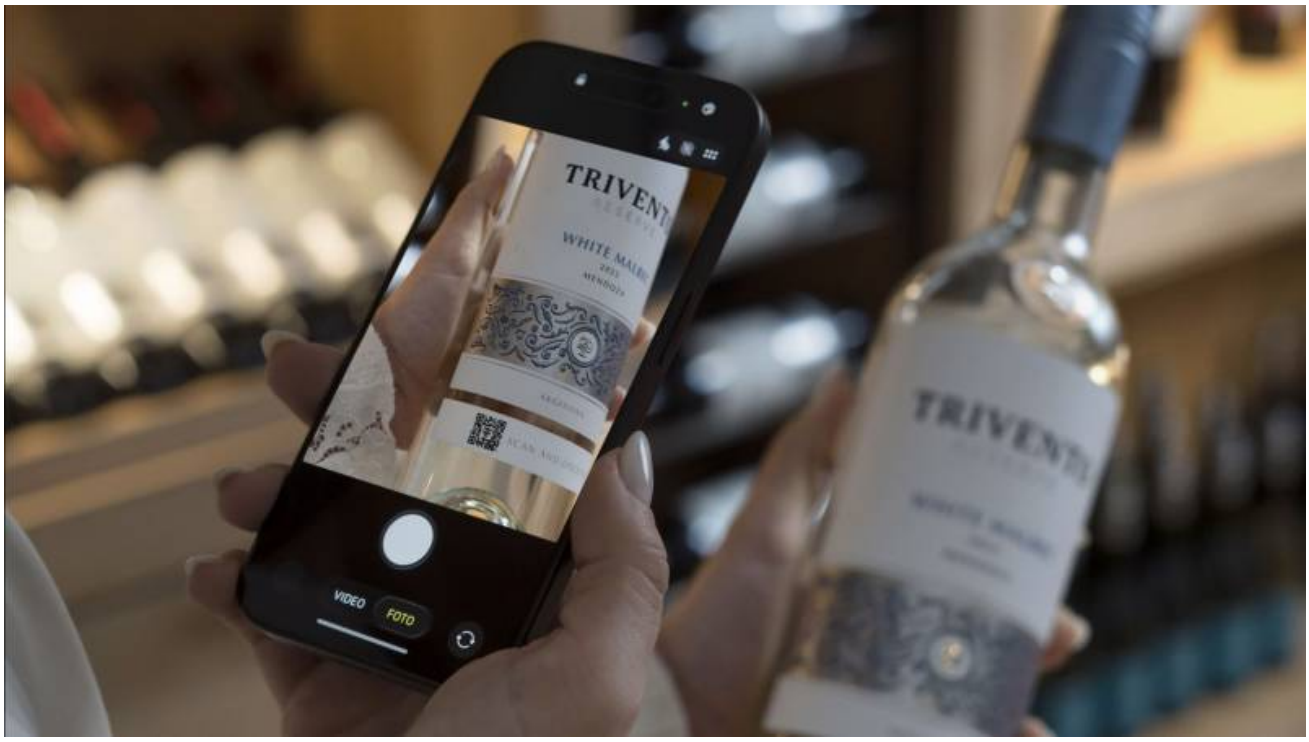
vinetur

Trivento lanza un sumiller virtual con inteligencia artificial en 12 idiomas

La herramienta ofrece recomendaciones personalizadas, maridajes e información sobre vino en un mismo entorno digital

jueves 8 de octubre de 2026



Trivento, bodega con sede en Maipú, Mendoza, presentó este jueves, 8 de octubre, TEO, un sumiller virtual impulsado por inteligencia artificial y desarrollado por Wine Compass. La herramienta ofrece recomendaciones personalizadas, sugerencias de maridaje y contenidos sobre vino en 12 idiomas.

El servicio está orientado a consultas de usuarios de distintos mercados. Su planteamiento permite pedir una recomendación a partir de preferencias personales, resolver dudas sobre combinaciones con comida y acceder a información sobre vinos sin salir del mismo entorno digital.

En el sector vinícola, este tipo de asistentes se está utilizando como apoyo comercial y de atención al cliente. Su función habitual pasa por ordenar información que para muchos consumidores resulta dispersa: estilos de vino, perfiles de sabor, servicio o armonías gastronómicas. En el caso de TEO, Trivento centra la herramienta en respuestas personalizadas y en un acceso rápido al contenido.

La incorporación de este sistema coincide con otro anuncio relevante para la bodega argentina. Trivento informó de que uno de sus Malbec obtuvo el IWC Great Value Champion Red 2026 en el International Wine Challenge, un concurso con amplia proyección internacional dentro del vino. El reconocimiento refuerza la presencia de la firma en una variedad muy ligada a la imagen exterior del vino argentino.

La actividad pública de la empresa en las últimas semanas también ha girado alrededor de su trabajo enológico. El 19 de septiembre, su director enológico, Germán Di Cesare, participó en una entrevista centrada en la labor que hay detrás de cada botella. En otros contenidos difundidos por la bodega, publicados el 21 de agosto, el 11 de septiembre, el 5 de septiembre, el 25 de septiembre y este lunes, 5 de octubre, aparecen asuntos como la evolución del Malbec en Luján de Cuyo, la relación entre vino y parrilla, los 30 años de trayectoria de la casa y propuestas de vinos ligeros para la primavera.

La disponibilidad en 12 idiomas es uno de los elementos con más alcance del nuevo asistente. Para una bodega que se dirige a consumidores de varios países, esa capacidad reduce barreras idiomáticas y facilita una atención continua. Para el usuario, se traduce en respuestas inmediatas sobre maridaje, estilos o recomendaciones ajustadas a gustos concretos.

Los dos anuncios difundidos por Trivento en esta primera semana de octubre muestran una doble línea de trabajo. Por un lado, la bodega incorpora tecnología para acercar el vino al consumidor de forma directa. Por otro, mantiene el foco en su cartera de Malbec

a partir de resultados en certámenes internacionales y de la presencia pública de su equipo técnico.

TEO queda así incorporado a la oferta digital de la firma con tres funciones definidas: recomendación personalizada, propuestas de maridaje y contenido sobre vinos. A la vez, Trivento sigue dando recorrido a su reconocimiento en el International Wine Challenge y a los contenidos recientes vinculados a Luján de Cuyo, la parrilla y la trayectoria de la empresa.