

## ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR LA RECOMENDACIÓN Y ADAPTACIÓN DE LENTES DE CONTACTO

Fundamentos clínicos, organizacionales y estratégicos  
para transformar tu práctica.

### INTRODUCCIÓN

En Colombia, millones de personas con defectos refractivos son potenciales usuarios de lentes de contacto que pueden alternar con anteojos de prescripción y anteojos para el sol, pero solo un porcentaje reducido recibe recomendación activa. El fenómeno no es clínico; es estructural.

El International Contact Lens Prescribing Report (Morgan PB et al., Contact Lens Spectrum, reportes anuales) evidencia que, aunque el mercado global de LCB mantiene crecimiento sostenido, la tasa de penetración en muchos países sigue siendo baja en relación con la población candidata.

Estudios publicados en Contact Lens & Anterior Eye y Eye & Contact Lens coinciden en un punto crítico: la recomendación proactiva del profesional es el principal determinante de adopción. Por tanto, la pregunta estratégica no es si sabemos adaptar, sino: ¿nuestra organización está diseñada para recomendar y sostener la adaptación de LCB como parte integral de la práctica?

En este documento vamos a revisar 7 factores clave que serán estrategia de éxito para tu práctica clínica diaria y los ingresos de tu establecimiento.

### 1. INFRAESTRUCTURA: ¿TU ESTABLECIMIENTO COMUNICA LENTES DE CONTACTO?

#### 1.1 El entorno como mensaje clínico

Los espacios y apariencia física de tu establecimiento influyen en la decisión de tus pacientes, clientes e incluso personas que pasan por tu óptica desprevénidamente. Thaler & Sunstein, Nudge, demostraron con su teoría “arquitectura de elección” que las opciones visibles tienden a elegirse con mayor frecuencia.

En tu óptica y consultorio, esto se traduce en:

- Señalización clara sobre LCB.
- Material educativo accesible.
- Un espacio de exhibición para lentes de contacto atractivo y organizado.
- Espacio destinado al entrenamiento.



Cuando el entorno no menciona o presenta lentes de contacto, la persona que está en tu óptica o consultorio no piensa en la posibilidad de usarlos. Y si el equipo de trabajo los sugiere el paciente asume que no son prioritarios.

## 1.2 Infraestructura mínima recomendada

De acuerdo con estándares internacionales descritos en Efron N., Contact Lens Practice, Guías de la British Contact Lens Association (BCLA) y Recomendaciones de la American Optometric Association (AOA) un establecimiento preparado debe contar con:

- Lámpara de hendidura.
- Evaluación de película lagrimal.
- Kits de prueba organizados.
- Área privada para entrenamiento en inserción y remoción.
- Protocolos impresos o digitales de educación.

## 1.3 Experiencia del paciente

Las clínicas líderes en Reino Unido y Australia integran el mensaje de LC dentro del flujo de consulta, no como oferta secundaria. La experiencia inicia en la recepción, continúa en examen y finaliza en seguimiento. Por tanto, si el entorno no comunica confianza en LC, la recomendación pierde fuerza.

## 2. TALENTO HUMANO: ¿TU EQUIPO ESTÁ ENTRENADO PARA RECOMENDAR?

### 2.1 La recomendación como proceso colectivo

La adaptación no comienza en la lámpara de hendidura, comienza en la conversación inicial. Investigaciones publicadas por Nichols JJ y colaboradores muestran que la oferta sistemática aumenta significativamente la tasa de adaptación. En prácticas donde se implementaron protocolos de recomendación universal (Rumpakis J., Review of Optometric Business), se observaron incrementos superiores al 20% en adaptaciones anuales.



### 2.2 Capacitación integral

Todo el equipo de trabajo debe dominar indicaciones básicas, beneficios funcionales, manejo de objeciones y diferencias entre modalidades (diario, tórico, multifocal). No se trata de convertir al equipo en adaptadores, sino en facilitadores de decisión.

## 2.3 Cultura organizacional

Las prácticas exitosas en contactología tienen cultura de recomendación activa. El mensaje interno es claro: quien requiere una prescripción óptica merece conocer la opción de poder usar anteojos y lentes de contacto para mejorar su calidad de vida.

Y la conclusión contundente es: sin entrenamiento sistemático del equipo de trabajo, la oferta y recomendación de lentes de contacto dependerá exclusivamente del profesional y por tanto, muchas personas, que ingresan a las ópticas y no pasan por el consultorio, se perderán de una gran posibilidad, así como el establecimiento de generar más pacientes y clientes fieles.

## 3. PREPARACIÓN CLÍNICA

### 3.1 Evaluación de superficie ocular

El informe TFOS DEWS III establece que la evaluación de la superficie ocular es fundamental para éxito en la adaptación de lentes de contacto. Debe incluir historia clínica dirigida, evaluación de menisco lagrimal, tiempo de ruptura lagrimal, tinción con fluoresceína y evaluación de glándulas de Meibomio. La falta de evaluación adecuada y toma de medidas ajustadas a la superficie ocular del paciente puede ser una causa de abandono posterior.

### 3.2 Protocolos estructurados

Según Efron (Contact Lens Complications), el éxito depende de selección adecuada del material, reemplazo programado, información clara y seguimiento documentado.



## 4. VISIÓN EMPRESARIAL: ¿EL ADMINISTRADOR DEL ESTABLECIMIENTO ENTIENDE EL IMPACTO?

### 4.1 Modelo de negocio recurrente

Rumpakis J. ha documentado que los usuarios de LC visitan con mayor frecuencia a sus profesionales de la visión, generan mayor ingreso anual y presentan mayor lealtad. En Europa y Norteamérica, muchas prácticas han migrado a modelos de suscripción anual, recordatorios automatizados y venta programada. Esto genera flujo de caja estable, retención prolongada y relación continua.



## 4.2 Fidelización

El usuario de LC interactúa más con la práctica que el usuario exclusivo de gafas. En conclusión, los LC además de un sistema de corrección refractiva son estrategia de fidelización.

## 5. COMUNICACIÓN DIGITAL: ¿TU MARCA INFORMA SOBRE LCB?

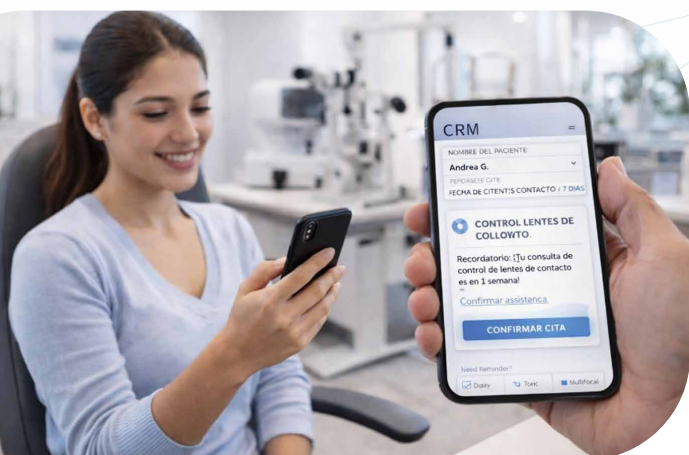
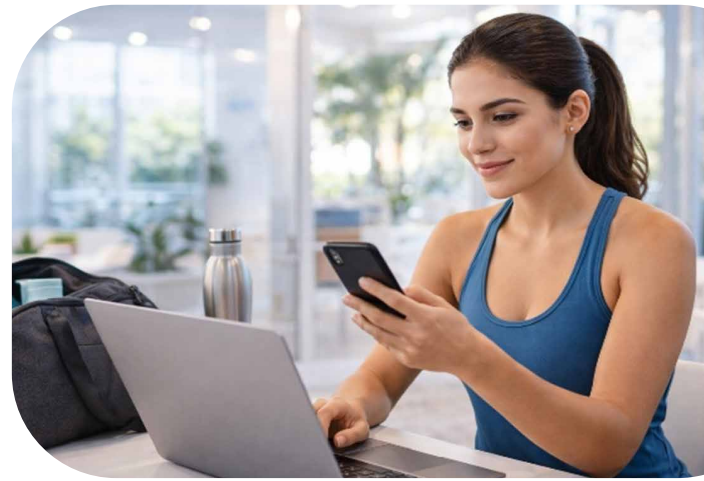
### 5.1 Contexto actual

Según DataReportal 2024, la población pasa más del 60% del tiempo de vigilia frente a pantallas.

Los estilos de vida actuales incluyen actividad física frecuente, imagen personal relevante y alternancia de dispositivos digitales. Y los LC ofrecen campo visual amplio, libertad estética y versatilidad ocupacional.

### 5.2 Estrategia de comunicación

La comunicación debe centrarse en beneficios reales, casos de éxito, educación en seguridad y alternancia inteligente con anteojos. En conclusión, si no educamos digitalmente, la conversación la lideran otros actores.



## 6. COMUNICACIÓN CONTINUA: RETENCIÓN Y EXPERIENCIA

Pritchard N. (Contact Lens & Anterior Eye) reporta tasas de abandono entre 12% y 24% anual, principalmente por incomodidad o falta de seguimiento. Por lo tanto, la adaptación exitosa no termina el día de entrega. Esta es una gran oportunidad de acercamiento con el paciente, quien debe recibir una invitación motivante para regresar al establecimiento y realizar su control.

## 6.1 Causas de abandono

Los principales motivos tienen que ver con molestias por el tiempo de uso diario, el descarte recomendado, el mantenimiento de los lentes, la falta de seguimiento y la desinformación. Por tanto, establecer un programa de seguimiento resulta necesario.

## 6.2 Programa de seguimiento recomendado

El establecimiento debe establecer un protocolo de seguimiento al paciente, el cual también es una oportunidad de acercamiento. Una vez que se ha realizado la adaptación se sugiere hacer una evaluación a la semana de estar usando los lentes. La siguiente evaluación para tener un control clínico y verificar los hábitos de uso, será al mes. Y después, cada 6 meses para realizar un control integral. La comunicación debe incluir recordatorios automáticos del reemplazo de sus lentes. La evidencia muestra que la comunicación y educación constante reduce complicaciones.



## 7. EXPERIENCIA PERSONAL DEL EQUIPO DE TRABAJO

Los estudios de comportamiento en salud indican que la recomendación basada en experiencia personal aumenta credibilidad. Cuando el profesional y su equipo de trabajo han usado lentes de contacto y se han dado la oportunidad de vivir su vida cotidiana con estos, comprenden sensorialmente la experiencia, conocen los beneficios y desafíos reales, así como manejan objeciones con empatía, todo significa que la tasa de recomendación se incrementa y por tanto las adaptaciones. Comprender la experiencia fortalece la comunicación.

### REFLEXIÓN FINAL

La adaptación de LC no es un acto aislado. Es un sistema compuesto por infraestructura, cultura, protocolo clínico, comunicación, seguimiento y liderazgo gerencial. Si uno de estos pilares falla, la estrategia pierde consistencia.

### PROPÓSITO DE TODO ESTABLECIMIENTO DE SALUD VISUAL

Los lentes de contacto abren grandes posibilidades para el concepto GANA&GANA que todos soñamos en cualquier actividad. Gana el consumidor y gana el establecimiento. La cercanía con la persona que usa lentes de contacto también es una posibilidad para sugerirle el uso alternativo de anteojos con prescripción óptica, el

uso de anteojos deportivos y por supuesto establecer una relación estrecha entre usuarios, profesional, establecimiento es ideal en cualquier actividad. Por eso realiza tu autodiagnóstico, evalúa y mejora estos aspectos que llevarán al éxito de tu práctica clínica y comercial:

1. Auditoría física de tu local
2. Capacitación del equipo.
3. Revisión de protocolos clínicos.
4. Análisis financiero de LC.
5. Plan de comunicación digital.
6. Estructura de seguimiento.
7. Evaluación cultural interna.

Ahora, imanos a la obra! ten la seguridad de que tu establecimiento puede transformar la vida de cientos de personas al tiempo que creces en todas las áreas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Morgan PB, et al. International Contact Lens Prescribing Report. Contact Lens Spectrum. Annual Reports.
2. Nichols JJ, et al. Contact lens prescribing and patient compliance. Eye & Contact Lens.
3. Pritchard N, et al. Reasons for contact lens dropout. Contact Lens & Anterior Eye.
4. Efron N. Contact Lens Practice. 3rd ed. Elsevier.
5. Efron N. Contact Lens Complications. Elsevier.
6. TFOS DEWS II/III Report. Ocular surface management guidelines.
7. Rumpakis J. The economics of contact lens practice. Review of Optometric Business.
8. British Contact Lens Association (BCLA) Clinical Guidelines.
9. American Optometric Association (AOA) Clinical Practice Guidelines.
10. Thaler RH, Sunstein CR. Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness.
11. DataReportal. Global Digital Overview Report 2024.