

## Entrevista com Grupo Rino

Firmino Rino

Presidente

[www.rinoerino.pt](http://www.rinoerino.pt)

(situado em Batalha - cerca de Leiria y Marinha Grande)

Com **quality media press** para LA VANGUARDIA

Esta transcrição reproduz fiel e integralmente a entrevista. As respostas que aqui figuram em linguagem coloquial não serão editadas como tal na nossa reportagem. Elas serão alvo de uma revisão gramatical, sintáctica e ortográfica. Certas frases serão extraídas e inseridas sob a forma de citações no seio do artigo dedicado à vossa empresa, instituição ou sector de actividade.

Primeiro gostaríamos de lhe colocar algumas perguntas enquanto Presidente do Grupo Rino e depois entrar mais em detalhe noutros pontos. Se nos esquecermos de referir alguns, por favor lembre-nos no final da entrevista.

**Quality Media Press** - Qual a historia do grupo? Como se formou?

R. - O Grupo Rino tem a primeira empresa e ser fundada foi o Rino e Rino que tem 30 anos, foi fundada em 1977. Na altura era eu e mais 2 irmãos. Em 1987 eu comprei a parte aos meus irmãos e desfizemos a sociedade. A loja abriu com artigos regionais. Os primeiros 10 anos os clientes provinham do turismos e os passantes, depois começamos a diversificar. O turismo começava a comprar cada vez menos e nós arranjamos um espaço comercial com serviços, com copos, com plantas para o jardim. A partir deste momento fomos sempre diversificando os produtos. 10 Anos depois (1988) fundamos a Firmino Rino Lda., é uma empresa que simplesmente comercializava móveis. Fomos crescendo e arranjanho produtos, íamos ao encontro dos clientes. Sempre

foi uma empresa familiar, primeiro os meus irmãos e depois a esposa e os filhos também presentes no grupo. A determinada altura tínhamos 2250 m2 de móveis e uma loja com 7 mil m2 de decoração, plantas, sementes, equipamentos de jardinagem, serviços, um vasto sortido para os nossos clientes. A 4 anos atrás apercebemo-nos que tínhamos uma loja que eram um mundo como dimensão mas faltava-nos algo, sentimos que as coisas estavam a mudar, tivemos que deixar as coisas que tinham menos facturação e que considerávamos menos interessantes. Do espaço que tínhamos decidimos reduzir o de 7 mil m2 para 5 mil m2 e criamos espaço comercial (Rino & Rino) com capacidade para 22 lojas em Batalha.

Q. - Esta mudança deu-se num período de crise. Qual o motivo desta alteração numa época tão complicada da economia portuguesa?

R. - Possivelmente houve empresários que baixaram os braços, nós tivemos que nos agarrar com toda a força e estudamos bem o mercado, olhamos para aquilo que há à nossa volta e modernizarmo-nos e arranjamos outro conceito de comércio. Ao diminuirmos o nosso espaço em 2 mil m2 e colocarmos 22 lojas arranjamos mais parceiros e diversificamos numa zona onde tínhamos um bom parque de estacionamento. Além de sermos só nós a fazermos a atracção de novos clientes eram 23 parceiros. Há 2 anos e meio a zona dos móveis que tínhamos com 2250 m2 fizemos mais 2 pisos e colocamos mais 20 lojas.

Neste momento o centro tem 42 lojas em varias áreas de actividade, desde a moda, electrodomésticos, etc., já temos

um bom sortido dentro do centro. Foi fruto de um grande esforço este centro e aqui na nossa zona é de grande referência devido à qualidade quer tem, está bem feito, zelamos pela limpeza e manutenção do centro.

Q. - Como entrou na área dos plásticos e dos móveis?

R. - Nós quando estávamos a concluir o projecto do centro comercial e em paralelo com isto tínhamos a venda em grosso de moldes de aço de cadeiras de mobiliário de jardim. Nessa altura não tínhamos fábrica de plásticos mas recorriamos à subcontratação, tínhamos os moldes, os modelos eram nossos e negociávamos com algumas fábricas. Chegamos à conclusão que não estava a ser rentável, a subcontratação era difícil e avançamos com uma fabrica a "Xplas", que esta instalada em 25 mil metros. Com o avanço da Xplas criamos mais modelos. Decidimos que o nome Rino & Rino ficaria associado ao centro comercial, à venda ao público. A Xplas produz e vai facturar aos grandes clientes.

Q. - Qual o volume de facturação do grupo?

R. - O Rino & Rimo quando tinha a facturação do grosso misturado que agora é só o centro comercial e as lojas facturava 8 milhões de euros, agora factura entre os 5 a 6 milhões de euros. A Xplas já factura 6 milhões de euros, porque tivemos um crescimento muito grande. A Firmino Rino Lda. factura 1,5 milhão de euros. A "Nmov" vai facturar na ordem dos 2 milhões de euros, para o ano quero que facture 3 milhões de euros. No total o Grupo factura cerca de 15 milhões de euros.

Q. - O que significa para o Grupo o mercado espanhol?

R. - Em termos de mercado nacional daquilo que fabricamos somos líderes. Em Espanha estamos a começar e facturamos cerca de 300 mil euros. Como muitos outros empresários Espanha está mesmo aqui ao lado e tem um grande potencial para nós. Não vai ser fácil mas daqui a 2 anos queremos que 30 ou 35% da nossa facturação seja para Espanha e os restantes 10 ou 15% para outros países. Neste momento a nossa facturação situasse nos 90% para Portugal. Não pretendemos que dentro de 2 anos a facturação de Portugal ultrapasse os 60%.

Q. - Existe algum plano estratégico para crescer no mercado espanhol?

R. - Existe uma pessoa que vem de um grande grupo económico europeu onde era director comercial de uma grande empresa que nós adquirimos este ano para nos ajudar a abrir portas fora do mercado português.

Q. - Partilha da opinião de que Espanha protege muito as suas empresas?

R. - Eu também acho que não é fácil entrar em Espanha. Nós com uma parceria com uma empresa espanhola tornam as coisas mais fáceis. Eu penso que os espanhóis têm as portas mais abertas em Portugal que nós temos em Espanha. Eu não tenho nenhuma razão de queixa mas acho que Espanha protege mais o

seu sector empresarial, são mais unidos. O mercado espanhol vale 8 vezes o nosso mercado, além de serem 4 vezes mais que nós tem o dobro do poder de compra.

Q. - Parece-me que existe um maior optimismo na zona centro do país que no norte o no sul e Lisboa. É uma realidade?

R. - Eu acho que na zona centro, os empresários desta zona tem sempre feito investimentos sem estarem à espera de dias melhores ou que saia uma lei por parte do governo que os venha ajudar. Aqui os empresários são corajosos, nesta grande crise também temos os nossos problemas. A zona geográfica ajuda um pouco porque estamos perto do Norte e do Sul e para chegar a Espanha não é preciso fazer muitos km.

Q. - Portugal já se encontra em recuperação da crise que tem estado instalada desde alguns anos?

R. - Eu acho que andamos durante 15 anos a não aproveitar as possibilidades e alguns fundos (europeos) que apareceram. Neste ultimo tempo tem-se feito algumas coisa bem mas outras também de errado. Eu acho que não é 100% verdade de tudo o que se fala porque se fosse uma sustentação em que as receitas do IVA estivessem garantidas, não é isso que se tem feito nem todas as pessoas pagavam impostas e eu acho que devem pagar, recuperar algumas foi implementar outros impostas para tapar outros buracos. As contas do estado estão mais equilibradas mas não pela sustentação de uma economia que vai dar as garantias para o próximo anos. Acho que as

receitas do próximo ano dificilmente terão o mesmo dinheiro que este ano porque não vai haver tantas cobranças.

Q. - Como gostaria de ver o Grupo dentro de 5 anos?

R. - Este é um Grupo familiar. Quando fizemos o Centro Comercial e partimos com 2 unidades fabris com alguma dimensão, onde trabalham entre 120 e 130 pessoas. Isto foi um projecto de família e senti que iria ter o apoio dos meus 2 filhos que tem muita vontade de trabalhar. Dentro de 5 anos gostaria de ter no mínimo 50% de exportação. A partir deste momento vamos inovar bastante, criar produtos novos com design de fácil construção (que ocupem pouca mão de obra), com uma relação de qualidade/preço bastante competitivos. Dentro de 5 anos gostaria de ser uma referência em termos de modelos e produtos.

Q. - Gostaria de deixar alguma mensagem para os nossos leitores?

R. - Nós temos que tentar inovar o mais possível, dinamizar os nossos negócios o mais possível porque estamos numa zona em que a mão-de-obra não é barata. Vamos ter que pensar muito bem o que pretendemos para o futuro, ter muito cuidado com os produtos que se fazem e para que publico alvo estamos-nos direccionando.