vinetur

El vino busca salida en la tecnología ante la caída del consumo

El Wine Sales Symposium 2026 reunió a bodegas y expertos para ajustar ventas, distribución y marketing en un mercado en cambio.

jueves 21 de mayo de 2026



El Wine Sales Symposium 2026 reunió este miércoles en el DoubleTree by Hilton Hotel Sonoma Wine Country, en Healdsburg (California), a propietarios de bodegas, responsables comerciales y directivos de marketing para analizar la caída del consumo de vino, la concentración de distribuidores y el avance de nuevas herramientas tecnológicas. El encuentro, organizado por Wine Industry Network (WIN), se centró en propuestas prácticas para mejorar las ventas y ajustar las estrategias de negocio en un mercado que cambia con rapidez.

La jornada abrió con una intervención de Chris Bitter, analista sénior de vino y uva en Terrain y American AgCredit, que presentó datos sobre las tendencias actuales de ventas y las oportunidades que ve para las bodegas. Su exposición se centró en el canal directo al consumidor, en las prioridades comerciales y en los puntos donde las empresas pueden encontrar margen para crecer pese a la presión del mercado.

Entre los asuntos tratados figuraron el uso de la inteligencia artificial en marketing y relación con clientes, los cambios en la distribución mayorista, la reducción de bajas en los clubes de vino y el diseño de experiencias de hospitalidad pensadas para consumidores más jóvenes. También hubo sesiones sobre optimización del correo electrónico comercial, estrategias de regalos corporativos, logística y envíos, alianzas entre productores y resistencia empresarial en un mercado más ajustado.

Damien Wilson, director académico y titular de la cátedra Hamel Family Faculty Chair of Wine Business en la Universidad Estatal de Sonoma, cerró el programa con una sesión general sobre cómo ordenar prioridades al volver a la gestión diaria de una bodega. Wilson pidió centrar recursos en pocas líneas de trabajo y no dispersarlos. Según explicó, las oportunidades no beneficiarán a todas las bodegas por igual, sino a las que tengan una identidad clara, una base propia de clientes y disciplina para profundizar en unas pocas áreas.

George Christie, presidente de Wine Industry Network, afirmó que el sector atraviesa un periodo de cambios reales y que muchas empresas siguen dispuestas a adaptarse e innovar. Añadió que las conversaciones mantenidas durante la jornada mostraron un tejido empresarial preparado para responder al momento actual con relaciones más sólidas entre bodegas, marcas y consumidores.

Además de las sesiones técnicas, los asistentes pudieron visitar a empresas expositoras, participar en un almuerzo servido por el chef del hotel y asistir a un encuentro final con vinos locales. WIN informó de que las grabaciones de esta edición están disponibles para su compra y que ya se puede solicitar información sobre el evento previsto para 2027.