

# Look VISION

Nº 225 · MARZO/MARCH - ABRIL/APRIL 2025

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  
evolving  
vision\*

\*Transformando la visión



**VIMAX**®

sensorial expert

# VIMAX SE SYNAPTIC es la tecnología de PRATS que potencia la estimulación sináptica ojo-cerebro para conseguir una visión más clara y natural, de manera instantánea y eficiente.

Gracias a la exclusiva combinación entre tecnologías de frente de onda y nuestra experiencia en el cálculo avanzado de superficies freeform, hemos desarrollado un modelo innovador de corrección visual, más avanzado, preciso y realista.

Las lentes progresivas VIMAX SE SYNAPTIC consiguen la máxima precisión de la imagen y, en consecuencia, la respuesta del sistema visual y del comportamiento neuro-fisiológico de la visión están más integrados. El registro de datos que obtenemos a través de WaveFront<sup>AI</sup> es único, y nos permite diseñar un modelo pionero.

VIMAX SE SYNAPTIC es la única solución que combina los datos de refracción, del frente de onda, la variabilidad del diámetro pupilar, la refracción en cerca, la variación de astigmatismo, el ángulo K, el C.R.O. y la refracción subjetiva. Todos estos datos se integran en el cálculo de las lentes para ofrecer un diseño que proporciona unas imágenes más claras.

**Potencia el crecimiento de tu centro óptico ofreciendo a tus clientes una experiencia sensorial única.**



La tecnología VIMAX SE SYNAPTIC está disponible en exclusiva para los distribuidores Sensorial Expert que dispongan de WaveFront<sup>AI</sup>. Para más información, consulta a tu Responsable de Área PRATS.

by  PRATS

# SAVE THE DATE



SILMO  
showroom

THE ONE DAY EXPERIENCE

**BARCELONA**

**5 DE MAYO 2025**

*ESTACIÓN DE FRANCIA • 10H - 20H*

**¡VEN A DISFRUTAR DE UN DÍA LLENO DE  
REENCUENTROS Y DESCUBRIMIENTOS!**

Este año el SILMO Showroom abre sus puertas en Barcelona.  
30 marcas, prometedoras y reconocidas, brillarán en un ambiente acogedor.

**¡NO TE LO PIERDAS!**

Más información e inscripciones: [silmoparis.com](http://silmoparis.com)



**BLACKFIN**

neomadeinitaly | titanium | eyewear



Marc O'Polo

EST. IN STOCKHOLM

EYEWEAR

 ESCHENBACH



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

10 Editorial.

12 Silhouette The Dawn, una joya del diseño en degradados bicolor: La nueva mirada de gafas al aire.

14 Dutz Eyewear primavera-verano 2025: la nueva masculinidad se viste de color.

16 Entrevista. Luis Figo: La leyenda del fútbol se une con la emblemática firma italiana Lozza para lanzar su primera colección de gafas.

18 Transitions Academy 2025: la firma presenta las tendencias del futuro en su evento anual celebrado en Orlando.

25 MIDO 2025: Innovación, sostenibilidad e inclusión. La feria de Milán aumenta un 9% sus cifras de visitantes.

32 HOYA lanza las lentes de enfoque avanzado VisuPro para pacientes con primeros síntomas de presbicia.

34 Vintage Collection by Etnia Barcelona: Redefine los clásicos atemporales combinando tradición y modernidad.

38 Calvin Klein Eyewear. Vittoria Ceretti, protagoniza su campaña primavera 2025.

39 Presentación de OPTOM Meeting Murcia 2025 ante la industria del sector.

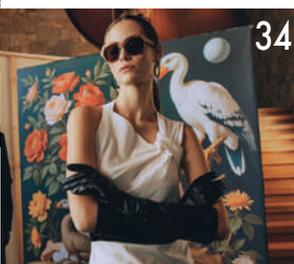
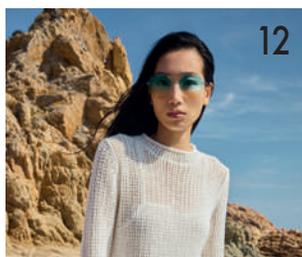
40 Antonio Miro Studio: Esencia minimalista, lujo discreto y elegancia atemporal.

42 El siguiente nivel de evil eye: e-sense next con filtro LST® eVarío.

43 opti 2025: Un potente comienzo del año ferial óptico.

47 Humphrey's eyewear, formas y tamaños con detalles inesperados.

48 Éxito rotundo en la 18ª Convención Vistalia. Innovación y futuro del sector óptico y audiológico.



50 Entrevista. Raül Villalba, creador y CEO de ele.

56 Ópticas y redes sociales: la gestión que nadie quiere hacer, pero que todos necesitamos. Por Txell Valls.

58 Tendencias.

60 Novedades en Sensorial Expert by PRATS con la revolucionaria solución Vimax SE Synaptic.

61 Noticias.

70 Contactología.

72 HOYA Vision Care responde al creciente problema global de la miopía alta con nuevas soluciones para preservar la salud visual de los niños.

73 Quebramar, manteniendo el ADN Náutico e invirtiendo en el segmento Sport.

74 lool: Innovación, ligereza y resistencia.

75 ZEISS Vision Care lanza las jornadas "ZEISS Contigo".

76 Silmo Estambul: Más de 850 expositores mostraron sus innovaciones al sector óptico turco e internacional.

78 Carmina Gasco, asociada de Opticalia Paiporta, Sedaví y Catarroja.

79 ele 3D eyewear crea una nueva paleta de colores diseñada para cada tipo de piel.

80 Cione presenta su Plan Estratégico 2024-2027 para seguir apoyando a los ópticos independientes en su labor profesional.

81 Agenda de anuncios.

# contents

Nº 225 · MARZO/MARCH - ABRIL/APRIL 2025

10 Editorial.

12 Silhouette The Dawn, a jewel of design in two-tone gradients: The new look of airless eyewear.

14 Dutz Eyewear spring-summer 2025: the new masculinity wears color.

16 Interview. Luis Figo: The football legend joins forces with the iconic Italian brand Lozza to launch his first eyewear collection.

18 Transitions Academy 2025: the company presents the trends of the future at their annual event held in Orlando.

25 MIDO 2025: Innovation, sustainability and inclusion. The Milan trade fair increases their visitor numbers by 9%.

32 HOYA launches VisuPro advanced focus lenses for patients with early signs of presbyopia.

34 Vintage Collection by Etnia Barcelona: Redefining timeless classics by combining tradition and modernity.

38 Calvin Klein Eyewear. Vittoria Ceretti, stars in their spring 2025 campaign.

39 Presentation of OPTOM Meeting Murcia 2025 to the industry.

40 Antonio Miro Studio: Minimalist essence, discreet luxury and timeless elegance.

42 The next level of evil eye: e-sense next with LST eVario filter.

43 opti 2025: A strong start to the optical trade fair year.

47 Humphrey's eyewear, shapes and sizes with unexpected details.

48 Resounding success at the 18th Vistalia Convention. Innovation and the future of the optical and audiological sector.



43



47



50



60



72



73



74



76



78



80

50 Interview. Raúl Villalba, creator & CEO of ele.

56 Optics and social networks: the management that nobody wants to do, but we all need. By Txell Valls.

58 Trends.

60 News in Sensorial Expert by PRATS with the revolutionary solution Vimax SE Synaptic.

61 News.

70 Contactology.

72 HOYA Vision Care responds to the growing global problem of high myopia with new solutions to preserve children's visual health.

73 Quebramar, maintaining the Nautical DNA and investing in the Sport segment.

74 lool: Innovation, lightness and resistance.

75 ZEISS Vision Care launches 'ZEISS Contigo' days.

76 Silmo Istanbul: More than 850 exhibitors showcased their innovations to the Turkish and international optical sector.

78 Interview. Carmina Gasco, associate of Opticalia Paiporta, Sedavi and Catarroja.

79 ele 3D eyewear creates a new color palette designed for every skin type.

80 Cione presents their Strategic Plan 2024-2027 to continue supporting independent opticians in their professional work.

81 ADS Agenda.

Lozza x *LF* L U Í S F I G O





**NUESTRA PORTADA:** Acompañando y reforzando la campaña de Essilor en las principales cadenas de televisión y redes sociales con sus innovadoras lentes progresivas Varilux XR series, durante marzo y abril, es también protagonista de Nuestra Portada. Estas lentes, desarrolladas mediante inteligencia artificial, llevan la personalización al siguiente nivel, haciendo de ellas las lentes progresivas definitivas, personalizadas al máximo para el usuario y proporcionándole una nitidez instantánea incluso en movimiento. Unas lentes que no sólo tienen en cuenta la prescripción de cada persona, sino también su comportamiento visual.

# LookVISION

Nº 225 · MARZO/MARCH - ABRIL/APRIL 2025

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**

Déposito legal: M-24975-2001

editorial

## Celebradas las ferias opti Múnich y Mido Milán, nos esperan otros dos eventos relevantes: SILMO Showroom Barcelona y OPTOM Meeting Murcia

El año óptico comenzó en opti Munich, del del 31 de enero al 2 de febrero, que se mostró una edición más como una de las ferias más importantes del continente europeo recibiendo a un total de 21.105 visitantes de todo el mundo, que pudieron disfrutar de las novedades presentadas por 330 expositores procedentes de 23 países. Bajo el lema #weareopti, demostró lo bien que funciona como plataforma para la innovación, el diálogo, las tecnologías orientadas al futuro y las tendencias, así como el gran entusiasmo que despierta opti en todo el sector.

Una semana después, MIDO, la feria internacional de óptica de Milán, abrió sus puertas del 8 al 10 de febrero para mostrar lo mejor de la industria óptica. Batiendo un nuevo récord de asistentes, MIDO 2025 se reafirmó como una de las ferias líderes del sector recibiendo a más de 42.000 visitantes de 168 países de todo el mundo, lo que supone un crecimiento del 9% en asistencia, con respecto a cifras de la edición anterior. En cuanto a stands, la feria contó con 1.200 expositores, en los que los visitantes pudimos descubrir las últimas innovaciones, tendencias emergentes y creatividad de vanguardia.

Los buenos datos de asistencia en ambas ferias confirman el impulso de un sector en continuo crecimiento.

En nuestro país, los próximos meses también vienen potentes en cuanto a eventos, así, el próximo 5 de mayo, la organización de SILMO, la feria internacional de óptica de París, organiza en la ciudad de Barcelona uno de sus Silmo Showrooms, una jornada rica de encuentros para profesionales del sector óptico en la que podrán conocer nuevas colecciones e innovaciones de empresas y marcas internacionales. Este año, la Estació de França será el espacio elegido para acoger el evento.

Por otro lado, en el mes de junio, los días 20 y 21, en el Auditorio de Congresos "Víctor Villegas" de la ciudad de Murcia, se celebrará el próximo OPTOM Meeting Murcia con el lema "Protocolos clínicos en atención optométrica. Estrategias para la excelencia en la atención clínica", un congreso organizado una vez más por el Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas (CGCOO), con la colaboración especial del Colegio Oficial de Ópticos-Optometristas de la Región de Murcia (COORM), avalado por la Sociedad Española de Optometría (SEO) y con la colaboración de la Fundación Salud Visual (FUNSAVI). Los congresos OPTOM Meeting, que organiza cada dos años el Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometrista (CGCOO), se han convertido tras cinco ediciones anteriores en uno de los encuentros científicos-profesionales más esperados en el campo de la optometría y la óptica oftálmica a nivel nacional. "Durante estos días de OPTOM Meeting 2025, que se desarrollará en el Auditorio y Centro de Congresos "Víctor Villegas" de Murcia, abordaremos retos y avances y, como núcleo del evento científico del congreso, este estará dedicado a los "Protocolos clínicos en atención optométrica: estrategias para la excelencia en la atención clínica", un ámbito esencial para nuestro progreso profesional que debe estar enfocado en la evidencia científica. Destacar que, con el fin de mejorar la eficacia de nuestro ejercicio profesional, durante el congreso desarrollaremos protocolos de actuación para fundamentar nuestra práctica clínica diaria sobre las mejores bases científicas disponibles: protocolos relacionados con múltiples ámbitos, desde las pautas de prescripción en diferentes grupos poblacionales, hasta las adaptaciones de lentes de contacto especiales," ha explicado Juan Carlos Martínez Moral, Presidente del CGCOO y presidente de OPTOM Meeting Murcia 2025.

Además de todos los eventos del 2025, el próximo año vuelve Expooptica, el Salón de la Óptica, la Optometría y la Audiología organizado por IFEMA Madrid, con nuevas fechas y horarios: se celebrará del jueves 9 al sábado 11 de abril de 2026 en horario de 10:00 a 20:00. Estos cambios, trasladándose a días laborables pretenden reforzar el carácter profesional de la feria, ofrecer un ambiente más especializado y facilitar la asistencia.

Como siempre, la Revista Lookvision está y estará presente en todos los eventos de referencia del sector para informaros de primera mano en nuestra web: [www.lookvision.es](http://www.lookvision.es), redes sociales y en las páginas de esta, vuestra revista.

2024 / 2025

# URBAN CLARITY

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)

ANNE MARI

**SOLANO**

JENS HAGEN

**SOLANO**

high-end performance

# Silhouette®

## The Dawn, una joya del diseño en degradados bicolor: La nueva mirada de gafas al aire

Inspirada en la luminosa esencia del sur de Francia, la reinventada colección The Dawn redefine el concepto de las gafas al aire. Una audaz propuesta de diseño que presenta contornos vanguardistas y una paleta de colores hipnotizante, con el innovador debut de los tintes bicolor de Silhouette.



Más que unas gafas al aire: The Dawn reinventa el romanticismo moderno en un viaje expreso hacia nuevos horizontes.

**D**iseñada para los minimalistas de espíritu innovador, esta colección de cuatro formas retro inspiradas en los años 70 combina sofisticación y ligereza, prometiendo una estética refinada y un auténtico joye de vivre del siglo XXI.

A medida que la cultura evoluciona, también lo hacen las formas. El nuevo modelo "Pantor" es un híbrido revolucionario que fusiona el audaz doble puente del aviador con el look intelectual del panto.

Los colores influyen en el estado de ánimo. Los cuatro tonos de lentes han sido cuidadosamente seleccionados para equilibrar energía y calma, evocando la fusión entre la tierra y el mar. Albaricoque y rosa elevan la vitalidad y el optimismo, mientras que menta y azul frío aportan una sensación de paz y serenidad.

Adicionalmente, la colección cuenta con 8 formas clásicas y atemporales que se renuevan con un acabado en titanio de color mate sedoso en los detalles y en las varillas. Entre los nuevos tonos, Arctic Fur y Deep Fuchsia destacan por su elegancia femenina, mientras que Graphite y Emerald Green encarnan la fuerza y el carácter técnico de la masculinidad contemporánea.

Más información en: [www.silhouette.com](http://www.silhouette.com)  
[www.facebook.com/silhouette](https://www.facebook.com/silhouette)  
[www.instagram.com/silhouetteeyewear](https://www.instagram.com/silhouetteeyewear)



Las nuevas Silhouette The Dawn, sofisticadas y ligeras, se presentan en unas formas retro y otras clásicas y atemporales en unos tonos de lentes seleccionados para equilibrar energía y calma.



**A Breakthrough in Sustainable Eyewear - Empowered by Lightness.**

Silhouette introduces the first-ever eyewear collection made with bio-circular material.

# Dutz Eyewear primavera-verano 2025

## La nueva masculinidad se viste de color

Dutz Eyewear redefine el diseño óptico masculino con su nueva colección Spring/Summer 2025, una apuesta por la fuerza del color, la innovación en materiales y la autenticidad en cada detalle.

Inspirada en las últimas tendencias de moda y en la naturaleza, la firma holandesa presenta una paleta cromática que equilibra la elegancia clásica con matices inesperados, texturas profundas y contrastes audaces.

Los modelos masculinos de Dutz SS25 juegan con volúmenes, transparencias y patrones gráficos para transformar las gafas en un símbolo de estilo y personalidad. Estas son las claves cromáticas que dominarán la temporada:



Chunky Square – El modelo DZ2351-65-55 adopta una estructura geométrica robusta en rojo intenso y verde oliva, con detalles en habana para un toque de sofisticación equilibrada.



Rugged & Earthy – La conexión con la naturaleza se refleja en el modelo DZ881-45, que mezcla azul marino con un llamativo efecto madera en tonos marrón y rojo, fusionando lo clásico con lo orgánico.



Moonlit Grey – La dualidad entre lo sutil y lo impactante toma forma en el modelo DZ883-85, una montura de acero inoxidable en dos tonos de gris con un inesperado acento en naranja vibrante, un sello distintivo de la firma.



Gleam Green – Inspirado en los matices de la biosfera, el modelo DZ2356-85 combina verde salvia, beige y gris cálido en un patrón de franjas esculpidas, logrando un equilibrio entre modernidad y sofisticación.



Glossy Black – Un homenaje a la elegancia atemporal con un toque gráfico: el modelo DZ2359-45 fusiona rayas en blanco y negro con capas translúcidas de azul y mostaza, equilibrando el encanto retro con una estética contemporánea.

Cada una de estas propuestas responde a la filosofía So Dutz, en la que el color no solo es tendencia, sino un lenguaje que define la identidad de cada persona. Dutz Eyewear, marca distribuida en España por MyCube, reafirma su compromiso con el diseño óptico como una forma de expresión, donde el detalle, la calidad y la innovación son los verdaderos protagonistas.

### SOBRE MYCUBE

MYCUBE es una empresa de distribución óptica de firmas internacionales y nacionales. Sus partners internacionales son Dutz Eyewear y Lara D' Eyewear. A nivel nacional, cuentan con su propia firma de gafas de km0, löla, y su innovadora colección de monturas en impresión 3D con alma y estructura metálicas, etc.

Para descubrir estas marcas únicas y audaces, visita: [mycube.es](https://www.mycube.es)

# DUTZ

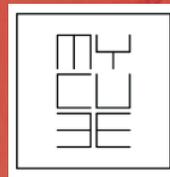
E Y E W E A R

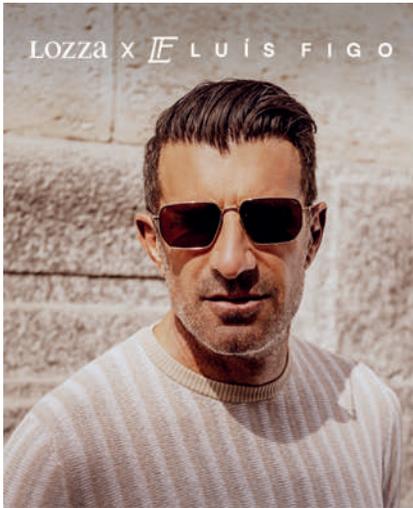


novedades en [mycube.es](https://mycube.es)

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

911469922





# LOZZA X LUIS FIGO

## La leyenda del fútbol se une con la emblemática firma italiana para lanzar su primera colección de gafas

Durante la pasada edición de MIDO, que tuvo lugar del 6 al 8 de febrero, tuvimos la oportunidad de entrevistar a Luis Figo, con motivo del lanzamiento de su primera colección de gafas realizada por la firma italiana LOZZA, distribuida por Grupo De Rigo.

**L**uis Figo (Lisboa, 1972) desarrolló su carrera deportiva como futbolista en equipos como el Sporting, en el que debutó en 1995, pasando también por el F.C. Barcelona, el Real Madrid y el Inter de Milán, en el que se retiró del fútbol en 2009. El exfutbolista es consejero y embajador de la UEFA desde 2017 y además está volcado en su faceta de empresario; así, junto con su socio el empresario italiano Gandolfo Albanese, ha creado su propia marca de moda: Luis Figo Brand, que combina la elegancia y el estilo italianos con la atención al detalle y una meticulosa artesanía.



La primera colección de gafas LOZZA X LUIS FIGO combina el know how de la histórica firma con la creatividad y el carisma de Luis Figo, dando lugar a una colección sorprendente compuesta por siete modelos, cinco de sol y dos de vista con clip-on que reflejan la elegancia y el estilo italiano.

Como extensión de su marca de moda, Figo se lanza ahora, de la mano de LOZZA y Grupo De Rigo al mundo del diseño de gafas, con una colección que combina la sofisticación eterna del Made in Italy y el estilo deportivo. Un cruce entre mundos distintos, pero unidos por la misma pasión por la excelencia y la constante búsqueda de la perfección en los detalles.

En esta colección cápsula se aúnan la maestría de Lozza con la creatividad y el carisma de Luis Figo, dando lugar a una colección sorprendente compuesta por siete modelos, cinco de sol y dos de vista con clip-on, que toman inspiración en una estética vintage reinterpretada con toques modernos. Las monturas na-

rran la historia del diseño italiano con líneas audaces, detalles refinados y materiales innovadores. Los frentes y las varillas están enriquecidos con el monograma LF, y acompañados por dos detalles en forma de "L". Además, está combinado con el icónico adorno de cinco líneas que representa las letras de Lozza. Algunos detalles a destacar: el clip-on metálico que presenta un elegante perfil trabajado y algunas variantes incluyen lentes polarizadas y una bisagra flex integrada para garantizar el máximo confort. Todos los modelos están personalizados con el logo Lozza x LF Luis Figo grabado en la varilla izquierda y vienen acompañados de un elegante estuche negro.

Durante el transcurso de MIDO 2025, el ex futbolista luso presentó al sector óptico en la feria esta colección cápsula de gafas, que fue celebrada durante la noche del sábado 8 de febrero en una exclusiva fiesta en el Palazzo Serbelloni. La Revista Lookvision aprovechó su asistencia a la feria internacional de óptica de Milán, para realizar una entrevista al exfutbolista y ahora empresario, en la que hablamos de su firma de moda y del lanzamiento de su esperada colección de gafas.

*Sabemos que tiene su propia marca de moda y complementos inspirada en el estilo y la elegancia italiana ¿Qué le ha impulsado a crear su propia marca de moda e introducirse en el mundo del diseño masculino?*

Surgió por amistad con mi socio, que siempre trabajó en el mundo de la moda y a mí, lógicamente, me gusta la moda, pero esto, además, es un proyecto empresarial, no un hobby. Empezamos hace dos años a montar la empresa y trabajar en el proyecto hasta llegar aquí. Hace poco estuvimos en el salón más importante del sector de la moda masculina Pitti Uomo en Florencia. Ahora, presentamos este proyecto de colaboración con Lozza, un sueño hecho realidad que para nosotros representa todo un orgullo al estar asociados con una marca histórica en el mundo de las gafas. Estoy muy feliz por el resultado final de la colección y con su presentación en MIDO.

*¿Cómo surgió la idea de crear una colección de gafas con LOZZA de la mano de Grupo De Rigo?*

Como somos una marca de total look y nos faltaba esta parte de accesorios del sector eyewear para completar la colección y surgió el contacto con Lozza, mostraron su disponibilidad y a partir de ahí tuvimos varias conversaciones y comenzamos con el trabajo. Hemos puesto mucha dedicación y esfuerzo para crear estos modelos de gafas de los que estamos muy orgullosos



Mari Carmen Rodríguez, redactora de Lookvision, el equipo de la revista y Pau Fonts, Regional Sales Director Western Europe Grupo De Rigo, durante la entrevista con Luís Figo en MIDO.

**¿Qué es lo que más le gusta del estilo de Lozza y qué valores comparte con la marca?**

Que Lozza es una marca histórica con mucho prestigio internacional. Esta, como todas las marcas que tiene el Grupo de Rigo, destaca por la calidad de fabricación, el estilo... todas estas características y valores de la marca encajan perfectamente con lo que buscamos también con nuestra marca y con la visión de nuestro estilo, así que estamos supercontentos con el resultado final.

*“Este proyecto de colaboración con Lozza, es un sueño hecho realidad. Para nosotros representa todo un orgullo, al estar asociados con una marca histórica en el mundo de las gafas. Estoy muy feliz por el resultado final de la colección y con su presentación en MIDO”.*

**¿Qué materiales predominarán en las gafas y qué cualidades destacarías de ellas: estilo, colores...?**

La colección está formada por 7 modelos de sol en diferentes colores, en acetato y titanio. Las formas son diversas: unas más redondas y otras más cuadradas... También hay dos modelos de vista. Todas ellas tienen un estilo vintage, clásico, muy identificado conmigo y orientado y adaptado a la parte más comercial del mercado.

**¿A quién va dirigida la colección?**

Mayoritariamente va dirigida al público masculino, especialmente a un hombre que le guste la calidad, la atención al detalle, que sea viajero, actual, elegante y con mucho estilo. Pero dependiendo del modelo, algunos de ellos también pueden ser unisex.

**¿Qué reconocimiento espera conseguir con esta colección (Luís Figo x LOZZA) en Portugal y en España?**

En ambos mercados espero que tenga una gran acogida no sólo por la gran red de distribuidores importantes y puntos de venta del Grupo de Rigo y de las principales ópticas de España y de Portugal, sino porque creo que la colección gustará al mercado, por ser un producto de mucha calidad como todo lo que hace Lozza, con estilo y hecho al detalle. Espero que sea un éxito.

**¿Qué mensaje le gustaría dar al público objetivo de su marca tanto de Portugal como de España?**

Que lo vean, que lo prueben y si les gusta el estilo que lo compren. Creo que sí, que va a gustar. Es un proyecto que no termina aquí, vendrán más novedades al respecto.

Estamos muy orgullosos e ilusionados con lo que hemos creado. Una colección que sirva tanto para quienes necesitan gafas para ver como para quienes quieren proteger sus ojos del sol. Es una colección cápsula que tendrá continuidad en el tiempo.



El exfutbolista y ahora empresario Luís Figo, ha trabajado estrechamente con el equipo creativo de LOZZA y De Rigo para crea su primera colección en el mundo del eyewear.

# Transitions® Academy 2025

La firma presenta las tendencias del futuro en su evento anual celebrado en Orlando

Transitions celebró, del 2 al 4 de febrero, su evento anual Transitions Academy, que en esta edición 2025 reunió a más de 1.200 profesionales del sector óptico y medios de comunicación, entre ellos la Revista Lookvision, procedentes de 56 países, en el hotel JW Marriot Grande Lakes de Orlando. Bajo el lema 'Hey Future!' - "¡Hola, Futuro!", el evento tuvo como objetivo profundizar en el papel de las lentes Transitions en la transformación que está experimentando y que seguirá la industria óptica en los próximos años.



**D**urante los tres días que duró el evento, los asistentes pudimos disfrutar de ponencias de la mano de prestigiosos expertos en salud ocular, diversos líderes de EssilorLuxottica y grandes visionarios en innovación, en las que se ahondó en cómo las nuevas tecnologías están dando forma al futuro de la visión. Además, tras las ponencias, también hubo momentos para intercambiar impresiones con el resto de asistentes y el networking.

"Este año llevamos la experiencia a otro nivel, capacitando a los profesionales del cuidado visual para que no solo sean testigos de la transformación de la industria óptica, sino también protagonistas de su evolución". Con estas palabras, Chrystel Barranger, presidenta de la división de soluciones profesionales en EMEA y Asia, y presidenta de Transitions® Optical, marcó el tono de la edición 2025 de Transitions® Academy.

"Moldea el futuro con Transitions® GEN S™, el nuevo estándar en lentes que ofrece mejor calidad visual y una velocidad de adaptación superior a las lentes tradicionales<sup>1</sup>. Impúlsalo con innovaciones revolucionarias en tecnología de wearables, como la nueva colección Ray-Ban Meta y Nuance Audio, una solución sin precedentes para la pérdida auditiva leve integrada en unas gafas, ambas potenciadas por las lentes dinámicas Transitions®. Llévalo aún más lejos con los últimos avances en exámenes visuales, impulsados por la tecnología médica y la inteligencia

artificial. Transitions® Academy es el punto de partida ideal, un símbolo del poder de la colaboración. Durante 28 años, hemos transformado la industria, abrazando la Light Intelligence y creando valor con una nueva categoría de lentes. Ahora, es momento de unirnos y hacerlo de nuevo", afirmó Chrystel Barranger en su discurso inaugural.

## **Celebrando Transitions® GEN S™: la revolución en lentes**

Uno de los momentos clave del evento fue la celebración del primer aniversario de Transitions® GEN S™, unas lentes que han marcado un antes y un después en la industria. Fruto de cinco años de investigación, Transitions® GEN S™ representa la combinación perfecta de velocidad, estilo e inteligencia: lentes ultrarrápidas al adaptarse a la luz, ocho colores vibrantes para una personalización única y mejor calidad visual para el día a día. Durante la Academy, los testimonios de pacientes y profesionales del cuidado visual reafirmaron el impacto transformador de Transitions® GEN S™, no solo en la experiencia de los usuarios, sino también en el desarrollo y crecimiento de las clínicas ópticas.

El profesor Pablo Artal, director del Laboratorio de Óptica de la Universidad de Murcia, presentó nuevos resultados clínicos que confirman que Transitions® GEN S™ proporciona una mejor calidad visual y una adaptación más rápida en comparación con las lentes transparentes tradicionales en condiciones variantes de luz en entornos reales.

Los ensayos clínicos, realizados mediante un estudio aleatorizado, doble ciego y controlado, evaluaron el rendimiento de Transitions® GEN S™ frente a la generación anterior y a las lentes transparentes estáticas, tanto en jóvenes adultos como en personas con presbicia. En el caso de los jóvenes adultos, los resultados demostraron que la recuperación visual al pasar del exterior al interior es 2,5 veces más rápida con Transitions® GEN S™ en comparación con las lentes estáticas transparentes. Además, los usuarios lograron una recuperación visual completa 30 segundos antes tras volver a un ambiente interior.

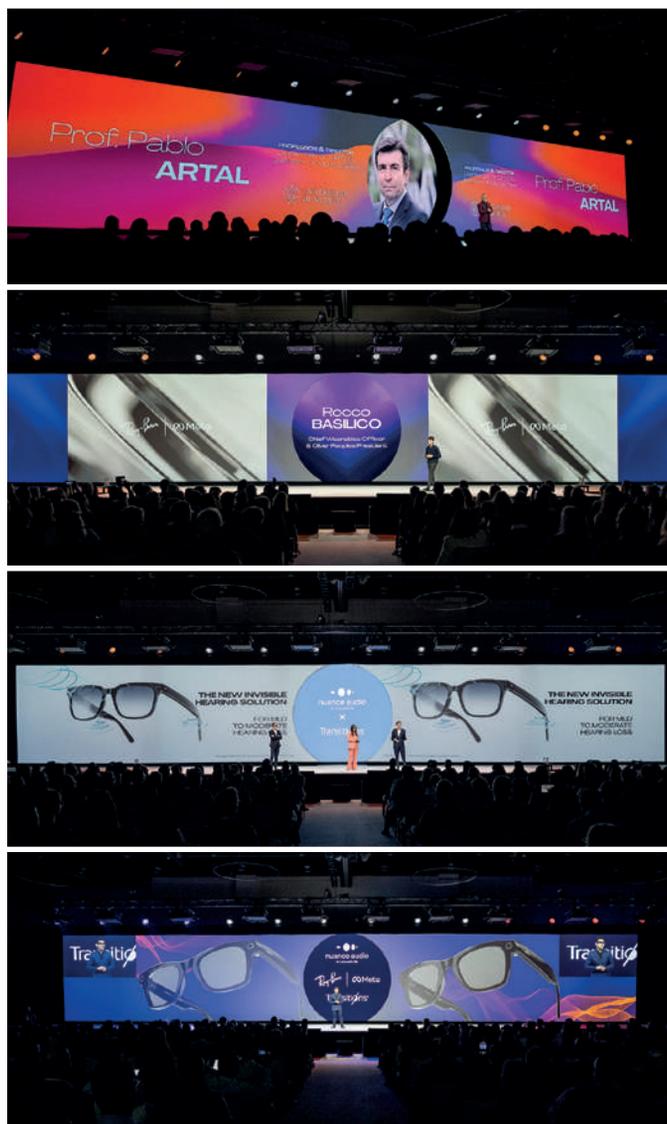
Además, los asistentes tuvieron la oportunidad de conocer de primera mano cómo los expertos clínicos evalúan el rendimiento de las lentes Transitions®. Por primera vez, el profesor Mark Rosenfield, del College of Optometry de la State University of New York, subió al escenario para destacar la importancia de integrar la modulación de la luz en los exámenes visuales, con el objetivo de cubrir todas las necesidades de visión. Por su parte, el Dr. Chris Lievens, del Southern College of Optometry, compartió su experiencia en la práctica clínica, resaltando cómo Transitions® GEN S™ ha revolucionado el cuidado de sus pacientes. Además, animó a los profesionales de la visión a recomendar lentes dinámicas a todos sus pacientes, enfatizando que en el mundo actual es imprescindible contar con tecnología que se adapte a los cambios de luz, a diferencia de las lentes estáticas.

Además, en el Transitions® Vision Corner, los profesionales del cuidado visual vivieron una experiencia sensorial 360°, donde pudieron probar de primera mano las ventajas de las lentes Transitions® GEN S™ frente a las lentes estáticas transparentes. Esta experiencia inmersiva, inspirada en los estudios clínicos realizados por la compañía, permitió a los asistentes comprender de forma inmediata los beneficios de la modulación de la luz en la visión diaria.

Con respecto al rendimiento de las nuevas lentes Transitions® GEN S™ en el mercado europeo, y en concreto, en el mercado español, pudimos conversar, tras las ponencias con Oscar Burgueño, Business Development Director de Transitions Optical y con Laurent Dosseville, Commercial Director Transitions EMEA.

“El feedback que recibo de los ópticos-optometristas es increíblemente positivo y el nivel de satisfacción es casi total y esto se debe principalmente a tres factores: el primero es el rendimiento del producto; los ópticos son plenamente conscientes del increíble rendimiento de las lentes GEN S. El segundo es la gama completa de colores y opciones de estilo que ofrece y el tercer factor es que queremos progresar en cómo Transitions GEN S puede mejorar la calidad y el rendimiento de la visión de los pacientes y esto también es muy importante porque es un enfoque médico bastante nuevo en Transitions y que queremos impulsar en los próximos años”, nos explicó Oscar Burgueño, Business Development Director de Transitions.

Por su parte, Laurent Dosseville, Commercial Director Transitions EMEA, señaló: “En España lanzamos GEN S en septiembre del año pasado y en los meses siguientes (octubre, noviembre y diciembre) ya notamos cierta aceleración en el mercado. Es un poco pronto para hablar de ello, porque la penetración de Transitions en el mercado español siempre ha ido un poco por detrás de otros mercados, simplemente por la naturaleza misma de los ECPS allí y porque en él, la venta de gafas de sol tiene un peso muy importante. Ahora eso está cambiando y cada vez más los ópticos-optometristas están entendiendo la necesidad de la gestión de la luz y de tener un sistema que la module en frente del ojo. El concepto de Transitions en términos de innovación es asegurar de que modulamos la luz para garantizar los beneficios de una mejor visión.



**Transitions Academy tuvo como objetivo profundizar en el papel de las lentes Transitions en la transformación que está sufriendo la industria óptica a través de diferentes formaciones y ponencias de la mano de expertos de prestigio a nivel mundial y diversos líderes de EssilorLuxottica.**

Este nuevo sistema de modulación de la luz garantiza que proporcionamos los beneficios de la mejor visión equitativa en diferentes condiciones de luz. Hemos probado algunos enfoques comerciales en el mercado basados en la formación, asegurándonos de que podemos apoyar a los profesionales de la visión en la recomendación de lentes Transitions y hemos visto un aumento del volumen del 25% en el mercado español en 2024. Esto es un símbolo de que el mercado está preparado”.

Con respecto al papel de este evento a nivel mundial, Oscar Burgueño, resaltó el importante papel de Transitions Academy en dos puntos, por un lado, el enfoque de la compañía en términos de educación y cómo invierte en la formación de los profesionales ópticos-optometristas y, por otro, en cómo Transitions invierte también en desarrollar la categoría en la categoría de lentes fotocromáticas o dinámicas. “Creo que este es un punto importante, no sólo porque desarrollamos nuevos productos, sino porque intentamos educar para ampliar la categoría. Transitions es un éxito mundial. A nivel de mercado, las lentes dinámicas representan solo el 10% y el 90% lo componen las estáticas, actualmente nosotros podemos decir que lideramos el desarrollo de esta categoría”.



Los asistentes a este evento anual, entre ellos la redactora de Lookvision Mari Carmen Rodríguez, disfrutamos también de una “Brand Experience”, donde tuvimos la ocasión de conocer y experimentar los beneficios de las lentes Transitions y su integración con otros productos de la compañía como Ray-Ban Meta o Nuance Studio, además de mostrar diferentes herramientas que ayudarán a su venta en la óptica.

### Las gafas y la tecnología de wereables : el futuro es ahora

La Transitions® Academy puso el foco en el futuro de las gafas y la tecnología de wereables, con ponencias que destacaron cómo las gafas inteligentes podrían volverse tan versátiles que, en un futuro, podrían sustituir a los dispositivos conectados tradicionales.

Rocco Basilio, responsable de la división de tecnología de wereables y presidente de Oliver Peoples en EssilorLuxottica, habló sobre la evolución de la tecnología portátil y, en particular, sobre la colaboración entre Ray-Ban y Meta. Durante su intervención, mostró ejemplos prácticos de Ray-Ban Meta en acción, como la traducción de idiomas en tiempo real, informes meteorológicos y tutoriales DIY, demostrando el enorme potencial de las gafas inteligentes en la vida cotidiana.

Los líderes de Ray-Ban Meta destacaron cómo las lentes Transitions® han supuesto un antes y un después para la marca, resaltando cómo su tecnología dinámica mejora la experiencia del usuario gracias a su adaptación en tiempo real. Esta innovación permite a los usuarios disfrutar plenamente de todas las ventajas de las gafas inteligentes, sin renunciar a la funcionalidad superior de unas gafas de vista graduadas tradicionales.

### El sonido y la visión se unen: lanzamiento de Nuance Audio

Los líderes de EssilorLuxottica anunciaron la aprobación de la FDA y la certificación en la UE para Nuance Audio, marcando el inicio de una nueva categoría revolucionaria en el sector de la tecnología médica. Nuance Audio Hearing Aid Software es el primer software de ayuda auditiva aprobado por la FDA en Estados Unidos bajo el formato “Software as Medical Device” (SaMD). Esta innovadora solución ofrece un sistema de audición abierto completamente integrado en unas gafas inteligentes de diseño, combinando funcionalidad y estética. Tras décadas de barreras para la adopción de este tipo de tecnologías, ya sea por cuestiones de comodidad o visibilidad, los consumidores podrán, por primera vez, ver y oír con total claridad en un solo producto que aúna elegancia y tecnología avanzada.

Stefano Genco, responsable global de Nuance Audio, presentó el lanzamiento de Nuance Audio, una innovación que alcanza su máximo potencial cuando se combina con lentes Transitions®, estableciendo un nuevo estándar en gafas médicas inteligentes al integrar de manera fluida visión y audición en un solo dispositivo. Durante la presentación, el profesor Frank Lin, de la Universidad de Georgia, destacaron la relación esencial entre audición, visión y cognición, subrayando el impacto de estas funciones en la salud general. Esta innovación sin precedentes, Nuance Audio con Transitions®, ofrece una experiencia multisensorial superior, mejorando significativamente la calidad de vida de los usuarios.

### La nueva era del cuidado visual

La Transitions® Academy profundizó en cómo las tecnologías médicas y la inteligencia artificial están redefiniendo el futuro del cuidado visual, permitiendo mejores resultados para los pacientes y un sistema sanitario más eficiente e integral. Las herramientas de IA, como las pruebas de detección de retinopatía diabética, están ayudando a preservar la visión y a reducir costes médicos. Por otro lado, la terapia de fotobiomodulación está facilitando la detección temprana y el tratamiento de enfermedades crónicas. La investigación en terapia lumínica avanzada sigue evolucionando para ampliar sus beneficios médicos, abordando una amplia gama de problemas de salud, desde trastornos cognitivos hasta migrañas y alteraciones del sueño.

Además, la teleoptometría y la tecnología ponible, incluidas las gafas inteligentes, están mejorando el acceso al cuidado visual, permitiendo un seguimiento remoto y una atención oportuna, especialmente en comunidades con recursos limitados. El poder regenerativo del ojo está dejando de ser un concepto teórico para convertirse en una realidad tangible.

### La tienda del futuro: personalización, innovación y experiencias híbridas físico-digitales

La Transitions® Academy ofreció un adelanto del futuro del comercio minorista, donde la personalización y la innovación son las protagonistas. Las nuevas tecnologías, como los asesores de monturas mediante IA y los espejos de realidad aumentada, están revolucionando la experiencia del consumidor. Al mismo tiempo, las generaciones Millennial y Gen Z lideran la demanda de gafas a medida, con opciones como lentes personalizadas y grabados exclusivos. Las innovaciones en tienda, como el escaneo facial con IA y la realidad aumentada, crean experiencias inmersivas e interactivas, mientras que una estrategia omnicanal fluida permite a los clientes pasar sin esfuerzo de la búsqueda online a la elección en tienda.



Además de la formación, en Transitions Academy también hubo momentos para el ocio y el networking, con actividades al aire libre, donde pudimos disfrutar del maravilloso entorno del hotel JW Marriot Grande Lakes y cenas de convivencia en las que intercambiar impresiones con otros colegas del sector.

Se presentó la nueva Transitions® Color Match™, una herramienta digital de vanguardia que permite a los consumidores probar virtualmente todos los colores de lentes Transitions®. Mientras prueban las monturas en la tienda, los usuarios pueden visualizar los colores de las lentes en tiempo real, comparar opciones y elegir con confianza la combinación perfecta de lentes Transitions y montura, con solo escanear un código QR con su smartphone.

#### Conferencias inspiradoras y sesiones de trabajo

La Transitions® Academy ofreció una amplia variedad de conferencias y sesiones de trabajo, en las que se exploró no solo la ciencia de la luz, sino también el papel de la tecnología en los negocios.

El Dr. Raymond P. Najjar, renombrado neurocientífico de la Universidad Nacional de Singapur, profundizó en las fascinantes maneras en las que la luz influye en nuestra actividad cerebral, bienestar y salud en general. Por su parte, Sophia Amoruso, fundadora de Nasty Gal, compartió su trayectoria empresarial y las lecciones de liderazgo que ha aprendido a lo largo de su carrera.

Mike Walsh, futurista y director general de Tomorrow, presentó una fascinante hoja de ruta hacia 2035, analizando cómo la IA y la automatización impulsarán la Quinta Revolución Industrial. Por su parte, Michelle Poler, fundadora de Hello Fears, instó a los asistentes a abrazar su potencial único e irrepetible.

Una serie de sesiones de trabajo impulsadas por Leonardo, el ecosistema de aprendizaje de Essilor Luxottica, fueron el foro de debate de temas clave, donde se compartieron consejos prácticos y recomendaciones para mejorar los resultados de los pacientes en áreas como la visión, la tecnología y el estilo.

#### El futuro de las gafas ya está aquí

Transitions® Academy 2025 reafirmó el papel central de la empresa en la conformación del futuro del sector de las gafas. A medida que la tecnología y la salud convergen, Transitions® sigue impulsando la innovación, capacitando tanto a profesionales del cuidado visual como a usuarios para desenvolverse en una nueva era de gafas dinámicas y tecnológicas.

Respecto al papel de los profesionales de la visión a la hora de la recomendación, Anne-Sophie Carena, Global Brand director Transitions declaró: " Creemos firmemente que todo el mundo merece una protección de calidad para su visión, por ello, desde Transitions trabajamos cada día para desarrollar las lentes que mejor se adapten a las diferentes condiciones lumínicas, tanto en interiores como en exteriores. Así, trabajamos de la mano con los profesionales de la visión para elaborar el mejor enfoque a la hora de recomendar lentes Transitions. Por ejemplo, nos reunimos periódicamente con ellos y en eventos como esta Transitions Academy les ofrecemos formación sobre las últimas innovaciones desarrolladas. Además, tenemos un programa que se llama "Agentes de Cambio" que ofrece datos e información muy interesante sobre nuestros productos. Y, por supuesto, es muy importante para nosotros la opinión de los profesionales de la visión, porque sabemos que al final son los prescriptores de los pacientes y necesitan tener ese conocimiento para explicarles por qué Transitions es la mejor solución para ellos."

"Nuestros tres pilares son el estilo, la protección y la visión y siempre intentamos que ciencia e innovación vayan de la mano a este respecto. Desde Transitions estamos muy contentos de trabajar en esta categoría porque tenemos muchas posibilidades en el área de la tecnología médica, pero también en términos de estilo. No hay muchos productos en el sector del eyewear que combinen de una manera tan perfecta el mundo de la moda y la óptica, por eso trabajamos con pasión al ver las infinitas posibilidades que esta categoría puede ofrecer. El futuro es enorme", añadió Cecile Doussinault, Director Category and Innovation development Transitions.

#### Premios a la innovación Transitions®: celebrando la excelencia

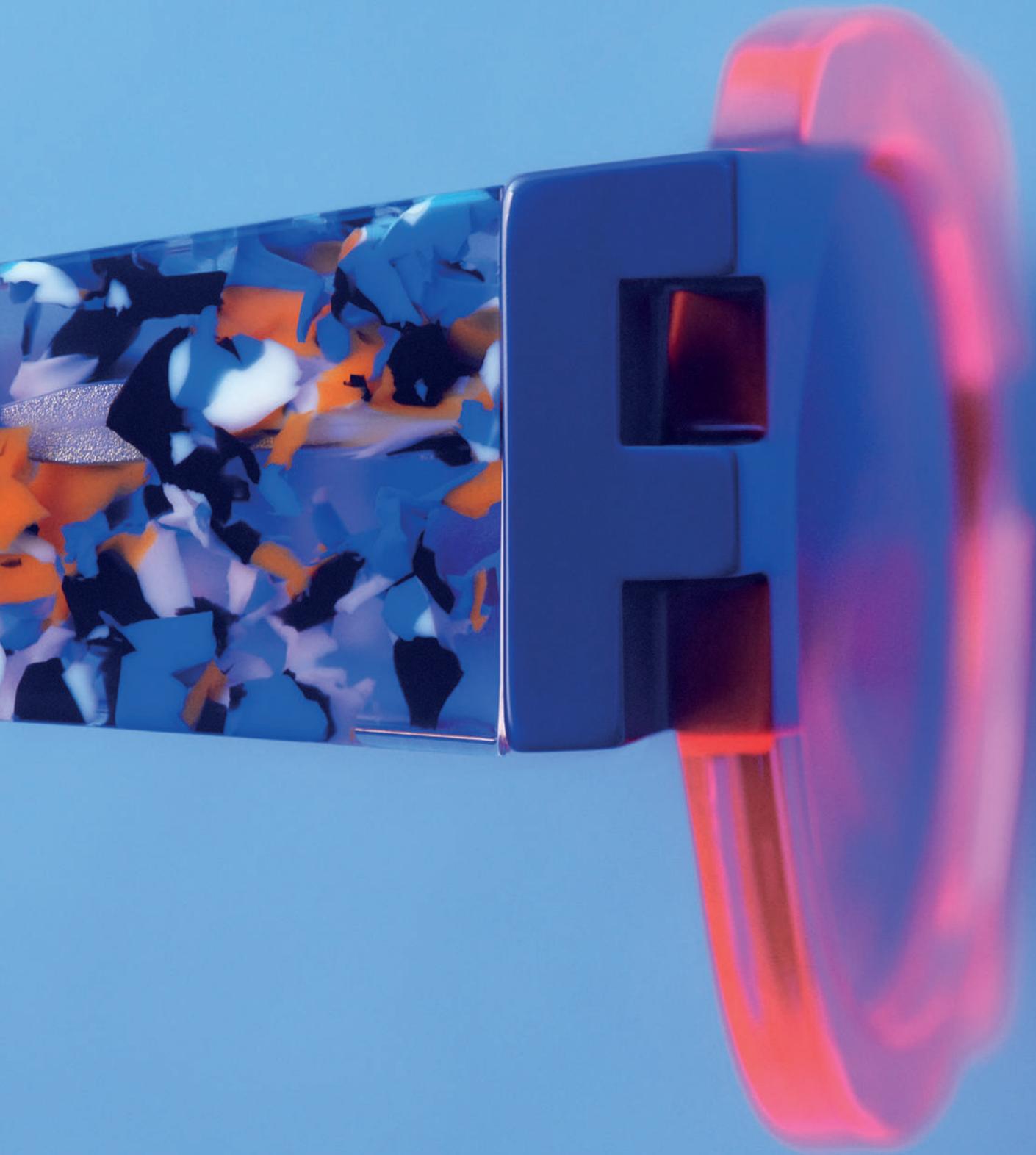
El evento culminó con los esperados premios a la innovación Transitions®, que celebraron los logros más destacados en la industria óptica y otorgaron reconocimiento a quienes han realizado avances significativos en innovación y excelencia.

Tras los premios, el colofón final para esta enriquecedora experiencia fue una gran cena de cierre y posterior fiesta, celebrada en el Hard Rock Café del parque Universal Studios de Orlando, amenizada por una espectacular actuación musical y posteriormente por un DJ.

faceaface-paris.com | info.es@designeyeweargroup.com | 944 211 776 | FACES 2 C. 2180

# FACEAFACE

30 YEAR ANNIVERSARY



limited edition

VISIBILIA TITAN

Mod. 33501 - 381

# MIDO 2025: Innovación, sostenibilidad e inclusión.

## La feria de Milán aumenta un 9% sus cifras de visitantes

La feria internacional de óptica de Milán celebró del 8 al 10 de febrero una nueva edición. MIDO 2025 se ha reafirmado, un año más, como una de las ferias líderes del sector recibiendo a más de 42.000 visitantes procedentes de 168 países de todo el mundo, lo que supone un crecimiento del 9% en asistencia con respecto a cifras de la edición anterior.

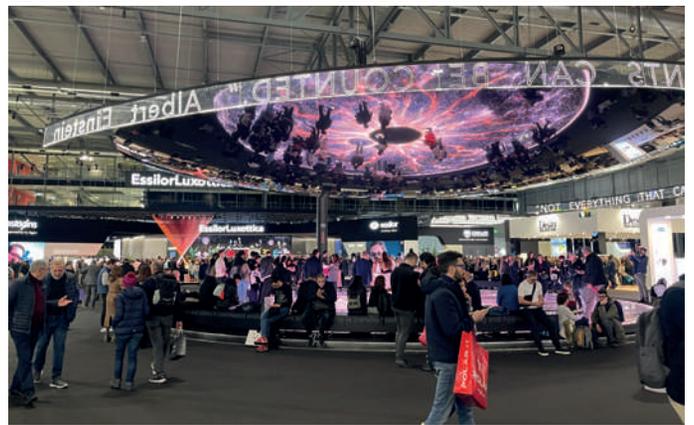


El equipo de la revista Lookvision, como todos los años, acudió a la cita ineludible de Mido.

**E**l crecimiento de las cifras de MIDO 2025 ha sido sustancial en toda Europa (+9%), especialmente en Alemania (+32%), así como en Australia (+44%), Sudamérica (+20%), África (+10%) y Oriente Medio (+9%). Por su parte, la afluencia de público desde Norteamérica se mantuvo estable. Además, ha acogido a 1.200 expositores en 8 áreas de exposición repartidas a lo largo de 7 pabellones del Recinto Ferial de Milano Rho. Estas cifras confirman una vez más que el salón de Milán es un auténtico crisol internacional, un centro neurálgico donde la industria mundial de las gafas puede hacer negocios, cerrar ventas, entablar nuevas relaciones y descubrir las últimas tendencias.

Además de los visitantes, MIDO 2025 registró más de 16.000 personas pertenecientes a expositores asistentes durante los tres días, desde el personal de los stands hasta los empleados de las empresas, agentes y distribuidores. Estos datos subrayan aún más el poder de convocatoria del salón, que este año quizás más que nunca confirma su posición como líder en su género.

MIDO es también una cita ineludible para las empresas italianas, que esperan con impaciencia este escaparate internacional para valorizar la excelencia del Made in Italy. Confirmando el protagonismo del evento, en el acto de apertura de la feria estuvo presente el Ministro de Empresa y Made in Italy, Adolfo Urso, que participó en la ceremonia de inauguración junto con el Presidente de la Región de Lombardía, Attilio Fontana, el Director General de la Agencia ICE, Lorenzo Galanti, la Concejala del Ayuntamiento de Milán, Alessia Cappello, y la Presidenta de MIDO y ANFAO, Lorraine Berton.



Inauguración de Mido 2025 y diversas imágenes de la feria de Milán, con presencia del Ministro de Empresa y Made in Italy, Adolfo Urso.





Lookvision aprovechó su presencia en Mido para disfrutar de agradables momentos con profesionales del sector óptico nacional e internacional, expositores, visitantes, lectores, amigos y clientes de la revista.





Profesionales y representantes del sector comprobaron que todos los sectores de la óptica estuvieron representados en Mido, desde monturas y gafas de sol hasta lentes oftálmicas, maquinaria, accesorios y lentes de contacto, a través de importantes empresas y marcas.

"MIDO es un evento esencial para nuestro sector, el único en el que está representada toda la cadena de suministro de gafas. Sólo aquí, en Fieramilano, podemos acoger a tantos expositores y visitantes de todo el mundo. Por este motivo, MIDO representa una etapa indispensable también, y sobre todo, para las gafas Made in Italy: un sector resistente, capaz de aceptar y afrontar siempre nuevos retos. También a la luz de la evolución de los mercados extranjeros, principal cuenca de nuestras gafas, nuestro sector debe adaptarse a las nuevas dinámicas de consumo, reforzando la comunicación sobre los beneficios a largo plazo ligados a la calidad, la innovación y la sostenibilidad de los productos italianos, de los que somos orgullosos abanderados", comentó la Presidenta Lorraine Berton.

Por su parte, Adolfo Urso, Ministro de Empresa y Made in Italy señaló que: "Los italianos fueron los primeros con su excelencia en transformar las gafas de instrumento de salud a elemento de moda hasta el producto de más alto contenido tecnológico con las altas funciones de un teléfono móvil, un PC y un reloj. Una extraordinaria revolución tecnológica que permitirá a las empresas italianas que deben avanzar por este camino volver a estar a la vanguardia en el mundo, marcando así la excelencia del Made in Italy".

### MIDO 2025: una edición de gran alcance

MIDO 2025 se difundió por todo el mundo, en periódicos, televisión, radio y redes sociales. Más de 500 periodistas acreditados estuvieron presentes (+25% frente a 2024), junto con más de 300.000 interacciones de usuarios (+20% respecto a 2024) en los principales canales del evento. En concreto, los contenidos generados por MIDO recibieron más de 3 millones de visualizaciones (+50% respecto al año pasado). El número de seguidores en cada perfil social también aumentó, con Instagram logrando un +12%, destacando el fuerte vínculo entre la mayor feria inter-

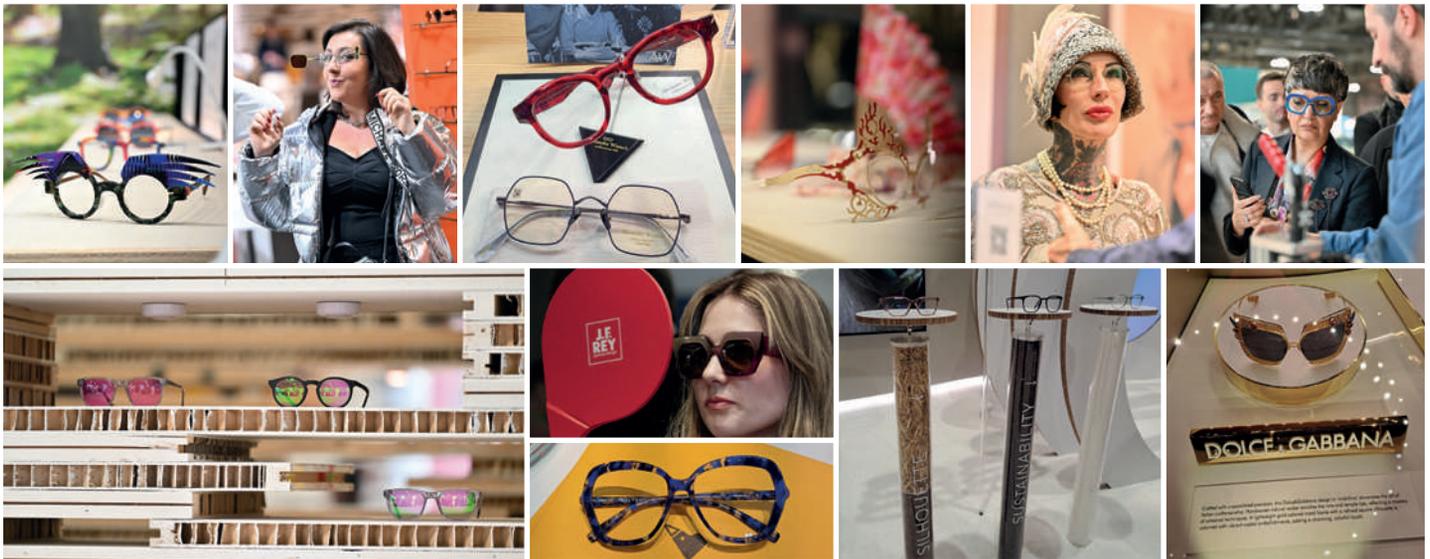
nacional de gafas y su comunidad digital. Casi 35.000 usuarios visitaron el sitio web, mientras que el mapa interactivo de la aplicación fue la función más utilizada por los asistentes, seguida de la función de búsqueda de expositores.

### Las últimas innovaciones del sector presentadas

Sin investigación no hay innovación y sin innovación no hay futuro. A lo largo de los tres días de salón, paseando entre los 1.200 stands expositores, hemos visto innovaciones, tendencias emergentes y creatividad de vanguardia.

MIDO muestra los resultados de las mejores tecnologías, la inteligencia artificial y los estudios más recientes aplicados a un elemento versátil y cotidiano: las gafas. Se presta especial atención al bienestar visual, con soluciones de vanguardia que combinan innovación, confort y diseño. Pero el bienestar va más allá de la visión: un ejemplo perfecto es Nuance Audio, gafas que integran un dispositivo acústico invisible para pérdidas auditivas de leves a moderadas, demostrando cómo las gafas pueden evolucionar para mejorar la calidad de vida en todos los sentidos.

Entre las innovaciones más convincentes lanzadas en esta edición, destacan las colecciones que combinan tecnología y funcionalidad. Un ejemplo es la novísima iSee, la primera gafa de tecnología asistencial para la movilidad que permite a los usuarios invidentes registrar el entorno a una distancia de hasta cuatro metros, aumentando su independencia y garantizando una mayor seguridad en sus movimientos. El dispositivo está patentado como invención industrial y es totalmente Made in Italy. Y también, unas lentes patentadas de optimización del color que, gracias a la tecnología de IA, proporcionan un aumento de 3x de los colores, creando una experiencia visual que va más allá de las perspectivas tradicionales.



Las tendencias de la moda en gafas, menos influyentes que antaño, están dejando entrever tendencias clave que perfilan un perfil de consumidor consciente: la gente compra con más frecuencia y posee cada vez más gafas. Los principales factores de elección son la calidad de los materiales, la estética y el diseño, mientras que el precio, aunque relevante, no es el principal determinante.

La tecnología también es crucial en la creación de nuevos materiales, como los que tienen memoria, que garantizan una flexibilidad y durabilidad increíbles y abren la puerta a nuevas posibilidades de diseño, combinando practicidad y estilo de formas sin precedentes. Otra tendencia que se observó en los stands de MIDO es el aumento de colecciones que, como Eastman Acetate, adoptan un enfoque sostenible con el uso de materiales reciclados que reducen significativamente el impacto medioambiental sin sacrificar el diseño, el confort o la funcionalidad. Esta fusión de estética y responsabilidad medioambiental es un gran paso hacia un futuro más verde.

También es evidente la atención prestada a los ojos de los niños, con colecciones que combinan comodidad, seguridad y diseños que no dejan ningún detalle al azar. Además, gafas dedicadas íntegramente a quienes practican deporte, con estilos de ultra alto rendimiento y multideporte y soluciones pendientes de patente, gracias a las cuales los ópticos pueden instalar lentes oftálmicas estándar de base curva 4, incluso multifocales con cualquier índice de corrección.

Sin olvidar las innovaciones en máquinas y herramientas, como las diseñadas para las ópticas. Entre las más innovadoras vistas en MIDO, una máquina revolucionaria para la producción de lentes en tienda. Pequeña, rápida e increíblemente intuitiva, esta tecnología permite una producción personalizada e inmediata sin necesidad de conocimientos ópticos específicos. Con nuevas funcionalidades de trazabilidad y una interfaz fácil de usar, redefine el concepto de practicidad y rapidez en la industria.

### Consumidores y mercados de futuro

Además de gafas, lentes, accesorios, maquinaria y materias primas, MIDO también se centró en la cultura y la información para expositores y visitantes. Un importante debate, por ejemplo, giró en torno a los cambios en los hábitos de consumo y los mercados del futuro. De hecho, alguna jornada se centró en los consumidores y los mercados del futuro y las tendencias de consumo que repercutirán en 2026, definido como el «año de la transición».

Entre las tendencias emergentes hay cuatro perfiles de consumidores que, con toda seguridad, darán forma al mercado de las ga-

fas, y más allá. Los imparcialistas, en su búsqueda de transparencia y autenticidad, quieren una relación honesta con las marcas. Los individualistas, inconformistas independientes, desafían lo establecido y buscan productos que puedan transmitir su individualidad. Los brillantes, inclinados hacia la simplicidad y el bienestar, prefieren experiencias de compra serenas y gratificantes. Los sinérgicos, defensores de la interacción armoniosa entre el ser humano y la tecnología, abrazan soluciones innovadoras que mejoran la calidad de vida.

Se espera que cuatro percepciones clave influyan en las decisiones de compra. La herida moral, un conflicto interno entre los valores y el coste de la vida, refleja la creciente lucha de los consumidores por conciliar ética y asequibilidad. El Optimismo Racional, como contramedida al pesimismo global, fomenta una visión más positiva del futuro. Añoranza de la estabilidad pasada, alimentada por el anhelo de recuperar la sensación perdida de seguridad y las certezas de un pasado más estable. Esperanza resplandeciente, pequeños momentos de alegría que sirven como santuarios emocionales de consuelo en tiempos inciertos.

En la definición de los escenarios de consumo, el precio desempeña un papel clave. Los consumidores sienten una fuerte necesidad de evasión que, sin embargo, debe gestionarse con las necesidades diarias. Las tendencias de la moda, menos influyentes que antaño, están dejando entrever tendencias clave que perfilan un perfil de consumidor más cauto y consciente, en el que la relación calidad-precio adquiere gran importancia.

En el sector de las gafas, la gente compra con más frecuencia y posee cada vez más gafas. Los principales factores de elección son la calidad de los materiales, la estética y el diseño, mientras que el precio, aunque relevante, no es el principal determinante. El viaje informativo del consumidor es cada vez más digital: los testimonios y las personas influyentes desempeñan un papel decisivo en la elección de gafas, pero la tienda física sigue siendo el canal preferido para la compra. A escala internacional, el mercado estadounidense parece más dinámico, pero en Italia la gente gasta más en la compra de gafas, con una gran atención al valor del «Made in» y de la marca.



Aparte de la mera exposición de productos, en MIDO 2025 también destacaron las conferencias impartidas, talleres y los galardones MIDO Awards.

### Ganadores MIDO Awards

Por último, pero no menos importante, los Premios MIDO, en honor a los jóvenes diseñadores, establecimientos ópticos, expositores y profesionales de la industria que se esfuerzan cada día para mejorar ellos mismos y su profesión para el beneficio de la cadena de suministro.

La 10ª edición del Premio a la Mejor Tienda, que distingue a los mejores centros ópticos del mundo, fue un triunfo para Zien & Horen Frits van den Bosch de Thomas Van Den Bosch (Wommelgem, Bélgica) en la categoría de Diseño por la creatividad de su decoración interior, la exclusiva experiencia shop-in-shop y muchos servicios centrados en el cliente (una cafetería, espacios diseñados para niños y sus servicios de oftalmología y audiolgía). Ottica Padrin, de Fabrizio Padrin (Vicenza, Italia), ha sido galardonada en la categoría de Innovación por la aplicación de tecnologías punteras, como la inteligencia artificial, la atención personalizada al cliente a través de espacios inclusivos y personalizados y un firme compromiso con la sostenibilidad social y medioambiental.

Los seis ganadores del Certified Sustainable Eyewear (CSE) Award 2025, reconocimiento que valora la sostenibilidad en la industria de las gafas a nivel internacional, son los siguientes:

**CSE Award Cases, Resto del Mundo:** Nike (Marchon, Italia) por su compromiso con la generación de resultados positivos para las partes interesadas y sus programas de sostenibilidad social

**Premios CSE, Europa:** Mokki Click (Mokki, Noruega) por su ejemplo en la aplicación de los principios de circularidad y por el uso de materiales 100% reciclados

**CSE Award Frames, Resto del Mundo:** Hibang (Duolog Design, Taiwán) por el uso de un único material reciclado y su innovador sistema de desmontaje de componentes

**Premio CSE Frames, Europa:** Rolf (Rolf.produktions, Austria) por su innovador proceso de producción basado en la impresión 3D con un material biogénico y la extrema sencillez en el desmontaje de la montura

**Premio CSE de Gafas de Sol, Resto del Mundo:** Karl Lagerfeld (Marchon, Italia) por la investigación de materiales sostenibles en la fabricación del producto, junto con un diseño funcional

**Premio CSE de Gafas de Sol, Europa:** Boss (Safilo, Italia) por el uso de materiales reciclados en todos los componentes de las gafas y por sus numerosas actividades de responsabilidad social.

También se seleccionó el stand más sostenible de MIDO 2025. Este año, el premio Stand Up For Green fue para Silhouette International (Austria) por combinar hábilmente diseño y sostenibilidad dando prioridad al uso eficiente de los recursos y a la reducción de residuos. Se hizo hincapié en la obtención de diversas certificaciones de sostenibilidad. Además, se concedió una mención especial a CSO Costruzione Strumenti Oftalmici, ganadora del premio Stand Up For Green 2024, por sus continuos compromisos sociales y medioambientales y sus actividades en beneficio de las comunidades locales.

Entre las primicias de esta edición, el anuncio del ganador del Premio de Diseño Sergio Cereda, que reconoce el talento emergente en el diseño de gafas. La ganadora ha sido Tea Rocco (LABA, Italia), cuyo trabajo encarna la esencia misma de lo que Sergio Cereda siempre ha defendido: una innovación audaz basada en una elegancia atemporal. Tea Rocco tiene el honor de recibir el premio inaugural y un cheque de 10.000 dólares para ayudar a financiar su crecimiento profesional. En 2026, el Premio de Diseño Sergio Cereda pasará a ser internacional, con premios de 10.000, 5.000 y 2.500 dólares para los tres clasificados, que se anunciarán durante MIDO 2026.



El equipo de Lookvision también tuvo tiempo para disfrutar de la gastronomía italiana en compañía de buenas amigas y amigos de la revista.

Como cada año, el equipo de la Revista Lookvision estuvo presente en la feria de Milán para ofrecer in situ desde el evento a través de nuestra web y redes sociales, así como en próximos números todas las novedades presentadas por las marcas, así como algunas entrevistas que tuvimos el placer de realizar durante el transcurso del evento.

La próxima edición de MIDO tendrá lugar del 31 de enero al 2 de febrero de 2026 en Fieramilano Rho.



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

© Lanidor 2025

# HOYA lanza las lentes de enfoque avanzado VisuPro para pacientes con primeros síntomas de presbicia

HOYA ha anunciado el lanzamiento de sus nuevas lentes de enfoque avanzado VisuPro All Day y VisuPro Flex, para ayudar a aquellos usuarios que se encuentran entre finales de sus 30 y principios de sus 40 años de edad, que comienzan a experimentar la pérdida gradual de la capacidad de enfoque en objetos cercanos <sup>(1)</sup>.



A medida que las personas entran en este rango de edad, pueden experimentar nuevos desafíos visuales, como fatiga ocular, visión borrosa y dolores de cabeza, al realizar tareas de cerca, como leer o usar el teléfono. Con el tiempo, estos primeros síntomas de la presbicia pueden evolucionar de ser apenas perceptibles a convertirse en una incomodidad diaria que afecta a la calidad de vida de los pacientes.

Según una reciente investigación realizada por HOYA (N=7,043), el 53% de los usuarios actuales de gafas y el 60% de las personas que aún no las usan, con edades de entre 36 y 44 años, presentan dificultades evidentes para ver con claridad de cerca y en el uso de dispositivos digitales <sup>(2)</sup>. Para los usuarios de gafas en ese grupo de edad, las lentes monofocales suelen resultar insuficientes, pero las lentes progresivas, sin embargo, representan un gran salto para ellos, bien por su preocupación por la adaptación o por el sentimiento de ser aún demasiado jóvenes para este cambio. Además, las soluciones actuales no cubren adecuadamente las necesidades de personas que no son aún usuarios de gafas, como emétopes, usuarios de lentes de contacto y pacientes que han pasado por cirugía refractiva (como LASIK), y que, sin embargo, también necesitan apoyo para la visión de cerca. En estos casos, es fundamental intervenir y abordar los desafíos visuales de este grupo.

Desde HOYA declaran que: “El error refractivo no corregido es la principal causa de discapacidad visual en el mundo <sup>(3)</sup>. Los usuarios

con síntomas iniciales de presbicia, en muchas ocasiones, viven diariamente sin una corrección visual adecuada, afectando a su vida diaria, sin ser conscientes de que sus síntomas pueden corregirse fácilmente con las lentes oftálmicas adecuadas. Sabemos que las necesidades de los jóvenes presbítos no están siendo completamente atendidas en el mercado. Por ello, es importante ofrecer nuevas soluciones en lentes oftálmicas que mejoren la visión de los pacientes desde los primeros síntomas de la presbicia, permitiendo recuperar su enfoque visual”.

Las nuevas lentes de enfoque avanzado VisuPro de HOYA están diseñadas para ayudar a los jóvenes presbítos, ya sean usuarios actuales de gafas o no. Estas lentes están específicamente creadas para brindar soporte a la visión de cerca, ofreciendo una experiencia visual renovada y un enfoque nítido y cómodo a todas las distancias, durante todo el día.

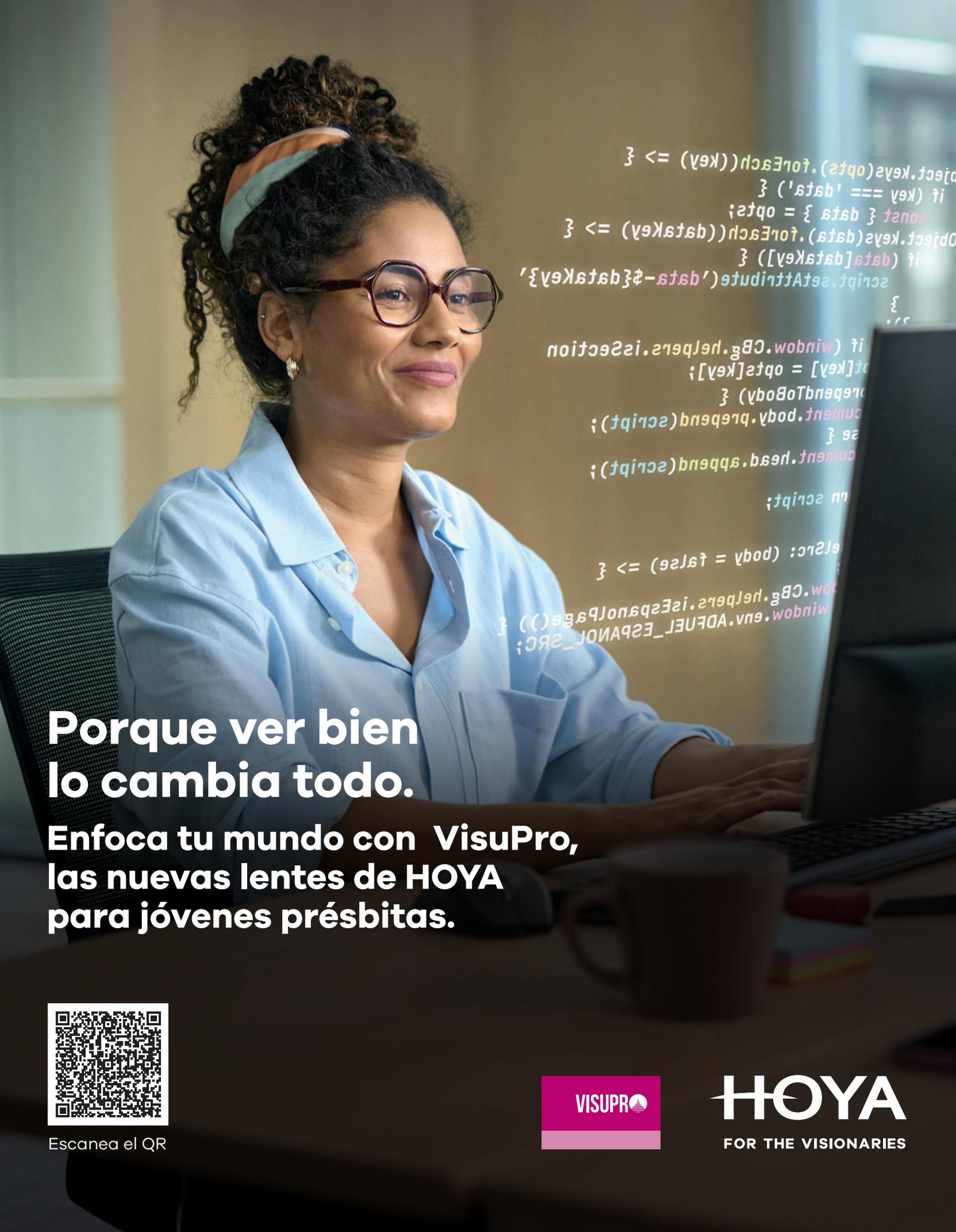
Las lentes VisuPro de HOYA incorporan la exclusiva Tecnología de Armonización Binocular de HOYA, que considera la prescripción de los ojos derecho e izquierdo para calcular y armonizar la graduación en las lentes, proporcionando un enfoque sin esfuerzo, estabilidad y una mayor profundidad de visión para los usuarios. La Optimización Focus Max ofrece un soporte adicional para la visión de cerca, permitiendo un enfoque más nítido y cómodo en actividades a corta distancia y en el uso de dispositivos digitales. También, puede ayudar a reducir la fatiga visual y la tensión ocular al trabajar con pantallas, un beneficio que más de dos tercios de los jóvenes presbítos encuestados consideraron altamente atractivo <sup>(4)</sup>.

Griffith Altmann, director de Tecnología de HOYA Vision Care, comentó: “Con VisuPro, HOYA ofrece a los profesionales del cuidado de la visión una solución que aborda las necesidades únicas de los jóvenes presbítos. Nuestras lentes de enfoque avanzado VisuPro incorporan tecnologías patentadas desarrolladas a partir del feedback de los pacientes y pueden personalizarse según sus necesidades. Con estas soluciones centradas en el usuario, los profesionales del cuidado de la visión podrán ofrecer una adaptación rápida y sencilla, aumentando su satisfacción y proporcionando un enfoque natural y sin esfuerzo durante todo el día. Creemos que esta nueva solución visual ayudará a los jóvenes presbítos a vivir su vida al máximo”.

Para obtener más información sobre las lentes de enfoque avanzado HOYA VisuPro visite: [www.hoyavision.com/es/](http://www.hoyavision.com/es/)

## REFERENCIAS:

- (1) Mayo Clinic. Presbyopia. Available at: <https://www.mayoclinic.org/diseases-conditions/presbyopia/symptoms-causes/syc-20363328> (Accessed: January 2025).
- (2) HOYA data on file. International HOYA Vision Care Consumer Research 2023.
- (3) Bourne RR, Stevens GA, White RA, Smith JL, Flaxman SR, Price H et al. Causes of vision loss worldwide, 1990-2010: a systematic analysis. *Lancet Global Health*. 2013;1:e339–e349.
- (4) Organization for the Prevention of Blindness. Refractive Errors. Available at: <https://opc.ngo/refractive-errors/> (Accessed: January 2025).



**Porque ver bien  
lo cambia todo.**

**Enfoca tu mundo con VisuPro,  
las nuevas lentes de HOYA  
para jóvenes presbítas.**



Escanea el QR



# VINTAGE COLLECTION

— by **etnia** **O** BARCELONA —

## Redefine los clásicos atemporales combinando tradición y modernidad

Etnia Barcelona, marca de eyewear independiente, lanza su nueva colección Vintage para la temporada primavera-verano 2025, una oda a la sofisticación que se inspira en las formas y colores de los grandes clásicos de épocas pasadas.



**B**asada en tres pilares fundamentales: arte, sofisticación y elegancia, cada pieza de la colección Vintage, de Etnia Barcelona, es un tributo al buen gusto y la exclusividad, elevando así la elegancia a través de un diseño que combina tradición y modernidad.

Bajo el manifiesto “Be An Artist”, la marca nos invita reivindicar nuestra autenticidad, y libertad creativa, así como a explorar una actitud de valentía y expresar nuestra unicidad. Este concepto se refleja en cada detalle, definiendo el estilo como una expresión personal y elevando lo cotidiano a lo extraordinario.

Diseñada para aquellos que aprecian los detalles más pequeños y deliberados, y ven el estilo como una forma de expresión personal, la colección cuenta con un total de 16 modelos de vista y 14 de sol para hombre y para mujer.

La colección Vintage SS25 se distingue por las siluetas atemporales, colores inspirados en grandes clásicos de épocas pasadas y una atención meticulosa a los detalles. La colección celebra la elegancia atemporal con una refinada mezcla de sencillez y sofisticación, donde cada detalle es deliberado y armonioso. Es en estos detalles donde resalta la artesanía, se magnifica la creatividad, y el arte cobra vida, reflejando la combinación entre sencillez y sofisticación.





# VINTAGE COLLECTION

by **etnia**  BARCELONA

OPTICALIA®



Enfocamos al  
*futuro.*

¿Te vienes?

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

Tel. 918 065 500





Todo lo que tu óptica necesita,  
*a tu servicio.*

Forma parte del grupo líder en el sector óptico en España, con más de 500 centros y 16 años de experiencia. Un futuro repleto de grandes campañas, las mejores marcas y diseños únicos. Contarás con el apoyo constante de un equipo de expertos que trabajan con un único propósito: cuidar la rentabilidad del negocio sin perder tu autonomía.

# Calvin Klein

## Vittoria Ceretti, protagoniza su campaña primavera 2025

Calvin Klein Eyewear acaba de presentar su campaña para la primavera de 2025, protagonizada por la supermodelo Vittoria Ceretti, con nuevos modelos ópticos y de sol. La nueva colección actualiza los diseños clásicos de Calvin Klein con detalles modernos para presentar una selección de modelos atrevidos, minimalistas y atemporales.



Imágenes cortesía de Calvin Klein Eyewear



Las gafas de sol CK25502S, en atrevido diseño ojo de gato, y CK 25503S, con un cómodo frontal rectangular, están fabricadas en Acetate Renew. En las varillas, una placa metálica que se extiende hasta los terminales muestra el logotipo de Calvin Klein a láser. La gafa CK25502S está disponible en Havana, Black, Opaline Beige y Opaline Rose, mientras la CK 25503S se puede elegir en en Dark Havana, Black, Grey y Avio.



Este modelo óptico CK25513, en forma de ojo de gato, y el CK25514, con frontal rectangular moderno, pero atemporal, están fabricados en Acetate Renew, presentando ambos un nuevo diseño de varilla con una placa metálica que se extiende desde los bordes más exteriores del frontal y alberga el logotipo de Calvin Klein a láser. CK25513 está disponible en Black, Havana, Opaline Rose y Opaline Burgundy, y CK25514 en Dark Havana, Black, Khaki y Blue.

# Presentación de OPTOM Meeting Murcia 2025 ante la industria del sector

El pasado 19 de febrero, en la sede de la Organización Colegial Óptico-Optométrica en Madrid, un nutrido número de representantes de laboratorios y compañías del sector, presidentes de colegios oficiales de ópticos-optometristas y otros profesionales, asistieron a la presentación de OPTOM Meeting Murcia 2025.



Presidentes y responsables de la industria, en la presentación de OPTOM Meeting Murcia 2025 en la sede del CGCOO de Madrid.

Los próximos días 20 y 21 de junio de 2025, en el Auditorio de Congresos “Víctor Villegas” de la ciudad de Murcia, se celebrará OPTOM Meeting Murcia con el lema: “Protocolos clínicos en atención optométrica. Estrategias para la excelencia en la atención clínica”, un congreso organizado una vez más por el Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas (CGCOO), con la colaboración especial del Colegio Oficial de Ópticos-Optometristas de la Región de Murcia (COORM), avalado por la Sociedad Española de Optometría (SEO) y con la colaboración de la Fundación Salud Visual (FUNSAVI).

Con el objetivo de informar sobre este importante evento a toda la industria, se llevó a cabo un acto de presentación en el salón de actos “Martínez Moral”, en la sede del Consejo General en Madrid, al que asistieron más 40 personas, entre representantes de diferentes compañías y laboratorios del sector, presidentes y otros profesionales.

El presidente del Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas y presidente del congreso OPTOM Meeting Murcia, Juan Carlos Martínez Moral, fue el primero en dirigirse a los presentes y agradecerles a todos su presencia en el acto y su imprescindible apoyo para la celebración de este nuevo congreso OPTOM Meeting. Así mismo, recordó las temáticas que se propusieron para las anteriores ediciones de OPTOM Meeting celebradas en distintas ciudades españolas y explicó que este congreso estará enfocado fundamentalmente en los “Protocolos clínicos en la atención optométrica”.

Seguidamente, Ester Mainar Andreu, presidenta del Colegio Oficial de Ópticos-Optometristas de la Región de Murcia (COORM) y vicepresidenta del congreso, ofreció un avance del lugar de celebración del acontecimiento, el Auditorio de Congresos “Víctor Villegas” de la ciudad de Murcia. “Murcia es un enclave neurálgico entre universidades como Alicante, Granada y Murcia, que forman a cientos de nuevos ópticos-optometristas cada año, y comentó:

“Además, Murcia destaca por la conexión con la innovación, por su hospitalidad y accesibilidad, además de una magnífica oferta cultural y gastronómica. También contamos con el apoyo de las instituciones, lo que refuerza la credibilidad del congreso y garantiza un impacto real en la profesión”. Concluyó afirmando que “OPTOM Meeting Murcia 2025 no sólo es una cita imprescindible para nuestra profesión, sino una oportunidad para establecer lazos y construir juntos el futuro de la optometría”.

Tras la presentación de la vicepresidenta del congreso, Ester Mainar, el miembro del Comité Científico del congreso y doctor en optometría y ciencias de la visión de la Universidad de Valencia, Rafael J. Pérez Cambrodí, presentó y comentó el contenido científico del congreso, relacionado como hemos citado con el campo de los “Protocolos clínicos en atención optométrica”. Durante su intervención, explicó su estructura, basada en “Áreas básicas”, “áreas de especialización”, “Casos clínicos”, “Interacción con congresistas” y el “OPTOM MEETING TALENTO”. “En conclusión terminó diciendo-, 16 horas de formación directa; cinco horas de visita a la exposición de comunicaciones en paneles y formatos dinámicos, con controversias, debates, interactividad y participación a través de la app del congreso, casos clínicos reales y aprendizaje y aplicabilidad a través de algoritmos de decisión clínica”.



El presidente del CGCOO, Juan Carlos Martínez Moral, en la presentación de OPTOM Meeting Murcia.

Finalmente, Ángel Salmador, director de Grupo ICM, en condición de responsable de la secretaría técnica del congreso OPTOM Meeting Murcia, explicó a los representantes de la industria del sector las categorías de patrocinio y colaboración en el congreso, tanto para “patrocinadores Premium”, como para “Patrocinadores” y “Colaboradores”, algo básico para la realización y desarrollo de un acontecimiento científico-profesional como este en el sector de la Optometría y Óptica Oftálmica.

Para finalizar el acto de presentación de OPTOM Meeting Murcia, se sirvió un desayuno para todos los asistentes, durante el cual pudieron conversar sobre el congreso y ampliar de primera mano la información disponible del mismo.

# STUDIO

ANTONIO MIRO  
eyewear

## Esencia minimalista, lujo discreto y elegancia atemporal

Antonio Miro eyewear vuelve con su nueva colección STUDIO, donde el minimalismo y el concepto "menos es más" se refleja en cada modelo. De este modo, la marca apuesta por un diseño que persigue la armonía, combinando un estilo sobrio con la elegancia del diseño industrial que caracteriza la marca.



implementado combinaciones de acero inoxidable super flexible con acetatos extra delgados y monturas con varillas en beta titanio con un peso total de tan solo 8 gramos.

En cuanto a lentes solares, las nuevas lentes orgánicas con polarizado de masa presentan un mayor grosor, lo que mejora la claridad visual, proporcionando una protección total contra los rayos UVA y UVB, manteniendo al mismo tiempo un peso ligero y sin distorsiones. Esta combinación de características asegura una experiencia visual de alta calidad, sin comprometer la comodidad ni el estilo.

La colección STUDIO captura la esencia del minimalismo contemporáneo, el lujo discreto y la elegancia atemporal, fusionando diseños limpios con toques refinados. Su estética moderna y versátil se adapta a cualquier ocasión, manteniendo siempre un aire de distinción. Creada para quienes valoran la comodidad y la practicidad, esta línea se posiciona como la elección ideal para quienes buscan el equilibrio perfecto entre funcionalidad y estilo vanguardista.

**E**ntre las novedades de este 2025 destacan algunas innovaciones estructurales y tecnológicas. Los frontales de acetato de mayor grosor ofrecen una mayor estabilidad dimensional, además se han incorporado nuevas bisagras insertadas con remaches, que mejoran la resistencia y el ajuste. En acero inoxidable, los aros tienen un recreido de efecto gradual, diseñados para ocultar de manera eficaz las altas graduaciones de las lentes. En cuanto a materiales, se incorporan dos líneas de monturas que responden a las últimas tendencias en diseño de gafas extra ligeras. Se han

Descubre todas las novedades de esta colección a través de sus redes sociales (@antoniomiroeyewear) y conoce la colección en exclusiva en las ópticas asociadas al grupo NOG.



La colección Antonio Miro Studio incluye monturas, gafas de sol y modelos con clipon, de estilo sobrio y elegante, funcional y vanguardista, en acetato, metal y combinación de ambos materiales.

AM

EYEWEAR / STUDIO 2025  
SPR-SUM - ARTWORK C4

# ANTONIO MIRO



@antoniomiroeyewear

naturalopticsgroup.com



## El siguiente nivel de evil eye: e-sense next con filtro LST® eVario

Menos tiempo del que dura un parpadeo es lo que necesita evil eye e-sense next para adaptarse a cualquier condición de luz. Lo logra utilizando la energía del sol y el poder de la innovación: con una pantalla LCD invisible y una célula fotovoltaica ultraligera, proporciona una visión perfecta en solo 0,6 segundos, ofreciendo así una clara ventaja competitiva tanto para deportistas amateurs como profesionales.



**C**ambios repentinos en la iluminación. Entrás en un túnel y, por un momento, no ves nada. Sales de un bosque y el deslumbrante sol oculta todos los contornos. Y, una vez más, la visión se pierde. Estos son los instantes en los que los atletas pueden quedar momentáneamente cegados ante obstáculos o cambios en el terreno. La reacción instintiva es frenar el ritmo, lo que puede ser la diferencia entre alcanzar una marca personal o subir al podio. Es por ello que el evil eye e-sense next ha reducido este intervalo a un increíble 0,6 segundos, proporcionando una ventaja insuperable frente a las gafas deportivas convencionales.

Una idea que lo cambia todo: de la sombra a la luz. La tecnología detrás de esta innovación es LST®eVARIo, basada en la combinación de un módulo LCD y una célula fotovoltaica integrada en la lente. La célula fotovoltaica suministra energía al módulo LCD y ajusta el nivel de oscurecimiento según la intensidad de la luz. Cuando la luz incide en la célula solar, la lente se oscurece de forma progresiva en solo 0,6 segundos, un intervalo óptimo para los atletas, asegurando una transición suave y natural entre luz y oscuridad. Además, la tecnología del e-sense next no solo responde a la luz UV, sino que funciona con cualquier fuente de luz, lo que la hace ideal también para conductores. Con un rango de oscurecimiento de categoría 1 a 3, estas gafas están preparadas para cualquier momento del día y cualquier estación del año.

Características técnicas del más alto nivel. Las gafas deportivas de evil eye están diseñadas para un rendimiento excepcional, permitiendo a los atletas concentrarse al 100% en su deporte: Agarre antideslizante, plaquetas nasales ajustables y varillas flexibles que garantizan un ajuste seguro; filtro estándar LST® bright blue M con protección UV 400 para una visión mejorada, y sistema de bisagra de liberación rápida, que evita roturas al liberar la varilla en caso de alta tensión.

Además, la tecnología integrada totalmente fiable y sin complicaciones: no requiere carga, botones ni accesorios adicionales. Resistentes a salpicaduras, sudor y condiciones climáticas adversas, las evil eye e-sense next son más que unas gafas deportivas: son parte del equipamiento esencial de cualquier atleta.

Investigación para llevar el rendimiento al siguiente nivel. Con e-sense next, evil eye marca un antes y un después en el mundo de las gafas deportivas, combinando su vasta experiencia en diseño y producción con un espíritu innovador y una investigación avanzada. El resultado es un modelo que abre un nuevo capítulo en el mercado del eyewear deportivo, siempre con un objetivo claro: beneficiar al atleta.

Las evil eye e-sense next, disponibles en dos colores de montura: Gris oscuro mate y verde bosque mate, también pueden integrarse con un clip óptico para usuarios que necesiten corrección visual.

[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)



Las evil eye e-sense next con filtro LST®eVario se adaptan a cualquier condición de luz en sólo 0,6 segundos, asegurando una transición suave y natural entre luz y oscuridad.

# opti 2025

## Un potente comienzo del año ferial óptico

opti 2025, feria óptica oftálmica internacional celebrada en Múnich del 31 de enero al 2 de febrero bajo el lema #weareopti, demostró lo bien que funciona como plataforma para la innovación, el diálogo, las tecnologías orientadas al futuro y las tendencias, así como el gran entusiasmo que despierta opti en todo el sector.



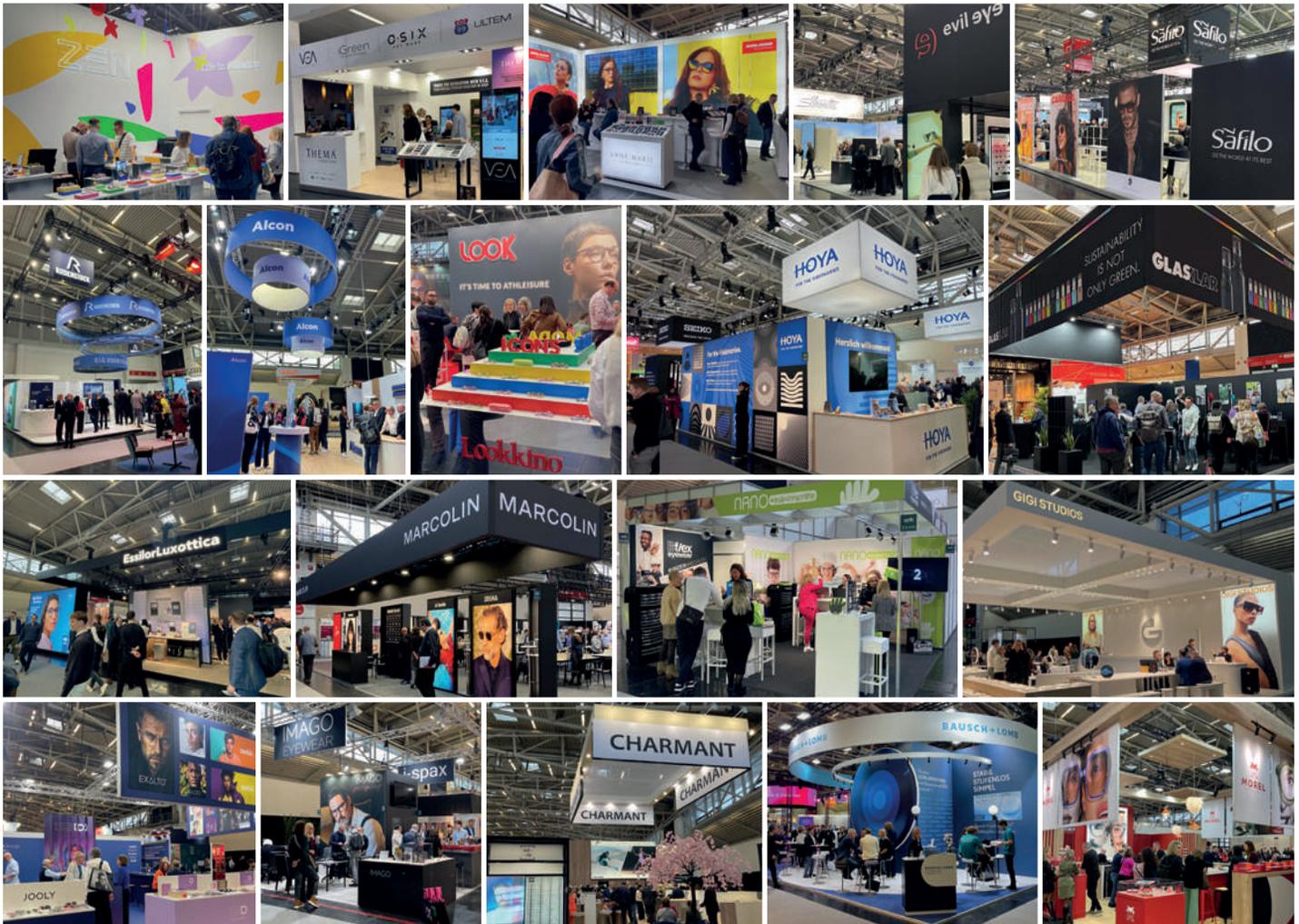
**L**os 330 expositores, procedentes de 23 países, entre ellos 190 de Alemania, calificaron a opti 2025 como: “La mejor opti de la historia”, “absolutamente importante”, “grandes ventas”, “un éxito rotundo” y “GHM ha cumplido su promesa”. En los mismos términos se manifestaron los visitantes, cuya cifra de 21.105, también hablan de un evento muy exitoso en el que el sector mostró los últimos avances, productos y diseños en el campo de la visión. opti presentó las últimas tendencias e innovaciones: Desde las tendencias más recientes en monturas y materiales, pasando por los últimos desarrollos en lentes biométricas y lentes para la presbicia, hasta la presentación de conceptos premium de screening.

El ambiente positivo que caracterizó a opti 2025 durante los tres días de la feria fue el resultado de la intensa cooperación entre el equipo de opti, los expositores y los representantes del sector, que se impulsó con nuevas ideas durante todo el año pasado. La satisfacción de los expositores habla por sí sola: con más del 97%, casi todos los expositores calificaron la calidad de los visitantes de buena a muy buena en términos de interés por los productos de su stand. Con casi un 89%, los expositores también calificaron de muy buena a buena la iniciación de relaciones comerciales en opti; no es de extrañar que más del 90% de los expositores anunciaran que tienen previsto volver a participar en opti 2026.

opti 2025 mostró a través de los 330 expositores toda la cadena de valor de la industria óptica: el espectro abarcaba desde fabricantes de monturas a proveedores de lentes de contacto y de gafas, pasando por marcas líderes y diseñadores innovadores e independientes, consultoras, asesorías informáticas, fabricantes de equipos y lentes, así como empresas de equipamiento de tiendas y acústica auditiva.



Del 31 de enero al 2 de febrero, los pabellones 1, 2, 3 y 4 de los recintos feriales de Múnich han acogido una nueva edición de opti.



Un total de 330 expositores, procedentes de 23 países, entre ellos España, presentaron las últimas tendencias e innovaciones en gafas de sol y monturas, lentes oftálmicas, materiales, aparatos y lentes de contacto.

Cathleen Kabashi, Directora de opti, dijo sobre la feria: “¡opti sigue en la senda del éxito! Después de opti 2024, hemos dado un paso más y ha merecido la pena. La combinación de nuestros HUBS de información en el opti HUB ARENA y la plataforma conjunta para fabricantes de lentes de contacto, TOMORROW VISION, obtuvo una respuesta muy buena tanto por parte de los visitantes como de los expositores. Y nos confirmaron que tanto el concepto como opti como arranque anual son un éxito. Este último se basa en la estrecha colaboración con nuestras partes interesadas y en la sólida comunidad: ¡es el sentido de comunidad lo que hace que opti sea lo que es! ¡Estoy sencillamente abrumada! El ambiente era impresionante y se notaba claramente el entusiasmo del sector. Los visitantes disfrutaron al máximo de la feria. Me alegró especialmente que las lentes de contacto se mostraran desde una perspectiva diferente y brillaran con luz propia”.

“Ideas creativas como Tomorrow Vision y muchas presentaciones de expertos harán de opti una cita ineludible para los mercados de Alemania, Austria, Suiza y otros países, y la consolidarán como una importante fuente de inspiración para las estrategias de gama de productos y la planificación anual”, resume Dieter Dohr, Director General y Presidente de GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH, empresa organizadora de opti.

## Lo más destacado y tendencias de diseño 2026

La mayor novedad y, por tanto, lo más destacado de la feria fue claramente TOMORROW VISION, la plataforma conjunta de lentes de contacto de los nueve fabricantes de renombre: Alcon, Bausch + Lomb, CooperVision, Hecht, Hetych, Menicon, MPG&E, Swiss-Lens y Wöhlk. Bajo el lema “Las lentes de contacto son el futuro de la óptica oftálmica”, los visitantes conocieron un amplio programa centrado al máximo en las ventajas de las lentes y su gran potencial de ventas en los 170 m2 de superficie conjunta. Otro punto destacado de opti fue el opti HUB ARENA, en el que se concentraron por primera vez cuatro info HUBS, además de los ya establecidos opti SUSTAINABILITY HUB y opti MYOPIA HUB, así como el opti FUTURE VISION HUB con las tendencias actuales de la óptica oftálmica, también en el segmento de monturas de la feria.

Entre otras cosas, fueron muy populares las presentaciones y debates sobre las Tendencias en Gafas 2026, a cargo de la investigadora neoyorkina y experta en tendencias Selin Olmsted, quien identifica cinco tendencias de diseño y materiales para las monturas:

**1. ESCULTURALES:** las gafas como arte para llevar puesto. Dominan los perfiles gruesos, los biselados atrevidos, los fresados intrincados y las texturas ricas como la tortuga, el cuerno y el mármol. Estas monturas celebran la artesanía y el arte del diseño.



Lookvision, como todos los años, acudió a la cita de opti Múnich para conocer las novedades presentadas por los expositores y compartir momentos especiales con amigos, clientes y lectores de la revista.



**2. SENTIMENTAL.** Toques personales fusionados con el diseño. Elementos nostálgicos, detalles artesanales y diseños divertidos crean monturas con resonancia emocional e individualidad. Se celebran las imperfecciones.

**3. PUNK QUOTIDIEN.** La nueva ola marginal de expresión personal. Inspirados en la cruda energía de las subculturas marginales, estos diseños encarnan nuevas normas de belleza y autenticidad.

**4. SURREALISMO.** Una nueva realidad, inesperada y lúdica. Formas poco convencionales, detalles de ensueño y un toque de fantasía llevan las gafas a un mundo de expresión imaginativa.

**5. ULTRALIGHT.** El futuro del confort y la innovación. Una búsqueda de la máxima ligereza con materiales como el titanio, elementos impresos en 3D y acetato de alta densidad. Estas monturas ofrecen perfiles ultrafinos, capas transparentes e ingeniería de precisión para una sensación apenas perceptible.

## Innovaciones en materiales y colores

Según la investigadora de tendencias neoyorquina, los materiales utilizados y el tipo de lentes, como su tinte, también contribuyen a estas cinco tendencias:

- Acetatos. Olmsted ve este material en 2026 con inspiración retro, texturas de mármol y cuerno, así como degradados en capas en paletas neutras, tonales o vibrantes. Explore contrastes innovadores con colores multicapa y alambres expuestos en las varillas.
- Lentes. Aquí define un ancho de banda que va desde el ahumado superoscuro o el morado hasta los sólidos saturados y las lentes de doble/triple degradado en vivos tonos atardecer y especias.

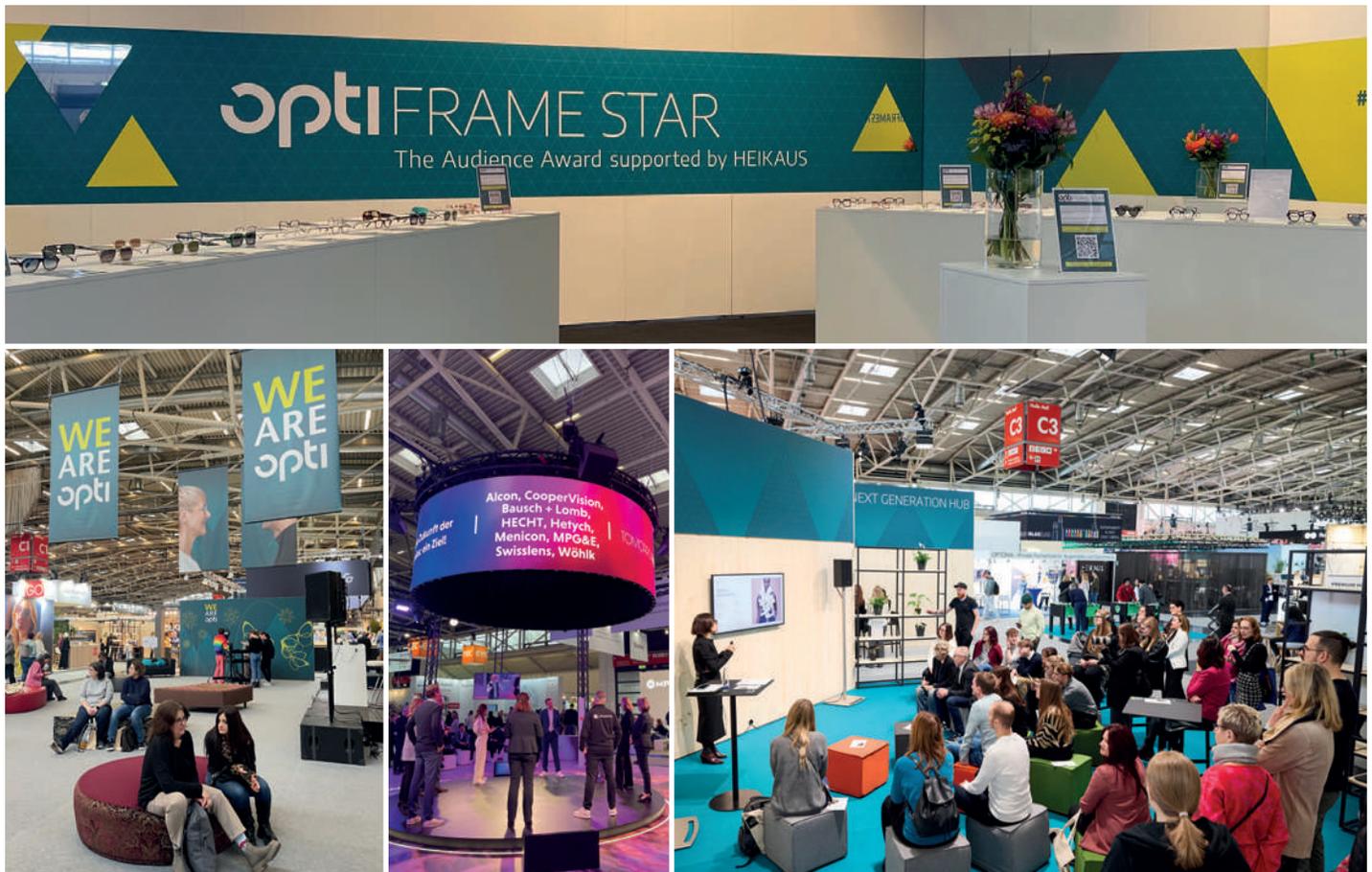
- Metales. Olmsted considera que este material clásico de las monturas se ha redefinido con acabados de dos colores, como el dorado interior y el negro exterior, que añaden una nueva perspectiva a los superventas como el dorado, el oro rosa y el negro.

Destacó también el opti NEXT GENERATION HUB, con el que opti, en estrecha colaboración con representantes de la VDCO Young para los jóvenes talentos del sector; aquí se ofrecieron formatos de citas rápidas como NextGen Meet-up, donde los jóvenes de la industria óptica pudieron intercambiar experiencias entre sí, por ejemplo, sobre oportunidades de formación continua y avanzada o el formato Meet & Match: jóvenes talentos conocen empresas.

## Premios y opti PARTY

Por primera vez se entregó el premio opti FRAME STAR - The Audience Award, en el que los visitantes de opti votaron por su montura favorita entre 50 monturas mediante un código QR. Felicitamos al afortunado ganador, Munic Eyewear, de Múnich. El 5º opti BOX AWARD lo ganó la start-up berlinesa Manti Manti por su diseño de gafas para niños, según anunció el jurado internacional encabezado por Daniel Feldman, de The Optical Journal. La opti PARTY del viernes ya se había consolidado este año como una cita ineludible; en ella, todos los participantes en la feria celebraron el éxito de la primera jornada con música y bebida.

Finalizada la presente edición, ya tomamos nota para la próxima opti, que se celebrará en Múnich del 16 al 18 de enero de 2026.



En opti 2025 fueron muy populares las presentaciones y debates, el opti Hub Arena, opti Frames Star, opti Sustainability Hub, opti Myopia Hub, Future Vision y la mayor novedad de la feria: Tomorrow Vision, la plataforma conjunta de lentes de contacto de los nueve fabricantes de renombre.

# Humphrey's eyewear

## Formas y tamaños con detalles inesperados

Humphrey's eyewear, la marca de referencia de Eschenbach Optik, celebra un cumpleaños especial. Desde hace 25 años, la marca internacional de gafas ofrece monturas y gafas de sol para un público joven y amante de la moda.



Con su variedad de modelos orientados a las tendencias, Humphrey's eyewear representa la posibilidad de expresar el propio estilo de moda y estilo de vida con gafas. Los diseños de gafas de la marca se inspiran en el street style urbano y crean looks auténticos y coloridos que han dado en el clavo.

Humphrey's eyewear comenzó como una marca pura de gafas de sol en 1994. Desde el cambio de milenio, la marca también ha estado escribiendo su propio código de moda con monturas únicas y originales, y puede mirar a un cuarto de siglo atrás con destacados modelos de tendencia actual en 2025.

Durante los últimos 25 años, la marca ha trabajado con testimonios conocidos de la industria de la música y la interpretación, como Yvonne Catterfeld, Keisha de Sugarbabes, Ronan Keating y Cosma Shiva Hagen. Además de las colaboraciones con distintos influencers, la marca también se ha presentado en colaboraciones artísticas, como con la artista Giulia Wyss, que creó para la colección Humphrey's eyewear diseños coloridos inspirados en el arte callejero.

Ahora, Humphrey's eyewear lanza sus exitosos modelos en nuevos y vivos colores. Siete monturas superventas se presentan cada una en dos nuevos looks, que combinan la historia del diseño de gafas Humphrey's con acentos en vanguardia de la moda. Una tonalidad rememora un diseño de color clásico de los últimos 25 años, mientras que otras retoman las tendencias más actuales y vanguardistas.

Con el regreso, en la Colección aniversario, de los modelos actuales con clip, la marca también se centra en una parte de la historia de las gafas y construye un puente a través de casi 100 años de historia de la óptica hasta la actualidad. Los clips de las exitosas monturas 581066 y 581069 se inspiran en los primeros diseños de los años 40 y, al mismo tiempo, muestran la evolución y el contraste con la actualidad, ya que los clips actuales, irrompibles, llevan lentes polarizadas y se fijan con imanes de una forma moderna y ligera. Humphrey's eyewear tiende así un puente entre el pasado y el futuro con sus modelos de moda, sus colores clásicos y modernos y su reminiscencia, absolutamente actual, de creaciones históricas de gafas. Desde 1994, los modelos de gafas Humphrey's eyewear aportan un aire fresco a los rostros: llamativo, inusual y siempre único.

**18** CONVENCION  
**VISTALIA**®



**22 FEBRERO 2025**

## Éxito rotundo en la 18ª Convención VISTALIA: Innovación y futuro en el sector óptico y audiológico

El pasado 22 de febrero, la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia se convirtió en el epicentro de la óptica y la audiolología con la celebración de la **18ª Convención VISTALIA y AUDIOLIFE**. En un entorno donde la arquitectura futurista y la ciencia se entrelazan, los profesionales ópticos-optometristas y audioprotesistas del Grupo, proveedores preferentes y otros invitados como la Revista Lookvision se dieron cita para compartir experiencias, explorar nuevas tendencias y fortalecer la visión de futuro de la industria óptica y auditiva.

En el Museo de las Ciencias Príncipe Felipe, concretamente en el Atrium Santiago Grisolía, tuvo lugar la Expo **VISTALIA y AUDIOLIFE**, donde estuvieron representadas las marcas y nuevos productos del Grupo: **Nudos, VisaVis y Stimmers**, así como los stands de los principales proveedores del sector.

Tras el almuerzo en el Palau de les Arts Reina Sofía, Sala Toros, en la misma Ciudad de las Artes y las Ciencias, los invitados al evento se trasladaron al auditorio Santiago Grisolía, donde tuvo lugar la presentación de las líneas estratégicas y comerciales del



grupo para el 2025 y una mesa redonda con los principales proveedores de óptica y audiolología bajo el título: **“Presente y futuro de nuestro sector”**. En esta interesante mesa redonda, toda una lección magistral moderada por **Enrique Escolano**, director general del Grupo, participaron los directores generales de **EssilorLuxottica, Antonio Némola; Indo Rodenstock, Luis Elzaurdia; Zeiss, Alberto Cubillas; CooperVision, Alejandro Lara, y José Luis Otero, GN;** así como las directoras generales de **Sonova, Sandra Salobral, y de Demant, Filiz Güvenz.**

En un ambiente dinámico y enriquecedor, los expertos participantes en la mesa redonda debatieron sobre los retos y oportunidades que afronta el sector e intercambiaron ideas sobre avances tecnológicos, personalización en la atención al cliente y el impacto de la digitalización en el comercio óptico. Las intervenciones reflejaron un firme compromiso con la excelencia y la adaptación a los nuevos tiempos. Se habló de la importancia de la formación continua, la incorporación de inteligencia artificial en los procesos de diagnóstico y el papel fundamental de la óptica en la salud visual y auditiva de la sociedad. Entre anécdotas y reflexiones, quedó claro que el futuro de la óptica no solo depende de la tecnología, sino también de la especialización, del valor humano y la cercanía con el cliente.

La jornada culminó en el cercano hotel Barceló Valencia, con cóctel y música jazz en directo, una espléndida cena de gala y DJ con barra libre como colofón a la **18º Convención VISTALIA** que, como siempre, dejó una huella imborrable entre los asistentes y reafirmó la importancia de estos encuentros para el devenir y evolución del sector óptico-audiológico.





# Raül Villalba

## Creador y CEO de ele: Innovación, sostenibilidad y producción local en el mundo de la óptica

Raül Villalba es el creador y CEO de ele, una marca de gafas que nace de la combinación entre tecnología de impresión 3D, diseño innovador y sostenibilidad. Ele llega al mercado con una propuesta diferenciadora, apostando por la producción local y la fabricación aditiva para ofrecer monturas personalizadas, ligeras y con acabados únicos.



### ¿Cuáles son las cualidades diferenciadoras de ele?

Lo que realmente distingue a ele es la combinación de tecnología avanzada y una estética sofisticada. Cada montura se fabrica mediante impresión 3D, lo que permite personalizar cada diseño al máximo. Además, incorporamos fornituras metálicas, algo poco común en la fabricación aditiva, aportando un toque de distinción y durabilidad.

El acabado Soft Touch proporciona una sensación suave al tacto, haciendo que las gafas no solo luzcan bien, sino que también sean increíblemente cómodas de llevar durante todo el día. Como novedad, presentamos el efecto satinado, que intensifica los colores de las monturas, logrando un acabado más vibrante y llamativo.

### ¿Qué materiales utilizáis?

Utilizamos polímeros de alta calidad, seleccionados específicamente por su ligereza, flexibilidad y durabilidad. La impresión 3D nos permite trabajar con estos materiales de manera extremadamente precisa, para crear monturas finas y ligeras. Las fornituras metálicas añaden un contraste perfecto de resistencia y sofisticación, asegurando una montura robusta, pero con un look moderno y minimalista.

**D**istribuida por MYCUBE, ele representa una evolución en el sector óptico, permitiendo a cada óptica diferenciarse con un producto exclusivo, sostenible y adaptable a las necesidades de sus clientes. En esta entrevista, Raül nos cuenta cómo nació ele, qué la hace única y su visión de futuro para la marca.

### ¿Cuándo y por qué nace ele?

Ele nace en 2023, tras años de investigación y desarrollo en fabricación aditiva. Queríamos ir más allá de lo convencional y ofrecer una propuesta diferente en el mercado de gafas. Con ele, buscamos fusionar tecnología de impresión 3D con diseño innovador y detalles de alta calidad, como las fornituras metálicas, para crear monturas que no solo aporten estilo, sino también una experiencia única de comodidad y personalización. Ele nace para ser una marca disruptiva, que pone a disposición de las ópticas y sus clientes un producto altamente innovador y con alma.

### ¿Qué técnicas de fabricación aplicáis?

La técnica principal que utilizamos es la fabricación aditiva, o impresión 3D, que nos ofrece una flexibilidad enorme para crear diseños detallados y personalizados. Esta tecnología nos permite minimizar el desperdicio de materiales, lo que hace que ele sea también una opción más sostenible. Además, integramos componentes metálicos a través de técnicas de ensamblaje avanzadas, que aseguran un acabado limpio y preciso.

### ¿Cómo son las cápsulas de ele y qué ofrecen al óptico y al cliente final?

En ele hemos desarrollado tres cápsulas diseñadas para adaptarse a diferentes públicos y necesidades: Organic, Alma y Esencial. Cada una ofrece una propuesta diferenciada, permitiendo a las ópticas disponer de monturas versátiles y alineadas con los gustos de sus clientes.



**“Con ele buscamos fusionar tecnología de impresión 3D con diseño innovador y detalles de alta calidad, ir más allá de lo convencional y ofrecer una propuesta diferente en el mercado de gafas”.**

- Organic apuesta por la naturalidad y la sostenibilidad, con diseños inspirados en formas orgánicas y materiales innovadores. Son monturas con mayor grosor, pero sorprendentemente ligeras, pesando un 60% menos que las de acetato convencional.
- Alma pone el foco en la expresión personal, con modelos que reflejan carácter y autenticidad. Su seña de identidad son los degradados y su construcción de volumen medio.
- Essencial se basa en líneas más finas y un menor volumen, simplificando el diseño sin perder la personalidad característica de ele.

Además, ele ofrece a cada óptico la posibilidad de crear su propia colección personalizada, adaptando los diseños a la identidad de su negocio y generando una propuesta diferenciadora. Para el cliente final, esto se traduce en una experiencia única de personalización,

donde puede elegir el tipo de gafas que realmente quiere llevar y ajustarlas a su propio estilo. Ele no solo ofrece monturas, sino la posibilidad de diseñar una identidad propia a través de ellas.

#### ***¿A qué público se dirige ele?***

Ele está pensado para cualquier persona que busque más que unas simples gafas, adaptándose a lo que cada cliente valora en una montura: diseño innovador, personalización, comodidad y una propuesta diferente a lo convencional. También estamos conectando con ópticas que buscan ofrecer productos exclusivos y diferenciadores a sus clientes, apostando por la tecnología y la sostenibilidad como parte del futuro del sector.

#### ***¿Qué son colores MakeUp?***

Nuestra paleta MakeUp está inspirada en los tonos de maquillaje más actuales y naturales, diseñados para realzar el rostro de manera sutil y sofisticada. Desde colores nude hasta rosados, pasando por beiges suaves y marrones cálidos, cada tono está pensado para complementar distintos estilos.

Como novedad, estamos desarrollando una nueva paleta de colores fríos y cálidos de la mano de nuestro equipo de asesoría de imagen. Nuestro objetivo es formar al óptico para que pueda recomendar el color ideal según las características del rostro de cada cliente, ofreciendo así una experiencia completa y personalizada.

#### ***¿Cuáles son los objetivos de futuro de ele?***

Nuestro objetivo con ele es posicionarla como una referencia en gafas de fabricación aditiva, continuando con nuestra misión de fusionar tecnología, sostenibilidad y diseño. Queremos seguir innovando en técnicas y materiales, explorar nuevos acabados y ampliar nuestras propuestas de personalización.

A largo plazo, nos encantaría que ele sea sinónimo de gafas únicas, accesibles y sostenibles, que cada cliente pueda sentir como un producto creado específicamente para ellos. Además, seguiremos ofreciendo a nuestras ópticas un producto innovador que les ayude a diferenciarse en el mercado.



**“La técnica principal que utilizamos es la fabricación aditiva, o impresión 3D, que nos ofrece flexibilidad para crear diseños detallados y personalizados. Esta tecnología nos permite también minimizar el desperdicio de materiales, lo que hace que ele sea también una opción más sostenible”.**





**MOREL**

LUNETIER FRANÇAIS DEPUIS 1880

*LOOKING FORWARD  
SINCE 1880*

[www.morel-france.com](http://www.morel-france.com)

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

**VISUAL**, el software líder para gestionar tu óptica de forma óptima, ahora en su versión en la nube: segura, accesible y eficiente.

## ¡REVOLUCIONA LA GESTIÓN DE TU ÓPTICA!



En un mundo donde la movilidad es clave, las ópticas evolucionan con **VISUAL CLOUD**



- **Gestiona tu óptica** de manera óptima desde cualquier lugar y en cualquier momento.
- **Mejora la seguridad**, reduce costes y aumenta la operatividad.
- **Calidad y Seguridad de la Información** avalada por AENOR.

**CERTIFICADO POR:**



## Beneficios que marcan la diferencia



- **Acceso ilimitado:** Gestiona tu óptica desde cualquier dispositivo con conexión a internet.
- **Seguridad avanzada:** Protección de datos con las últimas medidas de ciberseguridad.
- **Actualizaciones automáticas:** Siempre con la versión más reciente y segura sin esfuerzo.
- **Reducción de costes:** Olvídate de infraestructuras físicas y costes de mantenimiento.
- **Escalabilidad y flexibilidad:** Adapta **VISUAL CLOUD** al crecimiento de tu negocio con facilidad.

## La transformación digital que tu óptica necesita



La nube ha llegado para quedarse y **VISUAL CLOUD** lidera esta revolución en el sector óptico.

- **Eficiencia aumentada.**
- **Colaboración fluida** entre equipos.
- **Mejora significativa** en el **servicio al cliente.**



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



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

Aprovecha  
ahora 3 meses  
de bonificación

 **visual**

**OFERTA ESPECIAL**

**¡DESCUBRE CÓMO TRANSFORMAR  
TU ÓPTICA HOY!**



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

**¿Hablamos?**





# Ópticas y redes sociales

## La gestión que nadie quiere hacer, pero que todos necesitamos



Por Txell Valls  
www.txellvalls.com

"No tengo tiempo para esto". Si hay algo que veo a diario en el sector óptico es la falta de tiempo para la comunicación digital. La mayoría de las ópticas son negocios independientes o pequeñas cadenas donde el día a día se come cualquier intento de planificar contenidos. Al final, la gestión de redes sociales se convierte en esa tarea pendiente que siempre se deja para después. Pero mientras tanto, la competencia sigue comunicando, posicionándose y captando clientes.

He trabajado con muchas ópticas y el patrón se repite:

- No hay tiempo para publicar con regularidad, falta de constancia.
- Faltan ideas, se acaban repitiendo los mismos mensajes o no sabemos qué más contar.
- Delegar la gestión a alguien externo no siempre funciona, porque no conoce bien el sector y el resultado suele ser genérico y poco efectivo.

El problema es que, en un entorno donde la competencia crece y el cliente está más informado que nunca, quedarse en silencio es un lujo que ninguna óptica debería permitirse.

### El gran error: pensar que "ya lo haré cuando tenga tiempo"

Muchos de vosotros sois conscientes de la importancia de estar en redes, pero sentís que no es una prioridad inmediata. "Cuando tenga un hueco lo miro", me decís a menudo. Pero la realidad es que ese hueco nunca llega.

Lo que sí llega son clientes que buscan información en internet antes de acudir a un establecimiento, y si no encuentran nada o la última publicación tiene meses de antigüedad, la impresión que se llevan no es positiva. La falta de contenido genera desconfianza, mientras que una presencia activa refuerza la imagen de marca y transmite profesionalidad.

### Cómo evitar que las redes sociales sean una carga más

Una óptica no necesita estar en todas partes ni publicar cada día. Pero sí necesita una estrategia clara y, sobre todo, continuidad. La clave está en optimizar recursos y encontrar un sistema que facilite la gestión sin añadir más trabajo al equipo. Soy una gran defensora, aunque me dedique a ello entre muchas otras cosas, que la mejor opción siempre es llevar la gestión desde la óptica, con personal interno. Pero también soy consciente que a veces esto no es posible, así que vamos a analizar 3 opciones que pueden ayudaros a tomar una decisión:

#### Opción 1:

Contratar una persona que forme parte del equipo y que pueda combinar dotes comerciales con la gestión de RRSS. Para mi gusto sería un perfil mixto: asesor de óptica y generador de contenido. A veces tenemos este perfil ya en la óptica, solo tenemos que buscar, y otras veces, cuando tenemos la necesidad de contratar, vale la pena aprovechar y tener en cuenta este factor.

- Ventajas: tener una persona que está siempre allí permite generar contenido de una forma más espontánea, llevar una gestión completa y publicar contenido de alto valor.
- Desventajas: puede que esta persona necesite formación complementaria, pero eso se soluciona con cursillos específicos, como el que hacemos con Carolina Lober y Optoacademy: Revoluciona las RRSS de tu óptica.

#### Opción 2:

100% externalizado. Se contrata a una empresa o freelance que gestione las RRSS por ti. Redacción de contenido, diseño y planificación. Es una buena opción si decides involucrarte un mínimo y colaborar con esta empresa o persona de forma activa. Formáis equipo.

- Ventajas: te "despreocupas", a medias. Si no es una persona que está dentro de la empresa no podrá satisfacer el 100% de las tareas de gestión de RRSS, sobre todo lo relacionado en responder y atender consultas de clientes, así como generar comunidad.
- Inconvenientes: A esta persona tendrás que facilitar material o, en su defecto, pagarle para que venga a crearlo (videos, fotos...) y, además, si no viene del sector, tendrás que darle tú el contenido para cerciorarte que es de calidad y correcto.

#### Opción 3:

Esta sería la opción mixta y que se adapta a cualquier tipo de óptica. Sois muchos los que os atreveríais a llevar las RRSS vosotros o que tenéis a una persona en el equipo, pero que a la hora de publicar os faltan ideas, os bloqueáis. O tenéis a un community manager subcontratado que no sabe de óptica. ¿Cómo podemos optimizar estos recursos con muy poca inversión y de una forma fácil?

Aquí es donde entra en juego mi Kit de Contenidos: una membresía mensual que proporciona publicaciones listas para usar, con textos adaptados a la realidad del sector y diseñadas para conectar con los clientes de una óptica.

En lugar de perder horas buscando ideas o intentando encargar contenido a alguien que no conoce el sector, con el Kit de Contenidos lo tienes todo resuelto:

- Publicaciones estratégicas, listas para usar.
- Contenidos diseñados específicamente para ópticas.
- Un sistema que te permite mantener activa tu comunicación sin esfuerzo.

Opción	Ventajas	Inconvenientes
Equipo interno	Contenido real y control total	Requiere formación
Externalización	Se delega todo	Falta de cercanía con el negocio
Modelo mixto (Kit de Contenidos)	Fácil, rápido y especializado	Necesidad de planificación mínima

### Comunicar o quedarse atrás

Lo que he aprendido en estos años es que la diferencia entre una óptica que atrae y fideliza clientes y una que no lo hace no es solo la calidad del servicio o el producto, sino la capacidad de transmitirlo. Y eso, hoy en día, pasa por tener una comunicación digital bien trabajada.

Si crees que es el momento de dejar de aplazar esta tarea y empezar a gestionar tus redes con estrategia, te invito a conocer más sobre el Kit de Contenidos en:

[kitdecontenidos.txellvalls.com](http://kitdecontenidos.txellvalls.com)

"Si tú no comunicas, otros lo harán por ti".

# Alcanzando nuevas alturas

Ahora, los niños con prescripciones de miopía más altas, hasta -13.00D, pueden beneficiarse de la Tecnología D.I.M.S. de MIYOSMART.



**Rango de potencia hasta -13.00D**



**Diámetros de lentes más grandes**



**Espesor de borde optimizado**



Escanea para saber más



**HOYA**  
FOR THE VISIONARIES

## TENDENCIAS [TRENDS]



### ACTIVE

Active Soft Newborn es la primera colección de la firma para recién nacidos, realizada íntegramente en su sede de Vedano Olona. Esta colección Made in Italy incluye 5 formas en 6 colores disponibles desde el calibre 34 al 41. Se trata de monturas monobloque de material suave y ultraflexible, con un puente anatómico central pensado para los más pequeños. Las varillas están equipadas con un gancho en el terminal y combinado con un cordón elástico ajustable que permite el correcto mantenimiento del centro óptico. [www.centrostyle.com](http://www.centrostyle.com)



### DUYOS

Esta creación exclusiva en colaboración con el reconocido diseñador español Juan Duyos, fue revelada recientemente en Madrid Fashion Week, en el icónico Museo del Traje. Dedicada al universo femenino, la nueva colección de monturas y gafas de sol, comercializada y distribuida por Prooptica, refleja un enfoque innovador y disruptivo. El diseñador explora la armonía entre metales brillantes, transparencias elegantes y patrones dinámicos para crear una línea de gafas colorida ideal para la mujer actual. Los diseños vanguardistas y los colores vibrantes y alegres se complementan con detalles innovadores que aportan sofisticación y autenticidad. [www.prooptica.es](http://www.prooptica.es)



### TOUS

Su nueva colección, fabricada y distribuida por Grupo De Rigo, representa una explosión de estilo, fresca y color que se traduce en gafas de vista y de sol que realzan la personalidad de quien las lleva. El «Oso», icono de la marca, se confirma como elemento imprescindible adornando las varillas en sus versiones «Icon» y «New». La línea «Essential» combina las letras del logotipo con detalles contemporáneos. Por su parte, la familia «Jewellery» destaca por sus preciosos detalles inspirados en las mejores gemas Tous, y la colección Tous Manifiesto se caracteriza por el monograma que entrelaza las letras T y O. [www.tous.com](http://www.tous.com) - [www.derigo.com](http://www.derigo.com)



### BLACKFIN

La firma italiana lanza Prometheus, una nueva edición limitada de gafas de sol con un diseño icónico y futurista. Esculpido a partir de un único bloque de titanio, el frontal de la gafa está fresado tridimensionalmente con una precisión micrométrica. Las lentes de aluminio están completamente fresadas a partir de materiales sólidos y su profundidad confiere tridimensionalidad y solidez al diseño. Las puntas de las varillas, en acetato, revelan el núcleo interno ultrafino de titanio, cuyo diseño técnico subraya la precisión e ingeniería de este concepto. Esta edición limitada de 250 ejemplares en cada una de las dos combinaciones de color disponibles, cada par de gafas va en un packaging exclusivo. [www.blackfin.eu](http://www.blackfin.eu)



### LACOSTE

Lacoste presenta las gafas de sol y de graduado femeninas de la campaña publicitaria primavera-verano 2025, que forman parte de la colección Monogram. Su diseño se caracteriza por detalles icónicos y por una interpretación moderna de los elementos distintivos de la marca. La nueva línea es femenina, elegante, sensual e icónica, ideal para un estilo de vida polifacético. Fabricadas y distribuidas por Marchon, las gafas de sol L6063S y el modelo de graduado L2978, tienen montura de plástico inyectado, presentan un frente atemporal de forma rectangular modificada y están disponibles en varios colores. [www.lacoste.com](http://www.lacoste.com) - [www.marchon.com](http://www.marchon.com)



### RAY-BAN

El modelo óptico Ray-Ban Mega Clubmaster, en edición limitada, está diseñado en un color único y una mega montura de Liteforce, un material ligero, pero duradero, que ofrece una comodidad especial. Posee varillas XXL y líneas suavizadas, añadiendo un toque moderno al clásico estilo de los 80. [www.ray-ban.com/spain](http://www.ray-ban.com/spain)

# Cool Vision

Trabaja con una empresa sin compromisos  
ni ataduras, diferenciándote del resto.  
Trato personalizado.

## ¿Qué te ofrece Cool Vision?

Exclusividad territorial  
Máxima rentabilidad  
Calidad óptima  
Proactividad



¡Nos adelantamos a las nuevas  
tendencias, sin olvidarnos de los  
clásicos atemporales!



## ¿Cómo trabajamos?

Cuidamos los detalles  
Acetato mazzuchelli  
Alta calidad  
Colecciones que cubren todos los target

Ponte en contacto  
con nosotros

camaronvision@hotmail.com  
www.coolvision.es  
(+34) 918 842 268



# Novedades en Sensorial Expert by PRATS con la revolucionaria solución VIMAX SE SYNAPTIC, las lentes progresivas de PRATS mejor conectadas con el cerebro del usuario

Con la nueva tecnología de estas lentes, se potencia la generación de la imagen para que el sistema visual ojo-cerebro consiga una visión más clara y natural, de manera instantánea y eficiente.

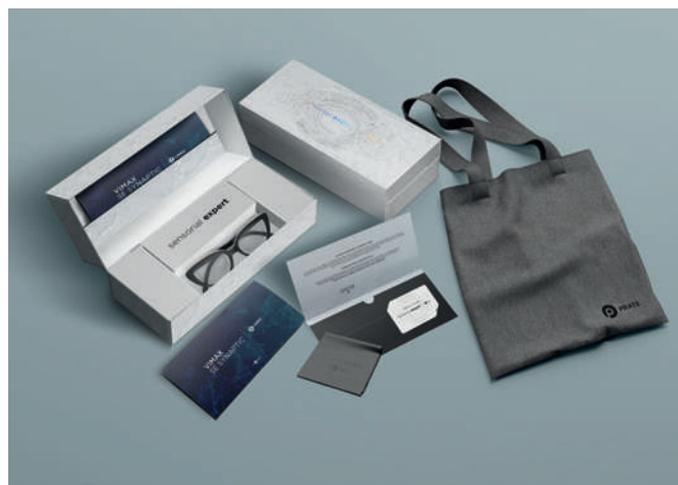


## Una solución pensada para ayudar al óptico a crecer

Las lentes VIMAX SE SYNAPTIC han sido desarrolladas para que los ópticos puedan ofrecer a sus pacientes las lentes progresivas de PRATS más avanzadas tecnológicamente, con las que sus clientes disfrutarán de una experiencia única. Estas lentes están disponibles en exclusiva para los distribuidores de Sensorial Expert que dispongan de un equipo WaveFrontAI

Como apoyo para impulsar este porfolio, PRATS ofrece un pack de entrega exclusivo, un completo programa de fidelización y recursos digitales para comunicar esta novedad a clientes y potenciales usuarios de estas lentes.

En definitiva, VIMAX SE SYNAPTIC es la solución perfecta para potenciar el crecimiento del área profesional y de negocio de los ópticos. [www.grupoprats.com](http://www.grupoprats.com)



**L**os esfuerzos del departamento técnico de PRATS se centran desde hace 100 años en desarrollar lentes premium, pensadas para mejorar la calidad de visión de los usuarios de gafas. A finales de 2024, la multinacional española lanzó la novedad mundial VIMAX SE SYNAPTIC. “Con esta nueva solución mejoramos la experiencia visual de los clientes y nos consolidamos como líderes en el desarrollo de lentes progresivas de alta calidad, integrando los datos de cada usuario a través de la medición de nuestro equipo de examina con WaveFrontAI”, señala Mauro Pellegrini, director de Marketing y Ventas Internacionales del grupo.

VIMAX SE SYNAPTIC es una apuesta revolucionaria de PRATS, que tiene en cuenta no sólo la fisiología del ojo como nunca antes se había hecho, sino también cómo el cerebro procesa las imágenes a través de esta solución avanzada. Las nuevas lentes se denominan SYNAPTIC por la inmediatez y facilidad con la que cada usuario se adapta a ellas, acentuando la satisfacción y calidad de visión. El resultado es una visión más clara y natural, de manera instantánea y eficiente, nítida y con reconocimiento de la imagen de forma ultra rápida en toda la superficie de la lente.

La tecnología de VIMAX SE SYNAPTIC es el nivel más alto de desarrollo i+D de PRATS en su historia. La información que se extrae de la plataforma multimodal de análisis visual WaveFrontAI se integra en el diseño de estas lentes con el fin de asegurar la visión más clara, rápida y precisa del paciente.

## ACERCA DE GRUPO PRATS

Grupo Prats se dedica desde 1924 con pasión y profesionalidad al desarrollo de soluciones óptico-oftálmicas innovadoras bajo el Principio de Máxima Adaptabilidad. Su objetivo es proporcionar las lentes oftálmicas que mejor se ajustan a las necesidades de cada persona y de cada uso de visión.

Cuenta con presencia y reconocimiento internacional, y distribuye a más de 22 países entre distribuidores, filiales y laboratorios, lo que le posiciona como una empresa líder en el sector óptico gracias a la combinación de investigación, ingeniería, robotización y el mejor servicio a sus clientes.

## Arpe fabrica las gamuzas de la iniciativa solidaria de Óptica Diagonal y APAMP

La personalización y la responsabilidad social se dan la mano en la última iniciativa de Óptica Diagonal, que, en colaboración con la Asociación de Familias de Personas con Parálisis Cerebral de Vigo (APAMP), ha lanzado una colección exclusiva de gamuzas diseñadas por los usuarios del centro.

Arpe, empresa especializada en productos promocionales textiles sostenibles, ha sido la encargada de fabricar estas gamuzas, uniendo innovación, calidad, inclusión y compromiso social y medioambiental en cada pieza, en un producto único para la salud visual. Los diseños han sido creados por usuarios del Taller Sensorial de APAMP, Anita Pérez, junto a sus compañeros del taller Sensorial: Sajjad, Lorena, Francisco, Cristina, Raydel y Jessica, han dado forma a nuestras gamuzas reflejando su visión artística y su capacidad de supera-

ción. Las gamuzas, disponibles en las ópticas de Vigo y Ourense, se entregan como obsequio con la compra de gafas o monturas graduadas en una edición limitada.

La fabricación ha estado en manos de Arpe, reconocida por su apuesta por la sostenibilidad y la personalización de productos con materiales reciclados y procesos responsables. "En Arpe creemos que los productos pueden contar historias y generar impacto, como en este caso, apoyando la inclusión y la visibilidad de APAMP", destaca el equipo de Arpe.

Este proyecto es un claro ejemplo de cómo la unión entre arte, inclusión y sostenibilidad puede generar un impacto real tanto en la comunidad como en los clientes.

[www.arpe.es](http://www.arpe.es) - @opticadiagonal y @apamp\_vigo



## EssilorLuxottica adquiere la empresa canadiense de tecnología médica Cellview



En su empeño por elevar los estándares del sector y mejorar la calidad de la atención oftalmológica, EssilorLuxottica ha adquirido Cellview Imaging Inc, una start-up canadiense especializada en el diagnóstico innovador por imagen de la retina. Con las tecnologías patentadas de la empresa, el Grupo está construyendo una cartera más amplia de instrumentos y soluciones oftálmicas, prosiguiendo su viaje en el sector med-tech. Con sede en Toronto, Cellview diseña y fabrica instrumentos de diagnóstico por imagen innovadores y de alto rendimiento aprovechando su sólida experiencia en I+D. Las soluciones de Cellview permiten a los profesionales de la visión diagnosticar patologías retinianas gracias a la cámara retiniana de campo ultraancho, capaz de captar imágenes mucho más grandes que la mayoría de las tecnologías existentes.

Francesco Milleri, Presidente y Director General, y Paul du Saillant, Director General Adjunto de EssilorLuxottica, comentaron: "Nos complace dar la bienvenida al equipo de Cellview a EssilorLuxottica y trabajar juntos para acelerar nuestra estrategia en salud visual. Con la integración de otra empresa pionera con gran experiencia en I+D y soluciones de imagen de primera clase, proporcionaremos una cartera completa de tecnologías innovadoras a la comunidad de atención oftalmológica para abordar mejor la creciente necesidad de salud visual y el diagnóstico precoz de patologías retinianas".

## TIWI firma un acuerdo de distribución con Cione

La firma de gafas ha formalizado un acuerdo de distribución con el grupo óptico Cione, uno de los líderes en el mercado español, por el cual las gafas TIWI se venderán en las ópticas asociadas del grupo.

La marca, que ha logrado consolidarse por su calidad y diseño, sigue apostando por su modelo de diversificación de productos, con una distribución equilibrada: 50% gafas de sol, 50% graduado. Este acuerdo refuerza la presencia de TIWI en el sector óptico y afianza su estrategia de crecimiento en el mercado nacional. "El sector óptico es muy competitivo, este nuevo acuerdo nos permitirá ganar cuota de mercado en el territorio nacional y poder seguir así con nuestra estrategia de crecimiento en España, que es nuestro mercado principal", afirma Guillermo Casar, CEO de TIWI.

Gracias a esta alianza, TIWI y Cione podrán fortalecer su relación, creando sinergias que beneficiarán tanto a la marca como a la cooperativa y sus ópticas asociadas. Este acuerdo se suma a la presencia de TIWI en España con sus propias tiendas y en los puntos de venta multimarca, ampliando así su canal de distribución.



## Indo lanza el sistema de refracción FARS de NIDEK



NIDEK presenta el sistema de autorefracción FARS, diseñado para integrarse perfectamente con el reconocido sistema de refracción de sobremesa TS610. Esta solución innovadora, que optimiza el espacio y los recursos de la óptica, destaca por agilizar significativamente el flujo de trabajo de los optometristas. El diseño compacto y funcional del TS-610 lo convierte en la herramienta perfecta para espacios reducidos o segundos gabinetes, creando una estación de refracción multifuncional que garantiza precisión, rapidez y comodidad tanto para profesionales como para pacientes.

"El FARS ha sido desarrollado para transformar la gestión de refracciones, ofreciendo tecnología avanzada y adaptada a las necesidades de ópticas modernas, donde la eficiencia y la experiencia del paciente son prioritarias. Sin duda, el FARS marca un antes y un después en la optometría, combinando precisión, eficiencia y versatilidad como nunca antes", destaca Xavier Fontova, director de Bienes de Equipo de Indo.

NIDEK reafirma su compromiso con el mercado español a través de su colaboración con Indo, distribuidor exclusivo de la marca en España. Esta alianza estratégica garantiza que todas las novedades tecnológicas, estén disponibles para ópticas y clínicas oftalmológicas en el país.

# ATP tour y Polaroid Eyewear forjan su alianza a nivel mundial



ATP ha anunciado a Polaroid Eyewear como el colaborador oficial de ATP Tour del sector del Eyewear hasta 2027. La marca emblemática estará presente en una serie de eventos de ATP Tour y ha nombrado a uno de sus mejores jugadores, Lorenzo Musetti, como el embajador de Polaroid Eyewear para 2025.

Polaroid Eyewear es pionero en el sector del Eyewear a nivel internacional, una de las marcas propiedad del Grupo Safilo, así como es bien conocido por sus revolucionarias lentes polarizadas y una tipología de productos que combinan practicidad y estilo.

La colaboración se hará pública en el Mutua Madrid Open, en el Internazionali BNL de Italia y en el Open de Suecia, donde se ofrecerán experiencias exclusivas para los fans. Las ventajas incluyen una visibilidad de la marca relevante, un espacio dedicado en

las áreas para fans y una presencia notable de actividades para los niños. El juez de ATP también llevará un par de gafas de Polaroid en la pista. Además, Polaroid llegará a toda la comunidad internacional del tenis mediante actividades de visibilidad durante todo el año, a través de los canales digitales y las redes sociales de ATP Tour.

Lorenzo Musetti, actualmente en el Top 20 de la clasificación ATP de la FIP y medalla de bronce olímpica, se convertirá en el embajador de esta colaboración y en la imagen de la campaña mundial de Polaroid Eyewear para 2025. Como parte de la siguiente generación de tenistas italianos, Musetti combina su talento con un estilo distintivo tanto dentro como fuera de la pista. Estas cualidades son perfectas para reflejar los valores de la marca: juvenil, deportista y con gusto por la moda.

## Comienza el Tour Cione 2025



Después de la gran acogida que tuvo el Tour 2024, el equipo de Cione Óptica y Audiología se echa a la carretera, de nuevo este año, iniciando el 20 de febrero el Tour 2025 en la ciudad de Valladolid.

Y, después de recorrer doce ciudades, facilitando con ello el acceso a los ópticos de toda España, terminará en Murcia en el mes de abril.

El argumento principal de la gira de este año será abordar, desde todas las perspectivas del negocio, cómo adaptarse al cambio de paradigma en el sector de la óptica. "Quiénes se adaptan primero, no sólo sobreviven, prosperan", afirma Miguel Ángel García, director general de Cione Óptica y Audiología, recalcando el argumento de la última Asamblea General de la cooperativa. Por todo ello, el Tour va a ser, en primer lugar, una inspiración para que los socios de Cione asuman estos cambios como una oportunidad, gracias a las soluciones que la cooperativa les ofrece en este sentido. Pero además, el Tour va a presentar las novedades de producto de la marca CIONE, en todas sus categorías.

El objetivo del Tour es acercarse al socio para que conozca de primera mano todos los servicios y productos con los que Cione le ayuda a diferenciarse. La innovación, la formación y la búsqueda de nuevas oportunidades son clave para su negocio. Además de compartir los últimos lanzamientos de la marca CIONE, avalados por los proveedores más reconocidos del mercado, el equipo de Cione Óptica y Audiología mostrará las nuevas colecciones de monturas que llegarán a las ópticas de Cione en exclusiva y acercará la Audiología a las ópticas. EssilorLuxottica acompañará el viaje de este Tour 2025 para presentar, junto al equipo Cione, el gabinete del futuro, ya en el presente.

Todas estas propuestas son sólo la mitad de la presentación y de la formación de cada uno de los doce encuentros del Tour. "La otra mitad es el contacto humano, que nos va a ayudar, seguro, a seguir fortaleciendo los lazos de la comunidad Cione", termina García.

## Opticalia apuesta por la generación de empleo entre los más jóvenes de la mano de la UCM

Opticalia participó, el pasado 7 de febrero, en las X Jornadas de Empleabilidad organizadas por la Facultad de Óptica y Optometría de la Universidad Complutense de Madrid. De esta manera, más de 120 alumnos, tanto de Grado como de Máster, tuvieron la oportunidad de conocer de primera mano las oportunidades laborales que ofrece la marca.

Durante toda la jornada, los estudiantes acudieron a talleres prácticos organizados por las compañías participantes, donde, además de conocer todos los detalles para formar parte de grandes empresas del sector como Opticalia, tuvieron la oportunidad de resolver sus dudas e inquietudes a la hora de incorporarse al mundo laboral. Numerosos alumnos se interesaron por las posibilidades laborales que ofrece la marca, quien genera en España cerca de 90 empleados directos y más de 1.500 indirectos a través de sus ópticas asociadas.

De esta manera, la marca demuestra su compromiso con la generación de empleo en España, así como apuesta por el talento joven, fomentando la formación profesional en el sector. Y es que, Opticalia es una marca que siempre ha dado mucha importancia a la formación, tanto de los futuros profesionales del sector, como de sus propios Ópticos-Optometristas. De hecho, en el último año ha reforzado el área de formación con la incorporación de nuevos perfiles y ha retrainado su metodología de aprendizaje.



## Essilor estrena nueva campaña de Varilux® XR series™ en televisión



Essilor vuelve a la televisión con una nueva campaña de medios de sus innovadoras lentes progresivas Varilux® XR series™. Desde el 3 de marzo, el spot vuelve a estar presente en las principales cadenas de televisión del país, publicidad exterior y medios digitales, además de contar con un patrocinio deportivo. La campaña, busca destacar la gran capacidad de personalización de estas lentes progresivas, que permiten la medición del comportamiento visual de cerca.

La campaña estará activa durante los meses de marzo y abril de 2025, y contará con presencia en las principales cadenas nacionales de televisión de los grupos Atresmedia (Telecinco, Cuatro...) y Mediaset (Antena 3, La Sexta...), y en cadenas autonómicas como TV3 o Antena 3 Canarias. Además, también contará con un patrocinio deportivo en 12 partidos de fútbol de La Liga, en concreto en las jornadas 30-35. Por su parte, la campaña digital incluye medios sociales como Instagram, Meta o Youtube. Las lentes Varilux® XR con medición del comportamiento visual de cerca (CVC), llevan la personalización de las lentes al siguiente nivel haciendo de las Varilux® XR series™ las lentes progresivas definitivas, personalizadas al máximo para el usuario y proporcionándoles una nitidez instantánea incluso en movimiento y una comodidad duradera en la visión de cerca. Unas lentes que no sólo tienen en cuenta la prescripción de cada persona, sino también su comportamiento visual.



# Color, diseño y sostenibilidad

100% personalizables

Desde 1991, Arpe ha sido sinónimo de calidad e innovación en el sector óptico.

Nuestros productos están diseñados y fabricados en Barcelona con hilo rPET post-consumo. Comprometidos con una industria local y respetuosa con las personas y el medio ambiente.



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

# Arpe®

# ExpoÓptica 2026 anuncia nuevas fechas y horarios para fortalecer el carácter profesional de la cita



El Salón de la Óptica, la Optometría y la Audiología organizado por IFEMA MADRID, ExpoÓptica, anuncia que su edición de 2026 se celebrará del jueves 9 al sábado 11 de abril de 2026. Así, en su 35ª edición, se traslada a días laborables para reforzar su carácter profesional, ofrecer un ambiente más especializado y facilitar la asistencia. Además, también modifica su horario, abriendo de 10:00 a 20:00 durante las tres jornadas.

Ana Rodríguez, directora de ExpoÓptica y ExpoAudio, ha destacado que “tras una última edición con resultados muy positivos y tras un profundo análisis con el Comité Organizador, adoptamos este cambio que esperamos sea bien recibido por expositores, visitantes y expertos. Es una decisión alineada con la tendencia internacional de celebrar ferias en horario laboral para optimizar el tiempo de empresas y profesionales, asegurando una experiencia más

productiva, y se incluye el sábado por ser una jornada importante en clave comercial para el sector”.

Con un nuevo formato adaptado a la realidad de los sectores, ExpoÓptica y ExpoAudio 2026 reunirá primeras marcas de moda óptica, fabricantes, distribuidores, centros de formación y proveedores como desarrolladores de software especializados o bienes de equipo para centros auditivos y ópticas, contribuyendo esta amplia representación a la dinamización comercial.

ExpoÓptica y ExpoAudio 2024 fue una edición de éxito en la que acogió a 130 empresas participantes y 8.350 profesionales, reflejando la recuperación de los sectores y consolidando las bases para seguir creciendo en 2026, ofreciendo las últimas innovaciones del sector óptico y auditivo y potenciando las oportunidades de negocio y networking.

## Stellest lanza EyestarTM Mission



Essilor® sigue apostando por la educación y la formación como herramienta para combatir la epidemia de la miopía infantil. Una buena visión es fundamental para los niños, ya que el 80% del aprendizaje

ocurre a través de la visión y hoy en día cada vez más niños contraen miopía a edades más tempranas. En este contexto, Stellest® ha lanzado en España la experiencia interactiva EyestarTM Mission, un programa de concienciación dirigido a niños y niñas de entre 6 y 7 años, para que puedan aprender sobre la buena visión y sobre la miopía, mientras se divierten. EyestarTM Mission es una experiencia lúdica y gamificada que combina vídeos cortos y diferentes actividades todo en un entorno de una aventura espacial. El programa está especialmente creado para ayudar a los niños a responsabilizarse de su salud ocular implicándolos a ellos y a los adultos de su entorno. [www.eyestar-mission.com](http://www.eyestar-mission.com)

## MIOPTICO en el Carrefour de Alfajar reabre sus puertas tras la DANA

El establecimiento, que se encuentra en uno de los municipios que más sufrió los daños de las inundaciones por la DANA del pasado 29 de octubre, ha reabierto al público el 25 de febrero. Estos meses todo el equipo ha focalizado los esfuerzos en la reconstrucción para que llegara lo antes posible la apertura al público.



MIOPTICO se encuentra dentro de la galería comercial del Hipermercado Carrefour Alfajar, que ha conseguido volver a abrir en tiempo récord.

Nuria Martín, directora de MIOPTICO ALFAR nos habla de la “importancia de esta apertura para los vecinos y comercios de la zona. De retomar los trabajos, las rutinas y poder hacer la compra en tu localidad”. Además resalta “las ganas de todo el equipo y la emoción que sentimos al volver, y reencontrarnos con nuestros clientes”.

## Txell Ruano se une a Natural Optics Group como nueva Key Account Manager



Natural Optics Group (NOG) refuerza su equipo con la incorporación de Txell Ruano como Key Account Manager, un puesto clave en la gestión de grandes cuentas del grupo. Txell es óptica-optometrista de profesión y su trayectoria se basa principalmente en su paso por diferentes ópticas independientes. Además, también trabajó en Johnson and Johnson y durante los últimos años formó parte del equipo de Óptica 2000 (ahora del grupo Grand Vision de Essilor Luxottica) como Store Manager y, posteriormente, de Regional Manager en Cataluña.

Txell aporta una sólida formación como óptica-optometrista, combinada con un profundo conocimiento

del sector y de las necesidades específicas de los asociados de Natural Optics Group. Su experiencia y habilidades serán fundamentales para impulsar el crecimiento y la mejora de los negocios de los asociados de NOG, ofreciendo un apoyo estratégico y personalizado y aportar la experiencia al punto de venta, contribuyendo directamente al éxito de los asociados.

## Alain Afflelou reabre su óptica de Centro Comercial Bonaire, rehabilitada tras la DANA



Alain Afflelou ha reabierto su óptica en el centro comercial Bonaire (Aldaia, Valencia), tras permanecer cerrada desde el 29 de octubre debido a los daños causados por la DANA. La marca ha trabajado intensamente para recuperar el establecimiento, que quedó completamente destruido por las inundaciones. Con la reapertura de Bonaire, donde ya están operativos 100 locales (el 70% del centro), la compañía vuelve a la normalidad tras un esfuerzo de más de tres meses.

En la óptica de Bonaire trabajan 12 personas, que han vivido meses complicados hasta recuperar su rutina. “Volver a abrir con nuestro equipo de siempre es muy emocionante. Han sido tiempos duros, pero la unión entre nosotros y el respaldo de la compañía nos han dado la fuerza para estar aquí hoy con más ilusión que nunca”, dice Marisa Carmoña, delegada de la zona.

## La estrella de la NBA, Jaylen Brown, se une a Oakley

La visión única de Jaylen Brown se une a la ciencia descabellada de Oakley para reescribir las reglas del estilo en el deporte y la óptica, para convertir la innovación en arte, en una colaboración arraigada en la cultura, la comunidad y la redefinición de lo posible. Brown trabajará en colaboración con equipos de primer nivel en investigación y desarrollo, diseño creativo y producción para reinventar la moda deportiva y la óptica. Como parte de esta alianza, lanzará colecciones de edición especial en colaboración con 741, su recién creada marca de alto rendimiento. Además, Oakley será el patrocinador exclusivo de gafas de Brown. La colaboración también se extiende a sus iniciativas de impacto cultural y empoderamiento juvenil, con Oakley apoyando a The XChange y la fundación

7uice. Asimismo, Brown respaldará el trabajo de la Fundación OneSight EssilorLuxottica, que lucha por erradicar los problemas de visión no corregidos en comunidades vulnerables de todo el mundo.

“Esta es la primera colaboración con una marca en mi trayectoria, y eso se debe a que siempre tuve claro que solo me asociaría con marcas que reflejaran mi visión y valores en todos los aspectos: expresión personal, estilo y unidad. La innovación de Oakley y su compromiso con la evolución del deporte y la cultura, además de su capacidad para inspirar a las nuevas generaciones, hacen que esta alianza sea un movimiento poderoso y significativo”, afirma Jaylen Brown, deportista del equipo Oakley. Oakley.com



### Nombramientos en SEIKO Optical Iberia



HOYA Lens Iberia ha anunciado la incorporación de Fran Plaza como nuevo director comercial y de grandes cuentas de la compañía. Este nuevo cargo lo desempeñará de forma conjunta con sus actuales responsabilidades como Country Manager en SEIKO Optical Iberia. Fran Plaza trabajará estrechamente con Federico Ruiz Gómez, recientemente nombrado director de Ventas y Marketing de SEIKO Optical Iberia.

Fran Plaza es licenciado en Ciencias Biológicas, cuenta con una destacada trayectoria académica y profesional, incluyendo un posgrado en Marketing por la Universidad Europea y un Máster en Dirección Comercial y Gestión de Equipos de Venta por la EAE Business School. Además, cuenta con formación en Estrategia en Oxford, así como en Liderazgo, Coaching o Negociación. Fran Plaza aportará esta amplia experiencia a su nueva posición en HOYA Lens Iberia, con el objetivo de consolidar y fortalecer el liderazgo de la compañía japonesa en el sector óptico. Por su parte, Federico Ruiz Gómez se une al equipo de SEIKO Optical Iberia como director de Ventas y Marketing. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y diplomado en Ciencias Empresariales, Federico se especializó en dirección comercial y marketing y en liderazgo empresarial. El nuevo director de Ventas y Marketing de SEIKO Optical Iberia ha desarrollado su carrera profesional en el sector de la óptica, trabajando previamente en empresas como Coopervision o Menicon. Su experiencia será clave para impulsar la estrategia de SEIKO Optical Iberia, donde trabajará en estrecha colaboración con Fran Plaza para continuar consolidando la posición de la marca en el mercado.

### In Memoriam Carles Simón Delgado



Carles Simón Delgado falleció hace algunas fechas a los sesenta años de edad y tras casi cuatro años de lucha contra una larga enfermedad. Fue comercial durante más de 35 años, trabajando en compañías como Visión, Lentiflex, Aria Visión, Yodel, Luxottica, Marchon o Safilo. Toda una vida dedicada al sector óptico que tantas alegrías le dio a lo largo de estas décadas.

Carles desempeñó sus funciones básicamente en Cataluña y Mallorca, donde entabló relación con gran cantidad de clientes y compañeros del sector, que señalan el carácter amable y colaborador de Carles, su gran sentido del humor, su humildad y honestidad así como su capacidad inagotable de trabajo.

Desde su familia queremos rendir homenaje a Carles, por todo lo que consiguió y luchó durante toda su vida, así como también agradecer el apoyo y el cariño que tanto él, como sus familiares, hemos recibido por parte de clientes, compañeros y amigos del sector. DEP.

### Agatha Ruiz de la Prada, de la mano de Optim, presenta sus gafas en MBFW Madrid



La icónica diseñadora Agatha Ruiz de la Prada ha vuelto a sorprender en la pasarela de MBFW Madrid con un desfile irreverente y lleno de creatividad, donde el color y la diversión han sido los protagonistas indiscutibles. En este espectáculo vibrante, la nueva colección de gafas ha brillado con luz propia, reafirmando el espíritu

audaz y único de la firma. Lejos de los tonos convencionales, las gafas de Agatha Ruiz de la Prada han seguido fieles a su esencia: una explosión de colores vibrantes y formas innovadoras han invadido la pasarela, demostrando que la moda y la óptica pueden ser una declaración de alegría y creatividad. Los diseños han apostado por monturas geométricas, oversize y detalles sorprendentes, siempre con el sello inconfundible de Agatha. Este año, además, marca un hito especial: celebra el 25º aniversario de la colaboración entre Agatha Ruiz de la Prada y Optim Vision, desde el lanzamiento de su primera colección de gafas. Un cuarto de siglo viendo el mundo a todo color, y esta celebración no vendrá sola, sino cargada de sorpresas que reafirmarán la esencia vibrante y revolucionaria de la marca.

### SEIKO alcanza la máxima velocidad con SENSITY FAST



Una de las mayores preocupaciones de los usuarios habituales de lentes fotocromáticas es la velocidad de aclarado en interiores. Ante esta preocupación, SEIKO lanza ahora su lente fotocromática SEIKO Sensity Fast, que se añade al portafolio de fotocromáticos de la compañía, junto con Sensity 2 y Sensity Dark. La innovadora lente SEIKO Sensity Fast no sólo ofrece un excelente contraste, reducción del deslumbramiento y 100% de protección contra los rayos UV, sino también, una transición de aclarado excepcionalmente rápida. Se adapta sin esfuerzo a las condiciones cambiantes de luz, lo que la hace especialmente atractiva para personas más jóvenes y activas que transitan frecuentemente entre ambientes interiores y exteriores.

La gama SEIKO Sensity está diseñada para aquellos usuarios de gafas que buscan soluciones visuales elegantes y que puedan seguir el ritmo de sus estilos de vida dinámicos. El portafolio de SEIKO SENSITY incluye los fotocromáticos Sensity 2 y Sensity Dark. Con la incorporación de Sensity Fast, SEIKO completa su gama de lentes que se adaptan a cualquier condición de luz, diseñadas para satisfacer las necesidades más específicas de cada usuario.

# CECOP inicia una serie de encuentros únicos entre asociados



CECOP ha puesto en marcha una nueva serie de encuentros locales, diseñados para fortalecer la comunidad y ofrecer un espacio de networking exclusivo para sus asociados. El primero de estos encuentros tuvo lugar en Galicia y contó con la participación de varios ópticos de la zona, consolidando así una iniciativa que continuará en otras regiones del país.

En este primer evento, CECOP contó con la colaboración de Txell Vals, quien impartió un taller dinámico de ventas en el que ofreció herramientas prácticas para la mejora de la gestión comercial de los ópticos independientes. La iniciativa busca generar un espacio cercano donde los asociados puedan compartir experiencias, expresar sus necesidades y fortalecer su relación con el grupo.

"El encuentro ha superado nuestras expectativas. Ha sido una experiencia que nos ha permitido conectar de manera mucho más cercana con los ópticos, algo que en eventos de gran magnitud como ExpoCECOP es imposible por la cantidad de asistentes", destacó Raquel Castro, Marketing Manager de CECOP. Por su parte, Alejandro Ruiz, Sales and Members Director, subrayó el éxito del evento y adelantó que la iniciativa continuará en otras zonas de España. "Estamos muy contentos con el resultado y queremos repetir la iniciativa en más regiones. Ya tenemos en mente dos encuentros más en los próximos meses".

Con estos encuentros locales, CECOP refuerza su compromiso con los ópticos independientes, brindando un espacio exclusivo donde fortalecer la comunidad, compartir conocimientos y seguir alineándose con las necesidades del sector.

## EssilorLuxottica refuerza su organización en España con nuevo equipo de Medical y Professional Affairs



EssilorLuxottica continúa reforzando su organización en España con la creación de su nuevo equipo de Medical y Professional Affairs, cuyo objetivo es fomentar el diálogo basado evidencias científicas dentro del ecosistema del cuidado de la salud visual- incluyendo el ámbito académico, asociaciones profesionales, oftalmólogos y ópticos-optometristas- para mejorar los resultados y la experiencia de los pacientes. El equipo está liderado por Alberto Valsecchi como Medical y Professional Affairs Manager, quien recientemente se ha incorporado a la compañía. Valsecchi es óptico-optometrista graduado por la Universidad de Milán y cuenta con un Máster en Ciencias de la Visión y Optometría Avanzada por la Universidad de Valencia. "Nos enorgullece dar la bienvenida a Alberto, quien, con su sólida experiencia, contribuirá a reforzar nuestro compromiso con nuestra estrategia centrada en el paciente, a través de la colaboración con los profesionales de la visión y la provisión de recursos, formación y soluciones innovadoras para abordar los principales problemas de salud visual, como la miopía" declara Olga Prenat, Global Head of Medical and Professional Affairs de EssilorLuxottica.

Por su parte, Antonio Nemola, General Manager de EssilorLuxottica Professional Solutions en Iberia, ha destacado: "Siguiendo con nuestra misión de ayudar a la población a "ver más y ser más", la creación de este nuevo equipo significa un firme compromiso de la compañía para hacer llegar los últimos avances e innovaciones a los españoles, y que así, junto a los profesionales del sector, continuemos trabajando para mejorar su salud visual".

## Opticalia ayuda a sus asociados a salir adelante tras los daños sufridos por la DANA



Después de meses de esfuerzo y dedicación, Opticalia Paiporta, ubicada en Paiporta, una de las zonas más afectadas por la DANA, vuelve a abrir sus puertas para ofrecer su servicio a los más de 27.000 vecinos de la zona. Aunque no ha sido fácil y aún queda mucho por hacer, los propietarios, Carmina y David, de la mano y con la ayuda del Grupo Opticalia han hecho un gran esfuerzo para intentar recuperar la normalidad del centro lo antes posible. Como muchos otros negocios, el centro Opticalia ubicado en el número 20 de Carrer Jaume I de Paiporta, sufrió grandes daños que le obligaron a cerrar sus puertas temporalmente. Ahora, gracias al esfuerzo de los propietarios del centro, así como el apoyo incondicional de Opticalia como marca, la óptica ha podido reabrir sus puertas. De esta manera, los empleados que forman parte de la plantilla del centro se han reincorporado a sus puestos de trabajo con total normalidad.

"Desde el primer momento, Opticalia puso a disposición de los asociados afectados los recursos necesarios para revertir esta situación cuanto antes, ayudando y apoyándoles en todo lo necesario. Porque para nosotros, la viabilidad y el bienestar de nuestros asociados son una prioridad, por ello estamos haciendo todo lo posible para ayudarles a volver a la normalidad cuanto antes y reabrir sus centros", declara Montse Cremonesis, Subdirectora General y Directora de Relaciones Institucionales de la compañía.

El centro Opticalia Paiporta no ha sido el único afectado por la DANA. Centros ubicados en otras zonas como Catarroja y Sedaví, también cuentan con grandes daños que han impedido continuar con su actividad, de

hecho, aún continúan cerrados. "Estamos utilizando todos los recursos necesarios para hacer posible que Opticalia Catarroja y Opticalia Sedaví puedan reabrir y con ello volver a la normalidad cuanto antes", añade Montse Cremonesis.

De esta manera, Opticalia ha demostrado una vez más estar al servicio y necesidad de sus asociados cuando más lo necesitan. Ya lo hicieron durante la pandemia en 2020, y ahora lo han vuelto a hacer ante la tragedia vivida en la zona de levante.

## LaSedeOptica colabora con el Aula de la Mujer del Hospital Público del Tajo



El Hospital Público del Tajo ha puesto en marcha un Aula de la Mujer, cuya primera edición se ha dedicado a la detección precoz del cáncer de mama. Herramientas como la autoexploración y el cumplimiento de los programas de cribado de la Comunidad de Madrid se revelan vitales para que, en caso de necesitar tratamiento, éste pueda ser lo más conservador posible y mínimamente invasivo.

En la primera ponencia de la jornada se explicó cómo hacer la autoexploración y los pasos a seguir en caso de notar un bulto en la mama. A continuación, se describió el programa de cribado de patología mamaria de la Comunidad de Madrid. LaSedeOptica ha colaborado con esta iniciativa donando gafas de lectura para regalar a todas las asistentes, con el objetivo de concienciar de la importancia de comprar productos certificados que protejan sus ojos, cumpliendo con el REGLAMENTO EU 2017/745 SOBRE DISPOSITIVOS MÉDICOS que a veces quedan en el olvido cuando compramos este tipo de productos. En anteriores ocasiones, la compañía también ha donado a este proyecto otros productos como su spray clean.

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)

ANNE MARIJ

**SOLANO**

JENS HAGEN

ANNE MARIJ

— we inspire women —

# TEMÁTICA Software celebró su Convención Anual 2025



TEMÁTICA Software celebró el pasado 31 de enero su Convención Anual 2025, un evento clave en su trayectoria. Durante la jornada, los responsables de cada departamento, junto con la dirección y la presidencia, repasaron los principales hitos alcanzados en 2024, destacando su participación en ExpoÓptica.

La apertura de la Convención estuvo dedicada al análisis macroeconómico de Europa y España, así como a la evolución del sector óptico, con especial énfasis en la salud visual y las tendencias del mercado. El departamento financiero expuso los cambios internos en administración y calidad, así como los avances en la reforma de la sede.

A continuación, Roberto Vega, responsable de comunicación y marketing, destacó la labor en la gestión de la reputación de la empresa y el impacto positivo de cada equipo, producto y estrategia. ExpoÓptica 2024 tuvo un papel destacado en la presentación, subrayando los notables resultados obtenidos tras la inversión en este evento.

Alberto Sáez, coordinador comercial, mostró las cifras de crecimiento y penetración de VISUAL como software de gestión para ópticas, así como el éxito de herramientas como My Buy Pro y My Center. También resaltó las altas valoraciones obtenidas en las opiniones de los clientes tras las instalaciones de los productos.

Marc Agulles, responsable de VISUAL CRM+, presentó las novedades en su departamento; José Carrasco, óptico y director de atención al cliente, enfatizó la eficacia del sistema multicanal de TEMÁTICA; Christen Blom-Dahl, director del departamento de programación y desarrollo, repasó los avances técnicos del año, destacando la implementación de informes inteligentes basados en IA y la adaptación de VISUAL a la Ley Antifraude y celebró la certificación ISO 27001, que complementa a la ISO 900, y Estela

Sánchez, subdirectora del departamento, presentó las mejoras en VISUAL.

Antonio Bel, CEO de TEMÁTICA, realizó un balance del 2024, repasando las nuevas incorporaciones, los principales logros y alianzas del año. Subrayó la coherencia entre los valores de la compañía y el servicio que presta la empresa al sector, destacando su profesionalidad y compromiso. Su intervención finalizó con un vídeo sobre la participación de TEMÁTICA en toda la historia de EXPOÓPTICA, un evento en el que la empresa ha sido expositora desde su primera edición.

Por último, Rafael A. Ros, fundador y presidente, agradeció al equipo su esfuerzo y compromiso, reconociendo el legado construido en más de 45 años. Hizo una mención especial a Manuel Sánchez, quien tras 34 años en la empresa se aproxima a su jubilación.

La Convención Anual 2025 de TEMÁTICA Software consolidó su compromiso con la excelencia, la innovación y el servicio al cliente. La empresa reafirma su dedicación al sector óptico, proyectando un futuro de crecimiento y mejoras continuas.

## Natural Optics Group dona más de 1.800€ a la AECC



Natural Optics Group (NOG) ha donado un total de 1.880 euros a la Asociación Española Contra el Cáncer de Mama. Estos fondos se han recaudado gracias a la venta de gafas MOSNINE en el marco de una acción solidaria llevada a cabo por el grupo con motivo del Día Mundial Contra el Cáncer de Mama, que se realizó durante el mes de octubre del año pasado.

Esta donación ha sido posible gracias a la contribución de los asociados del grupo, que por cada montura Monsine que adquirirían dentro del periodo establecido, NOG donaba una parte de su totalidad a la Asociación. Además, los asociados pudieron disponer de gamuzas especiales diseñadas para la ocasión, así como de material exclusivo de comunicación para dar visibilidad a la acción, como un vídeo o un cartel.

Esta acción solidaria se enmarca dentro del compromiso de NOG con la responsabilidad social corporativa. Natural Optics Group agradece a todos sus asociados y colaboradores que hicieron posible esta donación mediante la compra monturas Monsine.

## Visión y Vida crea su "Club de Ópticos"

La asociación de utilidad pública Visión y Vida lanza su propio "Club de Ópticos", un grupo reducido de profesionales de la visión que funcionarán como embajadores de la entidad en sus zonas de trabajo. La membresía, que no tiene coste alguno para ellos, les aportará visibilidad en sus ciudades y un sistema de apoyo por parte de la entidad para maximizar el beneficio de las acciones desarrolladas por la misma. El objetivo final: conseguir que más usuarios entiendan la importancia de cuidar la visión, de revisarse y busca el asesoramiento profesional en el establecimiento sanitario de óptica.

"Creemos que este Club es un acuerdo de beneficio mutuo entre nuestra asociación y los profesionales más comprometidos con nosotros: mientras que les damos la posibilidad de ser nuestros embajadores locales ante los medios y les ayudamos a poner en marcha y sacar el máximo partido a las actividades destinadas a fomentar el buen cuidado de la visión en la sociedad, ellos nos ayudarán a tener visibilidad en sus zonas de influencia, a animar a los usuarios a participar en nuestras iniciativas, a revisarse, a dejarse asesorar y, cómo no, a fomentar que otros profesionales quieran ser parte de nuestras campañas", explica Salvador Alsina, presidente de Visión y Vida.



## KIMERvisión e INDO consolidan lazos con un viaje a Marruecos



El grupo de ópticas independientes KIMERvisión ha llevado a cabo su primer viaje de asociados en colaboración con uno de sus principales proveedores, INDO. Un total de 20 asociados, junto con parte del equipo de ventas de INDO y RODENSTOCK, disfrutaron de una experiencia única en Marruecos, combinando cultura, aventura y un valioso intercambio profesional.

Durante cinco días, los participantes recorrieron algunos de los lugares más emblemáticos del país. La travesía comenzó con la exploración de La Medina y la Kasbah de Tánger, así como la degustación de la gastronomía local. La visita a la nueva fábrica de INDO en Tánger fue también un punto clave del itinerario. El recorrido continuó con la visita a Asilah, un pintoresco pueblo costero, seguido de una inmersión en la vibrante Marrakech. El viaje culminó con una estancia en el desierto de Agafay, donde los ópticos disfrutaron de una excursión en quad y una despedida con un espectáculo bereber.

Desde KIMERvisión, comentan estar muy satisfechos por la gran acogida de esta iniciativa entre sus asociados. El éxito de esta primera edición ha sido tal, que los participantes ya han confirmado su asistencia al próximo viaje en 2026, cuyo destino será Portugal.

# WIVI Vision reúne a más de 150 ópticos en Madrid para explorar el futuro de la salud visual

WIVI Vision ha celebrado en Madrid, la segunda edición de su evento, un encuentro clave para compartir conocimientos y fomentar la colaboración entre expertos, sirviendo como plataforma para compartir las últimas innovaciones del sector. Durante el evento, que reunió a los más de 150 ópticos clientes que integran la red de WIVI Vision, así como potenciales clientes interesados en conocer la compañía se organizaron diferentes talleres experienciales para demostrar el impacto de su solución basada en tecnologías avanzadas; también ha llevado a cabo formaciones y ponencias de la mano de expertos en el sector de la visión.

Otro de los puntos clave de este encuentro ha sido el showroom en el que los asistentes han podido probar, in situ, la experiencia en 3D inmersiva de WIVI diseñada para ayudar en el diagnóstico y tratamiento de las disfunciones visuales. En este sentido, Future Experience is Now ha sido una

oportunidad para poner en valor la tecnología de WIVI, los casos tratados clínicos, formación de los clientes y como WIVI permite optimizar procesos, mejorando la visión y la vida de las personas.

En palabras de Eva García Ramos, CEO y cofundadora de WIVI Vision: "Future Experience is Now WIVI es un encuentro único donde compartimos conocimiento e innovaciones en el campo de la salud visual, y que también nos permite conectar con profesionales y expertos en este sector. Nuestro objetivo es también tratar de ofrecer a los profesionales herramientas y recursos que les permitan proporcionar un servicio integral y de calidad en el cuidado visual de sus pacientes y contar la hoja de ruta del 2025".

WIVI Vision redefine el cuidado de la salud visual con un sistema que integra tecnologías avanzadas como la Inteligencia Artificial, la visualización 3D inmersivo y Big Data.



## Opticalia une la moda y el arte a través de los trazos



El arte y la moda tienen a la creatividad como denominador común, ya que cada prenda o complemento son lienzos donde plasmar la visión artística de los diseñadores. Y esto mismo es lo que Opticalia, coincidiendo con la semana del arte y la clausura de la semana de la moda en Madrid, ha querido reivindicar en el evento de presentación de "Trazos Collection", la nueva línea de producto que la marca ha diseñado junto a Mango. Para ello, Opticalia ha llevado a cabo un evento en el que, además de presentar los 45 modelos de gafas que forman "Trazos Collection" ante reconocidos perfiles como Alejandra Osborne, Bea Gimeno o Isabel Jiménez, ha contado con un invitado especial, Carlos Almandoz, el joven artista que está detrás de @Trazas. Y es que "Trazos Collection" y las obras de Carlos tienen en común mucho más que un nombre. La sencillez, unida a la importancia de los detalles, son dos de los pilares fundamentales que caracterizan tanto al artista como a la nueva colección de gafas.

El joven artista, presentó durante el evento una selección de sus obras inspiradas en la colección de Mango x Opticalia. Además, para la ocasión, Carlos diseñó una obra exclusiva inspirada en la misma, donde, a través de diferentes trazos, muestra las diferentes ocasiones en las que se puede hacer uso de las gafas de la colección, desde el día a día a los momentos de ocio y diversión.

## EssilorLuxottica inaugura su nuevo showroom en Barcelona

EssilorLuxottica abrió el 17 de febrero, oficialmente, su nuevo showroom en Barcelona, un espacio de más de 350m<sup>2</sup> ubicado en la calle Berlín 38, donde convergen tecnología, diseño e innovación en óptica. Este nuevo espacio ha sido especialmente pensado para que los profesionales de la visión puedan conocer de primera mano las últimas novedades de la compañía: las colecciones de monturas de sus marcas propias como Ray-Ban, Oakley o Persol y de sus licencias como Prada, Dolce&Gabbana o Chanel; sus marcas de lentes oftálmicas referentes en el sector como Varilux, Transitions o Stellest; y las últimas novedades en cuanto a instrumentos profesionales. Además, también cuenta con un espacio único dedicado a la colección de ropa, calzado y accesorios de Oakley.

"Nos complace abrir oficialmente las puertas de nuestro nuevo Showroom en Barcelona a todos nuestros clientes y partners", declara Antonio Nemola, General Manager de Professional Solutions Iberia de EssilorLuxottica. "Este nuevo espacio, además de servir como escaparate para las últimas tendencias e innovaciones en óptica, funcionará también como un espacio de formación y punto de encuentro con nuestros colaboradores para que, juntos, sigamos desarrollando la industria óptica en España. Desde EssilorLuxottica continuamos así reforzando nuestro compromiso con el sector óptico", concluye.



## Prats refuerza su cúpula directiva con nuevos nombramientos



Grupo Prats, compañía multinacional de capital 100% español, afronta el primer año después de su centenario cargada de proyectos. Para hacerlo, acaba de anunciar el refuerzo de su cúpula directiva con dos nombramientos: Ricardo Mayoralas y Josep Badía.

Ricardo Mayoralas asumió en el mes de enero el cargo de Jefe de Ventas de Grupo Prats. Diplomado en Óptica y Master en dirección de Marketing y Gestión Comercial, Mayoralas ha desempeñado toda su carrera profesional en el sector óptico, en el que acumula una dilatada experiencia, con un marcado perfil comercial, pero en distintas áreas del negocio.

En el área de operaciones, y también desde enero de 2025, Josep Badía ha sido nombrado Director de Producción de la fábrica del Grupo Prats en Madrid. Badía es ingeniero industrial, con un máster en Dirección Logística y Cadena de Suministro y acumula una experiencia de cerca de una década como director de operaciones en sectores como el médico, automoción, aeronáutica y defensa. Badía asume ahora el reto de desarrollar metodologías innovadoras para obtener el máximo rendimiento de los impresionantes recursos con los que PRATS cuenta en su fábrica de Madrid, una de las más avanzadas del mundo.

## AVIZOR LANZA “AVIZORONECLICK”



Avizor, empresa especializada en soluciones para el cuidado ocular y mantenimiento de lentes de contacto, ha dado un nuevo paso en su estrategia de digitalización con el lanzamiento de su plataforma de Ecommerce B2B, dirigida exclusivamente a profesionales ópticos.

Este nuevo canal ofrece:

gestionar sus pedidos de forma más ágil y directa, un acceso 24/7 a todo el catálogo de productos marca Avizor, y un sistema automatizado y optimizado para mejorar su experiencia de compra

Con más de 40 años de experiencia en el sector, Avizor refuerza así su apuesta por la digitalización, facilitando a los ópticos una herramienta que optimiza la gestión de stock y reduce los tiempos de suministro. La plataforma permite realizar pedidos en pocos clics, desde cualquier lugar y ofrece un seguimiento en tiempo real de los envíos.

En una primera fase, AvizorOneClick estará disponible en España, con planes de expansión a otros mercados europeos próximamente. “En Avizor estamos inmersos en un proceso de digitalización y automatización con el objetivo de seguir fortaleciendo la relación con nuestros clientes, respondiendo siempre a sus necesidades. Queremos ofrecer a los ópticos un canal directo, ágil y altamente eficiente que, además de facilitar la interacción, les permita monitorizar y tener un control completo sobre sus pedidos, asegurando así una gestión más cómoda y precisa, permitiéndoles enfocarse plenamente en el crecimiento de su negocio”, señala Victorien Mardelet, Marketing Manager.

Paralelamente, Avizor continuará utilizando su canal de distribución habitual, asegurando que todos los clientes sigan teniendo acceso a sus productos de la manera que mejor se adapte a sus necesidades. <https://shop.avizor.com>.

## CONÓPTICA PRESENTA EYESCOPE Y SCLERA



EyeScope y Sclera son dos accesorios innovadores que presenta ahora Conóptica para mejorar la práctica clínica. De este modo, la empresa reafirma su compromiso con la innovación y el apoyo a los profesionales de la salud visual, ofreciendo herramientas prácticas y efectivas que optimizan la atención al paciente.

El dispositivo EyeScope permite a los profesionales capturar imágenes y vídeos de alta calidad del entorno ocular utilizando únicamente un teléfono móvil. Este innovador accesorio destaca por su compatibilidad con la mayoría de teléfonos móviles, además no requiere mantenimiento, puesto que utiliza la luz flash del propio móvil. Se ha desarrollado especialmente para la observación y registro de imagen de lentes de contacto. Está equipado con filtro azul y filtro amarillo para fluorogramas de lentes gas permeable, pero también puede utilizarse con luz blanca.

Para los profesionales que trabajan con lentes esclerales, Conóptica presenta igualmente el dispositivo Sclera, diseñado para simplificar el proceso de inserción de estas lentes. Este dispositivo incorpora una luz roja de fijación que mejora la experiencia del usuario, haciendo que la colocación de las lentes sea mucho más cómoda y precisa. Además, permite almacenar las ventosas de inserción y retirada de las lentes en el mismo dispositivo.

## RICHARD SMITH, NUEVO PRESIDENTE DE EUROMCONTACT



El Consejo de Administración de EuromContact, patronal europea a la que pertenece AEO, ha elegido a Richard Smith como su nuevo presidente, en sustitución de Nicoletta Losi, que ha dirigido la asociación comercial desde 2017. La Junta Directiva también ree-

ligió a Marion Beeler, directora ejecutiva de EFCLIN, como tesorera, y confirmó a Daniela Manenti, secretaria general de ASSOTTICA, como secretaria de la asociación.

Richard Smith es Director de Asuntos Profesionales EMEA en Bausch + Lomb y ha sido miembro del Consejo de Administración de EuromContact durante los últimos seis años, además es presidente de la Asociación británica de Fabricantes de Lentes de Contacto (ACLM). Con más de 25 años de experiencia en la industria óptica, comenzó su carrera en la gestión de establecimientos ópticos y desde entonces ha desarrollado una comprensión integral del sector, demostrando un fuerte compromiso con el avance de la atención a la salud visual a través de iniciativas estratégicas y esfuerzos de colaboración.

En 2025, EuromContact seguirá impulsando iniciativas clave en sus cuatro áreas principales de actividad: asuntos regulatorios, sostenibilidad, datos de mercado y comunicación. Además, por primera vez, respaldará una campaña a nivel de la Unión Europea que promueve los beneficios del uso de lentes de contacto en la celebración del Día Mundial de las Lentes de Contacto el 15 de abril de 2025.

## EL 90% DE LOS PROBLEMAS RELACIONADOS CON LAS LENTES DE CONTACTO SE DEBE A UNA MANIPULACIÓN INCORRECTA, FALTA DE HIGIENE O USO PROLONGADO



En fechas determinadas, como la de Carnaval, muchas personas buscan complementar sus disfraces con lentes de contacto cosméticas o de fantasía con objeto de lograr looks únicos y creativos. En este sentido, el Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas alerta sobre los peligros de adquirir estos accesorios

en establecimientos no autorizados, como bazares, tiendas online o mercadillos, donde no existe garantía sanitaria ni control de calidad, ya que pueden poner en peligro la salud ocular. Asimismo, el 90% de los problemas asociados a la utilización de lentes de contacto se debe a una manipulación incorrecta, falta de higiene o uso prolongado.

“Es crucial recordar que la diversión y la seguridad deben ir de la mano, por lo que es esencial tomar precauciones al utilizar estos accesorios para así asegurarnos disfrutar de los carnavales sin contratiempos”, advierte el presidente del CGCOO, Juan Carlos Martínez Moral. Por tanto, es fundamental “priorizar la seguridad ocular a través de una evaluación adecuada, ya que hay parte de la población que no necesita corrección óptica, pero que sí usan lentes cosméticas de manera puntual”, agrega. En este sentido, desde el CGCOO se insiste en la importancia de adquirir estas lentes en establecimientos sanitarios de óptica, donde se garantiza un asesoramiento personalizado y una adaptación individualizada segura.

CON  
TACT

# INDIVIDUAL MULTI FEN<sup>®</sup>

Amplios parámetros  
Radios 6,80 > 9,50  
+/- 30.00 esf.  
> -8.00 cil.  
0° a 180°

**"nuestros clientes están mucho más satisfechos con esta lente de contacto que con las multifocales convencionales y destacan especialmente la rápida adaptación y la reducción de los halos  
¡ FEN cumple lo que promete !**



Discover the beauty of the world  
with your eyes

**SEED**

**wöhlk**  
CONTACTLINSEN

**Rápido & fácil**

**para una visión natural**

más información: [info@eurolent.com](mailto:info@eurolent.com) y 916418906

La primera lente de contacto blanda  
con FEN<sup>®</sup> Vision Technology

fabricada en  
Alemania

**EURO**  
*Lent*

# HOYA Vision Care responde al creciente problema global de la miopía alta con nuevas soluciones para preservar la salud visual de los niños

HOYA Vision Care ha aumentado el rango de potencia en sus lentes MiYOSMART transparentes. Esto permite que MiYOSMART sea accesible para pacientes con graduaciones más altas, pero con un espesor más delgado incluso que en la versión anterior, pudiéndose adaptar, además, a una mayor variedad de monturas, según las necesidades y preferencias individuales, debido, también, al aumento en la oferta de diámetros.



## La miopía alta: un problema de salud global en crecimiento

La miopía alta es una forma severa de miopía que se está convirtiendo rápidamente en un problema de salud a nivel mundial. Se estima que para 2050 afectará a 938 millones de personas, lo que equivale al 9.8 % de la población global y representa un aumento de más de cinco veces en comparación con el año 2000.<sup>1</sup> Este incremento está siendo impulsado por cambios en el estilo de vida, como un aumento en la actividad de trabajo cercano y una disminución del tiempo al aire libre.<sup>2</sup>

La miopía alta conlleva un mayor riesgo de desarrollar patologías oculares que pueden provocar cambios potencialmente irreversibles, debido a sus complicaciones.<sup>3</sup> En muchos casos, la miopía continuará progresando si no se trata; un reciente consenso de expertos sobre la gestión de la miopía alta en la infancia concluyó que es difícil, si no imposible, predecir cuándo se detendrá su progresión debido a la multitud de factores que la influyen.<sup>4</sup>

“Es fundamental proporcionar soluciones integrales para niños con miopía alta lo antes posible con el fin de reducir el riesgo de complicaciones relacionadas con la miopía en el futuro”, afirmó la Dra. Natalia Vlasak, directora Global de Asuntos Médicos y Científicos de HOYA Vision Care. “Reducir la progresión de la miopía en solo una dioptría puede disminuir el riesgo de discapacidad visual en un 40%.<sup>5</sup> Con la ampliación del rango de potencia de MiYOSMART para tratar la miopía alta, aún estamos a tiempo de ayudar a estos niños a preservar su salud visual.”

## Eliminando barreras en el tratamiento de la miopía alta

Como parte de su compromiso con el avance en soluciones para prevenir la discapacidad visual, HOYA Vision Care ha introducido una ampliación en el rango de potencia de sus lentes oftálmicas transparentes MiYOSMART.

Esta ampliación permite atender tanto la miopía alta como el astigmatismo, con un rango más amplio de prescripciones que alcanza hasta -13.00 dioptrías (D) y una potencia cilíndrica de hasta 4.00D. Con esta acción, más niños con miopía podrán acceder a soluciones innovadoras y efectivas que mejoren su visión.

Dentro de la nueva ampliación de potencia, las lentes oftálmicas MiYOSMART ahora están disponibles en diámetros más grandes y con un espesor a borde optimizado.<sup>6</sup> El aumento en el diámetro de las lentes permite la elección de cualquier tipo de montura, lo que las hace adecuadas para niños mayores y adolescentes con distancias pupilares más amplias, así como para aquellos que prefieren monturas más grandes por razones estéticas.

La nueva ampliación del rango de potencia de las lentes oftálmicas MiYOSMART de HOYA Vision Care mejora tanto la funcionalidad como la estética para aquellos que padecen miopía. Entre sus nuevas características se incluyen:

Rango de potencia ampliado: adaptación de prescripciones para miopía alta y astigmatismo de hasta -13.00D de esfera y hasta 4.00D de potencia cilíndrica.

Diámetros de lentes más grandes: mayor flexibilidad en la elección de monturas, permitiendo su uso en pacientes con distancias pupilares más amplias y en aquellos que prefieren monturas más grandes por razones estéticas.

Espesor de borde de las lentes optimizado: para abordar preocupaciones comunes como la estética de las lentes, especialmente en las graduaciones más altas.

John Goltermann Lassen, CEO de HOYA Vision Care, declaró: “Con el aumento de la miopía y la miopía alta a nivel global, la preocupación por el cuidado ocular infantil está en su punto más alto. En HOYA Vision Care, estamos comprometidos con la evolución constante de nuestras soluciones de tratamiento para apoyar a los profesionales del cuidado ocular en su misión de brindar la mejor atención posible a cada niño con miopía”.

Desde su lanzamiento en 2018, más de 10 millones de lentes oftálmicas MiYOSMART han sido adquiridas por padres en más de 40 países.<sup>7</sup> HOYA Vision Care continuará desarrollando soluciones innovadoras y apoyando a los profesionales del cuidado visual en cada paso del camino, para garantizar que más niños con miopía puedan acceder a tratamientos efectivos.

Aviso sobre el producto: Las lentes oftálmicas MiYOSMART no han sido aprobadas para el manejo de la miopía en todos los países, incluido EE. UU., y no están disponibles para la venta en todos los países, incluido EE. UU.

## REFERENCIAS:

- 1) Holden BA, Fricke TR, Wilson DA, et al. Global Prevalence of Myopia and High Myopia and Temporal Trends from 2000 through 2050. *Ophthalmology*. 2016 May;123(5):1036-1042. doi: 10.1016/j.ophtha.2016.01.006.
- 2) Morgan IG, Wu PC, Ostrin LA, et al. IMI Risk Factors for Myopia. *Invest Ophthalmol Vis Sci*. 2021;62(5):3. doi: <https://doi.org/10.1167/iops.62.5.3>.
- 3) Haarman AEG, Enthoven CA, Tideman JW, et al. The Complications of Myopia: A Review and Meta-Analysis. *Invest Ophthalmol Vis Sci*. 2020;61(4):49. doi: 10.1167/iops.61.4.49.
- 4) HOYA data on file: Expert consensus – Myopia Management in High Myopia. 04/2024.
- 5) Bullimore MA, Brennan NA. Myopia Control: Why Each Diopter Matters. *Optom Vis Sci*. 2019 Jun;96(6):463-465. doi: 10.1097/OPX.0000000000001367. PMID: 31116165.
- 6) Aplica sólo a lentes oftálmicas MiYOSMART transparentes y con prescripción.
- 7) Basado en el número de lentes oftálmicas MiYOSMART vendidas según los datos de ventas de HOYA Vision Care registrados hasta octubre de 2024.

## Manteniendo el ADN Náutico e invirtiendo en el segmento Sport

Quebramar Eyewear, marca emblemática del estilo de vida náutico y casual, comercializada por Prooptica, lanza su última colección de gafas, centrándose en el segmento de gafas clip-on y deportivas. Esta nueva línea se mantiene fiel al ADN juvenil y divertido de la marca, pero ahora presenta una expansión significativa de su popular gama de gafas con clip y su atractiva línea de gafas deportivas.



**C**elebrando el espíritu aventurero y la elegancia relajada que caracterizan a Quebramar, la nueva colección fue diseñada para acompañar tanto a los entusiastas del mar como a los amantes de las actividades al aire libre. La integración de gafas con clip ofrece una versatilidad y comodidad sin precedentes, lo que permite a los usuarios adaptarse rápidamente a diferentes condiciones de iluminación con estilo y facilidad.

El enfoque en el segmento deportivo refleja un compromiso con la innovación y la funcionalidad. Desarrolladas para ofrecer un rendimiento y comodidad excepcionales, estas gafas son ideales para una variedad de actividades deportivas, garantizando protección y máxima durabilidad. Con diseños que combinan tecnología y tendencias modernas, los lentes deportivos Quebramar son perfectos para quienes buscan elevar su experiencia deportiva sin sacrificar el estilo.

Los tonos elegidos para las lentes deportivas evocan el espíritu del océano, con azules profundos, verdes acuáticos y toques coralinos. Estos colores se complementan en los clip-on con tonos más neutros, como el arena, el gris o el azul marino, que aportan sensación de calma y equilibrio, haciendo que cada pieza sea versátil y fiel al carácter aventurero y relajado de Quebramar.



Tecnología, tendencia, elegancia relajada y deportividad presiden las nuevas creaciones de monturas y gafas de sol Quebramar.

# lool®

## Innovación, ligereza y resistencia

Si alguien tuviera que reducir unas gafas a su esencia más pura, el resultado sería lool: dos líneas verticales y dos círculos, una expresión mínima pero cargada de innovación.



**D**esde su origen, lool eyewear ha perseguido un objetivo ambicioso: crear la mejor bisagra sin tornillos del mercado. Un diseño revolucionario que combina comodidad, ligereza y durabilidad extrema. El resultado son unas gafas casi etéreas, con un peso mínimo de solo 4 gramos, pero con una resistencia excepcional.

### Tecnología patentada: bisagras sin tornillos para cada construcción

**4g Cromalyt® +  $\beta$ Titanium.** La montura más ligera e innovadora combina un frontal de Cromalyt® con varillas de  $\beta$ Titanium, logrando una fusión perfecta entre ultraligereza, flexibilidad, comodidad y resistencia extrema. Su bisagra patentada, diseñada específicamente para Cromalyt® Beta Titanium, aprovecha la flexibilidad del titanio y la resistencia del nylon para ofrecer una estabilidad óptima, alargando la vida útil de las gafas hasta más de 15.000 ciclos de uso.



**8g 11R51 Stainless Steel.** Fabricada a partir de una sola lámina de acero inoxidable austenítico 11R51 de 0,5 mm, esta estructura ofrece una combinación excepcional de flexibilidad, resistencia mecánica y durabilidad. La bisagra patentada sin tornillos permite ensamblar y desmontar las gafas con solo dos dedos, sin comprometer

su estructura ni resistencia. Además, su ingeniería avanzada garantiza una vida útil de más de 45.000 ciclos de uso, asegurando una durabilidad excepcional. Inspiradas en la arquitectura contemporánea, las monturas de lool combinan materiales de última generación para un ajuste perfecto, sin marcas y con una comodidad inigualable para el uso diario.

# ZEISS Vision Care lanza las jornadas "ZEISS Contigo"

ZEISS Vision Care refuerza su cercanía y su compromiso con los profesionales de la óptica a través del lanzamiento de "ZEISS Contigo", una serie de encuentros diseñados para estrechar la relación con sus clientes y reforzar su papel como socio estratégico en el crecimiento de su negocio.



Estas jornadas exclusivas, dirigidas a los ópticos ZEISS Vision Expert, se llevarán a cabo en siete ciudades de España y serán un punto de encuentro donde compartir ideas y planificar estrategias de futuro. Durante estas sesiones, ZEISS presentará en detalle las campañas clave que marcarán el rumbo de la compañía en la segunda mitad de 2025, proporcionando herramientas y estrategias que ayudarán a los ópticos a diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo. Con "ZEISS Contigo", la compañía busca consolidar una relación de confianza con sus clientes, ofreciendo una propuesta de valor basada en la innovación y el crecimiento conjunto.

## Compromiso con la excelencia y la diferenciación

En ZEISS Vision Care entienden que la calidad y la salud visual deben estar siempre por encima del precio y la promoción. "Sabemos que nuestros clientes buscan diferenciarse, crear valor y mejorar la visión de sus pacientes. Por ello, en estas jornadas de trabajo, que se llevarán a cabo al mediodía de 13:15h a 16:30h, compartiremos estrategias y recursos para fortalecer su posicionamiento en el mercado", nos cuenta Alberto Cubillas, Director General de ZEISS Vision Care España.

## Un recorrido por toda España

Las jornadas "ZEISS Contigo" recorrerán diferentes puntos de la geografía española durante los meses de marzo y abril de 2025: Sevilla, jueves 13 de marzo; Santiago de Compostela, martes 18 de

marzo; Oviedo, jueves 20 de marzo; Málaga, martes 25 de marzo; Valencia, jueves 27 de marzo; Barcelona, martes 1 de abril, y Madrid, jueves 3 de abril

## ZEISS Vision Care, patrocinador del concierto benéfico "Cadena 100. Solidarios"

Además de estar al lado de sus clientes, ZEISS también se compromete con causas, alineadas con sus valores y los de los consumidores. Por este motivo, la compañía será patrocinador del concierto benéfico "Cadena 100. Solidarios", un evento que unirá música y solidaridad con el objetivo de recaudar fondos para Manos Unidas y su labor en Camboya. El concierto, que se celebrará el sábado 15 de marzo de 2025 a las 20:00 horas en el Movistar Arena de Madrid, contará con la participación de algunos de los artistas más reconocidos del panorama musical español, como Manuel Carrasco, Amaral, Antonio Orozco, Vanesa Martín, Pablo López y Beret, entre otros. Esta cita solidaria reunirá a miles de personas en una noche de música y solidaridad, uniendo cultura y cooperación para generar un cambio positivo en la vida de quienes más lo necesitan.

El objetivo del concierto es recaudar fondos para Manos Unidas, apoyando su labor en Camboya para transformar la vida de 2.995 niños vulnerables, víctimas o en riesgo de trata humana en la ruta Tailandia-Camboya. Los fondos recaudados se destinarán a programas de prevención, protección y reintegración, que incluyen centros de acogida, educación y atención 24/7, contribuyendo a combatir la pobreza extrema y el analfabetismo en la región.

Con estas iniciativas, ZEISS Vision Care muestra que cuidar la visión y apoyar causas solidarias pueden ir de la mano. ¡Pásate al lado ZEISS de la vida!



# Silmo Estambul

## Más de 850 expositores mostraron sus innovaciones al sector óptico turco e internacional

SILMO Istanbul refuerza su posición como plataforma de elección de la industria óptica, afirmando su influencia en Turquía y en las regiones de Europa del Este, Asia Central, Oriente Medio y Norte de África.



Más de 850 expositores de Turquía y del extranjero mostraron sus innovaciones en Silmo Estambul durante cuatro días. Además, por segundo año consecutivo, la feria organizó sus premios para reconocer a las marcas y empresas líderes del sector óptico turco.

Más de 850 expositores y marcas de Turquía y del extranjero mostraron sus conocimientos e innovaciones. Durante cuatro días dinámicos, marcados por fructíferos intercambios y un ambiente cordial, SILMO Estambul atrajo a 12.046 visitantes, de los cuales el 80% procedía de Turquía y el 20% de 87 países diferentes. Este acontecimiento demostró la vitalidad del sector y ofreció a los visitantes una variada gama de productos y servicios adaptados a las necesidades de un mercado en constante evolución, confirmando su papel de importante punto de encuentro para la industria.

### Un programa lleno de experiencias enriquecedoras para los profesionales

Además del salón en sí, los profesionales pudieron explorar áreas diseñadas para inspirarles y enriquecer su experiencia durante su visita.

**Foro de Tendencias:** formas, colores y materiales de las gafas, este escaparate presentó las mejores monturas ópticas y de sol ofrecidas por los expositores del salón, proporcionando una visión de las principales tendencias actuales y futuras.

**Futurology:** una exploración del futuro del sector a través de innovaciones tecnológicas, soluciones personalizadas y experiencias interactivas en realidad aumentada y virtual, revelando nuevas y emocionantes perspectivas.

**Conferencias de Silmo Academy:** una oportunidad enriquecedora para aprender más sobre los retos y la evolución del sector, al tiempo que se adquieren nuevas competencias.



Lookvision Magazine estuvo presente en esta feria de referencia para el sector óptico turco y de Oriente Medio, Además de conocer nuevas marcas del panorama óptico turco y descubrir todas las novedades de las principales empresas internacionales del sector, también tuvimos tiempo de recorrer las calles de la animada y colorida Estambul, pasear junto al Bósforo y degustar algunos de los platos más emblemáticos de la gastronomía local.

### Premios SILMO Estambul: una celebración de la excelencia

Por segundo año consecutivo, SILMO Istanbul organizó los Premios SILMO Istanbul, que reconocen a la industria óptica turca por su destacada contribución y su continuo compromiso con la excelencia en el sector. La noche del 21 de noviembre se entregaron estos premios, que celebran la excelencia de la industria óptica turca, reconocen los logros más destacados y subrayan su compromiso continuo con la innovación y la calidad. La gala de entrega de premios tuvo lugar en el Hotel Sheraton Istanbul Ataköy, precedida de un cóctel de recepción y una gran cena a la que asistieron medios de comunicación, ópticos y representantes de las principales marcas turcas e internacionales.

Los ganadores de las ocho categorías diferentes fueron los siguientes:

- Categoría «Marcas que marcan la diferencia»: AYKA OPTIK / FRANCO VITAL
- Categoría «Representación de marca»: TOKUAZ OPTIK/TOM FORD
- Categoría «Tienda óptica»: 40 MILLONES OPTIK
- Stand Silmo Istanbul 2024» categoría: LENS MEDIKAL
- Producción local de lentes» categoría: ESSILORLUXOTTICA
- Producción local de gafas de sol» categoría: EFOR OPTIK/QZEN
- Producción local de monturas» categoría: GÜLCE OPTIK / MOOSHU
- Producción local de gafas para niños» categoría: SAFIRA GÖZLÜK / SAFIREX KIDS

La próxima edición de Silmo Estambul se celebrará del 19 al 22 de noviembre de 2025.



Silmo Estambul confirmó su papel como importante punto de encuentro para la industria. Lookvision estuvo con amigos y profesionales de algunas marcas nacionales e internacionales y visitó los stands de las principales empresas del sector.



# Carmina Gasco

## Asociada de Opticalia Paiporta, Sedaví y Catarroja

La tragedia provocada por la Dana, el pasado 29 de octubre, ha dejado tras de sí 224 fallecidos, tres desaparecidos y graves estragos en viviendas y locales, sobre todo de la Comunidad Valenciana. Aún hoy, casi cinco meses después, continúan muchas labores de limpieza y recuperación de las zonas afectadas. Muchos de los negocios devastados o con graves daños, a los que no han sido inmunes numerosos establecimientos ópticos, empiezan a recuperarse y abrir sus puertas. Para ello ha sido imprescindible la ayuda y colaboración de voluntarios, de empresas proveedoras del sector óptico, así como los propios grupos a los que pertenecen. Paiporta, Sedaví y Catarroja han sido tres ciudades valencianas muy afectadas por la Dana, y nuestra entrevistada Carmina Gasco, asociada de Opticalia desde 2011, ha tenido cerradas las tres ópticas de estas ciudades. Ahora, con la apertura de Opticalia Paiporta y las próximas de Opticalia Sedaví y Catarroja durante marzo, empieza a retomar la normalidad.

### ***En tu caso, ¿cómo te ha afectado al negocio la tragedia vivida el pasado 29 de octubre en Valencia?***

En 2011 pasé a formar parte del Grupo Opticalia, desde entonces mi trayectoria en el sector óptico ha sido muy positiva. El pasado 29 de octubre mi vida dio un giro de 360°. De pronto vi como 3 de mis principales centros ópticos, ubicados en Paiporta, Sedaví y Catarroja, estaban completamente destruidos. Los primeros días fueron muy duros, estaba desorientada y no sabía que decisión tomar, pero tengo que agradecer el gran apoyo que me han dado en todo momento, en especial Opticalia, que desde el minuto cero se pusieron en contacto conmigo y me dieron una inyección de ánimo y superación, lo que ha hecho que tenga la suficiente energía para volver a retomar la reconstrucción de todos los centros afectados.



### ***¿Cómo han sido estos meses tras las DANA?***

Al principio me sentí desolada, había mucho trabajo por hacer, había que limpiar y vaciar las tiendas completamente. Estuvimos 15 días con la limpieza de los centros. Tras ello, tuvimos que solucionar toda la parte burocrática, para poder optar a posibles ayudas y poder empezar de nuevo. Tras ello llegó el proceso de la reconstrucción, en el que estamos inmersos ahora y que tampoco está siendo fácil, ya que el sector está muy saturado con una alta demanda, a lo que se une que los precios han subido en comparación a lo que era antes. Están siendo meses difíciles, ya que hemos tenido las 3 ópticas cerradas, lo que ha supuesto grandes pérdidas económicas, a lo que se une los gastos que han supuesto las reparaciones, etc... Pero es cierto que el apoyo de voluntarios, Opticalia como grupo, así como de otros proveedores, están siendo fundamentales para seguir adelante. En este sentido, el apoyo de la propia plantilla de los 3 centros, la cual ha estado en ERTe durante todos estos meses de reconstrucción, también ha sido fundamental.

Sin duda, está siendo un proceso lento y pesado que, aunque ya empezamos a ver la luz, aún queda mucho por hacer por delante, pero es una motivación ver como poco a poco empezamos a retomar la normalidad al menos en alguno de nuestros centros, como es el caso de Paiporta, que en el mes de febrero ha reabierto sus puertas.

### ***¿Cómo ha sido el proceso de reapertura de Opticalia Paiporta?***

Opticalia Paiporta ha sido el primer centro en reabrir sus puertas el pasado 7 de febrero, cuya plantilla ya está trabajando con total normalidad. Lo cierto es que estamos muy agradecidos al pueblo por la gran acogida que está teniendo. Es gratificante ver como poco a poco empezamos a ver la luz.

### ***¿Cuándo está previsto abrir el resto de centros afectados?***

En el caso de Opticalia Catarroja, nos hemos tenido que cambiar de local ya que las condiciones del anterior eran impracticables. Esto ha supuesto que el tiempo de reconstrucción sea mayor, pero está previsto que a principios de marzo podamos reabrir.

En el caso de Opticalia Sedaví, ya hemos comenzado las obras para su reconstrucción y la apertura está prevista para después de fallas. Estamos deseando que todos los centros retomen su actividad con total normalidad lo antes posible.



### ***¿Qué beneficios te ha supuesto formar parte de una compañía como Opticalia?***

Lo cierto es que, pese a la tragedia, tenemos la gran suerte de estar bajo el paraguas de Opticalia, ya que desde el primer momento nos han dado respaldo tanto en la parte emocional como de negocio, con numerosas ayudas de diferentes índoles.

Si no hubiese formado parte de un grupo como este, y fuese una óptica independiente, el proceso de recuperación hubiese sido más lento y posiblemente no hubiese llevado a cabo las 3 reaperturas.

### ***¿Qué cosas positivas sacas de esta tragedia?***

No cabe duda de que lo sucedido ha sido una gran tragedia, pero es cierto que es en este tipo de situaciones cuando nos damos cuenta de que nos necesitamos los unos a los otros para salir adelante. Lo ocurrido en Valencia es un ejemplo de ello, donde la labor y ayuda de voluntarios, entidades y vecinos han sido clave para poco a poco retomar la trayectoria.

# ele 3D eyewear crea una nueva paleta de colores diseñada para cada tipo de piel

El color juega un papel fundamental en la elección de una montura, pero no siempre se tiene en cuenta la diversidad de tonalidades de piel en las colecciones ópticas.

**C**on el objetivo de ofrecer una personalización real, ele 3D eyewear presenta una nueva paleta cromática estructurada en tonos fríos y cálidos, permitiendo que cada cliente pueda encontrar la opción que mejor se adapte a su armonía personal.

## Una paleta cromática pensada para la diversidad

A diferencia de las gamas de color tradicionales, donde la oferta suele ser limitada, la nueva paleta de ele 3D eyewear ha sido diseñada para ofrecer igualdad de opciones entre tonos fríos y cálidos. No se trata de una variedad infinita de combinaciones, sino de una selección cuidada que permite elegir entre colores favorecedores para distintos tipos de piel.

**Tonos cálidos:** desde los beige más suaves hasta naranjas, marrones y sus múltiples matices.

**Tonos fríos:** de blanco a negro, pasando por grises, azules, morados, rojos intensos y rosas.

Esta ampliación del catálogo permite que cada óptica pueda asesorar mejor a sus clientes, facilitando la elección de una montura que no solo encaje con su estilo, sino que también realce su imagen de manera natural.

## Más allá del color: la identidad de ele

Además de esta nueva paleta, ele 3D eyewear sigue apostando por su enfoque diferencial en la fabricación de monturas. Sus gafas están diseñadas con un sistema de alma y fitoritura metálicas, que permiten un ajuste flexible y mayor durabilidad, junto con el exclusivo acabado Soft Touch, que aporta una textura suave y cómoda al tacto.

Gracias a la fabricación aditiva, ele 3D eyewear puede imprimir cualquier calibre y producir bajo demanda diseños propios y exclusivos para cada óptica, ofreciendo una personalización total tanto en forma como en color.



# Cione presenta su Plan Estratégico 2024-2027

para seguir apoyando a los ópticos independientes en su labor profesional

Cione Grupo de Ópticas ha desarrollado su Plan Estratégico 2024-2027 con un ambicioso objetivo: reforzar la posición de la cooperativa como la casa común de los ópticos independientes que son referentes de la salud visual en su área de influencia.



**P**artiendo de una coyuntura tranquila, a nivel macroeconómico -en España y en el mundo-, definida por unos tipos de interés estables y una inflación. “El comportamiento del consumidor, con respecto al sector óptico en el próximo lustro será parecido al de los últimos años, con la importancia de una buena salud visual cada vez más interiorizada”, afirma Miguel Ángel García, director general de Cione. Por el contrario, “el sector óptico va a tender, más acusadamente que hasta ahora, a la concentración”, sigue García. Elementos claves, por lo tanto, del Plan Estratégico son proteger la independencia de los socios de Cione, frente a la amenaza de las cadenas, y aprovechar las oportunidades que el mercado actual da a las PYMES.

## Visión y misión del PE 2024-2027

Con los sólidos cimientos de su fortaleza económica y de su capital humano para construir sobre ellos el futuro en los próximos años, Cione ha definido una visión y una misión que fundamentan el documento. La visión de Cione es la de ofrecer a los ópticos independientes la mejor opción de crecimiento del sector. Por lo tanto, la misión de Cione será convertir en realidad su visión, de la mano de una gama diferencial de productos y servicios que los independientes puedan capitalizar y monetizar en las ópticas y centros auditivos, para brindar una experiencia memorable a los pacientes.

## El Plan Estratégico 2024-2027 de Cione define cuatro pilares fundamentales:

- Ampliación y perfeccionamiento de la oferta de producto, para convertirse en la elección perfecta para el profesional de la salud visual.
- Una logística basada en la excelencia, para ello, va a ampliar la capacidad de su almacén central en Las Rozas (Madrid) en un 10%, donde instalará, además, un nuevo robot; y mejorará el hardware y software y el sistema de gestión del almacén con el apoyo de la IA.

- Nuevos horizontes de crecimiento que la empresa ofrece a los ópticos independientes gracias a servicios apoyados en la IA, todos ellos con “un retorno claro y relevante para el óptico”. Así, los socios de Cione podrán comercializar más servicios de salud, y reforzar con ellos su profesionalidad, dentro del gabinete, y también más y mejores servicios de marketing, para comunicar con los pacientes, y fidelizarlos, en el punto de venta.
- Excelencia en la gestión, en general, pero también aportando nuevas posibilidades para la mejora de cada una de las ópticas, acercándoles un nuevo software, y con el avance hacia una plataforma única para la gestión del proceso completo del análisis visual del paciente.

El PE 2024-2027 define la visión y misión de Cione teniendo en cuenta un criterio irrenunciable para la empresa: la sostenibilidad. En la última década, la empresa ha trabajado la integración progresiva de criterios ESG, es decir, de gobernanza en la empresa, sociales y ambientales, configurando un sistema de gestión de la sostenibilidad sólido basado en el marco de la norma SGE-21 de Forética. Cione cuenta con las certificaciones ISO 9001, 14001, y acaba de recibir la certificación ISO 13485, una exigente norma internacional que establece los requisitos para un sistema de gestión de calidad (SGC) en la industria sanitaria. La mejor prueba de la preocupación de Cione por la sostenibilidad fue la publicación de la primera Memoria de Sostenibilidad de Cione Óptica y Audiología en febrero de 2024, con el compromiso de replicarla anualmente. La Memoria de Sostenibilidad constituye un instrumento de comunicación y un ejercicio de transparencia informativa que recoge los compromisos, métodos y resultados de la gestión económica, la ambiental y la social de Cione. Y, por supuesto, todo ello sin olvidar el proyecto pionero, que abandera la RSE del sector desde hace 25 años: la Fundación Cione Ruta de la Luz.



Miguel Ángel García, director general de Cione.

# VELADA

FRAMES SINCE 1980

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.

# Distropvision

Por ampliación de su red comercial precisa **Agentes comerciales autónomos** para la representación de sus marcas en varias zonas de España



ANNE MARI  
we inspire women

JENS HAGEN  
EYEWEAR



vistamax  
EYEWEAR

Interesados enviar c.v. a [info@distropvision.es](mailto:info@distropvision.es)  
o llamar al teléfono 983 31 38 28



Fabricante italiano (made in Italy) con más de 50 años de experiencia en el sector, para su filial en España, necesita comerciales para las zonas de:

**Galicia, Asturias y Castilla León**

Se requiere experiencia en el sector y vehículo propio.

Se ofrece amplio muestrario de graduado y sol.

Se ofrecen 1.000€ mensuales más comisiones.

Interesados contactar en el teléfono:

**666 50 57 70**

Absoluta reserva a colocados.

## UNIPRECIO SL.

Empresa líder y referente en la industria óptica con una experiencia de más de 20 años en el mercado.

Buscamos agentes comerciales autónomos con ganas de unirse a nuestro equipo de Uniprecio SL en Cataluña y Madrid zona norte

### Requisitos:

- Experiencia comercial (preferible en el sector óptico)
- Vehículo propio
- Habilidades interpersonales y empatía
- Creatividad, dinamismo y proactividad
- Excelentes habilidades de comunicación tanto verbal como escrita
- Sentido de la responsabilidad y organización
- Puede ser multicartera

### 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

Interesados, envíanos tus datos y CV actualizado al correo electrónico:  
[mar@uniprecios.es](mailto:mar@uniprecios.es)



## Únete al Equipo de Asesores Comerciales de CentroStyle España

Seguimos creciendo en España.

CentroStyle, de la mano de LaSedeOptica, necesita reforzar el equipo comercial en la zona del País Vasco, Navarra, Burgos, Cantabria y Zaragoza.

Buscamos personas con don de gentes, experiencia comercial o gran actitud hacia la venta, que se encarguen de la gestión y desarrollo de una cartera de clientes ya establecida y fidelizada.

Se valorará experiencia comercial. Imprescindible vehículo propio.

Visita nuestro catálogo de productos en [www.lasedeoptica.es](http://www.lasedeoptica.es)

Envía tu CV a :  
[info@lasedeoptica.es](mailto:info@lasedeoptica.es)

# RiTU®

Por ampliación de muestrario, RiTU precisa delegados comerciales multi-cartera para las zonas de Cornisa Cantábrica/Cataluña/Levante/Andalucía y Extremadura.

RiTU dispone de un muestrario compatible, y que no canibaliza, con otros muestrarios de gafas-marcas convencionales, por lo que puede ser un extraordinario complemento para profesionales multicartera.

Interesados enviar curriculum vitae a: [jcr@ritu.es](mailto:jcr@ritu.es)  
o contacten en teléfono: 911 690 375.



## New Brands 2025

Empresa en expansión del sector óptico de monturas, busca comerciales serios y profesionales para proyecto estable en diferentes zonas.

Contacto por email adjuntando el CV  
[newbrands2025@gmail.com](mailto:newbrands2025@gmail.com)

# AVISTA

GAFAS

Precisa cubrir vacante en Andalucía Occidental para incorporarse a nuestro equipo comercial para la comercialización de nuestras marcas: Pepe Jeans, Benetton, Eassun...

Ofrecemos contrato mercantil y altas comisiones.

Interesados enviar Currículum Vitae a:  
[avistagafas@avistagafas.com](mailto:avistagafas@avistagafas.com)

## MOPPIE EYEWEAR

Distribuidor de marcas de diseño establecidas en el mercado, precisa comercial para sus colecciones diferentes y atractivas.

### Zona Levante

Preferiblemente introducido en el sector. No se precisa exclusividad.

Interesados llamar al teléfono: 619 468 722  
o enviar currículum a:  
[tpallas@moppie-eyewear.com](mailto:tpallas@moppie-eyewear.com)

***Perfect sight –  
in 0.6 seconds***



*Scan now to experience  
the e-sense next!*



**evil eye**

**e-sense next**

**Immediate adaptation  
to any light situation**

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

# Transitions®



NUEVA  
GENIALIDAD  
Gen: 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.