

Carlos Gonçalves, Administrador da Gonçalves Mendes

“Estamos orgulhosos da confiança depositada pelas grandes superfícies”

Produtor de marca de fabricante e marca própria, a Mendes Gonçalves não teme esta concorrência, até porque, segundo revela Carlos Gonçalves, administrador da Gonçalves Mendes, “as MDD representam mais de 70% do mercado logo não podemos estar fora deste segmento”

Victor Jorge
vjorge@hipersuper.workmedia.pt

Presente nos cinco continentes, a exportação representa já 11% da facturação da Mendes Gonçalves. Para 2011, as expectativas são das melhores, esperando a empresa crescer a duplo dígito.

Hipersuper(H): Lançaram recentemente no mercado três novidades: uma nova gama de pipi-piris, nova linha de vinagres (com spray) e condimentos de vinagre com polpa de fruta (em PET). Estes são três segmentos onde o consumidor valoriza muito novidade e inovação?

Carlos Gonçalves (C.G.): Sim, sem dúvida. Os verdadeiros apreciadores de vinagre têm consciência que, apesar de se tratar de um produto básico na cozinha, o vinagre é um elemento de extrema importância da definição do paladar dos alimentos. Os vinagres com fruta acabam por captar ainda os consumidores que não apreciam especialmente este produto, uma vez que a fruta retira a percepção da acidez do vinagre e torna-o um tempero ainda mais saboroso.

Os sprays estão a ter uma ótima aceitação uma vez que vai de encontro à poupança, já que ajuda na racionalização da quantidade a usar nas saladas.

Quanto aos piri-piris, constatámos que os consumidores não tinham uma grande variedade nas prateleiras e inclusive criámos produtos com diferentes graus de picante, por forma a responder a diferentes necessidades.



H: A actual conjuntura económica, com a palavra crise a estar presente no vocabulário do dia-a-dia, é propícia ao lançamento de novidades? Que mais-valia comunicam ao consumidor relativamente a estas vossas novidades?

C.G.: Acreditamos que devemos estar sempre a surpreender os nossos consumidores com novos temperos, por forma a promover um cada vez maior prazer à mesa. Por outro lado, o nosso lema interno é: “qualidade e inovação a um preço justo”, pelo que acreditamos que embora disponibilizemos ao nosso consumidor novidades, o fazamos sempre a um preço acessível e não proibitivo.

H: Na comunicação da vossa empresa referem que a Mendes Gonçalves se dedica essencialmente à produção de vinagres (e molhos), tanto debaixo das suas marcas como para a esmagadora maioria das insígnias de retalho em Portugal. Não temem estar a fazer concorrência aos vossos próprios produtos/marcas ou o consumidor consegue diferenciar o que é a vossa marca e as marcas próprias da distribuição?

C.G.: No nosso segmento, as Marcas da Distribuição (MDD) representam mais de 70% do mercado logo, e à semelhança das grandes empresas, não podemos estar fora deste segmento. Por outro lado, estamos orgulhosos da confiança depositada pelas grandes superfícies na nossa capacidade/qualidade produtiva, a qual ganhamos a cada auditoria que nos é feita.

Paralelamente, com as nossas marcas, a estratégia passa pela aposta em inovações de mercado vs qualidade, sendo as nossas tácticas a

superação das expectativas e a aproximação aos nossos consumidores e clientes.

H: Que peso possuem as marcas da distribuição no segmento de produtos em que estão presentes?

C.G.: 75%

H: Também são representantes de algumas marcas estrangeiras no nosso País. Que diferenciação apresentam esses produtos em relação aos que existem no mercado nacional e o que representam os produtos importados nas contas da vossa empresa?

C.G.: A Mendes Gonçalves tem por meta ser a solução do mercado em termos de vinagres, queremos ser reconhecidos no que de melhor se faz em vinagres, daí importarmos o que de melhor se faz no mundo.

Os produtos que importamos diferem dos nossos por uma única questão: método de fabrico. Logo, resultam obrigatoriamente em produtos diferentes - nem melhor nem piores, diferentes. Na verdade, como produtores teríamos a possibilidade de usar os mesmos processos, mas como fazer cópias nunca foi o nosso lema, preferimos ser parceiros dos melhores, como é o caso da Acetum: o maior produtor de vinagre balsâmico e a Reine de Dijon - 3º maior produtor de mostarda de França.

Estes produtos representam cerca de 4% da nossa facturação.

H: Grande aposta feita pela Mendes Gonçalves é também o mercado externo. Para onde exportam e em que volumes? Quais são os principais países de destino dos vossos produtos?

C.G.: Essencialmente exportamos para os PALOPS, mas estamos já presentes nos 5 continentes. Neste momento, a exportação representa 11% da nossa facturação.

H: Que expectativas têm para o ano de 2011?

C.G.: Felizmente as nossas expectativas são boas, sendo que prevemos crescer no mercado nacional e internacional, na ordem de 10% e 20%, respectivamente. ■

Seja um **EXP**_(ray)**ERT** a temperar saladas!



Com Peninsular vai arrasar:

Se por um lado, o SPRAY garante que o vinagre fica espalhado na perfeição - por outro, tem a garantia dos consumidores portugueses de que está a usar os vinagres mais saborosos à venda em Portugal.

E tudo isto com um preço justo.

m|g
mendes gonçaves