

Luís Justino

“Ao fim de 30 anos, somos felizes, motivados e irrequietos”

Ao longo dos últimos 30 anos, a Prooptica cresceu, reinventou-se e diferenciou-se. Hoje, apresenta-se como uma empresa sólida, bem estruturada no mercado ótico ibérico e que procura “trabalhar ao lado dos clientes e proporcionar-lhes produtos e serviços que permitam crescer e enaltecer o seu potencial”. Falámos com Luís Justino, o rosto do projeto que ganhou o galardão PME Líder em 2022 e que encara o futuro “com o mesmo esforço e envolvimento”, prometendo continuar a evoluir e superar desafios.

Como surgiu a Prooptica?

A Prooptica nasceu em junho de 1993 com quatro sócios, dois pais e dois filhos, que encontraram neste setor uma oportunidade, um enorme acolhimento e uma grande inspiração para construir uma empresa que vai muito para além de um projeto

comercial, é um projeto de vida, dedicado a todos os que interagem com a nossa organização.

A Prooptica comemora este ano o seu 30º aniversário. Que balanço faz desses 30 anos?

Ao fim de 30 anos, a Prooptica é uma empresa sólida, sustentável e bem estruturada no mercado ótico ibérico. É uma empresa flexível que se adapta rapidamente às mudanças de contexto e desafios contantes do mercado. O nosso objetivo é, e sempre será, trabalhar ao lado dos nossos clientes e proporcionar-lhes produtos e serviços que permitam crescer e enaltecer o seu potencial. Para tal, contamos com uma equipa excepcional, talentosa, esforçada, focada e muito dedicada à sustentabilidade do projeto, que luta ao lado dos seus clientes todos os dias. A Prooptica rege-se por vínculos relacionais fortes. Palavras como esforço, proximidade

e envolvimento fazem parte dos nossos valores e definem a nossa postura no mercado e junto de quem nos acompanha. A relação é muito mais relevante que a transação. Sempre preocupada em aprender e inovar, a Prooptica atua hoje em quatro áreas de negócio que se complementam e nos permitem promover e integração junto dos nossos clientes como “Full Eyewear Concept”. Ao fim de 30 anos, somos felizes, motivados e irrequietos.

O que representa o marco dos 30 anos? Que momentos recordam da vossa história?

30 anos de história representam um longo caminho de vivências, desafios e conquistas. Foram 30 anos de aprendizagem, mudanças, adaptações, erros e sucessos. No início vencemos as dificuldades típicas de uma start-up e contrariamos as estatísticas que anunciam que 90% das empresas

“Acreditamos que 2023 vai ser muito especial e os próximos 30 anos também!”

desaparecem antes dos cinco primeiros anos de vida. Ultrapassámos momentos que tiveram tanto de caóticos como de inspiradores, tais como as várias crises económicas que todos conhecemos e a pandemia, que ainda está tão presente nas nossas mentes. Em cada momento de crise percebemos novos caminhos e encontramos novas oportunidades. Inovamos no design português e apostamos em marcas e personalidades relevantes para divulgação da cultura e da moda portuguesa no mundo. Internacionalizámos os nossos negócios e



aprendemos a adaptar a nossa estratégia de marketing a diferentes países.

Integramos quatro unidades de negócio com um modelo inovador nos países onde atuamos.

Humanizámos a empresa, tornando-nos genuinamente mais solidários, através do apoio a organizações sociais, melhorando assim o dia-a-dia de tantas pessoas.

Este caminho foi sempre percorrido com humildade e respeito pela nossa equipa, clientes e parceiros.

O que vos distingue no setor?

A diferenciação da Prooptica está na sua visão e valores, na forma de acompanhar os seus clientes e na oferta de um modelo de negócio inovador que integra quatro áreas de negócio complementares. A Prooptica tem muito presente no seu dia-a-dia os valores pelos quais se rege. Palavras como integração, inovação, experiência, credibilidade, esforço e envolvimento são muito importantes para nós e definem a nossa postura. São estes valores que nos permitem ter uma relação de elevada confiança e proximidade com os nossos clientes e parceiros. Acreditamos que uma das chaves do sucesso da nossa empresa é, de facto, a oferta de um modelo inovador que integra

quatro áreas de negócio: óculos, lentes, acessórios e arquitetura. Explicando de uma forma resumida, a área de óculos é composta pela oferta de armações e óculos de sol de conceituadas marcas internacionais e nacionais. Na área de lentes, representamos três grandes marcas, Kodak, Nikon e Solution Lens, e ainda integramos soluções de serviço ao cliente (encomendas online, biselagem remota, montagem de óculos). A área de acessórios de oficina, complementos de consumo e IT visa melhorar a experiência do consumidor em loja e garantir uma oferta de soluções diferenciadoras e de valor acrescentado. A área de design e arquitetura é especializada em remodelação de interiores de óticas, projetos de construção, decoração de loja e soluções de mobiliário. Deste modo, as quatro áreas complementam-se e permitem-nos promover a integração junto dos nossos parceiros como "Full Eyewear Concept". É nosso compromisso ajudar na concretização da visão de negócio dos nossos clientes e futuros clientes, oferecendo propostas de valor acrescentado.

Como é constituída a equipa atualmente?

Cada área de negócio dentro da Prooptica conta com uma equipa muito dedicada e é gerida por pessoas muito talentosas e

focadas. Esta equipa é a chave do reconhecimento da nossa empresa no mercado. Temos quatro diretores de produto, uma diretora financeira, duas responsáveis de marketing e uma responsável logística, acompanhadas por uma equipa que totaliza mais de 40 pessoas entre Portugal e Espanha. Nesta empresa a igualdade de género é um tema que levamos muito a sério e, por isso, as mulheres ocupam de uma forma muito competente muitos dos cargos de gestão desta empresa.

Já foram considerados várias vezes PME Líder e PME Excelência e foram novamente reconhecidos com o estatuto PME Líder em 2022. O que representam esses reconhecimentos?

A atribuição desta certificação representa, mais uma vez, o reconhecimento do nosso esforço e dedicação ao longo destes 30 anos. Temos conseguido um crescimento estratégico sustentado, baseado na qualidade e diferenciação dos nossos serviços, bem como na capacidade de adaptação às necessidades e desafios do mercado. É um motivo de orgulho, mas também um



sentido de responsabilidade de continuarmos a melhorar cada vez mais, sempre construindo relações de respeito, confiança e proximidade.

Em relação ao futuro, quais são os planos? Pode desvendar um pouco do que será o ano de 2023?

Vamos encarar o futuro com o mesmo esforço e envolvimento que demonstrámos até agora, continuar a evoluir e superar desafios. Estamos de "olhos postos no futuro", vamos continuar a trabalhar arduamente para o crescimento sustentável da Prooptica.

O ano de 2023 já começou para nós com grandes mudanças. Já mudámos para novas e melhores instalações, que nos proporcionam as condições que necessitamos para continuar a crescer. Já lançámos um novo site e loja online que melhoram a estratégia omichannel da empresa e melhoram a experiência de quem utiliza os nossos canais digitais. Vamos também lançar uma nova marca, Juan Duyos, que permitirá crescer no mercado ibérico. Estas são apenas algumas das novidades que podemos esperar este ano.

Vamos continuar a construir história, a nossa história! Acreditamos que 2023 vai ser muito especial e os próximos 30 anos também!

Que mensagem gostariam de deixar a todos os colaboradores, clientes e parceiros?

Queremos agradecer a todos os clientes sem exceção que nos acompanharam ao longo destes 30 anos. É a eles que dedicamos a nossa história e é para eles que trabalhamos todos os dias. À nossa equipa talentosa, agradecemos o empenho, a motivação e o envolvimento num projeto que também é deles. Hoje temos a melhor equipa de sempre e é com eles que contamos para crescer com sustentabilidade e integridade nos próximos anos.