

A Ótica Independente está a ser sufocada e ninguém fala disso

written by Miguel Gonçalves | 21 de Abril, 2026

OCIDADÃO
Journalism Livre

OPINIÃO
Miguel Gonçalves



Há negócios que não falham por falta de trabalho. Falham por confiarem nas pessoas erradas.

A ótica independente sempre foi um dos pilares mais humanos deste setor. É onde existe proximidade. Onde existe relação. Onde existe tempo para perceber quem está do outro lado.

Mas, nos últimos anos, algo mudou.

E não foi de forma ruidosa. Foi silenciosa. Progressiva. Quase invisível.

Hoje, muitas óticas independentes não estão a falhar por falta de competência. Nem por falta de dedicação. Nem por falta de visão.

Estão a ser sufocadas por um modelo que nunca foi pensado para elas.

Um modelo onde se fala de parceria, mas se pratica pressão. Onde se fala de apoio, mas se entrega ausência. Onde se fala de crescimento, mas se empurra volume.

Durante anos, criou-se uma narrativa confortável: a ideia de que este é um setor de margens altas, de crescimento natural, de oportunidades constantes.

E muitos acreditaram.

Abriram portas. Investiram. Arriscaram.

Mas a realidade revelou-se diferente.

Prateleiras cheias não significam negócios saudáveis. Stock acumulado não significa estratégia. E presença comercial não é sinónimo de parceria.

Quando o negócio começa a sufocar, descobre-se rapidamente quem era parceiro... e quem era apenas vendedor.

E quando a dificuldade aparece, e aparece sempre, muitos ficam sozinhos. Sem acompanhamento. Sem orientação. Sem alguém que realmente compreenda o seu posicionamento.

E este talvez seja o ponto mais crítico: muitas dessas decisões foram tomadas com base em aconselhamento externo.

Aconselhamento que, em muitos casos, desaparece quando deixa de ser conveniente.

Não se trata de culpar. Trata-se de reconhecer um padrão.

E de assumir que este modelo precisa de evoluir.

A ótica independente não precisa de mais produto. Precisa de mais critério.

Não precisa de mais marcas. Precisa de melhores escolhas.

Não precisa de mais pressão. Precisa de mais clareza.

Existe um caminho diferente.

Um caminho baseado em curadoria. Em relações reais. Em marcas com identidade e propósito. Em decisões conscientes e alinhadas com o público de cada espaço.

Um caminho onde menos pode, de facto, ser mais. E onde vender melhor é mais importante do que vender mais.

Talvez o futuro da ótica independente não esteja em competir com os grandes. Mas em afirmar aquilo que os grandes nunca conseguirão ser:

Próxima. Curada. Humana. Autêntica.

Talvez o problema nunca tenha sido o mercado. Talvez tenha sido a forma como nos ensinaram a jogar o jogo.

E talvez esteja na altura de o mudar.