



Luís Justino

**“A Prooptica atua de
olhos postos no futuro”**

Numa altura em que a Prooptica comemora 28 anos de existência Luís Justino, administrador da empresa, desvenda em entrevista os segredos do sucesso, as dificuldades vividas e as oportunidades que a pandemia de Covid-19 trouxeram. Para o futuro, o administrador imagina uma empresa fascinada pela internacionalização e pelo desenvolvimento sustentado, com o mesmo objetivo de sempre: garantir a satisfação plena de todos os parceiros.

Celebram este ano 28 anos de existência. Ao fim de 28 anos, que balanço faz da empresa e como a analisa atualmente?

A Prooptica é uma empresa muito sólida e sustentável no mercado ótico Ibérico, que se reinventa a cada dia e se adapta rapidamente às mudanças de contexto, sempre com a mesma preocupação, enaltecer o potencial dos clientes. É uma empresa que coloca as pessoas no topo das suas prioridades, que inova rápido, criando produtos, serviços, processos e modelos de negócio que originam oportunidades de crescimento para os seus parceiros de negócio. É fiel aos seus princípios, e mantém a sua reputação ao longo dos anos de atividade. É uma empresa com inteligência emocional, criatividade, capacidade de adaptação, resiliência, que sabe lidar com as adversidades sem tentar encontrar culpados. Que aceita, confia e é grata e leal.

Além disso celebram também 20 anos de moda e design português. Que significado têm estas datas para a empresa?

Há 20 anos que apostamos em marcas e personalidades relevantes para divulgação da cultura e da moda portuguesa no mundo. É um pilar importante da internacionalização da Prooptica e um elemento de diferenciação fundamental na nossa estratégia. 20 anos de moda e design português, representam uma longa caminhada com muitas aprendizagens, mudanças, adaptações, erros e sucessos que espelham a perseverança e o senso de observação da Prooptica. Uma caminhada feita

com humildade e respeito pelo compromisso com os nossos parceiros e, sobretudo, mantendo elevados níveis de confiança nas relações que estabelecemos.

Qual é a história da Prooptica?

A Prooptica representa 28 anos de histórias e vivências que contribuíram para o que somos hoje e para a posição competitiva conquistada ao longo destes anos. Nos anos 90, vencemos as dificuldades típicas de uma start-up e contrariamos as estatísticas que anunciam que 90% das empresas desaparecem antes dos cinco primeiros anos de vida. Trabalhamos muito, sempre com garra e determinação! Ultrapassamos momentos que tiveram tanto de caóticos como de inspiradores. Em cada momento de crise percebemos novos caminhos e encontramos novas oportunidades para estruturar e organizar a nossa empresa.

Inovamos no design português e apostamos em marcas e personalidades relevantes para divulgação da cultura e da moda portuguesa no mundo, utilizando essa estratégia para nos posicionar no mercado e construir uma verdadeira alternativa aos grandes grupos económicos do nosso setor. Integramos quatro unidades de negócio com um modelo de inovador nos países onde atuamos. Internacionalizamos os nossos negócios e aprendemos a adaptar a nossa estratégia de marketing a cada país onde atuamos. Fomos pioneiros e ousados ao abrir filiais em Marrocos e Espanha e fomos corajosos em penetrar na Grécia, Suíça, Angola, Cabo Verde e Moçambique



como verdadeiros parceiros de empresas, que tão bem nos acolheram e confiaram nas nossas capacidades. Em cada mercado onde atuamos deixamos uma imagem de Portugal e dos portugueses de que nos podemos orgulhar (...). Humanizamos a empresa, tornando-nos genuinamente mais solidários. Reconhecemos a cada dia que sem os nossos colaboradores nunca chegaríamos aos 28 anos com a sustentabilidade que temos hoje.

Qual é a missão e os principais valores da empresa?

A nossa missão centra-se na implementação do nosso conceito de “full eyewear concept” de forma integrada e sustentada, criando valor nos nossos stakeholders, apostando na inovação constante e fomentando a construção de relações de parceria e confiança. Através da proximidade, resiliência, foco nas relações e crescimento

sustentável a Prooptica atua de “olhos postos no futuro”, como sempre fez.

Com a pandemia de Covid-19, deixaram coisas por fazer?

Com a pandemia fizemos mais, muito mais. Não deixamos nada por fazer. Preservamos a saúde dos nossos colaboradores e clientes. Colocamos as pessoas no topo das nossas prioridades, acima do volume de negócios ou da rentabilidade. Lideramos mais e melhor com o lema de orientar em vez de mandar, apoiar em vez de fiscalizar, incentivar em vez de ameaçar, controlar resultados em vez de tarefas. Aceleramos muitos anos na digitalização do nosso negócio.

O que vos falta fazer?

Ajudar com mais afinco a criar uma sociedade civil vibrante, exigente e construtora do país que almejamos ser. <

Luís Justino, administrador da Prooptica desde agosto de 2014 e da Prooptica Iberia desde 2016, entrou na empresa em 1993 como Diretor Geral - Partner. Como Professor Universitário, é Diretor do Mestrado Executivo de Direção Comercial no ISCTE há 10 anos, nas especialidades de Sales Management e Key Account Management. É igualmente Assistente Convidado nas áreas de Direção Comercial, Gestão de Marketing, Gestão da Força de Vendas, Animação de Equipas Comerciais e Projeto. Além da Licenciatura em Management no ISCTE, concluída em 1984, tem o MBA na mesma área e Master em Marketing.