



Nota de prensa

ZEISS SmartLife: el nuevo catálogo de lentes que responde al estilo de vida conectado y dinámico de nuestros días

Madrid, 1 de marzo de 2020.

Hoy día estamos en constante movimiento. Siempre atentos a nuestros teléfonos inteligentes, alternamos rápida y continuamente la mirada entre la pantalla y lo que nos rodea. En otras palabras: nuestro estilo de vida conectado y dinámico está cambiando nuestros hábitos visuales. Por eso, ZEISS ha desarrollado un catálogo de lentes totalmente nuevo, para todas las edades y que tiene en cuenta los nuevos retos visuales en su diseño. Combinando la edad del usuario, sus necesidades visuales y las últimas tecnologías ópticas, las lentes ZEISS SmartLife aportan el equilibrio necesario para ofrecerle una comodidad visual excepcional en nuestro mundo dinámico y conectado, cada día y para todos los grupos de edad.

ZEISS ha perfeccionado aún más el contrastado diseño de sus lentes, incorporando algunas innovaciones tecnológicas. Así, en febrero de 2020, ZEISS SmartLife presenta un catálogo completo de lentes oftálmicas de alta calidad para consumidores de todas las edades. El diseño de las lentes ZEISS SmartLife contempla nuestro estilo de vida moderno, conectado y activo, la conducta visual dinámica, las necesidades visuales individuales y la edad. La gama completa ZEISS SmartLife se sirve de los mismos principios que se aplican a la fabricación de lentes Precision de ZEISS: el análisis completo y la valoración de las necesidades personales del usuario en la consulta del profesional de la salud visual.

Siempre en movimiento, siempre con ellas

Consultamos nuestro smartphone mientras escuchamos un podcast, enviamos un mensaje a nuestra familia, encendemos la calefacción de casa con nuestro teléfono y, entretanto, no perdemos de vista la calle, nos fijamos en un escaparate o en la persona con la que estamos hablando. Todo esto, ya no es ocasional. Muy al contrario, es lo habitual. El estilo de vida actual impulsa a personas de cualquier edad a llevar un ritmo dinámico y a estar siempre conectados. Las personas mayores de 55 años son el grupo de usuarios de teléfonos inteligentes con mayor crecimiento.¹ Actualmente, el 70 % de las personas utiliza varios dispositivos². El Internet de las

¹ Deloitte LLP. (2017) State of the smart – consumer and business usage patterns. Global Mobile Consumer Survey 2017: UK Cut.

² The Vision Council. (2016). Eyes overexposed: The digital device dilemma. 2016 Digital eye strain report: https://visionimpactinstitute.org/wp-content/uploads/2016/03/2016EyeStrain_Report_WEB.pdf (encuesta estadounidense)



cosas (IoT) gana terreno: independientemente de dónde se encuentre el usuario, se puede conectar con su cafetera, máquina corta-césped, con las cámaras de vigilancia de sus mascotas o con cualquier otro electrodoméstico.³ Al mismo tiempo, nuestro vínculo con el mundo físico y nuestro entorno natural permanece intacto. Por este motivo, las lentes de las gafas de hoy deben ser compatibles con nuestro estilo de vida activo que alterna constantemente la visión del mundo virtual y el mundo real. ZEISS SmartLife es la respuesta perfecta.

Redefinición de la conducta visual

Cambiamos constantemente la atención entre los estímulos digitales y los analógicos. Nuestro estilo de vida multitarea exige una simultaneidad en las acciones que nos lleva a estar casi siempre en movimiento. ¿Cuántos de nosotros hemos cruzado la calle leyendo el móvil? Incluso cuando estamos inmersos en una conversación, nos gusta estar atentos a lo que en nuestro smartphone. Por tanto, nuestros ojos no solo alternan entre estos dos mundos, sino que también saltan constantemente entre diferentes distancias y direcciones. Esto, además de exigir una mayor demanda cognitiva, implica un mayor esfuerzo ocular. Es importante para los usuarios contar con unas lentes adecuadas que les ayuden en esta tarea visual.

Un estudio de ZEISS Vision Science Lab en Tübingen,⁴ Alemania, ha demostrado que el uso del smartphone nos obliga a mirar hacia abajo mucho más que antes, y sin inclinar la cabeza. Esto significa que actualmente utilizamos la parte inferior de las lentes en mayor medida (en comparación con la realidad anterior a los smartphones). Consecuentemente, hoy en día utilizamos una zona más amplia de la lente. Esta nueva tendencia visual más dinámica junto con ese cambio constante de distancias al que sometemos a los ojos están en la base del diseño de las nuevas lentes ZEISS SmartLife. ZEISS SmartLife garantiza la comodidad visual durante todo el día. Y no solo eso. Un estudio externo sobre hábitos de consumo demuestra que los usuarios se pueden adaptar rápida y fácilmente al nuevo diseño de las lentes ZEISS SmartLife.⁵

La edad es fundamental para las lentes personalizadas

Aunque se dan ciertas similitudes entre el estilo de vida y el comportamiento visual de personas de distinta edad, sabemos que algunos parámetros fundamentales cambian en el transcurso de nuestras vidas. Por ejemplo, nuestras pupilas cada vez son más pequeñas con el paso de los años⁶ y, por tanto, la cantidad de luz que llega a la retina es menor. El cristalino también empieza a perder su elasticidad. Nos resulta más difícil enfocar objetos cercanos (acomodación). Los retos a los que se enfrenta nuestro sistema visual cada día cambian con los

³ Por poner un ejemplo, solo Bosch en 2018 vendió más de 50 millones de sistemas con capacidad de conexión a Internet: <https://www.bosch-presse.de/pressportal/de/de/bosch-bringt-das-internet-der-dinge-iot-voran-182336.html>

⁴ Estudio sobre la mirada dinámica: cambios en la forma de mirar por los dispositivos digitales. Vision Science Lab de ZEISS, Instituto de Investigación Oftálmica, Universidad de Tübingen, 2019. Datos en archivo.

⁵ Estudio externo de aceptación de los consumidores del catálogo de lentes SmartLife de ZEISS con 182 participantes. Aston Optometry School, Universidad de Aston, RU, 2019.

⁶ La capacidad de dilatación de las pupilas disminuye con el tiempo.



años, y las necesidades pasan de ser básicas, como tener una visión nítida o ayudarnos a ver objetos de cerca, a corregir la presbicia. En este esfuerzo por ofrecer una visión de calidad para todos, ZEISS se ha asegurado de tener en cuenta estos aspectos en cada par de lentes ZEISS SmartLife.

Un producto para toda la vida

Junto con la corrección individual, los otros tres factores que más influyen en la creación de lentes personalizadas son: la edad del usuario, su estilo de vida y su conducta visual. A los usuarios no les preocupa tanto que sus lentes corrijan la miopía, la hipermetropía, la presbicia o los retos visuales propios de la mediana edad, como que sus lentes se adapten a su forma de vida, al grupo de edad al que pertenecen, a las exigencias de la vida moderna y a sus necesidades personales: ahí es donde ZEISS SmartLife entra en acción.

Las lentes personalizadas ZEISS SmartLife se pueden ajustar a las necesidades del usuario incluso cuando estas cambian. Puesto que los usuarios suelen mantener el mismo diseño de sus lentes durante muchos años, éste debe adaptarse al ritmo de las necesidades cambiantes y de las alteraciones fisiológicas oculares. Esto hace que cambiar las lentes monofocales por lentes digitales sea fácil, además de cómodo. Con ZEISS SmartLife, es posible incluso la transición a unas lentes que corrijan la presbicia sin un periodo de adaptación prolongado; hecho que también se desprende de este estudio de mercado de ZEISS. Ocho de cada diez usuarios con presbicia se adaptaron en solo un día a sus nuevas lentes ZEISS SmartLife. Asimismo, también afirman que la transición entre las distintas áreas de visión es suave.⁷

Más de 1000 productos nuevos a la vez: más fácil de entender que nunca para los usuarios y los profesionales de la visión

Los usuarios de gafas no están interesados en las categorías que tradicionalmente se han asignado a las lentes oftálmicas. Lo que realmente quieren son unas gafas que encajen con su estilo y sus necesidades. En sus visitas al centro óptico, los profesionales de la visión les ofrecen un asesoramiento sencillo, basado en conceptos fáciles de entender, y desprovistos de lenguaje técnico incomprensible. Sólo entonces los usuarios serán capaces de tomar una decisión con la suficiente información.

Por eso, con ZEISS SmartLife el óptico presentará información que explique con claridad las ventajas palpables de las lentes de forma que sea fácil de entender, evitando cualquier terminología compleja así como la amplia variedad habitual de nombres y características. ZEISS SmartLife incluye más de 1.000 productos individuales que seguirán utilizándose para pedidos, listas de precios y comparaciones de productos. Los usuarios de gafas, cuando visitan a su profesional de la visión, necesitan saber cómo se pueden personalizar las lentes ZEISS

⁷ Estudio externo de aceptación de los consumidores del catálogo de lentes ZEISS SmartLife con 82 participantes. Aston Optometry School, Universidad de Aston, RU, 2019.



SmartLife para sus necesidades. Ahora, gracias al test de prueba ZEISS Vision Analysis, se puede introducir la edad y determinar las necesidades particulares de los clientes sin necesidad de asignarles una de las antiguas categorías de lentes. Hacer un pedido con el profesional de la visión a través de ZEISS VISUSTORE es tan fácil como hacer una compra on line.

Algunos profesionales del sector óptico echarán de menos la terminología clásica como "lentes monofocales", "lentes digitales" o "lentes progresivas" en sus anuncios: ZEISS SmartLife ha tomado la determinación de eliminarlas. Uno de los motivos es que durante mucho tiempo, el progreso tecnológico en el diseño y la fabricación de lentes personalizadas con la tecnología freeform ha ido difuminando la frontera entre muchas categorías de lentes para gafas. En segundo lugar, los consumidores ven un obstáculo en estos términos a la hora de elegir unas lentes. ZEISS SmartLife ha hecho que la consulta, elección y uso de las lentes sea más fácil y cómodo que nunca.

ZEISS SmartLife y VISUSTORE son marcas registradas de Carl Zeiss Vision GmbH.

Contacto de prensa

Javier Bravo

Tel. +34 606 411 053

Correo electrónico: javier.bravo@bravocomunicacion.com

www.zeiss.es/vision-comunicacion

Acerca de ZEISS

ZEISS es una empresa tecnológica líder internacional activa en los sectores de la óptica y la optoelectrónica. Durante el ejercicio anterior, el Grupo ZEISS generó unos ingresos anuales de más de 6400 millones de euros en sus cuatro segmentos: Semiconductor Manufacturing Technology, Industrial Quality & Research, Medical Technology y Consumer Markets y (datos a 30 de septiembre de 2019).

Para sus clientes, ZEISS desarrolla, produce y distribuye soluciones altamente innovadoras de metrología industrial y control de calidad, soluciones de microscopía para las ciencias de la vida y la investigación de materiales y soluciones de tecnología médica para el diagnóstico y tratamiento en oftalmología y microcirugía. ZEISS también es sinónimo de líder mundial en ópticas litográficas que se utilizan en la industria de los chips para fabricar componentes de semiconductores. Existe una demanda global de productos ZEISS que marcan tendencia, tales como las lentes para gafas, los objetivos para cámara y los prismáticos.

Con una cartera de productos alineada con áreas de crecimiento futuro tales como la digitalización, el cuidado de la salud y la producción inteligente y una marca fuerte, ZEISS define el futuro de la tecnología y aporta de forma constante con sus soluciones, a los avances en los sectores de la óptica y otros ámbitos relacionados. Las importantes y sostenibles inversiones de la empresa en investigación y desarrollo sientan las bases para el éxito y la expansión continua del liderazgo tecnológico y de mercado de ZEISS.

Con sus cerca de 31 000 empleados, ZEISS está presente a nivel mundial en casi 50 países con cerca de 60 empresas de venta y servicio, 30 centros de producción y 25 de desarrollo. Fundada en 1846 en Jena, la empresa tiene su sede central en Oberkochen, Alemania. La Fundación Carl Zeiss (Carl Zeiss Foundation), una de las fundaciones más grandes de Alemania comprometida con la promoción de la ciencia, es la única propietaria de la sociedad holding, Carl Zeiss AG.

Para obtener más información visite www.zeiss.com

ZEISS Vision Care

ZEISS Vision Care es uno de los líderes mundiales en la fabricación de lentes para gafas e instrumentos oftálmicos. Forma parte del segmento Consumer Markets y desarrolla y produce soluciones para toda la cadena de valor del sector óptico que se distribuyen a escala global bajo la marca ZEISS.