

# Look VISION

Nº 207 · SEPTIEMBRE-OCTUBRE/SEPTEMBER-OCTOBER 2022



# WOOW



[wooveyewear.com](http://wooveyewear.com) / 944 211 776 / [info.es@designeyeweargroup.com](mailto:info.es@designeyeweargroup.com)



## Luis Justino

### Director General de Prooptica

“Prooptica tiene en la Península Ibérica un posicionamiento único e innovador. Para nosotros el mercado español representa, además de todo el potencial comercial derivado de su tamaño, proximidad territorial y cultural. Nuestro compromiso es seguir ofreciendo productos y servicios diferenciados y adaptados a este mercado dinámico y competitivo y ayudar a nuestros socios a crecer con seguridad”.

Casi 30 años de trayectoria en el sector óptico avalan a la empresa Prooptica Iberia. Nacida en Portugal, mercado donde goza de un reconocido prestigio, e implantada en España hace casi dos lustros, cuenta con un amplio historial de presencia a nivel internacional y un crecimiento sostenible en el tiempo gracias a un know how fuerte, un portafolio de productos y marcas diversificado, un equipo eficiente y una perfecta atención al cliente. Para hablarnos de todo ello entrevistamos a Luis Justino, director general y alma mater de la empresa.

#### *¿Qué representa Prooptica Iberia en el sector óptico portugués y español y qué diferencias hay entre ambos mercados?*

Con casi 30 años de existencia, Prooptica se presenta como una empresa sólida y de referencia en el mercado óptico Ibérico, que busca las mejores soluciones integrales para sus clientes. Actualmente destaca por ser la única compañía en ofrecer un modelo de negocio totalmente integrado en 4 áreas estratégicas. También es la mayor empresa portuguesa de distribución de gafas, con capital íntegramente portugués y comprometida, con reputación internacional y premiada desde 2011 como PYME líder y de excelencia.

Para Prooptica Iberia el mercado español tiene enormes ventajas competitivas, como la proximidad geográfica y cultural, el tamaño, la legislación y la existencia de prácticas comerciales similares. Además de las ventajas mencionadas, se puede destacar el conocimiento mutuo de los mercados y la similitud de los niveles de desarrollo, que permiten una mayor adaptación portuguesa a la realidad de España y viceversa.

#### *¿Cuál es el portafolio de productos que ofrece Prooptica Iberia en sus diferentes áreas de negocio?*

Prooptica se presenta en el mercado ibérico con un posicionamiento único e innovador. Desde hace varios años, hemos entendido las necesidades globales del mercado óptico y por eso presentamos un modelo de negocio totalmente integrado en 4 áreas estratégicas complementarias: Gafas, Lentes, Accesorios y Arquitectura. Garantizamos una cartera amplia, bien segmentada y adaptada a las necesidades de un mercado que es muy dinámico. Nuestro portafolio de productos incluye monturas, gafas de sol y lentes de reconocidas marcas portuguesas e internacionales. También ofrecemos una cartera completa de accesorios de taller y comercio, además de servicios de arquitectura y diseño para ópticas, que incluye todo el desarrollo del proyecto hasta la ejecución de la obra, incluyendo una amplia gama de soluciones de mobiliario de nuestro propio catálogo.

#### *Centrándonos en la distribución de monturas y gafas de sol ¿Qué marcas ofrece y qué cualidades adornan a cada una?*

Nuestro portafolio de monturas y gafas de sol presenta reconocidas marcas portuguesas e internacionales que destacan por su innovación, elegancia y calidad de materiales; estamos segmentados en 3 categorías de producto: Trendy, Essential y Specialist.

En el segmento Trendy presentamos las marcas Amália y Danell eyewear, dos colecciones muy actuales. La marca Amália, lanzada en 2020 en conmemoración del centenario del nacimiento de la eterna diva del fado portugués, Amália Rodrigues, una colección con un estilo muy elegante, con trazos muy audaces y elementos modernos y sofisticados que personifican una mujer independiente, elegante, seductora y atenta a las tendencias de la moda. En la colección hay rastros de inspiración en los fados de Amália, sin olvidar los detalles florales de las caléndulas, la flor favorita de la Diva del Fado, traídas a la actualidad. La otra marca Trendy es Danell Eyewear, una colección para caballero, diseñada pensando en el hombre clásico y conservador, fiel a su propio estilo, que huye de las modas de masas, pero no prescinde de la calidad y el diseño. Todo el concepto de la marca, desde el diseño hasta el empaque extremadamente funcional, inspira confianza y durabilidad. Acetatos hechos a mano y materiales nobles de gran calidad como el titanio o el acero inoxidable 316l caracterizan las marcas de este segmento.

El segmento Essentials representamos 4 reconocidas marcas en el sector textil portugués como Dielmar, Lanidor, Quebramar y Throttleman eyewear que en común tienen la característica de presentar un diseño actual y atemporal producidos con acetatos y metales de reconocida calidad. Se diferencian entre sí por corresponder a distintos segmentos y públicos: la línea Dielmar para el hombre más clásico, Lanidor para la mujer contemporánea que no prescinde de un toque de moda, Quebramar presenta una colección unisex con un diseño más deportivo y Throttleman un diseño casual para un público más joven y casual. Todas las colecciones ofrecen diseño y moda a precios muy atractivos.

En el segmento Specialist distribuimos la reconocida marca deportiva Progear Eyeguard, que ofrece una amplia gama de gafas muy seguras y cómodas que cumplen con las normas de seguridad ASTM F803-3 y EN166. Con un diseño ergonómico y una montura robusta, las monturas ProGear Eyeguard son adecuadas para cualquier deporte de raqueta y esenciales para su uso en diversos deportes de pelota, como el fútbol o el baloncesto. La ambición de la marca es que todas las personas, independientemente de su edad, puedan practicar todo tipo de deportes de forma segura.

*En el capítulo de distribución, atención y servicio al óptico ¿Cuáles son sus principales valores? ¿Con qué equipo humano cuenta en nuestro país? ¿Cubre todo el territorio nacional?*

Nuestra red comercial cubre actualmente todo el territorio; contamos con un equipo comercial con varios años de experiencia, que conoce muy bien el mercado y las necesidades de sus clientes. Disponemos de un contact center dedicado al mercado español que se ocupa diariamente del seguimiento de pedidos, repuestos o garantías y una capacidad logística para enviar mercancías entre 24/48h. Además del equipo comercial y customer service, invertimos en la transformación digital de la compañía en el mercado español y ofrecemos a nuestros clientes acceso a una tienda online donde pueden realizar todos sus pedidos y garantías y consultar los catálogos de nuestras marcas de una forma más segmentada, sencilla y de manera muy intuitiva.

*¿Qué balance puede hacer de estos años de presencia en España después de dar el salto desde Portugal y, en su opinión, cuál es la situación actual del sector en estos tiempos de pandemia covid-19?*

Prooptica, como la mayoría de las empresas del sector, tuvo que adaptarse a los rápidos cambios del mercado. Hoy podemos decir que lo hacemos con éxito en Portugal y España. El crecimiento de las ventas en los últimos años refleja el rigor de nuestra gestión y la confianza de nuestros clientes. La pandemia ha intensificado aún más los cambios en el comportamiento de los clientes. Iberia vive una paradoja de digitalización y personalización. En nuestro sector el público ibérico está buscando experiencias digitales más rápidas. Al mismo tiempo, tiene el deseo de sentirse atendido y apreciar cuando las marcas se comunican de manera clara y directa, cara a cara.

En el mundo, el nuevo consumidor se siente más vulnerable y menos seguro, con más aprecio por la familia, las amistades y la salud. Además, quiere experiencias sin contacto y es cuidadoso y selectivo en la toma de decisiones, dando preferencia a las marcas en las que confía. Finalmente, el cliente también es más exigente con las finanzas y el foco de las compras se ha desplazado de los gastos esenciales.

*¿Con qué novedades nos sorprenderá Prooptica en este final de año 2022 y en 2023?*

Este último trimestre de 2022 y el año 2023 traerá grandes novedades, que tuvimos la oportunidad de presentar de primera mano durante ExpoÓptica en Madrid. Como gran señal de inversión en un mercado con el potencial de España, Prooptica lanzará la colección de gafas Duyos. Juan Duyos es un diseñador galardonado en varias ocasiones como Mejor Colección en la MBFWM. La colección de gafas contará con la creatividad del estilista en una línea cuya principal característica es el uso de materiales sostenibles y se inspira en las explosiones de colores y estampados que suele utilizar en sus creaciones.

*En cuanto a las novedades de Prooptica ¿qué aspectos destacaría en fabricación, diseños, materiales y colores?*

Prooptica cuenta con un equipo de gestión y desarrollo de producto muy competente que está atento a las tendencias del mercado. Trabajamos con diseñadores e ingenieros de producto dedicados exclusivamente a nuestras marcas que garantizan una cartera de productos que responde a las necesidades y tendencias de la demanda de los consumidores finales y que consecuentemente procuran satisfacer la necesidad de competitividad de nuestros clientes ópticos. Estos profesionales producen más de 2.000 diseños de producto y más de 1.200 muestras cada año con la seguridad de un alto control de calidad en la origen y recepción de la producción final.

En la producción de metales el principal objetivo es garantizar la estabilidad de la estructura de la gafa. Por lo tanto, la soldadura es



El diseñador Juan Duyos y el director general-administrador de Prooptica, Luis Justino, firmaron en el stand de la empresa en ExpoÓptica su contrato de colaboración para el lanzamiento de la línea de gafas Duyos y su distribución en el mercado ibérico.

el proceso más importante en la línea de producción de gafas de metal. Otro proceso relevante es el lavado por ultrasonidos para garantizar una calidad perfecta. No menos importante es el proceso de pulido, ya que el tratamiento superficial del metal determina la calidad del producto y de sus tratamientos.

También utilizamos la última tecnología para fabricar gafas de acetato y combinadas. Cada montura de acetato está ensamblada y pulida a mano hasta lograr un acabado perfecto para obtener un tacto suave y plano, brillante y de primera calidad. Todos los ajustes son hechos por técnicos cualificados, pues nuestros estándares exigen que cada detalle sea perfecto. Y no olvidamos la rentabilidad de nuestros clientes, por lo que ofrecemos productos a precios muy atractivos que hacen competitivo su negocio.

*¿Qué significa para Prooptica el mercado español en general y para los ópticos en particular?*

Para Prooptica, el mercado español representa, además de todo el potencial comercial derivado de su tamaño, proximidad territorial y cultural. Actualmente es un pilar estratégico de internacionalización y supone un refuerzo muy importante del posicionamiento de la empresa y sus marcas de moda en el mercado óptico Ibérico. Para los ópticos significa la oportunidad de contar con un socio cercano y experimentado, que se preocupa por ofrecer un portafolio de productos de calidad al precio justo, que les permita hacer competitivo y crecer su negocio. Creemos en las relaciones y alianzas duraderas, queremos crecer juntos con nuestros clientes y siempre estamos buscando las mejores oportunidades que cumplan con los objetivos de todos, sin olvidar, por supuesto, la importancia de fidelizar al consumidor final, brindando un servicio de calidad y en los tiempos adecuados.

*¿Cuáles son los objetivos de Prooptica en Portugal y en España y qué mensaje le gustaría lanzar a los ópticos-optometristas y clientes finales de ambos mercados?*

Nuestros objetivos son claros y bien definidos desde hace muchos años y el contexto económico actual nos da la certeza de que vamos por el buen camino. Queremos seguir creciendo de forma sostenible, a un ritmo controlado y constante y eso es exactamente lo que queremos para nuestros socios. Nuestro compromiso es seguir buscando ofrecer productos y servicios diferenciados y adaptados a este mercado dinámico y competitivo y ayudar a nuestros socios a crecer con seguridad. Es un camino de colaboración que queremos seguir haciendo con los que son más relevantes para Prooptica: nuestros clientes.



prooptica®  
full eyewear concept

LA 400 BLACK



LANIDOR  
EYEWEAR