

Invitarán a Pymes chilangas a vender a través de Alibaba

CDMX QUIERE CAPACITAR A 8 MIL

Podrán anunciar sus productos en la plataforma china y conectarse con un mercado de más de 200 países

DANA ESTRADA

La Secretaría de Desarrollo Económico local (Sedeco) ve como potenciales proveedores de materia prima y productos propios a ocho mil empresas en la Ciudad de México, principalmente situadas en zonas del oriente y norte, como Vallejo o Iztapalapa.

Estos posibles proveedores dedicados a la manufactura se pueden integrar a la nueva plataforma de Alibaba. Son productores de ropa, calzado, tecnología, productos de belleza, autopartes, herramientas de todo tipo, dispositivos médicos, textiles, accesorios y muebles para el hogar.

“Estas ocho mil empresas establecidas en la Ciudad de México pueden vender en Alibaba. Son las potenciales, en el gobierno de la ciudad las vamos a invitar”, especificó Fadlala Akabani, titular de la Sedeco. Ayer la secretaria oficializó el convenio entre la Ciudad de México, la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (Canacintra), y la plataforma digital.

Las empresas que se prevé adquieran mercancías al mayoreo a través de Alibaba, podrían superar en 400 por ciento a aquellas que venderán sus productos y competirán con un mercado conformado por 200 países.

Estas cifras son proyecciones hechas tanto por Alibaba como Sedeco, a un plazo desde dos años y medio hasta cinco años.

Con esto, Alibaba inicia el registro de pequeños y medianos empresarios establecidos de la Ciudad de México para que

el próximo 2 de julio comiencen la capacitación en línea sobre cómo funcionan

las ventas en línea, la globalización y cómo se pueden comprar o vender productos al mayoreo de forma nacional e internacional a través de la plataforma.

“Firmamos un conve-

nio de colaboración para impulsar a las empresas mexicanas en la adquisición de mercancías en Alibaba, pero también para que empresas mexicanas se incorporen como proveedores y expongan sus productos al mundo entero. De tal manera que rebasen su mercado local y puedan extender sus ventas a todo

el mundo donde llega Alibaba, La internacionalización de empresas mexicanas”, precisó Akabani.

De acuerdo con Alibaba, la capacitaciones se dividirán en seis sesiones con duración de dos horas o 60 horas a través de nueve sesiones. Sin embargo, es-



to se determinará de acuerdo al paquete y pago anual que cada empresario elija, ya que tendrán un costo de mil 999 dólares, equivalente a 36 mil 861 pesos. Debido a su llegada al país, Alibaba ofrece un descuento, por lo que la cuota anual es de 499 dólares, o sea nueve mil 201 pesos.

La inscripción y pago en línea se llevará a cabo a través de la página de internet mx.alibaba.com y con ello se podrán acceder a la capacitación, tener una cuenta de usuario como comprador y proveedor en la plataforma.

De acuerdo con Sedeco y la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (Canacintra) todo está listo para que las Pymes y Mipymes inicien con el proceso de transición. Pasarán del comercio tradicional, en donde de manera física ofrecen y adquieren sus productos, a hacerlo de forma digital y global.

Y para que esto funcione de forma global, la Sedeco también ofrece capacitaciones gratuitas sobre el proceso de aduanas que deben seguir para exportar a otros países sus productos.

De acuerdo con la Sedeco y Alibaba, actualmente ya hay 50 empresarios mexicanos en la plataforma, comprando y vendiendo mercancías. Alibaba se expedirá paulatinamente a otros estados del país.

“Esta es una primera etapa de lanzamiento de la plataforma Alibaba, no es la misma plataforma que va conocemos. es-

ta es “B2B” (empresas digitales que permiten que otras usen sus plataformas para la venta y compra)

.Tenemos 50 vendedores mexicanos activos en la plataforma. La Ciudad de México es la primera parada donde inicia esta gira por el país, en donde pensamos presentar esta plataforma e ir sumando más estados a la plataforma”, explicó a través de un intérprete, Stephen Kuo, director general de Alibaba en América del Norte.

Akabani indicó que analizarán el comportamiento de proveedores y compradores, y eso ayudará a establecer de qué países prefieren abastecerse los empresarios locales.

STEPHEN KUO

DIRECTOR DE ALIBABA

“La Ciudad de México es la primera parada donde inicia esta gira por el país, en donde pensamos presentar esta plataforma”

150**MILLONES** de potenciales compradores pueden alcanzar las Pymes**“****FADLALA AKABANI**

SEDECO

“Que las empresas se incorporen como proveedores, que rebasen su mercado local y puedan extender sus ventas a todo el mundo donde llega Alibaba”

Akabani y Kuo, ayer en conferencia de prensa

