



# LUIS JUSTINO

Director general de Prooptica

Tras casi un cuarto de siglo de experiencia en el sector óptico portugués, la empresa Prooptica Iberia llega a España de la mano de su director general, Luis Justino, quien nos habla en esta entrevista de las razones que le han impulsado a establecerse en España.

**- Tras una experiencia de 24 años en el sector óptico, Luis Justino da el salto de Portugal a España con Prooptica Iberia. ¿Con qué intención y qué viene a aportar?**

- Nuestra primera intención pasa siempre por el crecimiento y la sostenibilidad de nuestros clientes y de Prooptica como Grupo. Con 24 años de existencia en el mercado portugués y con una larga historia de presencia a nivel internacional, puedo asegurar que Prooptica es una empresa con un know how fuerte y un equipo eficiente, con mucha capacidad para dedicarse a nuevos desafíos y tener éxito en el mercado español. ¿Con que contribuimos? Somos una empresa asociada que busca siempre la solución más ventajosa para su cliente, ofrecemos un portafolio diversificado y un servicio especializado en tres áreas de negocio: Gafas, accesorios y diseño+arquitectura, además de marcas relevantes como es el caso de Vespa, Jaguar o Davidoff.

**- ¿Por qué ha elegido instalarse ahora en un mercado tan amplio, competitivo y difícil como el español? ¿Es una forma de diversificar riesgos o una respuesta ante estos tiempos aún difíciles, por no decir de crisis?**

- Como dije anteriormente, es el camino que nos parece más acertado para crecer de forma saludable y sostenible. Este ha sido el lema de Prooptica en los últimos años y se ha demostrado como una excelente estrategia. España es un mercado que ya conocemos desde hace más de 4 años y que en cierta forma nos es familiar. Geográficamente es conveniente por la proximidad que podemos mantener y culturalmente tiene muchas semejanzas con Portugal.



Jaguar Eyewear y Vespa son dos de las marcas de monturas y gafas de sol que distribuye Prooptica Iberia.

**- ¿Con qué productos llega nuestro país y qué cualidades destacaría de ellos?**

- Prooptica transporta su modelo de negocio, la credibilidad de una empresa comprometida, de confianza y disponible para ayudar a sus clientes. Prooptica ofrece un servicio de óptica integrado en el mercado! Esto significa que más que un distribuidor de gafas, accesorios y mobiliario de óptica, Prooptica busca ofrecer una solución especializada y ajustada a las necesidades de sus clientes. Destacamos tres razones para que el óptico español nos escoja: somos el único operador del sector óptico que ofrece 3 servicios desde la misma empresa: gafas, interiorismo y accesorios de maquinaria y taller; garantizamos un servicio de calidad y nos comprometemos a ayudarle a materializar su visión de negocio, ofreciéndole propuestas de valor añadido, y somos un partner fiable y eficaz que ofrece una amplia gama de productos y servicios especializados con una visión global e integral de negocio.

**- ¿La distribución la efectuará desde Portugal o desde España?**

- En un mundo global, la distribución puede ser hecha desde cualquier parte del mundo. En este caso tendremos un stock preparado para los países donde actuamos en Lisboa y Madrid, dando prioridad siempre el control de calidad del servicio, de las operaciones y el rigor en el proceso logístico. La competencia y dedicación del equipo en España y Portugal garantizan un servicio y una atención al cliente de elevada calidad.



**- ¿Cuenta con el equipo humano suficiente y la infraestructura necesaria para cubrir todo el territorio nacional?**

- El equipo humano es para nosotros una prioridad. Prooptica cuenta con un equipo cualificado, profesional, disponible y comprometido. En este momento Iberia cuenta con un equipo con cerca de 30 colaboradores, entre ellos tres gestores de clientes en España que diariamente están en contacto con los clientes y nos ayudan a encontrar nuevas oportunidades.

**- ¿Qué cualidades destacaría del servicio de Prooptica? ¿Será tan rápido y eficiente como marcan los tiempos y las demandas?**

- ¡Es esa nuestra propuesta y es en ese sentido hacia donde vamos a dirigir nuestros esfuerzos! Seremos eficaces y por ende comprometidos con los plazos y seremos eficientes porque queremos hacer las cosas bien, sobre todo apoyando a nuestro cliente con ideas, colaboración e innovación. Integramos un equipo proactivo, dinámico, que se esfuerza por marcar la diferencia día a día y que actúa como embajador de Prooptica con los valores de la empresa. Nos consideramos un partner competitivo y de valor añadido para el cliente, por eso damos este paso en España que tal como mencioné antes, no es nuevo para nosotros. Conocemos este mercado desde hace más de cuatro años.

**- ¿Cómo ve el sector óptico español y qué diferencias hay respecto al portugués?**

- El mercado español es muy parecido al mercado portugués, a nivel macro es un mercado a salir lentamente de una crisis económica que asolo Iberia de una forma dramática, es políticamente estable, pero con muchas dificultades para negociar con sus socios europeos medidas progresistas que permitan que la economía despegue más rápidamente. El consumidor es cada vez más sensible al precio y más poderoso. Le gusta ser oído y envuelto en las estrategias de las empresas. Esta más atento e interesado en cada compra que hace, busca información de una forma activa.

Los distribuidores están muy concentrados en un sector que es altamente competitivo, con márgenes de comercialización a la baja y donde nuestros ópticos luchan cada día para retener los consumidores con ofertas competitivas y que los distinguen de los demás. Técnicamente el óptico español está muy avanzado, sabe de su profesión, e invierte en su propia formación.

**- ¿Cuál es su opinión respecto a la polémica surgida a primeros de año en torno a la nueva interpretación del IVA al 21% para monturas de gafas por parte de la Agencia Tributaria cuando desde hace años era al 10%?**

- Prooptica cumplirá siempre las leyes de los países donde actúa y respetará siempre las interpretaciones de las autoridades de cada país.



**- ¿Prevé cambios importantes en el sector a corto y medio plazo?**

- Algunos cambios ya están teniendo lugar en los mercados, ya sea en la demanda o en la oferta. Destaco tres relevantes:

El consumidor busca la misma experiencia de compra en los diferentes canales donde se relaciona con el óptico. Los ópticos necesitan de comenzar a preocuparse con estrategias omnichannel que permitirán al consumidor obtener experiencias muy positivas y encontrar las soluciones para lo que necesita en cualquier canal (tienda, Instagram, pagina web, tienda on line) y 24/7, o sea, en cualquier momento, en cualquier canal y a cualquier hora.

Los intervinientes del sector necesitan de aumentar el valor percibido de su oferta para que puedan volver a aumentar la media de sus ventas y sobre todo cambiar la percepción de los consumidores de que hay productos y servicios diferenciados que merecen este valor añadido. Nuestro especialista óptico necesita crear un valor añadido más allá del precio, a través de una relación de proximidad, un argumento de venta consistente y sobre todo una reflexión importante sobre el protocolo de ventas y su propuesta de valor en cada etapa de la venta. Tener una propuesta de valor clara, simple y transparente, que por encima de todo llegue al corazón del consumidor, es fundamental. ¡Pero nuestro consumidor necesita entender el porqué! Al precio del producto tendremos que añadir funcionalidades y a la funcionalidad tendremos que añadir la experiencia que vamos proporcionar a nuestro consumidor.

La búsqueda de la innovación será constante, de procesos, de productos, de desenvolvimiento de las personas.

**- ¿Cómo quiere darse a conocer en España y qué mensaje le gustaría transmitir a los profesionales ópticos y usuarios de sus productos?**

- Prooptica Iberia es una empresa joven, dinámica, atenta, con actitud positiva y flexible al cambio. Queremos aportar innovación y gestión estratégica e integrada en el sector óptico con tres unidades de negocio: gafas, accesorios e interiorismo. Con una oferta competitiva, de elevada calidad y notoriedad. Estamos enfocados en la relación personal y de proximidad.

**- ¿Cuáles son los próximos retos, objetivos y metas de la compañía?**

El gran desafío para Prooptica Iberia en los primeros años es ser entendida por los ópticos en España, como una empresa seria, creíble y muy comprometida. Queremos crecer con nuestros clientes de forma constante en ventas y rentabilidad con la mejor calidad de servicio. Queremos crear valor a través de una gestión estratégica y sostenible, aportando innovación y servicios para ayudar al óptico a diferenciarse en un mercado altamente competitivo. Los resultados surgirán a lo largo del tiempo, como fiel reflejo de un trabajo serio y sostenible.