



## LUÍS JUSTINO MAIS E MELHOR PROOPTICA

À chegada das três décadas de existência, a equipa da Prooptica pode brindar a um trabalho em crescendo e à antecipação de um futuro promissor. Focados em serem abrangentes, próximos e inovadores, os membros desta casa portuguesa têm em Luís Justino a voz constante ao longo de 30 anos.

**Na opinião do Luís Justino, o que diferencia esta Prooptica, num mercado nacional e internacional tão competitivo, e justifica estes 30 anos de negócios bem sucedidos?**

A Prooptica apresenta atualmente uma proposta de valor diferenciadora e um conjunto sólido de valores empresariais que nos torna um *player* de confiança e relevante e justifica o sucesso destes 30 anos. Por um lado, a empresa distingue-se no mercado pela sua abordagem de *one-stop-shop*, integrando quatro áreas estratégicas de negócio: óculos, lentes oftálmicas, acessórios e soluções tecnológicas e *design* e arquitectura. Esta integração permite-nos oferecer soluções completas e personalizadas aos nossos clien-

tes, facilitando a gestão das suas necessidades e otimizando a sua experiência de compra. Por outro lado, o que também nos define e nos torna únicos no setor são os valores pelos quais nos regemos: integração, inovação, experiência, credibilidade, esforço e envolvimento. A integração é manifesta na nossa capacidade de oferecer soluções completas, a inovação reflete-se na nossa procura incessante por novos e melhores produtos e serviços, a experiência é evidente na profunda compreensão que temos do mercado e das necessidades dos nossos clientes, a credibilidade é conquistada através da qualidade e fiabilidade dos nossos produtos e o esforço e envolvimento são visíveis no nosso compromisso de

ir além das expectativas dos nossos clientes em todas as interações. Tudo isto revela que a Prooptica nunca foi somente um projeto comercial, sempre foi encarada como um projeto de vida pelos seus fundadores. Cada relação profissional é encarada como uma parceria de longo prazo, cujo sucesso se mede não apenas pelos resultados financeiros, mas também pelo grau de confiança e satisfação mútua que conseguimos estabelecer.

**Para além da evolução do portefólio de marcas *eyewear* da Prooptica, do respetivo *design* e mesmo da oferta abrangente de produtos e serviços, a mudança de instalações precisamente no marco das três décadas é o**

**cumprimento de um sonho. É esse o sentimento que se impõe?**

A Prooptica experimentou um crescimento significativo ao longo dos seus 30 anos de existência, o que se reflete também no tamanho das suas instalações. A empresa começou em 1993 num pequeno escritório com apenas 30 metros quadrados e, após seis mudanças decorrentes da necessidade de expansão, encontra-se agora em instalações com mais de 1200 metros quadrados, em Famões. Este espaço não é apenas um indicador do sucesso e do crescimento da empresa, mas é sobretudo uma infraestrutura que permite acomodar as diversas áreas de negócio que a Prooptica desenvolveu ao longo dos anos. As instalações mais amplas oferecem agora a capacidade necessária para uma gestão logística eficaz, espaços dedicados para equipas de atendimento e de *design* e desenvolvimento, bem como áreas de formação e reuniões para a equipa e parceiros comerciais. Esta expansão física é um reflexo da visão ambiciosa da empresa e do seu compromisso contínuo com a inovação e a excelência de serviço.

**O caminho histórico da Prooptica é-nos muito familiar e o elemento mais constante tem sido, de facto, o Luís Justino. De uma perspectiva intimista, quer-nos falar dos episódios que, ao longo destes 30 anos de trabalho árduo, o marcaram verdadeiramente?**

Ao longo destes 30 anos de existência, a Prooptica passou por várias crises económicas e uma pandemia...mas em cada adversidade viu uma oportunidade para inovar e se adaptar, tornando-se mais resiliente. Posso destacar três momentos cruciais na nossa história: O ano 1999 onde fizemos uma aposta clara na inovação e no *design* português, colaborando até hoje com marcas e personalidades que ajudaram a projectar a cultura e a moda portuguesa no mundo. São exemplos dessa missão marcas como: João Rolo, Ana Salazar, José António Tenente, Amália Rodri-



gues, Lanidor, Dielmar, Quebramar e Trottlemann. O ano 2009 em que fizemos o primeiro investimento estrangeiro em Marrocos e que deu força à política de internacionalização da empresa e onde aprendemos a adaptar a nossa estratégia de *marketing* e operações às particularidades culturais e comerciais de cada país. Ainda nesse ano apresentámos o modelo de negócio inovador que integra quatro unidades de negócio distintas. Além disso, a empresa ao longo dos anos tem tido uma abordagem mais humanizada, tornando-se genuinamente mais solidária através do apoio a organizações sociais e contribuindo para o bem-estar da comunidade.

**Posto isto que novos percursos e conquistas ainda há por cumprir?**

O futuro para a Prooptica é um livro ainda em aberto, mas com algumas páginas já bem delineadas. Continuaremos a abordá-lo com o mesmo esforço e envolvimento que nos caracterizam desde o início, sempre focados em evoluir e superar novos desafios. O ano de 2023 marcou o início de uma nova etapa para nós, com várias mudanças significativas. Mudámos para novas instalações que não só representam o nosso crescimento, mas também nos oferecem o espaço e as condições de

que precisamos para continuar a evoluir. Para além disso, lançámos um *site* e loja *online* completamente renovados, para proporcionar uma melhor experiência aos nossos clientes e representar fielmente os valores e a identidade da Prooptica. Também estamos a expandir o nosso portefólio de marcas com a inclusão da nova marca Duyos, resultado de uma colaboração com o estilista madrileno Juan Duyos, revelando a forte aposta que fazemos no mercado ibérico. No próximo ano, planeamos introduzir duas marcas de óculos nos segmentos *premium* e *trendy*, expandir a nossa presença em novos mercados, sempre com o objetivo de continuar a crescer e a fortalecer a nossa posição no setor. Também teremos novidades na melhoria dos espaços para receber os parceiros e, por isso, haverá também muitas boas novidades na zona norte do nosso país. Olhamos para o futuro com optimismo e determinação, prontos para mais trinta anos – e quem sabe, até mais. Levaremos connosco as lições aprendidas, o sucesso alcançado e uma vontade indomável de aproveitar as oportunidades que o futuro tem para nos oferecer. Assim, continuaremos a construir o nosso legado, sempre com “olhos postos no futuro”, dedicados a manter os padrões de qualidade e inovação que sempre nos definiram.

# Millioneyes

PORTUGAL • Nº 127 • NOVEMBRO 2023

## Pedro Pacheco

"Sou um apaixonado pelos olhos dos meus clientes"

**Isabelle Strouck**  
M'as-Tu Vue: "um mundo sem hastes"

**AASO**

Emprego sem Distinções abre horizontes

**CIOCV 2023**

"Somos uma equipa forte e desassossegada"