vinetur

La inteligencia artificial entra en los viñedos de Estados Unidos

Drones, tractores autónomos y robots colaborativos ya asisten a bodegas y salas de cata bajo la vigilancia de la FAA

martes 2 de junio de 2026



La inteligencia artificial empieza a ganar espacio en los viñedos y en las salas de cata de Estados Unidos, con usos que van desde el seguimiento de parcelas mediante drones y sensores hasta laboratorios automatizados y robots colaborativos para atención al visitante. Así lo plantea un análisis publicado por Wine Industry Advisor, que sitúa esta tecnología como una herramienta ya presente en parte del trabajo diario del

sector.

En el viñedo, los sistemas guiados por IA permiten mapear la cubierta vegetal, detectar estrés hídrico, anticipar rendimientos y localizar zonas con riesgo de enfermedad. El texto señala que un solo vuelo de drones puede cubrir hasta 1.000 acres, unos 405 hectáreas, y generar mapas y alertas que antes exigían semanas de inspección manual. También apunta al uso de tractores autónomos con GPS y monitorización por IA para tareas como el muestreo del suelo, el paso por las hileras y la aplicación precisa de tratamientos.

El artículo subraya que el despliegue de drones en Estados Unidos está condicionado por la normativa de la FAA, la autoridad aeronáutica del país. Bajo las reglas Part 107, un piloto o un observador visual no puede participar al mismo tiempo en varias operaciones de vuelo. Eso limita el modelo operativo y obliga a trabajar con equipos pequeños, formados por dos a cuatro personas, en lugar de sustituir grandes cuadrillas con una sola persona.

La aplicación de la IA también avanza en los laboratorios enológicos. Según el análisis, estos sistemas pueden medir estructura fenólica, acidez volátil y curvas de envejecimiento previstas con menos intervención manual. Para las bodegas, esto supone acelerar procesos internos y acumular datos útiles para campañas posteriores.

Fuera del viñedo, la tecnología entra en la experiencia comercial. El texto menciona cobots humanoides en salas de cata para ofrecer información sobre variedades, maridajes e historia de la bodega. La idea es reforzar la atención al visitante sin sustituir al personal humano, sobre todo en negocios con mucho tráfico directo al consumidor.

El análisis sitúa estos cambios dentro de una transformación más amplia del sector tecnológico y sostiene que las bodegas que acumulen datos propios sobre salud del viñedo, microclima, producción y comportamiento del cliente tendrán más margen para sacar partido a estas herramientas cuando el mercado se concentre en menos plataformas.