

## NEGÓCIOS

novidade, expansão



Para saber diariamente quais são as novidades do empreendedorismo de Porto Alegre, assine a newsletter do GeraçãoE. Inscreva-se em [geracaoe.com](http://geracaoe.com)

# Ótica focada no público 40+ abre segunda unidade em Porto Alegre

A Willy, que opera há dois anos na Cidade Baixa, abriu uma nova unidade no Moinhos de Vento

**ISADORA JACOBY**  
@isajacoby

Operando há dois anos na Cidade Baixa, a Willy, ótica com foco em armações autorais pensadas para o público 40+, expandiu sua operação. Agora, a marca também é encontrada no número 58 da rua Padre Chagas, no bairro Moinhos de Vento. A proposta é oferecer peças de design com valores mais competitivos, aliando moda ao ato de usar óculos, sejam eles de sol ou de grau.

Tiago Camara, CEO do negócio, conta que a ideia da marca surgiu a partir da experiência de Willian Ventura, sócio da Willy, no segmento de óticas. Vindo da área de tecnologia, Tiago diz que não tinha nenhuma experiência no ramo, mas apostou na percepção de Willian para entrar na empreitada. “Ele já trabalha na área faz tempo e me convidou para começarmos alguma coisa nova. Começamos a amadurecer a ideia, e veio a

oportunidade de abrimos na Cidade Baixa”, lembra sobre o primeiro ponto do negócio que abriu em 2021, na galeria Artsy Mall Cidade Baixa, na rua General Lima e Silva, nº 594. “Encontramos um nicho de um público que, talvez, não era bem atendido no mercado. Um público que quer algo mais ousado, um design diferenciado, mas não tem condições de pagar muito caro”, explica Tiago sobre o público-alvo do negócio.

Completando dois anos de operação, os sócios abriram a segunda unidade da marca, desta vez no Moinhos de Vento. Com investimento de R\$ 480 mil, a loja tem como proposta ser uma operação conceito da marca, já que a dupla pretende expandir ainda mais a presença da Willy no Estado. “Nesses dois anos, fomos identificando o caminho que queríamos seguir. **Trabalhamos muito com o conceito de market fit, que é encontrar no mercado pessoas interessadas no teu produto.** Serviu como laboratório e encontramos esse público”, percebe. A escolha do ponto se deu em virtude da tradição da região e da aposta na retomada de uma das ruas mais conhecidas da Capital.

“Acabamos escolhendo por ser uma rua bem conhecida,



Willian Ventura e Tiago Camara são sócios da Willy, ótica que, agora, chega ao bairro Moinhos de Vento

por ter a ver com essa coisa bem cool. A tendência da Padre Chagas é reaquecer, está no processo de retomada”, avalia o empreendedor.

As peças vendidas na Willy são todas autorais e contam com armações de sol e de grau. Tiago relata que o público-alvo da marca é o de pessoas com mais de 40 anos, especialmente mulheres. “Sempre trouxemos óculos

diferentes e percebemos que elas ousam muito mais. Fomos direcionando os produtos mais para esse público”, diz sobre o nicho de mercado, destacando que um dos focos da marca é a originalidade dos produtos. “Um dos diferenciais é que voltamos nosso foco para moda e estilo, mas não deixando de lado a saúde. Quando o cliente chega aqui, vamos encontrar um estilo para ele e depois vamos para a parte de ótica mesmo”, explica. As armações da Willy partem de R\$ 390,00 até R\$ 1 mil.

De olho na expansão do negócio, Tiago conta que trouxe essa postura mais ágil do segmento da tecnologia. “Nos startups, as coisas acontecem muito mais rápido”, avalia, comparando as áreas. “Na questão tecnológica, nos conceitos novos de gestão que estão hoje nas novas e grandes empresas, o setor ótico ainda está um pouco atrasado”, avalia. No entanto, o empreendedor pontua que propostas como a da Willy tem sido bem recebidas no mercado. “Esse movimento já vem acontecendo em outros lugares do Brasil. Há pouco, abriu a Zerezes aqui na rua, que é uma marca que tem

uma mesma pegada. Acho que o público está superaberto a novos formatos. Diferente da Zerezes, que o foco é um público mais jovem, nós focamos mais em um público mais velho”, compara.

Para o futuro, os sócios pretendem avaliar a performance da nova unidade e, então, traçar os próximos destinos da marca, que deseja chegar ao interior do Estado e também em outras regiões do País. No entanto, ainda não há certeza se o movimento será por meio do franchising ou com lojas próprias. “Entendemos que franquia expande rápido, mas pode perder um pouco da essência do negócio. Vamos priorizar muito a experiência do cliente. Talvez, a franquia atrapahe nesse sentido. Vamos pensar em algo alternativo, em um modelo híbrido”, pensa Tiago.

A unidade do bairro Moinhos de Vento fica na rua Padre Chagas, nº 58, e opera de segunda-feira a sábado, das 9h às 19h. Na Cidade Baixa, a operação fica na rua Lima e Silva, nº 594, e funciona de segunda-feira a sábado, das 9h às 20h. “Na Cidade Baixa tem um movimento mais à noite, então estendemos um pouco mais”, explica.



As peças da Willy são autorais e contam com versões de grau e de sol, pensadas para o público 40+