

Las conversaciones en la práctica: Una introducción

Las necesidades de los usuarios de lentes de contacto de largo plazo cambian con el paso del tiempo. ¿Cómo puede usted identificar a aquellos que necesitan un cambio de lentes o quizá un poco de ayuda para evitar que los abandonen? Shireen Bharuchi y Simon Donne sugieren algunas maneras de facilitar la conversación.

Algunos profesionales de la Salud Visual invierten considerables recursos de mercado para conseguir potenciales nuevos usuarios en sus clínicas. Invertimos mucho tiempo de trabajo llevando de la mano a los pacientes durante su primera experiencia con lentes de contacto. Además, nuestros empleados pasan muchas horas ayudando a los pacientes a gozar de la libertad que dan los lentes de contacto.

Aún así, y a pesar de nuestros esfuerzos, hay investigaciones que muestran, por un lado, que más de 750,000 personas en el Reino Unido podrían empezar a usar lentes de contacto en tan solo un año, pero por otro, casi medio millón dejarán de hacerlo.^{1,2} ¿Será que estamos más cómodos con los usuarios habituales que con los nuevos, o será que se va pasando la novedad de los “nuevos usuarios”? ¿Simplemente dejamos que se nos vayan y esperamos que otro paciente venga en su lugar?

No importa si acaba de empezar, si lleva tiempo trabajando en esto, o si está por abrir o administrar su propia clínica. En todos los casos seguramente se topará con pacientes que usarán lentes de contacto a largo plazo, porque sus necesidades visuales o estilo de vida cambian o están a punto de cambiar.

Debemos identificar esas necesidades como presbicia, astigmatismo no corregido o bien resequedad, que pueden estar empezando a convertirse en un problema, y ofrecer alternativas a aquellos que corren el riesgo de dejar de usar lentes de contacto, antes de perderlos por completo.

Abandono de los usuarios a largo plazo

Recientes investigaciones muestran que algunos especialistas creían que casi una cuarta parte de sus pacientes de lentes de contacto (24 por ciento), habrían dejado de usar sus lentes en un año³, y en muchas clínicas esto se hizo evidente. ¿Ha tenido alguna vez a un paciente usando lentes de contacto cada vez con menos frecuencia?

La mayoría de nosotros estaremos de acuerdo en que la resequedad y la incomodidad son un problema para muchos usuarios de lentes de contacto, y hay estudios que indican que esto puede ser la causa de abandono en el 59 por ciento de los casos.⁴ Un gran número de usuarios a largo plazo dejan de usar los lentes porque su visión no es tan clara como quisieran.⁶



Usar lentes para leer



Usar gotas humectantes



Síntomas de resequedad



Entrecerrar los ojos para ver

Busque pistas para identificar las necesidades de cambio a largo plazo en los usuarios.

Cuando las desventajas de usar lentes superan a las ventajas, el tiempo de uso puede disminuir o pueden descartarse por completo.

La población completa está envejeciendo. Una vez que la presbicia se hace imposible de ignorar y esta empieza a dificultar el ver cosas “de cerca”, existe un peligro de que el usuario de lentes de contacto vuelva a utilizar gafas solamente. Al ir envejeciendo nuestros pacientes, o pasar más tiempo frente a computadoras, van presentando síntomas de resequedad, lo que puede provocar incomodidad a los ojos y al usar lentes de contacto.

Un cambio de las circunstancias personales como un nuevo empleo, puede significar nuevas tareas visuales, o bien, que los lentes tengan que ser utilizados durante más horas al día. Aprender a conducir o estudiar durante largas horas son otras situaciones que pueden precipitar la necesidad de cambios.

La jubilación puede también conllevar el inicio de nuevos entretenimientos o actividades con distintas necesidades visuales.

Una visión comprometida (como por ejemplo, un astigmatismo no corregido o que crece gradualmente, que antes se había tomado como aceptable), necesitará ser corregida. Puede ser una sorpresa saber que el astigmatismo no corregido es una de las

razones más populares por las que se abandona el uso de lentes de contacto, incluso más que la presbicia no corregida.⁵

Mientras que la presbicia es un factor importante en el abandono del uso de lentes de contacto, casi todos los abandonos (46 por ciento) son de pacientes que tienen menos de 30 años de edad.¹⁰

Oportunidades y beneficios de los pacientes

Es halagador y muy reconfortante saber que alguien insiste en vernos a nosotros en lugar que a otros. Hay algo muy satisfactorio en tener a alguien “dando seguimiento” a los pacientes, o trabajando en una clínica a la cual visitan para una cita aun teniendo que conducir por 30 millas.

Este alto nivel de lealtad resulta no solo de tener buenas habilidades clínicas, sino también de estar en sintonía con las necesidades de nuestros clientes y pacientes, lo cual es la piedra angular de una práctica exitosa.

No debemos subestimar el impacto que pueden causar mejorar la calidad de la visión o la comodidad en el bienestar de nuestros pacientes, sin importar su edad. Al contrario de lo que se creía, los pacientes con presbicia están muy interesados en verse y sentirse más jóvenes.

Sea porque las señales de envejecimiento están empezando a notarse, o porque el joven paciente astigmático se va a la universidad, tener la opción de poder liberarse de las gafas aumenta de forma importante la autoconfianza y mejora la función visual cuando más la necesitan.¹⁰

Debemos aconsejar a los pacientes sobre lo que hay en su “menú visual”, para los distintos momentos, sus anteojos o lentes de contacto, o una combinación de ambos pueden ser lo más indicado.¹¹ Ellos quizá prefieran complementar su “menú” con gafas de sol con o sin graduación. Al asegurarnos de cubrir las necesidades de nuestros clientes, nuestras clínicas verán los beneficios en más ventas y distintas formas de corrección de la visión.

Es muy importante saber que necesitamos poder restaurar la libertad de escoger. En los casos donde la cirugía láser pudiera haber estado siendo considerada como la última opción, los pacientes ahora podrían sentirse tentados a usar lentes al conocer la gran gama de opciones a su disposición. Por ejemplo, para un plomero o electricista que compruebe que los lentes de contacto son mejores para él que las gafas al trabajar en ángulos complicados o inusuales.¹²

Los clientes y pacientes satisfechos les hablan a otros sobre su experiencia, dando como resultado que más familiares, amigos y parientes vengan a nuestra clínica. Una clínica feliz crea un ambiente agradable para todo aquel que trabaja allí o solo la visita. El poder de las recomendaciones personales es lo mejor, ya que atrae nuevas personas a nuestra clínica, mejora nuestra tasa de retención y no nos cuesta nada.

El involucrar a todo el equipo en identificar las necesidades de los clientes y educarlos con profesionalidad sobre los productos más recientes permite a todos los miembros del equipo ser parte de la consulta. Esto puede influenciar muy positivamente nuestra práctica clínica al motivar a nuestro personal, mientras se construyen relaciones de confianza con los pacientes. Esto permite comunicarnos sobre las necesidades de los clientes desde la recepción hasta las salas de auscultación. Es por la percepción de la experiencia total por la que seremos juzgados como profesionales, aunque nosotros no lo creamos.

Qué debemos buscar y escuchar

Los pacientes raramente cuentan todo. Ellos pueden haber asumido que no existen otras

opciones de lentes y que “no hay otra opción a mi alcance”. Podrían pensar que es simplemente mejor usar gafas.

Cuando les preguntamos por los lentes, creen que se supone que los lentes de contacto serán incómodos “porque los ojos se resecan al envejecer, ¿cierto?” o tienen la “idea” de que la visión es mejor con gafas. Por eso, automáticamente dirán que sus lentes de contacto “están bien” (¡al menos para salir una noche y por solo unas horas!).

Podríamos asumir que la persona que está en la silla se siente bien con nosotros, nuestro servicio y nuestros productos, pero en la realidad, la tentación de un segundo par de gafas gratis en la clínica de más abajo puede ser todo lo que necesitan para dejar de usar lentes de contacto. Nuestra conversación puede llegar a ser nada más que una gran bola de ideas asumidas por ambos lados, lo que lleva a un resultado que no satisface a ninguno. Entonces, ¿qué deberíamos hacer para asegurarnos que estamos proporcionando el mejor consejo según esas necesidades cambiantes?

Las señales de advertencia se nos pueden presentar con el usuario de lentes de contacto que ha decidido regresar para examinarse los ojos antes de lo que se suponía que debían de venir, o aquellos que han empezado a usar sus anteojos con más frecuencia. Ellos pueden llegar a una consulta de control sin tener los lentes puestos, o pueden mostrar un súbito e inesperado interés en su muestra de monturas para gafas mientras esperan a ser revisados por lentes de contacto.

Puede ser alguien que decidió comprar lentes para leer y ahora busca su ayuda. Quizá usted tiene un paciente que regresa frecuentemente a comprar gotas humectantes que usted no ha recetado, o ha cancelado su pedido habitual la semana pasada porque tienen demasiados lentes que no han usado.

Puede ser incluso algo tan sutil que se escapa fácilmente, como el estar sentados en su sala de espera pero no se sienten “muy bien que digamos” por la culpa que sienten al no estar usando los lentes que usted con mucho cuidado les colocó a medida hace tantos meses, y no saben cómo romperle el corazón al contarle su decisión.

Qué decir y hacer

Crear oportunidades

Se puede hablar sobre los síntomas y los últimos productos disponibles en cualquier momento que el cliente esté dentro de la clínica, y no deben limitarse solamente a la sala de auscultación. Al enviar a sus pacientes un recordatorio sobre su examen o revisión de sus lentes de contacto, sea por email, mensaje de texto o carta, podemos también incluir información sobre los últimos productos y nuevas tecnologías que podemos ofrecerles.

Cuando ellos llaman a la clínica para concretar una cita, en lugar de preguntar “¿Cuándo desea venir?”, nuestro personal de recepción puede aprovechar para obtener más información sobre las necesidades del paciente. Pueden preguntar: “¿Es su cita solo para revisar sus ojos, o le interesaría obtener información sobre lentes de contacto?” o como para conseguir más información sobre las razones de la visita: “¿Es esta una visita de rutina, o tiene algún problema que quisiera que el especialista sepa antes de verle en persona?”.

La información visual sobre los productos más recientes en vitrinas, panfletos para los pacientes y pósters, pueden hacer que los clientes pregunten, y esto por lo general, permite dialogar sobre las necesidades del cliente. Su presencia en las redes sociales y su página web son otras oportunidades para explicar que la edad y las recetas no son un impedimento para sacar lo mejor del uso de los lentes de contacto.

Prepare a sus pacientes

Debemos ser adivinos y preparar a nuestros pacientes para anticiparse a sus necesidades de cambio. Si la visión de un paciente se reduce año con año, se deberá hablar sobre presbicia. Es tentador anunciar que no ha habido “ningún cambio” al final de un examen, pero de hecho, si su acomodación o “habilidad de enfoque” era 10D hace dos años y ahora es solamente 8D, ha habido un cambio.

Ellos no sufrirán de presbicia aún, pero el hablar sobre lo que significa la posible reducción en su habilidad para enfocar en los próximos años, en lugar de ser tomados por sorpresa, al llegar el momento, sabrán que la opción multifocal significa que los lentes de contacto les pueden dar “visión de por vida”. Además, esto empieza a marcar las expectativas que pueden ayudar a lograr resultados exitosos en el futuro.

Los pacientes quizá no quieran admitir libremente que tienen problemas al ver de cerca. Una vez que hagamos la pregunta abierta: “¿Cómo está su visión al leer algo de cerca?”, se sentirán encantados de que alguien se preocupe por ellos y se abrirá una conversación más en confianza.

Sea un experto

Es vital que todo su personal esté bien actualizado en las últimas tecnologías para poder hablar con seguridad de todas las opciones disponibles para corregir la visión de manera adecuada y con más comodidad.

Explique sobre los beneficios adicionales como: “yo uso lentes resistentes a la humedad, que son más cómodos y se aguantan más tiempo” o “¡Acabamos de empezar a colocar un lente que ayuda a ver de lejos, de cerca y a cualquier distancia!”, o incluso “Ahora podemos ofrecerle lentes de contacto personalizados para corregir el

astigmatismo" o " que se parecen más a la graduación de sus gafas". Siga con algo como: "¿Le gustaría concretar una cita para probarse esos lentes?".

Debemos ser vistos como que estamos a la vanguardia de lentes de contacto. Si un paciente pregunta por lentes de contacto "como los de mi amigo, que le ayudan a ver cosas de cerca sin sus gafas", antes de que se los hayamos ofrecido, ya estamos en riesgo de perder al cliente ante la competencia, y hemos perdido la oportunidad de sorprenderlo con nuestro conocimiento justo cuando lo necesitaba.

Busque pistas

Haga de detective y anticipe las necesidades de cambio. Haga preguntas abiertas y escuche con cuidado a los pacientes que puedan estar entrando en una nueva etapa en su vida, sea porque están experimentando las primeras señales de presbicia, o porque usan sus lentes por más tiempo del que debieran. Esté alerta ante pacientes que orgullosamente anuncian que consiguieron el empleo que deseaban, ya que esto puede requerir horas más largas en la oficina y una actualización de su ayuda visual.

¡Investigue! Haga preguntas de sondeo para saber exactamente cuándo y dónde hay problemas, su frecuencia y severidad. ¿Hubo cambios en su estilo de vida, trabajo, entretenimientos, ocio o ambiente, que pueda alterar sus necesidades visuales? ¿Tendrán que pasar muchas horas frente a una pantalla en el trabajo o en casa?

No solo el examen visual se beneficia de esta precalificación. El precalificar antes de una cita de control luego de iniciar a usar lentes de contacto, sea con una charla informal o con un cuestionario antes de la auscultación, le da la oportunidad de detectar cualquier cambio en el estilo de vida o la ocupación. Mientras un paciente puede decir "está bien" al preguntarle cómo está su visión, quizá solo la calificaría con un 5/10, lo que da un punto claro de partida para más preguntas.

Pregunte si la visión al usar los lentes de contacto es tan clara como al usar las gafas. Luego continúe con preguntas abiertas de calidad, que le proporcionarán respuestas con información útil. Pruebe con: "cuénteme sobre la calidad de la visión con sus lentes de contacto y sus anteojos" o "¿en qué momentos del día se le nubla la visión?" "¿cómo compara su visión cuando hay poca luz y cuando hay luz brillante?" o "¿cada cuando nota que sus ojos están cansados?".

Otras preguntas útiles pueden ser: "¿alguna vez utiliza gafas de sol cuando tiene puestos los lentes de contacto?" o "¿tiene que quitarse los lentes durante el día por motivo de su visión?".



Establezca una base de confianza y sea sensible al hablar sobre los cambios relacionados con la edad.

Para averiguar sobre síntomas de resequeidad, puede preguntar: "¿hay momentos en los que sus ojos se sienten secos?" o "¿siente alguna vez que necesita usar gotas humectantes y en qué momentos?".

Piense en cómo hace la pregunta para conseguir la mejor respuesta. Trate de diferenciar entre los resultados tras la conversación, preguntando "¿le puedo ayudar?" y "¿cómo le puedo ayudar?", o bien cómo responde un paciente al preguntar "¿se siente cómodo?", en comparación a preguntar "¿se siente siempre tan cómodo con sus lentes como usted quisiera?".

Cuando un paciente habla sobre su intención de bajar la frecuencia del uso de los lentes, también es importante hacer preguntas abiertas para saber los motivos. Puede ser que simplemente no sepan que ahora hay nuevos tipos de lentes que no existían hace 10 años cuando empezaron a usarlos. Mientras que consideran tratamientos de cirugía láser con algo de temor, usted les puede contar las buenas nuevas que esperaban: ahora ya existen lentes que se adaptan mejor a sus necesidades.

Sea sensible y evite la jerga

Sea que tengan astigmatismo o presbicia, nuestros clientes no quieren ser etiquetados; ellos quieren una explicación con la que se puedan identificar. La jerga puede sobrecargar a los clientes y evitar que retengan información importante.

No estigmatice a sus clientes con "justed sufre de astigmatismo!". Recuerde que la peor pesadilla de cualquier paciente es la de salir de una cita luego de haberse enterado de tener alguna "condición". Hábleles de la frecuente necesidad de tener un medio correctivo hecho a la medida que funcione mejor que lo que tienen ahora con sus gafas.

Tener que lidiar psicológica y emocionalmente con los efectos del envejecimiento y no poder leer lo que se desea leer, cuando usted quiere leerlo, se agrava aún más al ser informado por alguien a quien ve "como si tuviera 12 años", en relación "a su edad". Aunque bien podría ser el padre de la persona que le está auscultando, el paciente no le va a agradecer que le recuerde el hecho de que está envejeciendo.

Para aquellos que ya conocemos la fobia a la presbicia, el saber "exactamente lo que usted quiere decir", nos permitirá establecer empatía y relajar a nuestro paciente. Si usted no tiene el beneficio de tener una edad avanzada, usar experiencias de situaciones similares le ayudará a construir esa base de confianza. Haber visto y colocado lentes de contacto a "muchos pacientes con problemas similares", crearán confianza en el joven profesional.

Tenga tacto. Si usted está a punto de contarles que le acaba de colocar esos lentes a su propia madre, piénselo bien, ya que ellos escucharán "usted está tan viejo como mi madre/padre" y esto puede no ayudar a crear la empatía o la confianza que se desea.

Intente decir a los pacientes que "los lentes dentro del ojo pierden elasticidad con el tiempo". "Este es un cambio que nos pasa a todos y es por eso que le cuesta ver su reloj aún con lentes de contacto o sus gafas" es una mejor frase para provocar una respuesta emocional distinta a "usted necesita lentes multifocales porque sus ojos se están volviendo viejos". Mientras que la primera frase probablemente impulse al paciente a preguntarle qué solución le recomienda, la segunda es más probable que lo haga irse pensando "mis ojos están viejos y son complicados. Mejor me quedo con mis anteojos".

Recuerde, los pacientes pueden no estar dispuestos a contarnos todo sobre su incomodidad al usar sus lentes de contacto por un sinnúmero de razones. El “¿siente resacos sus ojos?” puede hacer que digan que no, especialmente si saben que los usan por más tiempo de lo que se supone que los deben usar, y quizá se culpan ellos mismos y no a los lentes. En lugar de eso, déle la impresión a su cliente de que usted ya esperaba que esto pasara, diciendo: “Al pasar el tiempo, veo que mis clientes no se sienten cómodos usando los lentes, ¿con qué frecuencia le pasa esto a usted?”.

Demuestre la diferencia

En la sala de consulta, el sostener lentes cilíndricos de prueba sobre los de contacto mientras el paciente lee la tabla de evaluación, puede demostrar cómo puede mejorar la visión si se colocan lentes tóricos prueba para minimizar la necesidad de visitas repetitivas a la clínica.

Usted puede sentir que esto da la impresión de que colocar los lentes es más un asunto de “intentar y fallar”, pero no se preocupe, el paciente probablemente verá que usted se está tomando el tiempo y la molestia para asegurar el mejor resultado. Invertir tiempo en la consulta, es una inversión en el paciente, y usted recibirá la recompensa con la lealtad y retención de los clientes, así como la reducción en el abandono del uso.

Por último, deje claro a su paciente que hay otras opciones si el cambio de lente no le da la mejora esperada o si su efectividad baja con el tiempo. Solo el 19 por ciento de quienes abandonan el uso han probado otro lente, y el 48 por ciento abandonan sin buscar el consejo de su especialista.¹²

Conclusión

El estar al tanto, y manejar exitosamente las necesidades cambiantes de nuestros usuarios



Demuestre la diferencia que supondría un nuevo par de lentes a la visión del día a día.

de lentes de contacto a largo plazo, debe ser parte de nuestra práctica profesional diaria. Los ojos de nuestros pacientes, sus vidas y necesidades visuales pueden estar cambiando, bien sea porque están desarrollando sequedad por el envejecimiento o por estar trabajando en un ambiente más adverso, sufrir de astigmatismo no corregido que ya no se puede ignorar o desarrollar presbicia que ahora está empezando a causar problemas.

Nosotros debemos poder identificar rápidamente esas necesidades y ofrecer opciones de corrección lo más adecuadas posible. No debemos confiar solamente en un flujo constante de nuevos usuarios para que los negocios de lentes de contacto crezcan. También debemos trabajar con nuestros usuarios ya existentes que no quieren que sus vidas cambien solo porque su visión está cambiando.

Mantenerse al día con las novedades en lentes de contacto y manejar situaciones como la sequedad relacionada con los lentes de contacto nos dará la oportunidad de mejorar la retención y la lealtad, así como de mejorar las vidas de nuestros pacientes. Hábleles, escuche realmente lo que tienen que decir y esté al tanto de qué es lo que pueden no estar diciendo. No tenemos nada que perder, pero sí mucho que ganar.

La siguiente parte de nuestra serie nos mostrará maneras de evaluar la necesidad de una mejora en tecnología de lentes para los usuarios a largo plazo que necesitan cambiar su receta y cómo esta mejora les puede ayudar a mantenerse cómodos y satisfechos.

Reconocimientos

Imágenes cortesía de The Vision Care Institute
•Shireen Bharuchi es una optometrista experimentada en entrenamiento para lentes de contacto y crecimiento de la práctica profesional. Simon Donne tiene una clínica optometrista independiente en Bedfordshire. Él también es un investigador clínico, miembro de la facultad del Instituto Vision Care y consultor de asuntos profesionales para Johnson y Johnson Vision Care.

LOS MEJORES CONSEJOS

- Busque cambios en las necesidades visuales o en el estilo de vida que puedan aconsejar cambiar a los lentes.
- Prepare con tiempo a sus pacientes para tomar consciencia de los posibles cambios en sus ojos y su visión y en los efectos en sus vidas.
- Sea un experto. Identifique sus propias necesidades de entrenamiento y manténgase actualizado con los avances de la tecnología. Tome el hábito de hablar de los productos y tecnologías con sus pacientes.
- Sostenga sesiones de entrenamiento regulares con su personal compartiendo conocimientos con ellos. Todo su equipo debe tener el mismo nivel de conocimiento en los productos de lentes de contacto.
- Muestre la diferencia. Demuestre la diferencia que puede hacer un nuevo lente a la visión, enfatizando en la mejora en el estilo de vida. ¡Sonría y disfrute con sus pacientes! El entusiasmo es contagioso.

Referencias

1. Internos basados en Investigación Primaria y Datos de Ventas de Volumen de Categoría, Johnson & Johnson Vision Care 2012.
2. Datos en los Archivos. Encuesta de Incidencia en Lentes de Contacto. Johnson & Johnson Vision Care 2011.
3. Investigación sobre Retención de Lentes de Contacto, Reed Business Insight, Septiembre 2013.
4. Mexico Incidence Study 2021.
5. Young G., Por qué un millón de usuarios de lentes de contacto dejaron de usarlos. Cont Lens Anterior Eye, 2004;27:84-85.
6. Nichols J et al. El Taller Internacional de TFOS en Incomodidad con Lentes de Contacto. Invest Ophthalmol Vis Sci, 2013;54:TFOS1-FROS203.
7. Naroo SA. Contact lens dropouts - 'must try harder'. Cont Lens Anterior Eye, 2013;35:5 195.
8. Chalmers R. Revisión de los factores que afectan la comodidad con lentes de contacto modernos. Cont Lens Anterior Eye, 2014;37:2 65-76.
9. Datos en los Archivos. Encuesta sobre la incidencia de los lentes de contacto. Johnson & Johnson Vision Care 2013.
10. Donne S y Rumney N. Los Mejores Diez consejos para levantar su práctica profesional de lentes de contacto. Optician, 2005;230:6030 13-15.
11. Tranoudis I y Sulley A. Pasos simples para hacer crecer nuestra práctica profesional de lentes de contacto. Optician, 2010;6272:240 38-43.
12. Datos en Archivos. Encuesta de Uso.

Tabla 1

Hablando de las razones más comunes para necesitar cambio de lentes

Ud. quiere hablar de...	Diga esto...	Evite esto...
Síntomas de sequedad	Al pasar el tiempo, nuestras lágrimas cambian, lo que es natural. Este lente tiene un líquido incorporado que le ayuda a poder usar sus lentes tanto como antes.	Mientras más se envejece, sus ojos se vuelven más resacos. ¿Le gustaría probar unos lentes con más humectante?
Astigmatismo	A muchas personas se les hace un lente a medida según la forma de su ojo. Estos lentes le ayudarán a ver tan bien como con sus gafas.	Usted sufre de astigmatismo. La forma de sus ojos parece una pelota alargada. ¿Desea probarse unos lentes tóricos?
Presbicia	Con el tiempo, los lentes en sus ojos pierden elasticidad y esto hace que leer sea más difícil. Esto les pasa a todas las personas. Estos lentes le permitirán leer cómodamente aún con poca luz.	Usted necesita ayuda para leer porque sus ojos están muy viejos. Le recomiendo que use multifocales.