

Recopilación temática del abordaje de temas de salud por franja visual radio

Alexander Delgado

John Hincapié

Tania Gabriela Erazo

Monografía para optar por el título de Optómetra

Asesor:

Mario Andrés Espinosa Acosta -

Fundación universitaria del Área Andina

Facultad de Optometría

Pereira 2020

Monografía de grado

**Presentada como requisito para optar al título de Optómetra en la Fundación
Universitaria del Área Andina**

Presentada por:

Alexander Delgado

John Hincapié

Paula Victoria Gutierrez Gallego

Sergio Giraldo Moreno

Tania Gabriela Erazo

Yessica Cardona Guiral

Dirigida por:

Semestre VIII

2020(2)

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	4
GENERALIDADES	6
Desarrollo	9
Terapia Física Relacionada Con La Salud Visual	9
Sincronización coordinada a nivel corporal en movimientos y trayectos relacionados con la visión.	11
Salud Visual En El Comercio	12
Importancia de las redes sociales para hacer promoción de la consulta optométrica y cómo hacer una buena publicidad a las ópticas por medio de la red social instagram.	13
Daños oculares a causa de una mala adaptación de lentes de contacto cosméticos, consecuencias y mal uso.	14
Parámetros para actualizar una investigación de mercado de uso de lentes y monturas.	15
Derecho En La Optometría	16
Derechos incumplidos por los centros penitenciarios a personas con discapacidad física y motora que rige la constitución política de colombia para recibir atención de consulta por optometría.	17
Óptica Oftálmica	18
importancia del Ángulo pantoscópico en la consulta optométrica y la adaptación de monturas para usuarios que tienen constante uso de la visión próxima.	19

INTRODUCCIÓN

Desde su invención la radio ha sido uno de los medios de comunicación más importantes y con más influencia, se ha mantenido a través de los años aunque actualmente se ha ido perdiendo el interés debido al desconocimiento del buen uso en las generaciones más jóvenes ya que el avance de la tecnología ha entrado con mayor fortaleza haciendo que estas se puedan informar o comunicar por otros medios (Delgado, 2019)..

La radio como medio de comunicación y entretenimiento se caracteriza por tener dos tipos de tecnología la primera a M y la segunda FM, la diferencia entre estas se basa en la calidad y la eliminación de la interrupción de la frecuencia y el sonido. Actualmente se menciona la radio digital ya que los avances tecnológicos han sido capaces de demostrar que es posible sintonizar un programa radial por medio de internet (Delgado, 2019).

En Colombia en Colombia se conoce la primera estación radial universitaria de latino América por parte de la Universidad de Antioquía en 1833, es puesta en funcionamiento para difundir la educación y actualizar de manera correcta a los estudiantes por medio de profesionales interdisciplinarios el conocimiento (Grupo franja, 2016). La Optometría es la actividad encaminada al cuidado y valoración visual, dando corrección, diagnóstico y alivio a los defectos visuales por medio de técnicas profesionales, su principal objetivo es mejorar la calidad de vida de las personas; Para prevenir daños o lesiones oculares es importante conocer la estructura y funcionamiento del sistema óptico del cual pocas personas tienen una información que aporte a su conocimiento, como también existen personas que no son conscientes de tener un defecto refractivo porque desconocen que lo padecen, hasta que sus hábitos de la vida cotidiana se vean afectados por tener una mala visión. Por esto se recomienda hacer controles y asistir a consulta de optometría por primera vez para valorar el estado del sistema visual el cual se recomienda realizar cada año o seis meses dependiendo de su estado. Y aparte cabe resaltar que es normal si después de los 45 años la visión se empieza deteriorar debido a procesos normales de maduración en el ojo.

Franja visual radio fue creada en el año 2017, en una alianza con la facultad de Optometría seccional Pereira, está conformada por un equipo de trabajo multidisciplinario que a través de su enfoque aporta a la salud visual, se selecciona de manera específica a cada entrevistado según su especialidad ya sea desde la parte publicitaria, comercial, quirúrgica, adaptación de lentes de contacto, derechos de las personas en condiciones de discapacidad, ámbito deportivo, infecciones y cuidados primarios; todas las diferentes temáticas y experiencia son encaminadas a informar e interesar a los oyentes a conocer la función de la visión que interviene en las actividades de la vida cotidiana, ya sea en el trabajo, a nivel cognitivo o realizando actividad deportiva (Grupo franja, 2016); durante las emisiones de franja visual se relata desde la experiencia y conocimiento de cada docente de la fundación universitaria del área andina seccional Pereira aportando información de la visión que se relaciona desde la fisioterapia se describe cómo se afecta el sistema óptico a partir de una mala postura, mercadeo y publicidad enseñan a darle el buen uso a las redes sociales para contribuir a impulso y adecuado desarrollo tanto de la óptica como las compras virtuales, mediante la instrumentación quirúrgica los cuidados pre y postquirúrgicos de un paciente que se somete a una cirugía refractiva, la salud ocupacional brinda consejos para prevenir futuras molestias y fatigas visuales promoviendo realizar pausas activas entre jornadas laborales extensas, desde el campo de la optometría se explica cómo se requiere de la destreza y motilidad de la percepción visual para el desarrollo del campo visual en los deportistas y los pasos en una buena adaptación de lentes de contacto formulados por el profesional de la salud visual, derecho desde la parte legal acoge por medio de leyes a las personas en condiciones de discapacidad para ponerlos en igualdad de condiciones frente a la sociedad y siendo importante resaltar qué franja visual es un programa que emite para diferentes generaciones por lo tanto dentro del contenido se habla de enfermedades oculares en recién nacidos como también en las complicaciones que presenta una mujer embarazada que afecta el desarrollo posnatal, haciendo parte del programa a las mujeres en embarazo y así logrando llegar a todo tipo de audiencia (Grupo franja, 2018).

GENERALIDADES

QUIÉNES SON Y DONDE NACE FRANJA VISUAL RADIO

Franja Visual Radio se crea a partir del Grupo Franja Visual, el cual tiene como objetivo informar y actualizar al sector de la salud visual de América Latina, la información es ordenada y estructurada para informar a optómetras, oftalmólogos, propietarios, administradores y asesores de establecimientos de salud visual encuentren contenidos que sean de gran utilidad para su vida profesional y laboral, permitiéndoles así ofrecer un mejor servicio a sus clientes y pacientes; de tal forma que los conocimientos, productos y servicios sean útiles para la industria que ofrece productos y servicios a el sector de la salud visual, estas empresas tienen la oportunidad de encontrar en los medios del grupo franja visual la oportunidad para comunicarse directamente con el sector (Grupo franja, 2016).

El grupo está conformado por un equipo humano de periodistas, diseñadores, administradores y especialistas de la visión, entre ellos el presidente Javier Oviedo, sales manager Diana Rojas, gerente de marketing Kamyla Oviedo, gerente de cuenta Colombia-Ecuador Angélica Mata y periodista comercial moda y estilo Karol Rivera, que a diario recopilan, diseñan y organizan la información para que sea compartida a todos los lugares que siguen franja a través de las plataformas digitales desde el año 1986, en donde se publicó el primer periódico estudiantil, de allí cambia a revista estudiantil, expandiéndose cada vez más por medio de publicaciones, actualmente se mantiene y cuenta con un gran número de seguidores en sus medios impresos, presenciales que es uno de los eventos más conocidos, se realiza cada año en la ciudad de Bogotá Colombia, medios virtuales, canal de televisión online y por supuesto emisora de radio online, es entonces en el año 2017 donde surge su programa radial online dedicado a los especialistas de la salud visual en América Latina, en él se tratan temas gremiales, eventos, especializaciones, diplomados, nuevos productos y tendencias esto con el fin de informar al sector (Grupo franja, 2016).

Programas especiales que emite franja visual radio.

Franja visual radio contiene una serie de programas especiales, entre ellos 360 grados el cual surge de una alianza entre el grupo Franja Visual y la Facultad de Ciencias de la salud del programa de optometría seccional Pereira de la Fundación Universitaria del Área Andina, es dirigido por la directora del programa de optometría la Dra. Carol Violet Pinzon Mora, quien en compañía de un grupo selectivo de estudiantes de dicho enfoque se encargan de investigar, informar y comunicar temas de interés todos los martes de 10am a 11am por franja visual radio, su lema es “una mirada a los ojos desde diferentes ángulos” el cual describe que los oyentes podrán disfrutar de contenidos que impliquen diferentes enfoques ya sea terapéutico, comercial, publicitario, quirúrgico o de leyes, todos relacionándolos a la optometría desde cada punto de vista profesional (Grupo franja, 2018).

Para lograr una información calificada se invita a docentes y profesionales tanto de la salud visual como de otros programas académicos a participar del programa y a compartir su experiencia y sabiduría en los diferentes temas tratados durante las entrevistas.

Durante su emisión los oyentes podrán disfrutar de recomendaciones literarias, recomendaciones de hábitos o sitios turísticos de Colombia y unos minutos de buena música.

Cuenta con una página en Facebook Programa Radial 360 grados, en donde se publican post acerca del programa, videos de invitados, tema de la entrevista y el link directo para conectarse online.

A partir de esta estructura se diseña un programa radial que permita brindarles a los estudiantes, docentes y directivos un medio por el cual se retroalimentan de parte de un equipo multidisciplinario por medio de las entrevistas, seleccionando de manera específica cada entrevistado según su facultad y relacionando las diferentes profesiones de las personas entrevistadas con la optometría y temas de interés afines a salud visual.

Propósito y audiencia del programa radial 360 grados.

su propósito es generar un espacio en donde se exponen temas de Optometría o afines a la salud visual, basándose en un componente interdisciplinario en donde diferentes profesiones fortalecen y aportan al ejercicio de la Optometría, desde sus diferentes campos entre los que se pueden observar profesionales de mercadeo, médicos, Optómetras, fisioterapeutas, abogados, pediatras entre otros; para darle diferentes enfoques y puntos de vista, que permitan ejercer el ejercicio profesional que hace que la audiencia ponga gran interés y se proponga metas y objetivos que sirvan para aportar al análisis y criterio clínico, franja visual dedica sus emisiones a estudiantes, docentes, optómetras con óptica o sin ella y al personal encargado de la parte administrativa y de mercado de las ópticas tanto en lo nacional como en América Latina y parte de Norteamérica e invita al cuidado primario de la salud ocular, previniendo enfermedades y daños al sistema visual.

Desarrollo

Terapia Física Relacionada Con La Salud Visual

Recomendaciones acerca de cómo tener una buena postura corporal en el trabajo y en actividades de alta intensidad horaria para evitar daños la fatiga visual.

Actualmente se ha traído muchos correlación las seudomiopias que se ocasionan cuando los ojos enfocan un mismo objeto durante muchas horas y posiciones inadecuadas, el músculo ciliar que permite enfocar objetos cercanos y lejanos, se contrae; trayendo como consecuencia el no poder distinguir o ver con nitidez aquello que está a una distancia considerable es así como el ojo va perdiendo la capacidad de ver a distancia este tipo de problemas oculares van desde la parte acomodativa y no desde la parte reflectiva es por eso la importancia de un diagnóstico oportuno por medio de las pruebas acomodativas, es de suma importancia brindarle al paciente la orientación frente a las malas posturas frente a un computador, televisor o celular ya que esto ocasiona una fatiga visual y esta conlleva a la disminución visual para esto se recomienda una pausa activa más llamada 20x20 la cual consiste en que por cada 20 minutos que se lleve realizando una actividad frente a un equipo tecnológico se descansa 20 segundos, se retira la mirada de la pantalla, se fija la mirada en una distancia lejana que le permita al paciente observar diversidad de tamaños, distancias, colores y formas, también se recomienda realizar ejercicios de pestañeo y acompañar con humectación (Díaz, Díaz, Barrio y Rodríguez, 2016).

Desde la pediatría si el paciente es menor de 7 años aun el ojo no está desarrollado adecuadamente en estas edades ellos tienden a ser hipermetrope por lo que se debe recomendar a los que expliquen a sus hijos que el uso adecuado de los aparatos electrónicos es alejando él los dispositivos por lo tanto utilizándolos a una distancia prudente lo que induce que a un problema de acomodación. Si el niño es mayor de 7 años lo aconsejable es limitar el tiempo de los dispositivos en uso y hacer la recomendación 20x20 mencionada anteriormente.

Sincronización coordinada a nivel corporal en movimientos y trayectos relacionados con la visión.

Se considera que más del 80 % de la información sensorial que se recibe es de origen visual, y que la mayor parte de las respuestas corporales son una réplica a estímulos visuales originados durante acciones.

Los optómetras tienen como objetivo la optimización del sistema visual del paciente desarrollando actividades encaminadas a prevenir patologías y traumatismos con adecuada salud visual, y a mejorar los movimientos coordinados por medio de un sistema de compensación óptica (gafas o lentes de contacto), y/o entrenamiento visual específico para su disciplina y desempeño en el entorno donde éste se desarrolla. Actualmente las personas están haciendo usos prolongados de la tecnología, y así mismo el uso de dispositivos electrónicos se vuelve indispensable, estas personas con esta intensidad horaria del uso de dispositivos centran su visión en un solo objeto, dejando a un lado la activación de la visión periférica, la cual es importante para aumentar el campo visual, este incrementa la capacidad de captar, reconocer y responder rápidamente a estímulos o movimientos en respuesta a una acción determinada, además de tener diferentes ángulos de visión, que permite evaluar las diferentes perspectivas por parte del observador, volviéndose más hábil a la hora de moverse, caso contrario si una persona centra su visión en un celular mientras camina por la calle, posiblemente se tropiece, por ello es consecuente la activación de la visión periférica.

la retina periférica es especialmente sensible a los desplazamientos, siendo su función más característica la detección del movimiento, tiene la capacidad de detectar objetos en movimiento, acompañados de movimientos compensatorios de cabeza que hacen el seguimiento adecuado para distinguir los objetos, también brinda la posibilidad de tener movimientos coordinados y provee posturas corporales con habilidades motoras, para su desarrollo se ha comprobado que agarrar objetos y alcanzarlos en movimiento estimula en gran parte esta visión, los deportistas dependen del 80% de la visión periférica para su práctica ya que les proporciona la habilidad de captar los movimientos, jugadas, posiciones de los jugadores, espacios, entre otras.

Esta tiene un ángulo horizontal de aproximadamente 200° y un vertical de 160°, según la información que se percibe en este campo es posible tomar decisiones acertadas y precisas, de las cuales depende el desempeño de un deportista, ya sea en deportes de conjunto o individuales, los gestos o las señales que el sistema visual recibe en el entorno son posibles pistas para adelantarse a bloquear acciones de los adversarios, obteniendo una ventaja a nivel visual por capacidad de análisis y de su uso, es así cómo se procesa la información percibida por un deportista, para ejercitar estas habilidades existen algunos ejercicios, uno de ellos consiste en detectar en un medio amplio una luz que se enciende en cualquier sitio de este espacio, exigiendo al individuo estar pendiente de todo el campo visual, los grados de dificultad se pueden aumentar con ejercicios de equilibrio, posturas, entre otros que activan aún más esta capacidad, estar de espaldas a los objetos sin saber cuál se moverá al girar son otras de las actividades que mejoran el rendimiento de un deportista a través de la percepción óptica, la oclusión es otra de las técnicas que se utilizan, por último es recomendable la actividad física como trotar, los deportes de confrontación que obligan a analizar las características de todas las situaciones que se presentan en el juego y leer también entrena la capacidad de seguir y fijar (Perdomo, y Bohórquez, 2006).

Salud Visual En El Comercio

Importancia de las redes sociales para hacer promoción de la consulta optométrica y cómo hacer una buena publicidad a las ópticas por medio de la red social instagram.

Las redes sociales permiten comentar, expresarse, o compartir contenidos (fotos, vídeos, estados o comentarios) públicamente a través de perfiles personales creados con un fin ya sea social, comercial o informativo, En el comercial, las ópticas que manejan páginas web y contenido público utilizan estas plataformas como su propio nombre indica con un aspecto social. Son espacios virtuales donde cada óptica desde su perfil puede compartir e intercambiar online sus opiniones, intereses y experiencias de todo tipo, ya sea de la consulta optométrica o con fines de ofertar un producto a través de texto, vídeo o foto. Otra de las características de las redes sociales es la opción de encontrar clientes o usuarios con perfiles

similares o de su interés, que permiten ampliar la red de contactos de las ópticas, y por tanto se convierte en sociedad. El contenido que se difunde a través de las redes sociales permite generar gran impacto a nivel global, siendo esta una oportunidad y una gran estrategia de mercado ante la competencia, posicionándose en tendencia (Otero, y Cordero, 2016).

las redes sociales también permiten la transferencia de información con y entre ópticas, ya que dichos espacios virtuales permiten el contacto directo y dinámico entre ellas y sus clientes, por tanto la información publicada sirve para informarse y estar al tanto de los pasos que da la competencia en cuanto a los productos o servicios que cada una de estas organizaciones de la salud visual ofrece a través de las redes.

Con este fin las organizaciones de la salud visual tienen la capacidad de promocionar, ofertar y difundir información comercial, dándole un mayor impacto y calidad de reconocimiento de marca para que así diferentes clientes con cada tipo de necesidad visual pueda acceder y ajustarse al producto, captando su atención y ampliando el número de clientes, que a su vez impulsa el contenido a volverse viral, siendo esta una gran ventaja y estrategia de mercadeo y publicidad ante la competencia (Hermosa, 2015).

Actualmente las redes sociales han tomado posicionamiento con gran número de audiencia y seguidores de ellas, todas las personas le imponen diferentes usos, convirtiéndose en una oportunidad de captar la atención comercial de todo tipo de persona a nivel mundial, Es entonces como las redes sociales se pueden convertir en la mayor oportunidad de mercado para diferenciarse ante la alta competencia, las principales y las que actualmente están siendo más utilizadas por los usuarios son Facebook, Instagram, Youtube y twitter, entre otras. los usuarios hacen uso de ellas en ocasiones para la búsqueda de un producto ya sea monturas, lentes oftálmicas, lentes de contacto, soluciones oftálmicas o la prestación del servicio de consulta optométrica, y en otras ocasiones sin fines de consumidor, conociendo esto se evidencia que independientemente del uso que el seguidor le da a las redes sociales siempre va a estar en constante interacción con publicidad o sugerencias que las mismas redes hacen con fines lucrativos, es decir que en todas las redes se encuentra publicidad de el producto a ofertar. Para hacer uso comercial de las ópticas en redes sociales es recomendable conocer cómo funcionan; un gran ejemplo es Instagram siendo la número 1 en imagen y video, recordando que la

imagen del producto de la salud visual que se publica debe ser llamativa y con una excelente calidad además de tener colores expresivos y un cuerpo que resalta la calidad, la función y las características del mismo captando la atención y el interés por adquirir el producto por parte de los seguidores de instagram, es entonces donde las ópticas encuentran una forma diferente de hacer publicidad y estar a la altura de el marketing digital e imponiendo la estructura de su nicho de mercado logrando llegar a el grupo más selectivo de clientes que tal vez pasan desapercibidos por la competencia y se convierten en la capacidad de diferenciar el trabajo de una óptica con respecto a las demás, un ejemplo es que una óptica puede ofrecer solo la consulta básica de optometría mientras que otra ofrezca el mismo servicio pero además tenga la capacidad de cubrir remisión a especialidades como oftalmología, contactología o terapia visual y ortóptica, este tipo de publicidad hace la diferencia y atrae mayor número de pacientes, de la misma forma las publicaciones que se hagan ofertando el servicio a través de instagram debe ser real y preferiblemente en las instalaciones de la óptica para convencer a los seguidores de que el servicio es de calidad y se presta con todo profesionalismo (Otero y Cordero, 2016).

Estrategias para el impulso de empresas de la salud visual a través de instagram.

La publicidad a través de redes sociales como Instagram ha demostrado ser una buena estrategia de mercado para incrementar las ventas de las ópticas por otros medios, no solo presenciales sino también por medio de contenido publicitario propio de la personalidad de la marca en la salud visual. Por personalidad se entiende entonces como el conjunto de características propias que diferencian una organización, empresa o negocio de otra, con cualidades únicas de su enfoque empresarial, siendo este el primer paso para dirigirse a los clientes por medio de la publicidad, quienes se hacen preguntas tales como; quiénes son, qué productos ofrecen, porque los ofrecen, porque y con qué propósito se crea una empresa que ofrece servicios y productos de la salud visual (Dávila, 2014).

El segundo paso para impulsar el mercado online es segmentar el público al cual se le ofrece el producto teniendo en cuenta que no se debe excluir a ningún tipo de

persona, es decir, para quien se va a vender el producto y las categorías del producto; en el caso de las ópticas el público se segmenta en productos para niños, adultos, adultos mayores y jóvenes; no todas las categorías tienen las mismas necesidades o cualidades, esto amplía la red de compradores sin excepción; para ofertar la consulta optométrica también se debe segmentar al grupo de pacientes, es decir que servicio se va a ofrecer, contactología, consulta pediátrica, terapia visual y ortóptica, baja visión, prótesis o consulta general, si la empresa de la salud visual ya cuenta con estas características está preparada para iniciar el siguiente paso, el cual consiste en crear el perfil público de la óptica con su respectivo logo, que contenga colores representativos de la empresa y la marca, crear el nombre evitando exceder la cantidad de signos de puntuación o números para facilitar su búsqueda, colocar toda la información para hacer una visita presencial a la óptica si el seguidor lo desea, con dirección, ciudad, contacto, teléfonos, pagina web, lema y catálogo de servicios y productos que ofrece, esto le dará un excelente servicio al cliente y se sentirá en confianza de adquirir el producto, por otra parte se debe estructurar el contenido que se desea publicar para atraer los primeros seguidores del perfil de instagram, para ello un claro ejemplo de cómo atraer seguidores es publicando tips, cuidados y datos curiosos de la salud visual con imágenes y videos que explique en términos no clínicos el contenido de la misma, publicar el antes y el después de la satisfacción del cliente con el servicio o producto adquirido dará seguridad y veracidad del perfil, a partir del impacto que esta cause los seguidores podrán compartirlas o postearlas en sus perfiles privados creando la cadena que dará reconocimiento a la óptica, esta es una de las formas de conseguir seguidores y optimizar la red social, cabe resaltar que numero de seguidores no es igual a número de compradores (Jiménez, Pascual, y Lara, 2008).

Seguido de estructurar la información que se va a publicar debe escoger un cuerpo que describa la foto o video, es allí donde muchos empresarios cometen errores con el uso excesivo de los hashtag, para no caer en esto a la hora de mencionar un hashtag se debe observar que el público del hashtag no sobrepase 3 veces el número de seguidores del perfil, de lo contrario será una publicación fantasma sin optimización ni posicionamiento en Instagram. Finalmente si la óptica recientemente se inauguró la publicidad que atraiga a los compradores será ofertando algunos productos con descuentos y obsequios que obligan a que el cliente adquiera otros

servicios como por ejemplo, 20 % de descuento en monturas para montar una fórmula, una vez que el cliente llegue a la óptica se le explica que para obtener la fórmula debe pagar o acceder al servicio de consulta con el optómetra, pero no solo es atraer inicialmente al cliente sino tener las instalaciones en óptimas condiciones, agradables y llamativas, con un personal calificado que ofrezca la mejor atención y genere comodidad a los pacientes y estos recomienden el servicio, así mismo se recomienda hacer un seguimiento de la satisfacción de los clientes con el producto adquirido, ya sea por medio de encuestas o llamadas telefónicas que pregunten al cliente cómo se siente y cómo le ha ido con el producto, si presenta algún tipo de molestia, verificando la calidad del servicio (Miranda y Cruz, 2016).

Daños oculares a causa de una mala adaptación de lentes de contacto cosméticos, consecuencias y mal uso.

Como bien se sabe el uso de los lentes de contacto han aumentado en las últimas dos décadas debido a la ventaja que tiene frente a las gafas por la comodidad que genera en la vida profesional o deportiva también hay un alto porcentaje de pacientes que hacen que estas cifras se eleven por la parte estética que los lentes brindan (Díaz, Díaz, Barrio, y Rodríguez, 2016).

Los lentes de contacto tienen tres indicaciones principales:

Corrección visual de grado ya sea para una hipermetropía, astigmatismo, miopía, presbicia.

Terapéutico para la corrección de algunas enfermedades oculares o después de una cirugía ocular.

Por otra parte está el uso cosmético que le están dando, ya que brindan la comodidad de que sean de colores, es aquí donde franja visual quiere hacer énfasis ya que actualmente el inadecuado uso de estos han aumentado ya se porque las personas simplemente quieren cambiar el color de sus ojos o por qué las festividades como en el mes de octubre así lo pide.

El inadecuado uso puede ocasionar lesiones irreversibles en la visión o infecciones por hongos, bacterias o amebas, ya que estos ocasionan obstrucción de la oxigenación de la córnea y pueden llevar a destrucción celular.

Las complicaciones más marcadas por el mal uso son la queratitis que es una inflamación corneal que ocasiona sequedad, dolor e hipersensibilidad.

Úlcera en la córnea ya que el prolongado uso de los lentes genera cómo se mencionó anteriormente la destrucción de células a nivel corneal.

Por lo tanto se recomienda lavar y secar bien sus manos antes del primer contacto con los lentes de contacto, tener en cuenta las recomendaciones de tiempo brindadas por el optómetra y no exceder su uso, realizar el mantenimiento indicado por los profesionales en cuanto a la esterilización y limpieza de los lentes y por último no dormir con ellas.

Parámetros para actualizar una investigación de mercado de uso de lentes y monturas.

El administrador de empresa es el encargado de organizar, planear y liderar la investigación de Mercado, que permite encontrar clientes potenciales, nichos y tendencias, se recomienda desde el área administrativa tener la información desde la parte interna, es decir, la empresa a la cual se representa, es importante también tener información acerca de la parte externa, por ejemplo la competencia, compradores y vendedores, tener en cuenta las variables que se van a utilizar sean macro como elementos asociados a fuerzas que son difíciles de controlar, el ambiente, políticas, entorno legal y micro como los proveedores, clientes y sitio de venta (Niampira y Soto, 2018).

El administrador debe apoyarse en la segmentación de mercado, realizando la caracterización de los clientes ya sea a nivel geográfico, demográfico o estilos de vida, esto con el fin de hacer un análisis más profundo sobre los productos o servicios que la empresa quiere ofrecer, para quien vender, qué servicios ofrecer, cuales son las necesidades de los clientes y para que tipo de personas o grupo de personas se ofrece el producto, ya sea por sexo, ubicación, clima, tendencias, religión u ocupación.

Los tips para realizar una investigación productiva es inicialmente observar y analizar mediante la segmentación de mercado, la cual servirá para diferenciarse de la demás competencia, esto es importante porque permite ofrecer productos únicos

y ser a su vez una empresa de preferencia por el público, se define como el objetivo de la investigación en el mercado, lo siguiente que el empresario debe hacer es elegir las variables con las que se va a trabajar, ya sea de tipo macro o micro, planear y definir la fuente de información con entrevistas, encuestas o fuentes secundarias, determinando así una calidad de información para que la investigación sea sólida, y como bien se sabe no se puede dejar a un lado la atención, esta es la imagen de la empresa, como atender a los clientes, la amabilidad y la comodidad que se les ofrece en la atención es fundamental para que vuelvan a visitar el lugar y así fidelizarlos, además de ofrecer unas excelentes instalaciones, colores agradables representativos de la empresa y que el lugar esté limpio (Cabrejos, 2002).

Existe la posibilidad de encontrar diferentes tipos de clientes a la hora de ofrecer un producto o servicio, entre ellos están los clientes fieles, los cuales hacen re-compra y se sienten identificados con la marca, satisfacen sus necesidades. Hay clientes indecisos que necesitan comparar y buscar razones para adquirir el producto es allí donde se muestran las variables, beneficios, materiales y tipos de lentes, diferentes opciones y estilos de monturas que se ajusten al cliente, entre otras, también se pueden encontrar clientes indiferentes que no necesitan muchas razones para decidirse por un producto, así mismo pueden existir muchos tipos de clientes, que directamente se relacionan con las personalidades de cada individuo.

Entre las estrategias que se deben utilizar para promover el mercado de las ventas está el trabajo por medio de promoción con el uso de influenciadores, relaciones públicas, patrocinio, este mediante el marketing tradicional y actualmente el marketing digital, que es de gran ayuda para llegar a todos tipo de personas mediante la digitalización de la publicidad; en el servicio al cliente se brindan espacios a los clientes, donde puedan estar en contacto con los productos que se van a ofrecer

Derecho En La Optometría

Derechos incumplidos por los centros penitenciarios a personas con discapacidad física y motora que rige la constitución política de Colombia para recibir atención de consulta por optometría.

Según la ley 1437 del 2011 toda organización de orden administrativo debe aplicar y conocer el conjunto normativo que regula las actividades de la administración pública, controlando su legalidad, una de las organizaciones que debe estar regulada por esta normatividad son los centros penitenciarios de Colombia, entidad resguardada y bajo la vigilancia del INPEC instituto nacional penitenciario y carcelario, el cual ejerce la dirección, administración y control de estos centros de orden nacional, en el capítulo II derechos, deberes, prohibiciones, impedimentos y recusaciones, en su artículo quinto que habla de los derechos de las personas ante las autoridades en este caso de los centros penitenciarios de Colombia, certifica en la constitución política que toda persona tiene derecho a Ser tratado con el respeto y la consideración debida a la dignidad de la misma, a obtener respuesta oportuna y eficaz a sus peticiones en los plazos establecidos para el efecto, y sobretodo derecho a recibir atención especial y preferente si se trata de personas en situación de discapacidad, niños, niñas, adolescentes, mujeres gestantes o adultos mayores, y en general de personas en estado de indefensión o de debilidad manifiesta de conformidad con el artículo 13 de la Constitución Política (Congreso de la República, 2011).

Dicho esto, se da a conocer cuáles son los derechos de las personas que se encuentran privadas de la libertad en los centros penitenciarios con limitaciones físicas, siendo este el propósito por el que se crea el semillero de derecho penitenciario carcelario, dirigido por la doctora Astrid milena con intervenciones en cárceles de Pereira y santa rosa, hace 2 años en el programa de derecho de la Fundación Universitaria del Área Andina seccional Pereira, verificando que el Régimen penitenciario cumpla las leyes que regulan todo lo que tiene que ver con el sistema, en el momento en que una persona entra a pagar una pena que la priva de su libertad, comprobando que existen derechos inscritos que no trascienden a la realidad de ser cumplidos por el 79% de los directores de las cárceles, los cuales

testifican no tener recursos ni enfoques, entendiendo por estos últimos como referentes a la salud, deporte, asistencia , entre otras actividades, por tanto no hay un cumplimiento total de estas leyes; entre ellas el hacinamiento que es uno de los principales problemas de las cárceles en Colombia.

El régimen busca la resocialización de la persona en los centros penitenciarios, por eso exige que las personas privadas de la libertad tengan acceso a la educación con cursos internos que les permite aprender y desenvolverse con diferentes actividades, derecho a la actividad física y deportiva, a la religión y la práctica de la misma y como principal factor y en el cual se hace más énfasis, la salud, de la cual no se presta su correspondiente servicio, con instalaciones inadecuadas y no lo suficientemente abastecida por el centro carcelario, tampoco ofrecen instalaciones adecuadas para mejorar la calidad de vida de las personas en condición de discapacidad, la ley establece que debe haber un enfoque diferencial con el resto de la población no por discriminación sino para facilitarle su normal desarrollo, el braille es una de las herramientas que las cárceles ofrecen a las personas con discapacidad visual, su función es permitir la lectura por medio de escritura táctil, formada por unos puntos en relieve. Por ello cuando las leyes son expedidas tratan de abordar todas las posibles situaciones que se puedan presentar sin excepción, para tener adecuaciones de acuerdo a esas limitaciones, de esta forma el derecho y las leyes se relacionan con la salud visual en Colombia, pero para tener un acceso al servicio de optometría estas personas se dirigen a los entes administrativos, diligenciando los permisos y las peticiones correspondientes, por medio del derecho de petición según el artículo 13 del capítulo II de la ley 1437, emitiendo que toda persona tiene derecho a presentar peticiones respetuosas a las autoridades, en los términos señalados en este código, por motivos de interés general o particular, y a obtener pronta resolución completa y de fondo sobre la misma, y que toda actuación que inicie cualquier persona ante las autoridades implica el ejercicio del derecho de petición consagrado en el artículo 23 de la Constitución Política, sin que sea necesario invocarlo. Mediante él, entre otras actuaciones, se podrá solicitar: el reconocimiento de un derecho, la intervención de una entidad o funcionario, la resolución de una situación jurídica, la prestación de un servicio, requerir información, consultar, examinar y requerir copias de documentos, formular consultas, quejas, denuncias y reclamos e interponer recursos. De allí su

tratamiento depende del director de la cárcel y de la autorización que los entes administrativos aprueben, teniendo en cuenta que es un derecho de toda persona.

Óptica Oftálmica

Importancia del Ángulo pantoscópico en la consulta optométrica y la adaptación de monturas para usuarios que tienen constante uso de la visión próxima.

El ángulo pantoscópico permite ubicar la parte inferior del lente adecuadamente para que los pacientes puedan hacer el ejercicio de la lectura, es decir el plano del ángulo de la montura permite tener una buena calidad óptica en cualquiera de sus variaciones, este se ejerce entre el plano frontal de la lente y el brazo de la montura, más o menos entre 10 y 12 grados, es indispensable en lentes progresivos u ocupacionales, ya que este diseño de lentes tienen en la parte inferior una zona que sirve solo para ver de cerca, si se toman mal las medidas de este ángulo el paciente puede presentar incomodidad y rechazo al hacer uso de la corrección óptica, allí radica su importancia y la necesidad de tener en cuenta estas características por parte del profesional de la salud visual, muchos de estos profesionales deben responder a los pacientes por garantía y una mala adaptación, ya que es culpa del profesional descuidar puntos tan importantes como es medir el ángulo pantoscópico, dejándole la tarea ya sea a los asesores de las ópticas o a los laboratorios, los cuales envían una medida supuesta y calculada más no medida y tomada, ignorando que estas pueden variar de acuerdo a los rasgos faciales, recordar que una mayor inclinación es necesaria para reducir al máximo la distancia entre la cara posterior del lente y el vértice corneal y que debe cumplirse para mejorar el desempeño del lente en visión lejana y aprovechar eficientemente el campo de cerca, ofreciendo comodidad y calidad óptica al paciente (Quevedo y Solé, 2007)..

Para medirse se debe mirar al infinito, en posición primaria de mirada; es decir, manteniendo los ejes visuales de ambos ojos hacia la línea del horizonte y en una posición cómoda y natural, se mide desde la parte posterior del lente y el brazo de la montura.

Materiales y filtros de lentes oftalmicos más recomendables según sus características ópticas.

La óptica oftálmica es la aplicación de todos los principios de la óptica, estudia los materiales, el diseño, la constitución y la calidad óptica de los lentes, dichos lentes pueden compensar ametropías como astigmatismo, miopía e hipermetropía, pueden ser cóncavos o convexos, ya sea de diseño esférico o asférico, este último es el más recomendado porque elimina las aberraciones cromáticas, son más delgados y menos pesados para los pacientes. Existe un fenómeno óptico llamado iridiscencia que hace que las ondas cromáticas se dispersen, creando unos aros de colores alrededor de las lentes, esto está dado por el número ABBE que representa la capacidad de un lente para dispersar la luz y evitar estos fenómenos, es decir que entre más alto sea el número ABBE, habrá menos dispersión cromática y más calidad óptica. El índice de refracción es otra de las propiedades de las lentes oftálmicas, indican la velocidad con la cual la luz atraviesa el lente, junto con otras como la reflexión, transmisión y absorción.

Existen materiales orgánicos e inorgánicos, dentro de los orgánicos y los mas comunes está el policarbonato que es uno de los más vendidos en colombia por su precio y por su alta resistencia a los impactos tiene un número ABBE aproximado de 30, es muy bajo y no provee una buena calidad visual, otro de los más conocidos es el CR39 y el trivex que es en esta categoría el lente más recomendado por su calidad óptica, por otro lado los inorgánicos como los altos índices ofrecen menos grosor y pesan menos, diseñadas especialmente para formulas altas, existen otros materiales como el futurex que ofrece diferentes presentaciones, pero se debe tener en cuenta que el material y el tipo de lente va de acuerdo a las necesidades del paciente, es decir que se mide el rango de formula y su ocupación, centro óptico, distancia pupilar, alturas focales, y todas las medidas necesarias para ajustar el lente a la necesidad del paciente. Algunos de ellos requieren filtros, el blue protect es uno de ellos, ofrece protección contra la luz azul la cual proviene de todos los dispositivos electrónicos, con una incidencia de 450 y 500 nanómetros, los pacientes sometidos a esta exposición de luz azul con alta intensidad horaria, afectan su ciclo circadiano, ya que en la retina existen unas células ganglionares fotosensibles, que controlan dicho ciclo, este filtro tiene una capacidad de absorción

del 25% aproximadamente. También es necesario tener en cuenta las características de pacientes presbitas que requieren de lentes progresivos, una de las propiedades de estos lentes es que vienen prismados verticalmente, para mejorar la estética y diseño del lente, esto es importante en caso de que requiera corrección prismática (Grupo franja, 2016).

Los lentes también pueden ser tintados con filtros de diferentes colores, azul, negro, naranja, amarillo, entre otros, son recomendados en pacientes patológicos que presentan algún tipo de fotofobia, finalmente también se encuentran los filtros fotosensibles a la luz solar, compuestos por unas moléculas químicas que reaccionan al sol y se oscurecen ante su presencia.

Referencias

- Cabrejos, B. (2002). La Publicidad, el mercadeo directo, la promoción y las relaciones públicas en el mercadeo de bienes industriales en Antioquia. *Universidad Eafit*, 37-45. <https://www.redalyc.org/pdf/215/21512604.pdf>
- Barraquer, J. (1964). Qucratomileusis para la Corrección de la Miopía. *Ann. Inst. Barr.* 5, 206.
- Congreso de la República. (2011). Ley 1437 de 2011. Diario Oficial No. 47.956 de 18 de enero de 2011. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1437_2011.html
- Congreso de la República. (2011). Ley 1437 del 2011. Diario Oficial No. 47.956
- Dávila, K. (2014). Propuesta para el desarrollo e implementación de una plataforma de mercadeo digital para óptica univisual Ltda, *Universidad Autónoma De Occidente*. <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/5818/1/T03834.pdf>
- Definición (2019). Definición de readio. <https://definicion.de/radio/>
- Delgado, I. (2019). Medios de comunicación, *Significados.com*. <https://www.significados.com/medios-de-comunicacion/>
- Díaz, S., Díaz, M., Barrio, L., y Rodríguez, Y. (2016). Texto de parafunciones en sistema braille para pacientes ciegos y de baja visión. *Revista Archivo Médico de Camagüey*, 20(2), 188-197. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-02552016000200011&lng=es&tlng=es.
- Grupo franja. (2016). Ángulo pantoscópico ¿por qué es importante tomar esta medida? <https://grupofranja.com/angulo-pantoscopico-por-que-es-importante-tomar-esta-medida/>
- Grupo franja. (2016). Importancia del número Abbe en lentes oftálmicos. <https://grupofranja.com/importancia-del-numero-abbe-en-lentes-oftalmicos/>
- Grupo Franja. (2018). Quienes somos. <https://grupofranja.com/quienes-somos/>
- Hermosa, B. (2015). Estrategias de marketing para productos de óptica. *Universidad Politécnica de Cataluña*. https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/89292/blanca.hermosa%20-%20TFG_BLANCAHERMOSA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jiménez, M., Pascual, C., y Lara, E. M. (2008). Influencia de la publicidad en las tendencias sociales: Una aproximación exploratoria al mercado publicitario español. In *Estableciendo puentes en una economía global* (p. 29). *Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC*.
- Miranda, A., y Cruz, I. (2016) Redes sociales: herramienta de marketing internacional en el sector hotelero, *El periplo sustentable*, (31). http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200012
- Niampira, L., y Soto, G. (2018). Plan de mercadeo good vision centro visual, *Universidad Libre*. <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/15865/PLAN%20DE%20MERCADERO%20GOOD%20VISION.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Otero, L., y Cordero, R. (2016). Publicidad en redes sociales. ¿una oportunidad para la promoción de la docencia en las universidades? *Universidad de Salamanca*. https://www.researchgate.net/publication/305619229_PUBLICIDAD_EN_REDE

S SOCIALES UNA OPORTUNIDAD PARA LA PROMOCION DE LA DOC
ENCIA EN LAS UNIVERSIDADES

- Peralta, J. R. (2005). Desarrollo de la óptica oftálmica y uso de anteojos en la ciudad de México durante los siglos XVI-XVIII. *Secuencia*, (62), 6-44. <https://www.redalyc.org/pdf/3191/319136829001.pdf>
- Perdomo, C., y Bohórquez, J. (2006). Dispersión y número Abbe. *Ciencia y Tecnología para la Salud Visual y Ocular*, 4(6), 55-60.
- San Martín, A. (2015). Lecturas semana 3. <https://docplayer.es/78279147-Lecturas-semana-3-a-semana-de-agosto-de-2013.html>