

CON MÁS DE 3.000 CLIENTES, LA EMPRESA SE HA CONVERTIDO EN UN REFERENTE INTERNACIONAL EN LA VENTA DE PRODUCTOS VINÍCOLAS

Vins i Licors Grau o cómo convertir el vino en una experiencia única

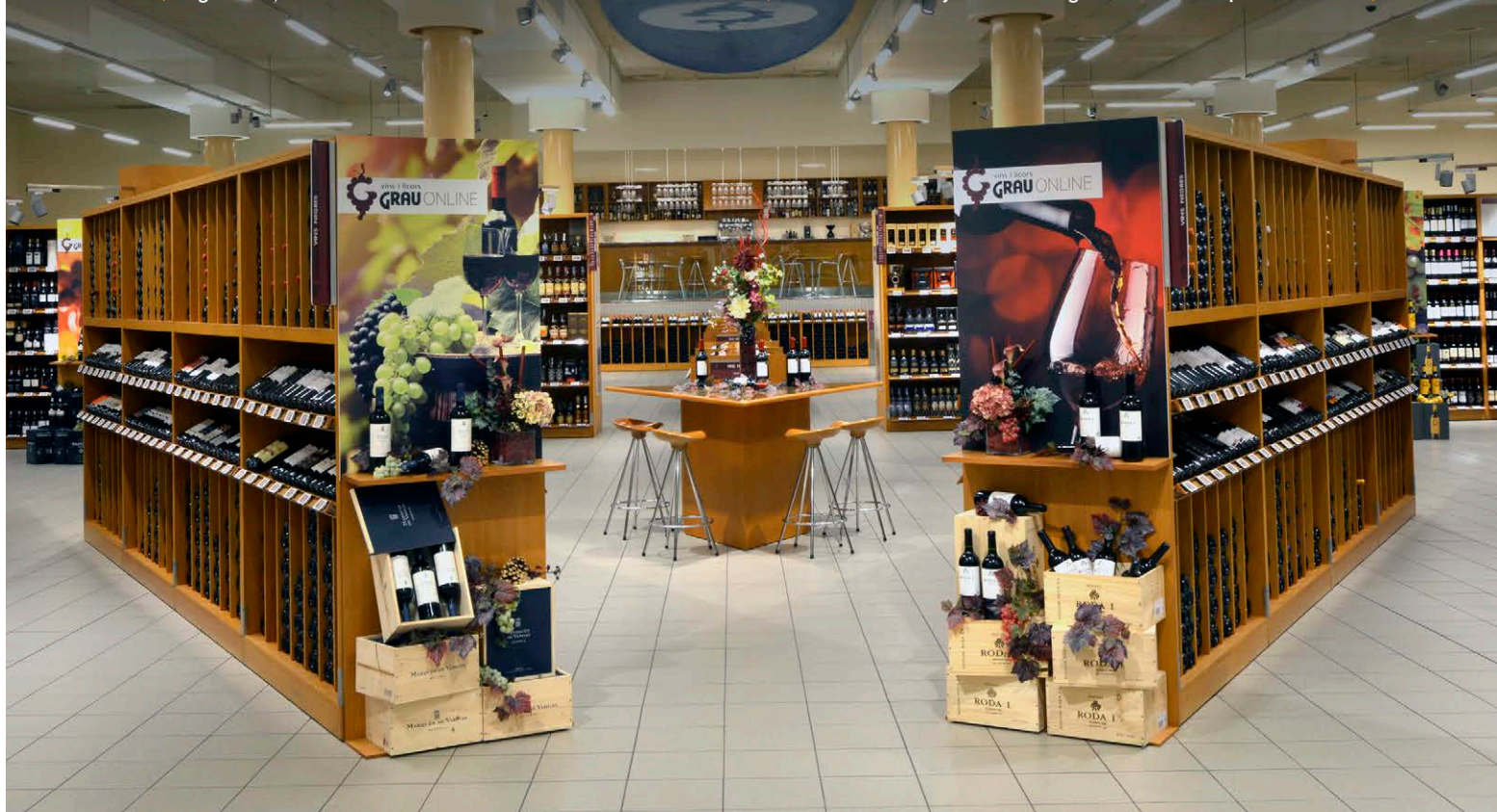
36

60 años de historia avalan el posicionamiento actual de Vins i Licors Grau, empresa especializada en la venta y distribución de vinos, licores, destilados y bebidas alcohólicas. Capiteada por la familia Grau, esta compañía familiar es —en palabras de Josep Roca, sumiller de El Celler de Can Roca— una de las vinotecas más grandes del mundo.

Nina Jareño

La autenticidad, la cercanía, el gusto, el cuidado... Si una empresa reúne todos estos atributos es muy difícil que no funcione. Un claro ejemplo de ello es Vins i Licors Grau, “una empresa familiar dedicada a la venta y distribución de vinos y licores embotellados”, tal y como nos define su adjunto a gerencia, Jordi Grau.

Ubicada en Palafrugell, ciudad costera de la Costa Brava gerundense, los orígenes de la empresa se remontan a mediados del siglo XX, cuando Miquel Grau —abuelo de Jordi Grau— abrió las puertas de una bodega-taberna donde vendía y repartía vinos a granel: “Mis padres iniciaron su propio proyecto en 1977, tras varios años trabajando en el negocio familiar. Adquirieron unas





Jordi Grau, adjunto a gerencia de Vins i Licors Grau, en el centro de la vinoteca.

instalaciones de 1.200 metros cuadrados y se encararon a la venta de vino al por mayor, tanto para hostelería como para hoteles”, nos explica Jordi Grau.

Y mal no iba el negocio, pues durante la década de los '80 crearon una empresa filial, Distribuïdora Gironina (Digisa), que se dedicaba -y dedica- a las distribuciones en exclusiva. También durante esa década abrieron un almacén logístico en Figueres con el objetivo de dar mejor servicio a la zona fronteriza con Francia, de gran importancia para la compañía. “Poco a poco el primer punto de venta se iba quedando reducido, y en 2003 dieron un paso firme e inauguraron la actual tienda, enfocada al cliente particular”, subraya Grau, quien se incorporó a la empresa ese mismo año junto a su hermano Sergi.

La venta al por mayor implica más volumen de negocio, pero la venta al por menor es mucho más especializada. “Conscientes de esta necesidad, se buscó un espacio más amplio y las nuevas instalaciones contaban con 15.000 metros cuadrados totales -entre zona edificada, jardines y aparcamiento-, de los cuales 1.200 se dedicaban a la venta directa”, puntualiza. Pero la cosa no se quedó ahí: “En 2017 ampliamos de nuevo la zona de venta al por menor unos 500 m² más, alcanzando los 1.700 m², y en estos momentos nuestra Vinoteca cuenta con 120.000 botellas para la venta”.

Esta ampliación afectó a la zona ‘Selección Grandes Vinos’ y a la zona de vinos blancos y rosados, pasando de 9.000 a 12.000 referencias en total. Asimismo, también se amplió en 1.200 m² el almacén climatizado —que alcanza los 9.200 m² en total— y 400 m² en la zona subterránea del edificio, habilitada como espacio lúdico para eventos, presentaciones y una bodega con añadas antiguas con vinos que van de los 20 a los 80 años.

Y es que Vins i Licors Grau, más que una tienda, parece un museo. El establecimiento cuenta con una Vinoteca (la tienda), donde se ubica la impactante zona de ‘Selección de Grandes Vinos’, pero también con un espacio de venta de artículos varios —accesorios, regalos...—, una librería, una zona de recreo para niños, un

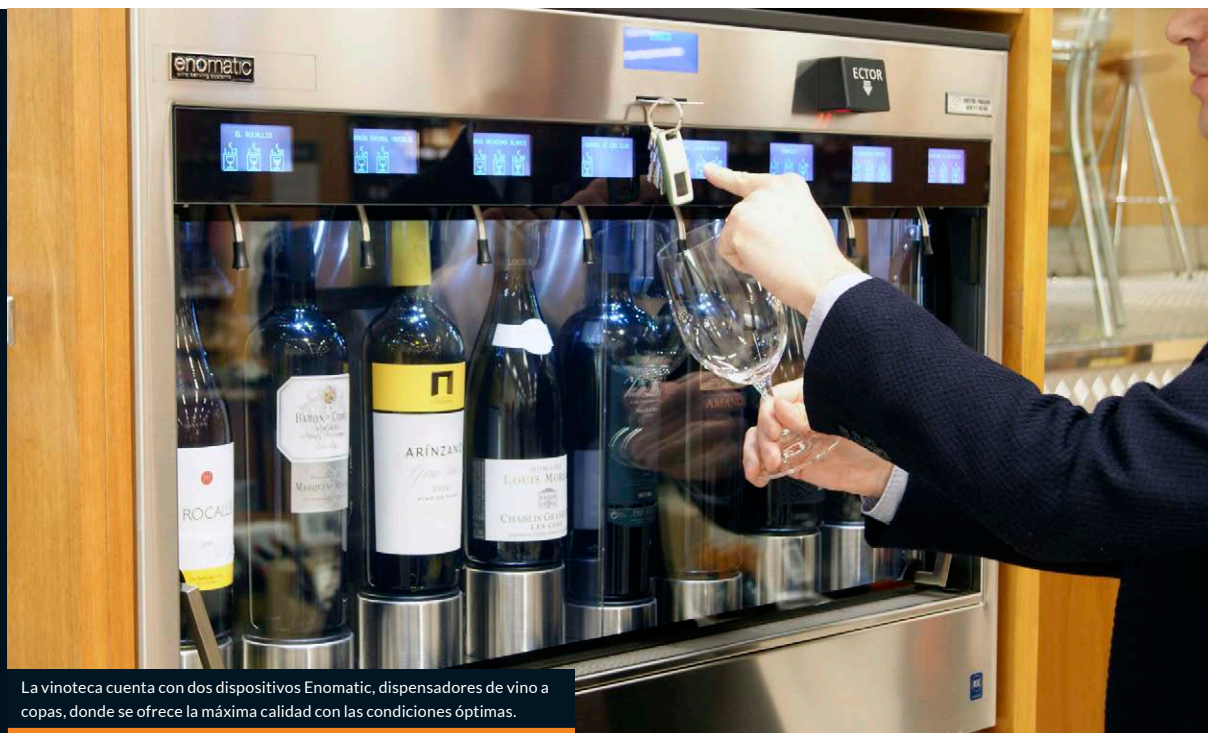
Bar-Vinateria donde degustar los vinos por copas, varias salas de cata y oficinas, además de los imponentes almacenes y la zona exterior.

El negocio: la venta de vino

“Nuestro negocio principal, igual que cuando mis padres iniciaron el proyecto, sigue siendo la venta y la distribución para el sector hostelero, tiendas pequeñas, hoteles...”, afirma Jordi Grau. “El 90% de nuestro negocio se ubica en Girona, aunque tenemos contactos puntuales en otras zonas a nivel mayorista en España y en la Unión Europea: Bélgica, Holanda, Italia, Suiza o Alemania, entre otros. Estos mayoristas europeos encuentran en nosotros algo muy difícil de lograr, les hacemos llegar referencias muy concretas, cajas con una mezcla de productos muy especiales a precios competitivos. Además, a nivel logístico les es mucho más cómodo que nosotros les enviemos un solo pedido con 20 referencias que tener que contactar con cada bodega por separado”.

Otra parte muy importante del negocio es la venta online a particulares, tanto desde la web como desde la app adaptada a dispositivos móviles: “Facturamos alrededor de los 60 millones de euros anuales y la venta online ya supone casi el 10% de nuestro negocio. Tenemos firme confianza en que siga creciendo”, asevera optimista Jordi Grau.

Aunque el negocio online vaya viento en popa, visitar la Vinoteca es toda una experiencia indiscutible para cualquier amante del vino. Diseñada para que el cliente tenga siempre a su disposición la información de lo que quiere comprar, la Vinoteca está dividida en varias zonas, organizadas por denominaciones de origen y por tipo de producto: vinos tintos, vinos blancos, rosados, vinos ecológicos, vermouths... “En nuestra tienda se puede encontrar absolutamente todo lo que haga referencia al mundo del vino y los licores. Vinos originarios de todo el mundo, desde los que vienen de países tradicionalmente productores como Francia e Italia, hasta los que provienen de zonas más emergentes como Sudamérica, Sudáfrica, Oceanía... Incluso lugares menos comunes como Marruecos, Eslovenia o Israel”.



La vinoteca cuenta con dos dispositivos Enomatic, dispensadores de vino a copas, donde se ofrece la máxima calidad con las condiciones óptimas.

Pero, ¿qué pasa si alguien viene en busca de un vino que no está en la Vinoteca? “Que se lo buscamos. Nos hemos encontrado con varias demandas muy especiales y siempre las hemos intentado encontrar. El último caso fue un vino de Chipre, el más antiguo del país: lo hallamos y se lo ofrecimos al cliente”.

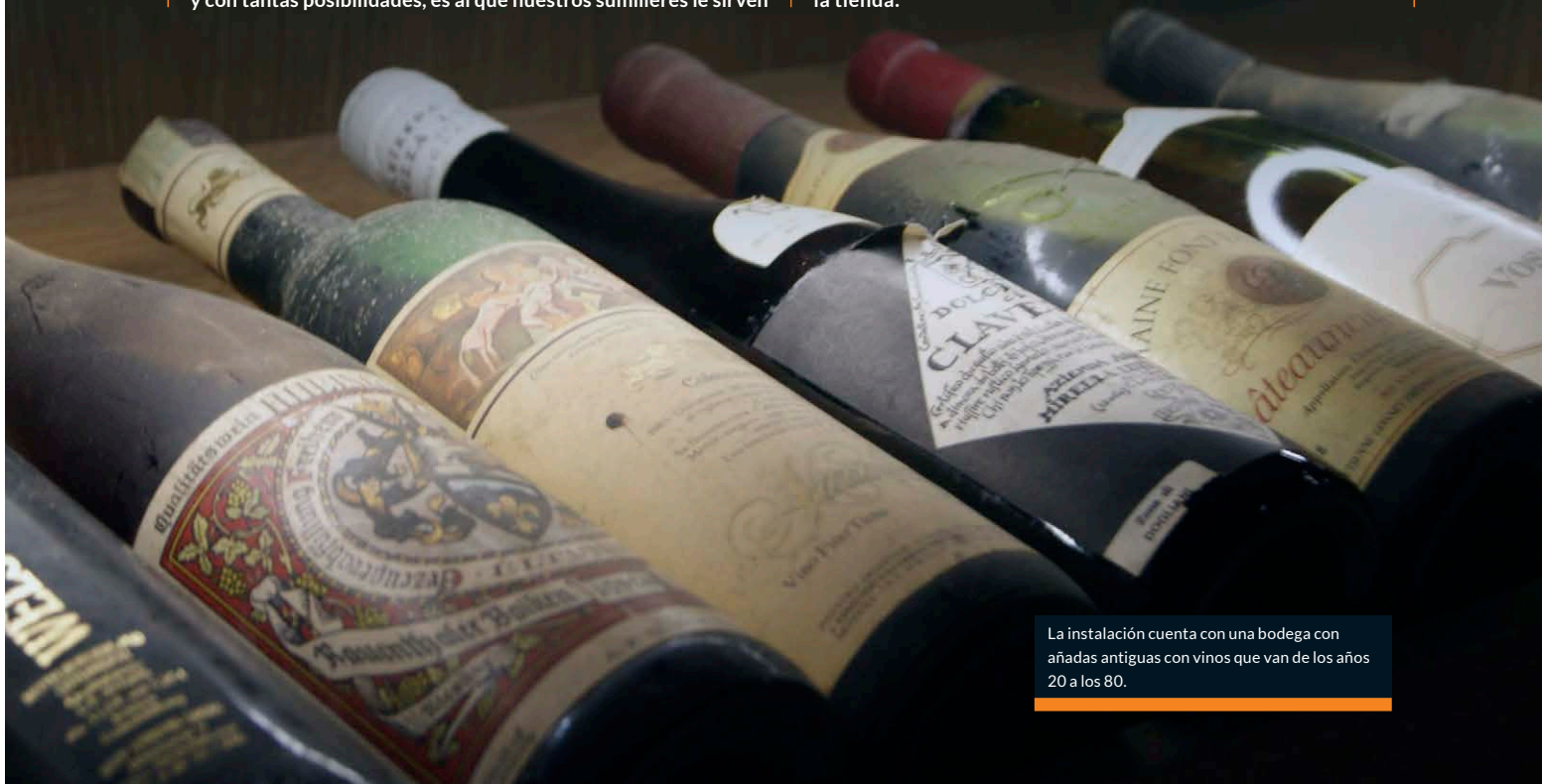
En el centro, el consumidor

Hay tantos tipos de consumidores como personas existen en el mundo, pero Jordi Grau es capaz de reducirlos a dos: “El entendido que sabe lo que quiere -una minoría- y el que se encuentra más perdido”. En ambos casos, Vins i Licors Grau cuenta con sumilleres y enólogos que sirven de guía durante la compra y ayudan al cliente a encontrar el maridaje perfecto. “El consumidor menos entendido, que solo entrar ve una tienda tan grande y con tantas posibilidades, es al que nuestros sumilleres le sirven

de gran ayuda. Al fin y al cabo, el consumidor habitual no necesita tantas especificidades técnicas, simplemente quiere un vino que le guste y que le transporte a vivir la experiencia que le apetece en cada momento”.

La joya de la corona: los grandes vinos

Si una palabra define el espacio ‘Selección de Grandes Vinos’ es asombroso. Un lugar donde encontrar las mejores botellas que existen, expuestas y ordenadas de tal forma que parecen obras de arte: “Se pueden encontrar referencias de las bodegas más conocidas y reputadas del mundo, desde los grandes vinos de Burdeos o Borgoña hasta las botellas más buscadas del país”. Y es que realmente, tener delante un Romanée-Conti... abruma. Y también lo hace el Pingus 2014, el vino nacional más caro de la tienda.



La instalación cuenta con una bodega con añadas antiguas con vinos que van de los años 20 a los 80.



'Selección de Grandes Vinos', la zona más especial de Vins i Licors Grau.

En este majestuoso espacio hay botellas muy difíciles de encontrar: "Hay productos que nos cuesta semanas y semanas hacernos con ellos. Para conseguirlos, los diferentes contactos que tenemos por varios países nos dan la información sobre dónde encontrarlas y cómo obtenerlas. No es nada fácil hallar exactamente lo que uno quiere: una etiqueta concreta, la marca específica, la añada... Pero ahí está nuestro trabajo, conseguir lo mejor".

El perfil de comprador de estas botellas, que van desde los 20 euros hasta sobrepasar los 20.000, es siempre "particular y de gran nivel adquisitivo". Tal y como explica Grau, "en los últimos años el cliente ruso es el que más nos ha solicitado este tipo de botellas". Y aunque pueda parecer sorprendente, a nivel online la empresa ha hecho ventas muy importantes. "Sin ir más lejos, el último Romanée-Conti lo vendimos a un cliente parisino a través de la web. Esto es muy curioso porque es un cliente francés, que compra un vino francés, pero lo hace en una tienda en España... Ahí radica el éxito de conseguir este tipo de botellas tan y tan exclusivas".

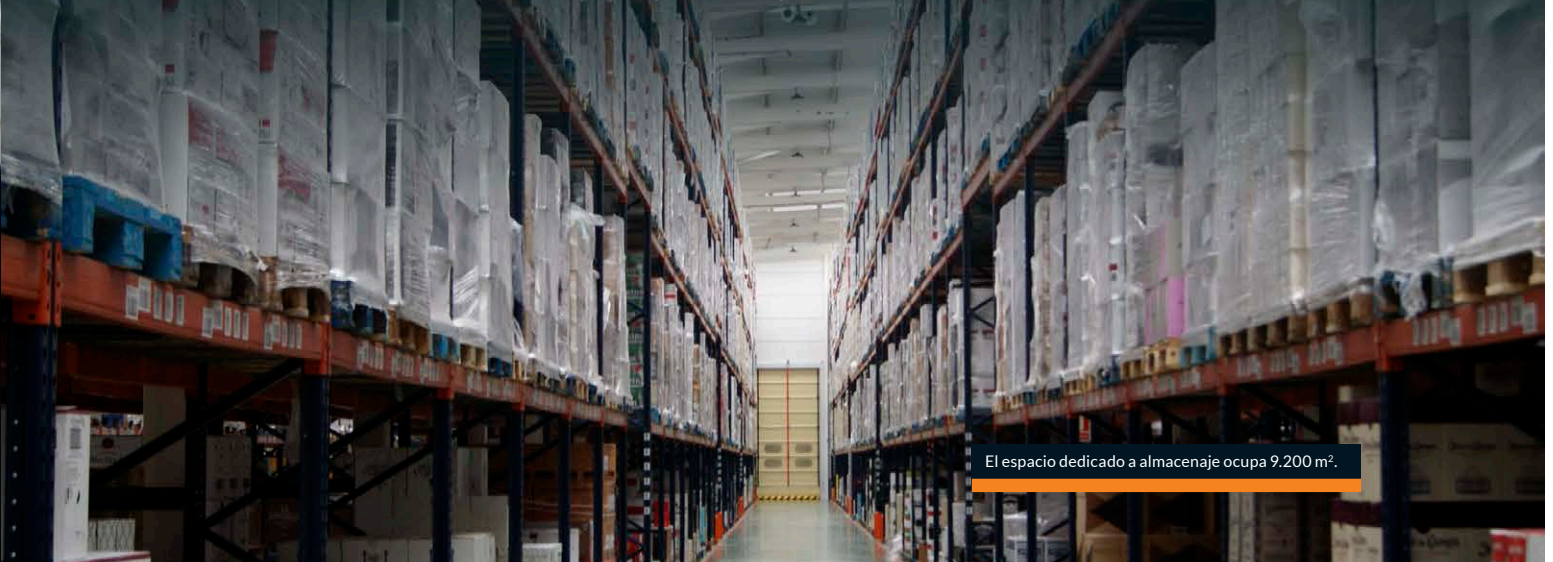
Una buena distribución; un gran almacén

La compañía cuenta con 9.200 metros cuadrados de almacén, de los cuales 1.200 están climatizados: "En el momento en que recibimos las botellas en la tienda, las colocamos en zonas climatizadas para su buen mantenimiento: ya sea en el almacén o en la zona de Grandes Vinos, donde la humedad y la temperatura

están controladas a unos 16 °C durante todo el año. Las botellas muy especiales y que requieren condiciones concretas debemos cuidarlas más, cosa que en invierno no es demasiado complicado por las bajas temperaturas, pero en verano debemos trabajar en horarios que no comprometan el buen estado del vino". El espacio para el almacenamiento del stock se divide en dos partes: el espacio para cajas y el espacio para botellas individuales. "El espacio más grande lo ocupan las cajas, ordenadas para que los trabajadores puedan preparar los pedidos de forma manual a través de un sistema informático que les indica la ubicación del producto, la cantidad y el destinatario. Así, ellos solo tienen que acercarse a la ubicación, preparar el pedido y validarlo para proceder al envío".

El nuevo departamento de preparación de picking de botellas automático, desarrollado con el sistema de almacén robotizado Miniload, estará en funcionamiento en los próximos meses: "Esta instalación la hemos hecho por dos motivos: para ahorrar tiempo y para evitar errores humanos debido a la demanda creciente del canal online".

Vins i Licors Grau cuenta actualmente con 12.000 referencias y tiene una capacidad total para almacenar 8 millones de botellas, por lo que resulta imprescindible trabajar con las tecnologías más eficientes posibles. "El hecho de almacenar tantas referencias responde a la necesidad de nuestro cliente, sobre todo en hostelería.



El espacio dedicado a almacenaje ocupa 9.200 m².

Los restaurantes prefieren tener referencias variadas y no tienen espacio para guardar mucha cantidad de botellas, por lo que prefieren menos cantidad de cajas pero más variedad de botellas".

Con la entrada en funcionamiento del nuevo sistema de picking, la preparación de los pedidos por botella se realizará a través de un sistema de estanterías. "En cada estantería se ubican distintas bandejas de plástico y en cada una de ellas se encontrará las referencias. El sistema, de forma automatizada, preparará los pedidos y los acerca al operario, para que éste solo tenga que comprobar que todo está correcto. En consecuencia, el operario no tendrá que moverse de su puesto de trabajo, por lo que se ahorrará mucho tiempo, se ganará en efectividad y se reducirá el margen de error".

La fuerza del enoturismo

Vins i Licors Grau se encuentra a escasos kilómetros de la playa, en el pueblo costero de Palafrugell, una de las zonas centrales de la Costa Brava que recibe miles de turistas al año: "Estamos ubicados en una zona muy concurrida y nos hemos dado cuenta de que el turista internacional quiere venir a nuestras instalaciones, cosa que también sucede con el turista nacional y de proximidad. En verano, en un día de lluvia, la tienda se abarrota... Y eso nos llena de satisfacción".

Conscientes de este suceso, la compañía entró a formar parte de la Ruta del Vino de la DO Empordà con el objetivo de potenciar el enoturismo en la zona: "Inicialmente nos introdujimos en la Ruta del Vino de una forma más pasiva, pero nos gustaría fomentar este aspecto y ser más activos para mostrar, sobre todo, el potencial del vino de nuestra zona".

La vitrina de los galardones

Es difícil enumerar todos los premios y reconocimientos con los que cuenta Vins i Licors Grau. El primero de ellos llegó en 1997,

cuando la Associació d'Hoteleria Costa Brava les otorgó el galardón a mejor distribuidor. Desde ese momento, la lluvia de premios ha sido constante.

Tal vez uno de los más importantes es la Placa President Macià y la Medalla President Macià que recogieron en 2003 y en 2012 respectivamente. Aunque debe ser imposible quedarse con uno, no es tan difícil saber por qué los reciben: "Honestamente creo que ofrecemos seriedad, esfuerzo y trabajo constante. Desde que mis padres iniciaron este proyecto el trabajo ha sido duro, nadie les regaló nada, todo se ha logrado con compromiso, día a día y con muchas ganas de mejorar. Nuestro activo principal es la satisfacción del cliente y eso no lo perdemos nunca de vista".

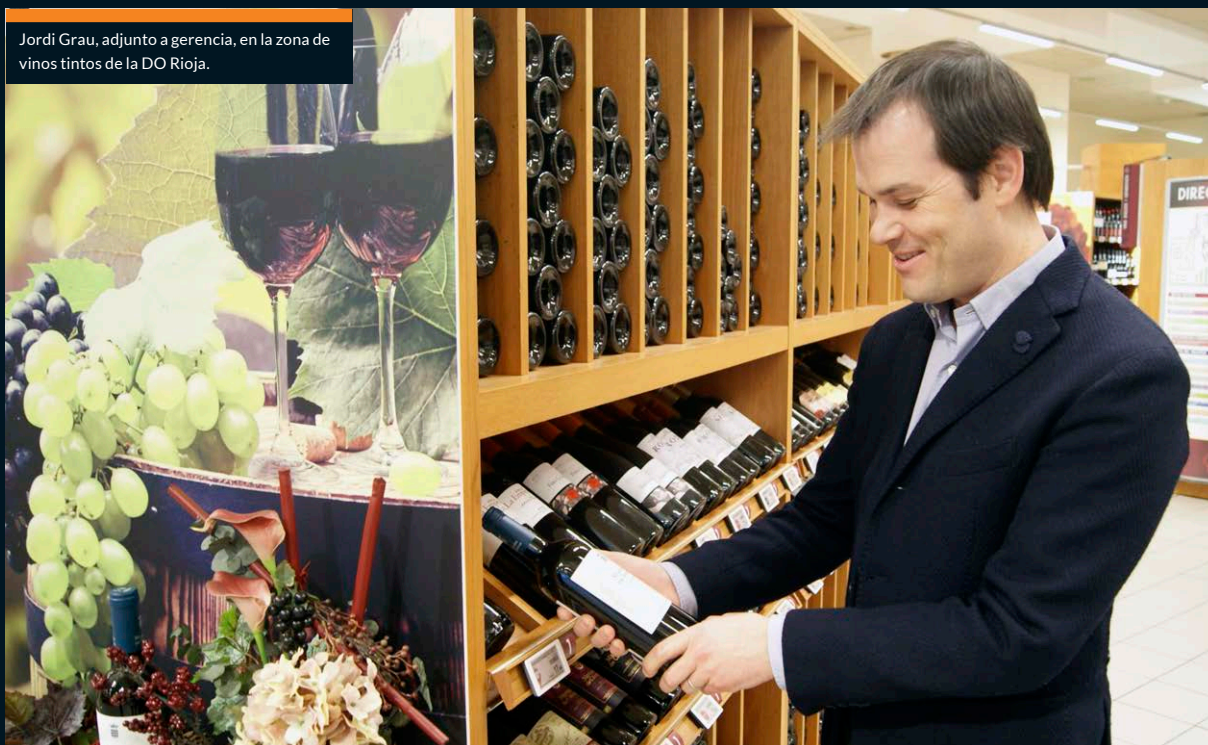
Porqué, en realidad, ¿a quién no le gusta que le reconozcan su trabajo? "Para nosotros es un orgullo enorme, una satisfacción difícil de explicar y un verdadero honor".

La defensa del corcho

Vins i Licors Grau está comprometida con el uso del corcho como material de taponamiento del vino. Para Jordi Grau, "el corcho es el mejor amigo del vino, sobre todo a nivel técnico porque todavía no existe ningún material que lo pueda imitar". El vino pasa por un proceso de envejecimiento que "solamente el corcho puede procesar con tantas ventajas".

Pero no se trata solamente de una cuestión técnica, sino también emocional y de sostenibilidad: "A nivel medioambiental, al provenir del alcornoque, el corcho presenta unas características reciclables más óptimas. Y no podemos olvidar el elemento social y de territorio, que es muy importante para nosotros. Girona cuenta con una significativa industria del corcho, con empresas locales que dan trabajo a nuestros vecinos, y que forman parte de un entorno y de un ecosistema, de un paisaje y de un territorio que queremos preservar. Hemos nacido aquí y queremos potenciar lo que tenemos".

Jordi Grau, adjunto a gerencia, en la zona de vinos tintos de la DO Rioja.



La visión del consumo de quien se dedica a vender vino

¿Por qué se consume menos vino? “Falta comunicación”. Grau lo tiene claro: “La industria cervecera, por ejemplo, ha hecho una apuesta publicitaria muy fuerte y les ha sido muy útil. Desde el sector del vino faltan acciones así. Además, el consumo diario de vino ha quedado relegado a un consumidor más mayor. La gente joven busca otro tipo de productos y consume vino en ocasiones más festivas. Aunque vamos ganando terreno entre los jóvenes, el consumo habitual es poco frecuente”.

Pero la parte positiva es que las tendencias de consumo muestran que hay margen de crecimiento. “El vino blanco joven y fresco, sobre todo el de nuestra zona del Empordà, está aumentando mucho en ventas. Los Verdejos de Rueda tuvieron una época muy buena, pero ahora mismo su venta se encuentra estancada. Por otro lado, el rosado pálido está siendo un fenómeno en todos los niveles y en todas partes. Lo más curioso es que los precios de los rosados, que en otros momentos serían impensables, hoy el consumidor los está pagando”.

El vino ecológico es otra de las grandes demandas actuales. “Y, en menor medida, hay un nicho de mercado que nos pide productos orgánicos, biodinámicos, naturales... Incluso vegano. Al fin y al cabo, la gente está preocupada por lo que come y el vino es un producto alimentario más. Por ello decidimos crear un apartado específico en la tienda, para que el consumidor sepa lo que está comprando. Tiempo atrás nos había sucedido que el cliente compraba un vino y no sabía que era natural... Y el sabor no le acababa de convencer. Ahora, al tenerlos todos juntos y diferenciados, ya no se suceden estos errores”, aclara Jordi Grau.

Otro concepto importante es que esta tendencia hacia el producto ecológico está ligada al concepto de proximidad, slow food... “Por eso el vino de bodegas catalanas es el que más ha crecido en los últimos años en nuestra tienda, así como el cava, que le sigue ganando la partida de las ventas al champagne. El comprador de aquí, el catalán, quiere cava; y el francés, champagne.

La diferencia la marcan aquellos que vienen de grandes ciudades, como París, que les apetece probar cosas nuevas y no hacen diferencias entre cava o champagne”.

Y si hablamos de clientes, ¿quiénes son los mejores? “El que proviene del centro de Europa: belgas, holandeses, alemanes, ingleses, finlandeses... No son países productores -excepto Alemania, que produce blancos- y, por ello, son muy buenos importadores. El vino español ya lo conocen, saben que la relación calidad-precio es difícilmente comparable con otras zonas y disfrutan consumiéndolo. En cambio, con el cliente francés las cosas son distintas ya que son muy orgullosos de su tierra y les gusta consumir sus productos”.

En este sentido, el precio siempre es motivo de discordia. ¿Es nuestro vino muy barato? “No. Creo que el problema no es que el vino español sea barato, es que los demás son demasiado caros. Hay muchas bodegas españolas que ofrecen precios muy justos, pero al lado de bodegas francesas, por ejemplo, el precio no tiene nada que ver. ¿Nos podrían valorar más a nivel internacional? Sí, seguramente. Pero lo que queremos es que en España se consuma vino y no nos podemos permitir subir demasiado los precios. Con la sequía de las últimas cosechas ya se ha visto un pequeño incremento y está siendo complicado...”.

El futuro...

En 2017 Vins i Licors Grau celebró su 40 aniversario con un acto que reunió a 3.000 personas entre invitados, representantes del sector vitivinícola, Horeca, empresarial e institucional a escala nacional e internacional, clientes, proveedores y amigos.

Y siempre con la vista al pasado, Grau encara lo que está por venir: “Nuestro futuro pasa por seguir mejorando. A corto plazo nuestro objetivo es consolidar la ampliación de las instalaciones, seguir optimizando el servicio al cliente y elevar la cuota de mercado en distribución. También seguiremos apostando por el portal online, abriendo un espacio de venta a profesionales tanto en Catalunya como en España”, concluye Jordi Grau. •



Una de las salas de cata donde se organizan cursos, talleres, eventos...