

Entrevista: Jordi Grau Segarra. Químico y Enólogo de Vins i Licors Grau de Palafrugell (Girona)

“www.grauonline.com, el único portal de venta de vinos respaldado por 33 años de experiencia en el sector”



La compañía Vins i Licors Grau, especialista en la comercialización distribución de vinos y licores desde 1977, ha abierto hace un año el portal de venta por Internet www.grauonline.com. En un solo año de existencia, se ha destacado como uno de los principales referentes del sector.

¿Cuáles fueron los orígenes de su empresa?

• La firma la fundaron en el año 1977 mis padres, Jordi Grau i Dillet y María Dolors Segarra i Farré. Se decidieron a montar una compañía dedicada a la venta de vino y licores porque sus familias tenían una amplia experiencia profesional en el sector. Aunque inicialmente se dirigían a los empresarios de restauración, hostelería y ocio, como vieron que cada vez eran más los particulares que querían adquirir sus productos, decidieron aumentar sus líneas de negocio y ampliaron las instalaciones. De esta forma, duplicaron el tamaño de la nave de la empresa que pasó de los 1.000 a los 2.000 metros cuadrados sólo 10 años después de la fundación.

En ese momento, también aprovecharon para dejar de ser sólo mayoristas y se especializaron, también, en la distribución en exclusiva para la provincia de Girona. Para profesionalizar esta línea de negocio, abrieron a principios de los 90 una filial de la compañía, DIGISA. Una marca que se ocuparía de la comercialización y distribución de marcas en exclusiva. Poco después, para consolidar el crecimiento de la empresa, y facilitar su trabajo en la zona Norte de la provincia, montaron un almacén en Figueras de unos 2.000 m².

En ese momento, fue cuando realmente comenzó su proceso de expansión.

• Así es. A finales de la década de los 90, tras consolidar DIGISA y aumentar los clientes en la zona de la frontera con Francia, se vio que hacía falta espacio. Como cada vez necesitaban alquilar más almacenes, comenzaron la búsqueda de terrenos para crear unas nuevas instalaciones. Esta búsqueda se centró exclusivamente en Palafrugell. Si algo teníamos claro, era que no nos moveríamos de nuestra localidad de origen.

En el año 2.000 empezaron las obras que desembocaron en la inauguración del nuevo edificio el 20 de Mayo de 2.003. Eran unas instalaciones de más de 15.000 m². Contábamos con unas amplias oficinas, un almacén de 8.000 m², otro climatizado para los espumosos y los vinos especiales de 1.000 m² y una vinoteca de 1.200 m².

Durante la realización de este proyecto, fue cuando nos incorporamos a la compañía mi hermano Sergi Grau y yo.

En estas nuevas instalaciones, ¿ocupa un espacio preferencial la vinoteca?

• Sin duda. Mis padres siempre quisieron tener un espacio de venta directa al público, pero hasta ese momento, la falta de espacio se lo impidió. El éxito de esta iniciativa, se demostró ya en el primer verano tras la apertura cuando las tres cajas que habíamos instalado inicialmente se quedaron cortas ante la masiva afluencia de clientes en la época estival.

En realidad, la vinoteca, conjuntamente con el nuevo edificio, es nuestra imagen de marca. No quisimos construir una simple nave, queríamos hacer algo distinto. Algo que nos diferenciara de los demás.

Para potenciar esa imagen de marca, ¿es fundamental el tipo de personal que trata directamente con el público?

• Por supuesto. Eso es algo que cuidamos desde el primer momento. Para ello, contamos con profesionales altamente especializados en el sector. Yo mismo, por mi formación como químico y enólogo, dirijo un equipo de sumilleres y enólogos que aconsejan a nuestros clientes sobre cualquier duda que puedan tener a la hora de elegir un producto u otro. Una atención que damos tanto a los particulares como a los profesionales, como, por ejemplo, a los restauradores que vienen a tomar ideas para cambiar su carta de vinos.

¿Qué razones les llevaron a abrir el portal www.grauonline.com?

• Desde hace algunos años, la empresa ya tenía una página web corporativa, www.vinsilicorsgrau.com. Pero no era suficiente como demostraba que cada vez eran más los clientes de fuera que nos preguntaban si no íbamos a abrir un portal de venta por Internet que diese un servicio a nivel estatal y europeo. Tras meses de estudio decidimos crear esta herramienta de venta diferenciándolo de la página corporativa.

¿Cómo definiría este portal?

• Intentamos hacer una página de fácil uso, un sitio donde la gente estuviese cómoda navegando por él y donde le fuese sencillo realizar su compra. Un aspecto básico es la atención al cliente. Queremos que todo sea totalmente claro y transparente. Intentamos que hasta las personas que más desconfían de Internet puedan realizar sus compras sin ningún tipo de miedo. Para lograrlo, entre otras cosas, enviamos un mail de confirma-

ción después de cada compra y damos la posibilidad a los usuarios de realizar su compra por teléfono en vez de por la red. De esa forma, si tienen alguna duda, también se la pueden preguntar a nuestros expertos.

¿Cuáles son las características comerciales de www.grauonline.com?

• Ofrecemos un servicio de venta a nivel estatal y europeo comprometiéndonos a entregar, a través de un servicio de mensajería, cualquier tipo de pedido en un máximo de 48 horas. Los pagos los pueden realizar cómodamente a través de una transferencia bancaria o con una tarjeta de débito o de crédito.

¿Qué les diferencia de otras firmas de la competencia?

• Fundamentalmente, la especialización y el profundo conocimiento del sector de los vinos y licores que nos otorgan los más de 33 años de experiencia de Vins i Licors Grau. Existen muchas páginas que venden vinos a través de Internet, pero nosotros les podemos garantizar un servicio prestado por profesionales que llevan más de dos décadas en este mundo. Intentamos transmitir a la web la misma filosofía de especialización y el mismo trato personal que damos en la tienda.

Otro de nuestros rasgos diferenciadores es la gran variedad de referencias con las que contamos. En estos momentos, tenemos más de 9.000 entre vinos y licores. Además, intentamos tener una línea de precios responsables sin que nuestros usuarios tengan que sufrir grandes altibajos en los costes.

¿Cuáles son sus planes de futuro?

• Queremos continuar con nuestra línea de negocio actual, manteniéndonos como una empresa 100% familiar en la que las decisiones las tomamos entre todos.

En un futuro próximo, también abriremos un almacén climatizado nuevo, que doble en superficie al actual, y ampliaremos la vinoteca mejorando la selección de vinos internacionales y dedicando un espacio de degustación de vinos por copas con el sistema wine – dispenser.

Jorge Isla



vins i licors
GRAU ONLINE