

## La plataforma de difusión y e-commerce de los vinos alaveses estará en funcionamiento antes de final de año

Se trata de un proyecto pionero, único en el sector, que ofertará los vinos de Rioja Alavesa y Ayala directamente tanto al cliente profesional como al consumidor final

**Vitoria-Gasteiz, 15 de octubre 2020.** La plataforma digital de difusión y e-commerce de los vinos alaveses estará en marcha antes de final de año, con el objetivo de entrar en producción de cara a la campaña de Navidad. Así lo ha explicado esta mañana el diputado de Agricultura, Eduardo Aguinaco, que en las Juntas Generales de Álava ha subrayado lo novedoso de esta herramienta, “es una plataforma digital que ofertará los vinos de la comarca de Rioja Alavesa y Ayala hacia los canales Business to Business (B2B) y Business to Consumer (B2C), será la única en el sector que trabajará ambos tipos de cliente, profesional y consumidor final”.

“Esta crisis va a suponer un cambio radical en la gestión de la hostelería que conocemos hoy y tenemos que preparar a nuestras bodegas para hacer frente a este reto, con el objetivo de incrementar las ventas y la cuota de los vinos alaveses en la restauración, fundamentalmente en Euskadi”, ha comentado el diputado. “En ese sentido, esta supone una apuesta estratégica de la Diputación Foral de Álava, abierta a todas las bodegas y vinos del territorio, para ofrecer la posibilidad de incorporarse a un modelo de negocio flexible, a través de una plataforma robusta de e-commerce capaz de generar sinergias con otras bodegas y agentes económicos”.

“Todas las bodegas alavesas que lo deseen tendrán garantía de participar en una plataforma monográfica, especializada y exclusiva. Por coste y estructura muchas bodegas de tamaño medio y pequeño tienen dificultades tanto para acceder y posicionarse en el comercio digital como para introducirse en la distribución y hostelería especializada”, ha apuntado Aguinaco.

## Prentsa Oharra Nota de Prensa

En el B2B, las acciones se centrarán en las características objetivas del producto en el mercado y su funcionalidad, pensando en aumentar las ventas en la hostelería, mientras que en el B2C, se hará hincapié en los beneficios del producto, aumentado el conocimiento del mismo en el consumidor final. “Este proyecto trasciende de un portal de ventas on-line clásico. No es sólo una reacción al grave impacto social y económico derivado de las limitaciones a las actividades de hostelería y restauración, va mucho más allá”, ha añadido Aguinaco.

Y es que una de las grandes novedades de esta plataforma es la integración de numerosos sistemas de gestión de almacenes, logística y relación comercial con los clientes en el B2B (hostelería) automatizando todos los procesos en el canal digital (pedido, albarán, facturación, gestión de inventario...) a través de la app desarrollada de forma exclusiva al efecto.

“El objetivo es aportar ventajas competitivas a la hostelería reduciendo su inmovilizado material y financiero con envíos en 24 horas desde un centro logístico, simplificando el control de inventarios y, sobre todo, ofreciendo una extensa y variada gama de vinos de calidad en un mismo sitio”, ha repetido el titular del departamento de Agricultura, “se trata de colaborar con la hostelería complementando la actividad comercial del distribuidor, generando eficiencias en su gestión interna y en los recursos, que podrán destinar a otras áreas del restaurante. No existe hasta la fecha esta funcionalidad en el mercado”.

Además incorporará módulos para supervisar las conversaciones y menciones alrededor de las marcas que tienen lugar en las redes sociales, incluyendo otros aspectos como lo que dice tu competencia así como productos, ideas o temas que estén relacionados con tu marca.

El primer año esta actividad se desarrollará fundamentalmente en Euskadi, para ello se potenciará y desarrollará la identidad digital de bodegas y vinos, además de contar con un plan de comunicación.