

PLANES 2026 y MEMORIA 2025

fedao



visiónyvida



Correos
Express

Planes 2026



Pág. 3

Socios

Pág. 25



Acciones 2025



Pág. 31

FEDAO y Asociación Visión y Vida.

Coordinación editorial: Com2be

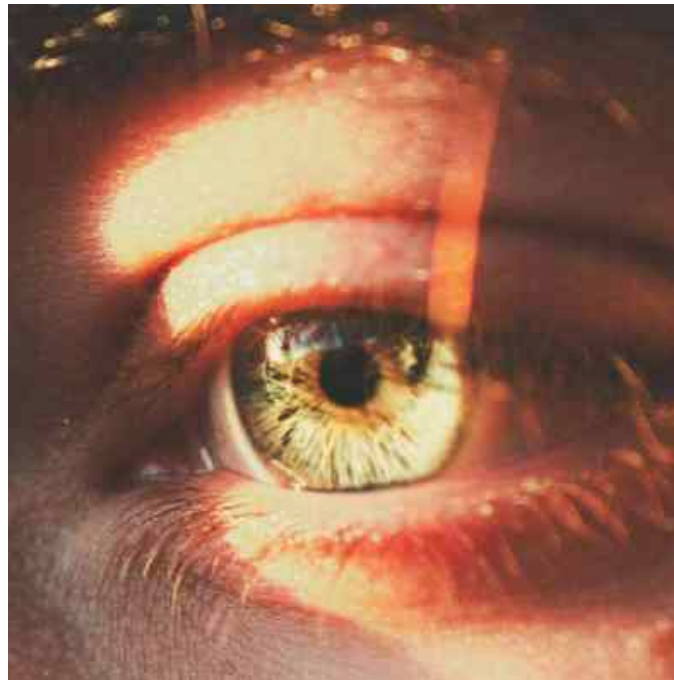
Comunicación y Public Affairs, SL.

Diseño editorial Com2be: Sara Freire García.

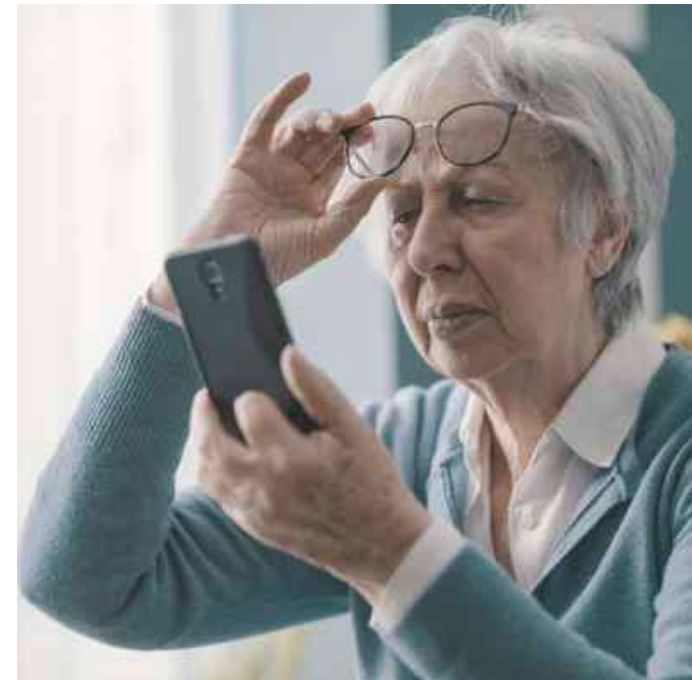
PLANES 2026



POBREZA VISUAL EN LA 3 EDAD



PROTECCIÓN SOLAR



PANTALLAS Y PRESBICIA

Pobreza visual en la 3ª edad

La pobreza visual en la tercera edad será una de las prioridades estratégicas de Visión y Vida en 2026. El objetivo es impulsar la **inclusión de las personas mayores vulnerables en las ayudas públicas para equipamientos ópticos**, en un contexto marcado por el debate parlamentario sobre la posible incorporación de gafas y lentes de contacto a la Cartera Básica de Servicios del Sistema Nacional de Salud.

España es uno de los países más envejecidos de Europa: actualmente, uno de cada cinco ciudadanos tiene más de 65 años y, según las proyecciones, en 2055 este grupo superará el 30% de la población.

A esta realidad se suma que el **36,5% de las personas mayores de 65 años tiene dificultades para llegar a fin de mes**, y que a partir de los 75 años se produce un descenso significativo en el uso de equipamientos ópticos, con consecuencias directas en la autonomía, la calidad de vida y la dependencia.



En colaboración con entidades, Visión y Vida planteará una propuesta basada en evidencia: con una **inversión pública estimada de 40 millones de euros sería posible ayudar a 100.000 mayores vulnerables**, reduciendo caídas, dependencia y costes sanitarios asociados.

Por medio de la consulta de diferentes fuentes oficiales, así como a expertos médicos y oftalmológicos, **estudiaremos la calidad de vida de este segmento de población y el coste social de una mala visión.**

Todo ello se articulará mediante acciones de comunicación, monitorización de iniciativas públicas y un trabajo de interlocución con autoridades.



Protección solar

En 2026, Visión y Vida continuar trabajando para sensibilizar sobre la importancia de proteger los ojos del sol de forma segura, tanto en niños como en adultos, equiparando la protección ocular a la protección de la piel.

Los datos actuales son preocupantes: **solo el 15% de las gafas de sol se venden en ópticas, mientras que tres de cada cuatro se adquieren fuera del canal profesional, y aproximadamente el 50% de las gafas presentes en el mercado son falsificaciones.**

Además, una parte significativa de la población no protege sus ojos del sol: **un 14,1% de los adultos no usa gafas de sol nunca o casi nunca; en la tercera edad, esta cifra alcanza el 39,9%, y en menores, el 39,4%, a pesar de la elevada prevalencia de afecciones visuales y la sensibilidad de sus ojos a esas edades.**

La iniciativa reforzar el mensaje de que la óptica es el canal seguro y profesional para la adquisición de gafas de sol, destacando el papel del optico-optometrista como experto en ajuste, estética y protección solar adaptada a cada persona.

En la óptica es el único lugar especializado, donde se recomienda, prescribe y dispensa el filtro solar más adecuado para cada persona y sus necesidades de protección solar.

La comunicación se apoyará en datos específicos, una rueda de prensa, acciones digitales y recursos para las ópticas.



3 Digitales y presbicia

En 2026, Visión y Vida seguirán abordando el impacto del uso intensivo de pantallas en la salud visual, incorporando de forma específica las gafas para pantallas y presbicia como líneas de trabajo prioritarias. El objetivo es **concienciar a la población de que las molestias visuales asociadas al entorno digital, como la fatiga visual, la visión borrosa o la sequedad ocular, tienen solución**, y que es posible convivir con las pantallas sin renunciar al bienestar y confort visual.

Al mismo tiempo, Visión y Vida reforzarán su labor informativa dirigida a la población presbita, que ya representa a más de la mitad de la ciudadanía y constituye el principal segmento de usuarios que necesitan atención en las ópticas. A través de información clara y accesible, se valorará la amplia gama de soluciones disponibles para los distintos ámbitos de la vida cotidiana, incluyendo el uso diario, el trabajo con pantallas, la protección solar y las lentes de contacto.

Ambas líneas se apoyarán en los recursos del Fórum de Gafas, Lentes y Monturas mediante la difusión del Estudio Fórum Gafas y su rueda de prensa, el uso de materiales existentes y el desarrollo de contenidos digitales como reels y carruseles con *influencers*.

Asimismo, se impulsarán **guías de lentes y soluciones para la presbicia, tests digitales y acciones de publicidad en redes sociales**, con el objetivo de reforzar la concienciación y promover la visita a la óptica como espacio de referencia para el cuidado visual.

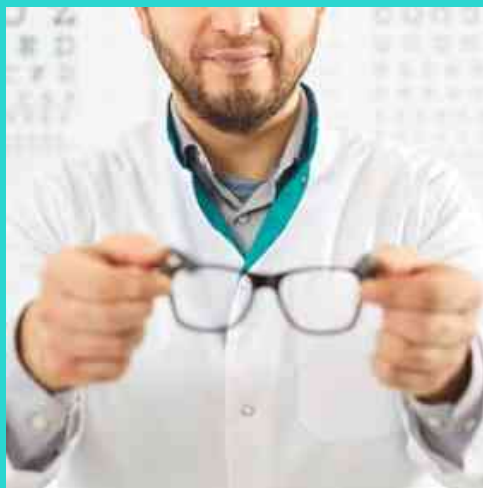


TEST LENTES DIGITALES

PLANES 2026 **fedao**



LA ÓPTICA EN 2030



FALTAN ÓPTICOS



OK.LO.VEO

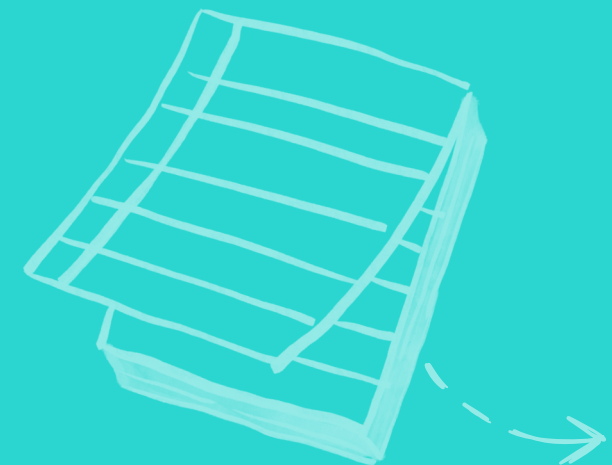


**LIBRO BLANCO
DE LA VISIÓN**

ESTRATEGIA

En 2026, FEDAO centrará su estrategia en posicionar los principales temas de salud visual en la agenda médica y política, reforzando el reconocimiento del sector óptico como un actor clave de salud pública y proximidad.

Desde este posicionamiento común, **FEDAO ofrecerá un marco de trabajo compartido que permita a las empresas desarrollar sus propias campañas**, alineadas con un relato sectorial sólido. El objetivo final de esta estrategia es acercar a la ciudadanía a las ópticas, poniendo en valor su papel profesional, preventivo y asistencial.





3 PILARES

REPRESENTATIVIDAD

**De los intereses comunes
ante las instituciones**

**Interlocutor válido
antes las instituciones**

**Representa al
90% del sector**



MERCADO

Fomentar el crecimiento

**Con activaciones
a través de Visión
y Vida, así como
acciones propias**



REPUTACIÓN

Del sector

**Acciones que fomenten
las buenas prácticas y
la visión que se tiene de
nuestros asociados**
(consumidor, políticos,
autoridades)



fedao

¿CÓMO NOS ORGANIZAMOS?

Nivel empresarial



Fabricantes

Retail



Grupos



Independientes



Cadenas

Nivel sectorial

fedao

Nivel social



visiónyvida

CGCOO

Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas

FUNDACIÓN
SALUD VISUAL

MEDIOS DE
COMUNICACIÓN

EUROM
VISION

COUNCIL

EUROMCONTACT

FACULTADES DE
ÓPTICA Y OPTOMETRÍA

ESCUELAS DE
FORMACIÓN
PROFESIONAL

ADMINISTRACIONES
PÚBLICAS

LA ÓPTICA EN 2030

ESTUDIO DELOITTE

FEDAO elaborará este año un informe del mercado de ópticas español con el objetivo de comprender la evolución reciente del sector y anticipar sus dinámicas futuras. El análisis abordará la evolución de la demanda, los factores que la impulsan y su proyección a medio plazo, teniendo en cuenta las tendencias demográficas y los cambios que determinarán el comportamiento del consumidor.

Al mismo tiempo, se evaluará la estructura y capacidad de la oferta, identificando las principales barreras que condicionan su crecimiento, como las limitaciones regulatorias, los desafíos operativos y la disponibilidad de profesionales cualificados.

Gap entre demanda y oferta

El informe incorporará un análisis específico del desequilibrio entre la demanda actual y futura de atención visual y la capacidad real del sector para cubrirla. A partir del estudio histórico y de las proyecciones, **FEDAO identificará las causas de este gap y extraerá conclusiones clave que servirán de base para el posicionamiento sectorial, el diálogo con las administraciones públicas y la definición de líneas de actuación** orientadas a garantizar el acceso a la atención óptica y la sostenibilidad del sector.



EL MERCADO DE LA ÓPTICA EN 2030

FEDAO organizará la **Mesa Redonda “El mercado de la óptica en 2030”**, un espacio de análisis y reflexión sobre la evolución futura del sector con la participación de representantes de empresas asociadas y del economista Josep Pujolràs.

Con motivo del estudio encargado por el sector a Deloitte, que se presentará en la misma cita, el objetivo de la sesión es contrastar la visión de fabricantes y retailers y debatir los principales retos que marcarán el desarrollo del mercado en los próximos años.

Durante la mesa redonda se abordarán cuestiones clave como las perspectivas de crecimiento del sector, el equilibrio entre salud visual e imagen, el impacto de la falta de profesionales ópticos, la evolución de los precios y la sostenibilidad del modelo de negocio, así como el papel de las ópticas independientes y el desarrollo de la atención y el diagnóstico online.

La mesa redonda se celebrará en el marco de EXPO, del 9 al 11 de abril, y estará dirigida a socios de FEDAO y Visión y Vida, con invitaciones especiales a colegios profesionales, universidades y otros agentes relevantes.



FALTAN ÓPTICOS

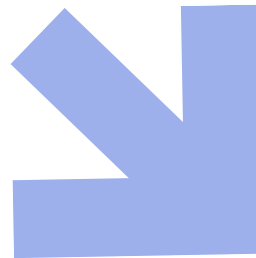
El equipo de trabajo del proyecto “faltan ópticos”, compuesto por representantes de cadenas, FEDAO, Visión y Vida y el CNOO, tiene como misión encontrar una solución al problema que vive el sector: en los próximos años se jubilarán el 20% de los ópticos-optometristas en activo y, a día de hoy, no hay opción de realizar el traspaso generacional.

Por ello, dedicarán 2026 a seguir trabajando y explorando opciones de trabajo con las que lograr que se incremente:

- **Número de jóvenes que desean estudiar el grado de óptica y optometría.**
- **Número de profesionales de terceros países que escogen España como el país en el que desarrollar su carrera.**
- **Número de estudiantes de primeros años de grado en terceros países que quieren labrarse su futuro profesional en España.**

Por medio de diversas acciones (lobby y relaciones institucionales, prensa, redes sociales y publicidad) buscarán unir a todo el sector para lograr, poco a poco, dar solución a la problemática existente.





El relanzamiento del canal se plantea aprovechando los timings más adecuados del año y del consumidor, alineando campañas, mensajes y formatos con momentos de mayor impacto y necesidad visual. Esta estrategia permite recuperar relevancia, aumentar visibilidad y reforzar la conexión con el público final.

Creación de nuevos contenidos

La creación de nuevos contenidos se orienta a responder a las inquietudes actuales del consumidor, combinando información, prevención y valor social. Se priorizan formatos claros, educativos y cercanos que refuercen la autoridad del sector público y su compromiso con la salud visual.

Publicidad

Las acciones publicitarias acompañan y amplifican los contenidos, asegurando su alcance y efectividad. Se busca una publicidad responsable, alineada con mensajes de salud, prevención y asesoramiento profesional, que refuerce la confianza del consumidor en la pública como canal especializado.

Libro blanco de la Visión en España 2026

En 2026, FEDAO llevará a cabo una actualización anual del Libro Blanco de la Visión, con el objetivo de mantener este documento de referencia alineado con la evolución del sector y con los principales retos en materia de salud visual. Esta actualización permitirá incorporar nuevos datos, tendencias y conclusiones relevantes para el análisis y la toma de decisiones en el ámbito optico.

Con el fin de facilitar el acceso a la información esencial, FEDAO publicará en su web un resumen gratuito del contenido. No obstante, el documento completo estará disponible de forma íntegra únicamente para los socios de la federación. Para las personas o entidades no asociadas, el acceso al contenido completo no se liberará hasta el 31 de diciembre de 2026.

El Libro Blanco de la Visión podrá adquirirse también en formato ebook, como vía adicional de acceso al documento completo. En todos los casos, queda prohibida la reproducción, distribución total o parcial del contenido sin la autorización expresa de FEDAO, con el fin de garantizar un uso adecuado y responsable de la información.



CLUB DE ÓPTICOS

El proyecto evoluciona en su formato, manteniendo intacto **su propósito: ofrecer apoyo estructurado y contenidos de valor que impulsen el crecimiento del negocio óptico y refuercen su papel sanitario.** La nueva edición se articula en torno a nueve debates temáticos, centrados en los principales retos y oportunidades del sector.

Además, de forma calendarizada, se enviarán materiales digitales específicos para facilitar la implementación de acciones en los establecimientos, asegurando así una aplicación práctica, ordenada y alineada con cada una de las temáticas abordadas.



**EL CLUB, UNA RED PARA
MEJORAR TUS RESULTADOS**



CALENDARIO

Q1

Enero
Febrero
Marzo

Q2

Abril
Mayo
Junio

Q3

Julio
Agosto
Septiembre

Q4

Octubre
Noviembre
Diciembre

VISIÓN Y VIDA

Tercera edad
MEMORIA

Sol

Tercera edad y sol

Presbicia
Tercera edad DMV Social
Visi n y pantallas

FEDAO

FALTAN PTICOS

OPTICA 2030

MEMORIA

LIBRO BLANCO

OK LO VEO

PLANES 2026

FÓRUM DE CONTACTOLOGÍA
FÓRUM DE GAFAS, LENTES Y MONTURAS





XXII FORUM DE CONTACTOLOGÍA

2026 ONLINE



La XXII edición del Fórum de Contactología en 2026 abordará contenidos de alto valor para los profesionales del sector óptico y de la contactología, centrados en la mejora de la adaptación, el seguimiento y la fidelización del usuario de lentes de contacto.

En esta edición, se tratarán temas como el Plan VEO para la adaptación de lentes de contacto, el seguimiento de blisters y lentes de prueba, el momento clave de presentación y primera prueba de las lentes desde una doble perspectiva profesional y de marketing, así como los protocolos de entrega tanto en el espacio de venta como en el gabinete.

También se analizará el seguimiento de las pruebas que no se convierten en usuarios de lentes de contacto, la prevención de los abandonos de las mismas y el impacto de la inteligencia artificial y la sequedad ocular, especialmente en los cambios de uso de las lentes de contacto al aproximarse la presbicia.

No te olvides de que, **durante todo el mes de abril, celebraremos el mes de las lentes de contacto y los productos para su mantenimiento.**

El 15 de abril, fecha de nacimiento de Leonardo Da Vinci, quien ideó esta solución visual, ¡es el **"Día Mundial de las Lentillas"** que se celebra en Europa, EE. UU. y Australia!

Si quieres estar informado de todas las actividades organizadas por las empresas patrocinadoras del Fórum de Contactología, apúntate ahora en este QR



·CONFERENCIAS·

PLAN VEO PARA LA ADAPTACIÓN DE LC.

Eduardo Morán



Txell Valls



Fabio Delgado



2 conferencias

“La Contactología a juicio”
Contraste de pareceres

De la sequedad al éxito:
estrategias para evitar el abandono en LC.

Elena Martínez



SEQUEDAZ OCULAR e IA

María de Blas Alonso

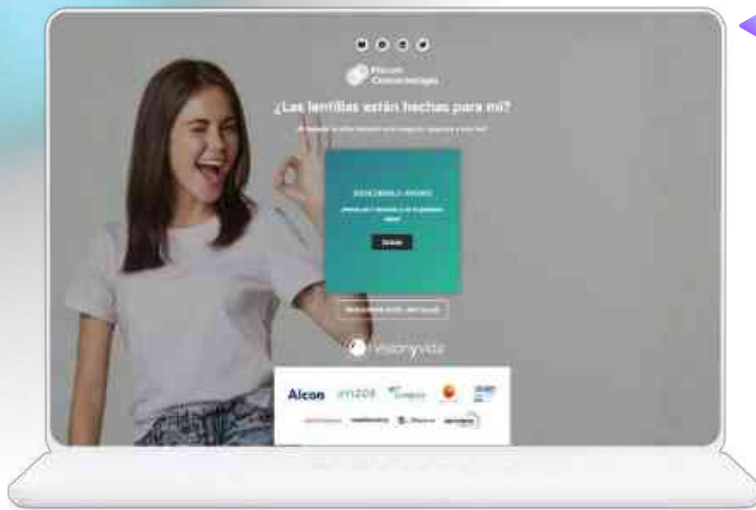


No te pierdas ningún webinar
del Fórum de Contactología,
apúntate ahora en este QR



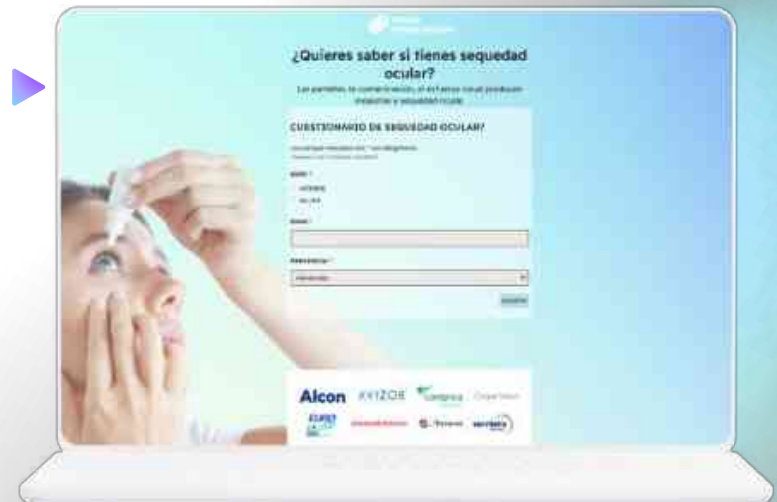
•LANDING PAGES•

Seguiremos trabajando con estas *landings pages* que aportan mucha información tanto al futuro usuario de lentes de contacto como a las personas que tienen síntomas de sequedad ocular y no saben reconocerlos.



◀¿LAS LENTILLAS ESTÁN HECHAS PARA MÍ?

CUESTIONARIO DE SEQUEDAD OCULAR ▶





XXI FORUM DE
CONTACTOLOGÍA

Gracias

Alcon

AVIZOR
EYE CARE SOLUTIONS

 **Conóptica**
juntos por una visión mejor

CooperVision®

EURO
Lent
SEED
Supporting Your Vision with
Superior Quality

J&J

 **Menicon**

servilens
fit&cover™

PATROCINADORES 6ª EDICIÓN

Fórum de Gafas, lentes y Monturas

AEO

7ª EDICIÓN

En 2026, el Fórum de Gafas, Lentes y Monturas tendrá como objetivo principal incrementar el tráfico en las ópticas, generando una conexión emocional entre el consumidor y el punto de venta a través de acciones con grandes influencers. La estrategia se centrará en llegar directamente a las personas, despertando el deseo de lucir gafas y de mejorar su calidad visual, no solo desde la funcionalidad, sino también desde la experiencia y la emoción.

El Fórum apostará por contenidos que reflejen situaciones cotidianas, cercanas y reconocibles, en las que la visión juega un papel clave en el bienestar diario. A través de este enfoque, se buscará estimular la decisión de compra y dinamizar las ventas, **reforzando el papel de la óptica como espacio de asesoramiento profesional y estilo.**

¡Te informamos!

Te avisaremos de las publicaciones de nuestros influencers para que las puedas compartir en tus stories.

Utiliza los recursos de Fórum Gafas en tus RRSS.



¡Este año lo vas a querer todo!
Atrae a más clientes



Fórum de Gafas, lentes y Monturas

AEO

Lentes para pantallas

Uno de los dos grandes ejes de contenido del Fórum será el de las lentes para pantallas, con el objetivo de concienciar sobre la fatiga visual digital y normalizar el uso de gafas específicas que los ojos necesitan en un entorno cada vez más digital. El mensaje se centrará en la idea de que los hábitos visuales han cambiado y que los ojos también requieren soluciones adaptadas a esta nueva realidad.

¿Qué mejor que hacerlo en el MWC?, el congreso mundial del móvil.

Para ello, se generará contenido dinámico, fresco y con potencial viral, que acerque la salud visual al consumidor de forma sencilla y atractiva, vinculando el uso de gafas para pantallas con bienestar, confort y calidad de vida, y favoreciendo la visita a la óptica como primer paso para resolver estas molestias.



TEST LENTES DIGITALES



MWC
GSMA

BARCELONA
2 - 5 MARCH 2026

Fórum de Gafas, lentes y Monturas

AEO

Protección solar ocular

El segundo gran eje del Fórum será la protección solar ocular, con el objetivo de concienciar sobre la importancia de proteger la vista frente al sol. La comunicación pondrá el foco en la necesidad de utilizar gafas de sol adecuadas y seguras, reforzando el valor del asesoramiento profesional.

A través de este eje, el Fórum impulsará tanto el tráfico como las ventas en las ópticas colaboradoras, con la ayuda de personalidades de internet.

Vinculando la protección solar ocular con estilo, prevención y cuidado visual, y posicionando la óptica como el lugar de referencia para elegir unas gafas de sol que combinen estética, confort y protección real.





Gracias

ESCHENBACH

EssilorLuxottica

KERING
EYEWEAR

MARCHON

MARCOLIN

OPTIM

PRATS
FOCUSING
ON YOU

Sàfilo
SEE THE WORLD AT ITS BEST

shamir

Silhouette
ICONIC EYEWEAR MADE IN AUSTRIA SINCE 1964

Xavier Garcia

ZEISS
Seeing beyond

PATROCINADORES 6ª EDICIÓN

Socios

Gracias por permitirnos llegar hasta aquí

Acuitis
La casa de la Óptica y Audición

Alcon

ANEOP
Asociación Española de Opositores de Oculistas y Otorrinolaringólogos

AVIZOR

CIONE
ÓPTICA Y AUDIOLOGÍA

**grupo
ClaraVisión**

Conóptica
Soluciones para todos los ojos

CooperVision

Cottet

DE RIGO
WE SHARE THE VISION

EROSKI *óptica*

ESCHENBACH

EssilorLuxottica

**EURO
Lent**
SEED

federópticos

**General
Optica**
Visión y Audición

HAWKERS

HOYA
VISION CARE

INDO

ioh!
Industria Óptica Española

**INNOVAVISION
GROUP**

**Johnson
& Johnson**

**KERING
EYEWEAR**

MARCHON

MARCOLIN

Medical
óptica - audición

Menicon

MOREL
EQUIPAMIENTO OPTICO - LENTES

OPHO

**Natural
Optics**

NEXCO
Optics

OPTICA 2000

OPTICALJA

SAN GABINO
ÓPTICA Y AUDICIÓN

UNIVERSITARIA
ÓPTICA Y AUDICIÓN

OPTIM

PRATS
FOCUSING
ON YOU

R
RODENSTOCK

Safilo
SEE THE WORLD AT ITS BEST

salas
óptica i audició

SEIKO

servilens
fit & cover
a constant lens companion

shamir

Silhouette
GENUINE EYEWEAR - MADE IN AUSTRIA SINCE 1986

TOKAI

+Visión

VisionLab!

VISION LENT
OPTIQUES

VISTA OPTICA

Woodys

ZEISS
Seeing beyond

Correos Express, operador logístico oficial del sector óptico.

Desde FEDAO, y en nombre de todas las entidades que la conforman, queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a Correos Express por su compromiso continuado con el sector óptico y con la mejora de la salud visual en España.

Su colaboración como operador logístico de referencia y socio estratégico no solo ha fortalecido la cadena de valor del sector, sino que ha permitido que nuestras iniciativas de información, concienciación y prevención lleguen más lejos, con mayor capilaridad y eficacia. Gracias a su apoyo, campañas como Ver para aprender, Yo No Soy Un Lince y el Libro Blanco de la Visión han podido amplificar su alcance y su impacto social.

Correos Express no es únicamente un operador logístico; es un aliado comprometido con el desarrollo del sector y con la protección de la salud visual de la población, especialmente de los colectivos más vulnerables. Su respaldo refuerza nuestra capacidad de actuación y nos permite seguir avanzando en el objetivo común de garantizar una mejor visión para todos.

Gracias •



Óptica	Población	Provincia	Teléfono
--------	-----------	-----------	----------

ANDALUCÍA			
OPTICA ALMERIA	OLULA DEL RIO	ALMER A	95.044.21.00
PTICA IGLESIAS	C DIZ	CADIZ	956.21.27.46
MULTI PTICAS AMAYA	C DIZ	CADIZ	956.28.52.01
OCULARIUM	SAN FERNANDO	CADIZ	956.88.94.57
MULTI PTICAS D AZ	EL PUERTO DE SANTA MARIA	CADIZ	956.85.89.50
AIRIS VISI N PTICA	PUERTO REAL	CADIZ	956.83.64.63
PTICA ROLD N	LUCENA	CORDOBA	957.50.00.54
OPTICA ZURITA	GRANADA	GRANADA	958.26.57.63
OPTICA ALMERIA BAZA	BAZA	GRANADA	958.86.10.30
CENTRO PTICO ISLA CRISTINA	ISLA CRISTINA	HUELVA	959.33.20.41
CLARAVISION	MALAGA	MALAGA	95.260.21.60
OPTICA BACA	RONDA	MALAGA	952.87.11.33
OPTICA MIREL	FUENGIROLA	MALAGA	952.58.55.03
OPTICAS PEREA	TORRE DEL MAR	MALAGA	951.24.14.10
CENTRO OPTICO RONDA TRIANA	SEVILLA	SEVILLA	954332626
PTICA CERQUERA	ALCAL DE GUADAIRA	SEVILLA	95.568.43.91
OPTICA BERNAL	UTRERA	SEVILLA	95.486.16.80
LOS ANDES	MAIRENA DEL ALJARAFE	SEVILLA	954.18.53.11
PTICA SAN JUAN DE DIOS	BORMUJOS	SEVILLA	955.26.71.85
OPTICALIA TOMARES	TOMARES	SEVILLA	854.64.36.50

ARAGÓN			
OPTICA BARRE A	HUESCA	HUESCA	974.22.78.53
PTICA SAN RAM N-NATURAL OPTICS	BARBASTRO	HUESCA	974.31.28.67
PTICA UBIETO	SABI NIGO	HUESCA	974.48.25.77
FEDEROPTICOS VAL	JACA	HUESCA	974/36.12.97
CENTRO PTICO CAPITOL	LOGRO O	LA RIOJA	941.25.81.53
MULTI PTICAS TENA	TERUEL	TERUEL	978.61.23.08
OPTICA VALDERROBLES	VALDERROBLES	TERUEL	978.85.00.27

Óptica	Población	Provincia	Teléfono
--------	-----------	-----------	----------

C MARA PTICOS	ZARAGOZA	ZARAGOZA	976.39.40.50
CENTRAL OPTICOS	ZARAGOZA	ZARAGOZA	976.21.04.95
C MARA PTICOS	ZARAGOZA	ZARAGOZA	976.39.78.18
C MARA PTICOS	ZARAGOZA	ZARAGOZA	976.44.13.00
CENTRO PTICO VER M S	ZARAGOZA	ZARAGOZA	976.49.14.56
ARRIBAS VISION, S.L.	CALATAYUD	ZARAGOZA	976.88.15.55
PTICA MASATS	CASPE	ZARAGOZA	976.63.01.40

CANTABRIA			
CENTRO DE OPTICA PATRICIA CASUSO	SANTANDER	CANTABRIA	696.07.57.11
OPTICA PEREDA	SANTANDER	CANTABRIA	942.09.65.22
CENTRAL OPTICA	SANTANDER	CANTABRIA	942.37.45.00
INTER PTICA MARIO Y NGEL HERREROS	TORRELAVEGA	CANTABRIA	942.80.60.14
PTICA CANTABRIA	CABEZON DE LA SAL	CANTABRIA	942.700.754
UNOVISION CASTRO URDIALES	CASTRO URDIALES	CANTABRIA	942.86.03.77
OPTICA SOUTO-MORALES, LA MAGDALENA	COLINDRES	CANTABRIA	942.65.20.16
OPTICA ANJANA	LAREDO	CANTABRIA	942.60.81.73
OPTICA NORTE	LAREDO	CANTABRIA	942.61.08.16

CASTILLA-LA MANCHA			
MULTIOPTICAS PEREZ SETIEN	ALBACETE	ALBACETE	967.214.821
OPTICA LOGARI	ALBACETE	ALBACETE	967661562
FEDER PTICOS MORENO	ALBACETE	ALBACETE	967/22.79.26
FEDER PTICOS LUMMER	ALMANSA	ALBACETE	967.313.111
GALAN OPTICOS, S.L. (OPTICA OSJOR)	CIUDAD REAL	CIUDAD REAL	926.220.333
FUTURVISION MANZANARES, S.L.	MANZANARES	CIUDAD REAL	926.611.120
SALOPTIC CENTRO-OPTICO LA SOLANA	LA SOLANA	CIUDAD REAL	926.633.963
MULTI PTICAS BARBA	VALDEPE AS	CIUDAD REAL	926.322.585
OPTICALIA CONTRERAS	SOCUELLAMOS	CIUDAD REAL	926.530.626

Óptica Población Provincia Teléfono

OPTICA EMILIO MENA	CUENCA	CUENCA	969.692.372
FEDEROPTICOS CAREN	GUADALAJARA	GUADALAJARA	949.228.438
GAMO OPTICA BOUTIQUE	GUADALAJARA	GUADALAJARA	692 35 58 96
CENTRAL PTICA DE GUADALAJARA	AZUQUECA DE HENARES	GUADALAJARA	949.277.435
OPTICA LOHADE	A OVER DE TAJO	TOLEDO	925.555.524
CENTRO OPTICO Y AUDITIVO LOS YEBNES	LOS YEBENES	TOLEDO	925.320.514
HERMINIO RUBIO PTICO	TORRIJOS	TOLEDO	925.770.163

CASTILLA Y LEÓN

PTICA ALTAVOZ	AREVALO	VILA	920.300.466
PTICA SOTILLO	SOTILLO DE LA ADRADA	VILA	918.660.495
LENS	ARANDA DE DUERO	BURGOS	947.546.483
OPTICA JEMO	ARANDA DE DUERO	BURGOS	947.510.416
MERINDADES VISION	VILLARCAYO	BURGOS	947.130.206
TU VISI N	PONFERRADA	LE N	987.428.381
RAMOS OPTICOS	PALENCIA	PALENCIA	979.740.567
RAMOS OPTICOS	PALENCIA	PALENCIA	979.741.780
PTICA FERREIRA	SALAMANCA	SALAMANCA	923.215.544
CL NICA OFTALMOL GICA "LAS CLARAS"	SALAMANCA	SALAMANCA	923.270.793
LIBEROPTICA	SALAMANCA	SALAMANCA	923.147.106
PTICA SAN JOS	PE ARANDA DE BRACAMONTE	SALAMANCA	923.540.234
OPTICA DEL DOCTOR RAMOS	SEGOVIA	SEGOVIA	921.427.504
MULTIOPTICAS MONREAL	SORIA	SORIA	975.212.433
PTICA HERREROS	ALMAZAN	SORIA	975.301.625
DEA CENTRO OPTOMETR A	TORDESILLAS	VALLADOLID	983.796.635
CENTRO OPTICO Y AUDITIVO AVENIDA 44	LAGUNA DE DUERO	VALLADOLID	983.546.264
FEDER PTICOS VADILLO	MEDINA DEL CAMPO	VALLADOLID	983/80.13.09
OPTICA OLMEDO	OLMEDO	VALLADOLID	983.623.160
MULTI PTICAS ORTEGA	ZAMORA	ZAMORA	980.530.510

Óptica Población Provincia Teléfono

CATALUÑA			
OPTICA UNIVERS DE LA VISI PARAL-LEL	BARCELONA	BARCELONA	93.442.37.17
OPTICALIA FLORIT	BARCELONA	BARCELONA	93.412.27.89
LLOBET PTICS	BARCELONA	BARCELONA	934881728
PTICA GANTZER	BARCELONA	BARCELONA	93.339.34.97
RAYO PTICS	BARCELONA	BARCELONA	93.490.64.25
BIELSA OPTICS SANT ANTONI	BARCELONA	BARCELONA	93.325.57.60
PTICA JUMIR, S.L.	BARCELONA	BARCELONA	93.314.30.20
OPTICALIA SERRA	BARCELONA	BARCELONA	93.228.96.77
ARMAND PTICS	BARCELONA	BARCELONA	93.339.20.11
BIELSA PTICS	BARCELONA	BARCELONA	93.357.15.93
NATURAL OPTICS OPTICA MONTBUI-CENTRE AUDITIU	CALDES DE MONTBU	BARCELONA	93.865.30.85
RIBAS OPTICS	SABADELL	BARCELONA	93.725.99.67
L' PTICA DEL PASSEIG	SABADELL	BARCELONA	93.711.96.67
PTICA SOLER AUDIOLOGIA	MANRESA	BARCELONA	93.872.43.63
OPTICA DENUC	MATARO	BARCELONA	93.741.45.26
CENTRE OPTIC DEL VALLES	LA GARRIGA	BARCELONA	93.871.61.55
L' PTICA	SANT QUIRZE DE BESORA	BARCELONA	938550577
FEDER PTICOS BOFILL BASSONS	MOLINS DE REI	BARCELONA	93.668.04.41
FOCUS, DIAGNOSTIC VISUAL I AUDITIU	PIERA	BARCELONA	937760748
CENTRE OPTIC VILANOVA	VILANOVA I LA GELTRU	BARCELONA	93.893.62.13
CENTRO OPTOMETRICO PALOMAR	SANT BOI DE LLOBREGAT	BARCELONA	93.630.71.72
MON OPTIC	CUBELLES	BARCELONA	93.895.23.35
OPTICA DEL PENEDES	HOSPITALET DE LLOBREGAT	BARCELONA	93.260.12.20
HISPAN PTICA	BADALONA	BARCELONA	93 384 13 06
PTICA TIMONER	BADALONA	BARCELONA	93.383.68.04
CENTRE PTIC BONAFONT	CORNELLA DE LLOBREGAT	BARCELONA	93.377.20.87
PTICA LLEVOT CENTRE AUDITIU	CORNELLA DE LLOBREGAT	BARCELONA	93.377.41.43
OPTICA VILLENA	CORNELLA DE LLOBREGAT	BARCELONA	93.375.65.01
PTIC PLATJA D'ARO	PLATJA D'ARO	GIRONA	972.82.67.13
PTICA MILENT	CALDES DE MALAVELLA	GIRONA	972.47.23.43
PTICA GARRIGA	RIPOLL	GIRONA	972.70.03.96
CENTRE PTIC Cerdanya	PUIGCERD	GIRONA	972.88.20.70

Óptica	Población	Provincia	Teléfono
PTICA CASAS	FIGUERES	GIRONA	972.50.21.25
FEDER PTICS MIL 986	LLEIDA	LLEIDA	973/21.64.42
FEDER PTICS ROURE	MOLLERUSSA	LLEIDA	973.71.08.92
PTICA ISERN	LA SEU D'URGELL	LLEIDA	973.35.05.23
PTICA FULLANA	TARRAGONA	TARRAGONA	977.23.42.51
OPTICA LA CREU BLANCA	TARRAGONA	TARRAGONA	977.77.25.42
PTICA MIR	BONAVISTA	TARRAGONA	977.54.83.89
LA CREU BLANCA	REUS	TARRAGONA	977.31.36.47
OPTICA LA CREU BLANCA	REUS	TARRAGONA	977.77.25.42
OPTICA JORDI PORTA	LA R PITA	TARRAGONA	977.74.15.77
PTICA LA S NIA	LA S NIA	TARRAGONA	977.71.37.85
OPTICA LA CREU BLANCA	MORA D'EBRE	TARRAGONA	977.77.25.42
OPTICA LA CREU BLANCA	VALLS	TARRAGONA	977.77.25.42

CEUTA			
MULTI PTICAS TAYLOR	CEUTA	CEUTA	956.51.31.14

COMUNIDAD DE MADRID			
ESPRONCEDA VISION	MADRID	MADRID	91.441.23.94
LYNX PTICA	MADRID	MADRID	91.319.66.85
PTICA MAN	MADRID	MADRID	91.559.38.83
OPTICALIA B - A	MADRID	MADRID	914023558
JELOPTICA	MADRID	MADRID	91.367.68.81
PTICA EMI	MADRID	MADRID	91.797.10.43
OPTICAS EMI	MADRID	MADRID	91.797.03.55
FARMACIA OPTICA RIAZA	MADRID	MADRID	91.307.05.63
GALAX	MADRID	MADRID	91.408.73.96
MONTESERIN CENTRO OPTICO	MADRID	MADRID	91.725.18.92
BELMI BLAZQUEZ, S.L	MADRID	MADRID	91.315.38.19
FARRENY PTICOS	MADRID	MADRID	91.305.32.27
PTICA BULEVAR	MADRID	MADRID	91.332.08.62
PTICA LOHADE	ARANJUEZ	MADRID	91.891.00.34
FARMACIA OPTICA CERCEDILLA	CERCEDILLA	MADRID	91.852.02.20
ATENEA OPTOMETRIA	RIVAS-VACIAMADRID	MADRID	646.29.03.14

Óptica	Población	Provincia	Teléfono
OPTICA ZAMORA	BOADILLA DEL MONTE	MADRID	91.632.05.97
CENTRO PTICO SERRANO	COLMENAR VIEJO	MADRID	91.846.28.15
COR TERAPIA VISUAL Y AUDITIVA	COLMENAR VIEJO	MADRID	918459102
PTICA GALY	GETAFE	MADRID	91.696.58.06
PTICA SORIANO	LEGAN S	MADRID	91.688.60.36
OPTICLASS CENTRO OPTICO	MOSTOLES	MADRID	91.614.27.71
FIORILENS PTICOS	FUENLABRADA	MADRID	91.609.86.97

COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA			
PTICA JAVIER ALFORJA	PAMPLONA	NAVARRA	948.22.39.04
PTICA JOAQU N ALFORJA	PAMPLONA	NAVARRA	948.22.27.09
PTICA ROUZAUT	PAMPLONA	NAVARRA	948.22.40.10
OPTICA JULIO EZPELETA	PAMPLONA	NAVARRA	948.22.85.60
PTICA ROUZAUT	PAMPLONA	NAVARRA	94.836.66.66
OPTICA ANDREA SANJURJO	ESTELA-LIZARRA	NAVARRA	948.55.55.49
PTICA LIZARRA	ESTELLA-LIZARRA	NAVARRA	948558211
OPTIKE	TUDELA	NAVARRA	948.402.175
OPTICA EG ES	BURLADA	NAVARRA	948.12.78.05
ARGIBEL OPTIKA	ELIZONDO	NAVARRA	948.58.13.91

COMUNIDAD VALENCIANA			
OPTICA FLORIDA PORTAZGO	ALICANTE	ALICANTE	96.511.36.13
PTICA CONDE LUMIARES	ALICANTE	ALICANTE	96.525.80.04
GRUPO OPTICO VICTORIA PLAYA	SAN FULGENCIO	ALICANTE	96.541.91.81
OPTICA CHANTAL	TORREVIEJA	ALICANTE	96.571.18.68
SANCHEZ MAS, JOSE ANTONIO	ALICANTE	ALICANTE	965.40.34.56
INMOMIX VISION, S.L.	VILLAJYOYA	ALICANTE	96.685.10.18
ELSA PTICOS SLU	PINOSO	ALICANTE	96.696.60.37
OPTICA LEON	SAN VICENTE DEL RASPEIG	ALICANTE	965.66.64.20
OPTICA PICO	X BIA	ALICANTE	96.579.30.27
OPTICA PUPIL-LES	ONDARA	ALICANTE	966.47.66.43
OPTICA ELS POBLET	ELS POBLET	ALICANTE	96.647.54.91
PTICA EL CAMI	ALCOY	ALICANTE	965540575
PTICA GARRIDO	ALCOY	ALICANTE	965.54.03.94
CENTRO OPTICO NORTE	ALCOY	ALICANTE	96.552.58.91
PTICA AGULL	COCENTAINA	ALICANTE	96.559.33.11
PTICA SAN BLAS	CASTELL N DE LA PLANA	CASTELLON	964.24.36.08
OPTICA CALLAU	VINAROS	CASTELLON	964451948
Centro ptico Auditiva Sifre	Vila-real	CASTELLON	964451948
OPTICA CHABRERA I CONESA	VILLARREAL	CASTELLON	964.83.68.03
Contactvision	Valencia	VALENCIA	96.352.07.88

Óptica	Población	Provincia	Teléfono
PEPE BOSCA OPTICOS	VALENCIA	VALENCIA	96.352.03.26
PTICA SANZ	VALENCIA	VALENCIA	96.352.65.39
ptica visualmoda	Valencia	VALENCIA	96.385.63.38
TEM TICA SOFTWARE	VALENCIA	VALENCIA	96.367.47.62
RETINUS OPTIC, S.L.	MONCADA	VALENCIA	96.139.20.81
OPTICA BULEVAR	BETERA	VALENCIA	96.169.03.96
Audiolog a ptica Alboraya	Alboraya	VALENCIA	96.185.93.90
OPTICA RAUSELL	MASAMAGRELL	VALENCIA	96.144.02.39
MS OPTICOS	ALBERIC	VALENCIA	96.244.60.57
OPTIC DONET	VILLANUEVA DE CASTELLON	VALENCIA	96.245.23.95
OPTICA LOZANO	CHESTE	VALENCIA	962.510.797
PTICA LOZANO	CHESTE	VALENCIA	96.251.07.97
OPTICA ARGENTE	CULLERA	VALENCIA	96.172.37.35
Opticalia Marel	Cullera	VALENCIA	
NOVA PTICA SUECA, S.L.	SUECA	VALENCIA	96.170.12.50
OPTICa TORNEL BENIFAIO	BENIFAIO	VALENCIA	96.178.44.55
CENTRO VISI N CATARROJA	CATARROJA	VALENCIA	96.126.10.17
ptica Ariza	Puerto de Sagunto	VALENCIA	96.082.23.10
PTICA GONZALO	GAND A	VALENCIA	96.286.86.87
BORJA PTICOS, S.L.	GAND A	VALENCIA	96.287.24.44
ptica Bellreguard	Bellreguard	VALENCIA	96.281.52.51
Momp ptica	Oliva	VALENCIA	96.283.91.96
BORJAASOCIADOS	ONTENIENTE	VALENCIA	93.238.18.27
NUEVA PTICA TORRENT	TORRENT	VALENCIA	96.155.60.11.
PTICA MOLINS	BENETUSSER	VALENCIA	963756341
ptica Carles Sanchis	Manises	VALENCIA	961521592

EXTREMADURA			
PERFECTVISIONS & AUDIOPERFECT	BADAJOS	BADAJOS	824.90.45.35
PERFECTVISIONS & AUDIOPERFECT	ACEUCHAL	BADAJOS	924.67.60.18
OPTICALIA VI UELA	LOS SANTOS DE MAIMONA	BADAJOS	924.52.44.82
CENTRO OPTICO VISIONLUC	FREGENAL SIERRA	BADAJOS	924.70.13.45
OPTICA EL GUI O	GUARE A	BADAJOS	984.35.04.45
LentiAudio (ptica P rez Romero S.C.)	MONTIJO	BADAJOS	924.45.23.03
OPTICA LAGAFETINA	VILLANUEVA DE LA SERENA	BADAJOS	924.84.40.99
PERFECTVISIONS & AUDIOPERFECT	CACERES	CACERES	927.28.90.38
PERFECTVISIONS & AUDIOPERFECT	CACERES	CACERES	927.23.60.67
PERFECTVISIONS & AUDIOPERFECT	TRUJILLO	CACERES	927.32.22.75

Óptica	Población	Provincia	Teléfono
GALICIA			
ptica 826	BETANZOS	A CORU A	981.38.04.70
OPTICA BRIGANTIUM, S.L.	FERROL	A CORU A	981.77.01.52
NOVALUX OPTICA	FERROL	A CORU A	981.36.97.51
OPTICALIA CALLAO	EL FERROL	A CORU A	981.31.14.06
FARMA PTICA LA G NDARA	LA G NDARA-NAR N	A CORU A	981.39.02.55
PTICA LA GAFA DE ORO	NARON	A CORU A	981.58.05.17
PTICA VAL	SANTIAGO DE COMPOSTELA	A CORU A	981.59.67.22
PTICA ABAL	SANTIAGO DE COMPOSTELA	A CORU A	981.50.60.97
OPTICa POSE	MELIDE	A CORU A	981.88.02.15
OPTICa TERESA FEAS	SANTA COMBA	A CORU A	982.46.20.77
OPTICA CARREIRA	CHANTADA	LUGO	982.12.84.10
NOVALUX OPTICA	RIBADEO	LUGO	982.51.01.00
PTICA VARELA	VILALBA	LUGO	988.22.29.00
CENTRO PTICO LOSADA	ORENSE	ORENSE	988.46.05.97
OPTICA ALARICANA	ORENSE	ORENSE	652397375
PTICA CELANOVA	XINZO DE LIMIA	ORENSE	988.43.15.96
ptica Gomez Lor	CELANOVA	ORENSE	988.43.15.96
OPTICA Y AUDIOLOGIA MARTINEZ	PONTEVEDRA	PONTEVEDRA	986.85.12.01
OPTICA STUDIO - CARREFOUR	PONTEVEDRA	PONTEVEDRA	986.27.61.44
PTICA MI OCA	VIGO	PONTEVEDRA	986.20.82.27
OPTICA STUDIO - ALCAMPO	VIGO	PONTEVEDRA	986212125
OPTICA STUDIO NAVIA	VIGO	PONTEVEDRA	986248300
PTICA JIM NEZ	LALIN	PONTEVEDRA	986.50.74.49
OPTICA 3 REDONDELA	VILLAGARC A DE AROSA	PONTEVEDRA	986.40.27.20
Optica Bueu	LA ESTRADA	PONTEVEDRA	986.32.20.67
CENTRO OPTICO CANGAS	LA GUARDIA	PONTEVEDRA	986303180
ptica Studio	REDONDELA	PONTEVEDRA	986303740

ISLAS BALEARES			
OPTICA BALEAR	PALMA DE MALLORCA	BALEARES	971.75.19.54
PTICA SOLLERENSE	SOLLER	BALEARES	971.63.09.05
OPTICA SANTA PONSÀ	SANTA PONSÀ	BALEARES	971.69.23.35
VITALOPTICS	INCA	BALEARES	971.50.35.82
MULTI PTICAS DR. MAR	EIVISSA	BALEARES	971.30.39.54
PTICA DR. MAR	EIVISSA	BALEARES	971.30.70.79

Óptica

Población Provincia Teléfono

ISLAS CANARIAS

PTICA HERNÁNDEZ VERDUGO	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	GRAN CANARIA	928.31.05.60
CENTRO OPTICO JOSE M. MARQUEZ	TELDE	GRAN CANARIA	928.68.37.40
PTICA COSMOS	LA LAGUNA	SANTA CRUZ DE TENERIFE	922.25.89.68
Visual Tegueste Opticos	Tegueste	SANTA CRUZ DE TENERIFE	922.88.31.69
MULTI PTICAS OROTAVA	LA OROTAVA	SANTA CRUZ DE TENERIFE	922.33.26.79
OPTICA CENTER TACORONTE	TACORONTE	SANTA CRUZ DE TENERIFE	922.57.39.96
OPTICASDEBOR	PUERTITO DE GOMAR	SANTA CRUZ DE TENERIFE	922.52.95.16
CENTRO OPTICO-AUDITIVO GARAJONAY	San Sebastián de la Gomera	SANTA CRUZ DE TENERIFE	611658449

LA RIOJA

PTICA PEREZ GALDÓS	LOGROÑO	LOGROÑO	941.20.44.84
OPTICA RIOJANA	LOGROÑO	LOGROÑO	941.25.72.37
RAMÓN PTICA	LOGROÑO	LOGROÑO	941.24.56.20
CENTRO OPTICO CASCAJOS	LOGROÑO	LOGROÑO	941.58.95.34
PTICA Y JOYERIA SANTAMARÍA	HARO	LOGROÑO	94.131.08.89
HERMANOS CERRAJERIA ARZA	NAJERA	LOGROÑO	941.36.37.40
RAMÓN PTICA	CALAHORRA	LOGROÑO	941.13.53.11

MELILLA

MULTI PTICAS ROCA	MELILLA	MELILLA	952.68.17.15
PERFECTVISIONS & AUDIOPERFECT MELILLA	MELILLA	MELILLA	951.97.88.81

MURCIA

CENTRO PTICO BASTIDA	BENIEL	MURCIA	968.60.12.17
CENTRO OPTICO NUEVA ALBERCA	LA ALBERCA	MURCIA	968.84.24.07
OPTICA FONTANA	EL ALGAR	MURCIA	968.13.64.35
UNILENT VIREX	MOLINA DE SEGURA	MURCIA	968.64.28.32
VERSE OPTICA	TOTANA	MURCIA	624.07.96.94

Óptica

Población Provincia Teléfono

PAÍS VASCO

PTICA CENTRO MARTÍNEZ DE LIZARDUY	VITORIA	LAVA	945.23.07.68
OPTIKA ACUSTICA EDER	SAN SEBASTIAN	GIPUZKOA	943.42.33.74
JOSÉ MARI PTICO	SAN SEBASTIAN	GIPUZKOA	943.43.14.99
OPTICA PABLO	SAN SEBASTIAN	GIPUZKOA	943.21.98.49
PTICA J.M. IMAZ	BEASAIN	GIPUZKOA	943.88.20.55
EUKENI OPTIKA	HONDARRIBIA	GIPUZKOA	943.64.38.05
INSTITUTO PTICO	MONDRAGON	GIPUZKOA	943.79.71.68
NATURAL PTICS PLAZAOLA	EIBAR	GIPUZKOA	943.20.21.37
PTICA OSTADAR	AZPEITIA	GIPUZKOA	943.81.06.64
IBERVISION SERVICIOS PTICOS	BILBAO	BIZKAIA	945.27.85.77
OPTICA JESÚS	BILBAO	BIZKAIA	94.479.21.10
OPTICA & OPTOMETRIA OCF	LAUKARIZ-MUNGIA	BIZKAIA	674.17.29.75
PTICA EGUREN, S.A.	GERNIKA-LUMO	BIZKAIA	94.625.03.23
OPTICA LANDABEKO	BARAKALDO	BIZKAIA	94.499.41.79
OPTICA LLARENA	PORTUGALETE	BIZKAIA	944.62.29.78
OPTICA GALDAKAO	GALDAKAO	BIZKAIA	94.456.59.54
PTICA LIZARRO	BASAURI	BIZKAIA	94.449.13.39

PRINCIPADO DE ASTURIAS

PTICA CASADO	LAS VEGAS CORVERA	ASTURIAS	985.57.69.12
PTICA BALBUENA	AVILÉS	ASTURIAS	985564717
PTICA VENERO	POLA DE SIERO	ASTURIAS	985.72.15.86
OPTICA BERLIN	CANGAS DEL NARCEA	ASTURIAS	985.81.17.40

Listado de ópticas que son
socias directas de Visión y Vida

gracias

A teal spiral-bound notebook is centered against a light green background. The notebook's cover features the text 'GRANDES CAMPAÑAS 2025' in white. The words 'GRANDES' and 'CAMPAÑAS' are in a bold, sans-serif font, while '2025' is in a larger, elegant serif font. The spiral binding is visible at the top of the notebook.

**GRANDES
CAMPAÑAS**
2025

2025 fue, de nuevo, un año memorable

Visión y Vida, gracias al compromiso y la colaboración altruista de todos sus socios, ha consolidado en 2025 la presencia de la salud visual en la agenda de los medios de comunicación, las instituciones, los responsables políticos y la sociedad en su conjunto.



Si quieres descubrir todo lo que hemos conseguido a lo largo de este año, no te pierdas este breve resumen



GRANDES ÉXITOS

La salud visual, protagonista en los medios de comunicación

330 noticias

(impresas, digital, tv y radio)

Valor publicitario: 3.602.322€

Audiencia: 133.371.005 personas

Cientos de noticias en televisiones, radios, medios digitales y periódicos impresos que ayudan a comprender la importancia de cuidar la visión en todas las etapas de la vida.

Campañas 2025





**DOS GRANDES CAMPAÑAS
QUE HAN LLEGADO A LA
POBLACIÓN Y A LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN**



EL AÑO DEL 70 ANIVERSARIO VISIÓN Y VIDA

El 9 de octubre de 2025, coincidiendo con el Día Mundial de la Visión, Visión y Vida celebrará su **70º aniversario** con un **acto conmemorativo presidido por Salvador Alsina**. El evento servirá como plataforma para presentar un informe retrospectivo de sus siete décadas de labor y para proyectar los desafíos y oportunidades de la salud visual en España hacia el año 2050.

Durante el acto, **se entregaron distinciones a personas y entidades que han contribuido de forma significativa al desarrollo de la óptica y la salud visual en España**: las familias Cottet y Chamorro, el Colegio Nacional de Ópticos, la Comunidad de Madrid, Ignacio J. Ferreira, Joaquim Gomicia, Manel Roure, Javier Calamero, Ramon Noguera y Carlos Rodríguez (Correos Express), Lluís Bielsa, la Fundación Mapfre de la mano de Eva Arranz y el Ministerio de Sanidad, representado por la ministra Mónica García.

El evento concluirá con un cóctel, sirviendo como un punto de encuentro para reflexionar sobre el pasado, analizar el presente y comprometerse colectivamente con un futuro donde la salud visual sea una prioridad accesible para todos los ciudadanos.









MATERIALES

RRSS



Libro



Rollup



El acto del 70º aniversario de Visión y Vida no solo fue un hito histórico de reflexión y reconocimiento para el sector, sino que también logró una repercusión mediática excepcional, amplificando enormemente su mensaje central sobre la importancia crítica de la salud visual en España.

Más allá de la significativa presencia institucional, destacada por la asistencia de la Ministra de Sanidad, Mónica García, el evento generó un amplio movimiento comunicativo.

Descarga aquí el informe que presentamos y descubre cuáles son los retos que tenemos que afrontar de aquí al año 2050



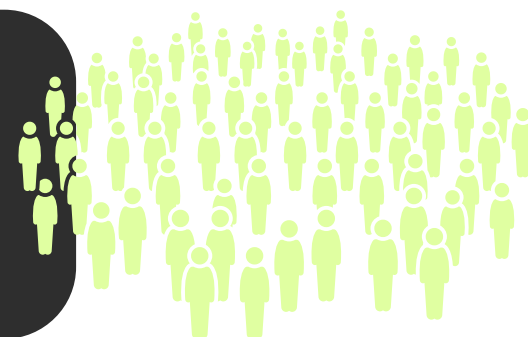
**CLICA AQUÍ Y
DESCARGA EL INFORME**

LOS RESULTADOS CUANTITATIVOS AVALAN ESTE ÉXITO

Más de 30
impactos en
medios de
comunicación

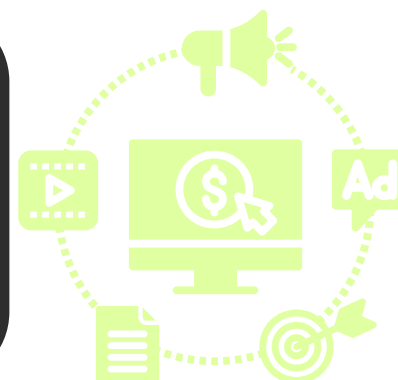


Un alcance que
superó los **17,9**
millones de
personas



70
ANIVERSARIO

Un Valor
Publicitario
equivalente (VPE)
estimado en
276.361,00 €





Último número de la revista



(Destacado)

Visión y Vida celebra su 70 aniversario y nos plantea el futuro de la salud visual en 2050



Visión y Vida ha celebrado este 9 de octubre, su 70º aniversario, coincidiendo con el Día Mundial de la Visión, en un evento celebrado en la sede de INGESEA en Madrid en el que la entidad ha aprovechado para presentar un informe recopilatorio de sus 70 años de actividad, que mira hacia el futuro, con un análisis de las tendencias y retos que se le avecinan.

El presidente de Visión y Vida alerta de que no hay reemplazo para los ópticos que se jubilarán en la próxima década



Mónica García: "El Plan VEO es el premio al trabajo del sector óptico durante años"



Lo + vis



RECONOCIMIENTO A NUESTRA LABOR

PREMIO A LA INNOVACIÓN CSR 2025 VI EDICIÓN

Visión y Vida recibió el Premio a la Innovación CSR en su sexta edición, un reconocimiento de máximo prestigio en el sector.

El galardón, entregado por el decano del Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas en un acto celebrado en el Casino de Madrid, **destacó la labor innovadora y el impacto social de la asociación, que cumplía 70 años al servicio de la visión en España.**

El premio celebró específicamente el diseño y comercialización de las lentes oftálmicas CSR y la fatiga ocular.



RECONOCIMIENTO A NUESTRA LABOR

PREMIO FIP A LA INNOVACIÓN SOCIAL (PLATA) Y PREMIO FIP SALUD Y BIENESTAR (BRONCE)

Nuestro compromiso con la equidad fue doblemente premiado en 2025. El **proyecto para erradicar la pobreza visual** recibió el **Premio FIP a la Innovación Social (Plata)** y el **Premio FIP Salud y Bienestar (Bronce)**, un reconocimiento a su impacto transversal, tanto en justicia social como en salud pública.

Este proyecto **nació de una observación urgente: tras la crisis de 2009, detectamos que niños y niñas con necesidades visuales no podían acceder a sus gafas** por la situación económica de sus familias. Conscientes de que uno de cada tres fracasos escolares tiene un origen visual, acuñamos el término "Pobreza visual" y actuamos.

Nuestra estrategia fue triple:

1. **Medir el problema:** Presentamos la Radiografía de la Pobreza Visual en España (2021, 2024), el estudio que cuantificó esta realidad.
2. **Crear conciencia:** Introdujimos el tema en la agenda médica y política, con reuniones en el Congreso y acciones con periodistas.
3. **Actuar sobre el terreno:** Movilizamos a ópticos-optometristas voluntarios para revisar la visión de menores en escuelas.



RECONOCIMIENTO A NUESTRA LABOR

El resultado: un cambio tangible.

Nuestro trabajo ha logrado un impacto legislativo y social sin precedentes:

- La Comunidad de Madrid implementa un bono de 50€ para menores de 14 años.
- El Gobierno de España ha puesto en marcha un bono de 100€ para menores de 16 años.

Hoy, el Congreso de los Diputados debate la cobertura de la salud visual por el Sistema Nacional de Salud.

Estos premios FIP **validan que nuestra lucha es integral**: innovamos en la acción social (Plata en Innovación Social) y generamos un impacto directo en la salud pública (Bronce en Salud y Bienestar).

Refuerzan nuestra máxima: **"Contra la desigualdad visual, acción social"**.



CLUB DE ÓPTICOS

Con el objetivo de **ofrecer herramientas prácticas y recursos estratégicos** para impulsar el éxito de las ópticas asociadas, Visión y Vida lanzó el Club de Ópticos, una iniciativa exclusiva y gratuita dirigida a ópticos y profesionales del sector.

¿Qué ha sido el Club de Ópticos en 2025?

Ha sido un espacio colaborativo creado para:

- Potenciar el alcance de las campañas institucionales.
- Contribuir a la difusión de contenido en redes sociales.
- Mantenerse informado de las acciones y novedades de Visión y Vida.

Beneficios que ofrece a los miembros:

- **Envío de materiales:** Las ópticas han recibido las propuestas para desarrollar acciones de protección solar, sequedad ocular, nuevas adaptaciones de lentes de contacto, lentes para visión y pantallas. Además, han ido recibiendo adhesivos, un diploma del Club, rejillas de Amsler, distintivos.
- **Recursos visuales:** Material audiovisual listo para usar, diseñado para destacar la óptica en redes sociales.
- **Webinars formativos:** Sesiones de asesoramiento para optimizar la gestión, el marketing y el servicio al cliente.

Objetivo general:

Fortalecer la red de ópticas a través de la colaboración, la formación y la difusión coordinada, mejorando así su visibilidad y competitividad en el mercado.

Esta iniciativa reforzará el compromiso de Visión y Vida con el desarrollo profesional del sector y la mejora continua de la salud visual en España.



CLUB DE ÓPTICOS

Carta de bienvenida

En el mes de abril **se envió a las ópticas socias una carta de bienvenida al Club de Ópticos**, con el objetivo de presentar oficialmente la iniciativa.

La carta acompaña al primer envío de materiales del club y **servía como introducción al proyecto**, explicando su finalidad.

Este envío se completó con **una chapa, un diploma acreditativo, un díptico informativo**, marcando el inicio de la participación activa de las ópticas en el club.



CLUB DE ÓPTICOS

PRIMER ENVÍO

Temas: Sequedad ocular y día mundial de las lentillas

Díptico con las acciones

Identificadores para el equipo de la óptica



DIPLOMA



CLUB DE ÓPTICOS

SEGUNDO ENVÍO

El **segundo envío** al Club de Ópticos, realizado en junio, **incluyó un vinilo** identificador para señalar la óptica como socia **y una carta orientada al seguimiento de las primeras acciones** realizadas por las ópticas.

Vinilo



CLUB DE ÓPTICOS

TERCER ENVÍO

En septiembre de 2025, el Club de ópticos lanzará su **tercera comunicación**, centrada en **promover las lentes digitales** y concienciar sobre la fatiga visual asociada al uso de pantallas.

Materiales enviados:

- **Díptico informativo** con protocolo de venta y estrategias para iniciar conversaciones con clientes.
- **Carta motivacional** reforzando el mensaje sobre molestias visuales y hábitos saludables.
- **Pegatinas** para clientes con mensajes de cuidado visual.

Objetivo:

Capacitar a los ópticos para identificar síntomas de fatiga visual digital, mejorar la comunicación con los pacientes y impulsar la venta de soluciones ópticas.

Pegatinas



CLUB DE ÓPTICOS

CUARTO ENVÍO

En respuesta directa a las necesidades expresadas por los socios, **el Club de Ópticos realizó un cuarto envío centrado en salud retiniana** y prevención, distribuyendo **Rejillas de Amsler** como herramienta de autoevaluación para los pacientes.

Materiales enviados:

- **Rejilla de Amsler impresa (formato 14x16 cm)** para que los pacientes realicen autochequeos visuales en casa.
- **Instrucciones claras sobre cómo utilizar la rejilla**, distancia recomendada (30-40 cm) y preguntas clave para detectar anomalías.
- **Espacio personalizable** para identificación de la óptica.

Objetivo:

Empoderar a los pacientes en el autocontrol de su salud visual, especialmente para la detección temprana de alteraciones retinianas.





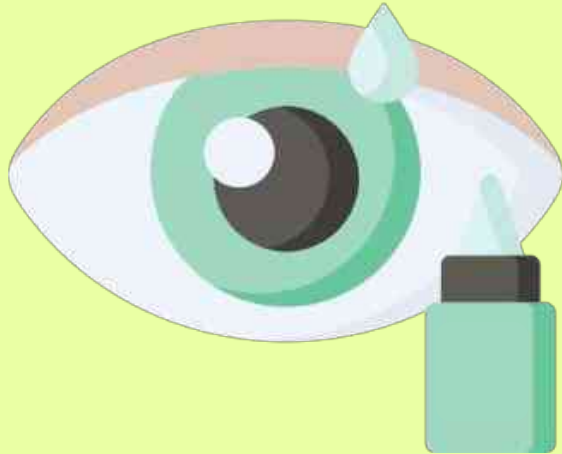
ESTUDIO SEQUEDAD OCULAR

Visión y Vida, de la mano del Fórum de Contactología, llevó a cabo en 2025 un estudio exhaustivo con el objetivo de analizar la prevalencia de la sequedad ocular en España y comprender su relación con el estilo de vida digital, los hábitos cotidianos y las condiciones ambientales. El estudio buscaba también sensibilizar sobre una condición a menudo infradiagnosticada y promover la detección temprana.

¿Cómo se elaboró?

Se utilizó el cuestionario OSDI (Ocular Surface Disease Index), una herramienta validada internacionalmente para evaluar síntomas y su impacto en actividades cotidianas. La muestra incluyó 1.437 participantes de diferentes grupos de edad, sexo y comunidades autónomas.

Este estudio representa una de las principales acciones de Visión y Vida en 2025 en el ámbito de la salud visual, reforzando su compromiso con la investigación, la educación y la prevención.



QR AL CUESTIONARIO OSDI

Los datos analizados son el fruto de las respuestas al **cuestionario OSDI**, en formato digital, que muchas ópticas proporcionamos a sus pacientes.

Una acción del Fórum de Contactología para asociar la sintomatología a la sequedad ocular y poner en relieve un problema que puede solucionarse y mejorar la salud visual.

LANDING





PRINCIPALES RESULTADOS



6 de cada diez personas padecen sequedad ocular y no lo saben

La media de afectación es de 30,1, lo que OSDI indica como **sequedad moderada**



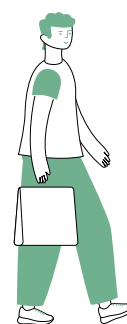
El 62,6% de la población padece sequedad ocular en grado moderado o severo



Los jóvenes presentan mayor prevalencia que las personas mayores



**DESCARGA AQUÍ
EL ESTUDIO**



IMPACTOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

optimoda

INICIO ECONOMÍA SALUD VISUAL MONTURAS LENTES OPINIÓN + SECCIONES

El 62,6 % de la población padece sequedad ocular moderada o severa

Por Francisco Almona - 17 de febrero de 2022



Sequedad ocular:

¿es y quién la

Infosalus

Un 10% de las personas con sequedad ocular desconoce su condición

4K



LA VANGUARDIA

Salud

OPTALMOLOGÍA

Entre un 10 y 25 % de la población padece ojo seco

• Un término clásico que se ha usado de forma habitual en la medicina general y en la vida cotidiana para referir a un síndrome de disfunción lagrimal

1 de cada 3 personas padece sequedad ocular sin saberlo

El 15 de abril se celebra el Día Mundial de las Lentillas en honor a Leonardo da Vinci. La afección ocular, una de las causas más comunes para dejar de usar lentes de contacto, tiene un tratamiento sencillo.



IMPACTOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Más de **60 impactos**
en medios de
comunicación

Un alcance
que superó los
6,5 millones de
personas

Un Valor
Publicitario
equivalente
(VPE) estimado
en **130.776 €**



WIKIVISIÓN

La primera enciclopedia virtual de la visión evoluciona año tras año.

En 2025 se ha consolidado como el referente digital para ciudadanos y profesionales que buscan una fuente rigurosa y accesible con la que cuidar y comprender la salud visual.

Este año hemos avanzado en:

- Expandir y actualizar nuestro contenido con las últimas novedades en optometría.
- Mejorar la experiencia del usuario en nuestra plataforma, haciéndola más intuitiva y útil.
- Responder a las necesidades de nuestra comunidad con contenido nuevo y específico, como el dedicado a la fatiga visual digital y la visión en la tercera edad.
- Consolidar nuestra misión de ser el puente de confianza entre la sociedad y los profesionales de la visión.



Wikivisión nació como un proyecto colaborativo impulsado por Visión y Vida con el objetivo de crear una enciclopedia visual abierta y accesible, donde profesionales, pacientes y curiosos puedan encontrar información rigurosa, práctica y actualizada sobre salud ocular.

Y, como siempre, te recordamos: esta enciclopedia también es tuya. Puedes escribir o sugerir artículos, grabarte en el consultorio virtual resolviendo dudas frecuentes o enviarnos contenido que creas que debe formar parte de esta herramienta de consulta.



¡Si quieres aumentar visitas e interacciones en tus redes sociales, comparte contenidos de la WIKI!





FEDAO ha desarrollado durante 2025 una estrategia integral para fortalecer el sector óptico-optometrista, basada en tres pilares: **concienciación, conocimiento e incidencia política.**

Campaña de Concienciación: "Faltan Ópticos"

Objetivo: Atraer nuevo talento y alertar sobre la escasez de profesionales.

Lanzamos una **campaña de comunicación intensiva** dirigida a medios de comunicación y futuros estudiantes, destacando la urgencia del relevo generacional y las ventajas de la profesión.

RESULTADOS

**17 impactos en
prensa nacional**

**Valor Publicitario
Equivalente de
75.249€**

**Alcance estimado
de 3.675.086
personas**



Presentación y difusión del Libro Blanco de la Visión

El Libro Blanco, elaborado junto a Correos Express, se consolidó como la **principal herramienta de conocimiento del sector**, ofreciendo datos clave como la facturación y alertando sobre el relevo generacional.

Acciones concretas:

Además de su elaboración, se realizó una campaña de lanzamiento activa que incluyó:

- Envío del **informe a medios de comunicación** especializados y a profesionales del sector.
- Convocatoria de una **rueda de prensa** para presentar los datos clave y el análisis.

RESULTADOS

**16 impactos en
prensa nacional**

**Valor Publicitario
Equivalente de
152.524 €**

**Alcance estimado
de 8.070.028
personas**



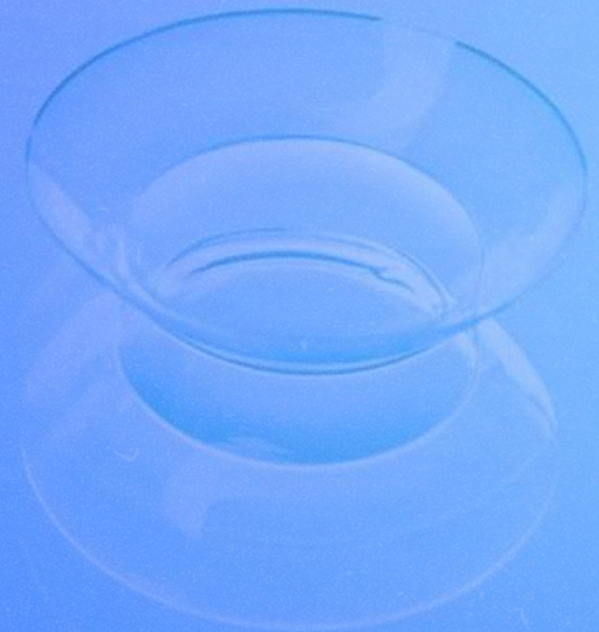
DESCÁRGALO 

fedaô

XXI Fórum de Contactología

¡En 2025, se celebró la XXI edición del Fórum!

En esta edición el Fórum se adentrará en temas clave para el futuro de la contactología: desde la sequedad ocular hasta el impacto de los software de IA en la gestión de la óptica para la fidelidad de los pacientes.



Alcon

AVIZOR
EYE CARE SOLUTIONS

 **Conóptica**
Innovación en visión

 **CooperVision**

EURO
Lent
SEED

Johnson & Johnson

markennovy

 **Menicon**

servilens
fit & cover

Conferencias Online

08 de abril: "Lentes de contacto en el punto de mira: cómo vender más desde el escaparate" impartido por Rita Balzi.

06 de mayo: "Sequedad ocular: la gran culpable del abandono de lentes de contacto. Claves para detectarla" realizado por la Dra. Cristina Arroyo.

03 de junio: "Preguntas sobre superficie ocular y lentes de contacto en los protocolos de atención al paciente" impartido por Montse Lucena.

14 de octubre: "De pteico a empresario – La IA como aliado en la gestión" a cargo de Ulises Monzón.

28 de octubre: "IA Generativa en Contactología: Innovación y Futuro" impartido por Sr. Christen Blom-Dahl & Sr. Marc Agulles

Disponibles en



	Sra. Rita Balzi	Dra. Cristina Arroyo	Sra. Montse Lucena	Sr. Ulises Monzón	Sr. Blom-Dahl y Sr. Agulles	TOTAL
Asistentes en directo	178	199	156	172	196	901
Visualizaciones YouTube	513	308	295	215	172	1.503
TOTAL	691	507	451	387	368	2.404

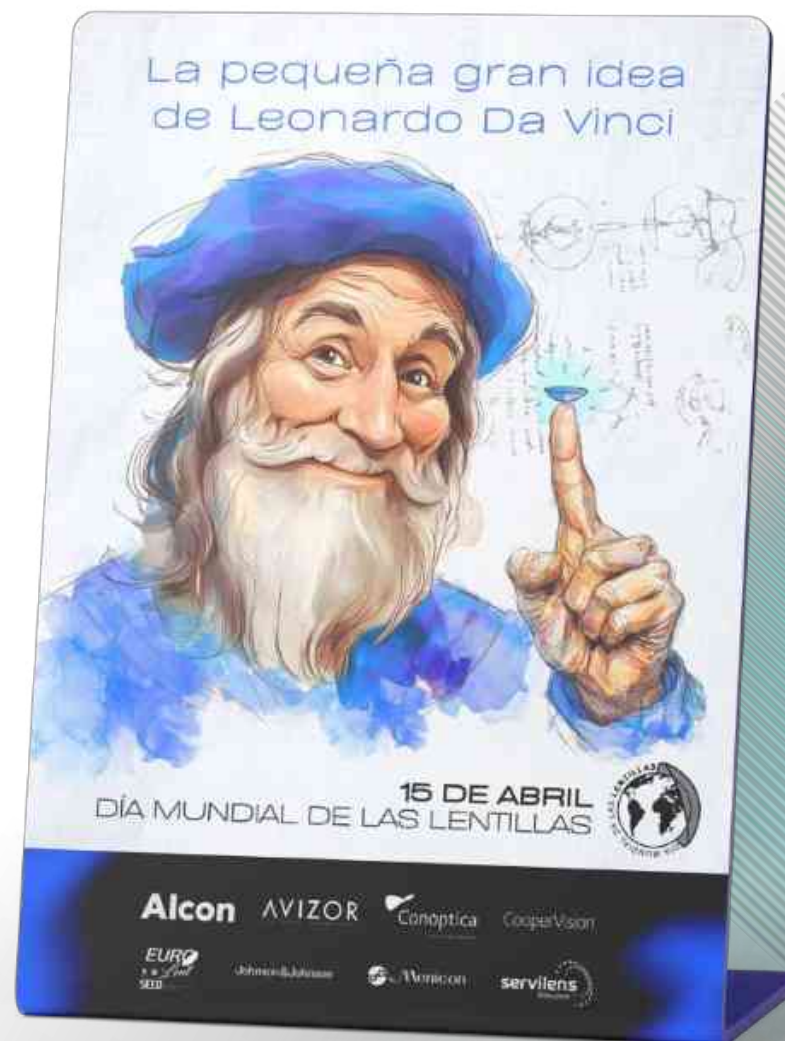
VISUALIZACIONES TOTALES: 2.404

XXI FORUM DE CONTACTOLOGÍA

2025

El 15 de abril se celebró el Día Mundial de las Lentillas, una fecha que coincide con el nacimiento de Leonardo da Vinci, considerado el precursor del concepto de las lentes de contacto. España ha liderado esta iniciativa a nivel global, destacando al célebre genio como figura central de esta conmemoración.

Más de 1.000 ópticas españolas dispusieron de materiales informativos sobre la historia y evolución de las lentillas. Esta celebración se llevó a cabo de forma simultánea en varios países, incluidos miembros de la Unión Europea, Reino Unido, EE. UU. y Australia, utilizando los mismos diseños y recursos promocionales.



DINAMIZACIÓN ÓPTICAS

Diseños para tus RRSS

Enviamos imágenes, videos (reels) para las RRSS.

Material de escaparatismo

Leonardo da Vinci fue nuestro protagonista.

¡Estuvo presente en **más 1.000 escaparates!** Gracias a las ópticas participantes en el concurso de escaparates.

¡Las lentes de contacto atrayendo usuarios a las ópticas!

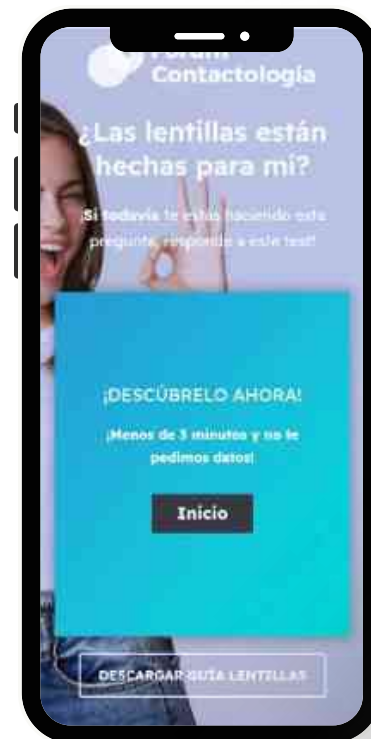
CAPTAR NUEVOS USUARIOS

Se utilizó la landing page con el test *¿Las lentillas están hechas para mí?*

Una herramienta que ayudó a los pacientes a conocer si eran candidatos a usar lentillas, invitándoles a realizar el test de nuestra landing page.

Allí les preguntamos, a la vez que les sensibilizamos sobre sus necesidades visuales, la práctica de deporte y su sintomatología ocular.

Al final del test, se les daba una recomendación sobre cómo disfrutarán utilizando lentes de contacto. Además, se descargaron una guía sobre lentillas y soluciones para su mantenimiento: ¿Qué tipos hay?, ¿cómo cuidarlas?, ¿cómo usarlas correctamente?, ¿cuándo revisarse?, etc.



Acceso al test
¿Las lentillas están hechas para mí?



DÍA MUNDIAL DE LAS LENTILLAS

ÓPTICAS GANADORAS

El premio consistió en publicarlos en las RRSS del Fórum de contactología y en poner publicidad en su zona geográfica (50€ por óptica ganadora)



VILLARTA DE SAN JUAN,
CIUDAD REAL



ALMASSORA, VALENCIA



BENICARLÓ, VALENCIA

MATERIALES PARA LAS ÓPTICAS

Con motivo del Día Mundial de las Lentillas (15 de abril), el Fórum de Contactología **distribuyó un kit completo de materiales a sus miembros** para impulsar la participación, la captación de pacientes y la divulgación en salud visual.

FLYERS A LANDINGS



DISPLAY CONMEMORATIVO



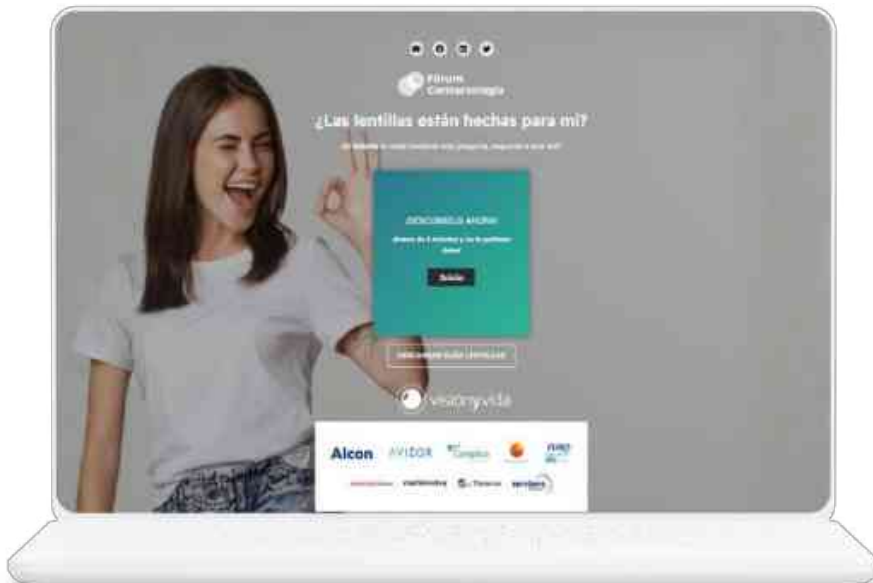
CHAPA PARA EL ÓPTICO



VINILO PARA ESCAPARATE

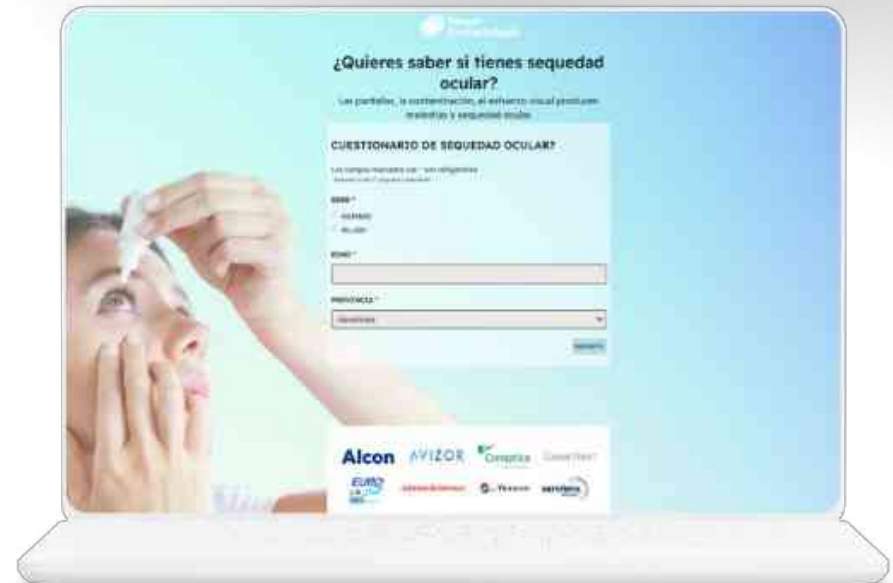
LANDING PAGE

Para complementar la campaña y ofrecer herramientas de autodiagnóstico accesibles, se desarrollaron dos landing pages interactivas dirigidas a la población general:



Test Lentillas

Objetivo: Ayudar a personas no usuarias a descubrir si las lentillas son una opción viable para ellas



Cuestionario de Sequedad Ocular

Objetivo: Permitir que los usuarios identifiquen síntomas de sequedad ocular mediante el cuestionario OSDI



2025 Fórum de gafas: lentes y monturas



Fórum de
gafas
lentes
y monturas



ESCHENBACH

EssilorLuxottica

KERING
EYEWEAR

MARCHON

MARCOLIN

OPTIM



Safilo
SEE THE WORLD AT ITS BEST

shamir

Silhouette
DESIGNER EYEWEAR

Xavier Garcia

ZEISS
Seeing beyond

El Fórum de Gafas cierra un 2025 marcado por la **consolidación, la innovación y el impacto social** en la salud visual en España.



CONFERENCIAS

Formación y actualización de profesionales



CAMPAÑAS CON INFLUENCERS

Viralización de mensajes para nuevas generaciones



NEWSLETTERS

Comunicación directa y de valor con la comunidad



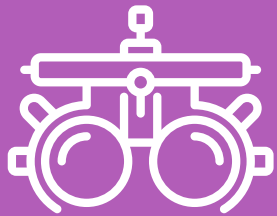
IMPACTO EN PRENSA

Presencia en grandes medios nacionales





Nuestros logros



**1.704 ópticos-
optometristas**

han participado en las
formaciones online



975 ópticas

recibieron los materiales
de gafas para pantallas
con los QR a las landings



**2.500.000
personas**

vieron los posts
publicitados desde
las redes sociales



6.629 €

en valor publicitario,
fruto de las dos
notas de prensa

CONFERENCIAS

Sra. Andrea González

3 de abril - online



[ACCEDE AQUÍ A LA CONFERENCIA](#)

Lentes digitales. ¿Cómo saber qué paciente las necesita y asegurarnos el éxito de la adaptación en gabinete?

En esta ponencia se explorará el concepto de Lentes Digitales como una solución óptica para mejorar el confort y rendimiento visual en visión próxima tanto en niños como en adultos.

VISUALIZACIONES

DIRECTO: 197

DIFERIDO: 904

TOTAL: 1101

Sra. Mercè Basulto

8 de mayo - online



[ACCEDE AQUÍ A LA CONFERENCIA](#)

Estrategia de comunicación y venta de lentes digitales

En esta era digital, es fundamental que podamos asesorar a nuestros clientes en su día a día. Para facilitar este proceso, se propone una regla nemotécnica con 4D que ayudará a organizar los pasos importantes en una venta.

VISUALIZACIONES

DIRECTO: 231

DIFERIDO: 372

TOTAL: 603

INFORMACIÓN AL CLIENTE

La venta de gafas de sol y lentes digitales es territorio de las ópticas.

Incluso la generación Zeta, los nativos digitales, son conscientes de que la óptica es el espacio donde pueden aconsejarles profesionalmente, encontrar la mejor lente solar y consejo estético.

El Fórum de Gafas, Lentes y Monturas envía vídeos informativos sobre el uso de gafas para pantallas y sobre la generación Zeta en las ópticas.

CAPTAR NUEVOS USUARIOS

TESTS

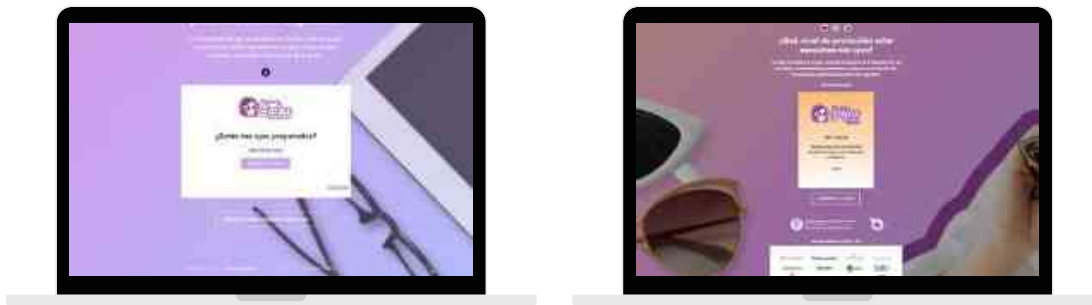
¿Están tus ojos preparados para las pantallas?

¿Viste el test? Prueba y verás que las preguntas que se hicieron sobre lentes digitales... busca concienciar a la población de la importancia de trabajar delante de la pantalla en condiciones.

¿Qué nivel de protección solar necesitan mis ojos?

Con este test el usuario pudo descubrir que grado de protección solar puede necesitar. ¿El objetivo? Concienciar sobre la importancia de proteger los ojos de la radiación UV con gafas de calidad.

Landings

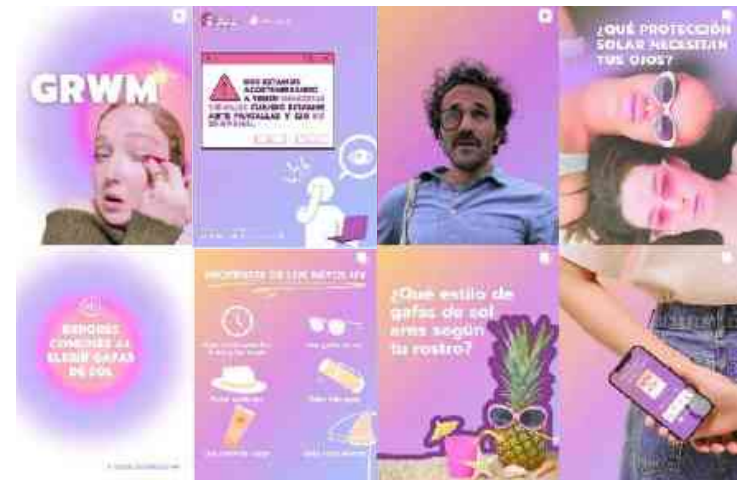


RR.SS.

Se compartieron vídeos, imágenes, reels.

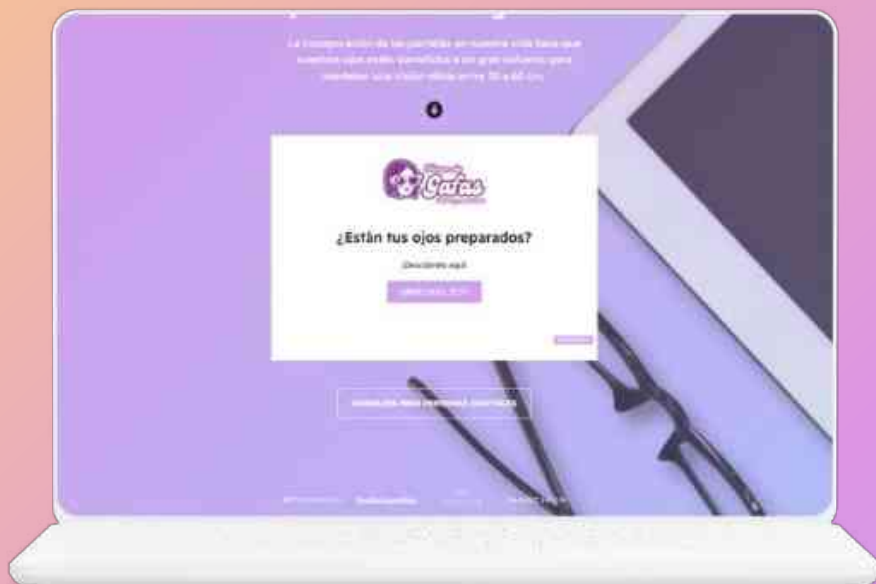
Se desarrolló dos campañas con 7 influencers de alto alcance con los que se trabajaron aspectos como la importancia del uso de gafas de sol de calidad y el uso de lentes digitales siempre que sea necesario.

Además, se compartieron diseños propios en los que se trataron aspectos de la salud visual.



TESTS

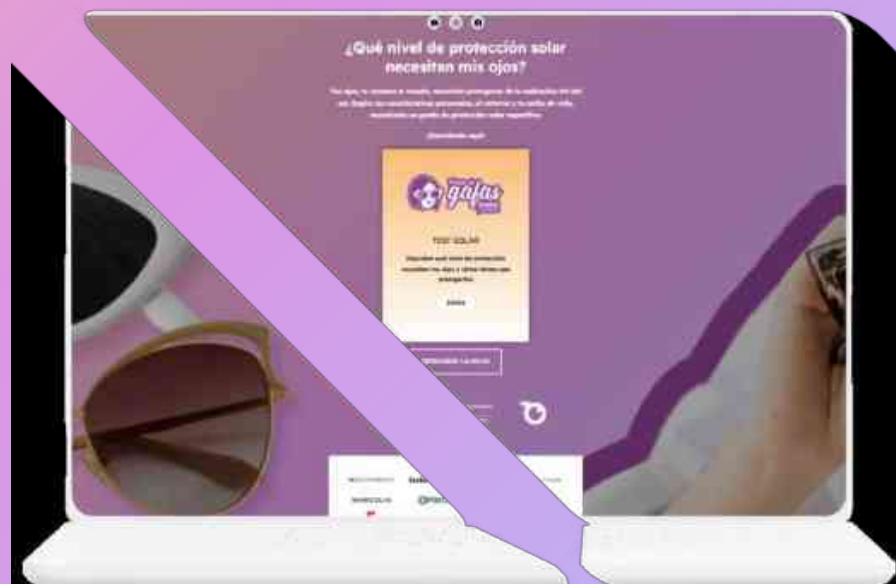
¿Están tus ojos preparados para las pantallas?



Para conseguir que los usuarios identifiquen síntomas de **fatiga visual asociados a las pantallas** se presentará este cuestionario basado en síntomas comunes como la sequedad o el dolor de cabeza

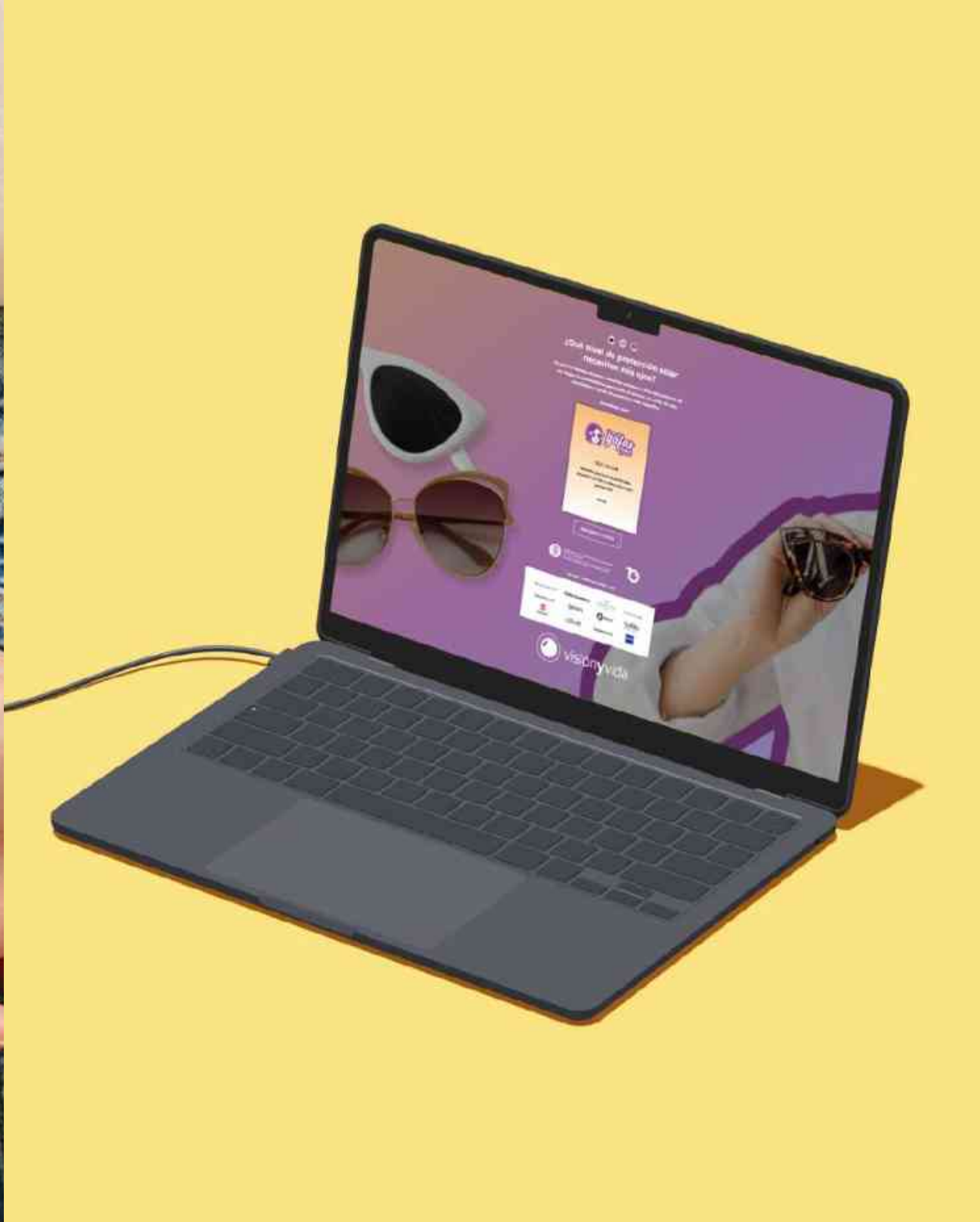
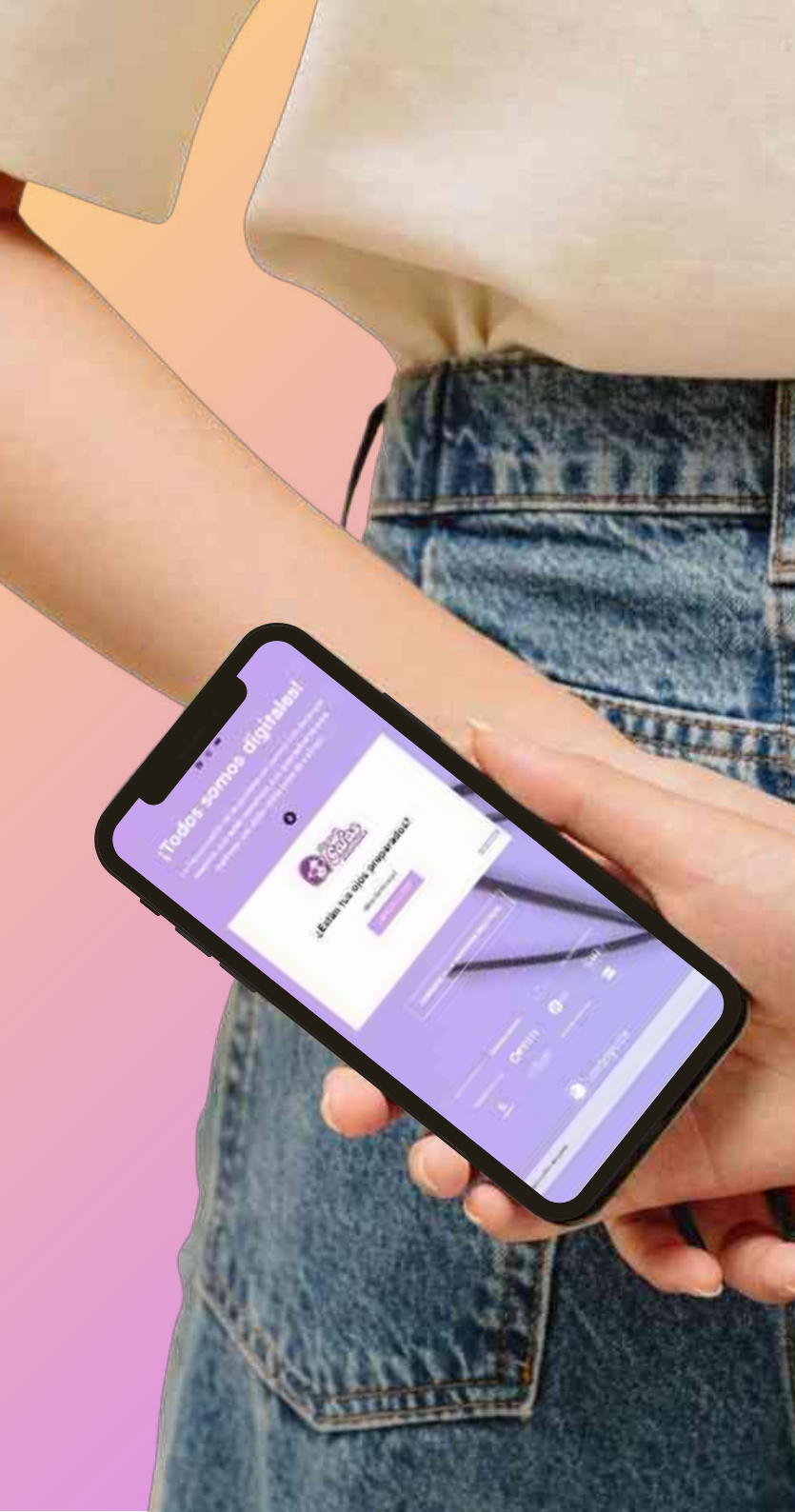


¿Qué nivel de protección solar necesitan mis ojos?



Con el objetivo de **evaluar el conocimiento y hábitos de la población respecto al uso de gafas de sol y la protección** frente a la radiación UV se desarrolló este cuestionario interactivo que aborda aspectos como los tipos de protección o los tipos de filtros





MATERIALES PARA LAS ÓPTICAS

La venta de gafas de sol y lentes digitales es territorio de las ópticas.

Incluso la generación Zeta, los nativos digitales, son conscientes de que la óptica es el espacio donde pueden aconsejarles profesionalmente, encontrar la mejor lente solar y consejo estético.

El Fórum de Gafas, Lentes y Monturas envía dípticos informativos sobre el uso de gafas para pantallas y sobre la generación Z en las ópticas.

Adhesivo caja →



Carta →



MATERIALES PARA LAS ÓPTICAS

El Fórum de Gafas, Lentes y Monturas envi **expositores con QR a las landing pages** del test de gafas de sol y gafas digitales para colocarlas en las ópticas asociadas.

Material exclusivo
para tu óptica!



MATERIALES PARA LAS ÓPTICAS



MATERIALES PARA LAS ÓPTICAS

Como parte de la estrategia de **conexión emocional y educativa con los pacientes**, se creó un **display interactivo** diseñado para colocarse en zonas visibles de la óptica (mostrador, recepción o zona de espera).



ACCIONES CON INFLUENCERS



LLEGANDO A NUEVAS AUDIENCIAS CON INFLUENCERS



Para cumplir con nuestro objetivo de democratizar el conocimiento sobre salud visual y llegar a públicos más amplios y jóvenes, en 2025 desarrollamos una campaña estratégica de marketing digital en colaboración con influencers.

Objetivo:

Concienciar sobre la importancia de usar gafas de sol por salud, más allá de la moda y usar lentes digitales siempre que sea necesario.

Acción ejecutada:

Se establecieron **siete colaboraciones con influencers seleccionados** por su relevancia y alcance. La acción consistió en la creación de reels dinámicos y visualmente atractivos.

ACCIÓN 1

GAFAS DE SOL

Para promover hábitos saludables en la población más joven se desarrolló **una campaña con influencers centrada en la protección ocular frente al sol.**

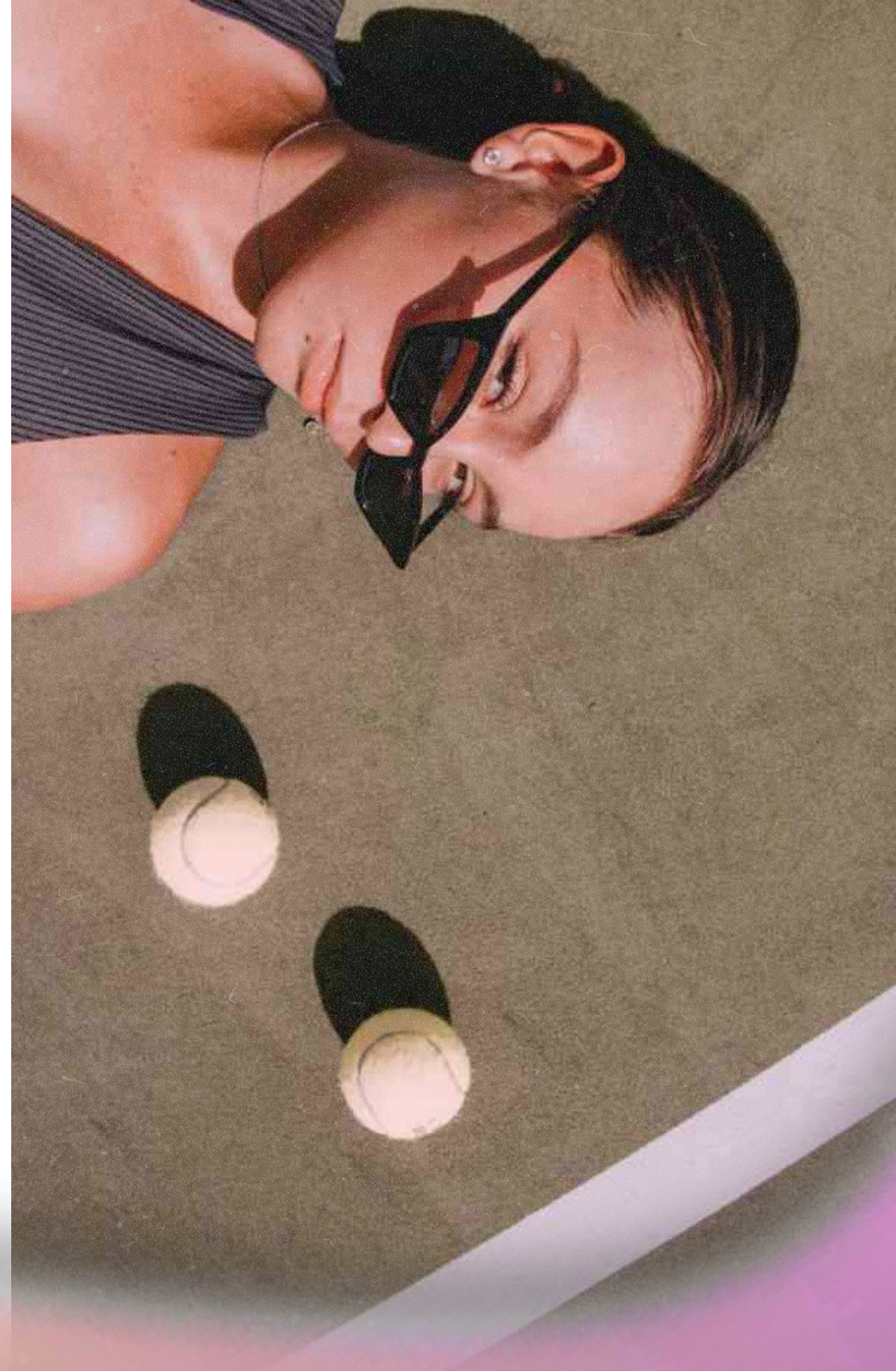
Objetivo

Concienciar sobre la importancia de usar gafas de sol por motivos de salud visual.

Acción

Se realizó un **reel colaborativo diseñado para maximizar el impacto visual** y la cercanía con la audiencia del influencer.

El formato reel permitió **maximizar la visibilidad, el engagement y la conexión emocional**, reforzando la misión del Fórum de Gafas de divulgar hábitos saludables de manera accesible y atractiva.



INFLUENCERS

GAFAS DE SOL



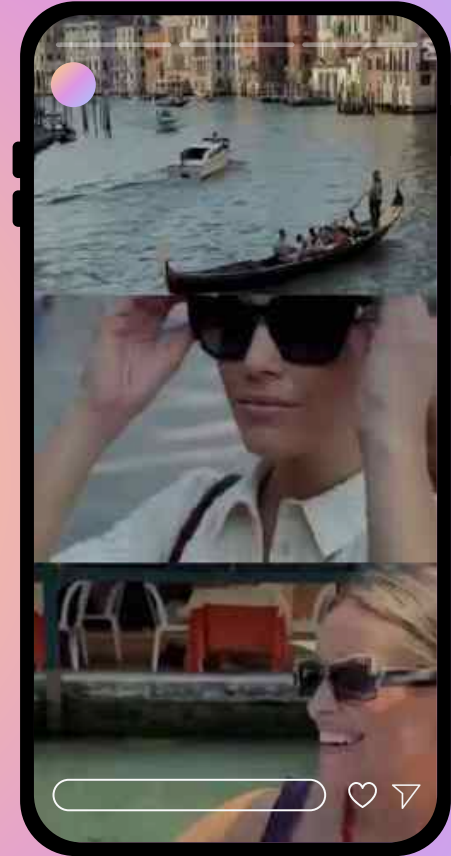
@MARTINA.RUIZ.RAMIREZ

Visualizaciones: 239.919
Likes: 501
Comentarios: 65
Guardados: 10
Resultados publicidad: 97.606



@INESBERDEJO

Visualizaciones: 229.366
Likes: 209
Comentarios: 15
Guardados: 7
Resultados publicidad: 160.433



@REYESARANDAM

Visualizaciones: 230.367
Likes: 87
Comentarios: 3
Guardados: 4
Resultados publicidad: 171.418



ACCIÓN 1

LENTE DIGITAL

En paralelo a la campaña de gafas de sol se desarrolló una **acción con influencers centrada en lentes para pantallas**, dirigida a personas que pasan muchas horas frente a pantallas y experimentan fatiga visual, visión borrosa, molestias oculares o dolores de cabeza.

Objetivo

Comunicar de manera natural y cercana los beneficios de las lentes para pantallas, mostrando cómo pueden mejorar el confort visual en la vida diaria.

Acción

Se realizó un **reel colaborativo con un influencer**, diseñado para mostrar de forma auténtica y cercana **el recorrido de un usuario al adquirir sus lentes digitales**.

El contenido, presentado en formato reel, **permitió generar engagement y cercanía**, mostrando de forma educativa y atractiva cómo las lentes digitales pueden mejorar la comodidad visual en el día a día.



INFLUENCERS

LENTES DIGITALES



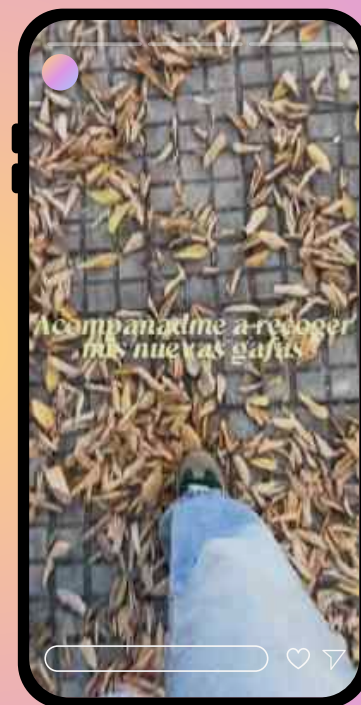
@OLAIA_H

Visualizaciones: 121.501
Likes: 293
Comentarios: 22
Guardados: 27
Resultados publicidad: 54.684



@LYDI_VIP

Visualizaciones: 159.017
Likes: 1.454
Comentarios: 114
Guardados: 11
Resultados publicidad: 9.165



@APAAGAYVAMONOS

Visualizaciones: 9.835
Likes: 155
Comentarios: 6
Guardados: 5
Resultados publicidad: 106.235



@ANGYCLOSET

Visualizaciones: 8.398
Likes: 119
Comentarios: 18
Guardados: 8
Resultados publicidad: 101.930





OK.Lo.Veo



**NUEVA PLATAFORMA
100% B2C**



CREACIÓN Y EVALUACIÓN

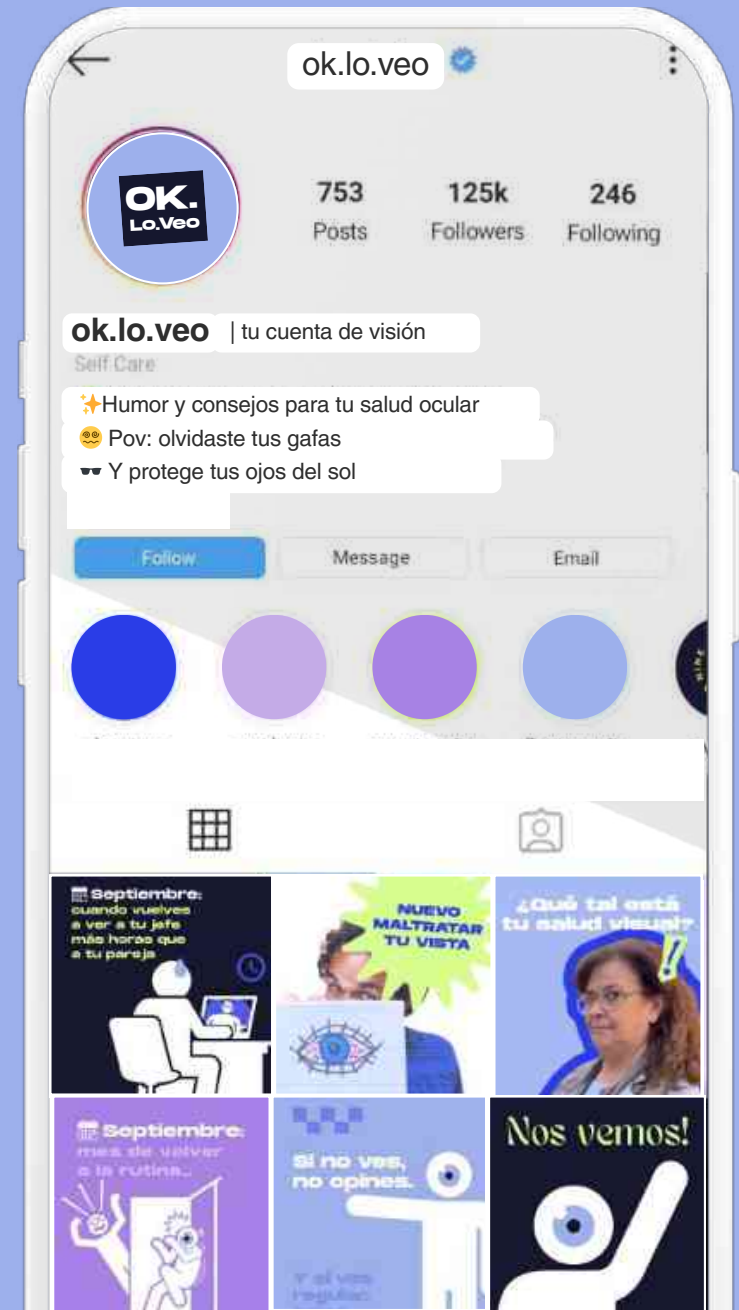
La campaña "OK.Lo.Veo" nació con el propósito estratégico de materializar los objetivos definidos en la Asamblea General de socios de noviembre de 2024.

Su diseño, adaptado al lenguaje y dinámicas de las redes sociales, buscó:

1- Potenciar soluciones visuales y dirigir público a las ópticas, promocionando productos específicos como soluciones para la sequedad ocular, lentes digitales, gafas de sol y lentes de contacto.

2- Incrementar la frecuencia de compra y fomentar la multiposesión.

3- Posicionar nuestras redes sociales (Instagram y TikTok) como un espacio trendy, atractivo y de referencia en salud visual, combinando información útil con un tono cercano, humorístico y escenas reales para conectar con una audiencia amplia (de 16 a 65 años).



FORMATOS Y CONTENIDO

**Estamos
aquí porque...**



**Nadie te
avisa cuando
empiezas a
ver mal**



**Porque te
acostumbras
a entrecerrar
los ojos**



**Estamos
aquí para
cambiar eso**



A nuestra manera :)



VÍDEOS

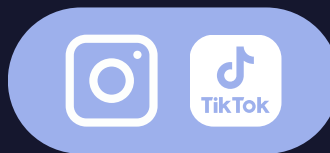
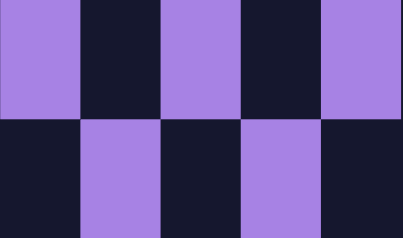
La elección del formato vídeo como eje central de la plataforma OK.Lo.Veo responde a una decisión estratégica alineada con los hábitos de consumo de contenidos actuales.

Permiten transmitir información de manera clara, directa y emocional, facilitando la comprensión de conceptos relacionados con la salud visual y favoreciendo su recuerdo.

Aunque se trata de contenidos con una producción cuidada, se opta por un estilo natural y cercano que conecta mejor con el lenguaje propio de las redes sociales.

Desde el punto de vista divulgativo, los vídeos permiten poner en valor el papel del optico-optometrista a través de situaciones cotidianas y así se refuerza el mensaje de que la atención personalizada y el acompañamiento profesional que ofrece la optica son claves para el cuidado de la salud visual.





RESULTADOS GLOBALES DEL PERIODO

TOTAL VÍDEOS: 41



309.170 VISUALIZACIONES
227 INTERACCIONES EN PUBLICACIONES
418 INTERACCIONES EN REELS
85 COMPARTIDOS EN REELS
ALCANCE MEDIO POR REEL: **249**
ENGAGEMENT MEDIO EN REELS: **6,21%**



30.490 REPRODUCCIONES
29.970 VISUALIZACIONES DE POSTS
592 INTERACCIONES
632 ME GUSTA
22 COMPARTIDOS
ALCANCE MEDIO POR POST: **448,74**



PERO, COMO SIEMPRE...



Todo lo que diseñamos lo hacemos para que lo uses, así que no podemos abandonar esta memoria sin recordar que tienes nuestro estudio sobre sequedad ocular y el libro de los 70 años de Visión y Vida.



¡Pincha sobre el
estudio y descárgalo!



No pierdas la oportunidad de estar informado de las acciones que se van a realizar y recibir materiales y diseños para tus RRSS.



Para más información, escríbenos a coordinacion@visionyvida.org.



GRACIAS