



MUNDO DO VINHO

UM SERVIÇO DE QUALIDADE COM SERIEDADE E TRANSPARÊNCIA

Como uma das suas máximas é a inovação constante, o Mundo do Vinho tem vindo a desenvolver a sua atividade acompanhando as exigências dos tempos modernos, com o intuito de garantir a total satisfação dos seus clientes. Qualidade, honestidade e profissionalismo são os predicados desta empresa que, paulatinamente tem vindo a conquistar um crescimento assinalável. A atribuição do estatuto PME Excelência vem apenas comprovar esta evolução e desenvolvimento, bem como a solidez financeira desta empresa algarvia.



O Mundo do Vinho recebeu, pela primeira vez, a distinção de Estatuto PME Excelência em 2015, atribuído pelo IAPMEI, uma distinção que procura homenagear os desempenhos empresariais superiores, no segmento das pequenas e médias empresas dos mais variados setores de atividade, que contribuíram para o reforço da capacidade competitiva nacional. Gualdino Guerreiro, administrador da Mundo do Vinho, encara este estatuto como um reconhecimento do trabalho desenvolvido. “Acredito que esta distinção é fruto do trabalho desenvolvido, ao longo dos últimos anos, procurando sempre alcançar patamares de excelência”. O estatuto PME Excelência é igualmente sentido como um reconhecimento pelo esforço e dedicação colocados ao serviço de um projeto empresarial, com o intuito de alcançar um crescimento cada vez mais sustentado. “A distinção PME Excelência 2015 é uma motivação adicional para que continuemos a trabalhar e a servir os nossos clientes com a seriedade e qualidade que nos distingue”, reitera o empresário.

Em entrevista à revista Portugal em Destaque, Gualdino Guerreiro dá a conhecer a empresa, as suas potencialidades, os seus produtos, bem como os objetivos que acalenta em termos de futuro, que visam a continuidade do crescimento desta empresa de referência da região algarvia.

O Mundo do Vinho, enquanto empresa vocacionada para o comércio de bebidas, existe desde 1987, no entanto a paixão de Gualdino Guerreiro por esta área de negócio é bem mais antiga, paixão esta que o levou a investir numa empresa criada à imagem da sua visão do negócio. “A história do nosso percurso é simples: foi com muito trabalho, esforço, dedicação e paixão que conseguimos evoluir e chegar ao patamar em que nos encontramos hoje”, salienta.

O Mundo do Vinho é pioneiro no Algarve na distribuição de diversos produtos, entre os quais o chamado (Wine Service) que se caracteriza pelo serviço há pressão dos seguintes produtos, sangria tinta, sangria branca, vinho branco, vinho tinto, vinho branco leve e vinho rosé leve, normalmente servido em jarro ou a copo mas sempre com uma excelente relação preço/qualidade. Mantendo sempre o seu carácter inovador, e com vista à possível futura internacionalização da empresa, o Mundo do Vinho



tem criado algumas marcas próprias sendo o objetivo dentro de algum tempo contar com uma marca sua de cada uma das principais zonas vinícolas de Portugal, no Algarve representa algumas das melhores casas de vinho das principais zonas vinícolas portuguesas contando ainda com uma excelente gama de vinhos de mesa, vinhos espumantes e champagnes por si importados de Itália, França e Espanha.

“A nossa empresa tem duas vertentes: vinhos e cervejas. Trabalhamos com cervejas que importamos provenientes da Alemanha, Bélgica, França e, Espanha, bem como uma completíssima gama de cervejas artesanais portuguesas”, revela o empresário, salientando que o Mundo do Vinho garante a distribuição eficiente destes produtos cobrindo toda a região do Algarve.

Gualdino Guerreiro acredita que o Mundo do Vinho é líder no mercado do Algarve na área dos vinhos de pressão (Wine Service) onde conta com a mais completa gama de produtos nesta área acompanhada da melhor relação preço/qualidade nesta gama de produtos, fator conseguido pela sua longa experiência e inovação neste setor, mas como já mencionado a empresa conta também com um vasto portfólio de vinhos em garrafa representando no Algarve algumas excelentes casa de vinho portuguesas. *“As produtoras com que mantemos uma relação mais forte são efetivamente as Encostas de Estremoz no Alentejo e a Quinta do Gradil na região de Lisboa mas trabalhamos com outras excelentes casas de vinho como a Adega Cooperativa de Vila Real, a Quinta do Bração e Duvalley no Douro, a Quinta de Gomariz (vinhos verdes), a Quinta do Serrado (Dão), a Quinta do Piloto e Sivipa na Península de Setúbal e outros, resumindo procuramos contar com um portfólio com excelente relação preço/qualidade e que cubra as principais zonas vinícolas do país”,* adianta o empresário.

Na região do Algarve, o Mundo do Vinho tem uma parceria com uma quinta local e pretende lançar no mercado, a breve trecho, uma marca própria criada por si de nome Terras de Loulé, cujo rótulo e imagem está neste momento em fase de estudo. *“Não estamos, de momento, a pensar em expandir a nossa empresa para além das fronteiras do Algarve, pese embora façamos alguns negócios fora da região através de diversas parcerias”,* desvenda Gualdino Guerreiro, acrescentando que a empresa exporta alguns vin-

hos para o mercado externo, essencialmente para a Alemanha, Áustria, Bélgica e China, sendo no entanto por agora negócios pontuais com volumes relativamente baixos.

Com uma estrutura empresarial que conta com nove funcionários e mais dois na época alta, o Mundo do Vinho tem como principais clientes supermercadistas, garrafeiras, bares, restaurantes e alguns dos principais e maiores hotéis do Algarve.



ENCOSTAS DE ESTREMOZ



Um olhar sobre o setor dos vinhos

Apaixonado por esta área de negócio há qual se encontra inteiramente ligado há 36 anos, Gualdino Guerreiro dá a conhecer a sua visão sobre o setor, entendendo que, muitas das principais marcas que outrora eram referência indiscutível, hoje 'desapareceram' ou quase desapareceram do mercado, sendo possível apenas ver esporadicamente uma ou outra garrafa num ou outro estabelecimento. No entanto e como este é um setor que tem estado em constante e positiva evolução, tem aparecido no mercado toda uma panóplia de novos vinhos quase na generalidade de excelente qualidade, muitas destas novas marcas têm granjeado sucesso, mercê da sua elevada qualidade excelente

relação preço/qualidade e também pelo notório cuidado colocado na imagem dos mesmos. "Os vinhos portugueses estão de parabéns tanto pela sua excelente e reconhecida qualidade como pela sua cada vez mais cuidada imagem, e tem aos poucos conseguido o seu merecido reconhecimento internacional". Quem o diz é o empresário, sublinhando que, atualmente, o consumidor está ávido por novos produtos e novas experiências gustativas. O consumidor atual não quer só beber vinho, quer beber vinho mas também está ávido de saber mais e mais sobre os vinhos que bebe, o consumidor atual quer saber a história do vinho que vai beber, a região, o tipo de solos em que são produzidos, que castas o compõe, se tem madeira, se não tem madeira, características organo-





lépticas, que pratos acompanha bem, muitos consumidores hoje escolhem o vinho que case bem com o prato que tem para comer ou escolhem o prato que case bem com o vinho que tem para beber, entre outros,

Resumindo é importante que quem faz o vinho perceba que cada vez mais o seu consumidor é um especialista que sabe exatamente o que quer e vai escolher o seu vinho em função disso mesmo, e que a sua preocupação não é beber muito mas sim beber bom.

Por outro lado, voltando um pouco atrás, entende que o desaparecimento de algumas marcas de referência do mercado se deve ao facto de os seus produtores ou responsáveis comerciais terem em dado momento decidido apostar em força nos grandes centros de distribuição, esquecendo-se que *"as grandes superfícies podem vender muito, mas não fazem marcas"*.

Questionado acerca do impacto que as grandes superfícies têm na atividade do Mundo do Vinho, Gualdino Guerreiro confessa que este é quase nulo, isto porque a sua empresa trabalha produtos diferenciados e tem uma forma de trabalhar mais direta com o seu cliente. *"O Mundo do Vinho acredita em marcas que não são muito conhecidas mas que sejam de qualidade garantida e desenvolve todo o trabalho de apresentação do produto ao mercado e a colocação do produto no cliente, assegurando posteriormente a continuidade da sua distribuição"*, afirma o administrador da empresa, evidenciando a sua forma de estar no negócio.

Objetivos e projetos para o futuro

Atualmente, o Mundo do Vinho tem várias marcas registadas que têm alcançado um sucesso efetivo, como por exemplo o Encostas de Marvão, um excelente vinho regional alentejano, bem como uma linha de espumantes que tem registado uma boa aceitação com números de faturação bastante aliciantes, mas também a mais completa e moderna linha de vinhos de pressão do mercado português com a sua marca que contempla sangria tinta, sangria branca vinho tinto, vinho branco, vinho branco leve e vinho rosé leve.

"Estamos em fase de desenho dos rótulos de um vinho verde de nome Pêro Vaz e do Terras de Loulé", para vinho regional Algarve, adianta, acrescentando que tem outras ideias, mas os passos têm que ser dados de forma rigorosa e sustentada. *"O objetivo é impulsionar o crescimento através da criação e internacionalização de marcas próprias, assim como a implementação dessas mesmas marcas no mercado nacional através de parcerias comerciais com colegas que procurem relações comerciais sérias, duradouras e que os respeitem comercialmente, criando zonas de distribuição exclusiva tanto nos produtos de pressão, como nos engarrafados e importados"*.

O Mundo do Vinho apostou também na criação do seu website próprio *"que brevemente disporá também de loja com sistema de vendas online"*, sublinha Gualdino Guerreiro, destacando que o Mundo do Vinho pretende continuar a prestar aos seus clientes um serviço de alta qualidade com seriedade e transparência por bons e longos anos.



PORTUGAL

em Destaque



AMARANTE
BRAGA
PÓVOA DE LANHOSO
VIEIRA DO MINHO

ELSA GUERREIRO E GUALDINO GUERREIRO - ADMINISTRADORES

A EMPRESA ALGARVIA RECEBEU O PRÉMIO PME EXCELÊNCIA 2015 E TEM VINDO A DESENVOLVER A SUA ATIVIDADE ACOMPANHANDO AS EXIGÊNCIAS DOS TEMPOS MODERNOS.