

COMERCIO B2B DEL VINO EN LOS MERCADOS ELECTRÓNICOS

Andrew McVey
eMarket Services,
New Zealand Trade & Enterprise

www.emarketservices.com

Diciembre de 2005

Informe



© New Zealand
Trade & Enterprise

Sinopsis

El comercio mundial del vino está creciendo gradualmente, al sumarse nuevos clientes tanto en los mercados desarrollados como en los nuevos mercados emergentes. Tras unos comienzos dubitativos, la industria vitivinícola internacional ha empezado a apostar por el comercio online a través de bases de datos electrónicas. Por lo general, los mercados electrónicos están bien adaptados para este comercio internacional, que abarca numerosas zonas horarias, idiomas y divisas. Este informe presenta algunos mercados electrónicos relevantes dedicados al sector del vino.

Índice

Sinopsis	1
Definición del sector	1
Negocio electrónico sectorial.....	1
Mercados electrónicos del sector	2
Mercados electrónicos relevantes del sector	2
Perspectivas de expansión de los mercados electrónicos.....	3

Definición del sector

En los últimos años, el crecimiento anual del comercio mundial de vino ha rondado los 25.000 millones de litros. Los productores del Nuevo Mundo, como Australia, Nueva Zelanda y Chile, se han hecho con cuotas significativas en mercados tradicionalmente dominados por países del Viejo Mundo, como Francia e Italia. El aumento del consumo mundial de vino está ligado a varios factores, incluida la apreciación de los beneficios para la salud derivados del consumo de vino tinto. Asimismo, el aumento de las rentas disponibles y la demanda de productos occidentales también han despertado un vivo interés en mercados emergentes como China y Rusia. En el futuro, el crecimiento de los mercados consolidados se concentrará en los caldos más caros de mayor calidad.

Negocio electrónico sectorial

Aunque los mercados electrónicos del vino tardaron en establecerse, esta forma de comercializar vino se ha extendido mucho en los últimos años. En algunas zonas de EE.UU., como Nueva Inglaterra, el 50% de toda la distribución se realiza a través de mercados electrónicos B2B (de empresa a empresa). La industria vitivinícola mundial se encuentra bien adaptada para los mercados electrónicos, y sus principales agentes tienen que lidiar con múltiples zonas horarias, idiomas y divisas. La información reviste importancia crucial y, en consecuencia, una plataforma online facilita enormemente la comercialización, ahorrando tiempo, esfuerzo y costes de comunicación. Asimismo, los mercados electrónicos resultan fácilmente accesibles a los productores independientes de propiedad familiar, que aún constituyen parte muy importante del mercado mundial. A menudo estas empresas cultivan los viñedos y elaboran el vino, pero necesitan luego distribuir y comercializar su producto a escala internacional. Es innegable que los mercados electrónicos pueden ayudar a los pequeños viñedos a convertirse en actores mundiales.

Con todo, la penetración de los mercados electrónicos en el comercio vitivinícola internacional se topa con obstáculos. Las redes de distribución dependen de forma muy señalada de los contactos personales, por lo que resulta difícil que una oferta anónima en un mercado electrónico sustituya al pedido de un proveedor de confianza. Asimismo, la estricta normativa legal de algunos países restringe la venta de bebidas alcohólicas por Internet. Además, aunque los mercados electrónicos del vino son idóneos para los pequeños operadores, está por ver si los grandes emporios vitivinícolas, como Constellation Brands, se tomarán a los mercados electrónicos como amenaza o como oportunidad.



Mercados electrónicos del sector

eMarket Services se especializa en seguir los mercados electrónicos que relacionan entre sí a las empresas (B2B). Con todo, en el sector vitivinícola es frecuente que no exista separación entre mercados electrónicos B2B y mercados electrónicos de empresa a particular (B2C). Aunque los proveedores serán casi siempre empresas, los compradores en un mercado electrónico podría ser grandes mayoristas, vinotecas especializadas, restaurantes y bares de vinos independientes o un número cada vez más creciente de aficionados al vino. Como muchos distribuidores prefieren almacenar vinos de procedencia geográfica diversa, adquirir tan sólo una caja (o incluso menos) es algo bastante habitual. Todos los mercados electrónicos incluidos en la siguiente sección se especializan en conectar a proveedores con distribuidores minoristas de vinos, aunque algunos también atienden a clientes particulares.

Mercados electrónicos relevantes del sector

La totalidad de mercados electrónicos incluidos a continuación aparece en el directorio de eMarket Services. Estos mercados online se analizan y actualizan cada semestre, para que sus perfiles estén permanentemente al día: www.emarketservices.com.

BevNetwork - www.bevnetwork.com

Creado en 1999, este mercado electrónico abarca cerveza y licores, además de vinos. Están inscritos en él más de 140.000 proveedores cualificados. Los compradores distribuidores tienen que estar autorizados y entre sus miembros se incluyen hoteles, cadenas de alimentación, restaurantes y licorerías autorizadas. BevNetwork se centra fundamentalmente en el mercado estadounidense y realiza sus operaciones en inglés.

Verticalwine - www.verticalwine.com

En la actualidad esta plataforma sólo está disponible en francés y, aunque con algunos clientes internacionales, está sobre todo dedicada a Francia. Entre sus miembros destacan 20 de las principales empresas compradoras galas. Como ocurre con la mayoría de los mercados electrónicos, es preciso inscribirse antes de poder anunciar productos o realizar una oferta.

Pro-Wine - www.pro-wine.com

Aunque especializada en Europa, Pro-Wine también incluye anuncios de proveedores de vinos de Australia, Nueva Zelanda y Chile. Esta plataforma cuenta con más de 7.500 socios, incluyendo 2.500 compradores y 5.000 vendedores. Además de vino, este mercado facilita el comercio de equipos, maquinaria y servicios vitivinícolas. Pro-Wine es un sitio políglota y puede ser utilizado en inglés, francés, italiano o español.

Wine-Searcher - www.wine-searcher.com

Wine-Searcher es un directorio, lo que significa que no permite realizar operaciones, sino que anuncia a los vendedores y sus productos. Los compradores potenciales pueden comparar precios y ponerse a continuación directamente en contacto con el vendedor. Con sede en Nueva Zelanda y una oficina comercial en Londres, sus 6.245 vendedores proceden de todo el mundo. Esta plataforma está disponible en los principales idiomas europeos y en japonés.

Uvine - www.uvine.com

Presente en Internet desde 2000, Uvine se especializa en caldos de calidad, poco corrientes y añejos, incluyendo las variedades más demandadas de Burdeos, Borgoña y Champagne. Aunque la inscripción puede realizarse online, requiere la aprobación del personal de Uvine. Sus compradores son diversos, desde tiendas minoristas a coleccionistas, inversores y consumidores particulares. Está radicado en Londres y realiza todas sus transacciones en inglés, aunque su clientela es internacional.

Il-vino - www.il-vino.com

Plataforma especializada en vinos italianos y franceses, también comercializa caldos de diversas regiones del Viejo y del Nuevo Mundo. Todos los proveedores tienen que obtener la aprobación del comité de cata



para que sus productos sean aceptados. En la actualidad cuenta con más de 1.000 empresas inscritas, pudiendo navegarse en la plataforma en varios idiomas europeos, incluido el inglés.

Global Wine & Spirits - www.globalwinespirits.com

Con sede en Quebec, Global Wine and Spirits pone en contacto a proveedores de vinos y licores con empresas que operan en el sector de bebidas alcohólicas. Siempre hay anunciadas varios cientos de ofertas de compra y de venta. Las empresas participantes provienen de todo el mundo, estando la plataforma disponible en inglés y en varios idiomas europeos.

Global Wine & Spirits presta alojamiento a una página secundaria, Wine Traders Club (www.winetradersclub.com), que se ocupa sobre todo de vinos caros y raros.

Perspectivas de expansión de los mercados electrónicos

Aunque numerosos mercados online B2B del vino consolidados alardean de tener listas de miembros internacionales, la mayoría se centra en compradores europeos y norteamericanos. Se prevé que las plataformas electrónicas creadas por proveedores de mercados del Nuevo Mundo, como Australia y Nueva Zelanda, complementarán en el futuro a los actuales agentes.

En la actualidad no se presta atención a los nuevos mercados vitivinícolas emergentes, como China. Habida cuenta de la tasa relativamente elevada de crecimiento del acceso a Internet en la región asiática, es probable que aparezcan más mercados electrónicos que sirvan a esos países.

Una consolidación adicional de proveedores podría conllevar una reducción del número de operadores independientes. Sin embargo, y teniendo en cuenta la naturaleza tan fragmentada del sector, nunca dejará de haber pequeños vendedores interesados en los mercados electrónicos. Además, ante el aumento del consumo de vino en todo el mundo, es previsible que los mercados online se mantendrán como uno de los canales de suministro preferidos de los compradores.