



## Una nueva experiencia visual

### **ZEISS: Líder de la industria de las gafas graduadas durante más de 100 años** **Retrato empresarial de ZEISS Vision Care**

Fundada en 1846, la fuerza innovadora de ZEISS y su extensa experiencia óptica han desempeñado un papel central en el desarrollo de la industria de las gafas desde 1912. El día 1 de abril de 1912 marcó el nacimiento de la tecnología médica y del cuidado de la visión en ZEISS con dos innovaciones clave que combinaban la experiencia médica y la óptica, todavía única hasta el día de hoy. ZEISS lanzó PUNKTAL, las primeras lentes graduadas de precisión del mundo. Contaban con un nuevo y revolucionario diseño desarrollado según principios científicos que sentarían las bases de las lentes oftálmicas modernas. Por primera vez se tuvo en cuenta la dinámica de la visión humana en la fabricación de una lente. En lugar del "efecto túnel" asociado a las lentes de aumento, en adelante las lentes graduadas ofrecieron una visión nítida en toda la superficie de la lente, incluso al girar la cabeza, mover los ojos o cambiar de distancia visual. Ese mismo día se anunció la primera lámpara de hendidura para hacer exámenes visuales.

En la actualidad, la unidad de negocio estratégica de Vision Care de ZEISS está totalmente integrada dentro del área Consumer Markets del Grupo ZEISS. Esta unidad desarrolla y produce instrumentos tecnológicos y productos para toda la cadena de valor de las gafas. Entre otros, incluye el desarrollo y la producción y distribución de lentes graduadas de calidad y de herramientas de diagnóstico y servicios como:

- Lentes monofocales (cristal o plástico)
- Lentes acabadas (cristal o plástico)
- Lentes especiales para conducir, para el trabajo en oficina, para nativos digitales o usuarios de lentes de contacto
- Lentes multifocales (progresivas, bifocales o trifocales)
- Protección UV total hasta 400 nanómetros en todas las lentes transparentes y solares
- Lentes con filtros (lentes solares, fotocromáticas o con filtros especiales)
- Dispositivos de aumento visual (para usuarios con visión reducida y para su uso en tecnología y medicina)
- Instrumentos y sistemas de análisis y consulta de clientes (exámenes, refracción, centrado y pedidos)
- Sistemas digitales para las consultas de clientes, exámenes oculares, pruebas visuales, optimización de lentes, gestión de procesos, pedidos y control de plataformas



- Servicios y soluciones de marketing para profesionales de la visión
- Aplicaciones de clientes para el análisis y diagnóstico de las necesidades de los clientes.

Vision Care de ZEISS es un líder global que opera en más de 60 mercados de todo el mundo, con centros de producción para lentes semi-acabadas y acabadas, lentes solares y fotocromáticas, laboratorios de refracción en América, Europa y Asia y laboratorios de servicios locales y de cristal, laboratorios regionales de refracción, centros de distribución global (EUA, México, China y Hungría), centros de distribución regional (Brasil, India y Australia) y centros de investigación en Alemania y Australia, además de 100 centros de distribución local y regional.

### **Una nueva experiencia visual**

Durante más de cien años, ZEISS ha aceptado el reto de ofrecer a sus usuarios una experiencia visual óptima. Nuestro trabajo diario está totalmente centrado en los deseos y las necesidades de sus clientes, porque los ojos son tan individuales como las huellas dactilares y la demanda individual de una visión óptima requiere soluciones individualizadas. Innovaciones como las lentes ZEISS DriveSafe, instrumentos y plataformas como ZEISS i.Profiler plus, ZEISS i.Terminal y aplicaciones como "Mi Perfil Visual" han recibido múltiples galardones por su diseño, facilidad de uso y excelencia tecnológica.

El diálogo desempeña un papel central en la empresa. El estrecho contacto con los profesionales de la visión es un componente integral y clave de la filosofía de ZEISS. Al fin y al cabo, nuestros clientes son quienes están en contacto directo con los usuarios de gafas. Por tanto, una relación basada en el diálogo es un requisito importante para desarrollar soluciones que ofrezcan al usuario una visión óptima y, en definitiva, mejor calidad de vida. Por eso ZEISS se centra en la asociación de la marca con sus clientes: estos pueden entrar en contacto con la marca ZEISS en los centros profesionales, desde la consulta sobre las lentes a la información del cliente. Es importante señalar que ZEISS Vision Care representa un socio para sus clientes, no un competidor. A diferencia de otros proveedores globales, ZEISS no opera sus propios comercios, ni físicamente ni online. Toda su oferta, productos e innovaciones tienen el único propósito de contribuir al éxito de los clientes de ZEISS: los ópticos y oftalmólogos, grupos de compras, fabricantes de marcas y cadenas de óptica. Las ópticas que comercializan la marca ZEISS están gestionadas por profesionales de la salud ocular, distribuidores y grupos de compras.



## Datos y cifras

Sede	Aalen, Alemania
Junta directiva	Dr. Matthias Metz (Presidente & CEO), Dr. Marc Wawerla (DTO & CTO), Dr. Benjamin Viering (COO), Sven Hermann (CSO/CMO), Paul Bilsdorfer (CFO), Jens Boy (América del Norte)
Estructura	La unidad comercial estratégica está totalmente asignada al Grupo ZEISS y al Segmento de Consumer Markets de ZEISS. En el año fiscal 2018/19, ZEISS generó ingresos de 6,4 mil millones de euros, el Segmento de Consumer Markets de ZEISS 1,2 mil millones de euros de ingresos.
Centros	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Centros de investigación de Alemania y Australia</li><li>▪ Laboratorios globales de refracción, producción de lentes fotocromáticas, semi-acabadas, acabadas y solares en América, Europa y Asia</li><li>▪ Laboratorios de refracción regionales en América, Europa y Asia</li><li>▪ Centros de distribución global en EUA, Alemania, México, China y Hungría</li><li>▪ Centros de distribución regionales en todos los continentes</li><li>▪ Centros de distribución regionales y locales en más de 50 países</li></ul>
Catálogo (selección)	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Lentes monofocales (cristal o plástico)</li><li>▪ Lentes multifocales (progresivas, bifocales o trifocales)</li><li>▪ Lentes fotocromáticas y lentes solares (lentes ZEISS PhotoFusion, ZEISS Adaptive Sun, polarizadas o con filtros especiales)</li><li>▪ Las lentes Lifestyle: ZEISS Digital (optimizadas para la vida digital), ZEISS DriveSafe (optimizadas para la conducción), ZEISS EnergizeMe (optimizadas para los usuarios de lentes de contacto)</li><li>▪ Protección UV total hasta 400 nanómetros en todas las lentes transparentes y solares</li><li>▪ Dispositivos de aumento para personas con visión reducida y para aplicaciones profesionales</li></ul>



- Equipos de diagnóstico y sistemas de análisis y de consulta de clientes (revisión, refracción, centrado): ZEISS i.Profiler plus, ZEISS i.Terminal, ZEISS Essential Line, ZEISS i.Com mobile, ZEISS VISUCONSULT, ZEISS VISUSTORE y ZEISS VISUFIT 1000
- Aplicaciones de análisis visual y de información online para el usuario: Mi Perfil Visual, Mejor Visión y consultas integradas sobre lentes en las aplicaciones ZEISS para los profesionales de la visión

### Un hito en la historia de la compañía

1 De abril de 1912	ZEISS lanzó PUNKTAL, las primeras lentes graduadas de precisión del mundo, así como la primera lámpara de hendidura del mercado. El Director de Desarrollo de ZEISS, Moritz von Rohr y el oftalmólogo sueco Allvar Gullstrand recibieron el Premio Nobel de Medicina por su trabajo sobre la fisiología del ojo.
1914	Se inicia la producción de lentes bifocales.
1924	Lanzamiento de las lentes de protección solar UMBRAL, las primeras lentes solares que cuentan con un color uniforme y una transmisión lumínica determinada.
1932	Presentación de los marcos PERIVIST, que facilitaban una posición anatómicamente óptima y segura de las lentes frente a los ojos, así como su personalización.
1945	Divisiones de Carl Zeiss en Jena (anterior Alemania Oriental) y en Oberkochen (anterior Alemania Occidental). Restablecimiento de la división de oftalmología en Oberkochen.
1959	Primer tratamiento antirreflejante con concesión de patente a Carl ZEISS en 1935
Desde 1960	Introducción de las lentes orgánicas, junto a Scientific Optical Laboratories de Australia (SOLA), que se fusiona con Carl Zeiss Vision Care para formar Carl Zeiss Vision en 2005
1970	Presentación de las lentes Umbramatic, con las que Carl ZEISS se introduce en el segmento de las lentes fotocromáticas por primera vez. Lanzamiento de las primeras lentes progresivas, Gradal 1



1983	ZEISS penetra con éxito en el sector de las lentes progresivas con Gradal HS. Las lentes Gradal ofrecen las mismas condiciones visuales para los dos ojos independientemente de la dirección visual.
1987	Primeras lentes orgánicas de ZEISS bajo la marca Clarlet Gradal HS.
1991	Las primeras lentes orgánicas graduadas de índice medio en el mundo: Clarlet SL de ZEISS. En la actualidad, un índice refractivo de hasta 1.74 permite la fabricación de lentes hasta 40% más finas y, por tanto, más ligeras que los índices tradicionales.
1995	Adquisición de American Optical (fundada en 1869) y OPA de SOLA International.
2000	ZEISS presenta su primera lente progresiva individualizada bajo la marca Gradal Individual®. Además de ofrecer una refracción personalizada, se tienen en cuenta los parámetros personales del usuario en el cálculo de la superficie progresiva.
2005	Fusión de la división ZEISS Vision Care y el fabricante estadounidense de lentes graduadas SOLA International.
2006	Presentación de Gradal Individual® FrameFit®, las primeras lentes progresivas que se adaptan a cualquier marco.
2007	Mediante la medición del frente de onda, i.Scription® permite tener en cuenta el perfil ocular del usuario en la formación de la lente. Esta tecnología mejora considerablemente la corrección de los defectos visuales, particularmente en la visión nocturna.
2009	Se presenta ZEISS Experience como concepto de distribución modular con tres elementos clave: herramientas ZEISS de análisis, marketing y consulta, así como un diseño especial del comercio.
Octubre de 2010	Reestructuración de la financiación empresarial: Carl Zeiss AG asume el 100% del derecho de voto en Carl Zeiss Vision, compañía integrada en el Grupo ZEISS como ZEISS Vision Care.
2010	MyoVision™ de ZEISS es una lente de cristal desarrollada especialmente para niños asiáticos. Gracias a la tecnología de gestión de la visión periférica (Peripheral Vision Management Technology™), estas lentes reducen significativamente el avance de la miopía y, en consecuencia, del riesgo de una



	<p>reducción visual extrema en el futuro. Casi la mitad de los niños de entre 11 y 13 años que viven en las ciudades y zonas urbanas de Asia padecen miopía, una cifra que avanza rápidamente.</p>
2011	<p>El primer centro ZEISS Experience Vision Center abre sus puertas en Berlín, con el objeto de ofrecer una nueva experiencia de compra para el siglo 21. Se tienen en cuenta todos los aspectos relevantes de la experiencia del cliente: mobiliario comercial, material de marketing, zona de ventas, instrumentos para los exámenes visuales, de refracción y centrado, así como soluciones de lentes ZEISS de vanguardia: todo ello con un diseño innovador.</p>
2012	<p>Con PhotoFusion®, ZEISS lanza las lentes fotocromáticas más rápidas del mercado.</p> <p>Con la tecnología para determinar la distancia intermedia máxima (M.I.D.) de cada usuario, desarrollada por ZEISS, la compañía ha creado lentes que se pueden adaptar al milímetro a las distancias visuales específicas de cada persona. DuraVision Platinum es el tratamiento más resistente de ZEISS hasta la fecha.</p>
2013	<p>ZEISS Vision Care opera en todo el mundo con una nueva imagen de marca centrada intensamente en poder de la marca ZEISS, con énfasis en los momentos especiales y fascinantes que los clientes viven con los productos ZEISS.</p>
2014	<p>Lanzamiento global de la nueva categoría de lentes ZEISS Digital. Estas lentes alivian la fatiga ocular de los usuarios de dispositivos digitales móviles, especialmente entre los 30 y 45 años.</p>
2015	<p>Las lentes progresivas ZEISS se actualizan en cuatro categorías: perfectamente adaptadas a los ojos y al mundo digital, a los marcos y los cambios a los nuevos marcos, a la anatomía facial del usuario y al estilo de vida de cada uno de ellos.</p> <p>ZEISS presenta i.Com mobile, un nuevo sistema para tabletas para controlar los instrumentos de medición, con recolección central de datos y consultas personales, un sistema galardonado con el premio de diseño Red Dot.</p> <p>ZEISS ha ampliado su catálogo de tratamientos DuraVision con la inclusión de DuraVision Silver y DuraVision BlueProtect.</p>



	Lanzamiento global de las lentes ZEISS DriveSafe, diseñadas para maximizar la seguridad y comodidad de los conductores usuarios de gafas, durante la conducción y durante todo el día.
2017	Lanzamiento global de las lentes ZEISS EnergizeMe para usuarios de lentes de contacto. "Mi Perfil Visual" de ZEISS, la aplicación ZEISS para usuarios, ofrece una prueba inicial para determinar sus requisitos visuales y es la mejor manera de conocer la herramienta de análisis visual ZEISS Vision Analysis en el centro óptico; su diseño fue galardonado con el premio Red Dot.
2018	Gracias a UVProtect, ZEISS es el primer fabricante del mundo que puede ofrecer un nivel de protección UV de hasta 400 nm, igual al de las lentes solares, en todas sus lentes orgánicas transparentes. ZEISS VISUFIT 1000 es una nueva plataforma para determinar el centrado de datos 3D en unos pocos clics. Sus 9 cámaras y 45 puntos permiten generar un avatar facial de 180°.
2019/2020	Introducción de ZEISS SmartLife: un portfolio completo de lentes de primera calidad para todos los consumidores, sin importar su edad. El diseño de las lentes ZEISS SmartLife tiene en cuenta nuestro estilo de vida moderno conectado y en movimiento, el comportamiento visual dinámico, las necesidades visuales individuales y la edad.

*Estatus: Enero 2020*

#### **Contacto de prensa**

Javier Bravo  
Mobile: +34 606 411 053  
javier.bravo@bravocomunicacion.com

[www.zeiss.es/vision-comunicacion](http://www.zeiss.es/vision-comunicacion)