

João Martins - CEO da Viriato - hotel concept

«Há 30 anos que só pensamos hotelaria»

Fundada por Viriato Rocha em 1952, a Viriato - hotel concept assinala este ano 66 anos de existência. A Viriato (como é conhecida nacional e internacionalmente) é hoje uma empresa líder destacada no setor de mobiliário e decoração de luxo para a indústria da hotelaria, com linhas próprias de produção. «Há 30 anos que só pensamos hotelaria», salientou João Martins, CEO da Viriato, que desde 2015 protagoniza o novo ciclo de desenvolvimento desta empresa localizada na Zona Industrial de Terronhas, freguesia de Gandra, concelho de Paredes. Em entrevista que concedeu à **PAÍS ECONÓMICO**, João Martins sublinha que este “novo ciclo” permitiu criar no seio da Viriato uma gestão profissional, mantendo-se a estrutura acionista. «O que fizemos no fundo foi puxar pela marca, puxar pelo nome Viriato quer em Portugal quer no estrangeiro, e ir ao encontro dos clientes que já eram clientes da empresa e que sempre a preferiram e que nunca a abandonaram», sublinhou João Martins, que chamaria a atenção para um aspeto muito importante. «A Viriato apenas se foca na hotelaria e está hoje habilitada para equipar qualquer hotel de luxo em Portugal ou em qualquer parte do Mundo, para onde exporta 95% da produção».

TEXTO ▶ VALDEMAR BONACHO | FOTOGRAFIA ▶ RUI ROCHA REIS

É impensável referirmo-nos à Viriato sem recordarmos a figura de Viriato Rocha, fundador e timoneiro de um projeto que começou em 1952 e que já na sua época soube ser aquilo que hoje se chama Empreendedor.

A história recorda-o como um grande empreendedor e um trabalhador incansável, mas os que o conheceram de perto lembram-se também dele pela sua verticalidade e honestidade. Sempre se preocupou com os que com ele trabalhavam e sempre quis que fossem pessoas com formação.

Hoje a Viriato é um ícone e grande parte do sucesso que granjeia deve-se a Viriato Rocha, nascido em 1924 em Paredes, numa família de cinco filhos e de muito poucos recursos, mas que teve o engenho e arte para erguer esta referência nacional e internacional, nome cimeiro em Portugal e no Mundo de equipamentos hoteleiros de luxo.

Como muito bem disse João Martins, CEO da Viriato, em prefácio no livro que assi-

nalou os 65 anos de vida da Viriato, «Estamos onde estão os nossos Clientes, as melhores cadeias internacionais de hotéis. Andamos de braço dado com o Turismo. E, aqui, Portugal está na moda».

Nesse mesmo prefácio, João Martins não resiste em afirmar que a Viriato é «uma marca que amamos e que nos dá energia para continuar».

Um ano depois de ter escrito estas palavras, a convicção de João Martins é precisamente a mesma.

Viver novo ciclo de desenvolvimento

João Martins chegou à Viriato para ajudar a protagonizar um novo ciclo de desenvolvimento da empresa, que já leva três anos. Como é que se tem processado este novo ciclo de desenvolvimento no seio da Viriato? João Martins foi diretamente à questão.

«Não se fazem omeletes sem ovos e, estruturada que foi a empresa de forma normal

e clássica, pusemos em curso a gestão profissional da mesma, mantendo a estrutura acionista. O que fizemos foi puxar pela marca, puxar pelo nome Viriato e ir ao encontro dos Clientes que já eram Clientes da Viriato e que sempre a preferiram e que nunca a abandonaram», referiu o CEO da Viriato, acrescentando: «Reduzimos custos, disciplinamos a tesouraria e melhoramos as margens da empresa. A inversão completa».

A Viriato só pensa hotelaria

João Martins aproveitaria desde logo para lembrar que há 30 anos que a Viriato só pensa hotelaria. «O nosso core é F.F.&E., decoramos hotéis pelo Mundo fora. Focamo-nos apenas na hospitality», sublinhou, para referir em seguida que a Viriato é uma empresa vocacionada para «fazer hotéis de luxo de 4 e 5 Estrelas, provenientes de marcas de grande prestígio que conhecem bem o nosso trabalho e que repetem em termos de compra», sublinhou o nos-





so entrevistado que, a propósito, faria um breve comentário.

«Este é o nosso grande foco, e como o setor caminha para a redução do número de fornecedores ou players que há na renovação ou construção de hotéis, a capacidade que a Viriato demonstra quer em volume de negócios, quer em ativos, que em tecnologias, leva a que a mesma ganhe projetos e os leve a bom porto», destacou João Martins, que aproveitaria o ensejo para lembrar uma vez mais que o segredo do sucesso da Viriato foi «seguir na empresa a gestão profissional e pensar que era possível torná-la mais rentável».

Faturação sempre a crescer

Aliás, João Martins lembrou que nos últimos três exercícios da Viriato, esta empresa inverteu e assinalou «uma rentabilidade interessante» e que a continuar assim, «certamente que teremos ainda muito mais “pano para mangas”».

E por falar em volume de negócios, de referir que em 2016 a Viriato faturou mais de 16 milhões de euros e que em 2017 quase atingiu os 20 milhões de euros.

«Para 2018 temos uma excelente perspetiva de volume de negócios, muito credível nesta data, de 24 milhões de euros, com um índice de rentabilidade crescente me-

diada pelo EBITDA, bem acima do que temos feito, 10% do volume de negócios», sublinhou o CEO da Viriato.

Exportar 95% do que produz

Ser-se uma referência mundial inconteste no mercado da indústria de equipamentos hoteleiros é uma responsabilidade acrescida para a Viriato?

Respondendo a esta questão João Martins não hesita. «É desde logo uma grande responsabilidade social, já que estamos a falar de 114 colaboradores», reagiu o nosso entrevistado, para acrescentar que 95 por cento da produção da Viriato tem como

destino o estrangeiro (aquilo a que se chama exportação).

«A exportação da Viriato estende-se desde vários países de África (onde faturamos cerca de 40 por cento da nossa produção) e onde destacamos os mercados de Argélia, Marrocos, Costa do Marfim, Senegal; na Europa as exportações somam cerca de 30 por cento do que a Viriato produz, com foco nos mercados de França e Inglaterra; e os outros 20 por cento das nossas exportações têm como destino a América do Norte.

Estamos de facto com projetos feitos e entregues em Nova Iorque e Toronto, com

muito sucesso», enfatizou João Martins, CEO da Viriato.

Portugal está na moda...

João Martins chamaria a atenção para um facto importante.

«Os nossos parceiros, os nossos clientes, que são desde logo empresas de grande dimensão internacional e grandes gabinetes de Arquitetura gostam do nosso trabalho e a melhor prova disso é o facto de nos chamarem para novos investimentos», frisou João Martins, salientando ao mesmo tempo que a Viriato aposta sobremaneira na Investigação & Desenvolvimento

(I&D), procurando deste modo estar sempre atualizada com o melhor que se faz em termos de Inovação à escala global. «A Viriato é um player muito forte à escala global e pretende continuar a consolidar este estatuto», reforçou o responsável máximo da Viriato.

Para a Viriato o mercado nacional representa apenas 10 por cento do seu volume de negócios. «E vai-se manter nesta quota. Trabalhamos com algumas marcas conhecidas como a “Pestana” e a “CR7”, que acompanhamos ao longo do tempo; estamos a fazer em Portugal projetos conhecidos como o “Crowne Plaza Porto”



no Porto e o “Intercontinental” em Lisboa, que são projetos nossos e a decorrer neste momento. Porque nos conhecem lá de fora, estas marcas internacionais quando investem em Portugal querem sempre trabalhar connosco», revelou João Martins, reconhecendo que o setor da hotelaria em Portugal está vivo e recomenda-se. «Portugal está na moda quer ao nível de novos hotéis, quer ao nível do fornecimento desses mesmos hotéis. E posso-vos dizer que a Viriato e outras empresas do setor nunca tiveram tanta procura por parte desses investidores. Fazemos peças fantásticas com preços muito mais acessíveis compa-

rativamente aos nossos concorrentes europeus e com uma qualidade obviamente superior a uma Turquia ou a outros países que, de facto, ainda não conseguiram acompanhar o nosso grau de qualidade e o grau de qualidade dos portugueses», destacou o CEO da Viriato.

Um portfólio muito vasto

No entender de João Martins, a Viriato empenha-se todos os dias para acrescentar valor aos seus clientes. «Procuramos fazê-lo e de facto temos tido os resultados espelhados no feedback dos nossos clientes», resumiu o CEO da Viriato, que

não esconde que «como economista que sou, tenho de olhar sempre para a última linha. Os projetos nacionais são bons, nós conhecemos todos esses projetos, mas são projetos que libertam uma margem muito pequena. Por isso mesmo, nós preferimos projetos de outras geografias, porque (resolvido o risco de crédito) têm uma margem muito mais interessante. Mas isto não significa de maneira nenhuma que haja da nossa parte um abandono ou um desinteresse pelo mercado nacional, onde continuamos presentes e também muito ativos e interessados», sublinhou João Martins.

Sem querermos ser fastidiosos já que o portfólio da Viriato é vastíssimo, mesmo assim revelamos alguns hotéis portugueses e estrangeiros que tiveram a marca interventiva da Viriato.

São os casos do Hotel Tiara Yaktsa Cannes Relais & Châteaux Côte Azur (França), o William Vale Hotel Brooklyn (USA), o Das Stue Hotel (Alemanha), Hotel Barrière de Lille (França), o Pestana Palace Lisboa (Portugal), Longevity Wellness Resort (Portugal), o Sheraton Annaba Hotel (Argélia), Le Citizen Hotel (França), Hotel Miraparque (Portugal), Sheraton Grand Doha Resort & Convention (Catar), Ho-



tel Términus (Moçambique), The Akoya Hotel (Ilha da Reunião), Intercontinental London (Reino Unido), o Lisbon Marriott Hotel (Portugal), o Constantine Marriott Hotel (Argélia) e muitos outros.

A Viriato é uma Escola

No entender de João Martins, perante tão rico portfólio de intervenções «é fácil para a Viriato despertar as atenções do cliente». Questionado sobre a importância que as Pessoas têm numa empresa com as características da Viriato onde as vertentes da Inovação e da Investigação & Desenvolvimento estão sempre de mãos dadas, João Martins reconheceu que esta não tem sido uma tarefa fácil, indo depois direto à questão.

«Eu costumo dizer que uma empresa são Pessoas, Tempo e Dinheiro. E, de facto, dentro disto o fator humano é, sem dúvi-

da, muito importante. Temos tido connosco os colaboradores mais importantes do setor e, como tal, eu considero a Viriato uma Escola. Somos assediados permanentemente e a todos os níveis para libertarmos mão-de-obra para outras empresas, e nem sempre é fácil segurar os melhores quadros. Temos procurado investir nessas pessoas, ministrá-lhes formação e recompensá-las. Mas esta não é uma matéria fácil...», frisou João Martins, CEO da Viriato, a figura escolhida por esta empresa de Gandra/Paredes para iniciar em 2015 um novo ciclo de desenvolvimento que tem como pedra angular a gestão profissional desta empresa que mantém a liderança destacada no setor do mobiliário e decoração para hotelaria e que entre 2016 e 2018 deverá registar um crescimento de cerca de 50 por cento. ◀