

# Marcas & Negócios

## TECNÓTICA

# Meio século de cuidados ópticos

César Rebouças

Em uma época em que a maioria dos comércios fecha as portas antes de completar uma década, a Tecnótica, empresa com raízes brasilienses, não apenas sobreviveu: ela prosperou, atravessou gerações e se tornou referência no segmento óptico. Fundada por Joaquim Matos, em 1972, a ótica hoje segue firme sob a liderança do seu filho, Beto Matos, mantendo a tradição familiar.

Ao lado da irmã, Márcia, ele deu continuidade ao negócio do pai, pioneiro da capital que deixou o Ceará em 1959. Com o sonho de progredir em Brasília, Joaquim conseguiu abrir o próprio negócio. Atualmente, com quatro lojas e produtos enviados para todo o Brasil, a empresa busca promover exclusividade e estilo com propósito.

“A Tecnótica nasceu do sonho do meu pai. Ele chegou durante a construção de Brasília, em 1959, com o desejo de empreender. Começou no Núcleo Bandeirante com uma modesta loja vendendo joias, relógios e óculos. Observando o crescimento de Brasília percebeu uma carência no setor varejo ótico e decidiu fincar suas bases somente nesse segmento”, informa Beto Matos, sócio-proprietário da Tecnótica.

Beto ressalta que as mais de cinco décadas de atuação são significativas. Dentro desses 53 anos no mercado, o empresário está presente no dia a dia do negócio há mais de 35 anos. Acompanhando os diferentes momentos da Tecnótica, o sócio-proprietário comenta as diversas transformações que esteve presente em conjunto com a sua família.

“No início era tudo muito manual, venda no corpo a corpo. Era



Márcia e Beto Matos, sócios-proprietários da Tecnótica

tudo anotado no caderno, os pedidos, os valores. O meu pai e a minha mãe ficavam no balcão com os clientes. Era um relacionamento muito próximo, nascia ali muitas vezes uma amizade longa a partir do atendimento”, conta.

Desde cedo, essa proximidade com a loja rendeu frutos positivos. Beto conta que, graças a esse acompanhamento, conseguiu colher os ensinamentos do seu pai. “Precisamos ficar de olho na evolução do mercado”, exemplifica. Isto é, sempre pesquisar tendên-

cias e novos fornecedores. “Outro ensinamento é que a tecnologia facilita o administrativo do negócio, mas o relacionamento humano ainda é fundamental no comércio”, complementa.

Beto recorda que, aos 13 anos, ele iniciou os trabalhos com seu pai de uma forma forçada. Após uma briga boba com a sua irmã, ambos crianças, o pai, Joaquim, informou que o filho faria as tarefas escolares na loja para evitar esse cenário novamente. “Naquela época nós tínhamos um labo-

ratório onde eram fabricadas as nossas lentes. Eu fiquei fascinado com aquelas máquinas e me encantei com o negócio. Era ali que eu queria estar”, recorda.

### Inovações e tecnologias

O sócio-proprietário da Tecnótica explica que empreender no ramo óptico é muito mais do que abrir uma loja: trata-se, na verdade, de assumir a responsabilidade de cuidar da visão das pessoas. Para manter a qualidade no ser-

viço oferecido, Beto explica que a empresa investe em inovações para as lojas. Ao longo dos anos, várias tecnologias foram incorporadas tanto nas armações como nas lentes.

“As armações são confeccionadas com os resistentes titânio e aço cirúrgico, as lentes têm muita tecnologia para serem cada vez mais leves e antirreflexos. Lentes que se adaptam aos clientes e não o contrário como antigamente, quando as pessoas tinham dificuldade de adaptação das lentes multifocais. Hoje, com os equipamentos de medição digital, nós conseguimos personalizar as lentes para cada cliente. Usando essas tecnologias, nossos clientes têm uma adaptação imediata. Quando a pessoa coloca óculos multifocais, ela sai enxergando perfeitamente, como uma lente de divisão simples”, comenta.

### Vendas solidárias

Com o objetivo de atuar de forma mais próxima da sociedade, a Tecnótica tem investido também em uma atuação voltada à responsabilidade social junto a oftalmologistas e instituições. Para isso, as lojas da rede recebem doações de óculos e, ainda, incentivam a venda solidária.

“Os modelos da marca própria da Tecnótica, como a Casa T, reforçam o nosso posicionamento em promover exclusividade e estilo com propósito. A cada peça vendida é doado um par completo de óculos (armação e lentes) e uma consulta oftalmológica para crianças assistidas pelo projeto Anjos do Amanhã, voltado ao atendimento de famílias em situação de vulnerabilidade”, contextualiza.

### Três perguntas para

**BETO MATOS,**  
sócio-proprietário da Tecnótica

#### Existe alguma história marcante de cliente que foi vivida pela Tecnótica?

São muitas as histórias e momentos especiais que contam com o engajamento dos nossos clientes e parceiros no nosso projeto social. Em uma campanha realizada com o Rotary Club de Brasília, uma senhora foi diagnosticada com presbiopia severa após a consulta com um dos nossos oftalmologistas parceiros. Vê-la enxergar novamente após a consulta e o par de óculos doados é realmente gratificante. É uma nova vida.

#### O que mantém a paixão viva nesse ramo?

Ser feliz no que escolhemos é fundamental. A Tecnótica nos proporciona um constante aprendizado, a olhar para o futuro e ter a nossa empresa caminhando com ele. Nossos projetos sociais também são fundamentais no nosso negócio. O que mantém a paixão viva pelo ramo de ótica é, acima de tudo, a combinação entre propósito e transformação. É saber que, a cada atendimento, você está impactando a vida de alguém de forma concreta — devolvendo a nitidez do mundo, realçando a beleza do olhar e oferecendo mais autonomia e autoestima para as pessoas.

#### Como o mercado óptico evoluiu desde que a empresa começou?

No início da Tecnótica, nos primeiros anos da década de 1970, os óculos eram vistos apenas como um objeto para melhorar a visão das pessoas. Com o passar dos anos eles deixaram de ser apenas um aparelho corretivo para se tornar também um acessório fashion que complementa o visual. Os óculos da categoria solar são a prova da importância que eles ganharam ao serem assinados por grandes marcas internacionais, que ditam tendências.

ESCOLHA A

ESCOLA DO SEU FILHO 2025

As salas de aula estão mais tecnológicas, colaborativas e centradas no aluno. Um novo modelo de ensino surge — mais inclusivo, flexível e preparado para o futuro.

Ciente dessa realidade, o Correio Braziliense apresenta a nova edição do projeto Escolha a Escola do Seu Filho: uma oportunidade exclusiva para escolas que acreditam no poder da educação como chave da transformação.



Faça parte dessa iniciativa:  
Entre em contato com a equipe comercial!

Patrocínio

ONE SCHOOL

Escola montessori

COLÉGIO MARISTA JOÃO PAULO II

LEONARDO DAVINCI

SESI

Apoio

Apoio de Comunicação

Clube 100,5 FM

cb.dooh MÍDIA DIGITAL

TV BRASILIA

Realização

CORREIO BRAZILIENSE

CB Brands ESTÚDIO DE CONTEÚDO

