

## REPORTAGEM ESPECIAL

## Do Maranhão vem a primeira marca de óculos indigenista

No encontro do Rio Corda e Mearim, no Maranhão, nasceu a marca Cattu, que tem na cultura indígena a inspiração das suas coleções. No primeiro ano de existência, em 2019, a empresa lançou sete coleções, duas delas como piloto. A comercialização efetiva, no entanto, teve início em 2020, em plena pandemia, por meio do e-commerce. A família de Wesley Negreiros, diretor executivo da Cattu, trabalha há 30 anos no segmento, com laboratório e clínica. “Agora temos marca e produção própria, com design autoral. Os óculos são feitos artesanalmente a partir de materiais orgânicos, como acetato italiano de celulose e lentes mineralizadas”, afirma.

O diretor destaca que Barra de Corda, cidade onde a empresa tem sede, é rodeada por comunidades Guajajaras, com as quais houve o vínculo para dar início à primeira marca de óculos indigenista do Brasil. “A convivência foi esclarecedora para que a gente pudesse montar um negócio com base na cultura indígena”, relata.

Passada a pandemia, a empresa evoluiu para a abertura de um gate shop na capital São Luís, o que repercutiu no mercado, com a demonstração de interesse de vá-

rios lojistas pelo produto. O meio virtual, onde a marca desenvolve forte trabalho de marketing, responde pela maior parte dos negócios. Além de atuar em todo o país, tem clientes nos Estados Unidos. “Temos um trabalho de divulgação da marca junto a alguns consumidores. A facilidade logística também favorece”, explica.

Negreiros explica que a empresa não fabrica a lente, que é feita em parceria com a marca Zeiss. A armação tem desenvolvimento e produção própria. Segundo ele, a diferença não está somente no produto, mas na forma de trabalho. “Feito manualmente, os óculos têm encaixe e acabamento interessantes, além de ser confortável, o que é básico para quem faz o uso diário”, relata.

O diretor destaca ainda o fato de o cliente adquirir um produto feito com base na cultura dos povos originais. Também permite a personalização, o que tem atraído o interesse de vários lojistas, que propõem cores e design de suas preferências, além de coleções de datas específicas, como o aniversário da loja. “O lojista tem a oportunidade de colocar à venda um produto diferenciado”, assegura.

O desenvolvimento parte das



Cattu desenvolve coleções com matéria-prima orgânica

tendências captadas junto a públicos-alvo para coleções primavera-verão e outono-inverno. Negreiros destaca que são trabalhadas, principalmente, as diferenças de visagismo do rosto brasileiro, resultando em uma curadoria de design e de cores. “Sempre temos um olhar para elementos da natureza, para a cultura maranhense e para conexões com os povos originários do Brasil”, observa.

A produção dos óculos é feita no Rio de Janeiro, com empresa parceira, a partir do desenvolvimento das coleções em São Luís. De acordo com Negreiros, este formato decorre, principalmente, pela condição de o Nordeste não ter a cultura de produção de óculos e ser carente de mão de obra qualificada.

A Expo Óptica foi a estreia da empresa em feiras, ação que integra o plano de expansão da marca. Também estão em formação investimentos no B2B, inclusive para ampliar as vendas fora do Brasil, e a busca de novas parcerias com lojistas. “A ideia de começar a participar de feiras é para que possamos conhecer parceiros internacionais e distribuidores, que nos ajudem a levar a marca para o exterior com mais força”, projeta.

## Empresa de software terá filial na Região das Hortênsias

No mercado de desenvolvimento de softwares há 37 anos, a PWI Sistemas, com sede em São Paulo, prepara a instalação de uma filial na Região das Hortênsias, com prioridade para a localização entre as cidades de Gramado e Canela. O objetivo é que a unidade inicie operações ainda neste ano ou no máximo, em 2025, para atender a forte expansão de parques temáticos na região.

O diretor Tássio Pereira estima investimento na casa de R\$ 1,5 milhão e acréscimo de 20 vagas ao quadro, hoje formado por 150 pessoas empregadas na matriz, em São Paulo, número 25% superior ao da pré-pandemia. “Acreditamos ser suficiente para o primeiro momento”, projeta.

Além do atendimento aos parques, hoje responsáveis por cerca de 30% do faturamento, a empresa acredita na evolução dos negócios no segmento ótico, atualmente seu principal negócio, com cerca de 60%. “Com uma filial na Região das Hortênsias, acredita-

mos ser possível elevar a carteira de clientes óticos no Rio Grande do Sul e Santa Catarina”, explica.

O diretor pondera que no setor ótico os dois estados ainda têm pouca representatividade no faturamento da empresa. “Temos uma boa carteira de clientes, atendendo, basicamente, via remota. Por isso, a presença física deverá trazer incremento interessante”, estima.

De acordo com Pereira, a empresa desenvolve produtos padrões, mas no caso dos parques são sistemas customizados. Segundo ele, a PWI virou especialista nesta modalidade em função do conhecimento técnico e de mercado adquirido ao longo do tempo. Assinala que a nova política pública de conceder parques à iniciativa privada aumentou a demanda por sistemas.

Atualmente, são atendidos em torno de 140 parques em todo o país, dos quais a metade está localizada no Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Os principais

produtos da empresa são voltados à venda de ingressos e controle de acesso. Dependendo do porte da operação, há também sistemas para a gestão do espaço, incluindo toda a parte financeira.

Pereira recorda que a pandemia sanitária provocou queda de 30% na receita da empresa, basicamente pelo fechamento dos parques temáticos. “Foi assustador, mas conseguimos resistir em função da administração sólida e boa relação com os clientes”, observou. Para ele, as adequações e os incentivos dos governos foram determinantes para salvar o segmento.

O executivo lembra que, no passado, o maior cliente da empresa foi o parque Beto Carreiro, de Penha (SC). Com a evolução do parque, a PWI expandiu sua atuação para o Rio Grande do Sul, especialmente Gramado, e Santa Catarina. “Começou a surgir uma variedade muito grande de aplicações nessas atrações”, recorda.



Tássio Pereira projeta início das operações no mais tardar em 2025