

Newsletter
2017 n°57

JUNIO

OC

OPTICA CERVANTES





WELCOME

A photograph of a woman's legs in a bright yellow dress, positioned against a vibrant blue brick wall. The legs are crossed at the ankles, with the right leg in front of the left. The lighting is bright, highlighting the texture of the skin and the wall. The word "SUMMER" is overlaid in white, thin-lined capital letters across the middle of the image.

SUMMER

OC
OPTICA CERVANTES



DESCÚBRELAS EN OC

El modelo SK0144 destaca por su color atractivo, disponible en azul, verde o púrpura, y por su bonito diseño lente sobre lente. Las varillas de rutenio teñido son ligeras y están adornadas con brillantes cristales de Swarovski que le proporcionan un aspecto moderno e informal.



DESCÚBRELAS EN OC



SWAROVSKI



DESCÚBRELAS EN OC



A woman with long brown hair is shown in profile, looking down. She is wearing dark sunglasses with a Swarovski logo on the temple and a matching bracelet on her left wrist. The background is a dark blue, out-of-focus scene with many small, light-colored, diamond-shaped objects falling, creating a bokeh effect. The overall mood is elegant and sophisticated.

La nueva colección de gafas Swarovski juega con las siluetas clásicas y las notas contemporáneas para realzar cualquier estilismo con un toque de glamour. Gracias a su diseño, todas las monturas aportan una nota original hasta al estilismo más sencillo.

El color de tus ojos.

Color de ojos y personalidad: dime de qué color tienes los ojos y te diré cómo eres.

Siempre se ha dicho que los ojos son la ventana del alma y un buen indicativo de la salud de una persona. Dos científicos, Elliroma Gardiner, de la Escuela de Psicología de la Universidad de Queensland (Brisbane, Australia) y Chris J. Jackson, de la escuela universitaria de negocios de la Universidad de New South Wales (Sydney, Australia) han investigado si los ojos también sirven para predecir los rasgos de personalidad y el grado de amabilidad de un individuo. Este trabajo (Eye color Predicts Disagreeableness in North Europeans: Support in Favor of Frost), ha sido extrapolado de la investigación Frost's (European hair and eye color: a case of frequency-dependent sexual selection?), en la que se investigaron los patrones de comportamiento basados en la diversidad de colores de pelo y ojos de la población del norte de Europa.

De acuerdo con los datos de Gardiner y Jackson, las personas que tienen los ojos claros (azules y verdes), presentan una tendencia a ser menos agradables y más competitivos que las que tienen los ojos oscuros (marrones).

Además, los individuos que tienen los ojos azules y verdes suelen ser considerados más egocéntricos y escépticos; mientras que los que tienen los ojos marrones son percibidos como más altruistas, simpáticos, y dispuestos a ayudar a los demás.

De acuerdo con Ramani Durvasula, doctora en psicología y profesora en la Universidad de Los Ángeles (California, U.S.), esta percepción de agrado o desagrado en función del color de los ojos, podría tener ciertas motivaciones culturales: "Los ojos marrones son más comunes, por lo que se podría experimentar una sensación de familiaridad, pertenencia o afinidad hacia aquellos que tienen los ojos oscuros", explica Durvasula. "Otra posible razón para esto -prosigue la experta- es que los ojos marrones suelen provenir de culturas donde un rasgo como la amabilidad es más valorado socialmente que en las culturas en las que hay un predominio de ojos azules. Además, los ojos azules pueden tener la apariencia de ser más fríos, mientras que los marrones pueden percibirse como más cálidos. Esto puede traducirse en estereotipos sobre la competitividad, la amabilidad, etc."

Pero la amabilidad no es el único rasgo de la personalidad conectado a color de los ojos. Una reciente encuesta realizada por Cyber Pulse, realizada sobre 1.016 mujeres de 16 a 35 años de la Ciudad de Los Ángeles (California, U.S.), pone de manifiesto lo que ellas piensan de los hombres dependiendo de su color de ojos. Estas son sus conclusiones:

Ojos marrones

Para el 34% las mujeres encuestadas, los hombres con ojos marrones (el color más común en U.S.) son más inteligentes. El 16% de las participantes aseguró que los hombres con este color de ojos son más honestos y el 13% que son más amables. Otras investigaciones han revelado que las personas de ojos marrones tienen una mayor capacidad para establecer contacto visual; los investigadores especulan que esto puede deberse a que no esperan ser tan vistos como lo que tienen los ojos azules.

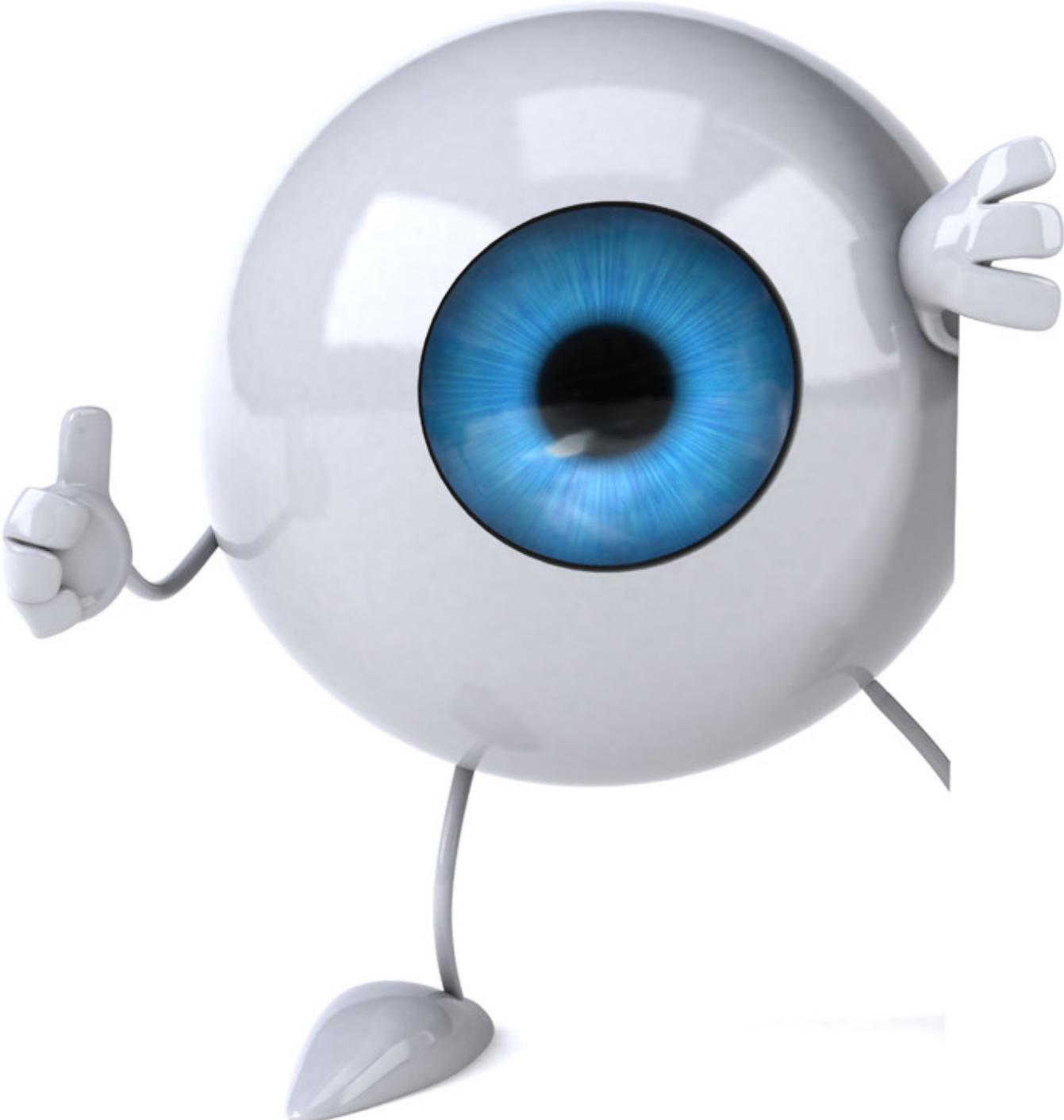
Ojos azules

El 42% de las mujeres a las que se preguntó declaró que los hombres con ojos azules son más dulces, el 21% que son más sexys y el 10% que son más amables. Cabe destacar que, a diferencia de lo que ocurrió con los ojos marrones, sólo el 7% de las encuestadas consideró que los hombres con ojos azules eran inteligentes.

Ojos verdes

El 29% consideraba que los hombres con ojos verdes eran los más sexys, el 25% afirmó que eran creativos y el 20% que eran "complicados". Los adjetivos "fiable" y "tímido" se asociaron con frecuencia a los hombres de ojos verdes. No importa el color de los ojos; la mayoría de las encuestadas (60%) desearía cambiar el tono de sus ojos. ¿El color más deseado? El verde, elegido por el 27%. El 18% expresó su deseo por tener los ojos azules.

Aunque un número creciente de estudios que trata de vincular el color de ojos con la personalidad, todavía no existen datos concluyentes sobre el tema. Será necesario llevar a cabo más investigaciones para precisar si el color de ojos está asociado a determinados rasgos de carácter y, lo que es más importante, por qué.



¿Es cierto que las personas miopes son más inteligentes?

Multitud de científicos se han preguntado, sobre todo en las dos últimas décadas, si existe una relación entre la miopía y la elevada inteligencia. Estudios observacionales concluyen que, cuando la prevalencia de este error refractivo es elevada en una población, el Cociente Intelectual (CI) de los integrantes de la misma, también lo es. Mientras que la mayoría de los estudios sobre errores refractivos e inteligencia han encontrado una correlación positiva entre la miopía y un elevado CI, este vínculo no se ha dado en el caso de personas emétopes (sin problemas visuales), ni hipermétropes.

¿Qué es la miopía?

Se trata de un error refractivo que ocurre cuando, debido a la longitud del ojo o a la forma del mismo, la luz que entra por la pupila converge antes de llegar a la retina. Como consecuencia de esto, la persona presenta dificultades para ver los objetos situados en el plano medio-lejano. Según informan desde el Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas (CNOO), "Afecta a unos 70 millones de habitantes de la Unión Europea y a cerca del 25% de la población española".

¿Los niños miopes son más inteligentes?

El vínculo entre la miopía y la alta inteligencia se ha estudiado principalmente en escolares menores de 18 años. Varios de estos estudios han seguido el progreso de los niños en períodos específicos de su desarrollo, aplicando pruebas estandarizadas para medir la inteligencia. Si bien la mayoría de los trabajos que exploran este vínculo han sido realizados hace más de dos décadas, cada vez se están llevando a cabo más investigaciones sobre este tema; motivadas, quizá, por el aumento de la prevalencia de la miopía en la población de muchos países.

Un estudio reciente publicado en Singapur evaluó la relación entre la miopía y la alta inteligencia en un grupo de 1.204 escolares chinos entre 10 y 12 años. De acuerdo con sus resultados, los niños más inteligentes (con un CI unos 30 puntos porcentuales más altos que la media), presentaban una prevalencia de miopía bastante elevada (un 67,9%) .

Las conclusiones del estudio anterior sugieren que la asociación entre miopía e inteligencia se establece en la niñez muy temprana. Otra investigación realizada sobre 2.720 miembros de organizaciones con un alto índice de inteligencia (como Mensa), recoge que el 47% de las mujeres y el 33% de los varones reportaron miopía de inicio muy temprano, es decir, antes de los 10 años.

¿Y qué pasa con los adolescentes y adultos miopes? ¿también son más listos?

La relación entre miopía e inteligencia a partir de los 18 años no ha sido tan estudiada como en la infancia. El estudio más sólido sobre este tema en la edad adulta ha sido realizado en Israel sobre una muestra de población de 157.748 varones judíos de 17 a 19 años. Tras realizar una serie de pruebas de inteligencia y de visión, los resultados revelaron que existía una correlación estadística fuertemente positiva entre los participantes con miopía y una mayor inteligencia verbal y no verbal.

Cabe mencionar otro estudio realizado sobre un grupo de reclutas daneses de 18 años de edad. Los autores del mismo, compararon dos grupos, uno de 5.943 hombres miopes y otro de 9.891 hombres no miopes, por sus grados de error de refracción (si estaba presente), así como su desempeño en una prueba de inteligencia que incluía test visual, verbal, espacial, lógico y numérico. Los hombres miopes incluidos en el estudio variaron en el rango de su defecto de agudeza visual entre -0,25 D (dioptrías) y -7,75 D. Los miopes obtuvieron mejores resultados que los emétopes en las pruebas de inteligencia. Tras analizar los datos, los autores concluyeron que los hombres con miopía tenían, en promedio, siete puntos de CI por encima de sus homólogos emétopes. Aunque todavía no se ha determinado por qué las personas miopes suelen ser más inteligentes que las que no lo son, parece evidente que existe una relación entre el CI y este error refractivo. Si quieres saber más sobre este tema, visita [Journal of Ophthalmology](#).



Porsche Design Heritage

Nueva Generación

El popular icono de estilo P'8478, el primer espectáculo de Porsche Design que sigue siendo uno de los modelos más exitosos hasta la fecha. Este modelo exclusivo continúa no sólo para la conciencia absoluta del estilo, sino que también prevalece debido a su tecnología de lentes intercambiables.



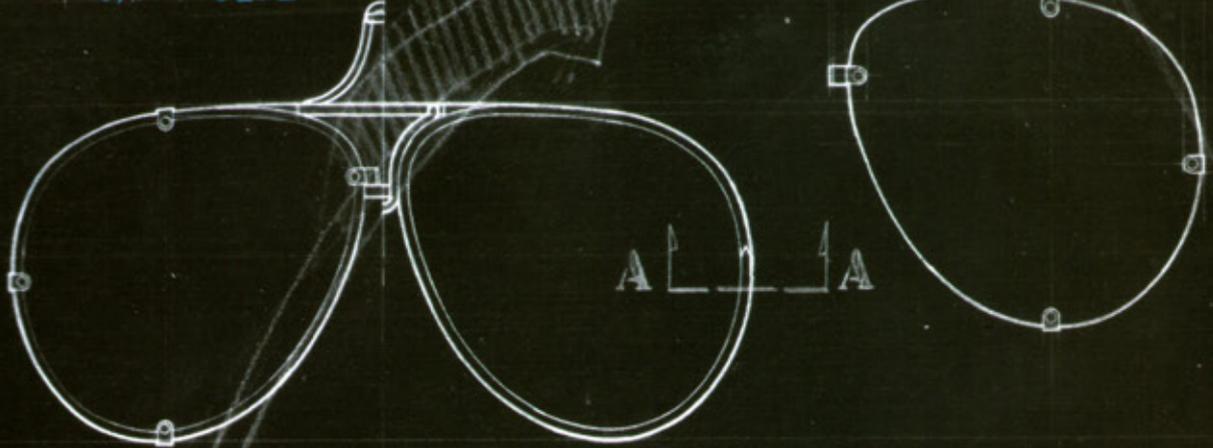
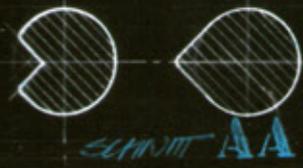
DESCÚBRELAS EN OC

PORSCHE

HANDMADE SKETCH DONE IN 1978
OF THE SO CALLED "EXCLUSIVE SPECTACLES"
P8478, DONE BY
PROFESSOR FERDINAND ALEXANDER PORSCHE,
FOUNDER OF PORSCHE DESIGN."



MÖGLICHKEITEN FÜR RAHMENPROFIL



OPTISCHE GLÄSER SIND MITTELS SCHLIEßBLOCK FEST IN RAHMENPROFIL
FINERT. SONNENGLÄSER WERDEN MITTELS AN IHREN FINERKIETEN HAKEN
AN DEN RAHMEN AUFGESETZT - MIT ODER OHNE DARUNTER -
LIEGENDEN OPTISCHEN GLÄSERN.





I COLOR

Ahora por la compra de tus gafas de sol
tus lentes graduadas & espejadas

¡TOTALMENTE GRATUITAS!

Juega, crea, inventa. Bienvenidos al color.

*Promoción válida desde el 1 de junio al 31 de agosto
para lentes monofocales de graduación esfera ± 4 cilindro 2.

OC
OPTICA CERVANTES

Qué es la retina: todo lo que necesitas saber

Para que seamos capaces de ver con nitidez los objetos que nos rodean a diferentes distancias, es fundamental que los rayos de luz que entran a través del orificio situado en el centro del ojo (pupila), se unan o converjan en la retina. Esta fina capa que recubre el fondo del ojo tiene una alta sensibilidad, y actúa como la película de una cámara fotográfica analógica.

Calculando que el ojo humano mide unos 22 mm de su polo anterior al posterior, y que la retina cubre el 72% del mismo, su diámetro aproximado es de 32 mm y su área de 1.094 mm².

¿Cómo trabaja la retina?

Esta capa ocular está compuesta de varias partes y cada una de ellas tiene una función diferente. Las más conocidas son:

La mácula.

Se sitúa justo enfrente de la pupila. En la mácula se encuentran situadas las células fotorreceptoras: conos y bastones. Los bastones, células especialmente sensibles a los cambios de luz, son los encargados de permitir la visión en condiciones de poca luminosidad. Los conos, por su parte, tienen la misión de recoger la información sobre los colores. Por su tonalidad anaranjada, la mácula también se conoce como "mácula lútea".

La fóvea.

Es una pequeña hendidura de la retina, que se encuentra localizada en la parte central de la mácula y contiene una concentración muy elevada de conos (unos 6-7 millones) y ningún bastón. Dependiendo de los colores que son capaces de captar, los conos pueden ser de tres tipos: los que perciben colores de longitudes de onda cortas (azules y violetas), los que perciben colores de longitudes de onda medias (verdes y amarillos) y los que perciben colores de longitudes de onda largas (rojos y anaranjados).

La papila.

Es la parte de la retina que se encuentra en contacto con el nervio óptico, el canal a través del cual llegan las imágenes recogidas por la retina al cerebro, donde son interpretadas y convertidas a imágenes. La papila de la retina también recibe el nombre de disco óptico.

Problemas de salud visual relacionados con la retina

Existen diferentes patologías debidas al mal funcionamiento o deterioro de esta importante capa del ojo:

Degeneración macular asociada a la edad o DMAE.

Se trata de un problema visual que ocurre cuando las células de la retina se encuentran dañadas debido, principalmente, al paso de los años. Las personas que padecen esta patología experimentan dificultades para ver con nitidez los objetos situados en la parte central de la visión, lo que les impide realizar actividades cotidianas como leer, coser o, incluso, reconocer los rostros.

Para reducir el riesgo de DMAE es importante comer alimentos con un alto contenido en antioxidantes (luteína y zeaxantina), como la yema de huevo, las naranjas o los melocotones. Las visitas regulares al óptico a partir de los 50 años (al menos una vez al año), no fumar y proteger los ojos de los rayos UV y la luz azul-violeta, son hábitos que ayudan a prevenir la DMAE

Desprendimiento de retina. Tiene lugar cuando esta capa se separa del epitelio pigmentario al que se encuentra adherida. Como consecuencia de ello, se corta el flujo de sangre a la retina, lo que causa una pérdida de visión. Aunque lo más habitual es que ocurra debido a un traumatismo ocular, también puede aparecer de manera espontánea. Las personas con una gran miopía tienen un mayor riesgo de sufrir desprendimiento de retina.

Retinopatía diabética.

Los capilares que irrigan la retina de las personas que padecen diabetes, pueden verse dañados debido a altos niveles de glucosa en sangre. Los síntomas de la retinopatía diabética son visión borrosa, percepción de manchas negras, visión doble o dificultades visuales en condiciones de poca luz.

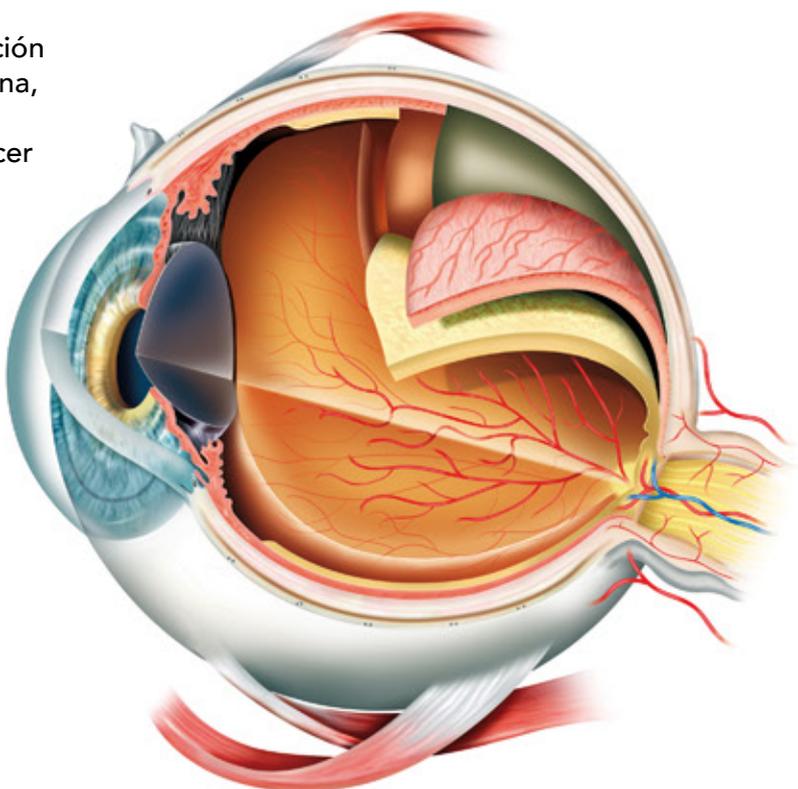
Pero, atención: estos síntomas suelen aparecer cuando la enfermedad está avanzada. Por eso, se recomienda que las personas diabéticas acudan a revisiones visuales regulares. La mayoría de los diabéticos (el 90%), desarrollan esta patología tiempo después de tener la enfermedad (20-30 años). Si la diabetes no se controla de forma adecuada o se tiene una mala adherencia al tratamiento, la retinopatía diabética puede aparecer antes.

Problemas de retina y luz azul-violeta

Las pantallas de los dispositivos electrónicos (móviles, tabletas, ordenadores, etc.) y las luces LED, emiten una gran cantidad de luz azul-violeta. Según los primeros ensayos in vitro en células de la retina, realizados por Essilor, en colaboración con el Instituto de la Visión de París, la luz azul-violeta aumenta la acumulación de un elemento fototóxico llamado lipofuscina, que provoca la muerte masiva de conos y bastones, aumentando así el riesgo de padecer DMAE.

Las lentes Eyezen, de Essilor, cuentan con el filtro Light Scan, que ayuda a bloquear la luz azul-violeta, reduciendo de este modo las probabilidades de padecer la patología.

La retina tiene un papel clave en la visión y, por eso, es fundamental cuidarla evitando el tabaco, manteniendo una alimentación rica en antioxidantes y protegiéndola de los rayos UV y las emisiones de luz azul-violeta.





Tú eres único, cada uno de tus iris también lo es.

El iris es la parte ideal del cuerpo para identificar a una persona, ya que su patrón no cambia con los años, salvo que el individuo sufra algún traumatismo. Sus características especiales hacen que esta parte de ojo sea susceptible de ser autenticada mediante técnicas biométricas, que son aquellas que permiten la identificación de una persona aplicando datos matemáticos o estadísticos sobre sus rasgos físicos.

Para obtener la plantilla del iris de un individuo es fundamental partir de una buena imagen de muestra, tomada con cámaras especiales que, gracias a una fina iluminación infrarroja, reducen los posibles reflejos de la córnea para captar con detalle las complejas estructuras del iris.

El primero en realizar algoritmos de reconocimiento del iris fue el físico John G. Daugman, del Laboratorio Informático de la Universidad de Cambridge. El algoritmo de reconocimiento a través del iris fue patentado por Daugman en 1992 y ha sido usado para la mayoría de sistemas de reconocimiento del iris que han sido lanzados al mercado. Wildes y Boashash & Boles han desarrollado otros sistemas de reconocimiento del iris, pero ninguno de ellos han logrado el nivel de éxito y expansión comercial de Daugman.

¿Qué ventajas tiene el reconocimiento por el iris?

Según los expertos, el iris es la parte ideal del cuerpo para la identificación biométrica por sólidas razones:

Se forma durante el embarazo, lo que significa que incluso dos individuos genéticamente idénticos tienen iris distintos.

Cada ojo tiene un patrón distinto de iris; una persona puede ser identificada por uno de sus iris, por el otro, o por la combinación de ambos.

Es un órgano interno que se encuentra protegido por la córnea, una membrana transparente y muy sensible, que evita su deterioro. Las huellas dactilares, sin embargo pueden desgastarse o alterarse con más facilidad.

Su estructura es muy aleatoria; lo que significa que su patrón único puede identificarse en muy poco espacio. En 1 mm², el iris ofrece 3,4 bits de información.

EL IRIS

Tiene una forma plana y su estructura sólo cambia cuando la pupila se dilata o contrae. Esto hace que se mantenga mucho más constante que la cara.

La identificación del individuo no es invasiva. No es necesario tocar ningún equipo (como ocurre cuando han de verificarse las huellas dactilares), ni estar muy cerca del mismo (como ocurre con los escáneres de retina), para que el iris de un individuo pueda identificarse.

No produce ningún daño al ojo; sus efectos son similares a los de una fotografía tomada sin flash.

Aunque algunos tratamientos médicos o intervenciones quirúrgicas pueden modificar el iris en su color y aspecto, su fina textura se mantiene inalterable a lo largo de los años.

¿Cuáles son sus desventajas?

Aunque sus beneficios son evidentes, la técnica de reconocimiento biométrico por iris tiene aún que recorrer un gran camino para alcanzar una fiabilidad óptima.

La autenticación por iris precisa de una tecnología de elevados costes; por lo que algunas autoridades policiales y de inmigración no pueden costearla.

Es necesario que el individuo coopere; si no quiere mirar a la cámara o no permanece quieto durante unos segundos, la identificación no resulta posible.

Sólo es fiable a dos metros como máximo. Para poder hacer una autenticación fiable, la "foto" de la retina se debe tomar como máximo a 2 metros (aunque ya existen equipos que pueden hacer la identificación a 10 metros).

El reconocimiento por iris depende de la calidad de la imagen, por lo que puede dar fallos asociados a las tasas de registro.

Plantea un problema moral, ya que permite controlar a personas en contra de su voluntad. Aunque la identificación por el iris es una técnica de autenticación biométrica muy fiable, aún no se encuentra implantada de forma sólida en muchas partes del mundo.



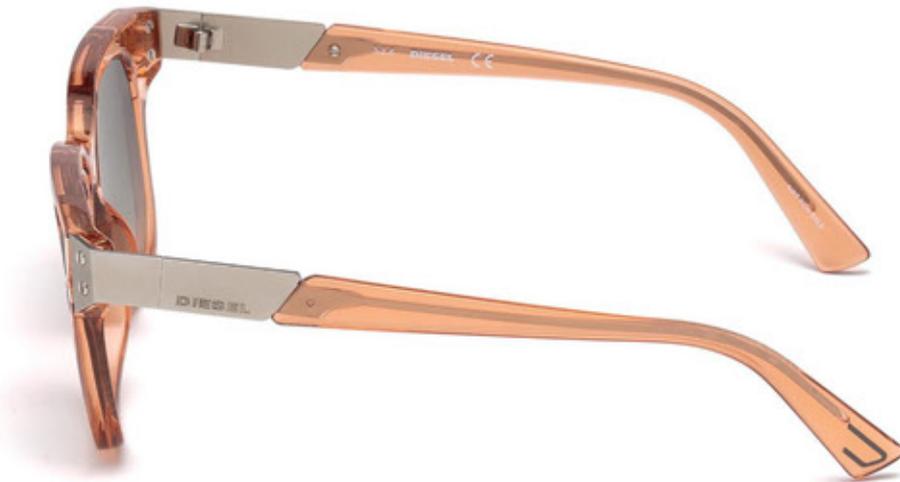
DIESEL EYEWEAR FW17-18

LAS NUEVAS GAFAS DE SOL Y DE VISTA DIESEL EYEWEAR EVOCAN INEVITABLEMENTE LOS ELEMENTOS ICÓNICOS DE LA MARCA DE LIFESTYLE INTERNACIONAL





DESCÚBRELAS EN OC



Tu edad determina tus gustos en gafas de sol

La generación a la que pertenecemos determina nuestras preferencias a la hora de elegir las gafas de sol que nos queremos comprar. Esta conclusión proviene de los datos recopilados por el Vision Council (una organización situada en Estados Unidos que vela por la salud visual mundial), para el estudio en marcha Vision Watch, realizado cada año sobre 120.000 adultos de EE.UU. En el estudio pueden encontrarse datos sobre el uso y los patrones de compra por edad demográfica de las gafas de sol.

Los jóvenes son los más “fashion”.

Según los datos de la última encuesta del estudio Vision Watch, los participantes que más valoran el factor moda en sus gafas, son los que se encuentran en la franja de edad de los 18 a los 34 años. Casi el 50% de los jóvenes (el 44,3%) admiten que les importa que sus gafas sigan las tendencias de moda. La otra mitad, el 55,7% le dan más importancia a la protección. Contrariamente a lo que cabría esperar, sólo el 9,8% reconoció haberse comprado sus últimas gafas de sol influenciado por una celebrity.

Los adultos jóvenes buscan un eyewear favorecedor. A medida que los participantes de la encuesta van ganando edad, el gusto por las tendencias “mainstream”, se va apagando. El diseñador o la marca de las gafas sólo le preocupaba a un 13,2% de los encuestados de 35 a 44 años y la exclusividad del modelo a un 21,2%.

El 61% de este grupo admitió estar interesado por la protección del eyewear; por saber si las lentes tenían filtro UV (32,8%), y por la calidad la calidad del mismo (31%). Más de la mitad, el 65%, se preocuparon por si las gafas les favorecían o no. La funcionalidad es la prioridad de los adultos de 45 a 54 años. No se necesitan las mismas gafas para montar en bici, que para practicar vela o para jugar al golf. Los adultos de 45 a 54 años lo saben y, por eso, eligen sus gafas en función de la actividad para las que la van a utilizar y, también, dependiendo de su estilo de vida.

Además, el 54,4% de los encuestados de esta franja de edad admitieron que les gustaba tener más de un par de gafas y el 30,9% reconoció que utilizaba diferentes gafas dependiendo de la actividad a realizar.

Los mayores de 55 son los que más cuidan sus ojos. A partir de los 55 años empiezan a manifestarse los síntomas de algunas enfermedades visuales, como las cataratas o la degeneración macular asociada a la edad (DMAE). El cuidado de los ojos se vuelve en este momento una prioridad absoluta. El 87,5% de los mayores de 55 años se preocupa por la protección y sólo el 12,5% tiene en cuenta las tendencias de moda a la hora de adquirir unas gafas de sol. Además, el 42,3% tienen en cuenta si las lentes llevan filtro UV y el 35% se preocupa por la calidad del mismo.

Lo que de verdad importa

A la hora de comprar unas gafas de sol lo más importante es que sus lentes ofrezcan un buen filtro contra los rayos UV, que bloquee las emisiones dañinas del sol, permitiendo el paso de las buenas y ofreciendo una buena visión al usuario. Para garantizar que las lentes de las gafas de sol sean de calidad, lo mejor es adquirirlas en un establecimiento que ofrezca todas las garantías, a ser posible, una óptica.

El segundo factor a tener en cuenta es la funcionalidad. Las gafas de sol para realizar actividades deportivas deben proporcionar un buen ajuste y ser envolventes, para evitar deslumbramientos frontales y, también, laterales y posteriores. Sin embargo, las exigencias sobre curvatura y sujeción son menos importantes a la hora de elegir unas gafas para ir por ciudad.

El tercer factor a considerar es el aspecto que proporcionan las gafas y si están o no inscritas en las tendencias de moda. Desde el punto de vista de la salud visual, poco importa si las gafas de sol son más o menos bonitas, pero hay que tener en cuenta que, si el usuario no se siente bien con ellas, es posible que no se las ponga. Sentirse bien con las gafas de sol, comfortable y a la moda, también tiene su importancia.

Los factores generacionales influyen a la hora de elegir unas gafas de sol. Mientras que los jóvenes le dan más importancia a la moda, los adultos se fijan más en la funcionalidad y las personas mayores en la protección.



Ola de calor:

cómo afectan las altas temperaturas a tus ojos.

Permanecer largo rato en un lugar con altas temperaturas afecta a todo el organismo, y los ojos no son una excepción. Con el calor, las lágrimas se evaporan, produciendo sequedad ocular; una circunstancia que, además de causar unos síntomas muy incómodos (picor, enrojecimiento, sensación de tener arenilla o un cuerpo extraño...), afecta al buen funcionamiento del ojo y puede llegar a producir dificultades de enfoque. Lágrimas y lágrimas.

Los ojos segregan tres tipos de lágrimas:

Las basales, que son las que se encargan de que el parpadeo sea cómodo y la visión sea más nítida.

Las reflejas, que sirven para defender los ojos de los cuerpos extraños (polvo, arenilla, polen, etc.) que entran en ellos.

Las emocionales, son aquellas que se “saltan” cuando la persona experimenta una emoción fuerte, ya sea de alegría o de tristeza. Aunque dependiendo de su causa sus componentes varían, las lágrimas siempre contienen una gran cantidad de agua.

Pero el calor propio de la época estival no es la única causa de sequedad ocular. El uso de aires acondicionados y ventiladores también acelera la evaporación de las lágrimas durante esta temporada.

Esta situación es especialmente acusada en aquellos lugares de trabajo en los que las personas pasan horas mirando atentamente los ordenadores y, como consecuencia, reducen la frecuencia de su parpadeo: ¿Sabías que cuando miras un ordenador la frecuencia de parpadeo pasa de 18 a 3 veces por minuto?

Además, las altas temperaturas aumentan los niveles de contaminación, favoreciendo la aparición de conjuntivitis alérgica, una patología que encuentra asociada al desarrollo de un polen más agresivo.

Los síntomas más frecuentes de la sequedad ocular son: picor de ojos, sensación de arenilla, enrojecimiento ocular y visión borrosa. En algunas ocasiones la persona que tiene sequedad ocular puede sentir que los párpados están “pegados” cuando se despierta por las mañanas.

Para evitar la sequedad ocular debida a altas temperaturas es recomendable llevar gafas de sol en exteriores, que ayudan a reducir la evaporación de la lágrima, y evitan que el ojo entre en contacto con posibles alérgenos. Si se pasa mucho tiempo en interiores con aire acondicionado, es fundamental aumentar la frecuencia de parpadeo, para que la lágrima se reparta uniformemente sobre la córnea. También se pueden humectar los ojos con lágrimas artificiales o pomadas específicas.

Hidratación: buena para tu cuerpo, buena para tus ojos.

La ola de calor que estamos pasando puede suponer un riesgo para la salud de muchas personas; en especial para niños, ancianos y personas enfermas. Los expertos del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, aconsejan protegerse del exceso de calor siguiendo una serie de medidas sencillas:

Beber agua o líquidos sin esperar a tener sed (salvo si hay contraindicación médica). Evitar las bebidas alcohólicas, café, té o cola y las muy azucaradas.

Mantenerse en lugares frescos en los días de calor intenso. Si es posible, conviene pasar al menos dos horas en algún lugar climatizado y refrescarse con una ducha o un baño.

Bajar las persianas para evitar que el sol entre directamente. Dejar cerradas las ventanas si la temperatura exterior es más alta. Evitar usar máquinas y aparatos que puedan producir calor en las horas que las temperaturas son más altas.

Hacer comidas ligeras a base de frutas, verduras, ensaladas, gazpachos o zumos naturales, para reponer las sales perdidas por el sudor.

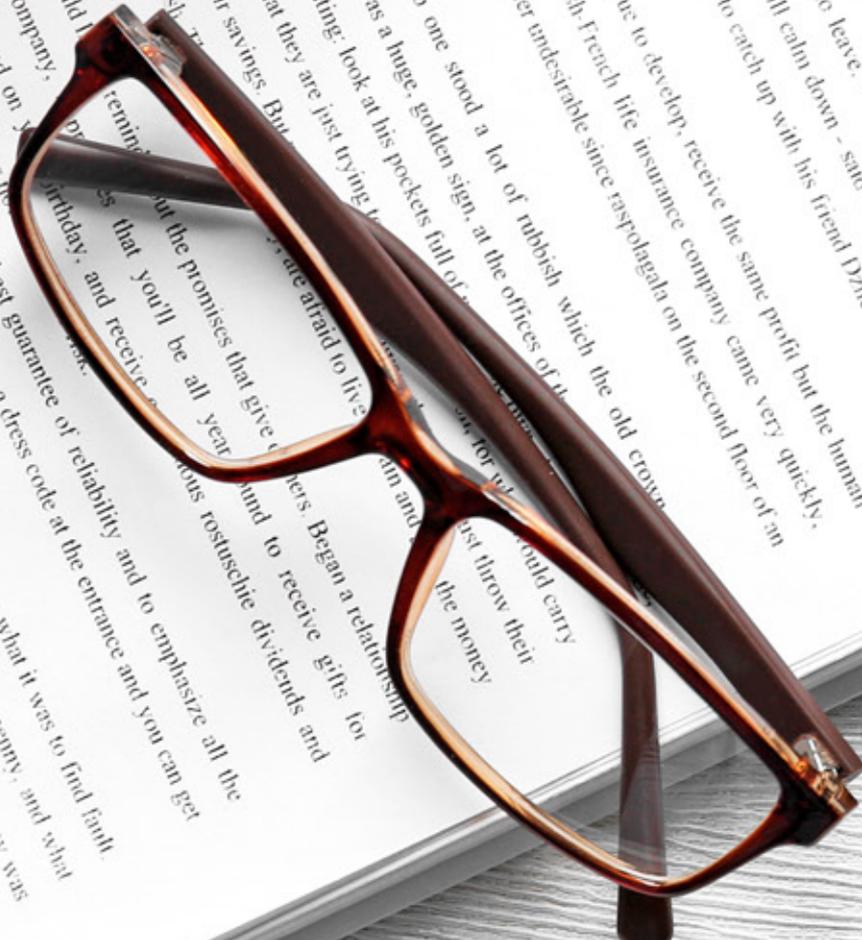
Evitar las actividades en el exterior (sobre todo si son intensas), en las horas más calurosas.

Permanecer a la sombra en el exterior, usar ropa ligera y de color claro, protegerse del sol y usar un calzado fresco, cómodo y que transpire. Las altas temperaturas de estos días afectan a tu organismo y, también, a tu visión. Procura protegerte del sol (con gafas, gorra o sombrero) y mantener una buena hidratación bebiendo agua con frecuencia, incluso sin tener sed.

... about it that you can not even sleep. Even the word is not
... said Torres Jackson. - so what would all that
... we did not need a lot of energy, but unfortunately a lot of money.
... could not help laughing, and just a few minutes, he changed his mind
... a straight face: "Yes, you're absolutely right, but only one" - and for a long
... that he entered the window and said nothing. This strange sight he never did. It
... Now He will again ignore my words, so
... - Jackson decided to speak. - one must
... - Roger interrupted him, - and I do not
... - I said, - could not resist Cooper. -
... Do not pay attention to this fool. -
... I told you, did not I say that it burned? -
... - volunteered to Cooper, but it is not. We could splash of our
... the bowl of a shoe, the soft blue curtain in front
... because he spent his best
... Of course I said, -
... consider again the bowl of a shoe, because he could not
... the words of Catherine and he could not
... you took away!



Roger Cooper highly respected and knew that he was very violent, so do not give
in to his provocations. But he was anxious to leave. - Maybe I'll talk to you tomorrow,
ladies and gentlemen, when everything will calm down - said Cooper and hurried to the
door, to change his mind. English-French life insurance company came very quickly.
The company would continue to develop, receive the same profit but the human
factor played a cruel joke. English-French life insurance company came very quickly.
was quite unremarkable and rather undesirable since raspolagala on the second floor of an
apartment house.
In the corridors no one stood a lot of rubbish which the old crowd
mailboxes. For the inlet was a huge, golden sign, at the offices of the
expensive watches, shouting: look at his pockets full of
I am afraid that they are just trying to
in their office to their savings. But
money into the trash
to the insurance
with this company,
Thanksgiving and on your
promises that the deal does the
In general, it offers the best guarantee of reliability and to emphasize all the
prestige of the firm necessarily there is there a dress code at the entrance and you can get
a completely free consultation on this or immon issue.
On the surface everything seemed perfect and not even what it was to find faint
and had no idea. All information about the company was
that no one dared even to ask questions that worried



Ermenegildo Zegna



DESCÚBRELAS EN OC

EZ0085

Una forma especial unisex redondeada de nailon con doble puente de metal, concebida para un hombre resuelto que sin lugar a dudas quiere hacerse notar. Icónico motivo de espiga grabado con láser en la parte externa de las lentes de espejo.

Ermenegildo Zegna



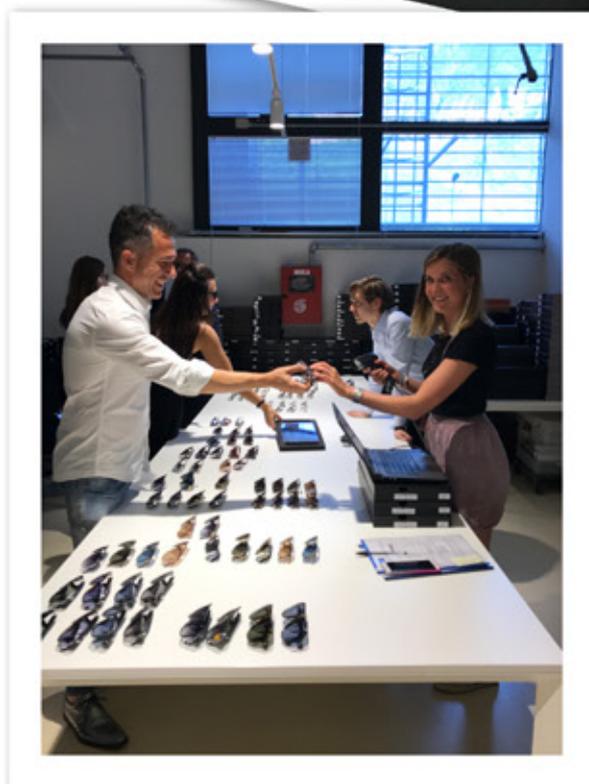
DESCÚBRELAS EN OC



Visita a las instalaciones de **MARCOLIN** en Italia

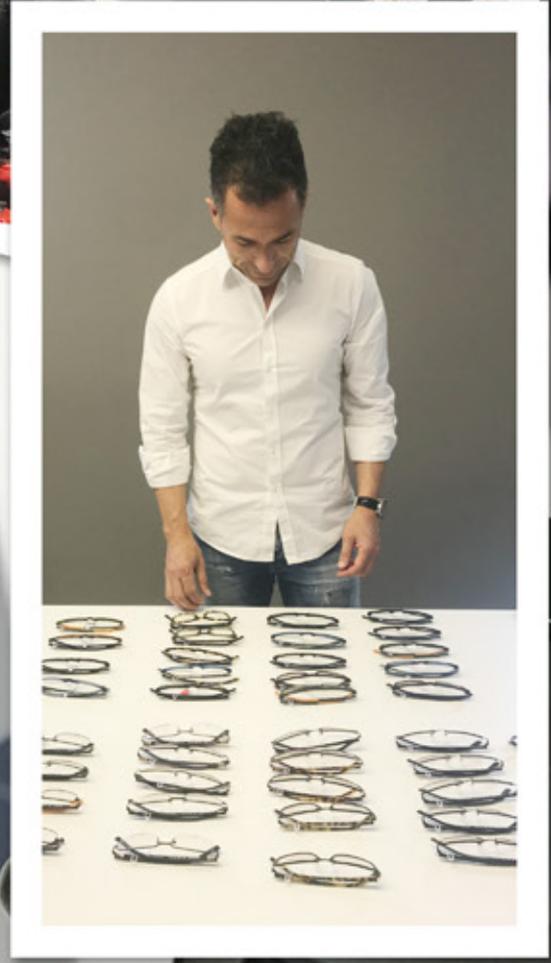
Desde OC recientemente hemos tenido el honor de ser invitados a la región italiana de Langorone, dónde visitamos las instalaciones de MARCOLIN EYEWEAR.

Optica Cervantes fue preseleccionada junto a otras cinco ópticas de toda Europa, para seleccionar junto a los diseñadores de moda visual los prototipos de la próxima colección 2018, siempre a la última y en vanguardia, la experiencia ha sido fantástica...así que sólo nos queda deciros que ¡os esperan muchas sorpresas en el 2018!



MARCOLIN

EYEWEAR





OC asistió a “The Visual Day”

The Visual Day resultó ser un marco perfecto para intercambiar experiencias y conocimiento con los líderes del sector y tomar un respiro para reflexionar.

Tuvimos la suerte de asistir a varias ponencias interesantes sobre el sector, cabe destacar la presencia de **Miguel Ángel Trabado** que nos habló de cómo estamos entrando de pleno en la era del “internet de las cosas” y de que pronto estaremos rodeados de objetos conectados entre sí, interactuando entre ellos, con nosotros y con terceros, además de la importancia de las RRSS (Redes Sociales).

También disfrutamos de la ponencia de **Carles Torrecilla** sobre innovación, esta ponencia nos sirvió como inspiración y análisis de otros negocios para poder aplicar ciertos conceptos en el entorno de nuestras ópticas. En general, una experiencia sin duda enriquecedora y muy gratificante.





Miguel Ángel Trabado

Profesor de Marketing en ESERP Business School,
 Profesor de Marketing Digital en INESDI
 Profesor de Marketing Estratégico de la Universidad
 Camilo José Cela,
 Profesor del Master de Comunicación, Organización
 de eventos y Protocolo en ESDEN Business School,
 Profesor de Marketing en Euncet Business School,
 ponente en IESE Business School y Co-director de
 Master de Marketing Digital y Redes Sociales en ESERP

Carles Torrecilla

Profesor Titular del Departamento de Dirección
 de Marketing de ESADE.
 Director Ejecutivo de Desarrollo
 Corporativo Business Intelligence de Executive Education.
 Director del Corporate MBA.
 Doctor en Comercialización e Investigación de Mercados.
 Director del programa "Advanced Program for Optics Management".







HABLEMOS DE TU NEGOCIO

[THE VISUAL DAY]

CONTIDO POR LA SALUD VISUAL
2017





OC

OPTICA cervantes

[f](#) [t](#) [g+](#) [p](#) [c](#) [YouTube](#)