

# Magazine

## 35

### ACTUALIDAD

CIONE cierra el círculo de la financiación para sus socios

### ENTREVISTA

BORIS  
IZAGUIRRE

Las gafas son un extraordinario complemento, que tiene mucho misterio

### TENDENCIAS

DE LAS PASARELAS  
A TU ARMARIO

Un verano en tonos cálidos



**Cione**  
Grupo  
de ópticas



# Asamblea y Junta Gral



Un año más, con mucha ilusión, Cione Grupo de Ópticas celebra su **Asamblea y Junta General**, y su habitual Cena de Gala 2019

## 22 y 23 de junio

### Cena de Gala

- Teatro Real (Madrid) – 22 de junio

### Asamblea y Junta General

- Auditorio Casa del Lector (Matadero, Madrid) – 23 de junio
- ¡Grandes novedades! Se habilita el voto electrónico (vía app móvil) y retransmisión en directo vía streaming, desde sedes en: Alicante (NH Alicante), Bilbao (NH Collection Villa de Bilbao), Sevilla (NH Viapol) y Santa Cruz de Tenerife (NH Tenerife)

Información en detalle y registro a través de  
**Cione University (www.cioneuniversity.es).**

Y si tienes alguna duda, envía un email a [asamblea@cione.es](mailto:asamblea@cione.es)

**¡Contamos con todos vosotros, esperamos sorprenderos  
y que siga siendo, aún más, el evento más especial de la cooperativa!**



# Sumario

MAGAZINE 35 | MAYO 2019



## 6 CIONE CIERRA EL CÍRCULO

de financiación para sus socios

## 74 La mirada de los OSCAR 2019



## 40 BORIS IZAGUIRRE

Las gafas son un extraordinario complemento, que tiene mucho misterio

## 78 TENDENCIAS

De las pasarelas a tu armario

### Editorial

- 04 España, Malta y la Eurocopa del 84: cuando la ilusión lo puede todo

- 16 Connecta estrena web, el primer paso de un año de transformación
- 18 Fundación Cione Ruta de la Luz. Ver para Crecer

### Actualidad

- 06 Cione cierra el círculo de la financiación para sus socios
- 10 Cione comienza la distribución de Ted Baker
- 12 Cada gafa STEPPER, cuenta una historia
- 13 Polar lanza nuevos modelos de metal con Clip pantalla solar
- 14 Rodenstock y Cione convocan un viaje de incentivos al Oktoberfest
- 15 Confort Me, las nuevas lentes de contacto moldeadas de Mark'ennovy, ya en el portal de compras

### Entrevistas

- 28 Juana Guzmán Blanco. Audio-Sur. Tarifa, Cádiz
- 36 Fran Rosilló. CEO de CC&R
- 40 Boris Izaguirre. "Tiempo de Tormentas"

### Novedades

- 48 Safilo extiende la garantía de sus productos de 2 a 4 años
- 50 Alcon lanza su última innovación en el tratamiento de ojo seco: Systane® Complete

- 52 Clariti 1 Day Multifocal: la lente de contacto que hará que la presbicia deje de ser un síntoma de la edad
- 54 Eyezen Start diseñadas para una vida digital
- 56 Descubre las novedades de Indo
- 58 Nuevo catálogo de lentes Hoya 2019
- 59 Mark'ennovy
- 60 ZEISS Progresiva Light, ahora con Tecnología ZEISS UV Protect
- 62 Nueva familia de audífonos Interton

### Saber más

- 64 Rehabilitación auditiva

### Cine con Gafas

- 74 La mirada de los Oscar 2019

### Tendencias

- 78 De las pasarelas a tu armario

#### Colaboraciones Magazine

Han colaborado en este número: Bravo Comunicación. Coordinador Javier Bravo (periodista); colaboradores: Eva del Amo (periodista de moda), Hugo Serván (periodista) y nuestros proveedores preferentes. CIONE no se obliga a controlar y no controla con carácter previo, aprueba ni hace propios el contenido de las opiniones, artículos, cartas al director y en general, cualesquiera otros contenidos remitidos por Socios o Colaboradores, por lo que no responderá, bajo ninguna circunstancia, de la legalidad de los mismos, siendo responsabilidad exclusiva de sus autores, a título enunciativo y no limitativo, el respeto de la legalidad, moral, buenas costumbres y orden público, de los Contenidos, así como que aquellos no lesionen derechos cualesquiera de terceros.





# Editorial

## ESPAÑA, MALTA Y LA EUROCOPA DEL 84: CUANDO LA ILUSIÓN LO PUEDE TODO



**C**omo el día del 11-S, todos los que vivimos el 12-1 de España a Malta recordamos dónde estábamos cuando escuchamos al gran José Angel de La Casa narrar el último gol. ¡Gooooool de Señor! Vencimos a la selección mediterránea en 1983, diez años después de que se creara Cione. Número redondo.

Fue inolvidable. Y lo fue aún más porque todos los españoles creíamos en la remontada. Aquel sueño colectivo, se hizo realidad. Como antes se había materializado el de los visionarios que crearon Cione, en la Gran Vía madrileña.

La gran victoria nos permitió llegar a ser subcampeones de Europa en 1984, hace ahora 35 años. Nuestra cooperativa nos ha permitido igualmente llegar a liderar el mercado nacional con más de 1.000 ópticas y 1.200 puntos de venta en toda España (2018).

El 12-1 fue un hito histórico para una España futbolística en horas bajas. Supo a gloria, porque a la ilusión de los jugadores se sumó también la de la afición. Todos empujábamos desde casa. Todos marcábamos un gol tras otro. Y juntos, lo conseguimos. Hoy, de esta misma manera, ópticos y empleados creen en Cione como siempre, y más que nunca.

Si por algo se ha distinguido Cione ha sido por la ilusión en el ejercicio de la profesión de óptico, por la solidaridad entre los cooperativistas y por la capacidad para adaptarse a situaciones complejas y superar los obstáculos que aparecen en el camino. En 2018, la coyuntura del nuevo mercado exigía la necesidad de tomar decisiones. Como aquel equipo de España, Cione se enfrentó al reto decisivo de la necesidad de golear al adversario de un mercado en proceso de transformación.

No ha sido fácil. Al acabar la primera parte de aquel partido histórico, Malta nos marcó un gol. Al descanso el resultado era de 3-1. Pero nadie dejó de creer. Tampoco el proceso de cambio de Cione está exento de dificultades. De la misma manera, nadie ha dejado de creer. En la reanudación, fueron cayendo los goles y creciendo la emoción. En el 2019 de Cione, también llegan las dianas. El 4-1 en forma de citas récord en LÓÖKTIC. El 5-1, con la nueva dimensión del proyecto, que se va ajustando a las necesidades del partido, para ganarlo. El 6-1 con las mejoras en el SAS que permiten ahora atender al socio como nunca se había hecho, de una forma personalizada. El 7-1 con la vuelta a una dinámica de crecimiento rentable. El 8-1 con la recuperación de la confianza del socio en su cooperativa. El 9-1 con el logro de ser la mejor opción en precio para el independiente gracias a nuestros acuerdos con los proveedores. El 10-1 con la conversión de Cione en cooperativa de servicios, y no solo de producto. El 11-1 con la mejora de la eficiencia de la cooperativa y el relanzamiento de Cione University.

Ahora, os invitamos a marcar el 12-1 en la Asamblea, donde se presentará el nuevo Plan Estratégico 2019-2022 cuyas directrices nos habéis marcado entre todos. Llegará el momento de tocar la gloria de la Eurocopa, y después vendrá el Mundial. Somos Cione.

Seguimos avanzando.





# Cione cierra el círculo de la financiación para sus socios

NUEVOS ACUERDOS DE FINANCIACIÓN CON DEUTSCHE BANK,  
PEPPER GROUP Y SANTANDER CONSUMER.

---

Cione Grupo de Ópticas ya ofrecía a sus socios la posibilidad de financiar las compras de sus clientes en condiciones ventajosas, a través de sendos acuerdos suscritos con Pepper Group y Santander Consumer.

En 2019, los departamentos Financiero y de Desarrollo de Negocio de la cooperativa completan la oferta de servicios de financiación para el óptico de Cione dándole acceso rápido, y sin burocracia, a fondos para el emprendimiento de inversiones a medio y largo plazo.

Así, independientemente de cuál sea su necesidad financiera, Cione pone a disposición de los socios su pertenencia a un colectivo con credibilidad económica para mejorar su competitividad, su cuenta de resultados, o ambas cosas.

# Financiación exclusiva para la adquisición de bienes de equipo, mobiliario o la rotulación del establecimiento, con Deutsche Bank

Deutsche Bank y Cione Grupo de Ópticas han firmado un acuerdo de colaboración que acerca a los socios de la cooperativa una línea de financiación exclusiva para la adquisición de bienes de equipo –incluido material informático-mobiliario o la rotulación del establecimiento.

Menos es más. Ambas entidades, unidas en esta declaración de intenciones, han puesto todo su empeño en simplificar el papeleo. Los términos del convenio suscrito permiten que el socio de Cione no tenga que cambiar de banco ni contratar otro producto con Deutsche Bank para acceder al dinero. La gestión de la operación se realiza conjuntamente con la de la adquisición del bien, y el proceso de la financiación se lleva a cabo de forma centralizada, gestionado por un equipo experto, siempre alineado con los tiempos de la venta principal y de manera muy simple. Agilidad y transparencia son características básicas de la recién estrenada colaboración.

Las ventajas del acuerdo para los socios de Cione son muy claras. Los asociados acceden a una financiación, con condiciones excepcionales, sin tener que gestionar las operaciones directamente con el banco y sin usar sus líneas activas en otras entidades. En este sentido, Deutsche se apoya en la solidez de la cooperativa. Además, el préstamo puede llegar a ser a tipo de interés cero, si el

socio se compromete a la adquisición de un volumen de producto propio proporcional a su cuantía.

El acuerdo lo han firmado, en la sede de Cione en Las Rozas, Jorge Sáez de Miera, director Canal DB Credit de Deutsche Bank, y Miguel Angel García, director general de la cooperativa, en representación de sus respectivas entidades.

“Deutsche Bank y Cione acumulamos una larga experiencia en el sector óptico, cada uno desde su actividad principal en el mercado. Cione es un gran especialista con larga trayectoria y prestigio en el mercado óptico, mientras que Deutsche Bank lleva más de 20 años financiando la adquisición de equipos por parte de las redes de ópticas en España. Estamos convencidos que juntos podemos dar un excelente servicio a los 1.000 asociados de Cione”, valora Sáenz de Miera.

“De la misma manera que utilizamos nuestra capacidad conjunta de negociación para comprar mejor y más barato a los proveedores, y favorecer alianzas de partenariado con ellos, gracias a este acuerdo ponemos a disposición de los socios nuestra solvencia. Juntos, somos más fuertes, también desde el punto de vista económico. Como líderes del sector, nos complace haberlo firmado con otra entidad líder, como el Deutsche Bank, que lo es por muchas circunstancias, pero también por simplificar los procedimientos, una excelente práctica con lo que no podemos estar más de acuerdo”, valora por su parte Miguel Angel García, director general de Cione Grupo de Ópticas.



## ¿Cómo acceder al servicio?

En primer lugar, el socio que demande el servicio debe consultarlo con su delegado comercial, que le dará acceso a la documentación necesaria, o bien contactar con las Áreas de Desarrollo de Negocio/Financiera de Cione Grupo de Ópticas.

Es Cione, de manera centralizada, quien envía al DB la documentación completa –varía en función de si el solicitante es persona física o empresa- vía mail. A la mayor brevedad posible, el banco confirma la aprobación de la operación, y en su caso, la fecha prevista de la firma con el socio. Cione se hace cargo de la factura del proveedor. DB abona a Cione, en cuenta abierta en el Banco, el importe financiado, en el momento de la recepción del contrato de préstamo firmado. Y es DB quien factura las mensualidades al socio, añadiéndole fórmulas por consumo para redimir los intereses.



# Para que el dinero no sea ningún problema a la hora de ofrecer la mejor solución visual y auditiva al paciente: Pepper Group y Santander Consumer

Para dar todas las facilidades de compra posibles a los clientes de sus socios, y que éstos adquieran la solución idónea para su salud visual o auditiva, independientemente de su coste, Cione mantiene acuerdos ventajosos con dos entidades de reconocido prestigio en el sector financiero: Pepper Group y Santander Consumer.

Gracias a ellos, las ópticas asociadas tienen dos posibilidades para ofertar financiación a la medida de las compras de sus clientes, de manera inmediata y sin complicaciones.

LAS ÓPTICAS ASOCIADAS TIENEN DOS POSIBILIDADES PARA OFERTAR FINANCIACIÓN A LA MEDIDA DE LAS COMPRAS DE SUS CLIENTES.

Pepper Group es un grupo multinacional líder en servicios financieros que opera en España, Australia, Reino Unido, Irlanda y Corea del Sur.

La operación se puede llevar a cabo en pocos minutos tanto a través de la plataforma online de Pepper (Chop) [www.pepperspain.com](http://www.pepperspain.com) como por teléfono, permitiendo la firma manual y digital.

Puntualmente, Pepper Group lanza ofertas, como la triple cero, que como su propio nombre indica consiste en 0% de descuento para la óptica, 0% de comisión de apertura al cliente y 0% de interés en un periodo temporal concreto y con un importe temporal concreto, u otras,



entre las que ahora también se incluyen ofertas concretas para el sector de la Audiología.

Santander Consumer opera en 15 países europeos, forma parte de Santander, uno de los Grupos financieros más importantes del mundo, y da respuesta inmediata a las necesidades de financiación del cliente en el punto de venta.

Los socios de Cione pueden llevar a cabo la contratación de las operaciones online desde [www.santanderconsumeronline.es](http://www.santanderconsumeronline.es) o bien por teléfono 902 733 000.

En las dos opciones, el óptico de Cione cuenta con condiciones ventajosas por el hecho de formar parte de la cooperativa. Periódicamente, Cione comunica el servicio de Pepper Group por los canales informativos habituales: Newsletters y foro Somos Cione. Además de por estas vías, se puede consultar toda la información de uno y otro servicio con los delegados comerciales correspondientes.



# Cione comienza la distribución de la marca Ted Baker

CON MODELOS DE GRADUADO Y SOL, PARA ELLOS Y PARA ELLAS QUE, COMO EN GENERAL LA MARCA, SE INSPIRAN EN LA HERENCIA DE LA SASTRERÍA INGLESA, PRESTAN ATENCIÓN AL DETALLE Y ESTÁN CONFECCIONADOS CON CALIDAD ARTESANAL.

Cione Grupo de Ópticas comienza la distribución de las colecciones de gafas Ted Baker. Así, acaba de llegar a las ópticas de la cooperativa una colección de 38 modelos de sol y graduado, para ellos y ellas.

Creada en 1987, la marca londinense está fuertemente influenciada por la tradición de la sastrería británica, elegante y sobria, que combina en sus creaciones con una perspectiva contemporánea. Los diseños de Ted Baker prestan atención a los detalles. Cada uno de ellos subraya el conjunto y lo desmarca de cualquier competidor tanto como lo hace su compromiso firme con la calidad.

Esta proverbial atención al detalle de Ted Baker también está detrás de sus colecciones de gafas. Cada centímetro de cada montura está fabricado con calidad artesanal. Tiene un estilo peculiar. Sus diseños acrisolan una mezcla audaz y espectacular de colores y patrones.

Estampados únicos en el diseño de las monturas y un ensamblaje imperceptible entre sus partes, que transmite mensajes de Ted Baker, hacen que las gafas rayen a la misma altura y sean tan imaginativas y originales como el resto de complementos de la marca londinense. Son optimistas y vibrantes. Vitales.

La moda para mujer de Ted Baker es una mezcla, fresca y femenina, de estilo europeo: elegancia con aire inglés. La ropa para mujer de la marca británica es una celebración de la belleza y de la individualidad femenina. Y como todo en Ted Baker, presta

CADA CENTÍMETRO DE CADA MONTURA ESTÁ FABRICADO CON CALIDAD ARTESANAL. TIENE UN ESTILO PECULIAR.

atención exquisita a lo sutil. De esta manera, las monturas femeninas que llegan a las ópticas de Cione, se inspiran en la joyería. Sus acabados recuerdan el trabajo de los orfebres. En la colección predominan los metales finos definidos en colores femeninos y rematados con estampados florales, tanto en graduado como en sol.

La moda para hombre de Ted Baker es un reflejo de la cultura popular contemporánea. Mezcla, a partes iguales, estilo y sentido del humor. La colección de gafas de caballero que llega a las ópticas de Cione se inspira en la tradición británica del remo, pero en esta ocasión presenta un contraste acusado de colores, e incluso estampados en las varillas.

Las gafas, como los complementos en general de Ted Baker que van desde calcetines elegantes y gemelos brillantes hasta hermosas bufandas, sombreros y cinturones, son esenciales e irresistibles. Son la manera perfecta de hacer sentir especiales a sus propietarios.

El acuerdo para la distribución de la marca Ted Baker en España, aporta valor añadido a las ópticas de Cione para un target de consumidores que va desde los 25 a los 50 años. Cada colección que lanza Ted Baker, cada tienda de moda que abre y cada acción que emprende, está pensada para captar el interés de los clientes y ofrecerles algo fuera de lo común. Así, la atención al detalle y la calidad artesana de las monturas, a su precio justo, tienen ahora su perfecta extensión en las ópticas de Cione, al igual que la profesionalidad y cercanía de los ópticos de la cooperativa tienen su fiel reflejo en el estilo y la moda británicos de Ted Baker.





# Cada gafa STEPPER, cuenta una historia

Desde que fabricó su primera montura, en 1970, STEPPER ha sido una marca pionera. STEPPER siente predilección por el uso de materiales nuevos que, trabajados mediante procesos innovadores, convierte en monturas duraderas que aseguran la máxima comodidad de sus usuarios.

Como expertos en diseño, materiales y fabricación, STEPPER crea gafas favorecedoras, con estilo y cómodas.

### Nacidas de la tecnología

Las monturas STEPPER son el resultado del estudio de las posibilidades de los nuevos materiales, de un espíritu de mejora continuo de los procesos de fabricación, y del desafío a lo establecido en cuestión de diseño y fabricación de gafas.

Nuestra filosofía sólo se hace realidad desde la innovación, combinándola de tal manera que dé lugar a un producto de calidad sobresaliente que destaque por sus materiales y calidad de fabricación, y por su diseño.

### ...Con un diseño inteligente

La máxima de STEPPER es convertir la comodidad de uso de las gafas en una forma de arte.

La concepción inteligente de las gafas de STEPPER logra que cada una de sus monturas se ajuste al carácter y estilo de su portador, en los modelos más sencillos, fabricados en un único material, pero también en los más sofisticados, que combinan colores y decoración.

### E innovación creativa

Las gafas de STEPPER están diseñadas pensando en los usuarios, de modo que cada innovación que lanza al mercado ha sido concebida para mejorar su experiencia de uso.

Cada montura STEPPER ha sido diseñada tomando como referencia los contornos faciales para que se adapte perfectamente a la forma del rostro, sea cómoda y sujete perfectamente las lentes necesarias para garantizar la salud visual. Una montura STEPPER hace que la visión sea tan buena y natural como la respiración.

En todo caso, la mejor manera de entender STEPPER es probar una, porque ser usuario de STEPPER, “It’s a feeling”, “Es un sentimiento”.



# Polar lanza nuevos modelos de metal con Clip pantalla solar

Con posibilidad de adquirir varios clips de diferentes colores



\*Modelos que admiten Clip: 412, 413, 414, 415 y 416.

Polar Sunglasses ha reinventado el concepto clip-on, transformándolo en un accesorio de moda, que encandila a los jóvenes e incendia las redes.

El uso de las nuevas tecnologías y de un imán invisible que permite aplicar un filtro solar

extraordinariamente delgado a la montura convierte, al instante, unas gafas graduadas en el complemento de sol perfecto. No hay varillas, ni mecanismos complejos, sólo clip-on.

Al éxito arrollador de los primeros modelos, le sigue ahora la presentación de monturas de metal, con clip de pantalla solar y con

la posibilidad de adquirir, para el mismo modelo, clips de diferentes colores.

La variedad y alternativas del concepto clip-on permiten al cliente cambiar de look de forma puntual, si la ocasión lo requiere y cuando le apetece dar un giro único y divertido a su imagen.



# Rodenstock y Cione convocan un viaje de incentivos al Oktoberfest

OCHO SOCIOS DE LA COOPERATIVA Y SUS ACOMPAÑANTES VIAJARÁN A MUNICH, INVITADOS POR AMBAS EMPRESAS: LOS TRES CON LA FACTURACIÓN MÁS ALTA EN PROGRESIVOS RODENSTOCK Y LOS CINCO QUE MÁS INCREMENTEN SU FACTURACIÓN CON LA MARCA ALEMANA EN 2019 (\*)

Cione Grupo de Ópticas y Rodenstock ponen en marcha un viaje de incentivos para clientes, nada menos que al Oktoberfest, que se celebra anualmente en Múnich a caballo entre los meses de septiembre y octubre.

Los equipos de producto de ambas empresas proponen dos fórmulas para lograr ser uno de los ocho afortunados que conocerán, in situ, una de las fiestas más famosas del mundo (\*).

El viaje, para dos personas, está previsto para el fin de semana que discurre entre los días 27 y 29 de septiembre de 2019. El itinerario incluye la propia visita al Oktoberfest, una cena en una de las carpas de la feria y un tour guiado por Munich. Y además, la visita al castillo de Neuschwanstein, una construcción de ensueño rodeada por un hermoso paisaje que inspiró al mismísimo Walt Disney para la creación del castillo de la Bella Durmiente.

El Oktoberfest se celebra en la ciudad Bávara desde 1810, a partir de la boda del por aquel entonces príncipe heredero Luis de Baviera con la princesa Teresa de Sajonia-Hildburghausen. Los novios celebraron la boda con una carrera de caballos en un prado a las puertas de Múnich. Hasta la fecha, se sigue celebrando la Oktoberfest en este mismo lugar, llamado “Prado de Teresa” (Theressienwiese).

Es la fiesta popular más grande de Alemania y una de las mayores del mundo, con visitas anuales medias superiores a los seis millones de personas, que consumen 6,5 millones de litros de cerveza y 470.000 salchichas. Tiene una duración de 16 a 18 días, comenzando el primer sábado después del 15 de septiembre.



Con este viaje de incentivos, Cione y Rodenstock premian la fidelidad y el esfuerzo diario de los socios con un viaje a uno de esos eventos mundiales de los que hay que vivir al menos una vez en la vida. De la mano de una empresa alemana, aliada de nuestra cooperativa, vivir en primera persona el Oktoberfest será inolvidable. Una oportunidad única que ahora está al alcance de todos los socios de Cione.

(\*) Consultar condiciones.

# Confort Me, las nuevas lentes de contacto moldeadas de Mark´ennovy, ya en el portal de compras

EL PROCESO DE FABRICACIÓN PATENTADO DE LA NUEVA GAMA: CONFORT ME DE MARK´ENNOVY ASEGURA LA MÁXIMA PRECISIÓN EN EL DISEÑO Y CALIDAD VISUAL, ASOCIADAS A UNA GRAN FACILIDAD DE ADAPTACIÓN.



Los asociados de Cione pueden disfrutar desde primeros de marzo de Confort Me, la nueva gama de lentes de contacto moldeadas de Mark´ennovy.

Las lentes de contacto Confort Me son fabricadas con una tecnología denominada micro-precisión de moldeo. Consiste en la producción de cada lente de manera individual, utilizando un único molde y con un único uso. Este molde se desecha después de la fabricación y se reutiliza para fabricar los blisters.

El método garantiza la máxima precisión de la lente de contacto, puesto que no hay desgaste de moldes por múltiples usos y no hay resto alguno de procesos anteriores. El resul-

tado son unas lentes con un espesor de borde adelgazado y un diseño de bandas flexible, que aportan una comodidad extraordinaria de uso a sus portadores.

## DISPONIBLES DESDE PRIMEROS DE MARZO

La geometría básica es esférica, mientras que la geometría tórica alcanza un cilindro de -2.75 y las multifocales son muy versátiles ya que tienen dos diseños (CD y CN) y dos adiciones (low y high) que las convierten en un producto extraordinariamente sencillo de adaptar.

Confort Me @zul supone una revolución en Contactología. El nuevo producto le aporta continuidad al usuario de lente oftálmica con filtros de luz azul en su apuesta de protección visual. Confort Me @zul es una lente mensual que incluye un filtro UV de clase I y un filtro de bloqueo selectivo de la luz azul. La combinación de ambos protege los ojos de un 99% de la luz UVB, un 93% de la luz UVA y un 14% de la luz ultra violeta dañina. Confort Me @zul son moldeadas igualmente con tecnología patentada de micro-precisión. El sistema proporciona una flexibilidad en el diseño, que va más allá de las prestaciones de los hidrogeles habituales. Confort Me @zul se comercializa en un selecto rango de parámetros para abarcar todas las prescripciones esféricas.



# Connecta estrena web, el primer paso de un año de transformación

CONNECTA, LA RED DE CENTROS ESPECIALIZADOS EN SALUD AUDITIVA DE CIONE GRUPO DE ÓPTICAS, RENUEVA SU WEB. EL RESTYLING DE WWW.CENTROSAUDITIVOSCONNECTA.ES HA SIDO CONCEBIDO PARA SUBRAYAR LOS VALORES CONNECTA: PROFESIONALIDAD Y ESPECIALIZACIÓN, DESDE LA INNOVACIÓN.

La misma calidad profesional y calidez humana con la que los audiólogos de Connecta atienden a sus pacientes, tienen su fiel traslación en esta nueva web. En ella, se albergan más servicios e información con los que satisfacer las necesidades de usuarios cada vez más jóvenes, que se preocupan por su salud auditiva, y que por vivir en una sociedad ruidosa, sufren pérdidas de audición una edad menor.

El target de público objetivo que se adapta audífonos tiene una edad media de 71 años. Sin embargo, ya es muy significativo el volumen de personas con hipoacusia de menos de 50 años. Estos pacientes son usuarios avanzados de tecnología y telefonía. Por eso, la evolución de la nueva web de Connecta, tiene en cuenta a este nuevo perfil de cliente, potenciando los aspectos de interactividad y conexión, buscando ser un lugar de referencia para ellos en materia de salud auditiva.

El equipo de Connecta trabaja en estrecha colaboración con los proveedores y productos que aportan una mayor innovación en el sector. El fruto de esta labor son las más avanzadas técnicas de exploración y ayuda auditiva para restablecer la audición de los pacientes.

Por eso, en 2019, la web de Connecta es mucho más que imagen. La nueva web de los Centros Auditivos Connecta es más funcional, cómoda para el usuario, permite solicitar citas online o buscar el centro auditivo más cercano. Además, es posible probar la audición on-line, una excelente manera de descubrir cuándo ha llegado el momento de revisar el oído en un centro auditivo especializado y solicitar un presupuesto sin compromiso.

## Nuevo diseño, nuevas funcionalidades

“El nuevo diseño del sitio de Connecta en internet aporta valor añadido a los negocios de nuestros socios. Todo es más fácil de encontrar y además, es más útil”, valora Alejandra Yañez, responsable de Centros Auditivos Connecta.

Accesible desde cualquier dispositivo, fijo o móvil, puesto que su diseño es responsive como no podía ser de otra manera tratándose de una web sobre salud auditiva, el paciente, en pocos clics y de manera intuitiva y rápida, encuentra desde información genérica sobre salud auditiva y audífonos, hasta las pruebas de audición online o solicitud de citas.

“Ayudando al paciente, apoyamos también a nuestros socios”, sigue Yañez. Por eso, el desarrollo de la web ha sido concebido para aumentar el número de visitas virtuales a los centros Connecta, y que esas visitas on line se traduzcan luego en citas.

Además, la plataforma digital de Centros Auditivos Connecta va a ser también el escaparate de las promociones y campañas que implanten estos centros. El banner principal de la web será, al mismo tiempo, acceso de la información más relevante, puesto que “el servicio de implantación



de campañas en el centro será otra de las novedades que presentaremos a lo largo de 2019”, sigue Yañez. Así, la web se convertirá en un refuerzo de esta propuesta de marketing y en su extensión online.

A la nueva imagen de la web y funcionalidades que ya son visible, se unirá una segunda fase. A lo largo de 2019, crearemos una comunidad privada de profesionales donde podrán estar al día de todas las noticias del sector, descubrir nuevas técnicas de adaptación, de diagnóstico, productos innovadores e incluso podrán participar en ello, publicando sus propios artículos o impresiones sobre lo que sucede en el sector.

Además, en este mismo apartado privado, tendrán a su disposición las creatividades que otros compañeros Connecta han puesto en marcha, un banco de imágenes para que puedan realizar sus propias campañas; toda la información relativa a producto, acceso a las herramientas de marketing de las que disponen, tarifas, campañas, los dossiers de implantación y material de ayuda para el día a día del centro como tarjetas de fidelización, blocs de anamnesis o el programa de seguimiento al pacientes.

En un futuro próximo, la web también contará con los links de interés para actualización de software de los principales proveedores y acceso a las formaciones online que se impartirán desde la plataforma Cione University. Y por último, enlazará con un programa con todos los servicios de los que disponen los Centros Auditivos Connecta para su publicidad, tales como cuñas de radio, anuncios de prensa, acciones de Street marketing o campañas en RRSS.

Esta nueva página web es el primer paso para que el 2019 sea un año de cambios. Ha sido pensada para reivindicar los ocho puntos clave que aseguran el mejor servicio auditivo: personal cualificado y en constante formación, última tecnología, empatía, un mundo de soluciones, garantía de calidad, pasión por la audición, cercanía y escucha. Viajamos juntos.



## Primera campaña solidaria de colaboración entre Cione y la AECC: ‘Tu audífono contra el cáncer’

A lo largo de la Semana contra el Cáncer, Cione Grupo de Ópticas puso en marcha, por primera vez en Audiología, una campaña promocional solidaria, a la que denominó ‘Tu audífono contra el cáncer’.

Cione propuso la donación de un 4% de las compras de audífonos de producto propio de Cione que se produjeran entre el miércoles 30 de enero y el 4 de febrero a la Asociación Española contra el Cáncer (AECC). Además, se diseñó un vinilo con el fin de darle mayor visibilidad a la acción. Fueron 75 los socios de la cooperativa quienes lo instalaron en sus escaparates, para hacer partícipes también a sus clientes de esta iniciativa solidaria.

Cione Grupo de Ópticas ha hecho ya la donación de los fondos a la AECC, que los destinará al proyecto concreto que estime conveniente. El importe recaudado por la campaña ayudará a cubrir las necesidades de los pacientes y familiares que sufren la enfermedad, desde el mismo momento en el que se les diagnostica, contribuyendo a que disfruten de una atención más cercana, más personalizada, y a hacer posible que la AECC llegue cada vez a más personas. Cione Audiología inicia así una colaboración con la institución que tendrá nuevos episodios en el futuro.







# Campañas

PROYECTOS INTERNACIONALES

## La Fundación Cione Ruta de la Luz mantiene su lucha en favor de los derechos de las personas con albinismo en Tanzania

Por segundo año consecutivo, el centro protectorado para niños y niñas con albinismo de Kabanga ha recibido una expedición visual de la Fundación Cione Ruta de la Luz. Allí, los ópticos-optometristas voluntarios, María Mejías, Dorotea Romero y Arturo Casas han revisado a menores con esta condición genética, contribuyendo a mejorar su calidad de vida, marcada por ataques y exclusión motivados por supersticiones. El proyecto ha contado con el patrocinio y apoyo de Carl ZEISS Vision España desde su comienzo.

**T**ras años de persecuciones en el norte de Tanzania, las personas con albinismo tienen que vivir, aún a día de hoy, en centros de protección para evitar los ataques que sufren debido a su condición genética, que les impiden vivir en comunidad. Uno de estos centros-protectorado es el de Kabanga, ubicado en la región de Kigoma, en el que conviven 300 niños y niñas con albinismo, menores con diversidad funcional sensorial (ceguera, sordera), intelectual (Síndrome de Down u otras) y física (malformaciones congénitas, paraplejas, problemas psicomotrices) así como como algunas madres que hacen las veces de madres de todas/os.

Dorotea, para quien esta de Kabanga ha sido su primera experiencia como cooperante, se emocionó al comprobar la forma en que se apoyan unos a otros. “Es impresionante observar cómo los niños y niñas se ayudan, a pesar de sus problemas. He podido ver a un niño ciego paseando a su compañero en silla de ruedas, a una niña correr con malformaciones en las piernas y a niños sordos bailar, sólo con sentir la vibración de la música, al mismo ritmo que el resto de sus compañeros. Sin dramas, sin llantos”, dice la optometrista gallega.

“Entras al centro y todo te sorprende, los colores, las habitaciones, los niños y niñas, los problemas de movilidad que tienen algunos/as y cómo su fortaleza hace que todo eso no sea un impedimento para disfrutar como lo que son, niños/as. Esa superación alimenta que, desde la Fundación Ruta de la Luz y Carl ZEISS Vision España, queramos seguir contribu-

yendo a mejorar la calidad de vida de estos menores. Centros como éste, donde conviven todos juntos sin importar el color de piel, hacen que nazcan integrados entre sí, contribuyendo a la desaparición de los estigmas sociales. Pero, a la vez, es necesario concienciar acerca del albinismo y romper con las creencias ancestrales que hacen peligrar sus vidas, para que puedan vivir en comunidad, con sus familias, como cualquier persona”, alega Sara Calero, responsable de la Fundación Cione Ruta de la Luz hasta febrero, y alma mater de este proyecto.

Algunos de los problemas más comunes en las personas con albinismo son baja visión, nistagmus o fotofobia intensa. La Fundación Ruta de la





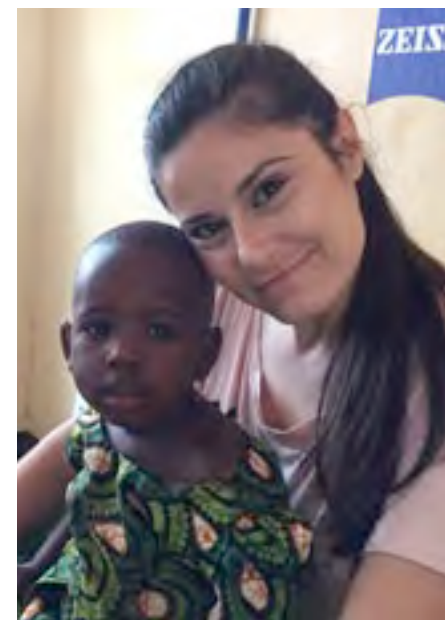
Luz trata de combatirlos con la continuidad de proyectos como éste. Ambas organizaciones – Ruta de la Luz y ZEISS- realizan una campaña óptica al año donde no solo revisan a los menores del centro y les proporcionan las gafas graduadas necesarias, sino que además ofrecen formaciones para madres, niños/as y profesores acerca de la importancia de la protección del sol, del uso adecuado de las gafas y consejos de cuidado e higiene visual. Las campañas de 2017 y de 2018 han traído consigo la revisión de 647 personas y la entrega de 166 gafas graduadas.

Además de las patologías propias de las personas con albinismo, los ópticos/as han encontrado, en su último viaje, defectos refractivos habituales, como hipermetropía, miopía o astigmatismo. De forma adicional, han tratado casos de infección por entropión (pestañas que crecen hacia dentro y que con el movimiento causan irritación). Igualmente, y como suele ocurrir en zonas de poca higiene, mucho polvo y alta exposición a los Rayos UV, también advirtieron casos severos de conjuntivitis.

La ayuda visual adecuada proporcionará a los beneficiarios/as la posibilidad de aprender a leer, cuidar su sistema visual ahora y poder estudiar y con ello labrarse un futuro mejor. De otra manera, a los niños y niñas con albinismo les sería muy difícil lograr un desarrollo educativo correcto.

Carl ZEISS Vision España colabora con la donación de todas las lentes resultantes del proyecto con filtros especiales para cada caso que incluyen protección UV total, mientras que la Fundación Ruta de la Luz, por su lado, se encarga de que cada niño y niña tenga su gafa graduada y adaptada a sus necesidades de manera gratuita.

Para María Mejías, óptico-optometrista que lleva a cabo su labor en Carl ZEISS Vision España, resumir en pocas palabras la cantidad de sentimientos que le sobrevinieron en Kabanga es complicado. “Recuerdo el impacto del primer día que visitamos el Centro. Es increíble la capacidad de superación de estas personas. Son como una gran familia, y eso es tan bonito, que emociona”. En este mismo sentido se expresa Arturo Casas, veterano del proyecto: “sus miradas, sus sonrisas, sus llamadas de atención, su manera de superar las dificultades del día a día, como si de algo rutinario se tratara, te atraen, te hipnotizan. Cada minuto, cada escena que ves, se convierte en una hazaña digna de ser retratada en un video o una foto”, afirma Casas, que pese a haber viajado a Kabanga en las dos expediciones, volvía impactado nuevamente por el amor a la vida que percibe allí.





## ALEGRÍA Y DEDICACIÓN

# Sara Calero

## GERENTE DE LA FUNDACIÓN CIONE RUTA DE LA LUZ 2016-2019

Después de tres años de trabajo incansable, y de aportar su energía y juventud al proyecto de la Fundación, primero como becaria y después como responsable de la Ruta de la Luz, Sara Calero emprende una nueva aventura profesional y personal en Kabanga (Tanzania), para dedicarse por entero al cuidado de los niños y niñas con albinismo en el Centro de Protectorado en el que viven en aquel lugar. Inteligencia, saber estar, profesionalidad o rigor, son algunas de las cualidades que destacan de ella quienes la conocen. En su adiós, recabamos, en Cione Magazine, el testimonio de dos personas de las que, en este tiempo, se ha ganado primero su respeto, y después su admiración profesional, pero también, y sobre todo, su cariño: su compañera, Marta Casillas, y el presidente de la Fundación, Ismael García Payá.



## Hasta pronto, Sara



Apasionada en todo que hace y amante de su profesión de cooperante...

Quienes la conocen saben que faltan palabras para describirla. Es de esas personas que cuando se involucra en un proyecto lucha hasta el final para conseguir siempre sacar lo mejor. Es única, no solo por su enorme profesionalidad, sino por su gigantesco corazón que crea magia en todo lo que hace.

Desde que entró en la Fundación y asumió la responsabilidad de gestionar la Ruta de la Luz en 2016 ha superado todas las dificultades, dado un nuevo impulso a nuestra entidad, y desarrollado su carrera con gran éxito y poder de transformación. Pero lo más importante es que, en todo este tiempo, Sara ha sido confidente, amiga y promotora de la familia tan unida que es hoy la Fundación. Y todo lo ha hecho siempre buscando lo mejor para las personas beneficiarias.

Ahora le ha llegado el momento de embarcarse en nuevo proyecto en Tanzania, para seguir mejorando la vida de las personas que la rodean. Estamos muy orgullosos de haber compartido camino contigo y ¡te deseamos lo mejor!

Así es Sara, una soñadora dispuesta a cambiar el mundo.

*Marta Casillas.*

Cuando gestionas una pequeña empresa, un pequeño organismo, como es nuestra Fundación Cione Ruta de la Luz, tienes un trato muy cercano con tus colaboradores. No siempre coincides con ellos, ni ellos contigo, evidentemente, pero lo importante es ser capaces de llegar a puntos de encuentro, con enriquecimiento mutuo, donde las partes asuman compromisos con el convencimiento de que la decisión a tomar, es la mejor para desarrollar la labor encomendada de beneficiar a aquellas personas que requieren nuestra atención, en cualquier parte del mundo.

Con Sara todo ha sido fácil, dinámico, proactivo... Además ha sido una persona responsable y con magníficas iniciativas. Desde que ella se hizo cargo de la Fundación Cione Ruta de la Luz, hemos podido optimizar los recursos disponibles, se ha trabajado con alegría y dedicación. Se han implementado diversas acciones que han beneficiado a la Fundación y consecuentemente a los beneficiarios de nuestros proyectos.

Cuando me comunicó su decisión de marcharse a Kabanga (Tanzania), así, a trabajar con los albinos, a dar todo lo que ella es capaz de dar, en un principio pensé: ¡Está loca! Ir a un país lejos de su casa, lejos del bienestar, de las comodidades y dejando un trabajo seguro donde desarrolla una labor imponente. Pero es que Sara es así. Es un reto mayor. Es la realización de un ser humano que tiene un corazón tan grande que no se puede explicar.

Sara, te deseo personalmente lo mejor. Y como presidente de la Fundación Cione Ruta de la Luz, te manifiesto mi agradecimiento, extensivo de todos los patronos de la Fundación.

*Ismael García.*





El proyecto ‘Ver para Crecer’ se apoya en la experiencia en materia de cooperación de la Fundación Cione Ruta de la Luz y en la capacidad tecnológica de la iniciativa ‘Vision For Life’, de Essilor. Su objetivo es revisar la vista de personas sin recursos o en riesgo de exclusión en España, apoyando a organizaciones locales que trabajan con estos colectivos, y proporcionar, a todo el que se le haya prescrito y la necesite, una gafa graduada nueva adaptada a sus gustos y necesidades de manera gratuita. Desde que naciera, en mayo de 2015, ‘Ver Para Crecer’ ha revisado la vista de casi 3.000 personas en veintinueve misiones ópticas sobre el terreno, y entregado casi 2.000 gafas gradua-

das a beneficiarios/as de organizaciones como Aldeas infantiles SOS (Barcelona, Granada y Tenerife), Fundación Tomillo (Vallecas, Orcasitas y Carabanchel en Madrid), Mensajeros de la Paz (Madrid, León y Toledo), Fundación Xilema y Comedor Solidario Paris 365 (Pamplona), REMAR (Madrid), Fundación Atenea en Sevilla y Sant Joan de Déu – Serveis Socials/Obra Social (Barcelona y Valencia), Fundación Jesús Abandonado (Murcia), Nazaret (Alicante), CaixaProinfancia en Tenerife y Zaragoza, Cruz Roja, en Loja (Granada), ADUNARE en Zaragoza, CEAR, en Málaga y Valencia y Fundación Juanjo Torrejón en Aranjuez (Madrid).

DICIEMBRE 2018

## Valencia

Siete ópticos voluntarios revisaron la vista de 86 personas en situación de vulnerabilidad, en colaboración con Sant Joan de Déu Serveis Socials en las instalaciones del albergue con el que esta institución cuenta en Valencia. Fueron 75 las que necesitaron gafas, que ya han recibido nuevas.



Siete ópticos-optometristas voluntarios revisaron, el 18 de diciembre, la vista de 86 personas en riesgo de exclusión social, con las que trabaja a diario Sant Joan de Déu Serveis Socials Valencia. Prácticamente todas ellas necesitaban gafas o bien actualizar la corrección de las que llevaban puestas. Ya las han recibido nuevas, hechas ex profeso para su caso y sobre la montura que eligieron entre una amplia selección. La acción, vigésimo octava del proyecto en España y tercera en Valencia, se llevó a cabo en el albergue que la institución tiene en la calle Luz Casanova, 8, de Valencia.

C. A. fue el primero de los beneficiarios revisados. Con treinta años, le recetaron unas gafas para corregir su fuerte astigmatismo. Pero, desde que se le rompieron, no las había podido reponer. De eso, “hace más de veinte años”, cuenta. Después de examinarlo, Angel Guzmán, óptico-optometrista de Audióptica Mediterránea, confirmó que tiene tres dioptrías de astigmatismo en cada ojo. Sin gafas, no podía rellenar una solicitud de trabajo, ni renovar su carné de conducir. Ahora, podrá hacer ambas cosas. Al cambio en su vida que ha propiciado el proceso tutelado de reinserción social de la mano de Sant Joan de Déu Serveis Socials, se sumó la inyección de moral que le han aportado sus gafas nuevas. Lleva siete meses sin consumir cocaína y, poco a poco, vuelve a ser quien fue. Ahora ve a sus hijos cada fin de semana. “Sant Joan de Déu Serveis Socials me ha devuelto la ilusión por vivir”, dice.

Otra de las voluntarias, Rosa Perales (Optica L'Alguer) reconoció el caso de G. G. de cincuenta años de edad. Con cuatro dioptrías de hipermetropía en cada ojo, además de presbicia, “no podía ver, ni de cerca, ni de lejos, a menos que forzara mucho la vista. Con las cuatro dioptrías



corregidas por sus gafas nuevas, va a ganar mucha agudeza visual”, dice la óptico-optometrista. Con ellas puestas, se siente más seguro a la hora de buscar un trabajo, que también para eso sirven las gafas, además de para contar con la adecuada salud visual.

Rosa Peiro es la técnico de solidaridad y sensibilización de Sant Joan de Déu Serveis Socials. Como en marzo de 2017, también ella fue responsable de convocar a las personas en situación de vulnerabilidad que fueron revisadas. Gracias al proyecto VpC iniciado en 2017 en colaboración con la entidad, Sant Joan de Déu Serveis Socials Valencia ha sido consciente de las verdaderas necesidades visuales de sus beneficiarios. “A raíz de la primera acción, descubrimos casos de como el de un señor que llevaba dos meses sin quitarse las lentillas, muy limitado visualmente, y después, otros muchos”, dice.

Sant Joan de Déu Serveis Socials Valencia trabaja con un centenar de personas sin techo. “Cuando vives en la calle, la salud se pierde. Estas personas se abandonan, y, siendo básica, como es la necesidad de ver bien, porque sin ver bien no se puede hacer vida normal, priorizan otras. Por eso nos parece tan importante contar con apoyo en este sentido”, explica Peiro.

Por otro lado, Peiro destaca la labor de los ópticos voluntarios. “Su labor desinteresada nos da la esperanza de que otro mundo es posible. La solidaridad existe. Me emociona ver como el proyecto Ver Para Crecer crea el escenario idóneo en sus acciones. Los ópticos tratan a estas personas con el mismo respeto y cariño que a cualquier cliente de su óptica. Y, para ellas, que proceden del mundo de la exclusión, percibir ese buen trato, poder elegir su montura, y que les hagan una revisión tan profunda, mejora su autoestima”, termina.



FEBRERO 2019

# Aranjuez

Diez voluntarios/as, seis de ellos ópticos-optometristas, revisaron la vista de cien personas en riesgo de exclusión, beneficiarias de la Fundación Juanjo Torrejón, una organización no gubernamental con sede en Aranjuez (Comunidad de Madrid) cuyas actividades se centran en ofrecer una respuesta integral al reto de la desigualdad y la injusticia para que todas las personas puedan ejercer sus derechos plenamente.

La Fundación Juanjo Torrejón cedió sus instalaciones en Aranjuez para que diez profesionales de la salud visual pudieran practicar todas las pruebas preceptivas, determinar así la graduación actual de los beneficiarios/as, y, en caso necesario, recetarles y entregarles de manera gratuita unas gafas nuevas.

Yolanda Infante, directora de la Fundación, se mostraba agradecida con la acción de los ópticos de VpC. Los profesionales de los servicios sociales de la institución arajovense se habían encargado de seleccionar previamente a las personas, entre las trescientas con las que trabajan a diario, con edades a partir de los 4 años, y en colaboración con otras entidades y centros educativos que también habían derivado a personas que, a priori, pudieran padecer problemas visuales.

Después de las revisiones ópticas que se llevaron a cabo entre las diez de la mañana y las ocho de la tarde, cincuenta y seis personas necesitaban gafas nuevas. Uno de ellos es Y.Z. un chaval de 29 años de origen marroquí. Busca un empleo mejor, y estudia español en las clases que imparte la Fundación Juanjo Torrejón. Vicky Albert, óptico-optometrista de Optica Lohade, comprobó que tenía una hipermetropía moderada, con cerca de tres dioptrías, y algo de astigmatismo, ambos sin corregir, y ambliopía en el ojo derecho. Nunca había llevado gafas. Y.Z. tenía una diferencia de agudeza visual de un 25% entre uno y otro ojo. “Cuando existe esta diferencia, el cerebro selecciona la imagen del ojo que mejor ve, provocando la ambliopía, u ojo vago”, explica la óptico-optometrista. Con sus gafas nuevas va a mejorar su rendimiento lector, e incluso el tiempo que puede estar leyendo, y aprendiendo español. De lejos, igualmente ganará un 30% en agudeza visual, algo que le resultará especialmente útil para conducir, y sobre todo por la noche.



A.E.A., de 49 años, dejó su vida en Marruecos, y a su mujer y a su hijo, para buscar trabajo en España e intentar darles una vida mejor. Empezar desde cero, no es fácil. Y aún lo es menos si tienes casi dos dioptrías de presbicia en cada ojo. A.E.A. tiene dificultades para ejercer cualquier trabajo que

exija ver bien de cerca, como la construcción, por ejemplo, o incluso para rellenar un impreso. “Cuando le lleguen sus gafas, mejorará su día a día”, asegura Claudia Caballero, otra de las óptico-optometristas voluntarias que cedió su jornada laboral a VpC. “Es gratificante ofrecer los conoci-



mientos que tengo a personas que los necesitan para darles calidad visual con la que romper sus límites, porque con los ojos, lo hacemos todo. Me encantaría que esas gafas ayuden a A.E.A. a encontrar un trabajo y reunirse con su familia”, sigue.

Con el resultado de los exámenes visuales que llevaron a cabo los ópticos/as voluntarios, a Y.Z. y a A.E.A. como al resto de los beneficiarios/as, Ver para Crecer ha fabricado y entregado ya gafas ex profeso para resolver el problema visual de cada uno. Además, todos pudieron elegir entre decenas de monturas nuevas. “Nos parece fundamental que estas personas en riesgo de exclusión, y aún más los niños y niñas, sientan el cariño y el respeto que se merecen y que, además de ver perfectamente con ellas, se vean guapos y guapas con ellas. Nuestros ópticos/as tratan a cada beneficiario como a cualquier paciente de su óptica, porque es lo justo”, afirma Adrián Bilbao, nuevo responsable de la Fundación Cione Ruta de la Luz.

La Fundación Juanjo Torrejón trabaja desde 2006 con población en riesgo, para favorecer su integración y su inclusión en Aranjuez. Gracias a la colaboración del Ayuntamiento de Colmenar de Oreja, su labor se extiende también a este municipio, así como hacia Castilla-La Mancha, donde ha iniciado un proyecto de colaboración con institutos de Ocaña (Toledo). Así, está previsto que su labor beneficie en 2019 a cerca de 500 personas.

Fundamentalmente, prestan servicios de apoyo educativo e intervención familiar, si la familia necesita asesoramiento. Además, en la Fundación se imparten clases de español, prestan asesoría jurídica, ha puesto en marcha proyectos de empleo, y trabajan con voluntariado, cediendo sus instalaciones para que se puedan realizar allí las actividades que alientan estos voluntarios. Se financia con ayudas de la administración, y con donaciones de socios, además de recursos propios de la Fundación. En la actualidad, emplea a siete personas.



# Juana Guzmán Blanco

AUDIOSUR CENTRO  
AUDITIVO CONNECTA

Juana Guzmán Blanco ha encontrado, de la mano de Connecta, una segunda oportunidad laboral en Tarifa (Cádiz), su pueblo natal. Después de haber ejercido como psicóloga muchos años, sufrió un revés, de los que la vida da sin avisar. Perdió su trabajo y, aunque pudo quedarse en la retaguardia, decidió luchar, mirar hacia delante y emprender. Su marido, Pedro Domínguez, socio de Cione, le animó a adentrarse por el camino de la Audiología. Seis meses después de abrir AudioSur, el primer centro auditivo especializado de su localidad, está feliz de haberlo intentado... Y de haberlo conseguido. Escuchémosla.





**Lo primero es preguntarle por su tierra. ¿Cómo es el pueblo gaditano de Tarifa?** Tarifa es un pueblo de cerca de 20.000 habitantes, con muchos atractivos turísticos. Los que vienen, repiten. Muchos incluso se quedan a vivir. Si tuviera que definir Tarifa con una palabra, sería abierto. Tenemos un inconveniente: el viento; pero según se mire... Para los surfistas es estupendo.

también en invierno hay rutas senderistas. No es un pueblo muy grande, por lo que un fin de semana es suficiente para conocerlo bien. Todo está cerca.

**¿Qué nos recomienda para para comer?** Para comer, atún de almadraba. Tarifa es un paraíso para los amantes del pescado. El restaurante al que todo el mundo vie-

de cero a tres años. Por circunstancias de la vida, me quedé en el paro. Pude haber elegido otro camino más tranquilo, retirándome. Pero tenía claro que quería cambiar mi orientación laboral, puesto que mi anterior ocupación podía llegar a ser agotadora, por pasar tanto tiempo atendiendo a menores con problemas. Mi marido, Pedro, es óptico. Él me animó a estudiar Audioprótesis e,

## SI TUVIERA QUE DEFINIR TARIFA CON UNA PALABRA, SERÍA ABIERTO.

Nuestras playas son magníficas, con mucha arena, muy fina y blanca, y kilómetros de dunas. Precisamente por sus dimensiones, nunca llegan a masificarse. Aunque nuestra población se cuadripleque en verano, todo el mundo encuentra su espacio al sol, a un lado bañados por el Atlántico, o al otro, por el Mediterráneo.

**¿Qué no debe perderse el visitante en Tarifa?**

Las playas de Bolonia o Punta Paloma son algunas de las más visitadas en verano, pero

ne, en el que es necesario reservar mesa con mucha antelación, se llama 'El Picoteo'. Además, tenemos otro, árabe, El Mandrágora. Es bonito y exótico. Y se come bien.

**Ha abierto usted un Centro Auditivo Independiente Connecta en mayo pasado. ¿Cómo vio Juana Guzmán en la Audiología la oportunidad laboral que buscaba?**

Trabajé durante más de 18 años como sicóloga para el Ayuntamiento de Tarifa, atendiendo a niños y niñas en Atención Temprana,

inicialmente, abrir un córner de la especialidad en su negocio. Fui a Madrid, y aprobé el grado. Cuando terminé, valorando todas las opciones entre los dos, nos dimos cuenta que el local no reunía las condiciones idóneas. Es pequeño, y nos obligaba a compartir el gabinete, así que nos decantamos por abrir un centro auditivo específico. Busqué un emplazamiento nuevo, céntrico y grande, muy luminoso, para este nuevo proyecto. Y lo transformamos en Audiosur. Así fue como la Audiología se ha convertido en mi segunda oportunidad laboral.

**¿Cómo han sido estos meses, tras la apertura?**

Abrí en junio pasado. Cuando empecé tenía mucho miedo. En Tarifa no había ningún centro auditivo especializado, por lo que no sabíamos cuánta necesidad podía haber. En Algeciras, que dista sólo 21 kilómetros de nuestro municipio, sí hay varios: GAES, Amplifón y muchas ópticas con Audiología. Mis primeros pacientes fueron surfistas, con infecciones derivadas de una excesiva exposición a los elementos, y con necesidades específicas de protección para sus oídos. Lo que ha sucedido después es que, como las personas mayores tienen dificultad para desplazarse, poco a poco, me he ido dando a conocer. El boca a boca ha funcionado y, aunque todavía tengo mis dudas, Audiosur funciona.

**¿Cómo es Audiosur?**

Como decía antes, el local es amplio y con mucha luz. En la sala de espera hay un televisor donde proyecto videos sobre el funcionamiento del sistema auditivo, o algún documental. Recibo a los pacientes en el mostrador, que está frente a la puerta. En el interior hay una sala insonorizada en la que caben dos personas, paciente y acompañante, y el gabinete, donde realizo las pruebas auditivas. Además de los equipos, el gabinete cuenta con otra gran pantalla de televisión sobre la que los usuarios siguen la práctica de algunas pruebas y ven cómo es su oído por dentro. En general, la decoración es liviana, nada recargada. Además, también asisto a los domicilios de aquellas personas que, por su movilidad reducida, no pueden acudir a Audiosur. Por último, en el taller cuento con el resto de requisitos y aparatos obligatorios para contar con la autorización de Sanidad; hay un servicio adaptado, y el almacén, donde tengo el archivo.

**A nivel personal, ha tenido que ser una gran satisfacción lograr reinventarse profesionalmente...**

Asumí un gran reto, ya con una edad, porque tenía 48 años cuando decidí afrontarlo, y empezando desde cero, porque, aunque había hecho mis prácticas correspondientes para adquirir la titulación, no tenía ninguna experiencia adicional. Tampoco sabía cómo iba a responder Tarifa, ni yo misma, ante este desafío. Por eso, cada pequeño éxito que me regala el día a día, me hace una ilusión tremenda.

**¿Cómo le han ayudado Connecta y Cione en el proceso?**

Conocí Cione a través de Pedro, que es socio de la cooperativa desde hace muchos años.

## EMPRENDER LA AUDIOLOGÍA DE LA MANO DE CONNECTA ME HA DADO UNA SEGUNDA OPORTUNIDAD LABORAL EN LA VIDA



© Íñigo Asís

Felicidad Hernández, desde Connecta, me dio las ideas y facilidades necesarias para montar el negocio y me orientó sobre cómo enfocarlo. Además, Connecta me proporcionó la imagen de mi fachada. Antes de abrir las puertas, tuve mucha formación en ventas y de producto. Asimismo, el equipo de Connecta me puso en contacto con el sector de la Audiología. Ahora que Felicidad ya no está en primera línea de la Audiología, porque es la responsable de Comunicación, Alejandra, Nuria y Oscar han retomado su labor. En resumen, Connecta me ayudó primero, con la formación, después con la financiación y equipamiento del gabinete, y ahora con el ejercicio diario de la Audiología.

**¿Le parecen complementarios los negocios de Audiología y Óptica? ¿Hacen ventas cruzadas?**

En realidad, llevamos la gestión de cada negocio de manera independiente. Sí es cierto que tengo publicidad de Audiosur en la óptica. Como llevo poco tiempo en activo, es Pedro quien da referencias más a sus clientes. El lleva ejerciendo la profesión 23 años en Tarifa. Tiene una base de datos amplísima. Así, cuando alguien tiene problemas de oído, me lo envía, y no tanto al contrario. De momento, yo soy más la extensión del negocio de la óptica, que al contrario.





Somos los dos de Tarifa, y él tiene una gran reputación en el pueblo. En mi caso, y aunque de forma diferente, también conozco a muchos vecinos del pueblo, incluso desde el punto de vista de la salud porque, por ejemplo, he sido logopeda. En todo caso, Pedro y yo no hablamos de trabajo en casa. Tenemos ese cordón sanitario, por así decirlo, para salvaguardar nuestra vida personal. Imagino, por lo que percibo, que la dinámica es parecida. Al fin y al cabo, trabajamos para cubrir necesidades básicas de las personas, como son las de ver y oír. Cubrir las bien, es la clave de que todo funcione. Mi filosofía es que hay que buscar una solución al problema con el que llega el paciente, y no generarle problemas nuevos que no tenía cuando entró.

Sobre todo, no queremos que el dinero sea un obstáculo a la hora de solucionar las pérdidas auditivas, de manera que, además de no oír, se vayan con el disgusto de que no se pueden pagar los audífonos que tanta falta les hacen. Por eso, trato de darle a cada cuál lo que requiere su caso, ni más ni menos. Para una persona mayor, quizá la conectividad de sus audífonos con los móviles no sea una prioridad. A los más jóvenes, sí se la recomiendo, porque tienen toda la vida por delante para usarlos y porque les mantiene conectados al mundo digital.

## LA PÉRDIDA DE AUDICIÓN NO SÓLO RESTA CAPACIDAD DE OÍR, SINO QUE ADEMÁS, TE AÍSLA DEL MUNDO.

### El hecho de ser sicólogo, también ayuda en Audiología...

No hace falta ser psicólogo para ejercer la profesión de la Audiología, pero viene bien. En mi caso, creo que también me ayuda mi forma de ser. Soy una mujer tranquila, que no tiene prisa. No soy nerviosa, y le dedico a cada paciente el tiempo necesario. Estos detalles hacen que se sientan mejor. Generan confianza. Muchas veces, vuelven al centro sólo porque quieren contarme una historia. Y yo les doy un margen. No sé si estoy aplicando mi psicología ahí o no, pero lo cierto es que escuchar me permite conocer mejor a quien estoy atendiendo, y, por lo tanto, prestarle un mejor servicio, aunque muchas veces ya sepa de antemano que no va a comprar nada.

La empatía es fundamental en este negocio. Es necesario comprender lo que el paciente necesita, y dárselo. Y, hasta ahora, no he tenido problemas con ningún cliente.

### Una de las diferencias tradicionales entre Óptica y Audiología es la de la importancia de los acompañantes...

Las personas mayores tienden a ser desconfiadas. Por eso, agradezco que vengan acompañadas de sus hijos o de un familiar que comprueba conmigo el resultado de las revisiones, y certifica la importancia de la pérdida auditiva que tiene el paciente.



Así corroboran hasta dónde llega el problema y hacen que comprenda que corregir la pérdida puede ser una buena solución en la que merece la pena emplear recursos económicos. Y aún más teniendo en cuenta las facilidades que les damos.

### Porque, en realidad, a veces los audiólogos son como magos, que devuelven la facultad de comunicarse a las personas...

Pues mira, sí. Te voy a contar un caso que me emocionó. Hace unos meses entró en Audio-sur un paciente, de 92 años, que apenas escuchaba nada. Adaptamos el audífono, y para probarlo, le dije a su mujer que le hablase, para ver cómo reaccionaba. Lo primero que le dijo fue: 'Antonio, te quiero'. Entonces él, la miró, y le contestó: '¿es verdad lo que tú me has dicho?' Y se puso a llorar. Después de tanto tiempo, las primeras palabras que oyó de la boca de su mujer fueron esas, tan sinceras y tan bonitas. A ella también se le saltaron las lágrimas. Yo me las tragué, pensando: '¡qué profesión más bonita ésta, que puede cambiar así la vida de las personas!'. Me dieron las gracias.

Cuando se trata de personas mayores, que son, por lo general, las que acuden al centro, les recuerdo que la pérdida de audición no sólo les resta capacidad de oír, sino que además, les aísla del mundo. No oír te hace no participar de las conversaciones, lo que



se traduce en que nadie habla contigo. Porque también hay que tener en cuenta que la incapacidad de comunicarse de una persona imposibilita que quienes les quieren puedan disfrutar de ellos. A partir de una determinada edad, es peligroso encerrarse en el mundo interior, porque la consecuencia puede ser la Depresión. Lo que te pierdes, en realidad, es la vida, que sólo se vive una vez. Esta reflexión, hace recapacitar a la gente.

### ¿Animaría usted a los socios de Cione a emprender la Audiología y qué pasos les recomendaría dar?

Yo he sido afortunada. En la mitad de mi vida laboral me vi obligada a cambiar por completo. En mi caso, miré hacia delante, porque me sentía capaz, y tenía ganas. Con mis hijos ya mayores y el paro, me podía haber quedado en casa, pero esa no es mi condición como persona. Encontré el apoyo, primero de mi marido, y después de Connecta, y con mi esfuerzo, he iniciado una aventura empresarial en la que ayudo a los demás, pero que además, es muy gratificante para mí, personal y profesionalmente. Por supuesto, animo a todos los socios de Cione a que lo intenten, desde Connecta.



## Personal

**¿Cuál es su color favorito?**  
Amarillo. Siempre me gustó.

**Una marca fuera del sector óptico...**  
Quillo Q. Es una marca de pádel de un buen amigo.

**Un personaje histórico al que admire...**  
A Descartes. Muy ordenado y muy lógico.

**¿Su deportista favorito?**  
Rafael Nadal

**Un político/a y un actor/actriz...**  
No tengo político/a favorito/a, y Jessica Lange.

**¿Vivir o soñar?**  
Soñar

**¿Cuáles son su día, hora y mes favoritos?**  
Un viernes por la mañana del mes de julio.

**¿Cuál es su película favorita del cine infantil?**  
Up

**¿Carne o pescado?**  
Pescado. Atún de almadraba.

**¿Qué libro recomendaría a cualquier persona?**  
'Cien años de soledad', de Gabriel García Márquez.

**¿Ha terminado la crisis?**  
Sí. Hemos tenido tiempos peores



Nada más concluir la Asamblea 2018, el equipo de Cione se puso a trabajar en buscar soluciones a una de las demandas más importantes surgidas entonces: la mejora de la comunicación entre central y socios.



# Foro 'Somos Cione', el punto de encuentro entre los miembros de la cooperativa

En primer lugar, hacía falta un análisis exhaustivo de cómo se hacían las cosas, para identificar y recomendar la puesta en marcha de mejoras, siempre con un espíritu constructivo. Para hacerlo, se contrató a un experto en comunicación interna y comunicación de crisis.

Por otra parte, se hizo evidente también la necesidad de convertir esa demanda en parte de la estrategia de la cooperativa a medio y largo plazo. En el diseño de las líneas maestras de Cione para los próximos años, en las que dirección y Consejo trabajan codo con codo, se incluyen proyectos destinados a que la información fluya adecuadamente, desde la central al socio, y viceversa, como el óptico quiere, cuando el óptico quiere y en sus soportes favoritos.

Uno de los que se han revelado como más adecuado es la red social Facebook, la favorita del sector. Por eso, el foro oficial de la cooperativa, 'Somos Cione', ha cambiado su orientación. Desde el pasado mes de enero, está moderado para que los ópticos encuentren en él respuesta a sus preguntas, además de contenido, general y exclusivo, noticias y otras ventajas. Desde el inicio de 2019, Verónica González, la nueva Community Manager del foro lo está convirtiendo en una pieza clave de la política de comunicación de la cooperativa. "Desde el área de Comunicación y RSE debemos, como el resto de la estructura de Cione, poner al socio en el centro de lo que

hacemos. Optimizar los canales mediante los que nos dirigimos a ellos, y desarrollar nuestro foro oficial son dos retos con cuyo cumplimiento creemos que vamos a estar más cerca del óptico, y por lo tanto, a prestarle un mejor servicio", valora Felicidad Hernández, directora de Comunicación y RSE de la cooperativa.

## La evolución del foro 'Somos Cione'

En marzo de 2019, el foro 'Somos Cione' ya es una de las herramientas de comunicación más importantes de Cione hacia sus socios y de los socios hacia Cione. Sencillamente, se ha convertido en un punto de encuentro entre los miembros de la cooperativa.

El objetivo principal del foro es facilitar la comunicación y el intercambio de ideas sobre la gestión de Cione y su relación con los socios. Por ello, evoluciona para ser concebido como un espacio de debate constructivo, de reflexión y de información directa. Es un lugar donde creamos comunidad, donde los socios intercambian experiencias y comparten opiniones, se ayudan en cuestiones profesionales, ya sean de producto o

pidiendo consejo en cuanto a casos de salud visual que se les presentan en el ejercicio de la profesión.

Verónica González se encarga de la gestión y desarrollo del foro en su día a día. Ella escucha, responde e informa, circula la información internamente; dinamiza el foro, genera conversación, participa y ayuda a que la comunidad esté viva. Asimismo, y como nexo entre las necesidades de la comunidad y posibilidades de la cooperativa, explica la posición de Cione en sus diferentes áreas ante la comunidad. La Community Manager marca el tono a seguir y modera comentarios y actitudes en pro de una buena convivencia. De igual forma, crea contenidos de acuerdo a un calendario temático establecido. Así, entre los contenidos que ya se publican en el foro, el socio puede encontrar avances de información, contenidos exclusivos, píldoras de marketing, piezas de interés para los clientes que el socio puede compartir en sus redes, e incluso regalos.

Esta evolución del foro 'Somos Cione' es uno de los últimos cambios que se han



incorporado al departamento de comunicación, que busca, también por esta vía, contar con un soporte actual, cómodo, digital y con posibilidad de inmediatez en las respuestas, para mejorar la atención y trato al socio.

La evolución del Foro 'Somos Cione' es consecuente con los valores de la cooperativa: transparencia, apuesta por la innovación, participación, formación y respeto a las opiniones. De esta forma brindamos un espacio donde los socios pueden construir y reflexionar para seguir mejorando su cooperativa.

El foro refuerza esta realidad. Expresar opiniones libremente de manera constructiva es algo muy Cione y, además, sirve para detectar posibles puntos críticos, incluso antes de que se conviertan en problemas. Todos crecemos juntos, si todos Somos Cione.

## ¿QUIÉN ES VERÓNICA GONZÁLEZ?

Nuestra nueva Community Manager es licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas, con formación específica en Marketing Digital. Acumula experiencia en departamentos de comunicación como Community Manager & Content Marketing tanto en empresas tecnológicas como en sectores más tradicionales, y como redactora en medios de comunicación (prensa digital y televisión).

"Para trabajar en Marketing Digital hoy en día es clave estar siempre alerta. El mundo digital está en ebullición, en constante cambio, con una velocidad en el desarrollo de nuevas herramientas, conceptos, apps o redes, en el que si te duermes un solo segundo, te conviertes en un profesional obsoleto. Con esa premisa es con la que trabajo cada día. La inmediatez, es fundamental en el entorno digital. En todo caso, y más allá de lo virtual, me considero una romántica del offline. Me encantan las relaciones personales cara a cara. Al final, soy una apasionada de la comunicación 360° y una friki de la publicidad", se define Verónica.

Para la Community Manager Cione es todo un reto, y asegura que le encantan los retos. "Hay muchas cosas que empezar desde cero, un mundo virtual inexplorado por la compañía y un amplio abanico de posibilidades", termina.



UN ADECUADO EMPLEO DE LA INFORMACIÓN PERMITE TRANSMITIR CORRECTAMENTE A EMPLEADOS Y SOCIOS LOS OBJETIVOS Y VALORES ESTRATÉGICOS DE CIONE



# Fran Rosillo

## CEO DE CC&R

Fran Rosillo, consultor especializado en comunicación y gestión de crisis, ha sido el encargado de analizar el proceso de comunicación interna, diagnosticarlo, y encontrar las soluciones adecuadas. Rosillo acumula 22 años de experiencia asesorando en la materia a clientes de la talla del Ministerio de Fomento, la Comunidad de Madrid, Renfe, ADIF, Saint-Gobain, Repsol, CEPSA, British Telecom, Ferrocarriles de la Generalitat de Cataluña, FUNDAE y Ayuntamiento de Barcelona, entre otros.

En su faceta docente es profesor titular en comunicación de crisis en el PDAP de MAS Consulting – Comillas ICADE y en el Máster CIP de Unidad Editorial – Carlos III. Además, colabora activamente impartiendo formación en la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), en el Instituto de Administración Pública (INAP), Instituto Atlántico de Gobierno y Universidad Sergio Arboleda (Colombia).



**La comunicación interna es una faceta menos conocida de la comunicación, pero resulta fundamental para la buena marcha de las empresas...**

La comunicación interna en una organización como Cione, cuyo público objetivo son sus propios socios, es de vital importancia. Además, la comunicación interna es una herramienta estratégica. Mediante un buen empleo de la información podemos transmitir correctamente a los empleados y socios, los objetivos y valores estratégicos que Cione promueve como organización. Esto nos permitirá a medio y largo plazo generar una cultura de fidelidad y sentido de pertenencia hacia el grupo, que revertirá en una mayor motivación al tener claros y definidos los principios y retos a los que nos enfrentamos.

**Es interesante que existan empresas especializadas en comunicación interna, e incluso en comunicación de Crisis, como CC&R...**

Los profesionales que trabajamos en CCR elegimos hace 22 años la especialización frente a los servicios generalistas. Tenemos la firme convicción de que para ofrecer el máximo conocimiento en cualquier disciplina de la vida hay que dedicarse al 100% a ello. Afortunadamente el tiempo y nuestros clientes nos han dado la razón, y CCR es hoy uno de los actores importantes en el sector de la comunicación de incidencias y crisis. Solo acumulando experiencias que exigen el máximo rendimiento, podemos acumular de unos clientes a otros enseñanzas y mejoras que permiten ir perfeccionando nuestro asesoramiento en la materia.

**Un trabajo estresante, que no tiene horario...**

Es un trabajo motivador y muy gratificante, pero efectivamente no entiende de horarios. Por que la vida es compleja, máxime con la llegada de la democratización de la información y las redes sociales. En cualquier momento puede saltar una información que perjudique a alguno de nuestros clientes y que requiera de una respuesta rápida y contundente. Pero como los deportes de riesgo, es esta adrenalina la que nos mantiene siempre despiertos e intentando mejorar.

## LOS SOCIOS DE CIONE SON FIELES A CIONE, LO ÚNICO QUE RECLAMAN ES UN MAYOR NIVEL DE INFORMACIÓN, ESPECIALMENTE EN SU ACTIVIDAD COMERCIAL.

**Concretamente en el apartado de Comunicación de Crisis, y aun que no sea el caso de Cione, a lo largo de la historia, hay muchos ejemplos de crisis bien comunicadas y otras mal comunicadas. ¿Nos da unos ejemplos?**

La comunicación de crisis es el arte de mostrarse humano, honesto, utilizando el sentido común. Podríamos llenar páginas sobre crisis mal gestionadas, pero no nos gusta señalar en CCR a quien en nuestra opinión lo ha hecho mal, no queremos perjudicar a nadie. Si le voy a poner un ejemplo de crisis bien gestionada, que como le digo únicamente utilizó la honestidad y el sentido común.

En el caso de Donettes, una campaña en la que en el paquete decía “A pedir, al metro”, un usuario de Twitter mostró su desacuerdo en Twitter con un mensaje que llegó a más de 2.000 usuarios, muchos de

los cuales retwitaron con tal intensidad que en cuestión de horas el hashtag #boicottonettes llegó a ser trending topic en todo el país.

La marca reaccionó con velocidad con el siguiente mensaje en su cuenta de Twitter: “*Estamos estudiando lo que se ha dicho respecto a un claim que se encuentra en algunos de nuestros packs. Os diremos nuestra decisión pronto*”. Apenas 12 horas después Donettes volvió a lanzar un mensaje aclaratorio disculpándose. “*Estamos de acuerdo con vosotros y os pedimos disculpas. Vamos a retirar los packs lo antes posible*”.

**En el caso de Cione, los socios transmitieron un problema de comunicación interna, que había que atajar. ¿Cuál era el problema?**

Los socios de Cione son fieles a Cione, lo único que reclaman es un mayor nivel de información, especialmente en la gestión de incidencias que les afecta en su relación con los clientes y en su actividad comercial. Personalmente creo que tienen todo el derecho del mundo. En esto estamos trabajando, en engrasar la maquinaria para que las respuestas sean eficaces. Ahora bien, no podemos elevar a la categoría de incidencia o crisis los casos aislados, para eso Cione cuenta con un estupendo departamento de Servicio de Asistencia al Socio que debe seguir funcionando como lo ha hecho hasta ahora.

El proyecto en el que hemos trabajado durante los últimos meses tiene como objetivo la creación de un procedimiento de gestión de incidencias en el foro oficial ‘Somos Cione’. Para conseguir este objetivo hemos utilizado el método CCR habitual. Primero escuchar, pidiendo las opiniones de todas las partes interesadas. Hemos mantenido reuniones con todos los consejeros que representan al conjunto de los socios, con la Dirección General, con todos los departamentos de Cione, con especial atención a los departamentos de Producto, Looktic y Comunicación.

Una vez obtuvimos todos los puntos de vista, lo plasmamos en un informe de auditoría que nos sirve de “diagnóstico” de la situación. El segundo paso fue iniciar un proceso de selección para la contratación de una Community Manager que aunara tres factores fundamentales: conocimientos en redes sociales, mucha experiencia en la resolución de incidencias y una actitud calmada y empática. Tras muchísimas entrevistas este perfil se encarna en Verónica González. No voy a engrandecer su figura, ni a resumir su currículo. Solo voy a decir algo en mi modesta opinión como experto: Cione no podía haber encontrado a nadie mejor...si algún día deciden prescindir de sus servicios, por favor llámenos, no dudaremos en contratarla (risas).

El tercer paso es el diseño y redacción de unos procedimientos de actuación ante incidencias en el foro que garanticen una respuesta eficaz desde el punto de vista de comunicación y que hagan que el socio cuente con un horizonte de certidumbre. Evidentemente, hay que dar tiempo a los empleados de Cione para obtener soluciones, no obstante consideramos vital que el socio tenga la certeza de que vamos a ofrecerle una solución en un plazo estimado. De igual forma, seguiremos trabajando para reducir los tiempos de respuesta.

Por último, como habitualmente hacemos, viene el proceso de formación y concienciación colectiva de la plantilla. Las incidencias no se ciñen únicamente al ámbito de la comunicación. Todos los empleados de una compañía, cualquiera que sea su actividad, deben estar implicados en la resolución de problemas que afectan a sus públicos objetivos. Esta evangelización y que los empleados absorban los procedimientos y los hagan propios, son el último paso en la instalación de un sistema, que, si bien acaba de nacer, irá mejorando con el paso del tiempo y hará la vida de todos mucho más sencilla.

## ¡Conoce las Nuevas Tendencias Primavera-Verano 2019!



Ana Hickmann  
eyewear



Modelos AH3201 y AH3202

Inspiradas en el corte Peruzzi, considerado el antecesor de la talla brillante. Enfatiza la delicadeza de la mujer.



Modelo TC 9097

Nueva montura de sol de acetato angular.

Ofrece un ajuste perfecto con un aspecto vintage particular que combina varillas de autentica madera con terminales de acetato.



Hickmann  
eyewear



Modelos HI3093 y HI3094

Esta montura de metal sin aro combina referencias arquitectónicas con un diseño de gafas llevado a la moda, con sus varillas en forma de U exagerada y lentes de colores claros.





© Carlos Ruiz B.k.

# Boris Izaguirre

LAS GAFAS SON UN  
EXTRAORDINARIO  
COMPLEMENTO, QUE TIENE  
MUCHO MISTERIO

---



**Boris, en relación con el mundo de la visión, cuentas en tu último libro, ‘Tiempo de Tormentas’, cuyo éxito se prolonga desde 2018, que eres miope y que fuiste un niño disléxico... ¿cuál es tu relación con las gafas?**

Uso gafas desde pequeño porque he tenido una miopía muy grande toda mi vida, de casi ocho dioptrías. Me operé hace muchos años en Barcelona, lo que eliminó la miopía. Pero la edad ha hecho que regrese la

vista cansada y que, por lo tanto, necesite la gafa de leer.

**¿Cómo te gustan las gafas?**

Me encantan las gafas de pasta, porque creo que le dan muchísima personalidad al rostro. Antes de operarme, las alternaba con lentillas, aunque siempre me gustaron más las monturas. Ahora tengo una visión completísima, pero he hecho de la gafa de pasta una seña de identidad de mi estilo de vestir. Creo que

las gafas son un extraordinario complemento, que tiene mucho misterio.

**¿Por qué lo crees?**

Las gafas, de alguna manera, te protegen. Cubren una parte del rostro que es muy sensible y que contiene mucha información: la mirada lo dice todo. A veces, te permiten observar sin que los demás lo sepan.

**Seguro que tienes alguna anécdota con ellas...**

Hace muchos años frecuentaba una discoteca muy popular en Madrid, ‘Refugio’, donde hacían un baile que se llamaba de la espuma. En el fragor de la batalla, mis gafas cayeron dentro de esa espuma. Cuando la activaron, buscándolas, pensé que me ahogaba. Las encontré gracias, evidentemente, a un voluntario.

**¿Estás de acuerdo que hay gente que está mejor con gafas que sin ellas?**

No lo sé. A mí siempre me han gustado las gafas de pasta, por calidad. Pero estoy igual de guapo sin ellas.

**Viniste a vivir a España en el 1992. Habías pasado 26 años en España y 26 en Venezuela, cuando escribes tu última novela, autobiográfica, ‘Tiempo de Tormentas’. ¿Qué te dicen estas cifras?**

Son la historia de mi vida. Hace 26 años tomé la decisión de abandonar mi país, aunque más bien tuviera la sensación de que era mi país el que me abandonaba a mí. Entró en una espiral en la que yo ya no tenía ningún lugar. Acepté una contratación y vine a Santiago de Compostela, así que no tuve que pasar las penurias que sufren otros inmigrantes. Mi primer trabajo fue para los programas ‘Inocente, Inocente’ y ‘El Súper’, mientras escribía una telenovela que nunca llegó a estrenarse. Y bueno, me enamoré en España. Algo que tuvo una gran importancia para que decidiera quedarme. Me di cuenta que el amor que tengo aquí, no lo iba a encontrar en mi país. Para mí, España es el lugar que ha hecho posibles todas las cosas que podía soñar.

**Además del título de tu novela, ‘Tiempo de tormentas’, es en realidad un cuadro en casa de los Izaguirre obra de Manuel Quintana Castillo. ¿Cuál es la historia de ese cuadro?**

El cuadro es el punto de partida de la novela que, en efecto, existió. Por eso estoy muy dispuesto a entender siempre que en la promoción de la novela se emplee la palabra autobiográfica. En realidad el cuadro no se llamaba así, no tenía título. Lo pintó Manuel Quintana Castillo y se lo regaló a mis padres en un momento determinado de su amistad, en el que todos formaban

parte de una juventud revolucionaria muy vinculada a las guerrillas venezolanas de los sesenta que tuvieron mucho que ver con la formación del chavismo. Al cabo de los años, mis padres se desencantaron enormemente de la revolución cubana, y de todos sus derivados. Por el contrario, Manuel Quintana Castillo se hizo una persona muy afecta al régimen chavista y al propio Chávez. Y empezó a reclamar el cuadro como suyo, aduciendo que había sido un préstamo que le había hecho a mi madre. Para nosotros fue una situación dolorosa porque entendimos que una parte de nuestra vida nos era arrebatada. Crecimos con ese cuadro.

**Personaje central de ‘Tiempo de Tormentas’ es tu madre, a la que llamas de muchas maneras: mamá, Belén, la loba... Fue ella quien te hizo prometer que no perdieras tu diferencia...**

Fue tan valiente ese apoyo, que ciertamente esa promesa me ha dado una inmensa fuerza continuamente, y a lo largo de toda mi vida. La relación que tuve con mi madre fue muy especial. Tuvo grandes bajadas y subidas, y diferencias de opinión, pero a la vez fue tan extraordinaria que me apeteció compartirla con mis lectores. Siempre he pensado que deben existir muchísimos Boris y muchísimas Belenes en el mundo. Ser madre es algo increíble –la mía me enseñó a respetar esa condición- como también lo fue serlo de alguien que era una especie de demonio, de laberinto, de complicación, como creo que yo me ofrecía a mis padres. Que mi mamá defendiera mi diferencia, me parece una gesta fantástica. Por eso quise comunicar su lucha por preservar mi individualidad que, al mismo tiempo, fue una batalla campal por salvaguardar su propia independencia de criterio y su manera de ver el mundo. Me pareció bonito hacérselo saber a muchas otras mujeres que reivindican su lugar en la sociedad y que apuestan por un hijo en el que creen por encima de todo y que necesita su protección.

**Además de la miopía, hablas de la dislexia, y de unos círculos que, para corregirla, te recomendaron dibujar y que no conseguías cerrar. ¿Cuál es la carga, simbólica y real, de aquellos círculos?**

Mi mamá fue bailarina estrella del Ballet Nena Coronil, la primera compañía de ballet profesional de Venezuela. Tenía, por lo tanto, un elevado concepto del movimiento. Por eso, enseguida detectó mi torpeza. Recurrió entonces a una persona con criterio que determinó que, en efecto, yo tenía dislexia y un trastorno motor y que debía practicar una serie de ejercicios para combatir ambos. Entre ellos, estaban estos círculos. Para mí fue muy doloroso asumir el



LA RELACIÓN QUE TUVE CON MI MADRE FUE MUY ESPECIAL. FUE TAN EXTRAORDINARIA QUE ME APETECÍO COMPARTIRLA CON MIS LECTORES.

fracaso de su dibujo, que intentaba cerrar y no podía. Se me iba la mano y quedaban fatal. La dislexia es una enfermedad que genera muchísimos problemas y que puede hacer muy difícil que aprendas a leer, por ejemplo. Esa fue, precisamente, una de mis grandes obsesiones, porque veía que pasaba el tiempo y no lo conseguía. Básicamente, las letras no se comportaban de ninguna manera solidaria -todo el tiempo moviéndose- en especial la m, la n, la o y la t. La dislexia hacía muy difícil que prosperara académicamente, con el problema añadido de tener, además, una mente capaz de concentrarse en

otras cosas que le llamaban mucho la atención. Claramente, había una lucha muy conflictiva entre mi capacidad intelectual y la capacidad motora. Y fue mi mamá quien consiguió acelerar el proceso de quitar la dislexia de en medio e impidió que el problema hiciera de mí una persona muy discapacitada. Pero fue un proceso doloroso y duro para mí, y también para ella, porque era una persona grácil, que utilizaba con gran perfección la expresión corporal. En todo caso, aprendí a leer muy tarde, mucho más que mis compañeros de colegio, y conseguí escribir. Esto último fue para mí lo más



© Carlos Ruiz B.k.





importante, porque desde pequeño entendí que eso era lo que quería hacer con mi vida. Al final conseguí hacer una parte esencial de mi vida de una cosa que estaba tan complicada.

**¿Has cerrado entonces finalmente esos círculos?**

La última vez que estuvimos juntos mi mamá y yo, cuando vi que se iba a marchar –un encuentro que tiene mucho que ver con la idea del libro– los dos quisimos dejar muy claro que habíamos conseguido cerrarlos. Así que, desde este punto de vista se puede decir que sí; en otros no (...) Todavía tengo muchísimas discapacidades, afortunadamente. Por ejemplo, me cuesta mucho decir que no a algo, cuando la verdad es que tan importante en la vida es saber decir sí, como saber decir no.

**Dices en ‘Tiempo de Tormentas’ que creías que tu mamá era una superhéroe...**

Siempre he pensado que era una superhéroe, sí, por el maquillaje y por cómo danzaba sobre el escenario. A partir de una hora determinada, desaparecía para convertirse en otra persona, en el personaje que estuviera interpretando en el teatro. Estaba convencido de esa condición, porque veía que todas estas figuras, de comic y de cine, tenían, como mi mamá, una doble personalidad. Por una parte era Belén Lobo, primera bailarina; pero por otra, yo también tenía su amor. Me gustaba esa duplicidad, e hice muy bien en respetársela. Me permitió admirar su triunfo profesional desde otro punto de vista, cuando muchas mujeres, ni siquiera hoy día, pueden conciliar sus vidas laborales y personales, y mucho menos las de la época de mi mamá.

**Uno de los capítulos más crudos del libro es cuando describes la violación que sufriste siendo adolescente y cómo, de nuevo, tu madre te ayudó a superarla.**

Determinó un punto de inflexión para los dos. Decidimos que no íbamos a abandonar, precisamente en ese momento, la lucha por ser las personas libres que queríamos ser.

**¿Contarlo ha sido doloroso?**

Pues no. No fue lo más complicado del libro.

**También recuerdas en ‘Tiempo de Tormentas’ cómo te hiciste periodista, en El Nacional de Caracas...**

Para mí fue muy importante escribir una columna en El Nacional, que es el periódico más importante de Venezuela, donde mi papá era crítico de cine. Me levantaba todas las mañanas escuchándole teclear en su máquina de escribir la crónica de la película que iba a comentar ese día. Lo recuerdo



## MI PARTICIPACIÓN EN ‘MASTERCHEF CELEBRITY’ FUE UNA GRAN IDEA, QUE NUNCA DEJARÉ DE AGRADECER A MI MARIDO.

como uno de los sonidos más importantes de mi vida. También me di cuenta que se podía ganar dinero con lo que salía de esa máquina, y gozar de un enorme prestigio, como el que él tenía. A los 16 años, publiqué una pequeña columna con un toque literario, en ‘El séptimo Día’, un suplemento de ‘El Nacional’ como ‘El País Semanal’. Poco después me propusieron que escribiera sobre las cosas que yo hacía, porque intuyeron que tenía una vida propia que interesaba a los demás. Aquel fue el punto de partida de un momento muy increíble, como fue para mí verme de lleno en el mundo del periodismo. Hacer una crónica diaria ha sido una escuela principalísima para abordar después la literatura.

**Con 20 años empezaste a escribir telenovelas, fuiste guionista destacado de ‘La Dama de Rosa’, que consiguió un éxito arrollador...**

Nunca jamás pudimos imaginar que lo que estábamos escribiendo en la casa de José Ignacio Cabrujas se iba a convertir en algo tan importante, en tantos países, incluyendo España.

**La llegada a España a principios de los 90 -que calificas en la novela como ‘Belle époque’- es la crónica de un Madrid que viviste muy de cerca...**

Para mí es uno de los mejores momentos de ‘Tiempo de tormentas’, precisamente porque es el más inédito. Un momento en el que, por ejemplo, la prensa del corazón convivía con las terribles noticias de los atentados terroristas de ETA, una contradicción increíble en un país. Por un lado, hemos mostrado el lado más fuerte de nuestra democracia erradicando el horror; y por otro, hemos mantenido el morbo, la curiosidad sobre las vidas de otras personas.

**¿Cómo te recibe España? Has comentado que entonces sólo eras Boris...**

Aparte de ser el hijo de mis padres, crítico de cine y bailarina, a los 26 años, en Venezuela yo ya era una persona muy conocida. Tenía un cierto nombre como cronista y periodista de televisión. Pero en España tuve que empezar a ser Boris desde cero. Aunque la emigración tiene un lado duro, ésta es una de las cosas positivas de cambiar de país y de cultura. Es lo mismo que he tenido que hacer también después, cuando me marché a Estados Unidos, de nuevo con un contrato de trabajo bajo el brazo. Dejé de ser el Boris Izaguirre, perfectamente instalado en la sociedad española para ser, una vez más, sólo Boris teniendo que abrirse camino en otra sociedad. Es muy importante hacer esto. Es vital. Una vez que uno está muy encumbrado en un sitio, debe volver a aprender a ser hombre. Es complicadísimo, pero fascinante y muy valiente al mismo tiempo. Por eso yo defiendo siempre a los inmigrantes. La mayoría de las personas no se tiene que mover nunca de su entorno. Hace sus familias en él, su vida en la misma casa, en el mismo idioma, con la misma cultura, con la misma comida.... Otros, por el contrario, se ven obligados a hacer inmensos sacrificios que, como digo, tienen un lado bueno: aprendes a vivir de otra forma, a ser otro y también contribuyes a la cultura del otro país con la tuya propia.

**¿Cuáles son tus referentes literarios?**

Cuando mi mamá estaba embarazada de mí leía ‘La caída de la Casa Usher’ de Edgar Allan Poe. Siempre pensé que cuando lo hiciera yo, iba a encontrar en sus líneas muchas cosas sobre mí, que me habían sido transmitidas por ella. Todo ese universo gótico y fascinante de Poe me acompañó hasta los veintitantos. Me encanta su manera de escribir





© Carlos Ruiz B.k.

LAS GAFAS, DE ALGUNA MANERA, TE PROTEGEN. CUBREN UNA PARTE DEL ROSTRO QUE ES MUY SENSIBLE Y QUE TIENE MUCHA INFORMACIÓN. LA MIRADA LO DICE TODO. A VECES, TE PERMITEN OBSERVAR, SIN QUE LOS DEMÁS LO SEPAN.

y es una de las grandes referencias literarias que siempre reconozco. En todo caso, cuando por fin aprendí a leer, descubrí la fascinación por los libros. Leía todo; desde Emilio Salgari a Benito Pérez-Galdós, que me encantaba porque hacía lo que yo quería hacer. A partir de ahí he descubierto a los autores fetiche que siempre me han acompañado.

#### ¿Cómo vives la situación en Venezuela?

Con mucha cautela, porque estamos ante un potencial conflicto entre naciones. Venezuela está sumida en una dictadura que aún tiene mucho poder, y lo va a utilizar claramente para convertir la situación en algo más terrible de lo que se podía incluso pensar. Para muchísimos venezolanos es un momento de gran esperanza, propiciadora de un posible cambio. Pero estamos acostumbrados a encontrarnos, cada vez que nos enfrentamos con el régimen chavista, con los militares que lo apoyan, y que han manifestado que respaldan a Maduro. Tenemos que esperar los movimientos de Juan Guaidó, proclamado presidente interino, en la que pareciera la mejor fórmula que la oposición ha encontrado para convocar unas elecciones libres y elegir así un nuevo presidente. La emoción es muy grande, porque es innegable que el modelo político, económico y social del Chavismo ha culminado en un gran fracaso. Venezuela no es un país próspero. Hay una terrible necesidad de alimentos y de medicinas, e incluso de agua y luz. La pobreza del país es increíble. 5.500 venezolanos huyen cada día del país. La inseguridad es atroz. Caracas es la ciudad más peligrosa de la tierra. La inflación ha alcanzado un nivel de 1.000.000%. Para el mundo, Venezuela es una zona de conflicto, que vive un conflicto para salir del conflicto.

#### Pero tú vuelves a estar lleno de proyectos...

He tenido mucha suerte porque mi participación en 'Masterchef Celebrity' ha sido una gran idea, que nunca dejaré de agradecer a mi marido. Otra vez, de nuevo, encuentro muy hinchado y participando en un montón de proyectos de televisión. Con mucha tranquilidad, intento cumplir con todos ellos, y ser puntual a sus llamados.

#### ¿Estas escribiendo?

Siempre estoy escribiendo. Publico una columna en El País, cada sábado. 'Tiempo de tormentas' ha tenido una vida más larga de lo que imaginaba. Cifra la atención del argumento en Venezuela, y sus últimos 50 años de historia. Y los acontecimientos actuales han puesto a la novela en candelero. Le queda tiempo. Y quiero dejar que tenga la vida que tanto parece desear tener.

## Sobre Boris Izaguirre y su 'Tiempo de tormentas'

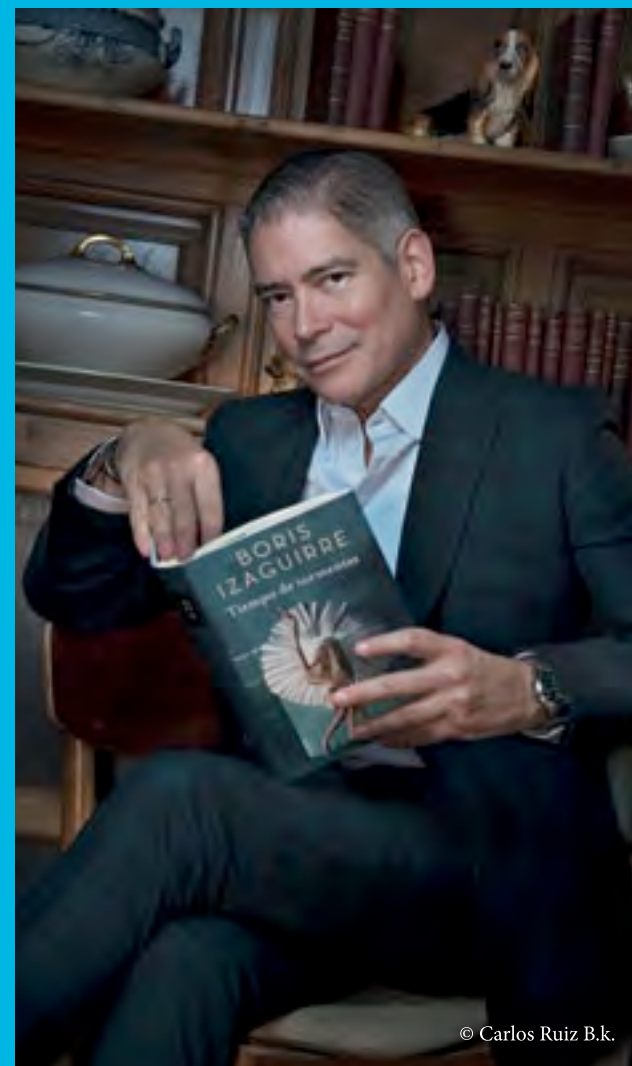
Boris Izaguirre fue un niño extraordinariamente precoz, inteligente y lleno de curiosidad. Aún no tenía 16 años cuando empezó a escribir en 'El Nacional', el periódico más influyente de Venezuela, a espaldas de su padre, colaborador del diario. Con 20 años empezó a escribir telenovelas, fue guionista destacado de 'La Dama de Rosa', que consiguió un éxito arrollador. Posteriormente, llegó el golpe fallido de Hugo Chávez. La madre de Boris le recomendó que abandonara su país. Es cuando recibe una oferta de Santiago de Compostela, viajando a España en 1992. Muy pronto, dio el salto a Madrid donde fue contratado por Antena 3. Más tarde, entró a formar parte como colaborador del programa 'Crónicas Marcianas' donde permanece 10 años y alcanza la fama de la mano de Xavier Sardá. En el año 1999 adquirió la nacionalidad española.

En el verano del año 2000, Boris vuelve a Caracas para asistir a la boda de su hermano. Es en este viaje a la capital venezolana donde Boris se inspira para concebir su primera novela, 'Villa Diamante', basada en una hacienda del mismo nombre muy conocida en la ciudad. Su popularidad aumentó con la participación en otros programas como Gran Hermano y Operación Triunfo. Es su época dorada. Acababa de cumplir 40 años y comienza un periodo donde cesa en parte el foco mediático. Es el momento de ponerse a escribir esa novela tantas veces pensada, 'Villa Diamante', con la que consiguió ser finalista del Premio Planeta 2007.

La última novela de Boris Izaguirre se llama 'Tiempo de Tormentas', novela autobiográfica que revela muchos aspectos inéditos y sorprendentes de su vida. Su relato descubre a un Boris desconocido, serio, que, con honestidad, describe naturalmente su trayectoria vital. Una historia narrada con la valentía que le inculcaron su padre y su madre cuando de pequeño le aconsejaban que fuera él mismo y se enfrentara sin complejos a sus conflictos internos.

En este libro, Boris Izaguirre se desnuda metafóricamente ante el lector, ofreciendo una imagen muy completa de sí mismo. Este viaje interior incluye sus recuerdos de infancia, la relación con su familia y amigos, y todas las vivencias y etapas que le han conducido hasta la madurez de sus actuales 52 años. El relato inocente de un niño que parece diferente a los demás, la adolescencia precoz y atrevida, el éxito temprano, una nueva vida en un país ajeno, la fama mediática y tras ella, el vacío, la búsqueda, el encuentro...

'Tiempo de Tormentas' recoge todos los conceptos de la biografía clásica, transmite una vida compleja



© Carlos Ruiz B.k.

e intensa que no deja indiferente al lector. El relato comienza en el funeral de su madre, Belén Lobo, figura nacional, la que fuera primera bailarina del Ballet Nena Coronil. En este punto, se inicia la novela que, no sólo muestra al personaje público que saltara a la fama, sino también el lado más personal de Boris Izaguirre.

Con motivo del fallecimiento de su madre, Boris vuelve a su casa natal, extrañamente vacía, donde perduran los recuerdos y las cosas materiales: el jardín, los muebles, los objetos familiares...pero evita mirar hacia la pared desnuda donde estuvo colgado, durante décadas, aquel cuadro que fue testigo de su historia personal y familiar, cuadro imprescindible con el que creció, 'Tiempo de Tormentas'.





Safilo, ha extendido la cobertura de la garantía de sus productos de dos a cuatro años a partir de enero de 2019. Con esta iniciativa, Safilo reafirma la más alta calidad de sus productos y garantiza un mejor servicio para ópticos y consumidores.

## SAFILO extiende la garantía de sus productos de 2 a 4 años, renueva las licencias de TOMMY HILFINGER, HAVAIANAS y KATE SPADE y anuncia su acuerdo de licencia global para las marcas LEVI STRAUSS & CO y MISSONI

Safilo, ha extendido la cobertura de la garantía de sus productos de dos a cuatro años a partir de enero de 2019. Con esta iniciativa, Safilo reafirma la más alta calidad de sus productos y garantiza un mejor servicio para ópticos y consumidores.

Además, como ventaja adicional, el período de garantía ya no se calcula a partir de la fecha de compra, sino a partir de la fecha en que se suspende o descataloga el producto. En consecuencia, el período de garantía se extiende efectivamente más allá de los 4 años, entrando en vigencia no en la fecha de compra sino en la fecha de discontinuación.

Así mismo, Safilo ha renovado de forma anticipada los acuerdos de licencia de gafas Havaianas, Tommy Hilfinger y Kate Spade. El acuerdo entre Grupo Safilo y Alpargatas, la empresa brasileña de calzado, ropa y accesorios, propietaria de la firma Havaianas, se prolongará hasta finales de diciembre de 2024. Por su parte, el

acuerdo para el diseño exclusivo y la fabricación a nivel mundial de las colecciones de gafas de sol y monturas oftálmicas Tommy Hilfinger, de propiedad exclusiva de PVH Corp., se extenderá hasta el 31 de diciembre de 2025. Mientras que la renovación anticipada del acuerdo de licencia para el diseño, producción y distribución de gafas de sol y gafas graduadas de Kate Spade Nueva York, marca de estilo de vida conocida en todo el mundo, durará hasta el 30 de junio de 2026.

Finalmente, Safilo anuncia el acuerdo de licencia global con Levi Strauss & Co, una de las compañías de moda de marca más grandes del mundo, y Missoni, una de las firmas de moda italiana de mayor prestigio, para el diseño, fabricación y distribución de las gafas de la marca Levi's y Missoni y M Missoni, respectivamente, que llegarán al mercado durante la primavera/verano 2020 y estarán vigentes hasta noviembre de 2024, siendo prorrogables por cinco años más, hasta 2029.



# SEE BEYOND

 **Polaroid**  
polaroideyewear.com



# Alcon

## El ojo seco afecta a 5 millones de personas en España, un 11% de la población<sup>(1)</sup>

EN EL MUNDO, LA CIFRA ASCIENDE A 344 MILLONES DE AFECTADOS<sup>(2)</sup>, EL 55% DE LOS CUALES NO ESTÁN DIAGNOSTICADOS<sup>(3)</sup>

El ojo seco afecta a 5 millones de personas en nuestro país, cifra que representa un 11% de la población total española<sup>(1)</sup>. De estos afectados, solo el 34% recibe tratamiento para ponerle solución<sup>(3)</sup>. En todo el mundo, el número de personas que padecen ojo seco asciende a 344 millones<sup>(2)</sup>, sin embargo, más de la mitad de los que lo sufren, el 55%, no han sido diagnosticados<sup>(3)</sup>. En este sentido, aunque muchos de los pacientes afirman que presentan síntomas de escozor, arenilla en el ojo o rojez, en muchas ocasiones desconocen que sufren de ojo seco<sup>(1)</sup>.

LA PATOLOGÍA ES UNA ENFERMEDAD MULTIFACTORIAL DE LA SUPERFICIE OCULAR ACOMPAÑADA DE SÍNTOMAS OCULARES COMO LA INFLAMACIÓN DE LA SUPERFICIE OCULAR<sup>(4)</sup>.

La patología es una enfermedad multifactorial de la superficie ocular caracterizada por la pérdida de homeostasis de la película lagrimal, acompañada por síntomas oculares, en los que la inestabilidad e hiperosmolaridad de la lágrima, la inflamación y daño de la superficie ocular, y las anomalías neurosensoriales desempeñan papeles etiológicos<sup>(1)</sup>. Además, se trata de una consulta frecuente en las farmacias y ópticas españolas, ya que una media de 46 pacientes acude cada semana a su farmacia u óptica con síntomas de sequedad ocular<sup>(4)</sup>.

En palabras del Director Médico de Alcon España y Portugal, Xavier Puig “hay muchas personas que conviven con esta dolencia. Muchos pacientes acuden al farmacéutico u óptico con molestias causando síntomas como el picor y el escozor, por lo que es necesario abordarla con las mejores herramientas”.

ALCON LANZA SU ÚLTIMA INNOVACIÓN EN EL TRATAMIENTO DE OJO SECO: SYSTANE® COMPLETE, UNA LÁGRIMA ARTIFICIAL CAPAZ DE TRATAR TODOS LOS TIPOS DE OJO SECO<sup>(5)</sup>.

Una de las últimas innovaciones de la compañía en este campo ha sido la lágrima artificial Systane® Complete basada en nanotecnología de última generación capaz de tratar todas las capas de la película lagrimal, lo que la convierte en una solución eficaz para el alivio de todo tipo de ojo seco<sup>(5)</sup> gracias a su tecnología avanzada para el aporte de hidratación y lípidos.



# Systane® COMPLETE

GOTAS OFTÁLMICAS LUBRICANTES

## TU SOLUCIÓN PARA TODO TIPO DE OJO SECO



**Repara** todas las capas de la lágrima<sup>1,2</sup>



**Hidrata, protege y lubrica** todo tipo de ojo seco<sup>2</sup>



**Nueva lágrima con nanotecnología** que estabiliza la película lagrimal mediante nanopartículas lipídicas<sup>2</sup>

NOVEDAD

### Referencias:

1. Estudio de mercado Amber. Viso E, Rodríguez-Ares MT, prevalence of and associated factors for dry eye in a Spanish adult population (the Salnes Eye study). *Ophthalmic Epidemiol.* 2009 jan-feb;16(1):15-21.
2. Market Scope 2016 Dry Eye Products Report: A Global Market Analysis for 2015 to 2021.
3. 2014 Report On The Global Dry Eye Products Market. MarketScope. All patient ages, OTC and Rx, self-diagnosed and physician-diagnosed
4. TFOS DEWS II Introduction. Nelson, J, Daniel et al. *The Ocular Surface*, July 2017, Volume 15, Issue 3, 269–275. [http://www.theocularsurfacejournal.com/article/S1542-0124\(17\)30120-9/fulltext](http://www.theocularsurfacejournal.com/article/S1542-0124(17)30120-9/fulltext)
5. Ketelson H, Rangarajan R; Novartis Pharmaceuticals Corporation. Pre-clinical evaluation of a novel phospholipid nanoemulsion based lubricant eye drops. Poster presented at: Annual Meeting of the Association for Research in Vision and Ophthalmology (ARVO); May 7-11, 2017; Baltimore, MD.

Material aprobado Marzo 2019. I11903987797

1. DRU Systane® Complete. 2. Ketelson H, Rangarajan R; Novartis Pharmaceuticals Corporation. Pre-clinical evaluation of a novel phospholipid nanoemulsion based lubricant eye drops. Poster presented at: Annual Meeting of the Association for Research in Vision and Ophthalmology (ARVO); May 7-11, 2017; Baltimore, MD. 3. Lemp MA, Crews LA, Bron AJ, Foulks GN, Sullivan BD. Distribution of aqueous-deficient and evaporative dry eye in a clinic-based patient cohort: a retrospective study. *Cornea*. 2012;31:472-478. Poster presented at: 6th International Conference of the Tear Film & Ocular Surface Society (TFOS); September 22-25, 2010; Florence, Italy. Systane® Complete cumple con la legislación vigente en productos sanitarios. Contraindicado en personas alérgicas a Alcon, Systane® Complete, al logo de Alcon y al logo de Systane® Complete son marcas registradas de Alcon. ©Alcon2019. Systane® Complete cumple con la normativa de Productos Sanitarios. Contraindicado en personas alérgicas a cualquiera de sus componentes. Material aprobado en Enero de 2019. I11902961576

# Alcon





# Clariti 1 Day Multifocal: la lente de contacto que hará que la presbicia deje de ser un síntoma de la edad

AHORA PERSONALIZADA PARA EL GRUPO CIONE

**L**a nueva generación de lentes de contacto desechables diarias de hidrogel de silicona ofrecida por CooperVision en la familia Clariti 1 Day, rompe las barreras de la edad al permitir adaptaciones realmente cómodas y eficaces en prácticamente la totalidad de los casos.

Los tiempos cambian, y las generaciones de usuarios habituados al uso de lentes de contacto como complemento eficaz a sus gafas, demandan seguir disfrutando de esa posibilidad cuando superan la barrera de los 45 años y, aunque sus hábitos de vida y estilo ya no se diferencian tanto de los más jóvenes, aparece una nueva necesidad refractiva que les hacía abandonar su uso. Igualmente, aquellos que no han necesitado ningún tipo de corrección en ausencia de miopía, hipermetropía o astigmatismo, son reacios a introducir de forma permanente en sus vidas el uso de gafas.

Clariti 1 Day Multifocal es una opción especialmente recomendable por las ventajas de su material de Hidrogel de Silicona, el más

avanzado del mercado y que permite mayor número de horas de uso con excelentes resultados en transmisión de oxígeno e hidratación para preservar la córnea y la salud ocular en general. Además, la experiencia tecnológica en visión para todas las distancias de las lentes CooperVision, representan un valor adicional en términos de comodidad de uso y facilidad de asimilación para nuevos adaptados, pacientes que nunca han usado lentes de contacto y suman a esta experiencia la necesidad de acostumbrarse a la visión progresiva o multifocal.

Todo ello sumado al uso desechable diario, que no necesita mantenimiento ni limpieza, convierten a Clariti 1 Day Multifocal en una herramienta al servicio del profesional que le abre nuevas posibilidades y que siempre debería tener en su gabinete para ofrecer soluciones a sus pacientes.

Puede encontrar más información en:  
[www.CooperVision.es/profesionales-clariti1daymultifocal](http://www.CooperVision.es/profesionales-clariti1daymultifocal)

# Vive la vida

La Primera y Única gama completa de Lentillas Diarias de Hidrogel de Silicona





DISFRUTA DE UNA  
VIDA CONECTADA,  
**SIN QUE  
TUS OJOS  
SE CANSEN.\***



Eyezen™

DISEÑADAS PARA LA VIDA DIGITAL

Eyezen™  
START



**EL NUEVO REFERENTE EN LENTES MONOFCALES**  
que viene a sustituir al monofocal de fabricación actual.

Smartphones, ordenadores, tablets... han cambiado nuestros hábitos de vida. Pero esto no es algo que solo afecta a los grandes usuarios de dispositivos electrónicos; está teniendo un impacto en toda la sociedad, pero los usuarios aún llevan gafas con tecnología anticuada.

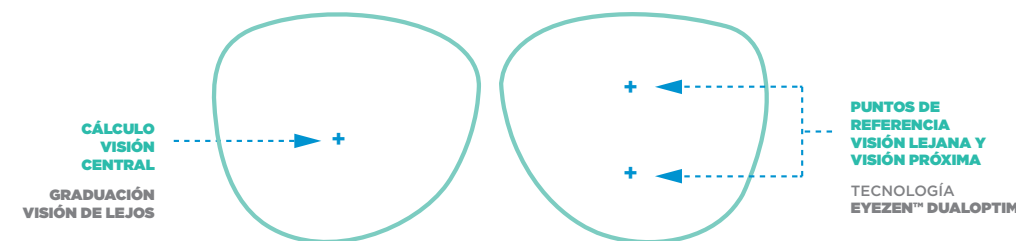
Ha llegado el momento de ofrecerles una lente monofocal que ayude a proteger y relajar sus ojos.

Eyezen Start incluye todas la innovación y las tecnologías desarrolladas hasta ahora y además, ahora también, optimizan la visión de cerca gracias a la tecnología DualOptim sin potencia adicional en la parte de abajo.



**OPTIMIZAMOS LA TOTALIDAD DE LA SUPERFICIE**, tanto en la visión de lejos como de cerca gracias a los 2 puntos de referencia.

Las lentes Eyezen Start **OFRECEN LA POTENCIA NECESARIA** en las lentes dependiendo de la ubicación de los objetos y dirección de la mirada.



**EYEZEN START REDUCE HASTA UN 60%\*  
LAS ABERRACIONES DE POTENCIA EN VISIÓN DE CERCA  
GRACIAS DUALOPTIM.**

El usuario podrá disfrutar de una visión más relajada, especialmente durante el uso de dispositivos digitales.

\*Mediciones internas en comparación con lentes Essilor estándar monofocales en un rango de -6,00D a +6,00D (<4,00D).





# Descubre las novedades 2019 de INDO

El pasado mes de abril fue la fecha elegida por INDO para lanzar su nuevo “Catálogo de Lentes”.

Desde la compañía destacan la relevancia que este año tiene en los planes de desarrollo futuro de la compañía, y que cuenta con este catálogo como parte relevante para 2019.

Algunas de las novedades más destacadas son:

- **Natural SuperClear:**  
El producto estrella en el tratamiento antirreflejante de INDO aparecerá, junto a la amplia oferta del portafolio, en esta nueva edición.
- **Avista:**  
Incorporación de una amplia gama de soluciones para pacientes con Baja Visión: gafa prismática, filtros, graduaciones extremas y altas adiciones, etc.



- **Pottencia 1.1.:**  
Ampliación de la gama en monofocales avanzados, creados especialmente para los jóvenes que necesitan un refuerzo en la visión de cerca.
- **Espejados:**  
Dentro del apartado de Gama Solar, a las soluciones ya existentes para protección solar, se incorporan las nuevas lentes espejadas en lentes polarizadas.

Además de las novedades de producto, INDO incorpora la explicación detallada de sus productos de valor, con el objetivo y visión puestos en los beneficios que las soluciones que cada uno de ellos aportan a los usuarios.

Desde INDO, hemos querido imprimir en el catálogo el especial énfasis que la compañía está poniendo en la apuesta por la innovación en lentes y tratamientos, reafirmando así, una vez más, su solidez y compromiso en el sector.

En palabras de Noelia García, directora de Marketing de Indo “Esta no será ni la única, ni la última de las novedades que lanzaremos al mercado. Muchas cosas nuevas, algunas muy esperadas, están por llegar”

Para ampliar información sobre el nuevo catálogo y el resto de novedades para este 2019, contactar con tu delegado comercial o escribir a [info@indo.es](mailto:info@indo.es).

# PIENSA EN GRANDE

## NOVEDADES CATÁLOGO DE LENTES 2019

- 1 **Natural SuperClear**  
Este año, en el Catálogo, toda la amplia oferta de Natural SuperClear, el tratamiento definitivo con efecto invisible.
- 2 **Catálogo Avista**  
Nuevo y completo catálogo de soluciones para la Baja Visión: Gafa prismática, filtros, graduaciones extremas y altas adiciones.
- 3 **Pottencia 1.1.**  
Ampliamos la gama de monofocales avanzados con Pottencia 1.1,
- 4 **Espejados**  
incorporamos las lentes espejadas en lentes polarizadas en la gama solar.

[www.indo.es](http://www.indo.es)  
f t i in

**indo** | PIENSA EN GRANDE  
your eyes, our world



# Nuevo catálogo de lentes Hoya 2019

CALIDAD Y TECNOLOGÍA, UNIDAS

Hoya se adapta a los tiempos que vivimos lanzando productos al mercado que cumplan con las necesidades visuales de sus clientes. Por eso en 2019, Hoya se vuelca en ofrecerle el nuevo progresivo ideal para dispositivos digitales y la gama más amplia en soluciones para el exterior.

## Nuevo diseño progresivo

DAYNATIC

Proporciona un alto nivel de independencia en el entorno digital y multitarea. Incorpora la **tecnología View Xpansion**, que maximiza el campo visual de la periferia de las lentes para proporcionar grandes áreas de visión nítida. Visión clara espe-

cialmente en los dispositivos digitales que se usan en cualquier dirección de visión. Posicionado entre Amplitude TF y Balansis está disponible en material Orgánico 1.50, PNx 1.53, Eyas 1,60 y Eynoa 1.67 y en la más amplia gama de tratamientos Hoya.



## Las lentes que reaccionan a la luz

SENSITY

DARK

SENSITY

SHINE

Dos nuevas opciones fotocromáticas que se unen a la familia Sensity. Con **Tecnología Stabilight** que proporciona un excepcional confort para el usuario.

- **Sensity Dark:** Oscuridad extra en espacios abiertos y dentro del coche.
- **Sensity Shine:** La unión entre el tratamiento espejado y la opción fotocromática.



**HOYA**  
Eye for detail



## Disfruta del sol sin reflejos

HOYA  
POLARIZED

Hoya amplía su gama de lentes polarizadas en los mejores diseños monofocales y progresivos. **Protección 100% UV** con una eficiencia del polarizado del 98%.

- Nulux iDentity V+
- Sync III i y Sync III
- Hilux TrueForm
- Hilux
- LifeStyle 3i y LifeStyle 3
- Balansis
- Daynatic
- Amplitude TrueForm



## Además, ampliamos la oferta de la lente ocupacional WorkStyle V+

WORKSTYLE

V+

Nuestro progresivo ocupacional con tecnología de diseño **FreeForm iDTM** amplía su oferta con el material Eynoa 1.67.



# PRESENTAMOS UNA NUEVA LENTE DE CONTACTO DISEÑADA ESPECÍFICAMENTE PARA EL CONTROL DE LA MIOPIA

POR

**markennovy**

CON LA TECNOLOGÍA DE

**Brien Holden**  
VISION INSTITUTE

# MYLO

MYOPIA MANAGEMENT

INDIVIDUALLY CRAFTED

— CONTACT LENSES —

## CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

MATERIAL	HIDROGEL DE SILICONA
CLASIFICACIÓN	FILCON V 3
REEMPLAZO	MENSUAL
CONTENIDO EN AGUA	75%
DK	60
DIÁMETROS	13.50 a 15.50 (0.50)
RADIOS	7.10 a 9.80 (0.30)
ESFERAS	-0.25 a -15.00 (0.25)

PARA SABER MÁS,  
ESCANEA EL CÓDIGO



Póngase en contacto con su delegado comercial o con Customer Care:

T: 902 11 11 30 | 91 649 61 21  
e-mail: [mkservices@markennovy.com](mailto:mkservices@markennovy.com)  
[www.markennovy.com/es](http://www.markennovy.com/es)



# ZEISS Progresiva Light, ahora con Tecnología ZEISS UVProtect

Es la combinación perfecta para quienes buscan una lente de calidad y una protección total frente a los rayos UV en cualquier circunstancia lumínica, y por supuesto también en el exterior.

La gama de lentes ZEISS Progresiva Light contiene la esencia de las mundialmente reconocidas lentes progresivas del fabricante alemán. Su diseño se sirve de dos tecnologías, el Diseño Optimized Boundaries y el Perfil Optimized Power. Combinadas, aseguran una visión clara en todas las distancias, direcciones y en movimiento, además de una lectura mejorada y una fácil adaptación a las lentes.

La salud visual depende de la óptica de las lentes, pero hay otros factores. La Radiación UV siempre está presente, y es potencialmente dañina, también en invierno o en días nublados. La sobreexposición a esta radiación puede dañar los ojos y la piel que los rodea, causando envejecimiento, arrugas y, en casos severos, cáncer. La piel en la cara y el cuello es particularmente propensa al cáncer de piel porque es la más expuesta a la radiación.



Además, a largo plazo, la radiación UV puede causar otras enfermedades oculares, como degeneración macular, fotoqueratitis o cataratas. La Organización Mundial de la Salud recuerda que cada año en el mundo tres millones de personas se quedan ciegas por culpa de la radiación UV. Cerca de la mitad de los casos de ceguera (48%) derivan de cataratas, que en el 20% de los casos, son agravadas por la radiación UV. (1)

En el caso de los niños es fundamental protegerles sus ojos contra la radiación UV, puesto que en ellos, por la transparencia de su cristalino, tiene un impacto 7,5 veces mayor. Además, son especialmente los más pequeños quienes están más expuestos, porque pasan más tiempo en el exterior. Los estudios sugieren que para la edad de 20 años ya habremos recibido el 50 por ciento de la exposición a los rayos UV de toda nuestra vida.

La Tecnología ZEISS UVProtect, de serie en cualquier lente transparente de ZEISS, incluida la gama ZEISS Progresiva Light, protege de los rayos UV hasta 400 nm, el límite recomendado por la OMS. Y no sólo el tejido alrededor del ojo, sino también el propio ojo, asegurando también así la salud visual del usuario, también desde este punto de vista. Ahora, cualquier usuario de

gafas que no quiera aplicarse protector solar en los párpados, puede optar por protegerlos con las lentes transparentes de ZEISS.

EL 97% DE LOS  
CONSUMIDORES  
CONSIDERA BENEFICIOSO  
QUE SUS LENTES  
TRANSPARENTES  
LE PROTEJAN DE LA  
RADIACIÓN UV TANTO  
COMO LO HACEN SUS  
GAFAS DE SOL.

Una encuesta al consumidor llevada a cabo por ZEISS (2) sugiere que los ópticos pueden plantear la protección UV a sus pacientes durante todo el año. Un 91% de los entrevistados informó que la protección UV es importante para ellos. Un 96% piensa que también es importante proteger sus ojos. Sin embargo, el 80% no sabía que las lentes transparentes también pueden proteger sus ojos contra la radiación UV durante todo el año. Esto significa que hay un gran potencial para la educación del usuario en este sentido, y aún más si se considera que el 97 por ciento de los consumidores considera beneficioso que sus lentes transparentes le protejan de la radiación UV tanto como lo hacen sus gafas de sol.

(1) Organización Mundial de la Salud, Los efectos conocidos de los rayos UV en la salud, 2018 <http://www.who.int/uv/faq/uvhealth/en/index3.html>.

(2) La encuesta: de noviembre de 2017 a mayo de 2018, ZEISS realizó una encuesta entre los usuarios de gafas que compraron lentes ZEISS UVProtect en USA.

## Visión cómoda y protegida para tus clientes.

ZEISS Progresivas Light con Tecnología UVProtect®



Las lentes **ZEISS Progresivas Light** ofrecen:

- Una visión clara en todas las distancias, direcciones y en movimiento, además de una lectura mejorada y una fácil adaptación.
- La **Tecnología ZEISS UVProtect** garantiza además una protección total frente a los rayos UV.





Interton GN

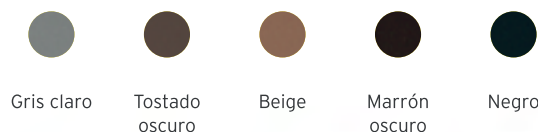
READY

## Nueva familia de audífonos

# Soluciones individuales para cada cliente y cada necesidad

Nuestro objetivo es ofrecer siempre una solución de audífonos basada en la tecnología probada de GN a un buen precio para el presupuesto del cliente. Elija entre gama Básica, Media, Alta y Premium para ayudarle a seleccionar y ajustar los audífonos que cumplan mejor las necesidades de sus clientes.

Cuando adapta la familia Interton Ready, podrá ofrecer audición personalizada para la mayoría de los grupos de edad y la mayoría de los niveles de pérdida de la audición.



### Permita que sus clientes vivan al máximo

Las personas ocupadas y activas no quieren verse limitadas por su audición. Quieren montar en bicicleta, caminar, practicar deportes y disfrutar de la vida al aire libre. Por esto **Interton Ready** presenta la **Reducción de Ruido Adaptable del viento** para una audición sin estrés en ambientes al aire libre.

Como todos son parte de la misma familia, puede usar los mismos procedimientos y proceso de ajuste para cada audífono Interton Ready. Nuestra gama de producto incluye una completa selección de modelos RIE, BTE e intras (ITE, ITC y CIC) en una amplia selección de tamaños y colores.

Para mejorar aún más la comodidad de sus clientes, nuestros modelos RIE y BTE cuentan con auriculares RIE y tubos finos SureFit2 de GN. Los tubos se amoldan alrededor del pabellón auricular y el contorno y la forma del canal auditivo.

## Más audición, menos esfuerzo

Audición fácil de usar y sin esfuerzo: eso es lo que los clientes están buscando y eso es lo que y eso es lo que Interton les da. Los audífonos Interton Ready ofrecen la nueva app Interton Sound, modelos con Made for Apple que trabajan sin problemas con nuestros accesorios inalámbricos inteligentes.

### Interton Ready es Made for Apple

Los audífonos Interton no solo conectan a sus clientes de vuelta a las personas y actividades que les importan; también pueden usarlos para obtener más de su iPhone, iPad o iPod touch.

Pueden usar sus audífonos Interton para hacer muchas cosas útiles, como la transmisión de sonido de un teléfono y videollamadas, música, audiolibros, cobertura deportiva o podcasts directamente a sus audífonos.

Además, pueden utilizarlos como auriculares inalámbricos con gran calidad de sonido. Interton Ready 6 e Interton Ready 4 son ambos Made for Apple.

### Aplicación fácil de usar

Interton Sound, nuestra nueva app para Apple y Android, ofrece a los usuarios un control remoto fácil y práctico de sus audífonos.

Sus clientes pueden controlar el volumen, cambiar programas cada vez que lo necesitan y pueden incluso localizar los audífonos extraviados utilizando la función "Encontrar mis audífonos" de la app.

La Mejora de Sonido mejora aún más la comodidad auditiva de los clientes permitiéndoles ajustar el sonido a sus preferencias personales.



Cómo emparejar Interton Ready	Dispositivos Apple	Dispositivos Android
Interton Ready 6	Vía ajustes en dispositivo Apple	Vía app Interton Sound
Interton Ready 4	Vía ajustes en dispositivo Apple	Vía app Interton Sound
Interton Ready 3	No compatible con aplicación	Vía app Interton Sound
Interton Ready 2	No compatible con aplicación	No compatible con app

Visite [Interton.com/compatibility](https://www.interton.com/compatibility) para obtener la lista completa de dispositivos compatibles con Made for Apple y la aplicación Interton Sound.



## Escucha mejor. Sonríe más.

MED INTERTON - Calle Loeches, 103-A - Pol. Ventorro del Cano - 28925 Alcorcón - Madrid - Tel.: (+34) 91 312 09 46  
pedidos@interton-es.com - [www.interton-es.com](https://www.interton-es.com)



# Cione Sabe Más

## REHABILITACIÓN AUDITIVA POR VÍA AÉREA EN CASOS DE DIFÍCIL ADAPTACIÓN PROTÉSICA

Con este proyecto, queremos dar respuesta a muchas dudas que se nos han planteado como estudiantes de audiolología protésica. Según la ASHA, “la rehabilitación auditiva es el proceso de proporcionar capacitación y tratamiento para mejorar la audición de la personas con discapacidad auditiva. Los servicios de rehabilitación auditiva se enfocan en el ajuste de las prótesis a la pérdida auditiva, haciendo el mejor uso ellas, ayudándose de dispositivos que faciliten las conversaciones y que permitan la comunicación”.

En esta área de rehabilitación auditiva, existen soluciones capaces de proporcionar una gran ayuda a personas con deficiencia auditiva gracias a la ciencia y la tecnología que aportan los implantes cocleares, varilla de conducción ósea y los audífonos. Dependerá del perfil del paciente y su hipoacusia, la elección de la misma.

En España, la venta de audífonos se cifra en 180.000 anuales. Éstos ayudan a los usuarios a mejorar, no sólo su audición sino sus condiciones sociales y emocionales que sufren diariamente.

Creemos que muchos pacientes adaptados no resultan satisfechos por el resultado que obtienen, por eso este proyecto tiene como objetivo averiguar cuáles son esos casos, que alternativas tecnológicas se pueden encontrar en el mercado para solventar esas situaciones y conocer el proceso detallado que se lleva a cabo en el gabinete.

### OBJETIVOS

Como estudiantes de audiolología protésica, queremos indagar en algunas cuestiones que se nos plantean a la hora de elegir una buena ayuda auditiva. En muchos casos la pérdida no se ajusta a unos patrones para que la adaptación sea lo beneficiosa que se espera. Algu-

nos de estos casos son los que nos llaman la atención particularmente.

### MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación realizado en equipo, está basado en la revisión bibliográfica de artículos, estudios previos de profesionales, documentos contrastados y otros apuntes personales sobre la materia, que hemos ido confeccionando durante el proceso de aprendizaje en este ciclo superior.

### BASES ANATÓMICAS

Para poder dar respuesta a todas nuestras preguntas, es imprescindible el estudio y tener una base científica donde se encuentran, como intervienen y qué función tiene cada una de las partes anatómicas en el estudio de la audición.

Nos interesa conocer más a fondo el funcionamiento de la cóclea, gracias a su conexión con el nervio auditivo. Saber el trabajo que realiza la vía auditiva y sus diferentes estaciones, para conducir el mensaje hacia la corteza auditiva, encargada tanto de la percepción del sonido como del lenguaje. Conocer los sistemas implicados en las emociones y en la posibilidad del desarrollo neural, teniendo en cuenta que cualquier disfunción de todas



**Autores:**  
**Sandra Blázquez Ballesteros**  
Técnico Superior en Audioprótesis.  
IES Benjamín Rúa (Móstoles Madrid).

**Sergio Sánchez Llorente**  
Técnico Superior en Audioprótesis.  
IES Benjamín Rúa (Móstoles Madrid).



estas áreas va a generar alteraciones en una audición correcta.

### Fisiología de la cóclea

La cóclea o caracol es la parte del oído interno que se encarga de la audición. Comunica el oído medio con el interno mediante dos ventanas membranosas que son la oval, sobre la que oscila el estribo, y la redonda, que actúa como sistema descompresor de la perilinfa. Ésta fluye por el interior de la cóclea y sube por la rampa vestibular al ser presionada por el estribo. Pasa a través de un pequeño orificio, helicotrema, y desciende hasta que es descomprimida en la ventana redonda.

Las variaciones de presión en estas dos rampas son registradas en una tercera delimitada mediante la membrana de Reisser y la membrana basilar, la cual está llena de endolinfa y alberga el órgano de Corti. Éste es

el encargado de la transducción de la energía mecánica, sonido, en la energía eléctrica que llega al cerebro mediante impulsos nerviosos. Esto es debido a la despolarización de las células ciliadas externas (CCE) y células ciliadas internas (CCI) en contacto con la perilinfa y la endolinfa cuando las membranas se mueven.

**EN MUCHOS CASOS LA PÉRDIDA AUDITIVA NO SE AJUSTA A UNOS PATRONES PARA QUE LA ADAPTACIÓN SEA LO BENEFICIOSA QUE SE ESPERA.**

La membrana basilar es el primer filtro auditivo o una sucesión de filtros de paso bajo con una frecuencia fundamental variable a lo largo de ella misma, teniendo sus putos máxi-

mos, o de resonancia, desde los 20 kHz en la base, hasta los 16kHz en el ápice.

Las CCE despolarizadas se contraen, como efecto de la electromotricidad, mecanismo que proporciona energía, amplificando la vibración inicial. Es así, como las CCE amplifican los sonidos de intensidad inferior

a 50 – 60 dB para que las CCI puedan recibir la información. Entonces las CCI se activan, y es aquí donde se produce la sinapsis entre las CCI y las fibras del nervio





auditivo, que se activan y envían un mensaje al cerebro.

#### Vía auditiva

Está formada por una cadena de núcleos y neuronas, ubicadas en el tronco cerebral y el tálamo, que ponen fin a su recorrido en la corteza cerebral del lóbulo temporal. Existen 2 vías: la vía auditiva aferente y la eferente; donde las fibras aferentes conducen los impulsos

diversas funciones como la tonotopía coclear, la interpretación de las características del sonido, la recepción de información binaural, el análisis de la duración de los sonidos complejos, la localización del sonido y análisis frecuencial y la integración de la tonotopía coclear.

La vía auditiva eferente tiene su nacimiento en la corteza cerebral hasta llegar a las CCE que realizan un movimiento motor contráctil que facilita a las CCI la recepción de sonidos de baja intensidad. La función de ese sistema eferente es regularizar la sensibilidad que recoge la respuesta de la mecánica coclear, permitiendo así prestar atención a ciertos sonidos que propicien un mayor interés.

Cualquier daño producido a lo largo de toda la vía auditiva impide la correcta emisión y por tanto, recepción del impulso sonoro, generando así una incapacidad de la percepción del lenguaje y por tanto dificultando tanto la audición como el entendimiento de la palabra.

#### Sistema límbico

Está formado por: el tálamo, el hipotálamo y la amígdala cerebral. Este conjunto de estructuras participan en las funciones más importantes del sistema límbico: las emociones, el aprendizaje y la memoria.

Teniendo en cuenta que el sistema límbico está implicado en las emociones, dentro del campo de la audición, son varias las patologías como puede ser la hiperacusia o los acúfenos, que, debido a que tienen un ele-

vado componente emocional y psicológico, que además varía en función de cada individuo, se ven altamente influidas por este sistema.

#### Corteza auditiva

Es necesario entender la organización de la corteza auditiva, ya que esto permite conocer más a fondo y de forma correcta, el procesamiento auditivo. Por tanto la corteza auditiva se divide en dos áreas funcionales, cada una con un fin determinado:

- El área auditiva primaria, que contiene el área 41 de Brodmann, recibe señales directas de la vía ascendente y tiene como función una distribución precisa formada por diferentes bandas, que se activan cuando se percibe un tono puro, siendo ésta una función tonotópica similar a la que se produce en los núcleos de la vía auditiva, siendo 6 mapas, encargados cada uno de las diferentes cualidades del sonido, como son el tono, la dirección y la intensidad, así, dependiendo de si la frecuencia es baja o alta, estimula las neuronas de cada uno de los extremos.

- El área auditiva secundaria tiene su origen en torno a la región central y contiene el área 42 de Brodmann. Recibe señales de la conocida vía difusa y participa en la función de parámetros asociados al sonido, como son el umbral, la respuesta a sonidos complejos e incluso está implicada en la memoria auditiva y en el lenguaje humano. Más en concreto, participa en la atención

auditiva y en el reconocimiento de las palabras. El área 22, que también forma parte de esta área secundaria, reconoce lo que se oye y aporta una representación conceptual y semántica a los sonidos.

Cuando se habla de la fisiología de la corteza auditiva, se puede decir que existen dos grandes circuitos de procesamiento: el que se encarga del procesamiento espacial, que permite localizar de forma tridimensional la fuente sonora, y el que se encarga del procesamiento de patrones, que reconoce los diferentes tipos de sonidos y sus características. También, en el estudio, se encuentra un conjunto de neuronas corticales que permiten reconocer el tono o frecuencia del sonido que llega a los oídos, y otro conjunto de neuronas que distinguen un estímulo de otro consiguiendo así una mayor información del sonido y de su fuente de origen.

Cualquier daño que se produzca en el área primaria va a impedir la localización del sonido, sobre todo si éste se percibe por el lado contrario al afectado y, más aún, si se trata de un sonido poco habitual, dificultando así al individuo su relación con el entorno que le rodea y produciendo en él una sensación de angustia e inestabilidad.

#### Neuroplasticidad

Es la capacidad que tienen las diferentes áreas del cerebro, así como los diferentes grupos de neuronas, de responder de forma funcional por aquellas zonas que se encuentran dañadas, asumiendo así su función. Esto es posible por una serie de conexiones entre las diferentes neuronas, acto conocido como sinapsis, que buscan estimular aquellas zonas dañadas favoreciendo el crecimiento de los axones y creando conexiones sinápticas nuevas.

Por lo tanto, y a pesar de que durante la infancia es el periodo donde mayor es la actividad neural y donde más conexiones sinápticas se crean, con el paso de los años, a lo largo de la vida, también sigue habiendo plasticidad neural.

Es por ello que la rehabilitación auditiva mediante el uso de prótesis, como en el caso de los audífonos, busca estimular aquellas neuronas próximas a la zona dañada, activando así las diferentes conexiones simpáticas, ya que el cerebro tiene una capacidad de adaptarse y compensar los daños producidos, pero siempre teniendo en cuenta, que lo dañado no vuelve a recuperarse.

Otro punto a tener en cuenta en la rehabilitación es la alteración que puede sufrir una serie de factores en el individuo, como puede ser: la edad del paciente, la cognición, la salud general, el tiempo que ha pasado entre el momento del daño y la rehabilitación o el origen de la lesión.

#### CASOS CON DIFICULTAD DE ADAPTACIÓN

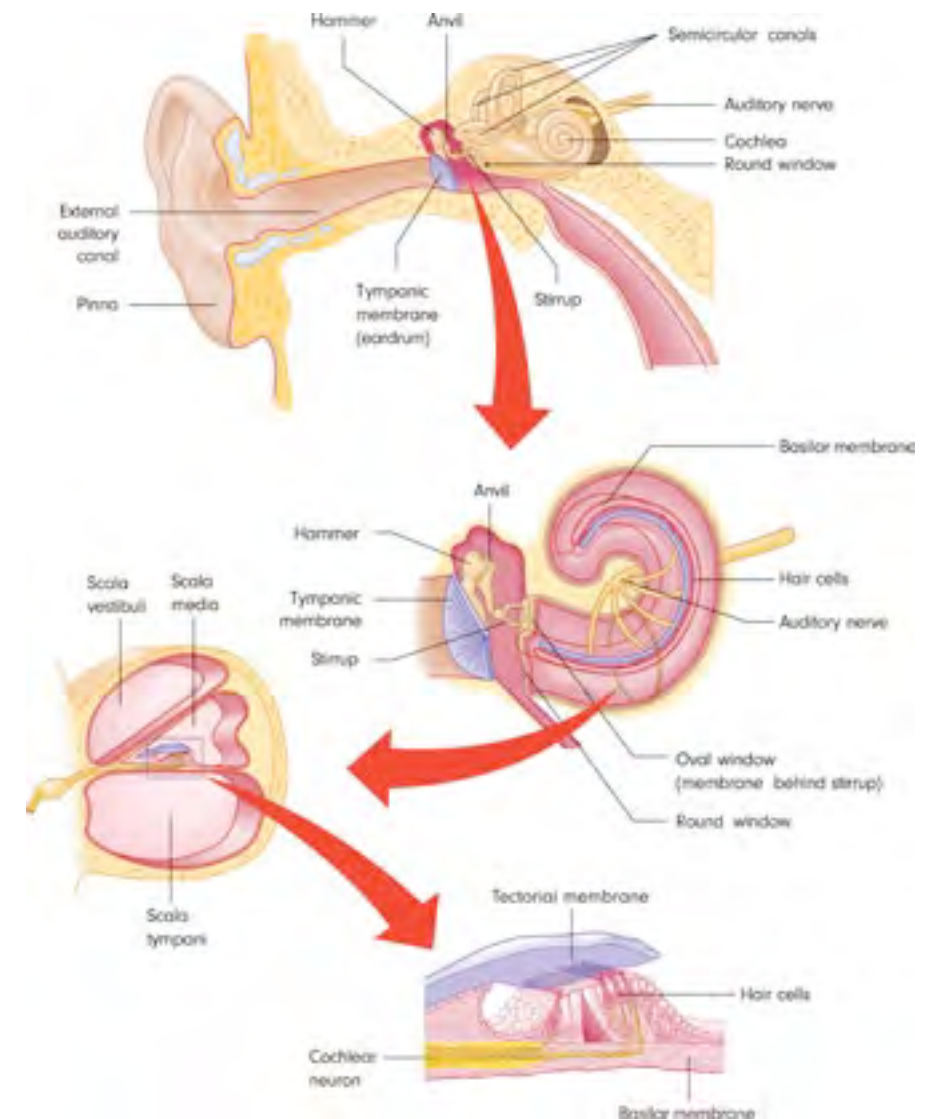
Muchas son las patologías que cursan con hipoacusia neurosensorial que pueden afectar a las personas que sufren pérdida auditiva, en las que pueden aparecer una o varias deficiencias, que van a dificultar la adaptación, a la hora de utilizar una ayuda técnica como es el audífono.

- Ménière
- Presbiacusia
- Ototoxicidad
- Trauma acústico
- Hipoacusia inducida por ruido
- Sordera súbita
- Neurinoma del acústico
- Trastornos genéticos

A continuación, se van a tratar una serie de disfunciones que empeoran o dificultan la audición, tanto oír, como entender.

#### ¿Qué ocurre cuando las CCE están dañadas?

En la mayoría de los casos de pérdida auditiva coclear se observan daños en las células ciliadas externas.





## LA REHABILITACIÓN AUDITIVA MEDIANTE EL USO DE PRÓTESIS BUSCA ESTIMULAR LAS NEURONAS PRÓXIMAS A LA ZONA DAÑADA, ACTIVANDO DIFERENTES CONEXIONES SIMPÁTICAS.

Debido a ello, en estas hipoacusias neurosensoriales se observa distorsión en la percepción de intensidad, percepción de frecuencia y de umbral diferencial. La alteración en la percepción de intensidad se denomina reclutamiento.

En el reclutamiento o diploacusia, existe una relación anormal entre la sonoridad, que es la sensación psíquica del sonido, e intensidad fi-

sica del estímulo. Se caracteriza porque frente a estímulos de baja intensidad, la sonoridad y la intensidad se comportan en forma proporcional, pero frente a estímulos de media y alta intensidad la sonoridad aumenta en forma desmedida.

En este caso, el paciente refiere percibir los sonidos distorsionados o imprecisos. Muchas veces incluso percibe un mismo

estímulo tonal en forma distinta al compararlo entre los dos oídos. Es un síntoma en hipoacusias sensoriales como el Síndrome de Ménière, ya que se ha encontrado una relación directa entre la diploacusia y la alteración del balance hídrico del laberinto membranoso.

La capacidad de poder percibir diferencias de intensidad en un mismo estímulo va asociado

a las hipoacusias sensoriales. El oído normal es capaz de percibir diferencias de hasta 2dB. El oído con daño coclear percibe diferencias inferiores de 1dB e incluso menos. Este aumento implica un acortamiento del limen diferencial. Por ello se utiliza para su diagnóstico la prueba de índice de discriminación sensitiva SISI. En la que al presentar estímulos de variación de 1dB de intensidad, el paciente con reclutamiento será capaz de diferenciarlo, cuando un oído normal no podría.

También hay otras pruebas subjetivas como el Test de Luscher o el Test de Fowler u objetivas, para determinar si hay o no reclutamiento, como la realización de las otoemisiones acústicas (OEA). Para que se encuentren OEA, el oído medio debe estar bien y las CCE funcionando.

### ¿Qué ocurre cuando las CCI no funcionan?

Se denominan zonas muertas de la cóclea a aquellas regiones donde las CCI o las células adyacentes no funcionan y, por consiguiente, la información transmitida no llega a las células ciliadas internas o no se transmite desde éstas a la vía auditiva. Sin embargo, un tono puro

con intensidad suficiente que corresponda a la frecuencia de las zonas muertas puede ser percibido por las regiones contiguas. Esto supone una dificultad en la decodificación debido a una sobrecarga de información de las zonas que funcionan, porque transmiten información mal codificada.

Para su detección, el profesor Brian Moore creó una estrategia para el diagnóstico llamada TEN. Esta prueba consiste en hallar el

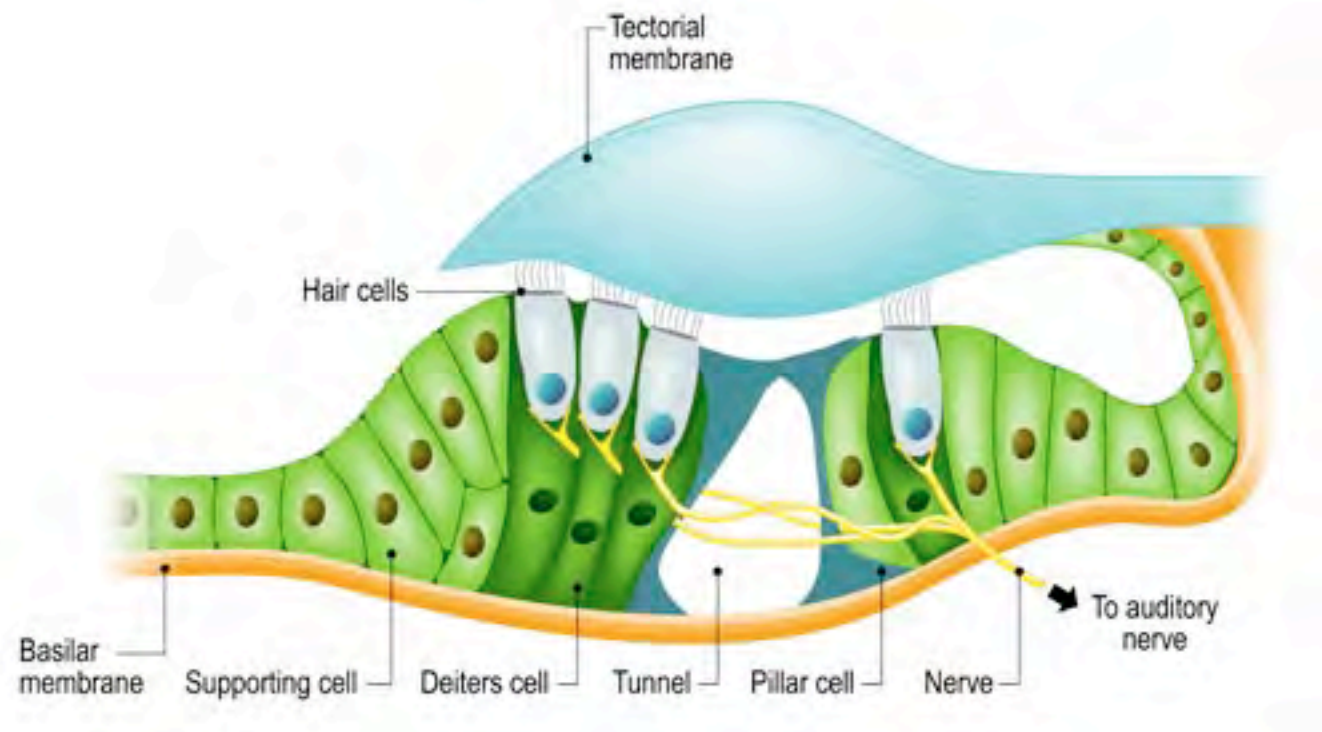
umbral tonal enmascarando con este ruido el mismo oído. El umbral tonal varía al pasar el tono con el ruido TEN, varía descendiendo en el audiograma hasta un punto más cierto, determinando que a esas frecuencias medias y agudas las células ciliadas no responden. La intensidad a la que se pasa el ruido TEN es distinta para cada frecuencia y está calculada por ancho de banda.

Otra prueba que nos permite saber si existen zonas muertas es con el uso del Impedanciómetro, en el reflejo acústico-facial, ya que la muerte de las CCI hace que el reflejo estapeal esté ausente, cuando la curva del timpanograma sea de tipo A, lo que quiere decir que el oído medio está bien, descartando así una hipoacusia de transmisión.

Identificar las zonas muertas de la cóclea es necesario para una correcta adaptación protésica y buen ajuste de la programación del audífono. La información que recibe el nervio auditivo de las CCI es importante para el buen reconocimiento del sonido, especialmente el del habla. La amplificación que aporta la prótesis en esta zona debe ajustarse

SE DENOMINAN ZONAS MUERTAS DE LA CÓCLEA A AQUELLAS REGIONES DONDE LAS CÉLULAS CILIADAS INTERNAS O LAS CÉLULAS ADYACENTES NO FUNCIONAN.

## ORGAN OF CORTI





con precaución, para que el paciente discrimine los sonidos del habla de la mejor manera posible.

#### ¿Qué ocurre cuando hay pérdida auditiva fluctuante?

Cuando este tipo de pérdida cursa con vértigo debido a un hidrops endolinfático, se la conoce como síndrome de Ménière.

Estos pacientes resultan poco tolerantes a la amplificación necesaria que proporciona la prótesis, ya que tienen un rango dinámico muy estrecho, que además se agrava con las fluctuaciones, variando el umbral auditivo y el umbral de dolor, lo que genera aún más distorsión, provocando una pobre discriminación de los sonidos del habla. Además, este tipo de paciente tiene tremendas dificultades para la adaptación protésica, debido a las alteraciones de pérdida auditiva, ya que no es una pérdida estable. Refieren una insatisfacción a las horas o días de la adaptación a causa de la intolerancia producida por la amplificación de la prótesis. Se quejan de que el audífono no funciona como lo hacía cuando salieron del gabinete, que se ha estropeado o que no se adaptan a él de manera constante.

## PARA LA VALORACIÓN DE LA GRAVEDAD DEL ACÚFENO Y SU REPERCUSIÓN EN LA CALIDAD DE VIDA DEL INDIVIDUO SE UTILIZAN CUESTIONARIOS DE INCAPACIDAD. UNO DE LOS MÁS DIFUNDIDOS ES EL TINNITUS HÁNDICAP INVENTORY.

En estos casos la evaluación auditiva requiere un estudio completo de la audición. Se debe realizar la audiometría tonal, verbal, timpanometría y el estudio del reflejo estapedial. Las otoemisiones acústicas son, a veces, las primeras en verse alteradas. El estudio con potenciales evocados es necesario para descartar una patología del VIII par craneal, o de una afectación de las vías auditivas centrales. La electrococleografía se utiliza en menor medida, pero puede también mostrar anomalías en la cóclea, útil en los primeros pasos de la enfermedad. El test de glicerol, puede ser usado para confirmar Síndrome de Ménière, pero aun siendo el resultado negativo, no se puede descartar esta enfermedad.

#### ¿Qué ocurre cuando hay un zumbido que entorpece la audición?

El acúfeno o tinnitus es un sonido que no está generado en el exterior, pero que, sin embargo, lo escucha el afectado, aunque sólo él, haciéndose muchas veces insoportable, o alterando significativamente la vida de la persona que lo padece. Puede tener diferentes causas, como pérdida auditiva, trauma acústico, otitis, diabetes, hipertensión, hipotiroidismo, uso de medicamentos y mala circulación sanguínea. En la mayoría de los pacientes se aprecia una disminución de audición. También puede acontecer por dolencias musculares, una disfunción de la articulación temporomandibular, problemas de las cervicales o enfermedades neurodegenerativas.

No existe cura, pero el 80% de los pacientes mejora significativamente, tratando la causa cuando se conoce y es factible. Cuando la causa no se conoce, se intenta aliviar los síntomas favoreciendo la irrigación sanguínea y evitando o tratando los problemas musculoesqueléticos. También se recurre al consejo terapéutico para facilitar la habituación al acúfeno y se emplea la administración

de medicamentos. Nosotros como audioprotesistas recurrimos a la realización de terapias sonoras mediante el uso del audífono.

Existe un protocolo de actuación en términos de acufenometría, ya que esta prueba es complementaria de la batería de pruebas auditivas que deben realizarse antes: evaluación de historial clínico, cuestionarios psicosociales, otoscopia, audiometría tonal y vocal, impedanciometría y otoemisiones acústicas. La acufenometría trata de encontrar el sonido más parecido posible al del sufrido por el paciente.

Consiste en que el paciente reconozca primero la frecuencia más parecida a su zumbido a una intensidad de 25-30dB para que pueda ser reconocido. Y después, se intenta encontrar la intensidad, esto también puede ser difícil debido a la subjetividad con que se perciban los pitidos o zumbidos. Una vez encontrada esa intensidad, se disminuye la frecuencia hasta que el paciente perciba dos sonidos distintos, sabremos entonces cuál es la frecuencia e intensidad a la que se presenta acúfeno. Se guardan todos los datos, con el objetivo

de programar una terapia para el tinnitus que será emitido por el audífono con el que adaptemos al paciente.

Para la valoración de la gravedad del acúfeno y su repercusión en la calidad de vida del individuo se utilizan cuestionarios de incapacidad. Uno de los más difundidos es el Tinnitus Hándicap Inventory, donde las preguntas están divididas en tres apartados, una escala funcional, que valora la repercusión del acúfeno en las actividades cotidianas, una escala emocional, que valora la repercusión en el estado de ánimo y una escala catastrófica que mide el nivel de desesperación e incapacidad.

Otro cuestionario que se realiza es el Test de Hipersensibilidad al Sonido, el cual viene determinado por la suma total de todas las respuestas. Los grados de incapacidad se fijan siguiendo esta escala: incapacidad leve o grado I, moderada o grado II, severa o grado III y muy severa o grado IV.

#### ¿Qué ocurre cuando es imposible realizar una adaptación audio-protésica por vía área?

Nuestro trabajo como audioprotesistas se centra en poder ayudar a aquellas personas que sufren una deficiencia auditiva. Hay que tener en cuenta los medios disponibles, la formación con la que contamos y que sean casos que se encuentren dentro de su competencia profesional, ya que a veces, las adaptaciones recomendadas no son por vía aérea, sino que necesitan la colocación de un implante para ser adaptados.

A continuación, se van a estudiar aquellos casos que precisan de una prótesis diferente a un audífono para poder ser adaptados, ya que debemos conocer las diferentes posibilidades.

- Pérdidas auditivas transmisivas o mixtas de grado moderado a severo que cursan con patologías de oído externo y medio, como: malformaciones, otitis media crónica, alergia de contacto, supuraciones o cofosis unilateral. El audífono, en este caso, distorsionaría el sonido debido a la gran amplificación que debe aportar para solventar este tipo de pérdidas

- Casos en los que el paciente con pérdida neurosensorial en frecuencias agudas no ha sido capaz de adaptarse al audífono convencional por motivos como no tolerar el efecto de oclusión del molde o reacción alérgica causada por éste, infecciones recurrentes no se ven beneficiadas por la humedad y el cerumen.

- Pacientes con hipoacusia neurosensorial de moderada a severa con caída en agudos que sufren algún tipo de malformación o patologías que afecten o dificulten el movimiento de la cadena osicular, como en el caso de la otosclerosis.

- Pacientes con hipoacusia neurosensorial bilateral de severa a profunda, donde en las frecuencias convencionales tengan un umbral de audición superior o igual a 70d, con menos de un 40% de discriminación verbal con audífonos, que no obtiene beneficios de este tipo de adaptaciones y que además no presenten malformaciones o alteraciones anatómicas.

### SOLUCIONES AUDIOPROTÉSICAS

Cuando se habla de audífonos, muchas son las posibilidades con las que cuenta el audioprotesista; esto es debido a que existen multitud de marcas comerciales que ofrecen una gran diversidad de productos, siempre contando con las últimas tecnologías y avances, que el mercado puede ofrecer y que permiten proporcionar un mayor confort a la adaptación.

En este apartado se va a realizar un estudio de los diferentes tipos de audífonos con los que cuentan las diferentes casas comerciales, que permitan solventar, gracias a la tecnología que integran, aquellos casos que puedan suponer un reto o dificultad para la adaptación, y que van a servir de guía para recopilar en cada apartado dichas soluciones audioprotésicas.



#### Reclutamiento

El reclutamiento obliga a adaptar el audífono para una compresión de volumen individualizada. El aparato tiene que amplificar lo suficiente como para lograr que la intensidad sonora que proporciona esté por encima del umbral de audición del paciente, pero sin llegar a un volumen capaz de desencadenar el tan desagradable reclutamiento. No puede soportarlo cuando le hablan fuerte, o cuando existe un ambiente con alto nivel sonoro, dice que le retumba, le genera confusión, y de manera progresiva o inmediata, va prescindiendo de su utilización.

Los audífonos elegidos para casos de hipoacusia con reclutamiento deben tener buenos reductores de ruido, para conseguir así utilizar la menor ganancia posible, y cuantos más canales, mejor, para poder comprimir y descomprimir en relación a la pérdida.

## CUANDO SE HABLA DE AUDÍFONOS, MUCHAS SON LAS POSIBILIDADES CON LAS QUE CUENTA EL AUDIOPROTESISTA, CONTANDO CON LAS ÚLTIMAS TECNOLOGÍAS Y AVANCES.

En la actualidad contamos con la última tecnología de Signia, que están equipados de excelentes reductores de ruido. Su función avanzada SpeechMaster™ coordina de forma automática las prestaciones de control de habla y ruido: discrimina el habla dominante del ruido ambiente cuando se activa simultáneamente el SpeechFocus™ y el SoundSmoothing™, que es un reductor de ruido de frecuencias agudas, con lo que los cubiertos, platos y vasos no se harán tan estrepitosos. La función SpeechMaster™ destaca los sonidos del habla, y el eWindScreen, reduce el ruido del viento y suprime el barullo de los coches. También para ambientes reverberantes en necesario un programa como el EchoShield™, que separa el habla objetiva del eco, suavizando el sonido reflejado mejorando la inteligibilidad del habla. Además de los reductores selectivos de ruido, unos micrófonos direccionales y de direccionalidad estrecha, consiguen mejora.

Hablando de ReSound<sup>GN</sup>, los LiNX<sup>2</sup> que combinan el sistema Binaural Directionality™ junto con Spatial Sense, buscan mejorar la calidad de audición facilitando la localización de los sonidos. Gracias a su continuo intercambio de información, permiten ejecutar la direccionalidad más adecuada a cada ambiente sonoro, permitiendo así una mayor calidad de sonido, y a medida que aumenta el nivel de ruido de fondo, centrar su atención en los diferentes sonidos que le interesan, como puede ser una conversación pero sin perder el sentido de lo que sucede a su alrededor.

El sistema Noise Tracker II™, reduce la señal de ruido, disminuye la señal de voz, haciendo que el usuario tenga mayor comodidad



en diferentes ambientes con ruido, sin perder la inteligibilidad de la palabra y pudiendo así mejorar el entendimiento dentro de una conversación.

La direccionalidad adaptable, gracias al avance en la direccionalidad de los micrófonos, permite anular los sonidos fuertes que el usuario percibe por detrás, reduciendo así el ruido de fondo y focalizando la atención en la parte delantera para captar mejor el habla. El Windguard™, debido al procesamiento del micrófono, mejora la precisión de localizar el habla, haciendo así que el individuo encuentre una mayor comodidad en ambientes al aire libre.

Otra casa comercial que permite trabajar con diferentes sistemas que ayuden a evitar la aparición de reclutamientos es Phonak. Esta marca incluye diferentes aplicaciones relacionadas con los reductores de ruido, como “Discurso con ruido elevado”, que se centra en una única voz, la “Palabra en ruido”, que reduce y adapta el ruido que procede por detrás, el NoiseBlock, que reduce los ruidos ambientales molestos, y el WindBlock, que clarifica e identifica el ruido del viento.

También incluye mejoras en situaciones con eco o reverberantes con Confort en eco, que reconoce la frecuencia de la reverberación y aplica la reducción de ganancia necesaria. Además de EchoBlock, que elimina aquellas frecuencias correspondientes a la reverberación.

#### Zonas muertas de la cóclea

Cuando nos encontramos con pérdida auditiva con mucha caída en agudos, que no obtengamos casi respuesta, normalmente se tiende a aumentar al máximo la ganancia en estas frecuencias, sin darnos cuenta de que lo que estamos haciendo es que el paciente entienda peor, porque posiblemente este-

## LOS SONIDOS PERCIBIDOS POR LOS PACIENTES DE TINNITUS SON TAN VARIADOS COMO SUS CAUSAS. EL TONAL ES MÁS COMÚN COMO POR EJEMPLO, SILBIDO, PITIDO O ZUMBIDO CONSTANTE.

mos ante zonas muertas de la cóclea, consiguiendo así estimular las zonas adyacentes y empeorando el entendimiento. Es cuando el paciente se queja de que el sonido amplificado en muy metálico, distorsionado y que entiende peor. Cuando esto ocurre es mejor utilizar una prestación de trasposición frecuencial, que tiene la función de mejorar la audibilidad de esas frecuencias, ya que su- perpone los fonemas importantes sobre el campo dinámico útil del usuario. Sin olvidar que la amplificación necesaria será menor, para que el paciente pueda mejorar la discriminación.

La prestación de trasposición frecuencial podemos encontrarla como Spectral iQ en Starkey. Para saber si nuestro paciente puede beneficiarse de ella se debe realizar una prueba, que consiste en pasar una lista de palabras en singular y plural con el audífono conectado y Spectral iQ desactivado. El paciente debe repetir las palabras. Si el resultado es inferior a un 50% de aciertos, se recomienda su activación.

La marca ReSound<sup>GN</sup> incluye para pérdidas severas y profundas el sistema Sound Shaper o Transformación Espectral, que comprime o transpone los sonidos hacia las frecuencias más graves en el espectro (medias y bajas) manteniendo la relación tanto de las frecuencias de salida, como de entrada, para conseguir la mejor calidad de sonido, y por tanto, haciendo audibles aquellos sonidos que de otro modo se perderían.

Por último, la casa comercial Phonak incluye el sistema SoundRecover, que permite a partir de una frecuencia de corte, que se puede situar entre 1,5 y 6 kHz, trasponer aquellas altas frecuencias inaudibles a frecuencias medias y bajas.

Las ventajas que conlleva la utilización esta prestación es que mantiene la calidad de los sonidos que se encuentran por debajo de la frecuencia de corte, que la compresión no tienen ningún tipo de retardo, por lo que se asegura una audición correcta al paciente pudiendo así escuchar y entender tanto en ambientes tranquilos como ruidosos.

Es de suma importancia que para realizar un buen rendimiento del sistema SoundRecover, primero hay que asegurarse de que los sonidos de alta frecuencia, como son los fonemas /s/ y /sh/ se puedan oír y distinguir, y que es recomendable un periodo de 2 a 4 semanas para que el usuario se familiarice con esta nueva forma de percibir los sonidos y entender el lenguaje.

#### Pérdidas fluctuantes

La casa comercial Widex en 2002 sacó un audífono (Senso Diva) con un programador portátil (SP3) que es capaz de medir la audición y ajustarlo en 13 bandas de frecuencia mediante audiometría in situ. Se utilizó para un estudio en que se adaptó a un hombre de 51 años con pérdida bilateral fluctuantes por sufrir Síndrome de Ménière en uno de los dos oídos pero no daba resultado. Por ello se emplearon retroauriculares con molde acrílico duro esquelético sin ventilación, y se programaron con SP3. Con la ayuda de este programador portátil, el paciente, habiendo sido instruido previamente, fue reajustando la programación en su casa y trabajo a su pérdida, práctica que le llevaba 15 minutos, tres veces al día.

El paciente declaró gran satisfacción por la facilidad de ajuste cuando variaba la pérdida. El estudio se realizó en 48 pacientes más, y se midió el beneficio obtenido a través de un cuestionario APHAB.

El estudio demostró que el 70% de los pacientes ajustaba su prótesis cuando cambiaba la audición, en algunos casos una vez al día, en otros una vez al mes, por lo que necesitaba un sistema más sofisticado, pero a la vez más sencillo, con el que este tipo de pérdida fluctuante pudiera ser mejor adaptada por el propio paciente, sin necesidad de acudir al gabinete con tanta frecuencia.

En la actualidad contamos con muchas marcas comerciales que han desarrollado sus propias aplicaciones para teléfonos móviles de última generación, sencillas de utilizar, que permiten, en cierta manera, reajustar la programación sin varias los parámetros sin variar básicos de la adaptación, por lo que los pacientes resultan más satisfechos, pudiendo realizar ellos mismos cambios, sin necesidad de gastar tiempo en desplazarse al centro auditivo.

Las casas Siemens o Starkey cuentan con una aplicación para Smartphone que permiten cambiar de programa, subir o bajar el volumen, silenciar y activar fácilmente los audífonos, ajustar los graves y los agudos, incluyen programa para tinnitus, control manual de la dirección del foco del sistema de micrófonos o comprobar el estado de la batería de sus audífonos. Además de controlar el volumen de sus audífonos, y crear memorias a través de su teléfono con funciones de geo-localización. Esta herramienta está diseñada para que el paciente sólo pueda reajustar el audífono dentro de unos límites establecidos por el audioprotesista.



ReSound<sup>GN</sup> cuenta con una app que permite al usuario una mayor libertad a la hora de gestionar su propia adaptación pudiendo ajustar el volumen de uno o ambos audífonos, cambiar los programas, ajustar los graves y agudos en función de sus necesidades, usar el potenciados de sonido para poder encontrar la mayor comodidad en ambientes ruidosos, la focalización del habla y la reducción del viento y además poder crear y guardar programas favoritos.

Phonak permite a los usuarios controlar en qué dirección quieren centrar su foco de atención sonoro, según el ambiente en el que se encuentren, con la Volumen Speech in 360°. También es útil para poder seleccionar, a través de una lista que aparece en la aplicación, todos los programas que el audífono contenga y las fuentes de audio conectadas para mejorar su experiencia sonora según sus necesidades.

#### Tinnitus

Los sonidos percibidos por los pacientes de tinnitus son tan variados como sus causas. El tonal es más común y describe la percepción de un sonido casi continuo o sonidos superpuestos con una frecuencia bien definida, como por ejemplo, silbido, pitido o zumbido constante.

Las formas no tonales son referidas como tarareos, chasquidos, crujidos y ruidos estrepitosos.

La marca comercial ReSound<sup>GN</sup> ofrece varios modelos con el módulo TGS (Tinnitus Sound Generator) que incluye el TRT (Terapia de Reeducación de Tinnitus), que da la posibilidad de generar un sonido neutral que permita distraer la atención del cerebro, haciendo así que el paciente tenga una menor percepción de ese ruido interno que le impide realizar su vida cotidiana.

También cuenta con una aplicación que recibe el nombre de ReSound Relief™ que permite al usuario, mediante una aplicación descargada en el móvil, realizar ejercicios de relajación y diferentes patrones sonoros que le permitan distraer su sonido interno, teniendo en cuenta que esta app no cura ni elimina el tinnitus, sino que es una herramienta más que permite complementar un plan de tratamiento de éste.

Otra casa comercial que también aporta su tecnología para el tratamiento del tinnitus es Phonak con el sistema Tinnitus Balance que permite al audioprotesista mediante un sonido de banda ancha, enmascarar el acúfeno,

utilizar una terapia de reentrenamiento de acúfenos (TRT) o un tratamiento progresivo de éstos (PTM).

Phonak, mediante la aplicación de Tinnitus Balance compatible con iOS y Android posibilita que se perciban menos y haciendo que el cerebro aprenda a reconocer ese ruido como otro más del entorno en el que se encuentren, es decir mezclándolo con el ruido ambiente.

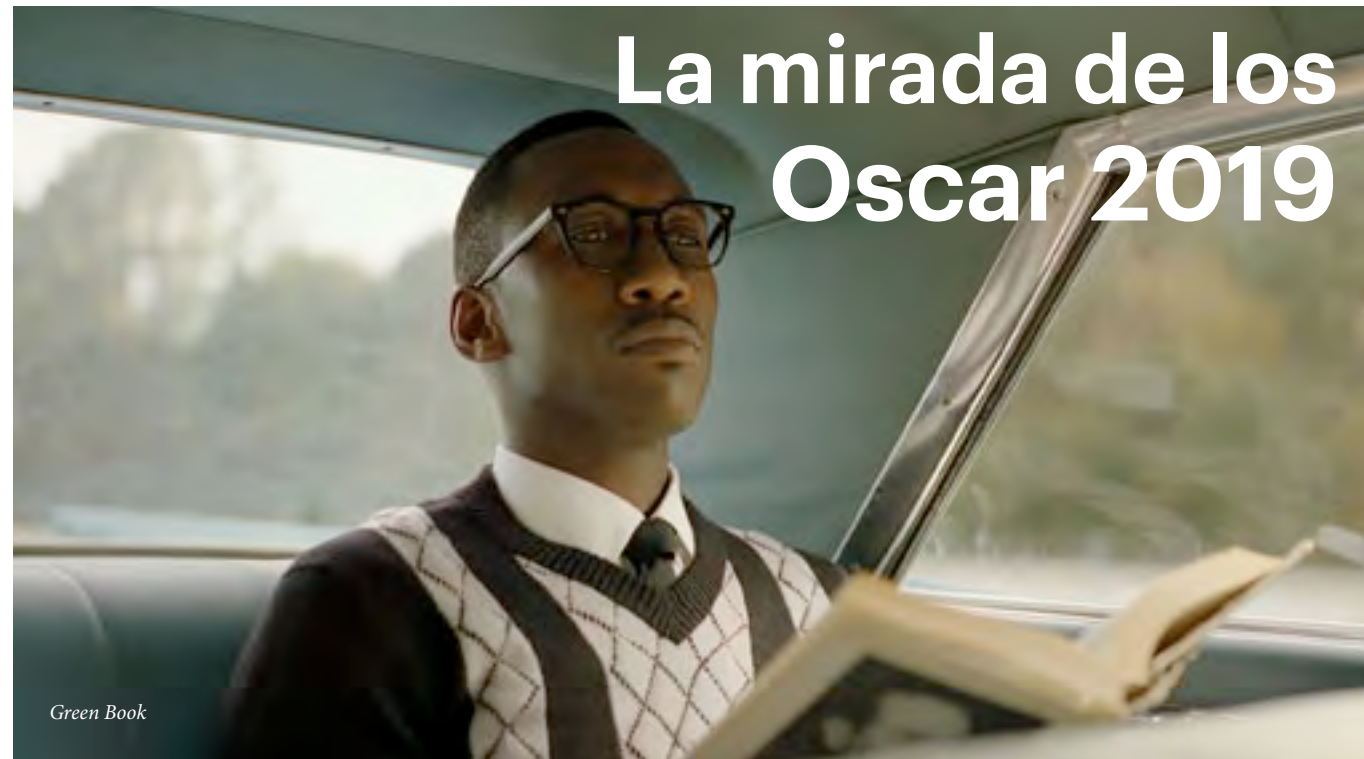
Además, incluye la opción de utilizar un temporizador como una ayuda extra para que el usuario pueda quedarse dormido.

### CASOS PRÁCTICOS

No todos los casos son iguales, ni todas las soluciones las mismas. Es por eso que como refuerzo práctico al proyecto vamos a incluir casos de pacientes, que debido a su pérdida de audición, suponen una dificultad llevar a cabo sus adaptaciones audioprotésicas y vamos a observar a efectividad de las mismas.

“Podréis encontrarlos en la plataforma Cione University <http://www.cioneuniversity.es>”





UN PRESENTADOR QUE RENUNCIA, CUATRO CANDIDATURAS A LOS PREMIOS QUE SE ENTREGARÍAN DURANTE LOS MINUTOS DE LA PUBLICIDAD Y UNAS PELÍCULAS CANDIDATAS QUE NO HABÍAN DESPERTADO PASIONES, PRECISAMENTE. TODO PARECÍA QUE IBA A SALIR MAL EN LA 91 EDICIÓN DE LOS PREMIOS DE LA ACADEMIA DE HOLLYWOOD DEL 24 DE FEBRERO EN EL DOLBY THEATRE. Y EFECTIVAMENTE, ASÍ OCURRIÓ.

El sentido del humor. Muy importante en la vida de muchas personas -no tantas como parece si echamos un vistazo a nuestro panorama político- y absolutamente indispensable en cualquier evento. Si coges un micrófono, tienes que hacer reír. Es ley de vida en cualquier evento. Pero en los Oscar 19 no había presentador porque el comediante Kevin Hart había renunciado por unos antiguos tuits homófobos justo 48 horas después de ser elegido para el temido cargo. Si a esto unimos que el anterior maestro de ceremonias, Jimmy Kimmel, había apegado con el 'marrón' de la chapucera entrega del Oscar a la Mejor Película de hace dos años, no había nadie voluntario para el puesto. Así que las gracias correrían a cargo de los lectores de los sobres y de los premiados. Y, claro, no es su trabajo. Además, por si fuera poco, sólo hubo dos premios no cantados de antemano: la increíble estatuilla al mejor filme para *Green Book* (el producto de Hollywood más previsible en décadas y que, desde luego, no pasará a la historia de ese arte llamado cine) y el muy justo al de Mejor Actriz para la inglesa Olivia Colman, para sorpresa de los muchos fans de la eterna candidata Glenn Close, la actriz con más nominaciones sin premio, siete, y de la cantante Lady Gaga, la otra favorita. Pero no todo fueron decepciones. Los Oscar de esta edición serán recordados,

por fin, por los de la diversidad: 15 mujeres recogieron el premio de 52 nominadas, siete galardonados eran afroamericanos, entre ellos los dos ganadores al premio a Mejor Actor de Reparto y había una candidata indígena americana, la maravillosa profesora de escuela Yalitza Aparicio, por *Roma*. Los ganadores ya no eran, como era norma hasta ahora, hombres blancos. Además, se habló español (Gracias, Javier Bardem) y nos números musicales gustaron, sobre todo la premiada canción de Bradley Cooper y Lady Gaga.

Pero no nos olvidamos del tema que nos ocupa en estas páginas: las gafas. Y, como siempre, tuvieron presencia, claro que sí. Las portaba, juveniles y de color púrpura en homenaje a Prince, el realizador Spike Lee, bienvenido animador de la fiesta al recoger su galardón como Mejor Guionista por *Infiltrado en el KKKlan*. Su discurso, coronado con un 'Hagamos lo correcto', en referencia a su filme *Do the Right Thing*, fue de lo mejor de la fiesta y su abrazo con otro gafotas, Samuel L. Jackson, todo un momentazo. También eran espectaculares las de Hannah Beachler, que se las puso para leer en su móvil los agradecimientos por su premio como diseñadora de producción, alias Decorados, por su trabajo en *Black Panther*. Y Ruth Carter, también por

la película de superhéroes de Marvel, también lució lentes mientras agradecía a Spike Lee su Oscar como Mejor Diseño de Vestuario. Mujeres agradecidas, y miopes, por fin en la entrega de galardones más importante del cine. En cuanto al tan devaluado territorio masculino, la mención especial corresponde, sin duda, a Mahershala Ali, ganador del Oscar dos veces en tres años y el primer afroamericano que lo hace en la categoría de Mejor Actor de Reparto. Sus gafas de aviador y su gorro fueron lo más elogiado entre los seguidores de la moda actoral. Y lo mejor de todo es que hay rumores sobre su condición o no de miope. Vaya, como nuestro Berto Romero.

¿Un repaso crítico a las películas nominadas este año y a su abundancia o no de lentes? Aquí está:

#### *Green Book*, de Peter Farrelly

Spike Lee se fue de la ceremonia cuando oyó que esta película, el primer drama del creador, junto a su hermano Bobby, de *Dos tontos muy tontos*, era el mejor del año. Una prueba de una decisión que sorprendió a muchos, especialmente a los partidarios de la casi obra maestra *Roma*. 'La película que gusta a tus padres' como la definió un periódico norteamericano, es uno de esos productos elaborados para que guste a todo el mundo y cuyas secuencias se pueden adivinar, una a una, unos cinco minutos antes de que se produzcan. No pasará a la historia, ni mucho menos, y los Oscar deberían hacerlo. Las gafas las llevaba el galardonado Mahershala Ali para leer, claro, porque es culto, es músico, es sensible y es homosexual. Menos mal que su chófer, blanco y muy macho, le salva de todo mal.



#### *Roma*, de Alfonso Cuarón

Rollazo para los que buscan solo entretenimiento en las salas y en su casa (la financia Netflix) y una obra maestra para el resto, el segundo Oscar como director para Cuarón, tras *Gravity*, es uno de esos filmes que se recuerdan mucho tiempo después de ser vistos, una de las cualidades del Arte, y no la menos importante. Las gafas las lleva Verónica García, la abuelita de la familia protagonista, una encantadora mujer 'reclutada' para la película a la salida de un teatro de la Ciudad Universitaria de México DF.







Black Panther



Bohemian Rhapsody



La Favorita



Infiltrado en el KKKlan

### Black Panther, de Ryan Coogler

La película de superhéroes más taquillera de Hollywood, el segundo filme con más ingresos del año (1.150 millones de euros) y el primer éxito de Marvel en ganar un Oscar no resiste la comparación con su competidora Los Vengadores: Infinity War en guión, personajes y espectáculo, pero gustó mucho en EE.UU, en unos momentos muy complicados para los derechos de las minorías. Las gafas las lleva el actor Michael B. Jordan en el papel de Eric Killmonger, unas bonitas vingage de marco dorado, pero nos quedamos con el casco del protagonista, un prodigio de diseño.

### Bohemian Rhapsody, de Bryan Singer

El fenómeno del año, con más de mil millones de euros de recaudación en todo el mundo. La película del ya maldito Bryan Singer, director acusado de violación de menores, no es, ni mucho menos, una obra maestra pero consigue lo que pretende: retratar la vida de Freddy Mercury sin obviar, aunque de forma muy suave, los episodios oscuros y, sobre todo, reflejando su amor por la música. Y Rami Malek, que lleva unas gafas de sol setenteras en los principios de Queen, está perfecto en su perfecta imitación. Aunque no cante él.

### La Favorita, de Yorgos Lanthimos

La mejor película del radical director griego y la menos afín de su estilo es una extraña revisión de Barry Lyndon de Stanley Kubrik y los filmes de Monty Phyton servida a ritmo endiablado por tres intérpretes en estado de gracia. Candidata a diez estatuillas, solo se llevó el de Mejor Actriz Protagonista pero valga como recompensa para una maravilla que no encajaba, ni mucho menos, en la ortodoxia hollywoodense. No, no hay lentes en un filme que se sitúa en la Inglaterra de principios del siglo XVIII.

### Infiltrado en el KKKlan, de Spike Lee

Después de varias películas del realizador sin estrenarse en nuestro país, nos llegó este reivindicativo relato, gracias probablemente al Gran Premio del Jurado en Cannes. Es, ante todo, una película entretenida que funciona casi por completo como una comedia de policías salpimentada con imágenes de documentales que denuncian el racismo de la época, los setenta, y que son perfectamente aplicables a estos días. Las mejores gafas, muy a la moda, las lleva Walter (Ryan Eggold).



El Vicio del Poder

### El Vicio del Poder, de Adam McKay

Nuevo ejercicio de estilo del director estadounidense Adam McKay, oscarizado hace tres años por el guión de La gran apuesta, y un nuevo milagro de Christian Bale, que volvió a hacer magia con su cuerpo para engordar o adelgazar o lo que sea según sea la película que le toca. El prodigioso actor engordó 20 kilos a base de comer y cenar pasteles y encarnó al vicepresidente de los EE.UU. Dick Cheney en un filme candidato a ocho Oscar pero que solo se llevó el de Mejor Maquillaje, innegociable. El actor porta unas lentes enmarcadas en oro, como su personaje.

### Ha Nacido una Estrella, de Bradley Cooper

Después de estar nominado por El lado bueno de las cosas (2012), La gran estafa americana (2013) y El francotirador (2014), Bradley Cooper optaba a 8 Oscar por su debut en la dirección por la tercera versión del clásico de William A. Wellman de 1937 que se desarrollaba en el mundo del cine. Está impresionante como el cantante de country Jackson Mayne y, a veces, luce unas gafas de sol que ocultan sus ojos rojos de resaca.

### Hugo Serván



# De las pasarelas a tu armario

## UN VERANO EN TONOS CÁLIDOS

El verano está a la vuelta de la esquina. Dejamos los tonos fríos y, animados por la luz y el calor del sol, nos decantamos por una paleta de tonalidades más cálidas, que resaltan nuestro bronceado y, simplemente, nos favorecen.



Maria Escoté

**L**as pasarelas internacionales marcan el camino a las grandes firmas nacionales, y éstas a las confecciones que finalmente llegan a las tiendas e inundan nuestro armario. Llegamos al verano y es época de optimismo, de dejar atrás una etapa de letargo y renacer ante una moda que se presenta llena de posibilidades, tejidos, colores, volúmenes y tendencias.

El espectro cromático se refleja en todas las prendas que vamos a utilizar, tanto hombre como mujer, en baño, lencería, en vestidos destinados a ocasiones especiales o ropa para vestir de forma casual y a diario. ¿Buscas inspiración y hacer una colección de “prendas fetiche” inspiradas en los grandes clásicos? Aquí tienes las sugerencias, en diferentes tonalidades, que van a marcar estilo los próximos meses.



BLANCO

Luis Vuitton y Ana Locking

En el último desfile primavera-verano 2019 presentado por Vuitton de la mano del diseñador Nicolas Ghesquière en el museo del Louvre se pudieron ver prendas blancas que, sin embargo, no dejan lugar para el aburrimiento. Se llevan las camisetas de volúmenes *oversize*, que enmarcan la figura femenina con un simple cinturón.

Ana Locking, por su parte, propone una vuelta a finales de los 80 y comienzos de los 90 en una rompedora colección englobada bajo el título de “Realness”. Los grandes volantes son la mejor opción para crear volúmenes extravagantes, especialmente localizados en los hombros y las piernas, sin olvidar el tono provocador de las transparencias.

NUDE

Alberta Ferretti y Ailanto

La casa italiana Alberta Ferretti juega con una paleta cromática en todos *nudes*. La ausencia de los matices oscuros abre la imaginación a un verano lleno de luz, donde las siluetas amplias y fluidas se concretan en blusas delicadas, con ligeras mangas abullonadas, transparencias y plisados, de corte muy romántico. Prendas de tonos etéreos llenas de detalles pero a la vez funcionales.

Ailanto, en cambio, se inspira en la estética de René Lalique, figura destacada del Art Nouveau. Su colección presenta un diseño muy artesanal, con una gama cromática muy tenue y diseños en *nude*, en alusión a la figura femenina desnuda que Lalique recreaba en sus piezas de joyería. El vestido se vuelve un *must* de este verano. Se busca la comodidad y por eso se despegas del cuerpo, creando capas y ciñéndose únicamente en la cintura. Sencillez en su máxima expresión.

CHAMPAGNE

Stéphane Rolland y Devota & Lomba

El diseñador Stéphane Rolland entiende el verano como una época llena de glamour, donde siempre hay una oportunidad para mostrar nuestro lado más sensual. Cuerpos en dorados y paleta cromá-



tica de tonos neutros, con cortes glamurosos en las faldas, inspiradas en los 70, que se abren vaporosas a medida que andamos, mostrando nuestro bronceado. El modelo ideal para una boda o un evento especial en los meses más calurosos.

Devota & Lomba toma como referencia en su colección de verano la flor del diente de león,

recreando así unos volúmenes florales en los hombros, donde enormes volantes asemejan grandes pétalos con un guiño de los años 80. Las formas florales se dejan ver también en los bajos y aparecen salpicadas por toda la prenda, con siluetas trapecio sesenteras muy ornamentadas bajo un *look* lineal, ideal para los zapatos bajos.

DORADO

Ralph Lauren y Lexdeux

El diseñador americano Ralph Lauren presentó su colección en su tienda de Madison Avenue, con sus icónicas escaleras de mármol. No podía haber mejor escenario para sus prendas doradas y muy sofisticadas. Una vez más, la firma propone líneas depuradas y siluetas minimalistas, que se ajustan al cuerpo femenino creando un elegante efecto, perfecto para cualquier noche de verano.



La firma española Lexdeux apuesta por seductoras creaciones a través de vestidos con *paillettes* metalizadas y elegantes, que acompañadas de cortes asimétricos sientan como un guante. Una apuesta perfecta para que cualquier mujer se sienta segura de sí misma y brille con luz propia.

AMARILLO

Chanel y Ángel Schlesser

Nada más veraniego que el mar. Por esa razón Chanel ha recreado una playa con arena



y olas en el interior del Grand Palais de París, en la presentación de su colección de verano, repleta de vestidos discretos aunque con pronunciados escotes, combinados con chaquetas ligeras, en tonos atrevidos pero ligeramente apagados.

El diseñador Daniel Rabaneda, para la firma Ángel Schlesser, propone, sin embargo, un amarillo eléctrico, que ha sido bautizado como “cat eye”. Vestidos con marcadas siluetas y tejidos elásticos, para resaltar el moreno y ser utilizados en todo tipo de situaciones.

MOSTAZA

Givenchy y Dolores Cortés

La escritora, fotógrafa y viajera alemana Annemarie Schwarzenbach, nacida en 1908, ha sido la gran inspiración de Clare Waight Keller de cara a la colección de verano. Ropa cómoda y ligeramente andrógina con espíritu aventurero, donde la asimetría y los detalles *cut outs* aportan originalidad al conjunto.

Para la firma Dolores Cortés, 65 años después de crear su primer bañador, el verano tiene inspiración en el Art Decó, o más concretamente en el Tropical Decó. La línea de baño se llena de formas arquitectónicas, en las que los volantes y flecos rompen con patrones lisos y tradicionales. Los pronunciados escotes y caderas elevadas hacen el conjunto muy femenino.





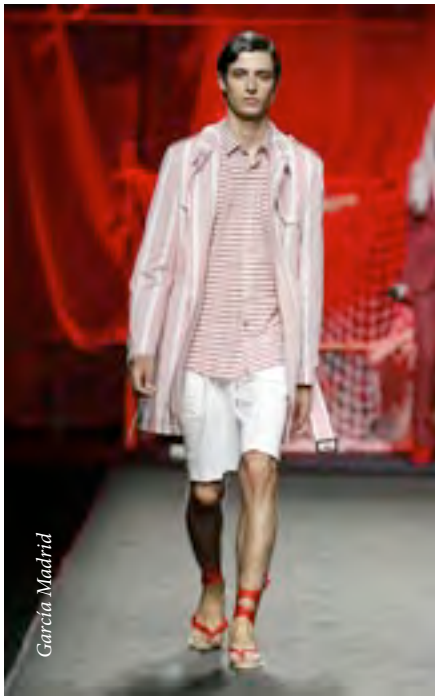


Menchén Tomás

## ROSA

### Balmain y Menchén Tomás

El diseñador francés Olivier Rousteing, como director creativo de Balmain, ha encontrado su inspiración veraniega en el blanco rosado de las perlas. Cinturas ceñidas con apliques metalizados y volúmenes exagerados en los hombros y brazos hacen de cada traje una



García Madrid



La Condesa

construcción arquitectónica y una auténtica obra de arte.

Por su parte, Menchén Tomás dirige su mirada a Cuba, con guiños a los patrones parisinos que seducían a su sociedad en los años 50. Las blusas tienen un toque asimétrico y muy femenino, donde los volantes y el tono rosado tienen un especial protagonismo, convirtiéndose así en prendas *fetiché* para esta temporada.



Hannibal Laguna

## MALVA

### Valentino y María Escoté

Pier Paolo Piccioli, para Valentino, propone un verano lleno de formas plisadas y mangas anchas, construyendo así unos conjuntos con personalidad propia, que sientan bien a todo el mundo. Una apuesta por el diseño que, con la combinación perfecta de complementos, muestra un acabado impecable.

María Escoté, una de nuestras diseñadoras con mayor proyección internacional, muestra una colección que insiste en realzar el empoderamiento de la mujer. Para ello, los dibujos animados de Las Suprnenas, proyectados en los 90, le han servido de fuente de inspiración, con cortes *oversize*, acabados *deluxe* y volantes XXL en tafetán.

## MAGENTA

### Schiaparelli y Hannibal Laguna

La colección de Schiaparelli viene marcada por la feminidad, envuelta en vibrantes tonalidades, con brillo y guiños florales estampados. Un vestido corto que se apoya en el tul del escote y el que aprecia ligeramente debajo de la falda, para aportar sensualidad

al conjunto y otorgarle un tono juvenil muy favorecedor.

Hannibal Laguna presenta, sin embargo, una mujer sofisticada, que sabe lo que quiere. La inspiración llega en forma de jardín de cerezos. Los colores y texturas de estas flores son el punto de partida para diseños con mangas anchas y vaporosas, y faldas muy ligeras, en una tonalidad claramente favorecedora y un aire romántico. Propuestas elegantes, sofisticadas y femeninas en vestidos con cuerpo de efecto tatuaje.

## NARANJA

### Tommy Hilfiger y Custo Barcelona

La actriz Zendaya ha debutado como diseñadora de Tommy Hilfiger y propone una colección perfecta para todas las tallas y edades. Los vestidos, con una estilosa caída, están inspirados en los 70 y los tonos naranjas resultan un gran potenciador de una piel ligeramente dorada por el sol.

El prototipo de mujer que inspira a Custo Barcelona apuesta por su individualidad, por marcar la diferencia y no pasar desapercibida. Tejidos tecnológicos con matices metalizados y mucho brillo marcan tendencia, rematándose con detalles contrastados y un cierto recuerdo al Lejano Oriente y la cultura pop. Lo clásico no tiene cabida en este universo onírico en el que la mujer parece una heroína recién salida de un comic.

## ROJO

### Self Portrait y García Madrid

Para este verano, nada mejor que buscar la inspiración en tierras ibicencas. Han Chong, el director creativo de Self Portrati, ha puesto su mirada en Ibiza, recreando el característico ganchillo de la isla en sus prendas que, sin embargo, presentan un electrizante color rojo. Blusas con volantes y asimetrías superpuestas terminan de completar un *look* muy juvenil.

Dedicado en exclusiva a la moda masculina, García Madrid propone mezclar el clasicismo de la sastrería con nuevos cortes, líneas más entalladas, rayas horizontales y verticales, y contrastes cromáticos, para un hombre deseoso de innovar. ¿Y por qué no utilizar bermudas incluso a la hora de buscar un tono más formal?



Custo Barcelona

## GRANATE

### Jean Paul Gaultier y La Condesa

Jean Paul Gaultier utiliza una paleta de colores vibrante y muy creativa para este verano. Los vestidos son auténticas piezas arquitectónicas, donde la creatividad juega un papel fundamental sin perder nunca de vista la feminidad de formas y volúmenes.

Fiel a su estilo desenfadado, Marina Conde, diseñadora de La Condesa, apuesta por prendas iridiscentes y referencias al estilo de los años 60 y 80, en lo que ha considerado una creación autobiográfica. Los vestidos brillantes, con cuerpos que recuerdan al nido de abeja combinados con una apariencia ligeramente plastificada, reflejan la diversión del verano, en una de las estaciones con más carga emocional para la diseñadora.



# Todos crecemos juntos. Todos Somos Cione.

Comparte experiencias y opiniones  
Entérate de noticias y novedades en tiempo real  
Disfruta de avances de información en exclusiva  
Sigue grandes consejos y recomendaciones



Foro  
**Somos  
Cione**

**¡Todas estas novedades  
y muchas más en el Foro “Somos Cione”!**



Si aún no estás en el Foro **Somos Cione**  
escribe a [foro@cione.es](mailto:foro@cione.es) o ponte en contacto con  
Verónica González **Tlf. 626 00 02 48** y date de alta ya.



**Cione**  
Grupo  
de ópticas