vinetur

Una plataforma online de vinos y licores capta 1,43 millones al convertir a sus clientes en accionistas

La firma destinará el capital a tecnología, automatización e inteligencia artificial para abaratar la compraventa de vino de alta gama

martes 18 de agosto de 2026



Cru World Wine, la plataforma online especializada en la compra, venta, inversión y gestión de carteras de vinos y licores de alta gama, ha captado US$1,43 millones tras abrir una parte de su capital a su comunidad de clientes e inversores. La compañía, centrada en el mercado del vino de alta gama, sostiene que ese dinero se destinará al desarrollo de tecnología para hacer más ágiles y con menor coste las operaciones de compra, venta, almacenamiento, transferencia, entrega y financiación de vino.

La empresa informó este martes, 18 de agosto, de que 227 inversores de 15 empresas distintas aceptaron la oferta para convertirse en accionistas con derecho a voto. Una parte relevante de esos nuevos socios ya utilizaba la plataforma desde hace años y, en palabras de la propia firma, la base de clientes asiática ha tenido una presencia amplia en la operación.

Ese grupo de nuevos accionistas representa en torno al 7% del capital. El resto del accionariado sigue encabezado por los fundadores Simon Farr, presidente, y Jeremy Howard, consejero delegado, que pusieron en marcha Cru World Wine en 2013 a partir del negocio de vino de alta gama de Bibendum. Junto a ellos figura una oficina de inversión familiar europea, propietaria de alrededor del 60% de la compañía.

Cru World Wine plantea esta apertura del capital como algo más que una vía de financiación. Los nuevos accionistas, además de su participación económica, tendrán acceso a una serie de ventajas. Entre ellas figura la posibilidad de pedir préstamos por hasta el 65% del valor de sus carteras en condiciones preferentes.

La empresa sostiene que esta fórmula corrige un desequilibrio habitual en el sector. A su juicio, los coleccionistas de vino de alta gama han recibido tradicionalmente poco o ningún beneficio directo por operar con un comerciante especializado, pese a que su actividad ayuda a sufragar una parte de los gastos del negocio. La nueva estructura pretende, según Howard, vincular mejor el uso de la plataforma con el valor que genera.

El consejero delegado subrayó que uno de los principales beneficios del proyecto es la creación de una nueva comunidad de coleccionistas y profesionales del sector que, en sus palabras, participará en la orientación futura de la empresa y en el valor que se genere. Howard añadió que el mercado del vino de alta gama atraviesa un periodo de

“profundo cambio estructural”.

Para sostener ese diagnóstico, la compañía cita un análisis propio que calcula que las 15 principales empresas británicas de vino de alta gama pierden en conjunto cerca de 20 millones de libras al año. Howard atribuye parte de esa presión a la forma en que funciona la cadena de distribución. Según su visión, los productores se quejan cada vez más del servicio recibido y de la relación entre lo que pagan y lo que obtienen, además de renunciar a una parte demasiado amplia de su margen comercial para colocar sus vinos en el mercado.

Howard extiende esa crítica al lado de la demanda. Afirma que los coleccionistas también pagan más de lo debido al comprar y vender vino y que, además, operan en un mercado con poca liquidez y con diferenciales de precio muy amplios entre compra y venta. En este tipo de activos, la liquidez mide la facilidad para cerrar una operación sin asumir descuentos altos, y los diferenciales marcan la distancia entre el precio al que se puede vender y el que hay que pagar para comprar.

Cru World Wine asegura que ya ha probado que la innovación tecnológica puede mejorar la eficiencia y recortar los costes de transacción. Con el nuevo capital, la empresa dice que ampliará sus servicios tanto para clientes particulares como para compañías, con una apuesta centrada en la automatización y en el uso de inteligencia artificial para rediseñar la negociación y la distribución del vino de alta gama.

Entre las funciones previstas figura una herramienta para que clientes privados y empresas que almacenan vino con Cru World Wine puedan obtener financiación a partir de su inventario directamente desde la plataforma. Howard considera que integrar la financiación en el propio proceso de compra y venta es una pieza básica para aumentar la liquidez y mejorar la eficiencia de las operaciones.

Ese planteamiento encaja con una meta que el ejecutivo ya había formulado con anterioridad: convertir la empresa en “el Rightmove del vino”. Con esa comparación, Howard define una plataforma neutral, conectada y con poca fricción operativa, pensada para que productores, coleccionistas y otras empresas del sector puedan utilizar un mismo mercado con más agilidad.

La compañía defiende que un sistema así permitiría a los productores conservar una parte mayor del precio final de venta de sus vinos y facilitaría una rebaja de gastos a lo largo de la cadena de suministro. Ese es el argumento con el que Cru World Wine justifica la entrada de nuevos socios y el impulso a un modelo en el que la tecnología, la financiación y el comercio queden integrados dentro de una sola plataforma.