

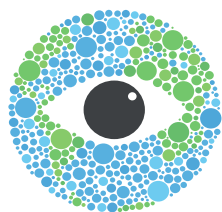
# ELEVAR EL NIVEL Y EL PERFIL DE LA PROFESIÓN ÓPTICA EN TODO EL MUNDO.

En el cambiante panorama del mercado óptico, subir el listón profesional se ha convertido en una prioridad. El reto es ser proactivos y no reactivos. En este contexto, la Asociación Internacional de Ópticos (IOA) tiene como objetivo reunir a ópticos de todo el mundo para reflexionar sobre el futuro y elaborar planes de desarrollo de la profesión. Para prever los principales cambios que afectarán al alcance de la profesión es fundamental tener en cuenta las nuevas tecnologías así como entender los comportamientos emergentes de los consumidores. Elaine Grisdale explica en esta entrevista cuál es el (nuevo) papel de la IOA y cómo trabajar de forma más eficiente para garantizar que el público obtenga mejores resultados cuando busca cuidados visuales de la mejor calidad y gafas adaptadas. También comparte con nosotros algunas reflexiones sobre cómo evitar que los ópticos independientes se conviertan en “vendedores prehistóricos” en el que es el período más cambiante que se haya visto jamás en el mundo de las ópticas.



**Elaine Grisdale**

Directora de Desarrollo, Asociación Internacional de Ópticos (IOA)



**INTERNATIONAL  
OPTICIANS  
ASSOCIATION**

enhancing and developing the optical profession around the world

#### PALABRAS CLAVE

Asociación Internacional de Ópticos, IOA, ejercicio del cuidado visual, óptico independiente, especialista del cuidado visual, formación, venta, establecimiento óptico, experiencia de compra, campo profesional, avances tecnológicos, gafas, exámenes visuales.

**Points de Vue:** La Asociación Internacional de Ópticos (IOA) se creó hace más de 60 años. ¿Cómo describirías la misión de la IOA actualmente?

**Elaine Grisdale:** La IOA se creó, históricamente, para que los profesionales ópticos afines pudieran reunirse y hablar sobre los retos del momento. Los miembros originales eran ópticos de empresas independientes y la IOA se diseñó para hablar sobre el aspecto empresarial de la óptica y su desarrollo. Habitualmente estos miembros también eran importantes líderes de opinión y empresarios de éxito.

El objetivo de la IOA es ahora otro y es un reflejo del cambiante panorama de la óptica. Ante todo, **la IOA es una asociación dedicada a la mejora y el desarrollo de la profesión óptica en todo el mundo. Su misión actual es servir de foro para que profesionales ópticos, organizaciones ópticas, socios industriales y formadores puedan encontrarse y debatir sobre temas que afectan al desarrollo de la profesión y a la prestación de cuidados visuales de primera clase y visión de calidad.** La IOA también proporciona a los ópticos de todo el mundo la oportunidad de debatir y divulgar cuestiones empresariales. Si lo comparamos con el pasado, ahora tiene una visión más política y hace hincapié en el desarrollo de la profesión en todo el mundo.



“La IOA es una asociación dedicada a la mejora y el desarrollo de la profesión óptica en todo el mundo.”

Esto se traduce en ayudar a que las demandas de reconocimiento y campo profesional de las organizaciones ópticas locales sean escuchadas por el gobierno y en garantizar los más altos estándares profesionales y una visión de calidad para todos.

¿Cómo definirías los retos actuales a los que se enfrenta la IOA y las tres prioridades principales para poner en marcha el plan de iniciativa de la organización?

Los retos surgen del hecho que la óptica tiene escasa representación en muchos países, mientras que en otros, se ataca a la profesión. La IOA aspira a tener un papel político y de campaña para ayudar a los profesionales de estos países.

En algunos lugares la óptica se encuentra todavía en una fase incipiente. El reto de la IOA es establecer colaboraciones para subir el listón en todo el mundo y ayudar a los países que están empezando.

**El reto es ser proactivo y no reactivo. La IOA tiene como objetivo reunir a todos los ópticos para reflexionar sobre el futuro y elaborar planes de desarrollo de la profesión, más que responder a las circunstancias.**

Desde que se fundó la IOA, los sistemas de información y comunicación han cambiado. Ahora los ópticos de todo el mundo pueden estar en contacto a diario, compartir ideas y apoyarse los unos a los otros a través de Internet. Esto me lleva a tres prioridades:

i) Incrementar la visibilidad y el número de socios a través de una nueva imagen y de una nueva página web dinámica. Esta página web destacará a nivel mundial el trabajo de nuestra profesión, en beneficio de los ópticos pero también del público, que merece saber más sobre qué hace un óptico y qué puede esperar de una visita a este especialista.

ii) Trabajar con profesionales de todo el mundo a través de redes sociales asociadas para ofrecer un mecanismo que ayude a los ópticos a prestar las mejores atenciones. También garantizará que la IOA sea una parte activa e importante en la vida de los ópticos.

iii) Hacer de puente entre los profesionales ópticos para establecer relaciones y una red profesional que refuerce y mejore la profesión y que sirva para compartir las mejores prácticas y el desarrollo constante. Nuestra nueva web y nuestras redes sociales permitirán que todos los ópticos con acceso a un móvil puedan aprender más sobre su profesión y mejorar sus propias habilidades y conocimientos.

¿Cuántos miembros tiene la IOA? ¿Quién puede hacerse miembro y cómo?

De momento hay diversos países anglófonos en Asia, Oceanía y Norteamérica, así como el Reino Unido e Irlanda, que participan en la IOA pero solo con unos pocos líderes de opinión clave en representación de los países. Nuestro objetivo es ser más activos para persuadir a las asociaciones miembro de que se comuniquen más con sus miembros nacionales y fomentar así la colaboración con profesionales similares de otros países. **Cualquier óptico individual del mundo puede inscribirse en la IOA a través de nuestra página web [www.ioassn.org](http://www.ioassn.org) y pasar a formar parte automáticamente de una gran familia óptica.** Algunas asociaciones como ABDO en el Reino Unido, ADONZ en Nueva Zelanda y OAC en Canadá pagan una cuota de socio por miembro nacional para ofrecer la inscripción en la IOA como ventaja extra para sus miembros. También estamos incorporando categorías de socios individuales y de socios corporativos para nuestros colaboradores en la industria que apoyan y favorecen el desarrollo de los servicios ópticos.

**700.000 ópticos en el mundo no tienen representación internacional o no tienen cómo reunir a la comunidad profesional para compartir las mejores prácticas y garantizar que se avanza por el camino correcto.** Hay 200.000 optometristas y cuentan con una organización internacional para impulsar sus planes, pero **no se les juzga por el examen visual; se les juzga en base a la calidad del producto comprado y si el cliente obtiene una visión de calidad, si le hace la vida más fácil, así como por la estética y la comodidad** (a menos que el optometrista detecte alguna patología, en cuyo caso es al que se recuerda). **Que el óptico haga un trabajo de gran calidad, se mantenga actualizado y adquiera los conocimientos adecuados para hacer bien el**



“Los avances tecnológicos cambiarán la forma en la que nos comunicamos con los clientes y modificarán nuestro campo de acción.”

**trabajo es beneficioso para todas las partes del sector.** Esperamos que la IOA lo facilite y que la red que hemos creado ayude a desarrollar la profesión.

¿Cómo trabaja y/o colabora la IOA con otros actores de la salud visual?

No ha habido ningún organismo internacional que trabaje por el progreso y la protección de la profesión óptica, a diferencia de la optometría y la oftalmología, que han contado ambas con representación de organismos internacionales. Gracias a la interacción cara a cara con otros organismos profesionales y a través de las organizaciones nacionales, la IOA podrá jugar un papel político más activo para que la profesión progrese y para proteger al público. Asegurándonos de que los actores que representan a la óptica y la optometría lo hacen adecuadamente, fomentando el desarrollo de la profesión en países con pocos recursos, haciendo de referente internacional de la excelencia en óptica para los organismos nacionales que luchan con los ministerios para el reconocimiento o la ampliación del campo profesional, ayudando a promover competencias a través de la página web, de la formación continua, formando a formadores y asesorando y orientando. Promocionando la profesión entre el público general haciendo hincapié en explicar la necesidad de que sean profesionales los que proporcionen visión y productos de la mejor calidad.

Promoviendo oportunidades para que los profesionales se desplacen a otros países para conocer cómo se trabaja allí. Trabajando con los socios industriales para buscar áreas de desarrollo tanto en términos de geografía como de conocimiento del producto.

Es una suerte para mí haber trabajado muchos años en el pasado como Directora Internacional de Relaciones Profesionales en Optometría y Óptica para Essilor International. En ese tiempo que estuve viajando por todo el mundo, establecí muchos contactos con líderes de opinión e instituciones en óptica, optometría y oftalmología de diversos lugares del planeta. Participo en diferentes comités internacionales y europeos y asisto a eventos ópticos internacionales que me dan la oportunidad, como representante de la IOA, de debatir sobre cómo podemos trabajar de forma más eficiente para asegurarnos de que el público obtenga mejores resultados cuando busca cuidados visuales y gafas adaptadas.

¿Podrías contarnos tu papel en la IOA y cómo crees que evolucionará la IOA en los próximos meses y años?

Como Directora de Desarrollo, me han pedido que traiga aire nuevo a la IOA. La demografía en el sector óptico ha cambiado, sin duda, desde que naciera en 1944 e incluso desde 1994, cuando el Gremio Internacional de Ópticos (International Guild of Opticians) pasó a ser la Asociación Internacional de





Ópticos (International Opticians Association). En los últimos años, la IOA no ha evolucionado realmente en paralelo a los cambios demográficos. Actualmente, la IOA no debería ser una organización exclusivamente para empresarios, sino que debería poder representar a todos los ópticos, independientemente de para quién trabajan, y debería ayudarles a mejorar como profesionales. **Nuestro objetivo es que los ópticos no sean vistos simplemente como vendedores y que no se considere que realizan solo una actividad comercial. Pretendemos impulsar la profesión óptica como parte de una profesión sanitaria en la que los ópticos gozarán de un mejor estatus y tendrán su lugar cuando se hable de cuidado visual.** Esto será cada vez más importante en los próximos años debido al envejecimiento de la población y la necesidad de servicios como la gestión de la baja visión.

Los aspectos empresariales no se deberían, por supuesto, ignorar u olvidar. Nos aseguraremos de que la IOA también cree un foro para el desarrollo empresarial. **El 80 % de la facturación de una consulta que también realiza exámenes visuales corresponde a la venta y al suministro de dispositivos ópticos.** La inversión en equipamiento clínico y de diagnóstico y en personal de optometría podría no resultar eficiente sin el trabajo del óptico.

Has participado en varios congresos internacionales y te has centrado en esta pregunta intrigante: ¿Eres un vendedor prehistórico? ¿Por qué haces esta pregunta?

La presentación empezó con una mirada hacia cómo sería el ejercicio de la profesión en 5, 10, 15 años. Es una reflexión acerca de cómo el futuro afectará no solo a la supervivencia de los ópticos sino también a los compañeros optometristas, porque las dos profesiones están inextricablemente relacionadas. Vivimos en un momento emocionante, dinámico y transformador en el que quedarse parado no es una opción. **Remarco que hay una línea fina entre estar cómodo con la manera en la que estamos trabajando y ser complaciente; y la**

**complacencia no tiene lugar en el que es el período más cambiante de la historia de la óptica.**

Hago que la gente reflexione sobre lo que hacen en el día a día laboral, y descubren si están o no estancados en la rutina o si se sienten cómodos en el status quo. Les pido que analicen si, de hecho, les gusta su trabajo. Si no les gusta, deben pensar qué pueden hacer para mejorar la situación. Si no se sienten realizados en el trabajo, esta negatividad se verá reflejada en la manera en la que trabajan y se comunican con sus pacientes. Se arriesgan a acabar dando un servicio y unas ofertas de producto mediocres en lugar de ofrecer una experiencia fantástica que tenga como resultado unas fantásticas gafas.

Les señalo que si hacen lo mismo día tras día, si utilizan el mismo lenguaje, los mismos instrumentos que hace incluso tan solo 5 años, tienen un problema potencial de cara al futuro.

Nunca he hecho otra presentación que recibiera tanta positividad y comentarios. Creo que para algunos ha sido como una sesión de terapia profesional. La IOA ayudará con esta positividad, reflexión común y conectividad con compañeros de profesión (todos nosotros expectantes y descubriendo cómo podemos ser mejores).

¿Por qué es tan importante salvaguardar la profesión óptica? ¿Cómo puede ayudar la IOA?

En algunos países, el gobierno subestima e ignora a los ópticos cuando se debate y financia el cuidado visual. En algunos países no se les permite poder ejercer para lo que están capacitados. En algunos países, no se permite utilizar el término óptico y han establecido el término vendedor óptico. Una de las preocupaciones de la IOA es la marginalización de la profesión. La IOA no puede librar batallas contra gobiernos/legislaciones extranjeros, pero puede hacer de contrapeso o de voz de la razón para apoyar a los buenos profesionales que se ven oprimidos al ejercer su profesión y al seguir desarrollando sus





competencias. La IOA dará su apoyo a los ópticos y a las organizaciones en defensa de los derechos cuando las leyes amenacen las prácticas habituales. Siempre se ha asociado un mayor abanico para elegir y un servicio y una atención de primer nivel con el profesional independiente que tiene el tiempo y la libertad de dedicarse al cliente. **La especialización y la competencia serán cada vez más importantes en el futuro para los ópticos independientes para poder diferenciarse de la gran cantidad de proveedores de gafas en línea.**

¿Cuáles son las oportunidades y las amenazas para la profesión óptica teniendo en cuenta los avances tecnológicos y los cambios en los hábitos de consumo?

**La tecnología afectará inevitablemente a nuestra manera de trabajar. No se trata simplemente de ver cuáles son los métodos de venta antiguos y qué inversiones tenemos que hacer para actualizar los equipamientos, sino también de entender el mercado y anticipar el cambio. Los avances tecnológicos cambiarán la forma en la que nos comunicamos con los clientes y modificarán nuestro campo de acción.**

Es increíble mirar atrás y pensar que ¡la primera llamada de teléfono móvil se hizo el 1 de enero de 1985 en el Reino Unido desde una máquina que pesaba 4,7 kg! Hoy en día, todo el mundo utiliza un dispositivo móvil de algún tipo y no solo para hablar por teléfono, sino también para enviar mensajes de texto, leer el correo electrónico, conectarse a las redes sociales (un sueño lejano en 1985) e incluso se puede utilizar para regular la calefacción central antes de llegar a casa.

**El consumidor (paciente) está en el corazón de todo lo que hacemos. No podemos sobrevivir sin una relación fuerte con**

**nuestros clientes. La relación durante el ejercicio profesional no es lo único que importa ahora, sino que también, y cada vez más, el contacto antes y después de la cita.** En el futuro, estas dos partes del recorrido del paciente cobrarán todavía más importancia y las habilidades necesarias en las fases de antes y después podrían ser las que no poseemos pero que necesitamos sacarles partido y adoptar.

Todos estamos unidos a nuestros dispositivos digitales e incluso hay un término clínico para describir el miedo a no tener nuestro dispositivo a mano o por no tener cobertura.

**Nomofobia** (Fobia a estar sin teléfono móvil, No-mobile-phone-phobia) es un término acuñado en un estudio de 2008 encargado por el servicio postal del Reino Unido para observar la ansiedad sufrida por usuarios de móviles.

**La ventaja de que nuestros pacientes estén conectados es que podemos contactar con ellos más fácilmente y de forma más rentable.** El truco es saber cómo hacerlo de manera eficaz y focalizada sin ser una molestia. La desventaja es que el comportamiento cambia y nuestros clientes, más que venir a vernos a la óptica, podrían estar tentados a no solo comprar las gafas en Internet, sino, cada vez más, a hacerse pruebas de refracción y de salud visual en línea cuando estos métodos se consideren fiables.

**El perfil del cliente también será clave a la hora de determinar cómo prestamos servicios en el futuro. Los jóvenes clientes de hoy están todos conectados y será más fácil que se dejen impresionar por la tecnología en la consulta, o se inclinarán a utilizar la tecnología ellos mismos en relación con los exámenes visuales y las funciones de venta.** No podemos quedarnos atrás en inversiones y nuevas tecnologías.



“El perfil del cliente también será determinante a la hora de establecer cómo ofrecemos servicios en el futuro.”

¿Cuáles serían las reglas de oro para atraer a los clientes y mantenerlos contentos en el ejercicio independiente?

Diría que estas reglas no son solo para los profesionales independientes. Deberían aplicarse a todos los ópticos.

a) La fase de atraer al cliente es importante y requerirá inevitablemente tener habilidades comunicativas en las **redes sociales**. Si no tienes estas habilidades, es importante contratar o buscar a alguien (familiar o trabajador) que conozca bien y entienda estas formas de comunicación actuales.

b) Comunícate de forma actual y da información relevante; **encuentra tu nicho** y explótalos.

c) Plantéate cómo vas a destacar sobre los demás. ¿Qué te hace **diferente**? ¿Cuál es tu especialidad?

d) Define a quién quieres atraer. ¿Cómo es tu zona de influencia demográficamente hablando? ¿Ha cambiado desde que empezaste? **Identifica quién es tu cliente** para poder atenderle mejor.

e) **Tu página web** debe estar actualizada y ofrecer información relevante. Una página web descuidada es tan malo como un escaparate descuidado.

f) **No hagas conjeturas sobre tus clientes**. Aprovecha cuando les veas para preguntarles qué tipo de redes sociales utilizan. Si la mayoría de tus pacientes tiene menos de 25 años y probablemente no pasa mucho tiempo en LinkedIn, no pierdas el tiempo publicando en LinkedIn.

g) **Se trata de personas comprando a personas**. Tienes que venderte a ti mismo y a tu personal. ¿Qué puedes ofrecer? Haz que se sientan como si te conocieran personalmente, hazles llegar qué te gusta y qué no (podría parecerse a los gustos de tus pacientes futuros y de esta manera se estrechan lazos). Si tenéis preferencias radicalmente opuestas, podrías evitar una relación difícil o tóxica no interactuando con algunos clientes potenciales (lo que también es positivo).

Entrevista realizada por Eva Lazuka-Nicoulaud



#### LECCIONES CLAVE

- La IOA es una asociación dedicada a la mejora y el desarrollo de la profesión óptica en todo el mundo.
- Sirve de foro para que los ópticos, los socios industriales y los formadores puedan reunirse y debatir sobre los temas que afectan al desarrollo de la profesión y a la prestación de cuidados visuales de primera clase y visión de calidad.
- Ser miembro de la IOA tiene muchas ventajas:
  - Tener acceso a una red internacional de ópticos
  - Ser el primero en tener información sobre eventos ópticos
  - Encontrar información sobre educación, desarrollo profesional y formación