vinetur

Santé capta 15 millones de dólares para llevar su inteligencia artificial a las licorerías

La ronda liderada por FINTOP impulsará su software de gestión y servicios financieros para tiendas de vino y licores

miércoles 7 de octubre de 2026



Santé ha captado 15 millones de dólares en una ronda Serie A liderada por FINTOP para ampliar su plataforma de inteligencia artificial y servicios financieros para tiendas de vino y bebidas espirituosas. La operación se anunció este martes, 6 de octubre, desde

Nueva York, según informa PR Newswire. En la ronda también han participado de nuevo Bonfire Ventures, Operator Collective, Y Combinator y Veridical Ventures.

La empresa sitúa la financiación seis meses después de comunicar una ronda semilla de 7,6 millones de dólares. En ese periodo, asegura haber multiplicado por seis su negocio, con un alza del 500%, y atender ya a casi 1.000 comercios que mueven 2.000 millones de dólares anuales en ventas brutas a través de su sistema.

Santé se presenta como un proveedor de software y tecnología financiera especializado en el comercio minorista de vino y licores. Su propuesta, según la compañía, pasa por reunir en una sola plataforma la operativa de tienda física, comercio electrónico, aplicaciones de reparto, marketing y suscripciones, y utilizar los datos de esas áreas para automatizar tareas que hasta ahora requerían trabajo manual.

Entre las funciones que la empresa atribuye a su sistema figuran la lectura automática de facturas de distribuidores para actualizar inventarios y costes unitarios, la gestión de pedidos y recepciones, la programación de turnos de empleados en función de los patrones de venta y la creación automática de catálogos para comercio electrónico con textos e imágenes para miles de referencias de vino, cerveza y bebidas espirituosas.

La compañía también ha presentado nuevas herramientas de venta autónoma con inteligencia artificial. Una de ellas propone cambios de precio y promociones para productos de lenta rotación. Santé afirma que el 25% de los artículos tarda más de 12 meses en generar beneficio, por lo que su sistema busca convertir ese stock en liquidez. Otra herramienta segmenta clientes a partir de su historial de compra para lanzar campañas por correo electrónico y SMS con productos, eventos y descuentos adaptados a cada perfil.

El software incorpora además integraciones con plataformas de reparto como DoorDash, Uber Eats, GrubHub e Instacart, de modo que los pedidos entren de forma directa en el terminal de punto de venta. A eso suma herramientas específicas para el negocio de bebidas alcohólicas, como el seguimiento de botellas y barriles, la gestión de añadas y los descuentos complejos por compra de cajas mixtas.

Darren Fike, consejero delegado de Santé, afirmó que la empresa nació con la intención de quitar carga operativa a los comercios independientes de vino y licores. Tras probar durante el último año, en palabras del directivo, que su sistema podía resolver parte de esos problemas, el siguiente paso pasa por crear una plataforma que impulse ventas, recupere clientes inactivos y mejore el margen de sus usuarios.

Desde FINTOP, Brittani Roberts señaló que la firma ve valor en un equipo capaz de combinar software vertical para un sector muy regulado con servicios financieros integrados. La inversora sostiene que el producto no se limita al control de inventario, sino que añade flujos automáticos para tareas de oficina y gestión que pueden ampliar el margen comercial y la escala operativa de las tiendas.

La operación llega en un momento en el que muchas licorerías y tiendas especializadas lidian con normas estatales estrictas en Estados Unidos, obligaciones fiscales locales, devoluciones de barriles, falta de personal y un aumento de costes. Santé sostiene que los programas genéricos y los sistemas heredados no cubren bien esas particularidades, lo que complica la gestión diaria de este tipo de negocio.

Para el sector de bebidas, la entrada de capital en este tipo de plataformas puede acelerar la automatización en el comercio especializado. Si estas herramientas se implantan con éxito, pueden reducir errores en inventario, acortar el tiempo dedicado a compras y facturas, y hacer más precisa la relación con distribuidores y la reposición en tienda. También pueden influir en cómo se venden referencias de rotación lenta y en la forma en que los comercios pequeños compiten en comercio electrónico y entrega a domicilio.

Santé no ha detallado en qué partidas concretas invertirá los 15 millones, más allá de la ampliación de la plataforma y de sus herramientas de inteligencia artificial para el comercio minorista de vino y bebidas espirituosas. La empresa mantiene que su objetivo es cubrir de forma integrada la operativa diaria de estos establecimientos y aumentar los ingresos de los negocios que utilizan su sistema.