



## Hoja informativa

### ZEISS SmartLife

<b>¿Qué es ZEISS SmartLife?</b>	<p>ZEISS SmartLife es un porfolio de lentes premium para clientes de todas las edades. Además de ofrecer una solución visual individualizada, las lentes están diseñadas para personas con un estilo de vida activo, moderno, conectado y dinámico, asociado a su comportamiento visual.</p> <p>ZEISS SmartLife se ha diseñado utilizando las innovaciones y conocimientos científicos más recientes. La tecnología principal empleada en la gama ZEISS SmartLife recibe el nombre de tecnología ZEISS SmartView. Estas innovaciones punteras son fruto de las tecnologías probadas y de los conocimientos técnicos de ZEISS.</p>
<b>¿Qué es la tecnología ZEISS SmartView?</b>	<p>La tecnología ZEISS SmartView se basa en cuatro pilares:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Clear Optics = Máxima precisión con un sistema avanzado ojo-lente, cálculo de la lente punto por punto y la tecnología freeform más puntera.</li><li>2. Thin Optics = El mejor equilibrio entre la óptica y unas lentes delgadas y ligeras.</li><li>3. Smart Dynamic Optics = ZEISS utiliza un modelo espacio-objeto 3D de última generación y matrices de diseño adaptadas al comportamiento visual dinámico de hoy en día.</li><li>4. Age Intelligence = Tiene en cuenta las necesidades visuales cambiantes en cada etapa de la vida del usuario.</li></ol>
<b>¿Qué es Age Intelligence?</b>	<p>Age intelligence significa que en el diseño de cada lente se tienen en cuenta los distintos aspectos relacionados principalmente con la edad.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. La edad del usuario y los correspondientes cambios fisiológicos y anatómicos del ojo, principalmente en el tamaño medio de las pupilas y en la capacidad de acomodación del cristalino en las distintas edades, son factores que se tienen presentes durante el diseño.</li><li>2. También desempeñan un papel importante en el proceso de diseño la necesidades visuales que cambian con la edad y que, en algunos casos son subjetivas. Las necesidades</li></ol>



	<p>visuales de los distintos grupos de edad se pueden agrupar en las siguientes categorías generales:</p> <p>Edad:</p> <p>20   Visión nitida en lejos y cerca</p> <p>30   +Visión relajada, especialmente después de un día largo</p> <p>40   + + Ayuda para la visión de cerca</p> <p>50   + + + Ayuda para la visión intermedia</p>
<b>¿Qué ventaja tiene personalizar las lentes según la edad de los consumidores?</b>	<p>El estilo de vida actual no varía según la edad, igual que el deseo de ver bien. No obstante, el ojo y las capacidades visuales cambian constantemente con tiempo. Existen dos factores principales:</p> <p>Por un lado, la lente del ojo va perdiendo flexibilidad con la edad y, con ello, pierde su <i>capacidad de acomodación</i>; es decir, capacidad de enfocar objetos cercanos.</p> <p>Por otro lado, la <i>pupila no es capaz de dilatarse con la misma eficacia</i> y tiende a hacerse más pequeña.</p> <p>Es necesario tener en cuenta estas particularidades en el diseño de las lentes si queremos garantizar una visión óptima en cualquier edad. Ese es el objetivo de ZEISS SmartLife.</p>
<b>¿Qué es la Smart Dynamic Optics?</b>	<p>Smart Dynamic Optics es el concepto de diseño central que se ha empleado en las lentes ZEISS SmartLife. El diseño se basa en la visión binocular para el comportamiento visual dinámico de hoy en día. El aspecto fundamental es la relación entre la inclinación (actualmente utilizamos la zona inferior de la lente con mayor frecuencia) y la distancia del objeto o la distancia de observación, la cual se ha ido reduciendo en la zona inferior de la lente. Se utiliza el modelo espacio-objeto 3D para el diseño de las lentes. Aquí se tienen en cuenta la distancia, la dirección y la inclinación en relación con la lente de las gafas.</p> <p>Es la primera vez que ZEISS utiliza este modelo tridimensional para lentes monofocales que permite, además, que ZEISS SmartLife pueda ofrecer una visión de cerca y de lejos óptima para este grupo de consumidores.</p> <p>Además del modelo espacio-objeto 3D, las lentes digital y progresivas ZEISS SmartLife utilizan una nueva matriz de diseño para la distribución de las áreas de visión. Tanto el modelo 3D como la nueva matriz de diseño tienen en cuenta el comportamiento visual dinámico que cambia de cerca a lejos. Esto implica una transición más suave</p>



	<p>hacia la periferia de la lente con una percepción menor de la borrosidad.</p>
<p><b>¿Cuáles son las necesidades visuales de los consumidos de hoy en día?</b></p>	<p>Nuestros ojos están cambiando constantemente entre el mundo virtual y el real, y con el ritmo de hoy en día, están siempre en constante movimiento. Esto significa que nuestros ojos no solo alternan entre estos dos mundos, sino que también cambian constantemente entre diferentes distancias y direcciones. Además de la capacidad cognitiva adicional, implica una mayor demanda a nuestros ojos que necesitan acomodarse con mayor frecuencia.</p> <p>Por ejemplo, un estudio<sup>1</sup> dirigido por ZEISS Vision Science Lab en Tubingen, Alemania, confirmaba que tendemos a dirigir la mirada hacia abajo con la presencia de los smartphones sin mover apenas la cabeza. Esto quiere decir que cada vez tendemos más a dirigir la mirada hacia la zona inferior de la lente. Por lo general, suele utilizarse un área mayor de la lente. El diseño de las lentes ZEISS SmartLife incorpora estas nuevas tendencias.</p>
<p><b>¿Por qué ZEISS ha lanzado un nuevo portfolio?</b></p>	<p>Hoy en día, la existencia consumidores de todas las edades con un estilo de vida conectado y dinámico abre diversas necesidades visuales. Y no hay que olvidar que los factores relacionados con la edad continúan afectando a nuestra vista. Solo con un portfolio completo podremos dar respuesta a todos estos factores. ZEISS SmartLife ofrece soluciones para todos los grupos de edad. Los usuarios de todas las edades quieren una solución individualizada que cumpla con sus necesidades: ya sean lentes para corregir la miopía, la hipermetropía, la presbicia o las necesidades visuales propias de la mediana edad. Los consumidores no piensan en las categorías de productos tradicionales. Por este motivo, ZEISS SmartLife evita utilizar categorías como lentes progresivas, digital o monofocales en los procesos de consulta e información. Tenga la edad que tenga, el usuario recibirá sus lentes ZEISS SmartLife.</p> <p>Aun así, el catálogo de ZEISS SmartLife incluye más de 1000 productos diferentes que, como siempre, se dividen en categorías para los pedidos en línea, listas de precios y comparaciones de productos. Aunque en las ópticas, el cliente necesitará saber que las lentes ZEISS SmartLife se personalizan para cada usuario sin necesidad de pensar en tales categorías.</p>

<sup>1</sup> Estudio de una mirada dinámica: cambios en la forma de mirar por los dispositivos digitales. Vision Science Lab de ZEISS, Instituto de Investigación Oftálmica, Universidad de Tubingen, 2019. Datos de archivo.



<b>¿Están disponibles los niveles de personalización en ZEISS SmartLife?</b>	Sí, la franja de precios de ZEISS y los niveles de personalización también están disponibles en ZEISS SmartLife.
<b>¿ZEISS SmartLife tiene pensado discontinuar otros productos de ZEISS?</b>	Podrán seguir en el mercado otros productos y catálogos de ZEISS. Sin embargo, dependerá de las decisiones que se tomen en cada país y mercado.
<b>¿Qué extras y recubrimientos hay disponibles para ZEISS SmartLife?</b>	Las lentes ZEISS SmartLife son compatibles con todos los recubrimientos, tintes y otros complementos de ZEISS como las características fotocromáticas. Aquí quedarían excluidos los diseños de lentes especiales como ZEISS EnergizeMe, ZEISS DriveSafe, ZEISS Sports Lenses y ZEISS Office Lenses.
<b>¿De qué manera ZEISS SmartLife supondrá una ventaja para los profesionales de la visión?</b>	<p>Además de permitir a estos profesionales contar con el último porfolio de lentes de ZEISS, ZEISS SmartLife también les ayudará a ofrecer un mejor servicio a sus clientes. Aunque el catálogo incluye más de 1000 productos nuevos, nunca ha sido tan fácil informar de sus ventajas a los consumidores. ZEISS SmartLife facilita a los profesionales del sector óptico el asesoramiento a sus clientes, ya que no es necesario utilizar terminología técnica ni discutir sobre distintas categorías de lentes.</p> <p>Además, ZEISS SmartLife permite a los profesionales ofrecer un porfolio completo a la mayoría de sus clientes. Dicho de otro modo, el grupo objetivo incluye una amplia variedad de consumidores. Asimismo, el catálogo ofrece numerosas opciones de venta complementaria con los distintos niveles de personalización.</p> <p>ZEISS SmartLife se ha desarrollado sobre la base de los últimos estudios y conocimientos científicos sobre la conducta del consumidor. Se han realizado pruebas completas para evaluar el rendimiento de las lentes y la satisfacción del cliente. Un estudio de ZEISS a los consumidores ha confirmado el alto nivel de satisfacción con las lentes ZEISS SmartLife. Los profesionales de la visión pueden, por tanto, confiar en la calidad del producto. Clientes satisfechos y productos de primera clase: esa es la clave para tener de una buena reputación.</p>
<b>¿Cómo beneficiará ZEISS SmartLife a los consumidores?</b>	Las lentes ZEISS SmartLife ofrecen a los consumidores una solución personalizada diseñada para estilos de vida modernos, activos y



	<p>conectados. Gracias a que la información es clara y sencilla, los consumidores puede tomar una decisión estando bien informados.</p> <p>Las pruebas sobre el rendimiento y la aceptación de los consumidores también han destacado ventajas adicionales en cuanto al porfolio completo o por categorías individuales:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <u>Porfolio:</u></li><li>• Según el 84 % de los consumidores encuestados, ZEISS SmartLife ofrece una comodidad visual durante todo el día que compensa su estilo de vida conectado y en constante movimiento.<sup>2</sup></li><li>• 9 de cada 10 participantes valoraron como positiva la calidad de la visión.<sup>2</sup></li><li>• Al menos el 84 % de todos los consumidores encuestados indicaron una visión relajada en todas las direcciones y distancias.<sup>2</sup></li><li>• <u>Monofocal:</u></li><li>• Gracias a las lentes Smart Dynamics, ZEISS SmartLife puede ofrecer ahora a los usuarios de lentes monofocales una solución integral optimizada para la visión de cerca y de lejos. Esto supone un campo de visión claro hasta un 88 % más amplio.<sup>3</sup></li><li>• <u>Lentes digital:</u></li><li>• El 73 % de los participantes con lentes digital de ZEISS SmartLife afirmaron no notar la vista cansada al final del día.<sup>4</sup> Además, después de realizar una tarea de cerca, los consumidores tenía una visión más nítida que los usuarios de lentes monofocales.<sup>5</sup></li><li>• <u>Lentes progresivas:</u></li><li>• 8 de cada 10 usuarios con presbicia se adaptaron rápidamente y en menos de un día a sus nuevas lentes</li></ul>
--	--

<sup>2</sup> Estudio externo de aceptación de los consumidores del catálogo de lentes ZEISS SmartLife con 182 participantes. Aston Optometry School, Universidad de Aston, RU, 2019.

<sup>3</sup> Análisis de Technology & Innovation, ZEISS Vision Care, DE

<sup>4</sup> Estudio externo de aceptación de los consumidores del catálogo de lentes ZEISS SmartLife con 52 participantes. Aston Optometry School, Universidad de Aston, RU, 2019.

<sup>5</sup> Estudio externo de rendimiento de la acomodación ocular e índice de parpadeo comparando las lentes monofocales de ZEISS con las lentes digitales ZEISS SmartLife con 39 participantes. Aston Optometry School, Universidad de Aston, RU, 2019



	<p>ZEISS SmartLife. También disfrutaron de una transición visual suave de cerca a lejos en todas las zonas visuales. <sup>6</sup></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Una prueba de rendimiento de las lentes progresivas ZEISS SmartLife demuestra que permiten la visión periférica.<sup>7</sup></li></ul>
<b>¿Cuándo se lanzará ZEISS SmartLife?</b>	<p>El lanzamiento mundial empezará en octubre de 2019. Los países asiáticos serán de los primeros en tener disponible ZEISS SmartLife para los profesionales de la visión. Se introducirá el catálogo en otros mercados a su debido tiempo.</p>

SmartLife, SmartView, DriveSafe t EnergizeMe son marcas registradas de Carl Zeiss Vision GmbH.

Datos a diciembre de 2019

---

<sup>6</sup> Estudio externo de aceptación de los consumidores del catálogo de lentes SmartLife de ZEISS con 82 participantes. Aston Optometry School, Universidad de Aston, RU, 2019.

<sup>7</sup> Estudio de rendimiento de las lentes progresivas ZEISS SmartLife con una muestra de 17 participantes. Vision Science Lab de ZEISS, Instituto de Investigación Oftálmica, Universidad de Tubinga, 2019.