

De olho nas oportunidades

Saúde visual

Prevenção e conscientização sobre cuidados com os olhos pelo aumento da expectativa de vida no Brasil: em 1970, 57 anos; em 2020, 76 anos. Em 2040, mais de 25% dos brasileiros serão 60+

Telas

Até 2050, metade da população mundial será míope. Até 2034, aumentará entre 30% e 50% o número de míopes nos grandes centros urbanos do Brasil

Bem-estar

Relação entre saúde visual e qualidade de vida, produtos para conforto visual no dia a dia e acessibilidade de número maior de brasileiros

Mudanças regulatórias

Conselho Federal de Medicina: alterações na regulação sobre médico empreender

Telemedicina: avanços na telemedicina oftalmológica

Políticas públicas: acesso da população aos exames e cuidados com a visão

Optometria no Brasil

APDF 131: pacificação sobre a realização do exame de refração por bacharel em optometria

SUS: oferta de optometria pelo sistema elevará o atendimento da população brasileira

Serviços de optometria

Óticas: integração de serviços de optometria

Atendimento: ampliação do escopo de serviços oferecidos (ópticos e auditivos)

Desafios

- ▶ Regulamentação
- ▶ Adaptação às novas tecnologias e práticas
- ▶ Lojas físicas versus e-commerce
- ▶ Oportunidades ilimitadas
- ▶ Mercado em expansão com múltiplos nichos
- ▶ Convergência de setores
- ▶ Integração de moda, tecnologia e saúde
- ▶ Inovação constante
- ▶ Adaptação rápida às novas tendências e tecnologias
- ▶ Impacto positivo
- ▶ Melhorando vidas através da visão e do estilo

Segmento inova para atender as diferentes demandas de clientes

ABIÓPTICA/DIVULGAÇÃO/JC

Para fazer frente ao mercado promissor, atendendo às demandas de moda, estilo e saúde ocular, a indústria tem investido em inovações tecnológicas. Em termos de saúde, a diretora da Abióptica Ambra Nobre Sinkoc destaca como disruptivos os avanços nas lentes, com tratamentos e revestimentos especiais, recobrimento, filtros e antirreflexo. Outra importante evolução é a lente de regressão para baixos míopes, principalmente crianças. O objetivo é evitar o crescimento do grau da miopia infantil. Em adultos, a regressão é mais difícil.

De acordo com a executiva, a maioria das tecnologias é mundial e incorporada ao universo nacional, com produção local. Ambra não avalia o Brasil como atrasado tecnologicamente, mas com impeditivos que não deixam o setor

avançar economicamente para ser competitivo.

Algumas tecnologias, como lentes de contato hidrogéis, praticamente não são fabricadas no Brasil pela sua complexidade e necessidade de grande escala. Nesses casos, as principais marcas têm plantas nos mercados mais competitivos, a custos menores. “Temos produção de algumas lentes hidrogéis, mas o preço final é muito elevado por conta da cascata de tributos, custos de produção e trabalhistas. O empresário, por decorrência, prefere produzir lá fora”, explica.

Outra tecnologia moderna é a freeform, que permite produzir lentes com superfícies curvas personalizadas. Foi apresentada ao mercado em 1998 na feira Silmo (exposição da indústria óptica mundial em Paris) pela empresa alemã



Indústria nacional tem obstáculos para acompanhar avanços mundiais, diz Ambra

Schneider. De acordo com Ambra, a tecnologia mapeia o olho da pessoa e repassa as informações ao equipamento, que cria uma lente exclu-

siva, mais confortável com vários campos de visão. “É outra realidade, mas a um custo muito elevado para o mercado nacional”, explica.

Número de pontos de venda aumentou 8% no ano passado

O mercado óptico registrou, no ano passado, a abertura de 5.885 pontos de venda, acréscimo de 8% sobre o final de 2023, totalizando 71.226 operações em todo o País. “O crescimento nas vendas, assim como a transparência e a segurança comercial nas relações entre distribuidores e varejo, atraem empreendedores e estimulam a expansão das redes existentes”, explica Ambra Nobre Sinkoc, diretora da Abióptica.

O segmento é formado por cerca de 800 empresas distribuidoras, responsáveis por abastecer os pontos de vendas. Nos últimos três anos, segundo dados da Abióptica, foram abertas 38 mil vagas somente nas óticas inauguradas no mesmo período. A entidade acompanha essa expansão dando suporte à qualificação dos profissionais por intermédio da Fundação Abióptica.

O segmento óptico, envolvendo varejo, laboratórios e indústria, tem em torno de 72 mil negócios no Brasil. A maioria, 71,2 mil, está

ligada ao varejo. Desses, 3.550 operam no Rio Grande do Sul. São ainda cerca de 500 operações industriais e 363 laboratórios. Os dados de faturamento da Abióptica referem-se somente à indústria, sem contemplar o varejo e os serviços médicos em consultórios.

Divisão do faturamento por categorias (em bilhões)

Lentes oftálmicas: R\$ 10,57
Armações: R\$ 7,49
Solares: R\$ 6,36
Óculos de segurança: R\$ 1,48
Lentes de contato: R\$ 1,11

Participação por estado

São Paulo: 34,84%
Minas Gerais: 11,75%
Rio de Janeiro: 6,03%
Bahia: 5,30%
Paraná: 5,28%
Rio Grande do Sul: 4,55%

Transformações no setor

Moda e estilo

Tendências atuais: óculos como acessório de moda essencial

Design inovador: criações exclusivas para todos os estilos

Mercado premium: crescimento do segmento de óculos de luxo

Tecnologia avançada

Lentes inteligentes: adaptação automática às condições de iluminação

Realidade aumentada: experiência de compra virtual para escolha de armações

Impressão 3D: personalização de armações sob medida

Telemedicina oftalmológica: consultas e acompanhamentos remotos

Consumo consciente

Materiais sustentáveis: armações eco-friendly de fontes renováveis

Produção ética: transparência na cadeia de fornecimento

Reciclagem: programas de coleta e reutilização de óculos usados

Impacto social: iniciativas de acesso à saúde visual para comunidades carentes

Inovações no horizonte

Nanotecnologia: lentes com propriedades antirreflexo e autolimpantes

Inteligência Artificial: diagnósticos precisos e prescrições personalizadas

Lentes de contato inteligentes: monitoramento de saúde e realidade aumentada integrados

Biometria ocular: identificação e segurança através dos olhos

Tecnologias vestíveis: óculos inteligentes e integração de funções digitais aos óculos

Inteligência Artificial na óptica

Diagnóstico: Inteligência Artificial auxiliando na detecção de problemas visuais

Personalização: recomendações personalizadas de produtos ópticos

Análise de dados: compreensão profunda do comportamento do cliente

Relacionamento: experiência do cliente

Programas personalizados: ofertas e benefícios adaptados a cada perfil

Negócios da feira deste ano são 18% maiores que as da anterior

A Expo Óptica 2025 consolidou vendas na ordem de R\$ 1,2 bilhão, alta de 18% sobre a edição anterior. “São números que superaram as expectativas”, frisa Ambra Nobre Sinkoc, diretora executiva da Abióptica e responsável pela maior feira do setor óptico da América Latina, que teve mais de 140 expositores e 450 marcas.

O evento recebeu mais de 22 mil visitantes, aumento de 14%, incluindo 423 profissionais vindos de 25 países. Dentre os visitantes, foram identificados 1.511 ópticos e optometristas e 109 oftalmologistas. “Esse é outro aspecto importante do evento: somos polo de atração para os profissionais que buscam ampliar seus conhecimentos”, frisa.

A jornada de capacitação promoveu 38 palestras e workshops que foram vistas por mais de 2.800 participantes.

Por meio do projeto Optical Business, promovido pela ApexBrasil com a Abióptica, cinco empresas estrangeiras se reuniram com 32 marcas brasileiras para rodadas de negócios, ampliando a visibilidade

do setor local. “Os compradores internacionais conheceram os produtos feitos no Brasil, assim como puderam verificar a qualidade da produção industrial”, assinala a diretora. Participaram representantes da Argentina, Chile, Colômbia, Peru e Portugal.

