

MEJORA TU VIDA CON LENTES DE CONTACTO

Campaña para mejorar la calidad de vida de la población
a través de lentes de contacto

INTRODUCCIÓN

Lentes de contacto: una solución que transforma la calidad de vida

En el contexto actual, caracterizado por altas exigencias visuales, dinamismo en los estilos de vida y una creciente interacción con entornos digitales, la corrección de los defectos refractivos trasciende la necesidad básica de ver bien. Hoy, la calidad de la visión está directamente relacionada con la calidad de vida, el desempeño funcional y el bienestar integral de las personas.

Los lentes de contacto blandos (LCB) representan una de las soluciones más completas y versátiles dentro de la salud visual moderna; adicionalmente se alternan con el uso de anteojos, lo cual abre un mundo de oportunidades ocupacionales, sociales y estéticas para el usuario.

Desde el punto de vista funcional, los LCB permiten una mejor adaptación a múltiples entornos visuales, favoreciendo el desempeño laboral, académico y deportivo. Desde la perspectiva emocional y social, contribuyen a fortalecer la autoestima, la seguridad personal y la libertad en la interacción cotidiana. En términos clínicos, su evolución tecnológica ha permitido desarrollar materiales y diseños cada vez más seguros, confortables y adaptados a las condiciones individuales de cada paciente.

Adicionalmente, el uso adecuado de lentes de contacto no solo impacta al usuario final, sino que también fortalece el rol del profesional de la salud visual como asesor integral, amplía las oportunidades de crecimiento de los establecimientos y promueve una práctica más completa, moderna y centrada en el paciente.

En este sentido, promover la recomendación y adaptación de lentes de contacto blandos no es únicamente una estrategia de crecimiento del sector, sino una acción concreta orientada a mejorar la calidad de vida de la población, facilitando soluciones visuales que responden a las necesidades reales del ser humano contemporáneo.

1. CONTEXTO Y JUSTIFICACIÓN ESTRATÉGICA

El mercado colombiano de lentes de contacto blandos (LCB) presenta un alto potencial de crecimiento, sustentado en:

- Una población con alta prevalencia de defectos refractivos.
- Cambios en los estilos de vida, la estética, el deporte y la digitalización.
- Una baja cultura histórica de recomendación sistemática de LCB.

- Una dependencia predominante de los anteojos como primera y única opción de corrección visual.

En este contexto, surge esta campaña como una iniciativa sectorial, de carácter no comercial ni de marca, cuyo propósito es activar la categoría, elevar el nivel profesional y generar crecimiento sostenible para todo el ecosistema de la salud visual en Colombia.

2. OBJETIVO GENERAL

Estimular el crecimiento sostenible del segmento de lentes de contacto blandos en Colombia, fortaleciendo la cultura de recomendación y adaptación desde el profesional de la salud visual (PSV), su equipo de apoyo y el establecimiento.

La campaña se desarrolla bajo un enfoque de categoría, orientado a:

- Educar
- Inspirar
- Movilizar

hacia una mayor adopción de los LCB como una solución moderna, saludable, cómoda y rentable.

3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ESPECÍFICOS

1. Incrementar la recomendación sistemática de LCB en los establecimientos de salud visual.
2. Aumentar la tasa de adaptación real y sostenida.
3. Fortalecer el rol del PSV y su equipo como educadores del consumidor.
4. Crear hábitos de formación continua en LCB.
5. Unificar al sector bajo un mensaje común, estructurado y medible.
6. Generar evidencia de impacto clínico, educativo y comercial.

4. ALCANCE DE LA ALIANZA SECTORIAL

Empresas participantes

Cuatro compañías multinacionales líderes en lentes de contacto blandos, con participación equitativa y regulada.

Principios de la alianza

- Neutralidad de marca
- Equidad en visibilidad y participación
- Mensaje unificado de categoría
- Transparencia en medición y resultados

5. ESTRATEGIA GENERAL DE CRECIMIENTO

5.1 Pilares estratégicos

1. Unidad del sector

Alianza estructurada para posicionar los LCB como eje de innovación y salud visual.

2. Educación continua

El programa involucra actividades de capacitación continuas. De manera presencial los equipos de visitadores estarán llevando el mensaje del mes y compartiendo documentos para fortalecer los conocimientos del equipo de trabajo de cada establecimiento. Igualmente, se enviarán documentos, piezas gráficas y convocatorias a reuniones mensuales a través de los medios de comunicación de Grupo Franja.

Cada mes se realizará una reunión virtual con expertos panelistas que compartirán sus casos de éxito. Y se realizará una actividad presencial durante FRANJA 2026, Bogotá, julio 9 y 10. El programa estará en funcionamiento hasta el mes de diciembre 2026.

3. Impacto progresivo

Campaña anual renovable, basada en la generación de hábitos y continuidad estratégica.

4. Contenido de alto valor

Paneles de expertos, casos reales y metodologías participativas orientadas a la práctica clínica y comercial.

5. Visibilidad integral

Uso del ecosistema de medios de Grupo Franja: portales, redes sociales, webinars, publicaciones y eventos.

6. Seguimiento estructurado

Evaluación posterior a cada sesión y consolidación de resultados por fase.

6. ESTRUCTURA DETALLADA DE LAS REUNIONES DEL PROGRAMA

Este programa se fundamenta en una estructura académica y estratégica organizada en fases, con sesiones diseñadas para generar aprendizaje progresivo, aplica-

ción práctica y medición de resultados.

6.1 Formato estándar de cada reunión

- Duración: 60 minutos
- Modalidad: Virtual (excepto sesión presencial en FRANJA 2026)
- Formato: Panel de expertos
- Metodología:
 - o Introducción del tema
 - o Desarrollo con enfoque práctico
 - o Interacción con la audiencia
 - o Definición de retos aplicables

Cada sesión cuenta con:

- Documento técnico de apoyo
- Piezas gráficas para el consumidor
- Grabación disponible en plataforma
- Retos para establecimientos
- Retos para la industria

FASE 1 – ENFOQUE EN EL CONSUMIDOR (Marzo – Julio | 5 reuniones virtuales)

REUNIÓN 1

Prepárate para adaptar y recomendar Lentes de Contacto: Estrategias de educación, marketing y ventas en LCB

Fecha: jueves 26 de marzo – 7:00 p. m. Colombia

Objetivo estratégico:

Preparar al PSV y su equipo para la ejecución estructurada de la campaña.

Contenidos:

- Organización del equipo
- Educación del consumidor
- Uso de redes sociales
- Preparación del espacio clínico y comercial
- Casos de éxito

Retos:

- Diseño de plan interno
- Capacitación del equipo
- Implementación de materiales

REUNIÓN 2

Si la oportunidad de mercado frente a ti fuera enorme.
¿Sabrías cómo aprovecharla? La población colombiana: oportunidad real para los LCB

Fecha: jueves 23 de abril - 7:00 p. m. Colombia

Objetivo: Comprender la dimensión del mercado y estructurar estrategias de acercamiento.

Contenidos:

- Datos poblacionales
- Necesidades visuales
- Rol del PSV y asesor

REUNIÓN 3

El consumidor de 0 a 25 años

Fecha: jueves 21 de mayo - 7:00 p. m. Colombia

Objetivo: Impulsar la adopción temprana de LCB.

REUNIÓN 4

El consumidor de 25 a 45 años

Fecha: Jueves 25 de junio - 7:00 p. m. Colombia

Objetivo: Aumentar adaptaciones en población activa.

REUNIÓN 5

El consumidor mayor de 45 años

Fecha: jueves 23 de julio - 7:00 p. m.

Objetivo: Ampliar la adopción en población adulta y présbita.

FASE 2 – ENCUENTRO PRESENCIAL FRANJA 2026

REUNIÓN 6

Casos de éxito de la campaña

Fecha: viernes 10 de julio – 12:30 a 2:00 p. m.

Modalidad: Presencial

Objetivo: Evidenciar resultados y motivar continuidad.

FASE 3 – ENFOQUE EN LENTES DE CONTACTO BLANDOS

REUNIÓN 7

Hábitos del sector en la corrección refractiva

Fecha: jueves 20 de agosto – 7:00 p. m. Colombia

REUNIÓN 8

LCB de descarte diario

Fecha: jueves 24 de septiembre – 7:00 p. m. Colombia

REUNIÓN 9

LCB Tóricos

Fecha: jueves 22 de octubre – 7:00 p. m. Colombia

REUNIÓN 10

LCB Multifocales

Fecha: jueves 19 de noviembre – 7:00 p. m. Colombia

REUNIÓN 11

Cierre de campaña y casos destacados

Fecha: jueves 10 de diciembre – 7:00 p. m. Colombia

Objetivo: Consolidar aprendizajes, evidenciar resultados y proyectar la continuidad del programa.

CONSIDERACIÓN FINAL

Este plan representa un esfuerzo estructurado, colaborativo y sostenible que busca transformar la manera en que la comunidad de salud visual en Colombia recomienda y adapta lentes de contacto blandos.

Su valor radica en:

- La integración del sector
- La educación continua
- La aplicación práctica en el establecimiento
- La medición real de resultados

Grupo Franja, junto con las compañías participantes, lidera esta iniciativa con el compromiso de generar crecimiento, fortalecer la práctica profesional y mejorar la calidad de vida de la población.