

ponto de vista

## ENTREVISTA A LUÍS JUSTINO

Prooptica:  
30 anos  
em reflexão

### Três décadas de Prooptica. Conseguem elencar e descrever a importância de três momentos-chave para a empresa nos últimos 30 anos?

Ao longo destes 30 anos de existência, a Prooptica enfrentou muitos desafios e marcos que moldaram a sua trajectória. Enfrentou várias crises económicas e a pandemia recente, mas em cada adversidade viu uma oportunidade para inovar e se adaptar, tornando-se mais resiliente. A Prooptica não só se afirmou no mercado como se tornou uma empresa reconhecida do sector. Este é um marco que nos enche de orgulho e que nos convida a uma reflexão profunda sobre o caminho que percorremos durante estas três décadas. Em 1999, fez 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. João Rôlo, Ana Salazar, José António Tenente, Amália Rodrigues, Lanidor, Dielmar, Quebramar e Throttleman têm sido os nomes escolhidos pela empresa para se diferenciar no mercado.

Outro grande marco na história da empresa foi a sua internacionalização, com uma expansão bem-sucedida para mercados como Espanha, Marrocos e Angola. A empresa aprendeu a adaptar a sua estratégia de marketing e operações às particularidades culturais e comerciais de cada país, solidificando assim a sua presença internacional.

Desde 2008 que apresenta um modelo de negócio inovador que integra quatro unidades de negócio distintas, conseguindo diferenciar-se nos mercados onde actua como "one stop shop". A nossa trajectória tem sido rica e diversificada, cheia de aprendizagens, mudanças e adaptações. Contudo, não podemos esquecer algumas falhas e erros que cometemos ao longo do caminho, com a certeza de que cada um deles foi uma oportunidade de crescimento que nos ajudou a fortalecer e a moldar a empresa que somos hoje.

A Prooptica não é apenas um caso de sucesso empresarial, mas também um exemplo de como a resiliência, a inovação e uma visão clara podem levar a um impacto significativo e a um sucesso sustentado.

### Quais foram as necessidades verificadas no mercado que desencadearam a ideia de constituir a Prooptica?

A origem da Prooptica, fundada em Junho de 1993, está ligada à visão de quatro sócios que identificaram uma oportunidade no sector óptico. Desde o início, foram muito bem recebidos por um mercado em constante mudança, o que os motivou a avançar com o projecto.

Na altura da sua criação, identificaram que o mercado óptico necessitava de uma abordagem mais integrada e inovadora. Esta percepção revelou-se acertada, já que não só preencheram uma lacuna no mercado português como também conseguiram internacionalizar a empresa com investimento directo em Espanha, Marrocos e Angola e de uma forma indirecta para mais de 10 países.

Mas a Prooptica nunca foi somente um projecto comercial, sempre foi encarada como um projecto de vida pelos seus fundadores. Este compromisso reflecte-se na dedicação da empresa a todos os que com ela interagem, sejam colaboradores, clientes ou outros parceiros.

O seu sentido de missão e propósito permitiu não apenas a sua sobrevivência, mas também o seu crescimento sustentado, desafiando as estatísticas que indicam que a grande maioria das start-ups não sobrevive aos primeiros cinco anos.

Após 30 anos celebramos não apenas a longevidade da Prooptica, mas especialmente a determinação e o espírito empreendedor que nos trouxeram até aqui. Fazemos questão de realçar a qualidade e a motivação da nossa equipa, que se mantém irrequieta e sempre pronta para explorar novos horizontes e enfrentar novos desafios. Estes são os elementos que nos diferenciam e nos permitem estar constantemente na vanguarda de um mercado tão competitivo.

É este balanço que nos dá a energia e a motivação para olhar para o futuro com optimismo, seguros de que o melhor ainda está por vir.

### Já foram considerados várias vezes PME Líder e PME Excelência e foram novamente reconhecidos com o estatuto PME Líder em 2023. O que isso representa para si?

A Prooptica sente-se honrada por ter sido distinguida por diversas vezes na sua trajetória. Somamos já 13 prémios consecutivos como PME Líder. A mais recente certificação PME Líder em 2023 é não só um motivo de orgulho, mas também o reconhecimento do nosso esforço e dedicação ao longo destes 30 anos. É a prova viva do crescimento estratégico e sustentado que temos conseguido, ancorado na qualidade e na diferenciação dos nossos serviços e na nossa capacidade para nos adaptarmos às necessidades e desafios do mercado.

Estas distinções não são apenas galardões para exibir, são verdadeiros marcos do nosso compromisso com a excelência, a inovação e a qualidade da nossa gestão. São, acima de tudo, um incentivo para continuarmos a ir além, a procurar novas formas de satisfazer as necessidades dos nossos clientes e a enfrentar os desafios do sector com soluções inovadoras e eficazes.

Estes prémios trazem consigo uma grande responsabilidade. Cada distinção lembra-nos a contínua necessidade de evoluirmos, inovarmos e melhorarmos em todas as vertentes do nosso negócio. É um compromisso que nos obriga a

cimentar ainda mais as relações de respeito, confiança e proximidade que mantemos com os nossos clientes e parceiros comerciais.

Estas distinções são tanto um motivo de orgulho como um catalisador para a melhoria contínua dos nossos serviços, reforçando o nosso compromisso com a qualidade e a satisfação do cliente.

### Mudaram de instalações recentemente. É sinónimo também do crescimento da empresa?

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 30m<sup>2</sup> e, após seis mudanças decorrentes da necessidade de expansão, encontra-se agora em instalações com mais de 1200m<sup>2</sup> em Famões.

Este espaço não é apenas um indicador do sucesso e do crescimento da empresa, mas é sobretudo uma infra-estrutura que permite acomodar as diversas áreas de negócio que a Prooptica desenvolveu ao longo dos anos, incluindo óculos, lentes, acessórios e arquitetura. 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.



••  
***A Prooptica sente-se honrada por ter sido distinguida por diversas vezes na sua trajetória. Somamos já 13 prémios consecutivos como PME Líder.***

— LUÍS JUSTINO

**A Prooptica é reconhecida pela aposta nos criadores de moda nacionais. Continuará a ser uma bandeira para o futuro?**

Este ano celebramos um marco importante na nossa história: 22 anos dedicados à divulgação da moda e do design de eyewear portugueses. Esta é uma conquista que nos preenche de orgulho e nos motiva para o futuro.



••

***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.***

– LUÍS JUSTINO

Quando lançámos a nossa primeira coleção com o designer João Rôlo em 2001, o cenário era radicalmente diferente do que é hoje. Naquela época, o mercado da moda estava firmemente centrado nas grandes marcas internacionais, e a ideia de "Made in Portugal" não tinha o mesmo prestígio e reconhecimento que tem hoje. A percepção do consumidor estava alinhada com essa realidade: as marcas portuguesas eram frequentemente subestimadas, se não totalmente ignoradas.

Frente a gigantes do sector, normalmente grandes grupos italianos, o desafio parecia quase insuperável. Contudo com uma visão clara e uma equipa dedicada, enfrentámos inúmeras batalhas, muitas delas desiguais, investindo continuamente na inovação, na qualidade e no design. Atravessámos momentos difíceis, é verdade, mas cada obstáculo superado tornou-nos mais fortes e mais determinados.

Não apenas sobrevivemos, mas prosperámos, estabelecendo marcas e parcerias que celebram o melhor da cultura e do design portugueses. Ao longo dos anos, continuámos a inovar em design, em materiais de alta qualidade, em

processos de produção e na imagem das marcas. Mantivemos uma forte ligação com personalidades destacadas da cultura portuguesa, o que nos permitiu criar peças com um carácter e uma identidade únicos.

Hoje, olhando para trás, podemos dizer que esta aposta estratégica foi bem-sucedida. Não apenas conseguimos competir com marcas internacionais estabelecidas, mas também contribuimos para alterar a percepção da moda portuguesa, tanto a nível nacional como internacional.

O consumidor de hoje valoriza e tem orgulho em usar marcas portuguesas. Esta mudança de paradigma é, em si mesma, uma vitória e uma recompensa pelo trabalho árduo de toda a nossa equipa e parceiros ao longo destas duas décadas.

No final, o balanço é absolutamente positivo: 22 anos de dedicação, esforço e inovação resultaram num posicionamento forte e distintivo no mercado. Tornámo-nos um símbolo de autonomia e um factor de diferenciação, não apenas sobrevivendo, mas prosperando e acrescentando valor de forma relevante aos nossos parceiros e consumidores. Por isso, ao celebrarmos estes 22 anos, fazemo-lo com um sentimento de gratidão, com a certeza de um caminho bem trilhado e com a ambição e o compromisso de continuar a elevar a moda e o design portugueses aos patamares mais altos.

### **Que principais objectivos pretendem atingir a curto, médio e longo prazo?**

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 portfólio de marcas com a inclusão da Duyos, resultado de uma colaboração com o estilista madrileno Juan Duyos, revelando a forte aposta que fazemos

no mercado ibérico. No futuro, continuaremos a apostar em três pilares fundamentais: transformação digital, expansão internacional e sustentabilidade financeira. Assim, no próximo ano, planeamos introduzir novos produtos e expandir a nossa presença em novos mercados, sempre com o objectivo de continuar a crescer e a fortalecer a nossa posição no sector. 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.

### **Que mensagem pretendem deixar aos vossos clientes?**

A relação que mantemos com os nossos clientes é, sem dúvida, uma das nossas maiores prioridades e um dos alicerces do nosso sucesso. Encaramos cada interação como uma oportunidade para reforçar essa relação, oferecendo soluções que vão além das expectativas e contribuindo para o sucesso mútuo. Esta filosofia de parceria a longo prazo é evidenciada não apenas nas transações comerciais, mas também no suporte contínuo e consultoria que oferecemos.

O feedback que recebemos dos nossos clientes tem sido extremamente positivo, o que muito nos honra e demonstra a confiança e o respeito mútuos que conseguimos cultivar. Muitos dos nossos clientes tornaram-se parceiros de longo prazo e verdadeiros embaixadores da nossa empresa e das nossas marcas. Reconhecemos a importância e a responsabilidade que advêm desta fidelização e é com um sentido profundo de compromisso que trabalhamos todos os dias para honrar e reforçar essa relação.

Portanto, é com um sentido profundo de responsabilidade e gratidão que agradecemos a confiança depositada em nós. Esta relação de proximidade e confiança permite-nos entender melhor as necessidades dos nossos clientes e enfrentar desafios conjuntamente, o que nos ensina e nos permite evoluir constantemente. O nosso sucesso é, em grande medida, o reflexo do sucesso dos nossos clientes.

# Ver

out-dez.2023 n°93  
revista da Associação  
Nacional dos Ópticos  
*a vida com outros olhos*



ver para crer  
DISTÚRBIOS  
DA TIRÓIDE  
PODEM  
PROVOCAR  
DANOS  
OCULARES

ANO: 60 ANOS  
AO LADO  
DOS ÓPTICOS  
PORTUGUESES