

# Uso de Internet y Situación del Comercio Electrónico en el sector del Vino de la Región de Murcia

noviembre de 2006



**Región de Murcia**  
Consejería de Industria y  
Medio Ambiente  
Dirección General de Innovación  
Tecnológica y Sociedad de la Información



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Europeo de  
Desarrollo Regional



fundación  
**Integra**  
Integración de recursos y nuevas tecnologías  
para la modernización de la Región de Murcia



## Índice de contenidos

1.	Objetivos y alcance .....	3
2.	Metodología.....	3
3.	Situación actual del sector.....	3
4.	Estudio de la penetración de las TIC en el sector del Vino en la Región de Murcia .....	4
	a. Presencia en Internet .....	4
	b. Comercio Electrónico .....	8
5.	Ayudas e incentivos regionales para el uso de las TIC en el sector.....	10
6.	Conclusiones .....	10
7.	Anexo .....	11
8.	Fuentes .....	18

## 1. Objetivos y alcance

El presente estudio refleja el estado actual del Comercio Electrónico y el nivel de uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las empresas productoras y bodegas de Vino de la Región de Murcia.

En la actualidad, un uso adecuado de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y del Comercio Electrónico puede aportar grandes ventajas a las empresas y aumentar su competitividad frente a la competencia. Este informe analiza algunos de los parámetros que miden el grado de desarrollo de estas tecnologías en el sector, como la presencia web o el índice de apuesta por la utilización de aplicaciones de compraventa.

Las conclusiones del informe constituyen una radiografía sectorial del uso que las empresas objeto de estudio realizan de las TIC y del Comercio Electrónico.

## 2. Metodología

Los resultados de este estudio proceden de una muestra de **51 empresas del sector del Vino de la Región de Murcia**, recogidas de diversas fuentes oficiales de referencia, tanto a nivel sectorial como a nivel regional: el Panel Empresarial del Instituto de Fomento de la Región de Murcia, el sitio web del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Jumilla, [www.vinosdejumilla.org](http://www.vinosdejumilla.org), el sitio web del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Bullas, [www.bullas.es/vino/consejoregulador.htm](http://www.bullas.es/vino/consejoregulador.htm), y el sitio web del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Yecla, [www.yeclavino.com](http://www.yeclavino.com).

La presencia en Internet se ha analizado entre aquellas que disponen de una web propia y aquellas que a pesar de no tener una web particular están presentes a través de directorios empresariales o sectoriales.

Además, se ha analizado si las empresas objeto de estudio hacen Comercio Electrónico a partir de algún mecanismo de compraventa.

Por último, se muestra una serie de conclusiones en torno a la situación actual del uso de las TIC, la presencia web y el Comercio Electrónico en las empresas del Vino de la Región de Murcia.

## 3. Situación actual del sector

El sector vinícola en la Región de Murcia está arraigado en las tres zonas con denominación de origen, Jumilla, Yecla y Bullas con una superficie de más de 40.000 hectáreas. Asimismo, este producto tiene una presencia activa a través de los denominados "Vinos de la Tierra", correspondientes a la comarca del Campo de Cartagena, concretamente en los municipios de Cartagena, Torre Pacheco, La Unión y Fuente Álamo. Completan el mapa de producción, las comarcas ligadas a los municipios de Abanilla y Fortuna, con una superficie de unas 1.500 hectáreas.

Los vinos van destinados principalmente al mercado nacional, aunque la exportación alcanza el 25% de las ventas, con una tasa en continuo crecimiento. Los principales destinos son países de la Unión Europea (Dinamarca, Alemania y Reino Unido) y los Estados Unidos.<sup>1</sup>

El tejido empresarial de este sector está formado por un bloque de bodegas, acogidas a las tres denominaciones de origen, con una estructura caracterizada por la presencia en cada zona productora de una bodega cooperativa, que agrupa los intereses de los pequeños productores.

#### 4. Estudio de la penetración de las TIC en el sector del Vino en la Región de Murcia

El actual escenario de la Economía obliga a las empresas a sacar el máximo partido a las Nuevas Tecnologías para ser competitivas. Es este un momento oportuno, por lo tanto, para tomar el pulso al sector del Vino murciano con respecto al uso de Internet y el Comercio Electrónico para evaluar qué se está haciendo y cómo se está haciendo. El resultado de este análisis permitirá conocer los beneficios que estas herramientas aportan a las empresas individuales y al sector en su conjunto.

##### a. Presencia en Internet

La presencia en Internet es uno de los aspectos claves para medir el nivel de uso de las TIC en las empresas. Dicha presencia se va a estudiar en el presente estudio desde dos enfoques diferenciados:

- Presencia a través de una página web propia.
- Presencia a través de directorios empresariales o sectoriales de referencia.

El resultado del análisis de estos dos aspectos mostrará el grado de presencia de las empresas del sector vinícola de la Región de Murcia en Internet.

##### o Presencia a través de página web propia

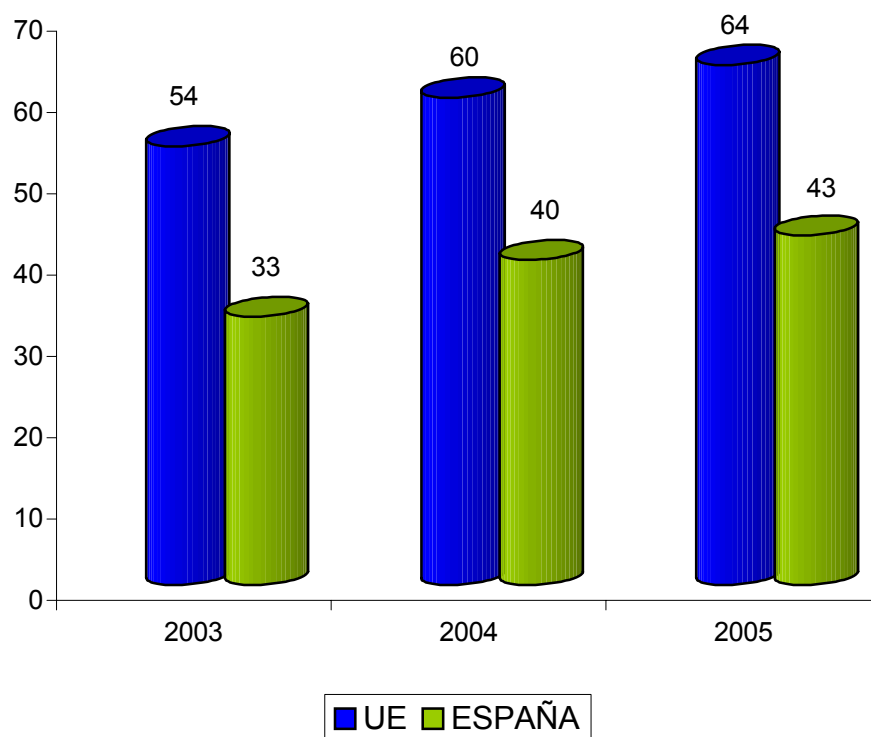
La presencia en Internet de una empresa desde una página web propia puede responder a distintas motivaciones u objetivos. Lo recomendable es que esté vinculada a la estrategia comercial de la empresa, pues podrá servir mejor a sus intereses y centrar su utilidad en aspectos concretos como la imagen corporativa, promoción y relaciones públicas, ventas, comunicación con clientes y proveedores, etc.

Para obtener un análisis comparativo se han contrastado los datos de las empresas murcianas del Vino en dos contextos: nacional y de la UE.

---

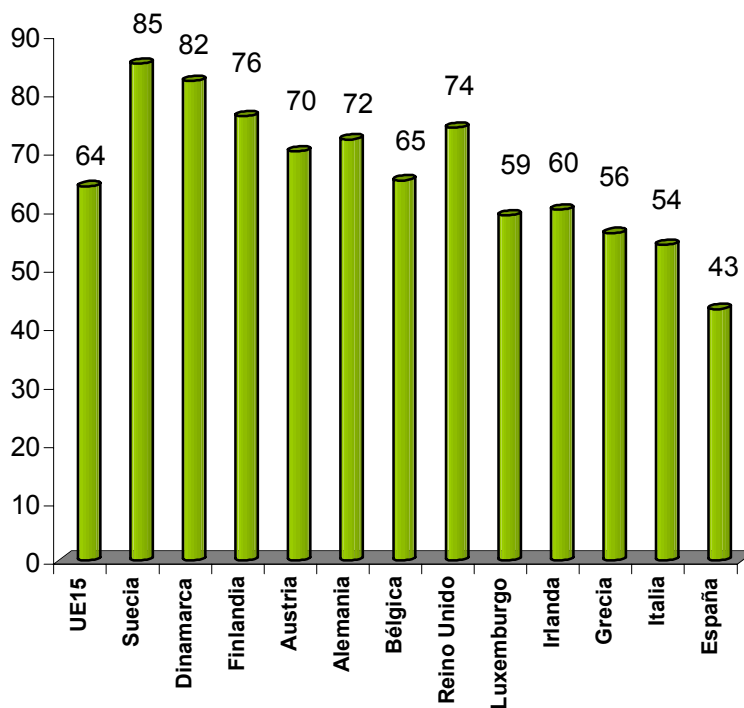
<sup>1</sup> *Vino Región de Murcia*. Colección "Folletos Sectoriales". Plan de promoción exterior 2000-2006. Instituto de Fomento de la Región de Murcia.

De esta forma es posible situar a las empresas del sector de la Región de Murcia en el conjunto de empresas españolas y en el de empresas europeas con presencia en Internet.



**Gráfico 1. Porcentaje de empresas españolas que tienen un sitio o página web respecto a la media europea 2003-2005**

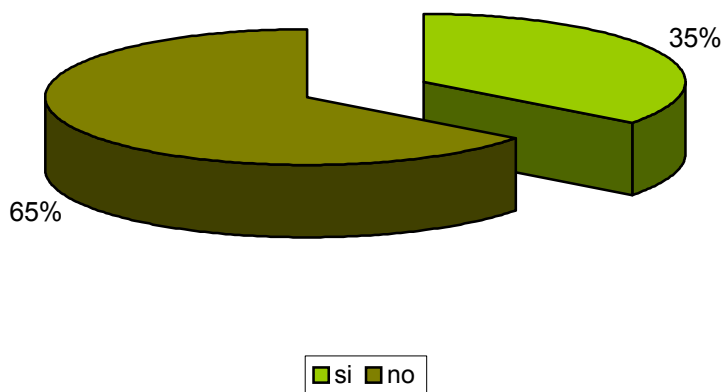
Fuente: Informe/Encuesta: EuroStat (newcronos) 'Information Society Statistics', 2005



**Gráfico 2. Porcentaje de empresas que tienen un sitio o página web en 2005**

Fuente: Informe/Encuesta: EuroStat (newcronos) 'Information Society Statistics', 2005

A lo largo de estos tres últimos años, se observa un crecimiento sostenido en el número de empresas que cuentan con un sitio web, tanto en España como en la UE. A finales del año pasado, el **43% de las empresas españolas tenían página web.**



**Gráfico 3. Empresas con página web en el Sector del Vino de la Región de Murcia**

Fuente: Elaboración propia

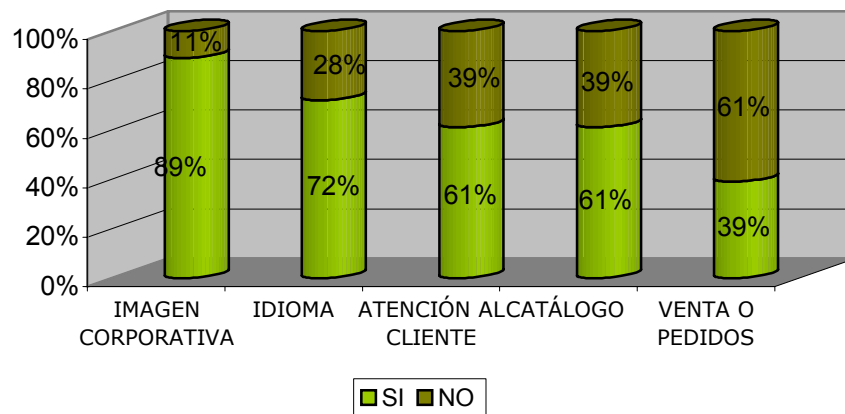
Como se observa en el gráfico 3, **el 35% de las empresas del Vino en la Región de Murcia disponen de una página web propia** como medio para tener presencia en Internet.

Esto demuestra una voluntad creciente por parte de las bodegas y fabricantes por estar presentes en Internet, pues más de un tercio de los productores murcianos cuenta con un sitio web propio.

Por otra parte, el análisis cualitativo hace posible evaluar los objetivos de esta manifestación en Internet, así como determinar su carácter estratégico.

Para ello, se han establecido una serie de parámetros de análisis:

- Imagen corporativa.
- Idioma.
- Catálogo.
- Atención al cliente.
- Pedidos / Ventas.



**Gráfico 4. Objetivos de las páginas web de las empresas murcianas del sector del Vino**

Fuente: Elaboración propia

A la vista del gráfico 4, el **aspecto más destacable** que se observa es **la homogeneidad existente entre los sitios web de la mayor parte de empresas murcianas del Vino** en cuanto a concepción y objetivos.

Casi todas **las empresas del sector** utilizan la web para ofrecer información de su empresa (historia, filosofía empresarial), mostrar el

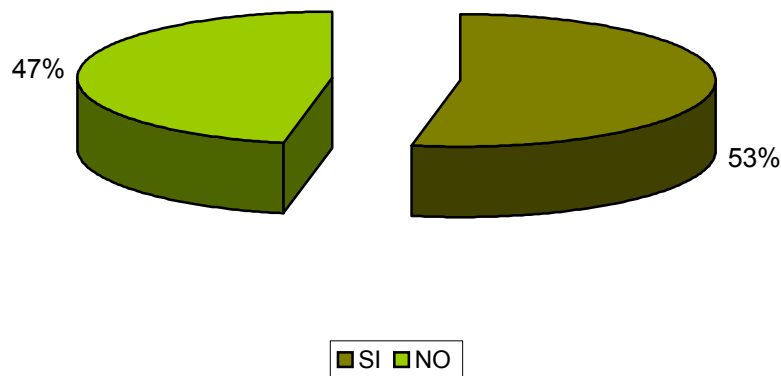
catálogo de sus productos, así como canal de comunicación con el cliente.

Asimismo, un porcentaje interesante de empresas vinícolas ven en Internet un medio para acceder a otros mercados, ya que el 72% traduce su página web a otros idiomas y un 39% dispone de algún mecanismo de compraventa para comercializar sus productos.

### ○ **Presencia a través de directorios empresariales**

Puede ocurrir que una empresa no haya optado aún por tener un sitio web propio, lo que no implica necesariamente que sea invisible para potenciales clientes. Estar presente en un directorio empresarial o sectorial de referencia es otra forma de aparecer en Internet.

Para ello se ha estudiado la presencia de las empresas objeto de estudio en dos directorios bien posicionados en buscadores: Europages (directorio europeo) y Elmundovino.elmundo.es, que reúnen a la mayoría de bodegas de España y Europa.



**Gráfico 5. Empresas del sector del vino con presencia en directorios empresariales y sectoriales**

Fuente: Elaboración propia

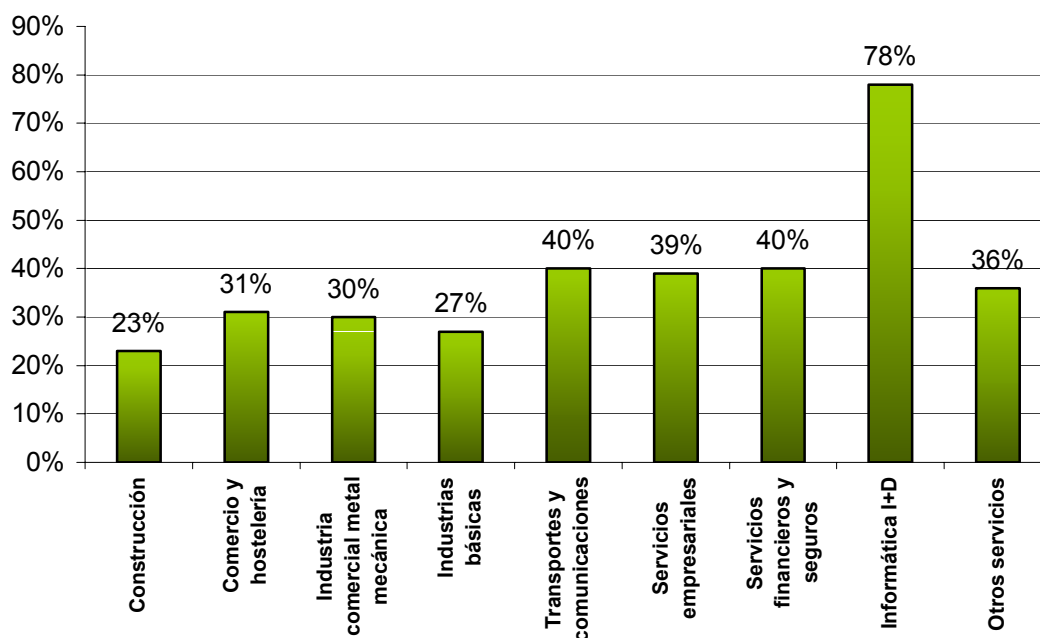
Como se observa en el gráfico 5, casi la mitad de las empresas del sector vinícola de la Región de Murcia, el **47%**, están presentes en Internet a través de un directorio empresarial o sectorial.

## **b. Comercio Electrónico**

Según datos del Observatorio Español de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, el **32,6% de las empresas españolas**



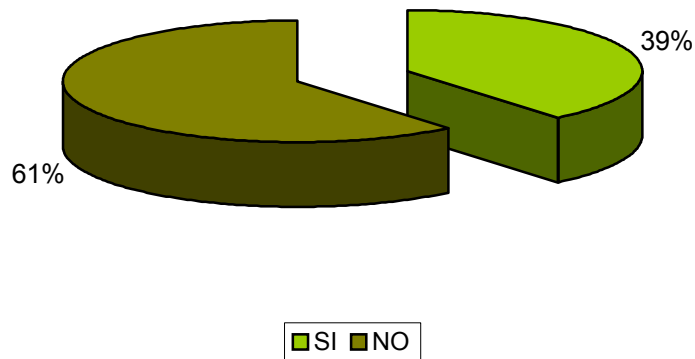
realizaron operaciones de Comercio Electrónico en el año 2005, lo que marca un crecimiento sostenido con respecto a los años anteriores. Las pertenecientes a Industrias básicas como el vino se encuentran levemente por debajo de la media, en torno a un **27%**.



**Gráfico 6. Porcentaje de empresas que realizan Comercio Electrónico por sectores (2005)**

Fuente: DMR / AETIC

En el **sector del Vino de la Región de Murcia**, de las empresas que cuentan con página web, el **39%** realiza operaciones de Comercio Electrónico, como se observa en el gráfico 7.



**Gráfico 7. Empresas del Vino murcianas que venden a través de su página web**  
Fuente: Elaboración propia

Todas estas empresas permiten realizar pedidos a través de su web. Además de la venta directa, otro canal utilizado por estas empresas son portales de venta o distribuidores que comercializan desde plataformas virtuales una amplia oferta de vinos procedentes de toda España e incluso, Europa.

Algunas bodegas de la Región de Murcia han encontrado en estos sitios web un canal de venta alternativo para hacer nuevos clientes e incluso para vender parte de su producción. Algunos ejemplos son: [www.vinissimus.com](http://www.vinissimus.com), [www.aporvino.com](http://www.aporvino.com) o [www.lavinia.com](http://www.lavinia.com).

## 5. Ayudas e incentivos regionales para el uso de las TIC en el sector

Actualmente, existen dos líneas de ayuda en la Región de Murcia destinadas a la incorporación de las TIC y el uso del Comercio Electrónico en las pymes, contempladas en el **Plan de Consolidación y Competitividad de la Pyme** [<http://www.ifrm-murcia.com/contenido/ayudas/principal.html>]:

- Desarrollo de una estrategia de Comercio Electrónico.
- Fomento de las tecnologías de la información.

Por otra parte y dentro del II Plan para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en la Región de Murcia, **regióndemurciaSI**, existen diferentes acciones que contribuyen a potenciar el uso de las TIC y del Comercio Electrónico en los sectores productivos de la Región. Entre ellas destaca el Servidor Regional de Comercio Electrónico, **www.cecarM.com** que ofrece asesoramiento a empresas y emprendedores de la Región para la puesta en marcha de su negocio electrónico, así como información a los consumidores sobre las ventajas del uso de Internet como canal de transacción.

## 6. Conclusiones

Las empresas del Vino de la Región de Murcia, concentradas bajo una Denominación de Origen específica, se encuentran en un proceso de **incorporación de las Tecnologías de la Información a sus estrategias empresariales**, motivado por la necesidad de ser más competitivas y de abrirse a nuevos mercados.

Según los datos que se desprenden de este estudio, un **59%** de las empresas objeto de estudio están presentes en Internet, ya sea a través de una página web propia o a partir de una ficha informativa incluida en un directorio empresarial o de referencia sectorial.

Esto corrobora que una parte significativa de bodegas murcianas están aprovechando las **ventajas competitivas** de Internet, como canal de comunicación con sus clientes, escaparate de promoción de su imagen corporativa y catálogo de productos, así como una ventana abierta a nuevos mercados y potenciales clientes.

De hecho, de las empresas consultadas con página web propia, la mayor parte de ellas están enfocadas a estos fines.

Esta buena disposición de las empresas vinícolas a utilizar las Nuevas Tecnologías muestra un futuro esperanzador en cuanto al uso del Comercio Electrónico.

Precisamente, más de un tercio de las empresas del Vino de la Región de Murcia que cuentan con una web propia, el **39%**, disponen en la actualidad de algún mecanismo para vender por este canal uno de sus productos, lo que demuestra un importante grado de apertura de las empresas de este sector a utilizar Internet como canal de comercialización.

## 7. Anexo

### a. Casos de éxito

#### *Ámbito Autonómico (Región de Murcia)*

Se presenta un ejemplo de empresa del Vino de la Región de Murcia que utiliza Internet como canal de venta.

➤ **Bodegas San Isidro.** URL: [www.bsi.es](http://www.bsi.es)

Bodegas San Isidro es una corporación alimentaria, ubicada en la localidad de Jumilla, productores del aceite y el vino más tradicional. La historia de BSI viene marcada por un origen corporativo y la implantación de la más alta tecnología, lo que la convierten en un referente nacional e internacional en vinos con el certificado de Denominación de Origen Jumilla.

Esta empresa vinícola ha aprovechado al máximo las ventajas de Internet, no solo como escaparate de sus productos (se puede acceder desde la web a un

amplio catálogo con información detallada de todas sus producciones), sino también como un verdadero canal de venta que facilita su adquisición.

Además, BSI ha entendido que no basta con estar presente en Internet a través de una página web única. BSI está presente en más de 40 sitios web, portales sectoriales, buscadores de empresas, portales de vino orientados a consumidores de habla no hispana, marketplaces o directorios locales.

En definitiva, esta empresa jumillana ha encontrado en Internet un nuevo canal de venta y promoción que le permita captar nuevos clientes, aumentar sus ventas y que la haga más competitiva.

### ***Ámbito Nacional***

Los siguientes casos, a nivel nacional, corresponden con el modelo de Comercio Electrónico de tienda online y muestran algunos aspectos generales y de interés para el sector del Vino.

➤ ***A Por Vino.*** URL: [www.aporvino.com](http://www.aporvino.com)

A Por Vino es una empresa distribuidora de vinos procedentes de todas las denominaciones de origen que existen en España. El portal combina un sistema de venta directa con servicios de valor añadido, con el fin de crear en el consumidor una experiencia de compra satisfactoria.

Por ejemplo, el portal dispone de una sección de noticias y ofrece la posibilidad de hacer comentarios sobre productos y satisfacción del cliente. De hecho, como estrategia de promoción, proponen un 50% de descuento sobre la compra para aquellos usuarios que recomienden la web a un amigo. El portal está traducido al inglés y al alemán, lo que denota el interés del sector por alcanzar a través de Internet nuevos mercados.

➤ ***Al vino.*** URL: [www.alvino.es](http://www.alvino.es)

La Cofradía Solar de Samaniego fue fundada a finales de los años 70 y aglutina varias bodegas del Norte de España. Nació con la intención de ofrecer a sus miembros la posibilidad de acceder a los vinos elaborados por ellos. Ahora, han trasladado este modelo de negocio a Internet y han creado un “*Club de Empresas*” para todos sus distribuidores.

De esta forma, sus miembros podrán comprar directamente los vinos elaborados en estas bodegas para posteriormente venderlos en sus establecimientos al consumidor final. Una de las ventajas competitivas de esta

web es su servicio de atención al cliente multicanal, vía telefónica, mensajería instantánea o por correo electrónico.

- **Reserva y Cata.** URL: [www.reservaycata.com](http://www.reservaycata.com)

Reserva y Cata es un operador en el sector de la venta especializada de vinos y licores de alta gama en el mercado español. Dispone de tres establecimientos físicos en la capital española y una tienda virtual, que responde a todas las necesidades del comprador: servicio de atención al cliente, información detallada sobre envíos y devoluciones, una guía de preguntas y algunos servicios de valor añadido, como el “*Servicio Recordatorio*”, que permite recordar al cliente las fechas señaladas para regalos.

## b. Principales sitios web del sector

Se han seleccionado los sitios web que se detallan a continuación por su posicionamiento en buscadores y/o por el interés que denotan algunos aspectos de la web en relación con el sector del Vino en Internet.

### **PORTALES Y DIRECTORIOS SECTORIALES**

- **El Vino.** Centro de información del Vino Español. Guía de bodegas y productores de vino a través de la fuente de Páginas Amarillas. URL: [www.elvino.com](http://www.elvino.com)
- **Todo Vino.** Portal especializado en vino. Dispone de una tienda electrónica con una amplia gama de vinos de denominación de origen, un directorio con todas las bodegas españolas y una revista con artículos y contenidos de interés para los profesionales del sector. URL: [www.todovino.com](http://www.todovino.com)
- **Verema.** Comunidad virtual de aficionados al vino. Cuenta con múltiples servicios para el sector: tienda en línea, guía de bodegas, cursos, directorio de consejos reguladores, foro de debate, weblog, tablón de anuncios, etc. URL: [www.verema.com](http://www.verema.com)
- **Europages.** Directorio empresarial europeo. URL: [vinos.europages.es](http://vinos.europages.es)
- **Vivir el vino.** Portal especializado en la cultura y el mundo del vino que reúne amplia y actualizada información vinícola, una revista mensual con reportajes e información especializada y un servicio de asesoramiento online para resolver cualquier duda enológica. URL: [www.vivirelvino.com](http://www.vivirelvino.com)

- **El Mundo Vino.** Guía sectorial publicada por el diario El Mundo. Directorio de vinos y bodegas. Información sobre viajes. Reportajes del mundo del vino, etc.  
URL: [www.elmundovino.com](http://www.elmundovino.com)
- **Vinum.** Edición española de la revista Vinum. Cuenta con un directorio de bodegas y tiendas españolas, agenda, servicio de consultoría, noticias, entrevistas y reportajes y catas par suscriptores.  
URL: [www.vinum.info/es/](http://www.vinum.info/es/)
- **Vino Search.** Buscador temático especializado en vinos.  
URL: [www.vinosearch.com](http://www.vinosearch.com)
- **Mi Vino.** Publicación sectorial. Bodegas ejemplares, selección de vinos, artículos, reportajes, etc.  
URL: [www.mivino.info](http://www.mivino.info)
- **Enoforum.** Portal de enología. Artículos, reportajes, entrevistas, foros y debates, sección de noticias, ferias y eventos, ofertas de empleo, directorio de bodegas, selección de vinos, etc.  
URL: [www.enoforum.com](http://www.enoforum.com)

## ASOCIACIONES

- **FEV.** Federación Española del Vino. Organización privada más representativa que agrupa al sector bodeguero español: elaboradores y comercializadores de todo tipo de productos vitivinícolas. Dispone de un servicio de información legal, asesoría jurídica y consultoría.  
URL: [www.fev.es](http://www.fev.es)
- **OIV. Organización Internacional de la Viña y el Vino.** Portal de información sectorial. Noticias, publicaciones, estadísticas, eventos, etc.  
URL: [www.oiv.org](http://www.oiv.org).
- **Federación Española de Asociaciones de Enólogos.** Contiene información especializada, artículos técnicos, noticias, notas de prensa, bolsa de empleo, etc.  
URL: [www.enologo.com](http://www.enologo.com)
- **FIAB.** Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas.  
URL: [www.fiab.es](http://www.fiab.es)
- **ACEVIN. Asociación de ciudades españolas productoras de vino.** Dispone de varias secciones de interés para los profesionales y amantes del vino: foros, noticias, sala de chat y un directorio con información sobre las ciudades del vino.  
URL: [www.acevin.org](http://www.acevin.org)
- **AVIMES.** Asociación Empresarial de Bodegas de Vinos de España.  
URL: [www.vinosdelatierra.com](http://www.vinosdelatierra.com)

- **Consejo Regulador de Jumilla.** Contiene un directorio completo con las bodegas de esta denominación de origen, noticias, enlaces y diversos reportajes sobre el vino y las bodegas de esta región.  
URL: [www.vinosdejumilla.org](http://www.vinosdejumilla.org)
- **Consejo Regulador de Yecla.** Directorio de bodegas, noticias, novedades, etc.  
URL: [www.yeclavino.com](http://www.yeclavino.com)

## MARKETPLACES

- **Bevnetwork.** Portal en inglés que reúne, además de vinos, licores y cerveza. Cuenta con más de 140.000 proveedores. Se centra en el mercado estadounidense.  
URL: [www.bevnetwork.com](http://www.bevnetwork.com)
- **Vertical Wine.** Plataforma electrónica, disponible sólo en francés, con clientes internacionales. Es necesario inscripción previa antes de poder anunciar productos o realizar ofertas.  
URL: [www.verticalwine.com](http://www.verticalwine.com)
- **Pro-Wine.** Incluye anuncios de proveedores de vinos de Australia, Nueva Zelanda y Chile. Cuenta con más de 7.000 socios, incluyendo 2.500 compradores y 5.000 vendedores. Además de vino, facilita el comercio de equipos y maquinaria para el sector. El portal puede ser utilizado en inglés, español, francés o italiano.  
URL: [www.pro-wine.com](http://www.pro-wine.com)
- **Global Wine Spirits.** Esta web pone en contacto a proveedores de vinos y licores con empresas que operan en el sector de las bebidas alcohólicas. Cuenta con cientos de ofertas de compra y venta. Los participantes de este Marketplace proceden de todo el mundo. La plataforma está disponible en inglés.  
URL: [www.globalwinespirits.com](http://www.globalwinespirits.com)

## FERIAS DE INTERÉS PARA EL SECTOR

- **Salón Internacional del Vino.** Feria dedicada a los productos derivados de la uva y a la industria auxiliar vitivinícola. Se celebra todos los años en IFEMA. Va dirigida a productores nacionales e internacionales.  
URL: [www.salondelvino.com](http://www.salondelvino.com)  
Email: [salondelvino@salondelvino.com](mailto:salondelvino@salondelvino.com)  
Tel: 91 357 41 30
- **Salón Internacional del Club de Gourmets.** Reunión anual celebrada en el Recinto Ferial de la Casa de Campo de Madrid, con más de 1.000 expositores.  
URL: [www.gourmets.net](http://www.gourmets.net)  
Email: [prensa@gourmets.net](mailto:prensa@gourmets.net)  
Tel: 915 489 651
- **Vinomaq.** Salón Internacional de Maquinaria, Enología y accesorios de Bodega. Una cita con la innovación tecnológica del sector. Se celebra anualmente en el Recinto Ferial de La Rioja.  
URL: [www.vinomaq.com](http://www.vinomaq.com)



- **Vinoble.** Salón Internacional de los Vinos Nobles. Se celebra en Jerez de la Frontera.  
URL: [www.vinoble.com](http://www.vinoble.com)

### c. Estudios

- **Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2006.** Estudio elaborado por la Asociación Española de Comercio Electrónico y Red.es. Incluye los últimos datos sobre Comercio Electrónico minorista entre empresa y consumidor en España.  
URL: [observatorio.red.es/estudios/documentos/B2C2006.pdf](http://observatorio.red.es/estudios/documentos/B2C2006.pdf)
- **Informe de la Sociedad de la Información en España 2005,** elaborado por Telefónica. Incluye amplia información y datos sectoriales de la situación del Comercio Electrónico entre empresas y consumidores.  
URL: [www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/html/informes\\_home.shtml](http://www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/html/informes_home.shtml)
- **Encuesta de uso de TIC y Comercio Electrónico en las empresas.** Elaborado por el INE. 2006.  
URL: [www.ine.es](http://www.ine.es)
- **Inventario de indicadores para la evaluación comparada de Europa 2005.**  
URL: [www.ine.es/docutrab/tic/inventario\\_in05.pdf](http://www.ine.es/docutrab/tic/inventario_in05.pdf)
- **El Comercio Electrónico en España a través de entidades de medios de pago.** Elaborado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. 3º Trimestre de 2005.  
URL: [www.cmt.es](http://www.cmt.es)
- **La Sociedad de la Información en la Empresa.** Estudio que analiza el grado de avance de la incorporación de las nuevas tecnologías a la empresa. Julio de 2006.  
URL: [observatorio.red.es/estudios/documentos/si0707estudio.pdf](http://observatorio.red.es/estudios/documentos/si0707estudio.pdf)
- **La compra de Vino online: un estudio exploratorio.** Un informe que analiza el comportamiento de los internautas a la hora de adquirir vino en la Red. Está en francés.  
URL: [www.culturadelvino.org/html/modules/informes\\_pdf/compra\\_vino\\_red.pdf](http://www.culturadelvino.org/html/modules/informes_pdf/compra_vino_red.pdf)

## 8. Fuentes

- Vino Región de Murcia. Colección “Folletos Sectoriales”. Plan de promoción exterior 2000-2006. Instituto de Fomento de la Región de Murcia.  
URL: [www.ifrm-murcia.com](http://www.ifrm-murcia.com)
- El Mundo del Vino en 2005. Federación Española del Vino.  
URL: [www.fev.es/el\\_mundo\\_del\\_vino\\_en\\_2005.pdf](http://www.fev.es/el_mundo_del_vino_en_2005.pdf)
- Guía Empresarial de ESADE.  
URL: [www.guame.net](http://www.guame.net)
- Consejo Regulador de la Denominación de Origen Yecla.  
URL: [www.yeclavino.com](http://www.yeclavino.com)
- CECARM, portal sobre Comercio Electrónico en la Región de Murcia.  
URL: [www.cecarm.com](http://www.cecarm.com)