**Google, Alibaba, Uvinum y DHL exponen las ventajas de exportar a través de Internet en FENAVIN 2017**

**El Colegio Oficial de Enología regional organiza esta ponencia en el que los principales actores del sector comentarán las oportunidades del comercio electrónico**

**Ciudad Real, 6-5-2017-.** La internacionalización digital del comercio del vino será uno de los principales temas que se abordarán en FENAVIN 2017. Concretamente, el Colegio Oficial de Enólogos de Castilla-La Mancha organiza una mesa redonda en la que los principales actores del sector, Google, Alibaba, Uvinum y DHL, debatirán sobre las oportunidades y los aspectos claves para la exportar a través de internet. Una cita que tendrá lugar el día 10 a las 13 horas en el Salón de Actos.

Adolfo Fernández, business development manager en España y Portugal de Google, Dori López, gerente de Consultoría Innova, Fernando Aparicio de Alibaba.com Global Service Partner, Miguel Ruescas Lozano, decano del Colegio Oficial de Enología de Castilla-La Mancha, Nico Bour, socio de [www.uvinum.com](http://www.uvinum.com) y Nicolás Mouze, director de Marketing y Ventas de DHL Express serán los encargados de demostrar cómo “con estas nuevas tecnologías se nos permitirán acceder a nuevos mercados de una forma más rápida y segura con nuestros productos de como lo veníamos haciendo”, comenta Ruescas refiriéndose a las empresas agroalimentarias, en especial a la vitivinícola.

Y es que según apunta Nicolás Mouze, el E-Commerce internacional es una oportunidad para exportar y acceder a millones de consumidores. Permite a cualquier pyme acceder a mercados internacionales y darse a conocer mediante su web y los marketplaces. “El E-Commerce internacional aumentará un 25% al año hasta el 2020 y ofrece múltiples oportunidades de crecimiento internacional. Además necesita más preparación, porque acceder a los mercados internacionales requiere mayor conocimiento de los consumidores de los mercados de destino, dónde se aplican las reglas del comercio internacional”.

La formación de las empresas es un punto en el que incide Dori López ya que, en su opinión, es muy importante que conozcan muy bien todos los ejes que forman parte de un proceso de internacionalización digital (selección de marketplaces adecuados, estrategia, precio, producto, distribución, etc), y defina una estrategia clara y concisa de puesta en marcha. Es decir, realizar el paso previo de análisis necesario para la puesta en acción puede marcar la diferencia para un proyecto de éxito.

Por su parte, Fernando Aparicio, que hablará sobre el Marketplace Alibaba.com como principal canal B2B (Business to Business) global para el sector vinícola, considera que la comercialización on-line tiene numerosas ventajas, pero que debe considerarse como un canal complementario a la exportación tradicional. A lo que añade que el sector vitivinícola es una de las industrias con más potencial dentro del marketplace al que se refiere.

Entre las ventajas de la exportación on-line apuntan el acceso directo a los mercados internacionales que puedan ser B2B, es decir, directamente a distribuidores o importadores que buscan y compran vinos directamente a la bodega, o B2C acceder directamente a los consumidores finales a través de la página web. “Por eso, muchas empresas exportadoras deciden abrir una canal de comercialización on-line que les permite acceder a nuevos mercados con un coste limitado, comunicar directamente con el consumidor final, crear marca y diferenciar su producto y progresivamente desarrollar una nueva fuente de ingresos”, explica Mouze.

**Ref. 11917** Se adjuntan fotos