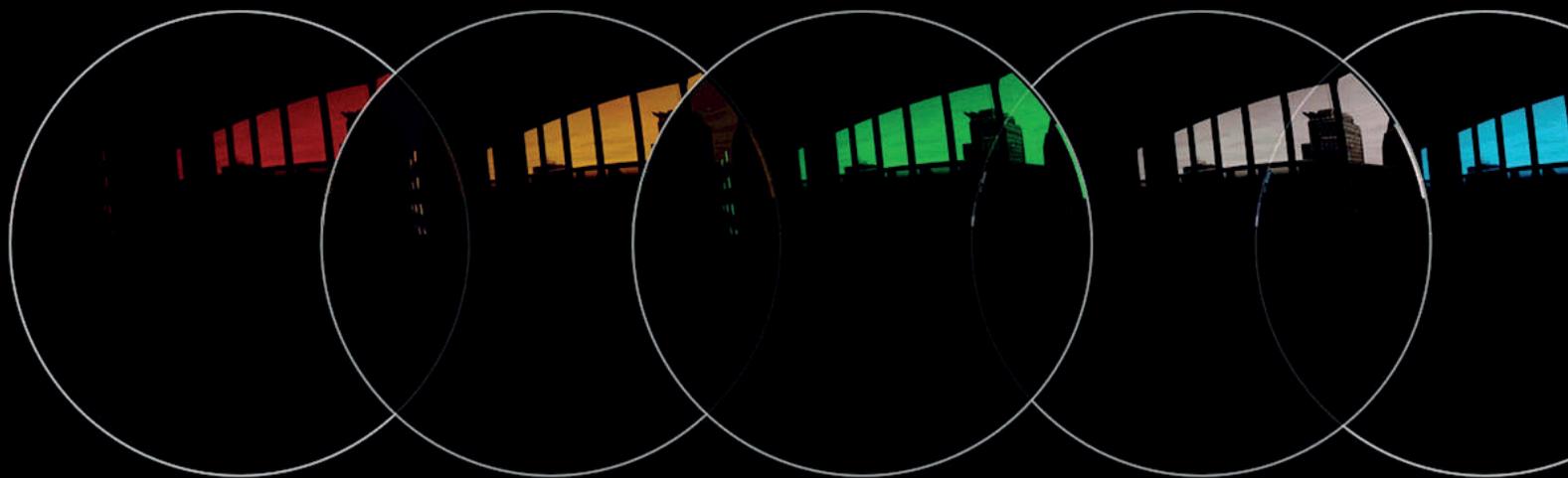
**SRC™-ROAD**



**SRC™-SUN**

DISFRUTA DE CADA EXPERIENCIA  
**CON MUCHA MÁS  
CLARIDAD**

NUEVA GAMA DE TRATAMIENTOS SEIKO  
SRC-SUPER RESISTANT CLEAR



# FLiPO

## Nuevas monturas para sus gafas 100% modulares

FLiPO, la primera gafa que permite intercambiar tanto las varillas como el frontal de las monturas, ha diseñado un nuevo sistema de sujeción de varillas patentado en 158 países. El diseño de este sistema ha conllevado casi un año de trabajo entre el departamento de producto de FLiPO y uno de los tres mejores estudios de diseño industrial a nivel europeo: Lucid. Con presencia en más de 500 ópticas en Europa, FLiPO no solo destaca por su innovación tecnológica en el mercado, sino también por su compromiso con las ópticas independientes.



Líderes en gafas modulares con un sistema patentado mundialmente e innovación impulsada por la tecnología.

**E**l diseño modular de FLiPO permite combinar diferentes varillas, clips de colores y accesorios funcionales como filtros solares, protectores de pantalla o clips para la conducción nocturna. Esta versatilidad no solo proporciona una experiencia personalizada a cada usuario, sino que también les permite ahorrar, al no tener que adquirir varias gafas graduadas para diferentes usos. Gracias a este enfoque, FLiPO ha consolidado su crecimiento, con presencia en más de 500 ópticas en 3 países: España, Italia y Portugal. La selección de estos puntos de venta ha sido clave para el desarrollo comercial de la marca. Las ópticas colaboradoras FLiPO son seleccionadas en base a modelos de Big Data y se les ofrece herramientas digitales avanzadas para cerrar el gap de digitalización con las grandes cadenas.

El lanzamiento de cuatro nuevas monturas, IVY, NILO, DANTE y SIENA con el nuevo sistema de sujeción, aporta una mayor variedad de elección para adaptarse a las diferentes tipologías de rostro. FLiPO ha trabajado conjuntamente con uno de los 3 mejores estudios de diseño industrial a nivel europeo, Lucid, que ha aportado especialistas en ergonomía, ingeniería de materiales avanzados y diseño industrial para lograr una óptima integración de funcionalidad, confort y estética. Este nuevo mecanismo de sujeción, basado en un sistema de tres puntos con imán, retención mecánica y muelle de compresión, garantiza una firmeza superior en las monturas.



Varillas, frentes y clips solares son fácilmente intercambiables. De este modo, Flipo ofrece una solución modular única que combina diseño, funcionalidad y ligereza.

"Hemos creado un diseño muy sencillo de usar que asegura que las varillas permanezcan en su lugar, mejorando la durabilidad y usabilidad de las gafas", comenta Alex Abril, CEO de FLiPO.

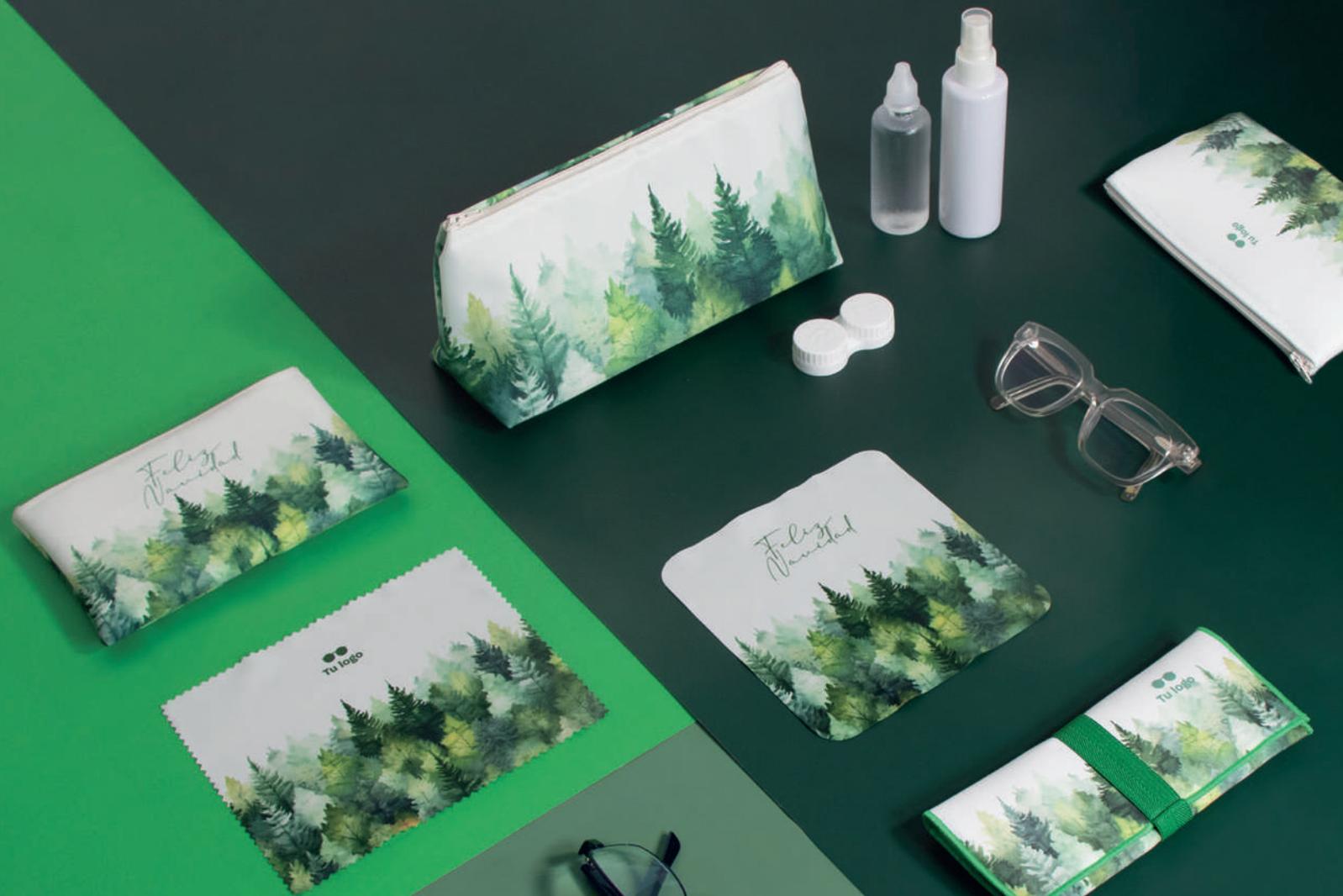


### Ligereza y resistencia, aspectos clave valorados por los clientes

Las monturas de FLiPO están fabricadas con materiales de altas prestaciones, como el ULTEM 9085 (certificado por la Administración Federal de la Aviación y utilizado en la industria aeronáutica) y el TR90, destacando todos por su ligereza y resistencia, lo que garantiza una comodidad excepcional, especialmente durante su uso prolongado. Además son resistentes al agrietamiento, lo que las convierte en una solución óptica más segura. Las lentes, por su parte, están hechas de material orgánico CR-39, lo que proporciona ligereza y resistencia a impactos, y son fabricadas especialmente para FLiPO por algunos de los proveedores más reconocidos a nivel mundial.



Flipo cuenta con más de 500 ópticas colaboradoras en Europa, a las que ofrece un producto único, diferenciador y de calidad excepcional.



★ **NOVEDAD**  
**Bolsa de rejilla**  
 Un regalo original,  
 útil e innovador.

MANUFACTURAS ARPE  
 PRODUCTOS  
 ÓPTICOS  
 SOSTENIBLES  
 MANUFACTURAS ARPE

## ¡Se acerca la Navidad!

Diseños festivos, productos a medida  
 y packs a juego para sorprender a tus clientes.

¡Inspírate con nuestro catálogo!



Más productos para tu óptica: [info@arpe.es](mailto:info@arpe.es) | [arpe.es](http://arpe.es) | 93 793 76 77

# Arpe®

# SILMO ESTAMBUL

## Un punto de encuentro para la industria óptica de Turquía

SILMO Estambul, la única feria internacional de óptica de Turquía, se celebra del 20 al 23 de noviembre en el Centro de Exposiciones de Estambul (pabellones 5-6-7), y presenta la industria óptica turca junto a grandes marcas internacionales y fabricantes asiáticos.



**D**urante cuatro días, SILMO Estambul reúne a actores clave de Turquía, Oriente Medio, la región MENA, los Balcanes y más allá, consolidando su papel de puente esencial entre Asia y Europa. Con sus 25.000 m<sup>2</sup> de espacio de exposición, el evento es hoy una plataforma dinámica para estos profesionales de la óptica, que ofrece un entorno propicio para la innovación, la creación de redes y la expansión hacia nuevos mercados.

Gracias a esta fuerte presencia regional, el salón pone en contacto a marcas europeas con licencia con socios de la región MENA, al tiempo que permite a los profesionales de EMEA colaborar con fabricantes locales e internacionales. Su atmósfera y su organización bien orquestada facilitan la exploración de nuevas colecciones y las últimas innovaciones, al tiempo que crean sinergias y oportunidades de negocio sostenibles en un ambiente cordial.

Combinando la riqueza cultural de Estambul con su poder económico, SILMO Estambul sigue reforzando el impulso de la industria al tiempo que satisface una necesidad estratégica en Oriente Medio, convirtiéndose en un verdadero motor del crecimiento regional.

### Eventos exclusivos para una experiencia personalizada

Los visitantes tendrán la oportunidad de descubrir diferentes áreas para una experiencia SILMO Estambul aún más rica y envolvente:

- **El Foro de Tendencias:** explora las formas, colores y materiales de las gafas, ofreciendo una panorámica completa de las mejores monturas ópticas y de sol ofrecidas por el expositor del salón
- **La Zona de Experiencia Futurology:** sumérgase en el futuro de la óptica y descubra perspectivas fascinantes. Esta zona presentará innovaciones tecnológicas, soluciones personalizadas y experiencias interactivas en realidad aumentada y virtual.
- **Conferencias de la SILMO Academy:** una serie de enriquecedores intercambios diseñados para profundizar en la comprensión de los temas y avances del sector, ofreciendo a profesionales y estudiantes oportunidades de formación continua.

- **SILMO Istanbul Award:** un prestigioso premio que celebra la excelencia de la industria óptica turca reconociendo logros destacados y subrayando su compromiso continuo con la innovación y la calidad.

### ¿Por qué asistir a SILMO Estambul?

**Explora nuevos horizontes de negocio:** Una plataforma bien equipada para desarrollar tu negocio, expandiendo tu alcance y entrando en nuevos mercados.

**Un punto de unión entre Asia y Europa:** En Estambul, el eje comercial que une Europa y Asia. Silmo Estambul combina una riqueza histórica y cultural con poder económico, reuniendo a profesionales del sector para una visión global.

**Establecer relaciones comerciales sólidas:** Con su fuerte presencia regional, SILMO Estambul conecta marcas europeas con socios comerciales de la región MENA y ofrece a expertos de EMEA la oportunidad de colaborar con fabricantes locales e internacionales.

**Una experiencia hecha a medida:** El entorno de Silmo Estambul ha sido diseñado cuidadosamente para permitirte explorar las últimas marcas, colecciones, innovaciones y tecnologías en un entorno acogedor para llevar a cabo un networking productivo y ameno.

Una fuerza clave en la región: SILMO Estambul no solo refuerza el buen momento de la industria óptica turca, sino que también llena efectivamente un vacío crucial en el sector de Oriente Medio, ofreciendo una plataforma vital para su crecimiento.

La Revista Lookvision estará presente en esta edición de SILMO Estambul con su equipo desplazado a la ciudad turca para tomar contacto con el sector óptico internacional y con sus profesionales, para descubrir las novedades presentadas y para informar de todo lo acontecido en el próximo número de la revista, en nuestras webs: [www.lookvision.es](http://www.lookvision.es) y [www.lookvision.pt](http://www.lookvision.pt) así como en nuestras redes sociales. ¡Nos vemos en Estambul!



Del 20 al 23 de noviembre, SILMO Estambul reunirá a los principales actores del sector óptico de Oriente Medio, consolidando su papel clave como vínculo esencial entre la industria de las gafas de Asia y Europa.

# SILMO

ISTANBUL

OPTICAL FAIR



EVOLUTION BEGINS

20-23  
NOVEMBER 2024

IFM - YESILKOY

5-6-7 HALL

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

## LA GESTIÓN ÓPTICA EN LA NUBE: EL FUTURO YA ESTÁ AQUÍ CON VISUAL CLOUD

En un mundo donde la movilidad y la flexibilidad son clave, el sector óptico no se queda atrás. Los ópticos-optometristas requieren herramientas que les permitan gestionar sus negocios de manera eficiente, segura y desde cualquier lugar. Para responder a esta necesidad, TEMÁTICA presenta VISUAL CLOUD, la versión en la nube de su reconocido software de gestión óptica VISUAL. Esta evolución no solo permite gestionar la óptica desde cualquier dispositivo conectado a internet, sino que también trae consigo mejoras en seguridad, costes y operatividad.



### LA TRANSFORMACIÓN DE LA ÓPTICA CON VISUAL CLOUD

VISUAL CLOUD revoluciona la forma en que las ópticas manejan sus operaciones diarias. Al estar basado en la nube, ya no es necesario estar físicamente en el establecimiento para realizar gestiones o acceder a la información. Todo está disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, desde cualquier parte del mundo, lo que resulta especialmente beneficioso para propietarios o gerentes que necesitan acceder a datos críticos en tiempo real.

Además, la seguridad es una prioridad. TEMÁTICA garantiza la protección de los datos mediante sistemas avanzados de ciberseguridad, junto con la implementación de actualizaciones automáticas que aseguran contar siempre con la última versión del software. Esto elimina las preocupaciones relacionadas con el mantenimiento técnico, ya que TEMÁTICA asume todas las labores de gestión de servidores, incluyendo las actualizaciones de sistemas operativos y la gestión de licencias.

Asimismo, los servidores de TEMÁTICA cumplen con los estándares de seguridad de la información de la norma ISO 27001, y su certificación de calidad está avalada por AENOR.

### VENTAJAS CLAVE DE VISUAL CLOUD

- **Acceso ilimitado:** Al estar en la nube, la información es accesible desde cualquier dispositivo con conexión a internet, lo que facilita la gestión remota de la óptica.
- **Seguridad avanzada:** Protección robusta de los datos mediante medidas actualizadas de ciberseguridad, garantizando la confidencialidad y el correcto almacenamiento de la información.
- **Actualizaciones automáticas:** Con VISUAL CLOUD, las actualizaciones del software son automáticas, asegurando que siempre se esté trabajando con la versión más reciente y segura del programa.
- **Reducción de costes:** Al no requerir un servidor físico propio, se reducen los costes de infraestructura y mantenimiento, ya que estos son gestionados por TEMÁTICA.
- **Escalabilidad y flexibilidad:** VISUAL CLOUD se adapta al crecimiento de la óptica, permitiendo agregar nuevas funcionalidades y usuarios sin complicaciones técnicas.

### LA REVOLUCIÓN DE LA GESTIÓN ÓPTICA

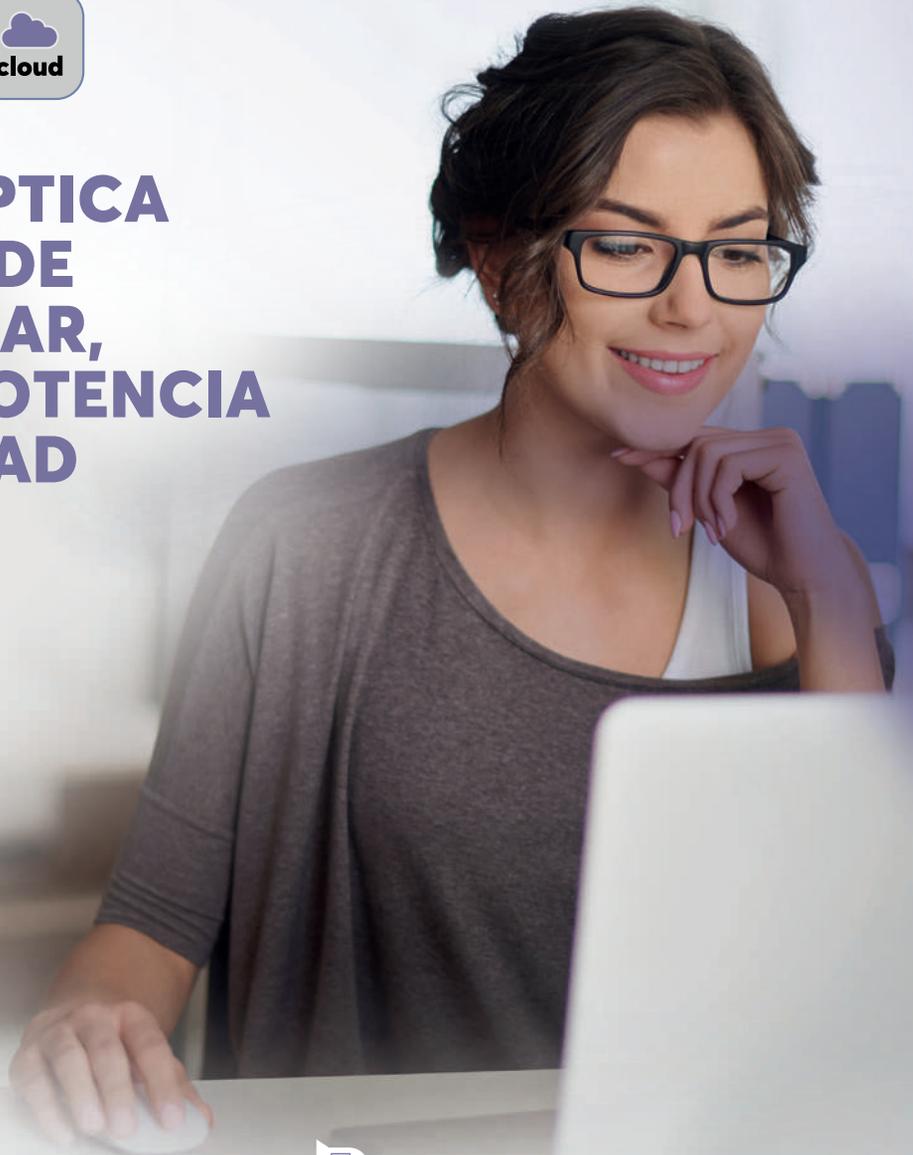
La nube ha llegado para quedarse, y en el sector óptico, herramientas como VISUAL CLOUD están liderando esta transformación. Los ópticos ya no tienen que preocuparse por la pérdida de datos o el mantenimiento de infraestructuras físicas. Con este sistema, la eficiencia aumenta, la colaboración entre equipos es más fluida y el servicio al cliente mejora significativamente.

Si eres propietario de una óptica y buscas mejorar la gestión de tu negocio, VISUAL CLOUD es la solución ideal. TEMÁTICA te ofrece la tecnología más avanzada para que puedas centrarte en lo que realmente importa: brindar el mejor servicio a tus clientes, sin preocuparte por la logística de la administración.

**LA ÓPTICA DEL FUTURO ES DIGITAL, ACCESIBLE Y SEGURA. CON VISUAL CLOUD, ESE FUTURO YA ESTÁ AL ALCANCE DE TUS MANOS.**



# GESTIONA TU ÓPTICA EN LA NUBE DESDE CUALQUIER LUGAR, CON TODA LA POTENCIA Y FUNCIONALIDAD DE **VISUAL**



## VENTAJAS DE VISUAL CLOUD



### ACCESO 24/7

Accede a la gestión y datos de tu óptica desde cualquier dispositivo con conexión a internet las 24h. los 365 días del año.



### SEGURIDAD

¡Olvídate de virus y discos dañados! Nuestros servidores cuentan con la última tecnología en ciberseguridad, garantizando siempre la protección de tus datos según la norma ISO 27001.



### VISUAL SIEMPRE ACTUALIZADO

Accede a todas las novedades de **VISUAL** con las actualizaciones automáticas de **VISUAL CLOUD**.



### COPIAS DE SEGURIDAD AUTOMÁTICAS

Tu base de datos estará siempre segura y actualizada gracias a las copias de seguridad automatizadas.

CERTIFICADO POR:



¡Aprovecha  
ahora!

3 meses de bonificación



OFERTA ESPECIAL



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

¿Hablamos?



# SEED & WÖHLK en Madrid

## Presentaron sus novedades en la sede del CNOO

Eurolent ha recibido recientemente en Madrid la visita de SEED & WÖHLK. Con Ms. Hiroko Aikawa al frente, CEO de Wöhlk, asistieron también: Ms. Nadine Ohletz, Mr. Morito Kumasaka, Ms. Lulu Chang y Ms. Sharon Leung, acompañados por los directivos de Eurolent Jesús Garzón y Wolfgang Organero.



Diversos momentos de la presentación de novedades de Seed & Wöhlk en la sede del CNOO.

En la reunión con profesionales y medios de comunicación como Gaceta de Optometría y Lookvision, celebrada en la sede de Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas de Madrid –CNOO– a invitación de su Decano, Eduardo Morán, los directivos de SEED & WÖHLK recibieron una placa conmemorativa del 60º aniversario del CNOO. En el acto también estuvo presente el Presidente del Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas –CGCOO–, Juan Carlos Martínez Moral.

Durante el evento presentaron las últimas novedades en lentes de contacto RPG MULTIFOCAL como WÖHLK MULTIFEN, primera lente de contacto con FEN® Vision Technology, así como los avances más recientes en lente desechable diaria SEED 1 DAY EDOF para el manejo de la miopía. Además, en la misma reunión informaron que en la próxima edición de la feria OptiMunich 2025 –del 31 de enero al 2 de febrero– se lanzarán novedades muy importantes para el sector de la contactología que llegarán a España de la mano de Eurolent.

Más información en: [info@eurolent.com](mailto:info@eurolent.com) y en el teléfono: 91.641.89.06.



Directivos de Seed & Wöhlk con Marisa y Eduardo Morán, decano del CNOO, quien les entregó una placa conmemorativa del 60 aniversario del Colegio; Juan Carlos Martínez Moral, presidente del CGCOO, y Jesús Garzón, Wolfgang Organero y Pilar Villalba, de Eurolent.

## HECHT CONTACTLINSEN - CONOPTICA: CONTINUIDAD Y DESARROLLO ASEGURADOS



El Grupo Hecht Contactlinsen GmbH, ubicado en Au, cerca de Friburgo, de la cual forma parte Conoptica desde finales de 2003, ha llevado a cabo con éxito una reestructuración organizativa. En el futuro, Hecht será propiedad mayoritaria de Novum Capital, una importante sociedad de inversión gestiona

da por sus propietarios con sede en Frankfurt am Main. Este cambio de propiedad asegura el desarrollo, la capacidad de entrega, la innovación y el crecimiento incluso más allá del relevo generacional en la compañía. El anterior socio director, Stefan Muckenhirn (57), conservará una participación minoritaria en la empresa fundada por su padre en 1978 y sigue siendo director general. El también anterior director general, Frank Widmer (63), seguirá también en la compañía.

Fiabilidad, innovación y crecimiento continuos: estos son los compromisos del nuevo accionista mayoritario de la compañía. Beatrice Dreyfus, socia de Novum Capital, asegura: "Hecht es un campeón oculto con un gran potencial de crecimiento en otros países europeos. Apoyaremos el crecimiento de la empresa con conocimientos empresariales, recursos financieros y verdadera pasión. Esto reforzará la sede en Au, así como las filiales en Alemania, Suiza y España". Stefan Muckenhirn añade: "Estoy convencido de que el equipo directivo ha encontrado en Novum Capital una sociedad de inversión que se adapta perfectamente al potencial de Hecht".

La empresa es desde hace muchos años uno de los principales fabricantes de lentes de contacto blandas, RGP y hechas a medida en Alemania. En 2003 Hecht Contactlinsen GmbH adquirió el 90% de Conóptica S.L y desde entonces han venido experimentando un crecimiento conjunto continuado.

## ALCON CELEBRÓ SU PROGRAMA DE DESARROLLO PROFESIONAL



Alcon reunió a primeros de octubre, en el hotel Riu Plaza de España, a casi 200 ópticos-optometristas con motivo de la celebración de su Programa de Desarrollo Profesional (PDP). Este evento educativo fue presentado por Tiago Semelhe, Head of Sales Iberia VC, y Ana Grau, Trade Marketing Manager Iberia VC, quienes dieron la bienvenida a los asistentes e hicieron un recorrido por la historia de Alcon, empresa pionera en innovación. A continuación presentaron la agenda profesional Cristina Vives, Professional Education & Development Manager Iberia, y Santiago Escandón, Professional Education & Development Manager Iberia, quien, además ofreció la conferencia Innovación en Lentes de Contacto: Superficie acuosa.

Durante el evento, al que asistió la revista Lookvision, se presentaron las últimas innovaciones y evidencias científicas en lentes de contacto multifocales y tóricas, junto con avances clave en tecnologías aplicadas a la contactología y explorar cómo estas soluciones tecnológicas pueden ayuda a mejorar la experiencia del paciente. Las diferentes presentaciones y conferencias corrieron a cargo de Luda Civolani, Dr. Javier González Pérez, Enji Rutja, Dr. Javier González-Cavada, Dr. David Pablo Piñero y DR. Ricardo Machado Soares.



**EURO**  
Lent

C/ Las Gardenias, 23 - 28925 ALCORCON (Madrid) - Tlf. 916 418 906  
info@eurolent.com - www.eurolent.com

# Estudio del Hospital Clínico San Carlos de Madrid demuestra la eficacia de la combinación de Tecnología D.I.M.S. y el colirio de atropina para la gestión de la Miopía Infantil

El Hospital Clínico San Carlos de Madrid lleva a cabo, desde 2022, un estudio pionero sobre el efecto combinado de las lentes oftálmicas con Tecnología D.I.M.S. y el colirio de atropina diluida al 0.025% en el tratamiento de la miopía infantil. Este ensayo clínico controlado y aleatorizado, llevado a cabo en la Sanidad Pública, ha sido reconocido por sus prometedores resultados preliminares.



Presentados en la conferencia ARVO<sup>1</sup> de 2024, los hallazgos iniciales indican que la combinación de la Tecnología D.I.M.S. y el colirio de atropina es más efectiva en el control del crecimiento miópico en comparación con el uso exclusivo de atropina diluida. Este trabajo ha sido clasificado por la prestigiosa revista *Review of Myopia Management* como uno de los 20 estudios más destacados en relación con la miopía de los presentados en ARVO, subrayando su importancia e innovación en el campo de la salud visual infantil.

“Los niños miopes con tratamiento combinado han mostrado un crecimiento axial miópico significativamente inferior a los niños que llevan sólo atropina como tratamiento. El tratamiento combinado con colirio de atropina y lentes DIMS es eficaz en la gestión de la progresión de la miopía, con una eficacia que parece superior a la monoterapia, según los datos preliminares que disponemos”, decía la Dra. Güemes en su presentación de los resultados.

## Nuevas esperanzas en el manejo de la miopía infantil

La investigación realizada en el Hospital Clínico San Carlos de Madrid se centra en evaluar la eficacia de la combinación de estos tratamientos frente a la monoterapia de atropina diluida al 0.025%.

Los resultados preliminares sugieren que el uso conjunto de lentes D.I.M.S. y atropina proporciona un control superior del avance de la miopía, ofreciendo nuevas esperanzas para padres y profesionales de la salud visual en la gestión de esta afección visual.

Este reconocimiento en ARVO destaca no sólo la relevancia del estudio, sino también la calidad y rigurosidad de la investigación llevada a cabo por el equipo de la Unidad de Miopía del Hospital Clínico San Carlos. La inclusión de este trabajo entre los más destacados del evento subraya la potencial transformación que esta combinación de tratamientos puede traer al manejo de la miopía infantil.

## MiYOSMART, tratamiento para la gestión de la miopía infantil en lente oftálmica con Tecnología D.I.M.S.

MiYOSMART, el tratamiento en lente oftálmica con Tecnología D.I.M.S., es una solución probada y eficaz para la gestión de la miopía, ralentizando su progresión en un 60% de promedio<sup>2</sup> sin causar efecto rebote al cesar su uso<sup>3</sup>. Con los nuevos hallazgos en el estudio dirigido por la Dra. Güemes se abren nuevas perspectivas que ofrecen alternativas más eficaces en el control de la progresión de la miopía infantil.

### REFERENCIAS:

1. Defocus Incorporated Multiple Segment lenses and 0.025% atropine for myopia control in a European population: 12-month results of a randomized clinical trial <https://eppro02.ativ.me/web/page.php?nav=false&page=IntHtml&project=ARVO24&id=4045828&external=true>
2. Lam CSY, Tang WC, Tse DY, Lee RPK, Chun RKM, Hasegawa K, Qi H, Hatanaka T, To CH. Defocus Incorporated Multiple Segments (DIMS) spectacle lenses slow myopia progression: a 2-year randomized clinical trial. *British Journal of Ophthalmology*. Published Online First: 29 May 2019. doi: 10.1136/bjophthalmol-2018-313739
3. Lam CSY, Tang WC, Zhang HY, Lee PH, Tse DYY, Qi H, Vlasak N, To CH. Long-term myopia control effect and safety in children wearing DIMS spectacle lenses for 6 years. *Sci Rep*. 2023 Apr 4;13(1):5475. doi: 10.1038/s41598-023-32700-7. PMID: 37015996; PMCID: PMC10073092.

williammorris.co.uk | info.es@designeyeweargroup.com / 944 211 776 | Julie | C.5024 & Juke | C.5432

WILLIAM MORRIS | LONDON

## Estuches y fundas Protección y estilo para tus gafas

Los estuches y fundas de gafas que presenta Day & Night son un accesorio importante que combina protección, diseño y durabilidad; además de guardarlas y preservarlas de arañazos, aplastamientos y roturas se han convertido en un objeto de moda para quienes quieren mantener sus gafas seguras sin sacrificar el estilo, así como un detalle para combinar y regalar.



**D**ay and Night cuenta con una nueva colección de estuches para gafas que satisfacen todos los gustos, en diferentes formas, medidas y colores, todos ellos además pueden ir personalizados con el logo de la óptica para que sus clientes les tengan siempre presentes.

Entre los nuevos estuches para gafas de Day & Night se pueden elegir los realizados en metal resistente y cubiertos con diferentes tejidos en su interior como suaves telas de terciopelo, para que sus gafas no se dañen desde el interior. También, los estuches rígidos para gafas son una excelente protección para evitar roturas accidentales, mientras los estuches blandos son muy manejables y cómodos de guardar. Están diseñados para adaptarse a una amplia gama de modelos de gafas, desde las de sol hasta las de uso diario, brindando una solución práctica y elegante.

Los estuches están fabricados con materiales resistentes y de primera calidad, como cuero sintético, tejido impermeable o policarbonato reforzado, que aseguran una protección duradera contra golpes, arañazos y polvo. Además, las fundas cuentan con forros interiores suaves para evitar que los cristales se rayen. Su formato compacto facilita el transporte, lo que hace que sean un accesorio ideal para llevar en bolsos, mochilas o guanteras. En definitiva, con cualquier estuche y funda de Day & Night encontrarás la opción perfecta para proteger y cuidar tus gafas según tu estilo y gustos personales.

Los estuches y fundas de Day & Night se presentan en una gran variedad de colores y acabados. Además, pueden ir personalizados con el logo de la óptica para que sus clientes les tengan siempre presentes.

Puedes encontrar los productos de Day & Night en:  
[www.groupdayandnight.com](http://www.groupdayandnight.com)



## Celebró el mes de la visión lanzando una pregunta a la sociedad, ¿cómo sería no poder disfrutar de tus vistas favoritas?

La marca, bajo su plataforma de contenido “Opticalia te cuida” llevó a cabo un evento el pasado mes de octubre para concienciar sobre el cuidado de la visión. Durante el mismo, los asistentes pudimos comprobar de primera mano lo que supone no poder disfrutar de unas privilegiadas vistas por deficiencias visuales.



Desde la terraza de Casa Suecia, donde se disfrutan de unas espectaculares vistas de Madrid y bajo su plataforma de contenido “Opticalia te cuida”, el Grupo llevó a cabo un evento para reivindicar la importancia del cuidado de la salud visual. Y es que, ¿cómo sería no poder disfrutar de tus vistas favoritas?

**A**lrededor de 4 millones de españoles no utiliza gafas por desconocimiento de su problema visual o por falta de recursos económicos. Ante esta problemática, Opticalia, con motivo del mes de la visión y bajo su plataforma de contenido “Opticalia te cuida”, llevó a cabo un evento para reivindicar la importancia del cuidado de la salud visual. Y es que, ¿cómo sería no poder disfrutar de tus vistas favoritas? Esto mismo es lo que ha preguntado Opticalia a todas aquellas personas que reunió en la emblemática terraza de Casa Suecia, desde donde se pueden disfrutar de unas espectaculares vistas del corazón de Madrid. Una jornada donde, en colaboración con 2Eyesvision, expertos en tecnologías innovadoras en oftalmología, los asistentes que lo desearon pudieron vivir de primera mano y en algunos casos con el apoyo o uso de simuladores visuales, errores refractivos (como la miopía, hipermetropía y astigmatismo), y patologías retinianas (como glaucoma, cataratas, DMAE...).

En palabras de Marta Alonso, Directora General de Opticalia, “uno de nuestros principales objetivos como compañía es concienciar a la sociedad sobre la importancia del control y cuidado de la visión, por eso nace Opticalia te cuida, una plataforma a través de la cual damos voz a numerosas causas y consejos vinculados con esta materia. Un ejemplo de ello es este evento, en el que, coincidiendo con el mes de la visión, queremos que la sociedad entienda de primera mano qué significa y cómo perjudica en el día a día padecer deficiencias visuales y no darles solución”.

Al evento acudieron numerosos profesionales del sector óptico, incluida la revista Lookvision, así como prescriptores de la marca como Macarena Gómez, embajadora de Opticalia; David Callejo, médico y profesor con más de 390 mil seguidores en redes sociales, conocido por dar consejos para mejorar el estilo de vida, y Cocó Constans, entrenadora y creadora del reto Ffitpilates, con más de 540 mil seguidores en sus redes sociales, con el objetivo de transmitir este mensaje de concienciación al resto de la sociedad.



Marta Alonso, Directora General de Opticalia, destacó que entre los objetivos de la compañía está concienciar sobre la importancia del control y cuidado de la visión y por eso nace Opticalia te cuida.



Los asistentes al evento comprobaron, con el apoyo o uso de simuladores visuales, lo que supone no disfrutar del mundo que nos rodea por errores refractivos y patologías retinianas, entre ellos la embajadora de Opticalia, Macarena Gómez, a quien vemos con Juan Carlos Collado, de Gaceta de Optometría, y Julio Rozas, de Lookvision.

# Llega a España un nuevo tratamiento médico para el glaucoma, la primera innovación en este campo en 25 años

Santen, empresa farmacéutica japonesa líder mundial especialista en oftalmología, ha anunciado el lanzamiento de Roclanda® en España, un nuevo tratamiento médico del glaucoma. La presentación tuvo lugar en el transcurso de una rueda de prensa celebrada en el espacio Bulevar 30, en Gran Vía 30 de Madrid, a la que asistieron: Fernando Álvarez, director general de Santen; Dr. Francisco Muñoz Negrete, presidente de la Sociedad Española de Glaucoma; Dra. Teresa del Río, directora médica de Santen; Delfina Balonga, paciente y vicepresidenta de la Asociación de Glaucoma para Afectados y Familiares (AGAF), a quienes vemos en las fotos, así como el equipo de comunicación de Santen, profesionales de la empresa y medios de comunicación como la revista Lookvision.



De izquierda a derecha: Dra. Teresa del Río, directora médica de Santen; Delfina Balonga, paciente y vicepresidenta de la Asociación de Glaucoma para Afectados y Familiares (AGAF); Dr. Francisco Muñoz Negrete, presidente de la Sociedad Española de Glaucoma, y Fernando Álvarez, director general de Santen.

**E**l nuevo tratamiento Roclanda® para detener la progresión del glaucoma es el primero en su género cuyo mecanismo de acción principal se dirige a las disfunción de la malla trabecular (MT), causa subyacente del glaucoma, permitiendo drenar el humor acuoso (HA) fuera del ojo, controlando y reduciendo eficazmente la presión intraocular (PIO) y evitar así la pérdida de visión. Esta nueva combinación fija representa un cambio de paradigma en el manejo médico de la patología.

El glaucoma es una enfermedad multifactorial, progresiva y neurodegenerativa que afecta al 3% de la población española, es decir, en torno a un millón de personas en nuestro país<sup>2</sup> sufre esta patología caracterizada por un aumento de la presión intraocular y un daño en el nervio óptico que impacta negativamente en la calidad de vida de las personas causando una pérdida de visión irreversible a medida que avanza la enfermedad. Asimismo, el glaucoma se desarrolla de manera paulatina, afectando primero a la visión periférica, lo que dificulta el diagnóstico temprano y puede desembocar en la pérdida parcial o completa de visión si no se recibe el tratamiento adecuado a tiempo. Esto hace que siga siendo una de las causas principales de ceguera irreversible en el mundo.

Hasta ahora, el tratamiento del glaucoma se basa en reducir la presión intraocular para ralentizar el avance de la enfermedad. Las últimas innovaciones implementadas por Santen, especialista mundial en oftalmología, han permitido desarrollar una nueva alternativa terapéutica: Roclanda®, el primer tratamiento cuyo mecanismo de acción principal se dirige a la causa subyacente de la enfermedad, la malla trabecular (MT), permitiendo así reducir la presión intraocular (PIO) para tratar de evitar la pérdida de visión. Esta nueva opción terapéutica, que debe ser iniciada por especialistas en oftalmología, puede suponer un cambio de paradigma en el tratamiento del glaucoma en España.

En palabras del presidente de la Sociedad Española de Glaucoma, Dr. Francisco Muñoz Negrete: "Este lanzamiento marca un antes y un después en el tratamiento del glaucoma y, representa un hito ya que por primera vez en 25 años tenemos un tratamiento médico con un mecanismo de acción nuevo, como son los inhibidores de la ROCK, que actúan en esta malla trabecular, disminuyendo la resistencia al paso del humor acuoso y reduciendo la presión intraocular allí donde se origina el glaucoma".

## Una patología que permanece oculta

El glaucoma es una patología de desarrollo lento, lo que conlleva que muchas personas desconozcan que padecen la enfermedad debido a la naturaleza "oculta" de esta. La forma más habitual de detectarlo es durante las pruebas oftalmológicas rutinarias. Dentro de esta enfermedad existen cuatro subtipos: glaucoma de ángulo abierto primario (GAAP), glaucoma de ángulo cerrado primario (GACP), glaucoma secundario y glaucoma del desarrollo o congénito. Por lo general, las personas con glaucoma de ángulo abierto son asintomáticas hasta que se produce una pérdida notable de visión. Las personas con glaucoma de ángulo cerrado pueden experimentar síntomas más agudos como dolor intenso y repentino en un ojo, náuseas y vómitos, enrojecimiento del ojo, visión disminuida o nublada, ojos hinchados o halos en forma de arco iris alrededor de las luces. Otras formas de glaucoma pueden presentar síntomas diferentes. "La financiación de este nuevo colirio es un hito en el manejo y prevención del glaucoma. La evidencia muestra que hay un beneficio claro al abordar ambos mecanismos de salida del humor acuoso para controlar efectivamente la presión intraocular. La introducción de este nuevo tratamiento en España representa un cambio de paradigma en el manejo médico del glaucoma, acercando la terapia al origen de la enfermedad", explica el director general de Santen, Dr. Fernando Álvarez, durante el encuentro con periodistas especializados para presentar el nuevo medicamento.



FREE LAND  
BARCELONA ART DESIGN

# EssilorLuxottica, resultados del tercer trimestre: Los ingresos mantienen un sólido crecimiento del 4%

EssilorLuxottica ha anunciado que los ingresos consolidados del tercer trimestre de 2024 alcanzaron los 6.437 millones de euros, lo que representa un aumento interanual del 4,0% a tipos de cambio constantes en comparación con el tercer trimestre de 2023 (+2,3% a tipos de cambio corrientes).



**F**rancesco Milleri, Presidente y Director General, y Paul du Saillant, Director General Adjunto de EssilorLuxottica comentaron: “En el tercer trimestre, mantuvimos un sólido impulso, con todas las regiones y negocios contribuyendo a un crecimiento constante, impulsado por nuestro compromiso con la innovación y la excelencia. Hemos consolidado nuestro posicionamiento en el espacio de la tecnología médica, al tiempo que nos preparamos para la aceleración del negocio en un futuro próximo, con nuestra oferta de gestión de la miopía y el despliegue de gafas inteligentes, el lanzamiento de Nuance Audio, Heidelberg Engineering y las incorporaciones de Supreme a la cartera del Grupo. La asociación a largo plazo entre EssilorLuxottica y Meta sigue escribiendo la audaz historia de las gafas inteligentes como la categoría disruptiva de las gafas digitales.

También estamos orgullosos de haber sido reconocidos una vez más como una de las 50 mejores empresas de la lista «Change the World» de Fortune. A medida que entramos en el cuarto trimestre con confianza, nos mantenemos en la senda de nuestros objetivos a largo plazo y seguimos impulsando una transformación significativa para los próximos años”.

## Soluciones profesionales

La cifra de negocio de Soluciones Profesionales ascendió a 3.017 millones de euros, un 3,4% más que en el tercer trimestre de 2023 (+1,3% a tipos de cambio corrientes). Todas las regiones registraron resultados positivos en el trimestre, aunque EMEA se desaceleró ligeramente con respecto al primer semestre y los resultados en Asia-Pacífico se vieron afectados por el debilitamiento de las condiciones macroeconómicas en la Gran China. La innovación siguió siendo el motor de creci-

miento en la categoría de lentes, destacando Varilux XR, Transitions Gen S y Stellest. Los wearables Ray-Ban Meta siguieron obteniendo buenos resultados.

## Venta directa al consumidor

El segmento de Venta Directa al Consumidor registró una cifra de negocio de 3.420 millones de euros, un 4,6% más que en el tercer trimestre de 2023 (+3,2% a tipos de cambio corrientes). Todas las regiones contribuyeron al crecimiento en el trimestre, y el Grupo progresó en línea con el primer semestre, por encima del +4% en términos de ventas en tiendas comparables. Norteamérica confirmó la tendencia positiva en óptica, mientras que sol se mantuvo en negativo en el trimestre, pero pasó a positivo en septiembre. La región EMEA creció a un ritmo de un dígito, con una buena progresión de las enseñanzas de óptica y una recuperación del crecimiento del negocio de sol. Latinoamérica se aceleró gracias al negocio de sol, mientras que Asia-Pacífico mantuvo el ritmo ligeramente positivo del primer semestre. El comercio electrónico creció al mismo ritmo que el conjunto del Grupo, siendo EMEA la región con mejores resultados.

## Resultados de los 9 primeros meses de 2024

En los nueve primeros meses de 2024, los ingresos ascendieron a 19.727 millones de euros, un 4,9% más que en el mismo periodo de 2023 (+3,0% a tipos de cambio corrientes), respaldados por un crecimiento positivo en todos los canales y regiones.

El segmento de Soluciones Profesionales creció un 4,5% frente a los nueve primeros meses de 2023 (+2,4% a tipos de cambio corrientes), apoyado por una sólida EMEA y Asia-Pacífico, impulsada por productos innovadores. Las ventas directas al consumidor aumentaron un 5,3% (+3,7% al tipo de cambio actual). Las tiendas lideraron la subida impulsada por la categoría óptica, mientras que Sunglass Hut en Norteamérica mostró un signo de recuperación sólo hacia el final del periodo. Ray-Ban.com lideró el crecimiento de la venta online.

En los primeros nueve meses del año se registró un crecimiento positivo en todas las regiones. La región EMEA, con un crecimiento del 7,3% (+5,2% a tipos de cambio corrientes), mostró un patrón ampliamente saludable en todos los países, canales y productos, sustentado además por el progreso de la integración. Asia-Pacífico creció un 7,7% (+4,6% al tipo de cambio actual), favorecida por el florecimiento de Japón y las Soluciones Profesionales en China. Latinoamérica creció un 10,1% (+1,0% al tipo de cambio actual) y Norteamérica un 1,6% (+1,1% al tipo de cambio actual), impulsada por las categorías ópticas.

# Persol homenaja el legado de Ayrton Senna y el estreno de su miniserie en Netflix con una cápsula exclusiva

Persol y Netflix presentan tres nuevos y carismáticos modelos de gafas de sol con motivo del estreno de la miniserie Senna, uno de los lanzamientos más esperados del año. La primera serie guionizada sobre el legendario piloto de F1 Ayrton Senna, que llegará a la plataforma de entretenimiento el 29 de noviembre de 2024, está protagonizada por el actor brasileño Gabriel Leone y muestra la vida, los logros y el legado de todo un talento. A lo largo de seis episodios, disponibles en seis idiomas, Senna mostrará la trayectoria del piloto a través de sus triunfos, decepciones, alegrías y penas, sacando a la luz sus relaciones y su personalidad, que fue lo que inspiró la colección de Persol.



Célebre por su carácter implacable y su destreza en la pista, la extraordinaria habilidad de Senna sirvió de inspiración para la colección, impregnada también de detalles de archivo. Cada montura está impregnada de confianza y precisión, reinterpretando las siluetas que definieron una época. Las barras frontales antisudor de acetato de estilo años 80 se adaptan al presente, son elegantes y aerodinámicas, y destacan con la inconfundible Flecha Supreme y el sistema Meflecto. Manteniéndose fiel al carisma innato de Senna, una paleta clásica abarca tonos de negro, habana y marrón a rayas.

Conocida por su dilatada historia en el mundo de las carreras, junto con su reconocimiento en la pantalla, Persol es el socio ideal para esta colaboración única con Netflix dedicada a uno de los mejores pilotos de nuestros tiempos. Prepárate para ver el mundo con un estilo legendario gracias a esta nueva e inimitable colección.



## Mod. 0PO0202S

Más que una simple reedición, este homenaje a Ayrton Senna refleja el estilo y la sensibilidad propios del piloto. Fieles a un diseño icónico que llevó la leyenda de las carreras, estas elegantes gafas de piloto presentan una barra frontal antisudor de acetato muy deportiva y un discreto logotipo Persol en los terminales. Evocan la emoción del circuito con una paleta de colores en negro, habana o marrón a rayas. Están disponibles con lentes polarizadas negras y con lentes clásicas o polarizadas en azul o verde.



## Mod. 0PO0203S

Adopta el estilo de los pilotos de F1 con estas gafas de sol tan originales. Inspirada en el ADN del diseño de la época, la silueta cuadrada presenta una elegante barra frontal antisudor de acetato y metálica en dorado o plateado, rematada con la emblemática Flecha Supreme plateada y el sistema Meflecto. Este diseño, que fusiona lo clásico y lo contemporáneo, se presenta en tonos negro, habana o marrón a rayas, con lentes polarizadas negras, o con la opción de lentes clásicas o polarizadas en azul o verde.



## Mod. 0PO0204V

Siguiendo una silueta tradicional en acetato fino, estas gafas de vista cuadradas rinden homenaje a las gafas de sol que Ayrton Senna llevaba y adoraba. Caracterizadas por un doble puente metálico, el diseño aerodinámico se prolonga con varillas finas, la emblemática Flecha Supreme y el sistema Meflecto. Su estilo imperecedero se manifiesta a través de los colores negro, habana y marrón a rayas, complementados con detalles metálicos clásicos.

## Introduce las pantallas Rx Maximus en su línea de protección solar deportiva

VERSPORT, marca experta en gafas deportivas perteneciente al grupo GVO - Grand Vision Optics, ha llegado a un acuerdo a nivel internacional para introducir las revolucionarias pantallas con prescripción totalmente integradas Rx MAXIMUS en su línea de protección solar VERSPORT SUN RX. Un partenariado que marcará un antes y un después en el rendimiento de miles de hombres y mujeres deportistas de todo el mundo que, por primera vez, contarán con un visor totalmente integrado y graduado.

Las lentes MAXIMUS incorporadas a las monturas VERSPORT SUN RX son la unión perfecta para una solución visual disruptiva en gafas de sol deportivas graduadas. Una extraordinaria tecnología Rx diseñada y desarrollada utilizando procesos de diseño e ingeniería progresiva de élite. Sólo los mejores materiales, filtros ópticos de color, tratamientos, y revolucionarias tecnologías de fabricación de lentes con prescripción. Absolutamente Incomparable.

Thomas Moericke, Chief Operations Officer de GVO declaró: “El partenariado estratégico de VERSPORT con Rx MAXIMUS responde a nuestra visión de ofrecer las soluciones visuales más innovadoras y punteras a los amantes del deporte, pero también, a nuestro objetivo central como compañía: proponer soluciones de máximo valor para nuestros ópticos, que finalmente serán los mejores prescriptores de esta tecnología”.



VERSPORT contará con las tecnologías patentadas PANO Rx, que permiten una experiencia visual panorámica vertical y periférica inigualable. Disponible en prescripciones de Visión Simple y Progresiva, el diseño de lente de rendimiento MAXIMUS y las extensas formulaciones especiales optimizan la claridad de visión, la gestión superior de la luz, un peso mínimo para la máxima comodidad y proporcionan una protección superior y un mejor rendimiento visual en todas las condiciones de luz y clima extremo.

Las pantallas Rx MAXIMUS se procesan con tecnologías Free Form altamente personalizadas que utilizan prisma rotativo para compensar los diseños de lentes envolventes de alta curvatura, optimizando la experiencia visual para el usuario. Actualmente, esta tecnología es capaz de procesar el 85% del universo de las prescripciones, con mejoras constantes añadidas. Además, cuentan con una Arquitectura de Lente de Una Pieza, lo que resulta en una claridad óptica de excepcional.

Todos los Visores y Lentes Duales MAXIMUS se inyectan utilizando una fórmula de policarbonato patentada que supera todas las especificaciones ANSI y EN, incluido el impacto de alta masa para aplicaciones de Seguridad/ASTM y Tácticas Militares.



Patrick Hussey, cofundador y director de MAXIMUS Optic comentó: “Hemos trabajado durante más de 3 años para perfeccionar nuestra tecnología MAXIMUS Rx y hoy estamos muy orgullosos de contar con la marca VERSPORT, como uno de nuestros partners estratégicos para desarrollar la implementación de esta gran innovación.”

Las pantallas Rx Maximus estarán incorporadas en los modelos VERSPORT SUN RX Monsoon, Mistral y Zephyr. Pantallas esféricas con terminales y puente de goma ajustables para mayor comodidad y un ajuste perfecto. La colección se presentará en diversas combinaciones de color, incluyendo algunos acabados de pintura metalizados y diferentes colores de espejados, otorgando a cada pieza un carácter deportivo, actual y rompedor.

*Al caer la noche,  
el viñedo cobró vida  
y, desparezándose,  
Legúas se convirtió  
en una hermosa  
escena de danza.*



**Godelia**

EXTRA BRUT  
GRAN RESERVA

# Sigue la Ruleta de la Fortuna PRATS

Con esta iniciativa la multinacional española quiere agradecer su fidelidad a los ópticos españoles en el año de su centenario, ofreciéndoles más de 500 premios a través de un divertido juego aleatorio.



La Ruleta de la Fortuna, promoción de Prats con premios para el óptico y su equipo, estará vigente hasta el 31 de diciembre.

**P**RATS continúa, a lo largo de todo este año 2024, celebrando su centenario. Su última iniciativa es la de acercar la fortuna a todos los ópticos que adquieran productos de la marca VIMAX, como una manera más de agradecer la fidelidad de los profesionales de la salud visual a la marca durante todos estos años.

De una manera original, nunca antes aplicada en el marketing del sector óptico, buscando también sorprender con las propuestas del centenario, PRATS invita a sus clientes ópticos a jugar a la Ruleta de la Fortuna, con la que podrán optar a uno de los más de 500 premios en juego, desde experiencias relax, gastronómicas, bicis eléctricas, iPhones...



Eider Txarroalde, de Óptica Jesús, y Vicente Mateos, de Óptica Mateos, con sus Experiencias Caprichos SmartBox.

Desde el inicio de esta iniciativa el 1 de septiembre, son ya muchos los ópticos agraciados, que además pueden seguir ganando premios a través de sus pedidos de lentes VIMAX.

Participar es muy sencillo. Simplemente hay que escanear el código QR que se envía a la óptica en una tarjeta por cada compra de productos VIMAX ADAPTATIVE, VIMAX MASTER, VIMAX INFINITY, VIMAX DEFINITION y VIMAX FIT FRM. Sólo con ello, entrarán, de forma automática y sin ninguna otra acción, en una web donde, aceptando previamente las condiciones, la ruleta de la Fortuna PRATS se pone en movimiento y determina de forma aleatoria los premiados.



Paula Lama, de VISUAL SUR, y Alfredo Sánchez, de RAYO OPTICS, con sus nuevos iPhone.

Los premios de Fortuna PRATS son para el óptico y opcionalmente para su equipo, no para el cliente final. Una misma óptica puede ganar varios premios ya que puede disponer de varias oportunidades de juego en función de las tarjetas QR que reciba con sus lentes compradas. Cuantas más lentes se pidan, hay más posibilidades de ganar.

Esta promoción estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2024 inclusive.

Toda la información en esta web: <https://pmf.promofidelity.com/PRATS100Y/home.php>



Godelia

Bodega y Viñedos

OBTÉN UN 25% DE  
DESCUENTO EN  
[WWW.GODELIA.ES](http://WWW.GODELIA.ES)  
CON EL CÓDIGO  
LOOKVISION2024

# 30 Jornadas Profesionales de Zas Visión

## Celebrando una historia de éxitos con la vista puesta en un futuro brillante

Zas Visión, Centros de Salud Visual, ha celebrado sus 30 Jornadas Profesionales en el hotel Denia Marriott La Sella Golf Resort & Spa el fin de semana del 27 al 29 de septiembre. El evento, celebrado con gran éxito organizativo y de asistencia, reunió a más de 250 profesionales entre ópticos del Grupo y proveedores, así como a la influencer Carolina Lober y a la revista Lookvision.



Las 30 Jornadas Zas Visión tuvieron su prólogo el viernes 27 de septiembre con una cena barbacoa y fiesta en el hotel Denia Marriott La Sella Golf Resort & Spa para iniciar relajados las jornadas el sábado 28 con la apertura matinal de la exposición de proveedores, seguir con la comida buffet y la inauguración oficial a cargo del presidente de la cooperativa, Vicente L. Alós, quien, en nombre del Consejo Rector, dio la bienvenida a los socios y proveedores, resaltando la combinación “negocio+ocio” durante el fin de semana y recordando la parte formativa que realizan los asociados y equipos a lo largo del año. Una time-history rememoró los 30 años de Jornadas, desde su primera edición en Peñíscola hasta el año pasado en el que se celebró el 50 Aniversario de Zas Visión.

Tras las palabras de Vicente L. Alós, tuvo lugar una conferencia de Juan Vizuete (@juanvizuete) sobre Comunicación y Oratoria en la que habló sobre las cinco leyes para persuadir y convencer que, como él mismo dijo: “no es lo mismo persuadir y convencer que persuadir y manipular”. Estas cinco leyes se resumen en las siguientes: 1ª ley, si no te expones no convences; 2ª, ley de la conexión: creemos a quienes conectan con nosotros; 3ª, ley del relato, las historias nos convencen y una idea repetida es una idea recordada; 4ª, ley de la emoción, y 5ª, ley de la claridad “menos es más”... y como ley extra señaló a la ley de la acción: “convencer consiste en atraer”... Y esto, entre otras cosas, es lo que hacen las ópticas y equipos de Zas Visión: convencen y atraen por su saber hacer y profesionalidad.







Al finalizar la conferencia continuó la exposición en la que mostraban sus productos y novedades los principales proveedores del sector óptico: EssilorLuxottica, Silhouette, CooperVision, Marcolin, Safilo, Hoya, Indo, De Rigo, Zeiss, Kaleos, Conóptica, Go Eyewear, Lenticon, Wivi Visión, Avizor, Bernafon, Rodenstock, Optim, Bausch + Lomb, Eschenbach, Beltone, Servilens, Menicon, Woodys, Tiedra, ASP, Mark'Ennovy, SIFI, Jisco, Tini, Vistadiseme y Visionis a todos los socios de Zas Visión.

En resumen, las Jornadas no sólo sirvieron como un punto de encuentro profesional, sino que también reforzaron el compromiso de Zas Visión con la formación anual, la amistad, el compañerismo y la excelencia en el servicio. Asimismo destacó la importancia de la colaboración entre los distintos actores del sector. Un año más fueron un éxito rotundo reafirmado por una excelente organización y una participación multitudinaria de ópticos del grupo, equipos y proveedores. Una experiencia inolvidable para la Gran Familia de Zas Visionistas.

Después de una espléndida cena en los jardines del hotel, en la que confraternidad, amistad y gastronomía fueron de la mano, los invitados pasamos a la discoteca del mismo hotel para continuar la fiesta con “resopón y chocolate con churros” incluidos y, como colofón, karaoke que se prolongó hasta las 5 de la madrugada.



# HOYA refuerza su compromiso en la lucha contra la miopía en destacados eventos en España y Portugal

Desde la prevención de la miopía hasta el tratamiento avanzado con MiYOSMART, HOYA continúa liderando el desarrollo y la difusión de soluciones innovadoras para la salud visual y la gestión de la miopía, en particular. Así lo transmite su presencia en los últimos eventos celebrados del ámbito de la óptica y la oftalmología, en España y Portugal.



HOYA volvía al **Congreso de la Sociedad Española de Oftalmología**, en la celebración de su Centenario, este pasado septiembre, con un stand informativo MiYOSMART, que no sólo aportaba información sobre la innovación y evidencia de la lente de HOYA para la gestión de la miopía, sino que también, era un reflejo del compromiso de la compañía japonesa con la sostenibilidad, fabricando un stand 100% sostenible y reutilizable.

HOYA sigue demostrando su compromiso con el avance en la investigación y el tratamiento de la miopía, a partir de rigurosos estudios científicos y con resultados muy prometedores para la lucha contra la miopía infantil. A través de una continua presencia en los eventos más importantes del sector y el apoyo a la comunidad de profesionales de la visión, HOYA reafirma su liderazgo y dedicación en la lucha contra este defecto refractivo.

**E**n Tomar, durante los días 25 y 26 de octubre, el equipo de HOYA Portugal estuvo presente en el **Grupo Portugués de Retina y Vítreo (GPRV)**, con un stand informativo de MiYOSMART, así como un destacado simposio: “Pandemia del siglo XXI: Miopía de larga duración”, moderado por Henrique Campos, Eye Care Specialist en HOYA Lens Iberia. En este simposio, HOYA contó con la experiencia y conocimientos del Dr. Pedro Neves, que abordó el riesgo retiniano de la alta miopía, y con el Prof. Dr. João Figueira, quien asoció estos riesgos a la patología. Por otro lado, Diogo Guedes, del equipo de HOYA, abordó el tratamiento y la prevención de la miopía desde la infancia.

Simultáneamente a este encuentro, en Oporto, HOYA también participó en la **I Reunión Científica Ortóptica de la ESS**, en la Escuela Superior de Salud de Oporto. Inés Matos, en representación de HOYA, ofreció una conferencia sobre la gestión y tratamiento de la miopía desde una perspectiva de innovación y evidencia científica de las lentes oftálmicas de HOYA para la gestión de la miopía, MiYOSMART. Además, HOYA ha sido parte de relevantes eventos y programas de formación a nivel ibérico, como el **Congreso Internacional de Optometría y Ciencias de la Visión 2024**, celebrado en el Espaço Vita, en Braga, y la **I Reunión Ibérica de Cirugía del Estrabismo**, celebrada en Oporto.

En España, el equipo de HOYA continuó su labor de divulgación científica participando en las **III Jornadas de Optometría de Canarias** y en el **II Congreso de Contactología y Superficie Ocular** de la Universidad Complutense de Madrid. En ambos encuentros, patrocinados por HOYA, Carolina Rodríguez, Eye Care Business Manager en HOYA Lens Iberia, y Laura Llorente, óptico-optometrista del equipo Eye Care en HOYA, compartieron su experiencia y conocimientos sobre la gestión de la miopía y el respaldo científico de la lente oftálmica MiYOSMART.



La presencia de HOYA en simposios, congresos, jornadas, encuentros y reuniones, en España y Portugal, demuestra su compromiso con el avance en la investigación y el tratamiento de la miopía.

# MIDO ha abierto las inscripciones y presenta su nueva campaña de comunicación “REFOCUSING ON HUMANS”

MIDO, la feria internacional de Milán y una de las más importante del sector de las gafas, que tendrá lugar del 8 al 10 de febrero en Fiera Milano Rho, da la bienvenida a sus visitantes, que el año pasado fueron más de 40.000 procedentes de 160 países de todo el mundo. Así, las inscripciones para asistir al salón ya están abiertas en la web de MIDO. Además, la feria ha lanzado su nueva campaña, firmada por el fotógrafo internacional Uli Weber, que pone el foco en la inteligencia humana y su capacidad para producir nuevas ideas.



La organización de la feria ya ha abierto las candidaturas para los premios que MIDO dedica cada año a ópticos y expositores, en concreto, para sus galardones Best Store, CSE Award y Stand Up For Green. Así, hasta el 8 de enero, ópticos de todo el mundo podrán inscribirse en el histórico Best Store Award, que este año celebra su 10ª edición. El reconocido galardón creado por MIDO para el mejor centro óptico a nivel internacional se divide en las categorías de Diseño e Innovación. Otorgado por un jurado internacional de expertos en diseño y comercio minorista, directivos, directores creativos y periodistas, el premio recompensará al centro óptico que se haya distinguido por la mejor experiencia de compra, el ambiente, el mobiliario, los materiales inusuales o una disposición particular de la tienda (para la categoría de Diseño) o por la comunicación digital y tradicional, la interacción, la propuesta de servicios al cliente y, de nuevo, por su historia y sus aspectos humanos y emocionales (para la categoría de Innovación).

Por otra parte, hasta el 13 de diciembre, los expositores de MIDO 2025 podrán presentar sus candidaturas para optar al Premio CSE - Certified Sustainable Eyewear, creado por MIDO con ANFAO y Certottica, que evalúa la sostenibilidad en el sector de las gafas a nivel internacional. Se pueden presentar gafas de sol, una montura o un estuche: un jurado evaluará los productos concursantes que, para ganar el premio, deberán haber sido fabricados respetando los principios de la sostenibilidad. Reciclaje de materiales, reducción del consumo en los procesos de producción y distribución, mejora de la cadena de suministro son algunos de los criterios que el jurado utilizará para decretar los ganadores. Por último, antes del 15 de enero de 2025, los expositores de MIDO podrán presentar la candidatura de su stand al premio Stand Up For Green, que distingue al espacio expositivo más sostenible en términos de atención al impacto medioambiental y al uso de materiales.

Los interesados pueden presentar su candidatura a todos los premios rellenando los formularios en línea disponibles en la sección «Awards» en la web: [www.mido.com](http://www.mido.com)

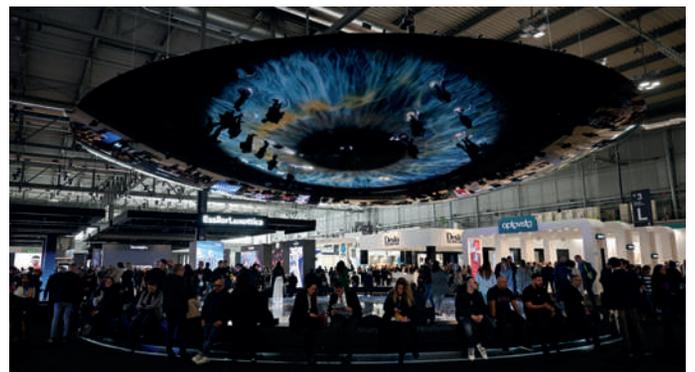
## La nueva campaña «Refocusing on Humans»

Con «Refocusing on Humans», MIDO hace hincapié en la creatividad humana y su capacidad artesanal para crear belleza. En 2023, cuando se hablaba mucho de inteligencia artificial pero aún eran pocos los que la utilizaban realmente, MIDO lanzó la campaña pionera «Spheres – The Eyewear Universe», la primera del sector en utilizar la IA para crear imágenes. Ahora, mientras muchos aplican esta tecnología, MIDO prevé una necesidad urgente que ya se percibe claramente en la sociedad: relanzar la inteligencia humana y su capacidad para producir nuevas ideas.

La campaña ha sido creada por el fotógrafo de fama mundial Uli Weber y confiada a la dirección creativa de Max Galli en colaboración con Mixer Group. “Imaginé una idea de la belleza que pudiera surgir del saber hacer palpable y material que sólo los corazones y las manos de los verdaderos artesanos de las gafas saben transmitir. Un mensaje visual y conceptual que se aleja de la artificialidad de las múltiples inteligencias que pueblan nuestra realidad actual y que devuelve al ser humano el papel central”, ha explicado Max Galli.

En «Refocusing on Humans» Weber utilizó cuerpos para crear esculturas humanas que aluden al mundo de las gafas, donde las manos «enmarcan» los ojos de los modelos y centran la atención del espectador, reenfocando las miradas, en un continuo intercambio entre espectador y sujeto. La campaña, intercultural y sofisticada, se declinará en prensa y web a nivel mundial y se desarrollará en varias temáticas que se irán desvelando en los próximos meses.

Para estar al día de las novedades de MIDO, visita la web: [www.mido.com](http://www.mido.com) y las redes sociales oficiales Instagram @mido\_exhibition, Facebook @MIDOExhibition X @MIDOExhibition y LinkedIn.



## elate extreme, su modelo más técnico para el outdoor

La nueva elate extreme de evil eye llega para elevar el nivel de protección y rendimiento en las condiciones más extremas de montaña. Diseñada para deportes de altura, esta gafa incorpora una máscara de silicona que protege la zona de la nariz y mejillas de rayos UV, frío y viento, haciendo de este modelo la elección ideal para excursiones en glaciares y cumbres altas.



Como todas las gafas de evil eye, marca perteneciente a Silhouette International, la elate extreme está diseñada y fabricada en Austria con los más altos estándares de calidad. Disponible en tiendas ópticas asociadas y online.

[www.evileye.com](http://www.evileye.com) - [www.instagram.com/evileye.eyewear](https://www.instagram.com/evileye.eyewear) - [www.facebook.com/evileye.eyewear](https://www.facebook.com/evileye.eyewear)



**P**rotección Total a Altas Altitudes. Complementando el modelo elate.o pro con cubrenariz, la nueva elate extreme introduce un accesorio innovador: una máscara de silicona negra que proporciona una cobertura completa en condiciones de alta montaña, protegiendo zonas faciales vulnerables. Este accesorio se coloca fácilmente sobre la montura y se asegura en el puente nasal, ofreciendo una cobertura integral para enfrentar climas extremos.

**Ajuste Seguro.** Un nuevo diseño de cinta elástica permite que la gafa se mantenga en su lugar incluso en situaciones difíciles. La cinta se fija directamente a la montura y permite tres posiciones de inclinación mediante la función tri.fit, asegurando un ajuste cómodo y estable.

**Personalización Extrema.** La elate extreme permite adaptar lentes graduadas y está disponible en 14 colores. Además, la montura es completamente personalizable, ofreciendo opciones como la máscara facial, la cinta para la cabeza y el cubrenariz tradicional, con cuatro colores y dos tamaños para elegir.

Desarrollada con la experiencia de los atletas en el terreno. Este modelo fue creado en colaboración con atletas de montaña, incluyendo al alpinista alemán Fabian Buhl y al español Alex Txikon, quienes probaron las primeras versiones del modelo en condiciones reales.



Las nuevas gafas deportivas evil eye elate extreme proporcionan una protección extrema para aventuras a gran altitud. Totalmente personalizables, permiten adaptar lentes graduadas y ofrecen opciones como máscara facial, cinta para la cabeza y cubrenariz tradicional.

# Alain Afflelou recibe el Premio Europeo de la Franquicia como Franquiciador del Año



Alain Afflelou ha recibido el Premio Europeo de la Franquicia 2024 como Franquiciador del Año, concedido por la Federación Europea de Franquicias. La compañía recibe este reconocimiento por el impulso y crecimiento del área de audiolología, teniendo 400 espacios en Francia y 173 en España.

Alain Afflelou ha revolucionado el sector de la audiolología desde que en 2011 se adentraron en este sector con la idea de transformarlo, siguiendo la misma filosofía que en su día emprendieron con el de la óptica. "Nos introdujimos en el sector de la audiolología con el objetivo de democratizar y desdramatizar un servicio tan esencial y, en ocasiones, de difícil acceso. Por eso, que hayamos recibido este reconocimiento, demuestra que hemos seguido el camino correcto para cambiar la vida de muchas personas con pérdida auditiva y también su experiencia a la hora de revisar su audición y comprar sus audífonos a un precio justo y

accesible", explica Eva Ivars, consejera delegada de Alain Afflelou en España.

Con cientos de franquicias alrededor del mundo y un número creciente de sucursales propias, Alain Afflelou ha expandido su alcance geográfico, fortaleciendo su liderazgo y fijando nuevos estándares de calidad y servicio en el sector de la audiolología. Este modelo de expansión se ha acelerado a través de un gran esfuerzo de los equipos. "El crecimiento que estamos llevando a cabo, gracias a los protocolos y al cuidado y cariño que nuestros equipos de audio demuestran con cada paciente, nos ha llevado a obtener un índice del 92% de satisfacción por parte de nuestros clientes", explica Juan Arjona, director de Expansión de Alain Afflelou en España. Además, ha sido clave el Proyecto Adelante, en el que se ofrecen las herramientas necesarias para que los jóvenes audioprotesistas se conviertan en franquiciados.

## Essilor, patrocinador del XXVII Curso Nacional de Iniciación a la Refracción



Un año más, Essilor participó en el XXVII Curso Nacional de Iniciación a la Refracción 2024, que se celebró los días 18 y 19 de octubre en el Instituto Oftálmico de Madrid - Hospital Universitario Gregorio Marañón, como único patrocinador. Este curso contó con clases teóricas y prácticas y reunió alrededor de 200 médicos oftalmólogos residentes entre su modalidad presencial y online.

Essilor ofreció una visita guiada a su fábrica en Madrid el viernes 18 de octubre por la mañana, para unos 35 participantes el curso, que tuvieron la oportunidad de descubrir en primera persona cómo es el proceso de fabricación de las lentes oftálmicas. Además, Blanca García Marín, óptica y formadora del equipo de Leonardo, realizó la primera ponencia del curso el mismo viernes 18, bajo el título: "Gestión de la miopía con las lentes Stellest®, últimas evidencias científicas", donde los asistentes pudieron conocer cómo funcionan las lentes Essilor® Stellest® para el control de miopía a través de los últimos estudios científicos sobre el tema. Essilor cedió también su instrumento Vision-R para las sesiones prácticas del foróptero que se realizaron durante el fin de semana.

## Natural Optics Group (NOG) presenta su historia y servicios desde dentro

Natural Optics Group (NOG) lanza el primer capítulo de la historia de NOG; este vídeo corporativo forma parte de una serie de cápsulas audiovisuales que permitirán conocer desde dentro cómo trabaja el grupo y qué los diferencia en el sector. Ofrece un recorrido por la historia de NOG, desde sus inicios hasta su consolidación como uno de los grupos ópticos más vanguardistas del territorio, con más de 720 asociados.

En este primer capítulo, se destacan la dedicación de sus equipos y cómo sus servicios exclusivos están diseñados para que los ópticos puedan beneficiarse de una mejor gestión de su negocio, respondiendo así a su principal objetivo como grupo: que sus asociados puedan concentrarse en lo que mejor saben hacer, cuidar de la salud visual e sus pacientes.

Los primeros protagonistas, Xavi Andrés, director financiero con más de 26 años de experiencia en NOG, y Erika Ramírez, Gestora de Clientes con casi un año de trayectoria, comparten sus vivencias y su visión sobre la evolución y el futuro del grupo.

A través de esta colección de vídeos, NOG quiere acercar a sus asociados, clientes y al público en general la filosofía y el compromiso que los caracteriza bajo el lema: "Tu visión, nuestra misión".



## Farmaoptics se suma a la tendencia clip on con nuevos modelos de FMO y SIÓ Eyewear



En su apuesta por ofrecer productos de calidad y con altas prestaciones, Farmaoptics, ha incorporado en sus marcas FMO y SIÓ Eyewear la funcionalidad de las gafas graduadas y de las gafas de sol, en un único modelo, sumándose a la tendencia clip on.

El clip on es un concepto que combina, de forma práctica y sencilla, unas monturas de calidad con cristales intercambiables. Colocando el clip solar sobre la gafa graduada consigue transformarlas en unas gafas de sol, manteniendo la calidad de visión. Todas las monturas clip on diseñadas por Farmaoptics están pensadas para monofocales y progresivos. Solo hay que elegir una montura FMO o SIÓ Eyewear y se puede tener una gafa graduada y de sol a la vez, con la ayuda de un clip con sistema magnético.

Los modelos de gafas clip on de Farmaoptics son modernos, ligeros y cómodos. Se caracterizan por formas suaves y por la combinación de colores en los frontales y las varillas. Combinan perfectamente con la montura y queda perfectamente enganchado manteniendo la estética de la gafa. Cada modelo dispone de 4 puntos de fijación magnética para adaptarse fácilmente a la montura y conseguir una perfecta simbiosis.

Los Clip On de Farmaoptics facilitan la conducción en la carretera, reducen la fatiga visual, son mucho más cómodos a la hora de ponerlos y más fáciles de usar. Además están fabricados con materiales ligeros, resistentes y seguros, como el metal, el TR90 y el acetato.



**T-CHARGE**

EYEWEAR



## CENSUR by Prodesign, SILMO d'Or en la categoría de gafas de sol "Diseñador de gafas"

Design Eyewear Group ha anunciado que CENSUR, una creación de su marca Prodesign, ha ganado el prestigioso SILMO d'Or 2024 en la categoría "Gafas de sol - Diseñador de gafas". Este reconocimiento destaca la creatividad innovadora y la filosofía de diseño audaz detrás de la primera colección del laboratorio de diseño DANCE.

CENSUR es el resultado de una colaboración única entre diseñadores daneses y franceses de Design Eyewear Group. La colección fue concebida como parte de una innovadora iniciativa de diseño interna llamada DANCE (Danmark x France), donde la creatividad florece sin límites, culminando en gafas visionarias que redefinen las perspectivas tradicionales.

Este diseño encarna una audaz fusión de creatividad, diseño y arte, que supera los límites de las gafas con-

ventionales y adopta una estética futurista e industrial. CENSUR es un guiño al haz distintivo que atraviesa sus lentes, que recuerda a una barra de censura. Esta pieza audaz y llamativa desafía las percepciones e invita a los usuarios a experimentar el mundo desde una perspectiva diferente.

"CENSUR trata de romper el molde de las gafas tradicionales. Creamos algo audaz y futurista, pero también refinado. El haz de luz que atraviesa las lentes fue diseñado para evocar curiosidad; no es solo una característica de diseño, es una invitación a ver las cosas de manera diferente. Estamos encantados de haber ganado el SILMO d'Or por este diseño; es una celebración de la visión y la colaboración detrás de CENSUR y nuestro laboratorio de diseño creativo DANCE", ha explicado Lau Ruge, diseñador de Design Eyewear Group.

### Fundación Miranza llega a Málaga para mejorar la calidad de vida de familias en situación de vulnerabilidad



Con el objetivo de proporcionar un impacto positivo en la salud visual de las familias más desfavorecidas que contribuya a mejorar su calidad de vida y a facilitar el acceso a estudios o a un empleo, entre otros beneficios, la Fundación Miranza efectuará chequeos oculares periódicos en el distrito malagueño Palma Palmilla, ampliando así la implantación de su proyecto de Salud ocular. La iniciativa, puesta en marcha el 30 de septiembre, ha contado con la implicación del equipo médico de la clínica Miranza Málaga, responsable de realizar los chequeos de la vista en el Centro Ciudadano Valle Inclán, a alrededor de 35 personas que fueron seleccionadas previamente por los servicios sociales del Ayuntamiento de Málaga.

Se trata de una primera experiencia en el marco de coordinación con los servicios sociales como promoción de la salud ocular, y que complementa el trabajo realizado en zonas desfavorecidas de la ciudad, a través del proyecto ERACIS - Estrategia Regional Andaluza para la Cohesión e Inclusión Social, población que en esta zona desfavorecida asciende a 16.328 personas residentes. La directora de Fundación Miranza, Ana Sequí, expresa que "la puesta en marcha de este proyecto nos permitirá dar respuesta a las necesidades de salud ocular de aquellos colectivos más desfavorecidos y en situación de vulnerabilidad social para brindar una vida mejor y una mirada feliz".

### Medmont ya es parte de la familia Euclid Vision Group

Euclid Vision Group, grupo empresarial al que también pertenecen mark'envoy y Disop, ha ampliado recientemente su portafolio de empresas con la adquisición estratégica de Medmont International, líder mundial en instrumentos oftálmicos. Juntos unirán sus fuerzas para ayudar al profesional de la visión a llevar la salud ocular y la contactología al siguiente nivel.

En Euclid Vision Group están enfocados en combinar las fortalezas de cada organización para avanzar en el desarrollo del cuidado ocular y aprovechar nuestra experiencia colectiva para hacer que la gestión de la miopía y la salud ocular se conviertan en un estándar de atención a los pacientes.

**¡Descubre la nueva era de la topografía con Medmont Meridia Pro™!**

Medmont Meridia Pro™ es un topógrafo de alta gama que transformará la manera en la que se realizan las adaptaciones.

- Proporciona una extraordinaria nitidez en las imágenes y consigue una precisión máxima a la primera.
- Permite desarrollar la categoría de salud ocular, gracias al módulo de ojo seco.
- Emite informes personalizados para cada paciente.
- Te ayuda a marcar la diferencia. Las elevadas prestaciones de este aparato te distinguirán de tu competencia.



### Maison Morel recibe el trofeo "Success Family"



El pasado 18 de octubre, la Maison Morel recibió el trofeo "Success Family" -"Familia de Éxito"- del Consejo Departamental del Jura en la "Soirée de l'économie et de l'attractivité du Jura". Este acontecimiento inédito reunió a varios centenares de empresarios y agentes económicos. ¿El objetivo? Poner de relieve la resiliencia y la creatividad de las empresas del Jura frente a la crisis económica mundial. Morel fue reconocida por su dinamismo y capacidad de innovación, combinando brillantemente tradición y modernidad. El fabricante de gafas recibió el trofeo "Success Family" en reconocimiento a su condición de empresa familiar emblemática, sostenida por cuatro generaciones sucesivas de empresarios. La independencia de la empresa, su experiencia y su visión visionaria de las gafas han permitido a la Maison Morel mantener su posición de liderazgo, a pesar de los retos del mercado. El premio lo recogieron Jérôme, Francis y Amélie, cuarta generación de la empresa, a quienes vemos en la imagen.

Con sede en la región del Jura, cuna de las gafas francesas, Morel encarna desde 1880 un saber hacer único transmitido de generación en generación. Combinando tradición e innovación, Morel diseña monturas excepcionales, afirmando su estatus de actor francés clave en el sector mundial de las gafas.

# Llega la CRevolución 2024: Visión empresarial de la óptica

La CRevolución, el único evento del sector óptico especializado en gestión, marketing y ventas, regresa con su 4ª edición. El evento va dirigido a propietarios y gerentes de ópticas y está abierto a todos los profesionales del sector interesados en impulsar los negocios de óptica. La CRevolución se ha consolidado como un espacio para la cocreación del futuro y desde su creación en 2021, ha reunido a los expertos más destacados en marketing, gestión y ventas de este sector y de las diferentes áreas de negocio. Este año llega con 14 ponencias de alto valor que estarán disponibles online a partir del 1 de noviembre.

El formato online de La CRevolución ofrece a los inscritos la posibilidad de acceder al evento a su propio ritmo, desde cualquier dispositivo. Los participantes tendrán acceso a una plataforma online con contenidos creados por grandes referentes del sector como Ana Soto, alma mater de La CRevolución, junto a expertos como Eva Páez, Montse Lucena, Elisa Aragón, Ramón Solá, Félix España, Jose Antonio Morales, Carmen García, Begoña Gacimartín y Enrique Rubio, entre otros.

Además, para aquellos que prefieran una experiencia única, La CRevolución también ofrece una opción en presencial, exclusiva, en el Hotel Asset de Torrejón de Ardoz (Madrid) el 15 de noviembre. Esta modalidad, orientada este año a que cada participante salga con un plan de marketing para su negocio, será una jornada de trabajo conjunto, dinámicas creativas, intercambio de ideas, conexión e interacción con los expertos que han realizado las ponencias de este año. Dinámica sistémica para revisar el posicionamiento, un análisis DAFO colaborativo y mesas de trabajo para cerrar la sesión con un plan de marketing estratégico, además de oportunidades de networking cara a cara, así como una visita guiada al Parque Europa el día 16, como complemento, es



todo lo que te espera en el evento presencial de La CRevolución.

Sea cual sea tu opción, aquí está el evento para el impulso de tu negocio de óptica. Para más información, inscripciones y oportunidades de colaboración, visita: [www.crevolucion.org](http://www.crevolucion.org)

## Ya disponible en España la gama ampliada de lentes Essilor® Stellest®



Desde el 1 de octubre Essilor® Stellest®, la lente para la ralentización de la progresión de la miopía de EssilorLuxottica, está disponible en una gama de graduaciones más amplia con el fin de responder a las necesidades de una mayor cantidad de niños y adolescentes miopes. Esta gama ampliada se refiere a las lentes graduadas transparentes para pacientes con un defecto refractivo de equivalente esférico (SER) miópico. A continuación se facilita más información sobre la nueva gama. § El resto de las características de la lente siguen siendo las mismas, la gama ampliada solo se refiere a las lentes graduadas transparentes para la corrección de la miopía.

- SPH: [+2,00; -12,00]
- CYL: [0,00; -4,00], según la esfera
- SER ≤0 para la esfera [0,00; +2,00]

Las lentes Essilor® Stellest® ralentizan la progresión de la miopía en un 67% de media, en comparación con las lentes monofocales, cuando se llevan puestas 12 horas al día, a diario. †1 Las lentes Essilor® Stellest® se han lanzado en más de 35 países hasta la fecha.

## Nueva campaña de lentes progresivas de Federópticos "Nos quedan por ver comienzos"

El Grupo Federópticos vuelve a dirigirse a los nuevos presbíteros en la segunda edición de su campaña de lentes progresivas "Nos quedan por ver comienzos". Como ya hizo a principios de este año, anima a los presbíteros, personas aún jóvenes, a que disfruten de lo que les queda por ver en el futuro disponiendo de la mejor visión posible.

La presbicia o vista cansada aparece como consecuencia del paso del tiempo. No se puede prevenir, por lo que afecta a todas las personas en torno a los 50 años, y se caracteriza por la aparición gradual de problemas para ver bien de cerca y para conseguir una visión nítida y un enfoque rápido en las transiciones visuales entre distancias. Federópticos apuesta por las lentes progresivas como la mejor solución para resolver la presbicia cuando esta se suma a un error refractivo previo (miopía, hipermetropía, astigmatismo). Las lentes progresivas permiten ver bien a cualquier distancia con unas únicas gafas. La campaña "Nos quedan por ver comienzos" cuenta con las tres gamas de lentes progresivas HOYA PRO como principal propuesta de valor del Grupo: PRO, PRO Advance y PRO Select. Además, la propuesta especial PRO HOYA incorpora un segundo par de lentes progresivas de regalo. PRO garantiza la adaptación total de las lentes progresivas durante los 3 primeros meses, un seguro de rotura por un período de dos años (cubre el 70% del valor del precio vigente en el momento de la reparación o reposición) y financiación adaptada a las necesidades



del cliente. Las lentes progresivas incorporan monturas de marca tanto para graduado como para sol. Diseños exclusivos de Lodi, Roberto Torretta, Jorge Vázquez, Lois y Lester. La campaña se ha desarrollado en una landing page que ofrece toda la información sobre lentes progresivas y ventajas PRO: [www.federopticos.com](http://www.federopticos.com)

Además, los profesionales de Federópticos recomiendan a los nuevos presbíteros revisar su vista a través de un Estudio de Visión Progresiva que les va a permitir conocer el estado de su visión. Los estudios de visión progresiva se pueden realizar en cualquiera de los centros de Federópticos reservando cita.

## Fabrice Albert se incorpora a J.F. REY como Director General



J.F. REY ha anunciado la llegada de Fabrice Albert como nuevo Director General de la compañía, efectiva desde el 16 de septiembre. Especialista en el sector de la óptica desde hace 25 años, Fabrice Albert ha ocupado varios puestos directivos en empresas como Lynx Optique, Inface, Design Eyewear Group, Silhouette Eyewear y PPG. Su llegada se inscribe en la estrategia de crecimiento definida tras la adquisición de la empresa hace tres años por Walter Pirinoli (VISIOPTIS), Ralf Kmock (VISIBILIA) y Dan Levi. Su principal misión consistirá en acelerar el crecimiento de la marca y seguir reforzando su atractivo, basándose en los valores fundamentales que han dado renombre a J.F. REY.

Fabrice Albert también compartió su visión del futuro de J.F. REY, insistiendo en la importancia de abrazar el cambio para responder a la evolución del mercado, preservando al mismo tiempo la esencia de la marca.



## Opticalia presenta su colección otoño-invierno

Opticalia lanza la campaña "Un simple gesto" con la que presenta su colección otoño-invierno. Una campaña en la que, además de presentar 24 nuevos modelos de monturas tanto de mujer como hombre, ponen el foco en sus lentes progresivas y en ese gesto que "te quita años de encima y te hace aún más interesante".

Y es que, la marca ha basado su campaña en un "gesto cotidiano" para todos aquellos que necesitan gafas progresivas para ver tanto de cerca como de lejos y no las llevan. Porque, ¿cuántas veces has visto a alguien, o incluso tú mismo, bajándose las gafas para mirar por encima y ver de lejos? Pues eso mismo es lo que reivindica Opticalia con su nueva campaña, con la que transmite el mensaje de que si usas lentes progresivas evitarás ese gesto que te pone tantos años

encima, tú verás bien y los demás te verán aún mejor. Así, a través de dos spots de 20" y 10" para televisión y de una pieza digital de 35", Opticalia presenta la nueva colección otoño-invierno mediante diferentes historias protagonizadas por diversos personajes en el Real Casino de Madrid. Una campaña con la que, además, comunica que este otoño todos sus clientes podrán disfrutar de la 2ª gafa gratis tanto con lentes progresivas como monofocales.

Una promoción vigente en sus más de 530 establecimientos alrededor del país, que estará disponible en más de 1.000 modelos de sus marcas propias y en exclusivas para todas las edades como Trendi, The Look, Mango, El Ganso, Pedro del Hierro, Custo Barcelona o Victorio & Lucchino, entre otras.

### Rodenstock firma sus lentes con el distintivo "R", símbolo de innovación y precisión



Para Rodenstock cada lente es una obra maestra y como tal debe llevar la firma del artista. El distintivo de la marca Rodenstock es un símbolo de innovación y precisión, representando la calidad única y la fiabilidad que corresponden a un producto fabricado en Alemania. De este modo la nueva marca "R", ubicada de manera estratégica para no interferir en la visión en las lentes, servirá como un distintivo de calidad, permitiendo a los ópticos destacar el valor de los productos que ofrecen a sus pacientes. Al incluir este distintivo, Rodenstock busca fomentar una mayor conexión entre el óptico y el usuario final, generando confianza y reconociendo el esfuerzo que implica brindar un servicio de calidad. Esto le otorga un punto de venta único como experto en lentes progresivas biométricas y lo distingue de la competencia. Esta iniciativa forma parte de la filosofía "B.I.G. VISION® FOR ALL", reafirmando el compromiso de Rodenstock de proporcionar una mejor visión a todas las personas que usan gafas. Innovación continua en la experiencia visual. La constante búsqueda de perfección por parte de los investigadores de Rodenstock se traduce en avances significativos en la precisión y eficacia de sus lentes. Las nuevas lentes B.I.G. NORM® minimizan las aberraciones periféricas y amplían el campo visual en la visión cercana, mejorando la experiencia visual. Mejor precisión para un mejor refuerzo del flujo visual. Con el aumento de la precisión del modelo biométrico aproximado del ojo, las lentes B.I.G. NORM® reducen las aberraciones periféricas mientras crean un campo visual más amplio en visión cercana. Estas propiedades ayudan al cerebro en el proceso visual y optimizan el flujo visual.

### Natural Optics Group apoya la lucha contra el cáncer de mama con su marca Monsine

Natural Optics Group (NOG) continúa fortaleciendo su compromiso con la sociedad y el bienestar de las personas a través de una nueva acción de responsabilidad social corporativa. En esta ocasión, el grupo colabora en la lucha contra el cáncer de mama mediante su marca exclusiva de monturas Monsine.

Desde el 15 de octubre, por cada montura Monsine adquirida en los establecimientos adheridos a la acción de NOG, el grupo donará 5€ a la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC). Esta iniciativa pretende aportar recursos valiosos a la investigación contra esta enfermedad que afecta a miles de mujeres en España y el mundo.

Esta acción solidaria se suma al amplio programa de RSC de Natural Optics Group, que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de diferentes colectivos vulnerables. Entre las iniciativas más destacadas se encuentra "Invulnerables amb Visió", una jornada en la que NOG participa activamente desde hace varios años y en la que participa donando cristales y monturas a niños en riesgo de exclusión social, asegurando que todos tengan acceso a una visión adecuada, independientemente de su situación económica. Además, recientemente, NOG también estableció una colaboración con la Asociación de Esclerosis Múltiple mediante un modelo exclusivo de gafas deportivas, bajo su marca Mirojeans, reafirmando su compromiso con causas que promueven la salud y el bienestar.

Con esta nueva acción, la compañía demuestra, una vez más, que su visión corporativa va más allá de la óptica. La solidaridad y el compromiso social forman parte esencial de su ADN, impulsando acciones que generan un impacto positivo en la sociedad.



### El Grupo OPTIM firma un nuevo acuerdo de licencia con SEGA para el lanzamiento de SONIC the Hedgehog



El Grupo OPTIM ha anunciado un nuevo acuerdo de licencia con la empresa japonesa SEGA, líder en el desarrollo de videojuegos, para lanzar una colección infantil inspirada en su famoso personaje, la mascota oficial de la compañía. Así, la multinacional española amplía su liderazgo en el segmento infantil con el lanzamiento de SONIC the Hedgehog.

SONIC es el videojuego de mayor éxito de la compañía desde su lanzamiento en 1991. Actualmente, se han vendido millones de ediciones desde su primera versión, alcanzando una popularidad que ha roto barreras de edad y género, y que sigue creciendo año tras año. Además, para esta Navidad está previsto el estreno de la tercera película de SONIC, protagonizada nuevamente por Jim Carrey, y que continúa las dos primeras películas, así como la serie de televisión y los cómics. Emilio Linaje, CEO de OPTIM, ha subrayado la importancia de este nuevo acuerdo que complementa y amplía las licencias infantiles actuales: PLAYMOBIL, AGATHA RUIZ DE LA PRADA y MR. WONDERFUL. Este acuerdo destaca a OPTIM como la empresa española de referencia en la gestión de marcas infantiles. La primera colección consta de 30 modelos con más de 200 variaciones de color diferentes, destacando su material SPINFLEX que permite que el frontal y las varillas giren siguiendo el famoso movimiento del personaje. También se han desarrollado pinturas y acetatos especiales que brillan en la oscuridad. La presentación oficial de la marca SONIC tuvo lugar en SILMO-París y su lanzamiento en el sector óptico español es en noviembre de este año.



ES 800

DESCUBRE  
LA NUEVA  
GAMA DE  
BISELADORAS

 **ESSILOR**  
INSTRUMENTS

EXPRESA TU CREATIVIDAD

 **ESSILOR**  
INSTRUMENTS

## YALEA apoya a la Fundación “Know Your Lemons” en su lucha contra el cáncer de mama

Yalea, la marca propia del Grupo De Rigo que tiene como objetivo promover el universo femenino contemporáneo apoyando su libertad de elección, fomentando su talento y premiando su belleza interior y exterior, presenta una colaboración con «Know Your Lemons», una fundación sin ánimo de lucro fundada en 2014 por la Dra. Corrine Ellsworth-Beaumont después de sufrir una pérdida personal debido al cáncer de mama, con el objetivo de ayudar a las mujeres de todo el mundo a reconocer e identificar más fácilmente los síntomas de esta enfermedad.

Yalea ha elegido ayudar a mejorar la detección temprana del cáncer de mama a través de una donación destinada a apoyar la aplicación gratuita de detección distribuida por la fundación «Know Your

Lemons». Para dar mayor visibilidad al proyecto, también se han desarrollado dos modelos de gafas dedicados a tal fin, uno de sol y otro de vista, caracterizados por un elegante encolado en forma de lazo rosa en el frente y el lazo «Yalea – Pink Ribbon» en la varilla. El proyecto se promocionará en las tiendas con folletos de sensibilización sobre el cáncer de mama diseñados para la consumidora final y un expositor dedicado.

Con esta colaboración, Yalea confirma una vez más su compromiso integral con la mujer, que va desde la propuesta de modelos de gafas que realcen la personalidad y la singularidad de cada una, hasta la implicación concreta en apoyo a proyectos de todo el mundo que apoyen el crecimiento, la afirmación y la independencia femeninas.



### CECO se une a INDO y Rodenstock en la lucha contra el cáncer de mama



El Grupo CECOP, en colaboración con Indo y Rodenstock, ha renovado su compromiso en la lucha contra el cáncer de mama, sumándose una vez más a la campaña anual promovida por ambas empresas. Esta iniciativa busca involucrar a los ópticos-optometristas mediante la donación solidaria por cada adquisición de lentes progresivas Natural SuperClear Zero de INDO o X-tra Clean de RODENSTOCK, realizada durante el mes de octubre. Por cada compra de estas lentes, se donaron 2 € a la AECC, destinados a apoyar la investigación y prevención del cáncer de mama. Según datos de la Asociación Española Contra el Cáncer, en 2023 se diagnosticaron en España aproximadamente 35.312 nuevos casos de cáncer de mama, representando cerca del 30 % de los cánceres detectados en mujeres. Este tipo de cáncer es el más frecuente y la principal causa de mortalidad entre la población femenina en el país. Sin embargo, gracias a los programas de cribado poblacional, se ha logrado un diagnóstico precoz en muchos casos, lo que permite que los tratamientos sean más efectivos. Por ello, acciones solidarias como esta, que fomentan la investigación y la sensibilización, son cruciales para continuar avanzando en la detección temprana y el tratamiento eficaz del cáncer de mama.

### HOYA destaca la máxima personalización de sus lentes progresivas MySelf en su nueva campaña de TV

HOYA refuerza su apuesta por la televisión portuguesa para su lente progresiva más premium: Hoyalux iD MySelf. Desde el 21 de octubre y durante seis semanas, las lentes progresivas MySelf son el centro de atención en los espacios publicitarios de máxima audiencia en las principales cadenas de televisión del país: CMTV, TVI y CNN Portugal. La empresa japonesa ha realizado una inversión significativa en televisión para destacar los múltiples beneficios de Hoyalux iD MySelf. Estas lentes están diseñadas para proporcionar una calidad visual superior a los usuarios de lentes progresivas, adaptándose a sus necesidades visuales y estilos de vida, ofreciendo una personalización inigualable.

El nuevo spot de MySelf muestra situaciones cotidianas de la protagonista, en las que se aprecia tal comodidad, que apenas percibe que lleva gafas, lo que resalta la gran adaptabilidad y personalización de las lentes MySelf. Además, se enfatiza cómo la avanzada tecnología de estas lentes mejora la experiencia visual al utilizar dispositivos digitales.

La lente progresiva MySelf añade entre sus características más punteras la tecnología 3D Binocular Vision. Gracias a ella, Hoyalux iD MySelf puede controlar y minimizar el incómodo efecto prismático periférico, lo que reduce considerablemente la distorsión lateral y el efecto de balanceo a cualquier distancia, mejorando la comodidad visual del usuario.



### VisionLab lanza los primeros cristales con IA creados, fabricados y testados en España



VisionLab lanza Kümer IA, sus nuevos cristales con Inteligencia Artificial, dentro de su actual portfolio de cristales oftálmicos, creados, testados y fabricados 100% en España a partir de los parámetros visuales de más de 70.000 personas.

Kümer IA es el resultado de años de investigación y se basa en la Inteligencia Artificial a través de un potente algoritmo que es capaz de crear perfiles visuales únicos para cada usuario. Basándose en un sistema experto que contiene perfiles visuales y datos de uso de más de 70.000 personas en España. Simulando el juicio de un experto en el campo de la industria oftálmica utilizando bases de datos complejas y sistemas de aprendizaje automático para corregir los problemas visuales de cada persona, creando una lente totalmente personalizada. Además, el hecho de que todos los ensayos se hayan desarrollado en España es fundamental, ya que a nivel biológico y a nivel comportamental se toma en cuenta el patrón de movimiento visual y uso del cristal en personas similares a nosotros, con condiciones de luminosidad y entorno similares.

Kümer IA es una lente creada por la Inteligencia Artificial y en las tiendas el óptico se apoya en un asistente virtual que guía al usuario a través de un cuestionario digital con el fin de poder crearle una lente única y perfecta para él. Una vez creado el diseño de la lente por la Inteligencia Artificial, esta se crea en la fábrica de cristales de VisionLab en Madrid. Esta tecnología está disponible para cristales graduados monofocales, antifatiga y progresivos.

# Ray-Ban® Change

## Las monturas que cambian de color con la luz

Desde 1937, Ray-Ban® ha explorado lo desconocido para crear gafas que fusionan diseños atemporales con tecnología de vanguardia. Siguiendo con ese afán de innovación Essilor Luxottica lanza Ray-Ban® Change, una montura que responde a la luz, con tecnología Transitions®, ganadora del Red Dot Award en la categoría de graduación.



**C**reada para evolucionar contigo, Ray-Ban® Change ofrece una versión revolucionaria de las Original Wayfarer y de su versión contemporánea, las Wayfarer® Oval, disponibles en modelos de sol y de vista con una gran variedad de pigmentos de diseño exclusivo.

“Ray-Ban sigue derribando fronteras y marcando nuevas tendencias, manteniendo la innovación a la vanguardia del diseño. Aprovechando el poder de Transitions y su tecnología, nació una nueva forma de percibir las gafas gracias a las monturas que responden a la luz, conocidas como Ray-Ban Change”, señala el director de marketing de EssilorLuxottica, Federico Buffa.

Al combinar la fabricación artesanal tradicional del acetato de celulosa con esta innovación avanzada, Ray-Ban Change está diseñada para sincronizarse con la luz. Los exclusivos colores y motivos de la montura se crean utilizando tintes fotocromáticos Transitions, que se activan rápidamente cuando se exponen a la luz UV.



Wayfarer® original, la gafa más icónica de la firma, que apareció por primera vez en 1952, se renueva en una versión multicolor que parte de colores transparentes en el interior de la montura y pasa a tonos jaspeados bajo el sol. Está disponible en Ray-Ban Change (solo montura); Ray-Ban Change Transitions® (montura y lentes); y Ray-Ban Optics Change (adecuada para todas las necesidades ópticas).

La adición de pigmentos Transitions® confiere a cada gafa un carácter único, de modo que cada diseño es irrepetible. A medida que la luz se hace más intensa, también lo hace el pigmento. La montura se activa en cuestión de segundos cuando está expuesta a la luz solar y se desvanece en cuestión de minutos en interiores.

Recientemente, Transitions ha lanzado su nueva generación de lentes, que llegan en septiembre de 2024 a España: Transitions® GEN S™. Con una capacidad de respuesta a la luz insuperable, estas lentes de uso diario ofrecen una visión sin esfuerzo. Diseñadas para seguir el ritmo de un mundo que cambia con rapidez, las lentes ofrecen una protección insuperable: se oscurecen al aire libre en segundos\*, bloquean el 100 % de los rayos UVA y UVB, y filtran hasta el 32 % de la luz azul-violeta en el estado transparente y hasta el 85 % cuando se activan.



Estas nuevas gafas Wayfarer® oval, atrevidas y rebeldes, son el centro de atención y están disponibles en Ray-Ban Change (solo montura); Ray-Ban Change Transitions® (montura y lentes), y Ray-Ban Optics Change (adecuadas para todas las necesidades ópticas) en una variedad de colores translúcidos que se transforman en unas pintorescas rayas sólidas.

Emprende un emocionante viaje a través de la espectacular paleta de colores Transitions® GEN S™. Las lentes están disponibles en ocho colores exclusivos, entre los que se incluye un color totalmente nuevo: rubí. Todos ellos se han optimizado para garantizar una alta fidelidad de los colores en todas las fases, con una gran viveza cromática independientemente de las condiciones de luz. Al ser totalmente transparentes en espacios interiores y adquirir un precioso color al aire libre, las lentes Transitions GEN S™ brindan infinitas posibilidades como complemento perfecto de cualquier look.

La combinación de las monturas Ray-Ban® Change con las lentes Transitions® da como resultado unas gafas realmente dinámicas. Un producto que permite a los consumidores mostrar toda la versatilidad de su personalidad, ofreciendo una apariencia mágica que se adapta a los matices de nuestras vidas y a la diversidad de nuestros estilos, a cada instante. Elegir el color adecuado de lente y montura puede darles un mayor atractivo a las gafas, ya sea al combinar colores para un look cromático de tendencia, al optar por una discreta opción bicolor o al atreverse con una combinación de colores de gran contraste.

# Alain Afflelou presenta 'Adriana con G', un libro que tiene como objetivo visibilizar el uso de gafas en la infancia

Alain Afflelou ha presentado en Madrid el libro 'Adriana con G', un proyecto que surge con el propósito de acompañar a los niños en el proceso de adaptación al uso de gafas. El evento contó con la presencia de Ana Díaz, directora de Formación de Alain Afflelou, Susana Ortega, directora de personas, RSC y de la Fundación Alain Afflelou, así como de la autora del libro, Nuria San Servando Hernández, que explicaron el proyecto.



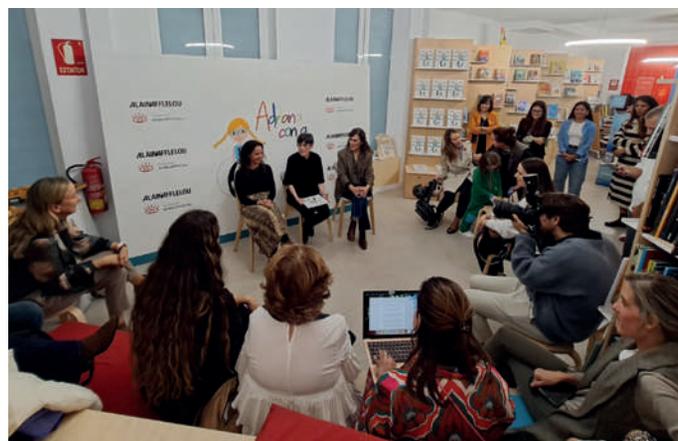
**E**l grupo óptico, comprometido con la salud visual infantil, ha reforzado su apoyo a iniciativas que no solo mejoran la calidad de vida de los más pequeños, sino que también promueven la inclusión y la superación personal.

En palabras de la autora del libro, Nuria San Servando Hernández, “al igual que existen muchos libros sobre otros procesos evolutivos, como dejar el pañal o aprender a comer solo, este nos ayuda a adaptarnos a una nueva vida con gafas. Normalmente encontramos pocas representaciones positivas de personas con gafas en libros, películas u otros medios dirigidos a los niños, lo que puede llevar a que se sientan excluidos o avergonzados por llevarlas. Con Adriana aprenderán a romper esos estereotipos”.

‘Adriana con G’ es un libro que enseña importantes lecciones sobre la aceptación de uno mismo, la superación de los desafíos y la importancia de la diversidad. “Es importante que los niños aprendan a aceptarse a sí mismos tal como son y a no dejarse influenciar por las opiniones negativas de los demás”, explica su autora.

En la actualidad, según datos de la Fundación Alain Afflelou y la Universidad Complutense de Madrid (UCM), uno de cada cinco niños en edad escolar en España padece miopía, una prevalencia cada vez más al alza y que se prevé que alcance el 30% en 2030. “Esta tendencia al alza hace que cada vez sean más necesarias estas herramientas que ayuden a los padres a normalizar una vida con gafas para que sus hijos sigan aprendiendo con normalidad. La visión es un órgano fundamental para el aprendizaje y rendimiento escolar de los más pequeños. Por eso es tan importante revisar su vista cada año”, explica Ana Díaz, directora de Formación de Alain Afflelou, que participó en el evento de presentación.

Alain Afflelou, marca comprometida con la salud visual infantil, realiza cada año, a través de su Fundación, la Campaña Escolar en favor de la salud visual con el objetivo de concienciar a las familias sobre la importancia de realizar revisiones periódicas a sus hijos e hijas para garantizar una buena salud visual y un correcto desarrollo y aprendizaje. “Desde Alain Afflelou estamos muy comprometidos con la salud visual de los más pequeños y ponemos siempre en marcha iniciativas con los objetivos de democratizar el sector, para hacerlo accesible a todos los grupos de población; así como desdramatizar el uso de gafas y audífonos con productos que resulten apetecibles, sobre todo para el caso de los niños, donde ofrecemos colecciones divertidas y llamativas para ellos”, explica Susana Ortega, directora de personas, RSC y Fundación Alain Afflelou.



Al evento de presentación del libro, celebrado en la librería Menudos Infames de Madrid, acudieron numerosos medios de comunicación y niños, que pudieron conocer de primera mano este proyecto de Nuria San Servando Hernández, en colaboración con Alain Afflelou.

# Campaña y colección Dielmar

## Una nueva dimensión de elegancia y sofisticación

En el Hotel Palacio del Gobernador, con el majestuoso escenario de la Torre de Belém, en Lisboa, como telón de fondo, Prooptica ha filmado la nueva campaña de gafas de su colección Dielmar, transportándonos a una nueva dimensión de elegancia, sofisticación y estilo.



Conocida por su excelencia en la sastrería masculina, la marca consigue transportar toda su esencia al universo eyewear, manteniendo su compromiso con la calidad, el diseño atemporal y la distinción que caracteriza el ADN de esta firma de Prooptica.

La nueva colección de gafas de Dielmar trae muchas novedades, presentándose con una elegancia que trasciende generaciones, centrándose en modelos clásicos con un toque contemporáneo que complementan perfectamente el vestuario del hombre moderno y cosmopolita, que valora la tradición y la funcionalidad en su vida diaria.

Las gafas Dielmar destacan por su equilibrio entre comodidad y diseño, lo que las hace ideales para quienes buscan una gafa atemporal, diseñada para ofrecer un ajuste perfecto y una durabilidad inigualable.

Al igual que tus prendas de vestir, cada par de gafas es el resultado de una meticulosa atención al detalle y una cuidadosa elección de los mejores materiales. Con una paleta de colores sobria y elegante –donde predominan los tonos negros, carey y sutiles matices de azules y grises–, las gafas de esta colección están diseñadas para todos los gustos, manteniendo el compromiso con la calidad y el diseño que distingue a la marca.

# VIMAX Adaptative

## La apuesta de PRATS por la Inteligencia Artificial

Basada en la IA, esta solución ha sido concebida para conseguir la adaptación perfecta del usuario a sus lentes, dando respuesta a los pacientes que buscan productos tecnológicamente avanzados y a los ópticos, facilitando su trabajo y asegurando el éxito de las adaptaciones.



VIMAX ADAPTATIVE tiene en cuenta el historial previo del usuario con lentes progresivas, si es la primera vez que las usa o ya es experimentado. También los posibles cambios de graduación, por ejemplo, no es igual una mínima variación que una gran subida de adición. También considera el pasillo de progresión de sus anteriores gafas progresivas ya que influye en su comportamiento visual actual.

Además, VIMAX ADAPTATIVE es la única lente que contempla si el usuario dispone de una segunda gafa ocupacional. En este caso, el algoritmo adapta el diseño, teniendo en cuenta que habrá usos específicos para los que el paciente emplee su segunda gafa, potenciando así aún más las zonas para las que el usuario utilizará sus nuevas lentes.

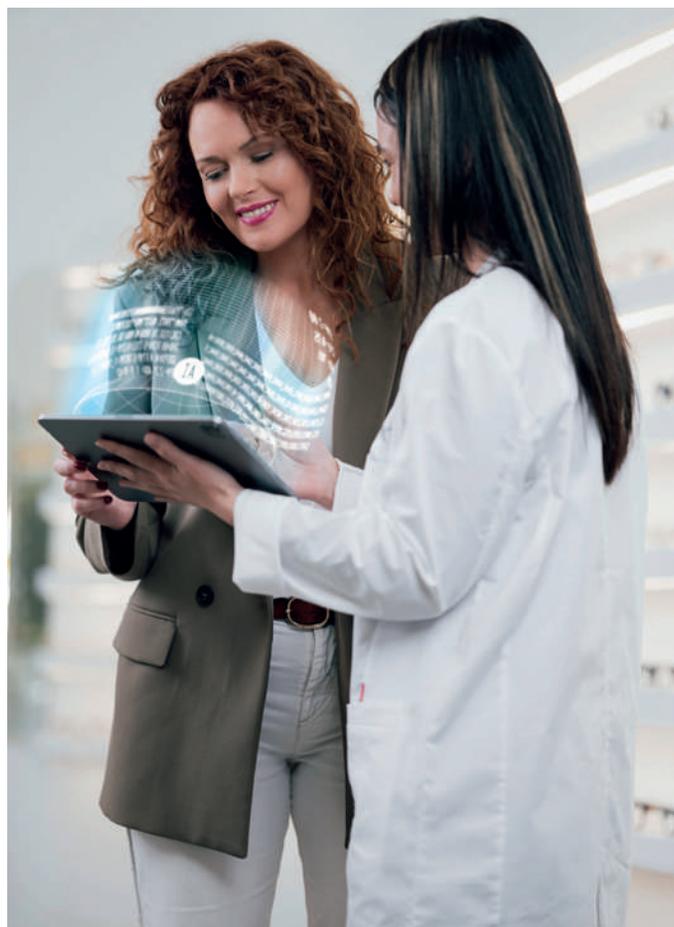
Con todo ello, PRATS ha logrado un proceso sencillo para el óptico, cuyo resultado final es la mejor solución visual posible para el paciente y una adaptación prácticamente garantizada.

**L**os usuarios de lentes progresivas son muy diversos. Sin embargo, tienen algo en común: buscan soluciones personalizadas y avanzadas tecnológicamente. El óptico necesita dar respuesta a la demanda, cada vez más exigente, de sus pacientes, y, para ello, necesita el respaldo de herramientas modernas, con tecnología de vanguardia, que faciliten su trabajo y le aseguren el éxito de las adaptaciones.

De acuerdo con su proverbial lema, 'Focusing on you', con el que resume su dedicación al óptico, con las lentes progresivas VIMAX ADAPTATIVE, PRATS ha simplificado el proceso de adaptación, hasta hacerlo sumamente sencillo para el profesional de la visión.

Gracias a la Inteligencia Artificial, PRATS adecúa el diseño de las lentes ADAPTATIVE a la graduación exacta y a los datos morfológicos del paciente, pero también tiene en cuenta, y ésta es la gran novedad, otros aspectos que influyen directamente en el grado de satisfacción, confort y calidad visual de las lentes.

A partir de muy pocos datos específicos del usuario, que se vuelcan de manera rápida en una web app, la IA desarrolla la lente ideal para ese paciente. La aplicación del Big Data -los últimos 25 años de fabricación y adaptación de lentes- permite a PRATS analizar toda la información y experiencia de que dispone sobre diseños ya empleados, y su grado de satisfacción.



**COSMOS & TINGIS**

Distribuidor oficial

Lois MINIMA JMF JORGE VÁZQUEZ

Necesita:

**DELEGADO COMERCIAL**  
varias zonas

no se requiere experiencia en el sector óptico

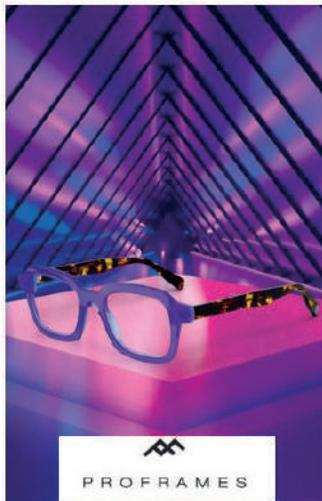
enviar CV | [administracion@cosmos-tingis.com](mailto:administracion@cosmos-tingis.com) | [www.cosmos-tingis.com](http://www.cosmos-tingis.com)

**PROFRAMES DISTRIBUCION OPTICA S.L.**

Busca agente comercial multicartera o exclusivo en diferentes zonas de España, para representación de sus marcas, Made in Italy y Eco friendly.

Interesados contactad a: [comercial@proframes.es](mailto:comercial@proframes.es) o bien llamando al teléfono + 34 680577120

Descúbrenos en [www.proframes.es](http://www.proframes.es)



**VELADA VISIÓN**

Por ampliación de líneas de gafas de sol y monturas, precisa agentes comerciales para varias zonas.

**Se requiere:** experiencia en el sector óptico.

**Se ofrece:** atractivas comisiones, excelente muestrario y buen ambiente de trabajo.

Reserva absoluta a colocados.

Interesados enviar CV a: [javier@grupovelada.com](mailto:javier@grupovelada.com) o llamar al teléfono: 91 647 53 11 o 614 106 986.

**uniprecio**  
Especialistas en óptica

Buscamos agentes comerciales autónomos con ganas de unirse a nuestro equipo en varias zonas de España

**Requisitos:**

- Experiencia comercial (se valorará sector óptico) - Preferible multicartera - Vehículo propio - Habilidades interpersonales y empatía - Creatividad, dinamismo y proactividad - Excelentes habilidades de comunicación tanto verbal como escrita - Sentido de la responsabilidad y de la organización

**Ofrecemos:**

- Plan de formación adecuado (en nuestra Oficina de Ventas), que permitirá una perfecta integración en el puesto - Integración en una empresa sólida y en crecimiento - Introducción constante de nuevas colecciones
- Remuneración por comisión - Gastos a negociar

**Zonas:**

- Castilla y León - Norte España: País Vasco, Navarra, La Rioja y Cantabria - Cataluña

En caso de estar interesado, envíanos tus datos y CV actualizado al correo electrónico: [mar@uniprecios.es](mailto:mar@uniprecios.es)

**¡ÚNETE A NUESTRO EQUIPO!**  
REPRESENTANTE DE VENTAS - SECTOR ÓPTICA

**¿Quiénes somos?**

Somos una empresa de fabricación y distribución de monturas de gafas en Europa, con más de 25 años de experiencia en el sector. Hace 5 años decidimos expandirnos y comenzamos a ofrecer nuestros productos en España. Hoy, contamos con una sede en Málaga donde gestionamos nuestro stock y brindamos un servicio postventa de alta calidad, que es uno de nuestros pilares fundamentales. Durante este tiempo, hemos logrado consolidarnos como proveedores de confianza que ofrecen productos de calidad y un servicio impecable.

Ahora, para seguir expandiéndonos, **buscamos representantes de ventas comerciales con experiencia en el sector óptico multicartera y/o en exclusiva por toda España.**

Si eres una persona orientada a resultados, con habilidades para el trato directo con clientes y experiencia en ventas, te esperamos.

Colaboración estable y a largo plazo bajo condiciones favorables.

Si quieres mejorar tus condiciones de trabajo y unirse a una empresa sólida y en crecimiento, **¡llámanos ya! al 722 333 281 o envía tu CV a [niccoliovannigroup@gmail.com](mailto:niccoliovannigroup@gmail.com)**

**DAY & NIGHT**

Precisa comerciales/representantes para las zonas Centro y Norte, para distribuir la colección de gafas INVU y complementos de Day & Night.

Se requiere experiencia en el sector.

Fijo más comisiones y aportación para gastos.

Interesados llamar al teléfono: **610 423 439** o al email: [info@dayandnightimport.com](mailto:info@dayandnightimport.com) -[www.dayandnightimport.com](http://www.dayandnightimport.com)



**MYCUBE se expande y busca talento comercial para cubrir nuevas zonas en el sector óptico**

Con motivo de su crecimiento, la empresa de distribución óptica MYCUBE está ampliando su plantilla para cubrir diversas zonas del país. Buscan comerciales multicartera que compartan su visión y quieran formar parte de una empresa innovadora en el mundo de la óptica.

**Requisitos:**

- Experiencia en ventas, preferentemente en el sector óptico o de moda
- Actitud proactiva y excelente capacidad de comunicación
- Se valora experiencia previa en el sector

Si quieres unirse al equipo comercial de MYCUBE, puedes enviarles tu CV a [service@mycube.es](mailto:service@mycube.es)

**Se traspasa óptica (incluyendo centro auditivo) en Madrid (zona Santa Eugenia) por jubilación.**

40 años de funcionamiento y totalmente reformada recientemente.

Licencias en regla e inspección de Sanidad al día.

Se traspasa con la maquinaria, producto y gabinete de audiología.

Actualmente operativa y rentable, con amplia cartera de clientes.

Marcas y lentes exclusivas.

Lista para seguir con el funcionamiento normal sin necesidad de inversión adicional.

Interesados enviar correo a: [optica.avance@gmail.com](mailto:optica.avance@gmail.com) o llamar por teléfono al: 619 42 92 12.



evil eye

true  
sport  
eyewear

*Made in Austria*



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

Visión nítida y máxima protección para el deporte. Tus gafas deportivas **evil eye**, también disponibles con tu graduación.

# Varilux® XR series™

La lente progresiva  
personalizada para ti.\*

Desarrolladas con inteligencia artificial, para una nitidez al instante incluso en movimiento.\*\*

\* Las lentes progresivas Varilux® XR Track y Varilux® XR Pro contemplan no solo la prescripción sino también el comportamiento visual de cada individuo, incluyendo el comportamiento visual de cerca, que es una medida patentada tomada en la óptica por una persona cualificada por Essilor. El status de la patente depende de cada país.

\*\* Estudio de consumidores. Eurosyn, Francia, 2022.

© Essilor International (julio de 2023). Essilor® y Varilux® serie XR™ son marcas registradas de Essilor International. Monturas: Persol®, Oliver Peoples®



essilor