vinetur

Tánico apuesta por la inteligencia de mercado para bodegas y profesionales del vino

La newsletter semanal ofrece datos estratégicos y movimientos empresariales clave en el sector vitivinícola

lunes 19 de enero de 2026

Tánico, una newsletter dirigida por Sergi Cortés, se ha consolidado como una herramienta informativa para bodegas y profesionales del sector del vino que buscan comprender el mercado de manera eficiente. La publicación, de carácter semanal, está orientada a quienes necesitan información precisa y relevante para la toma de decisiones empresariales en el ámbito vitivinícola.

La propuesta de Tánico se centra en la inteligencia de mercado aplicada al vino. Cada edición ofrece datos, análisis de movimientos corporativos, adquisiciones, cifras de mercado y nombres propios que marcan la actualidad del sector. El objetivo es proporcionar información accionable, es decir, datos que permitan a los lectores anticipar tendencias y tomar decisiones fundamentadas en un entorno empresarial en constante cambio.

A diferencia de otras publicaciones del sector, Tánico no incluye notas de cata ni información de producto. Tampoco ofrece opiniones sin fundamento ni se limita a reproducir información genérica. La newsletter se presenta como una alternativa para quienes buscan criterio y contexto estratégico, evitando el ruido informativo habitual en el sector.

La suscripción a Tánico es gratuita y está pensada para que el lector pueda ponerse al día en apenas cinco minutos a la semana. El formato breve y directo responde a la necesidad de los profesionales de acceder a información clave sin invertir grandes cantidades de tiempo. Según su director, la newsletter pretende ser una herramienta útil para quienes deben adaptarse a los cambios del mercado y necesitan estar informados de manera ágil y fiable.

El enfoque de Tánico responde a una demanda creciente de información especializada en el sector del vino, donde las decisiones empresariales requieren cada vez más datos y análisis de calidad. La newsletter se posiciona así como un recurso para directivos, responsables de bodegas y profesionales que buscan una visión estratégica del mercado, más allá de la información tradicional sobre productos o tendencias de consumo.

La iniciativa de Sergi Cortés refleja la transformación de la comunicación en el sector vitivinícola, donde la inteligencia de mercado y el análisis de movimientos empresariales ganan peso frente a los formatos tradicionales. Tánico se presenta como una opción para quienes valoran la información precisa y el análisis estratégico en un sector marcado por la competencia y la necesidad de adaptación constante.