vinetur

Las tiendas online multiplican sus ventas gracias a la automatización de inventarios mediante API de vinos de alta gama

Pequeños y medianos comerciantes multiplican por diez sus operaciones tras conectar sus sistemas con la plataforma de Bordeaux Index

jueves 12 de marzo de 2026



La integración de APIs en el comercio de vinos de alta gama está impulsando un crecimiento rápido en el sector, según los datos que maneja la plataforma LiveTrade de Bordeaux Index. Esta herramienta permite a comerciantes de vino conectar sus propios sistemas con la plataforma, facilitando la gestión de inventario y la ejecución de operaciones en tiempo real. El sistema elimina la necesidad de navegar entre diferentes plataformas y permite a los comerciantes vender productos como si fueran propios, sin tener que mantener existencias físicas.

LiveTrade cuenta con cerca de 40 millones de libras en existencias, unos 15.000 productos distintos y más de 150.000 anuncios activos. Miles de compradores y vendedores utilizan la plataforma desde diferentes países. La clave del crecimiento

reciente ha sido la API desarrollada por Bordeaux Index, que automatiza tareas como la publicación de productos y la gestión del inventario. Los usuarios pueden listar vinos y realizar operaciones casi al instante, mientras que Bordeaux Index se encarga de las compras, ventas y logística.

James Carey, director de tecnología de Bordeaux Index, explica que la API conecta directamente el inventario del comerciante con el de LiveTrade. Así, los comerciantes pueden comparar precios y existencias en ambos sistemas desde su propia interfaz. Una vez sincronizados los productos, estos pueden venderse como propios, aplicando un margen sobre el precio base sin necesidad de almacenar físicamente el vino.

Muchos clientes ya tienen sus sistemas integrados con plataformas como Shopify. Esto les permite seleccionar qué productos quieren mostrar en su tienda online y fijar el margen correspondiente. Cuando un cliente finaliza una compra, el pedido se transmite automáticamente a Bordeaux Index, que envía el vino al comerciante en un plazo máximo de dos días para su posterior entrega al cliente.

El uso de esta API resulta especialmente útil para pequeños y medianos comerciantes, aunque también beneficia a empresas más grandes. El coste de mantener inventario es elevado y este sistema permite operar sin esa carga financiera. Según datos internos, cinco de cada seis vendedores han multiplicado por diez su actividad en ofertas y demandas durante los tres primeros meses tras integrar la API, generando hasta quince veces más oportunidades comerciales.

El acceso a la API es gratuito. A diferencia de otros sistemas que cobran licencias o comisiones por transacción, LiveTrade solo aplica un margen transparente sobre las ventas. Carey señala que esto es posible porque Bordeaux Index ha invertido en su propio equipo tecnológico interno, lo que reduce los costes asociados a desarrollos externos y permite una mejora continua del sistema.

La empresa busca facilitar el acceso a comerciantes con diferentes niveles técnicos. Tras un primer contacto, se realiza una reunión para conocer las necesidades tecnológicas del cliente y adaptar la solución a cada caso. El proceso incluye el envío de ejemplos de código y soporte continuo mediante canales como Slack o Teams. En algunos casos, si el beneficio para Bordeaux Index es considerable, el equipo puede

encargarse completamente del desarrollo para el cliente.

La flexibilidad es uno de los puntos clave del sistema. No todos los clientes requieren una integración total; algunos pueden operar mediante hojas Excel conectadas a la API para gestionar precios en tiempo real y ejecutar operaciones directamente desde ese entorno.

Bordeaux Index mantiene un equipo dedicado al desarrollo y mejora constante del sistema. Desde su lanzamiento inicial, se han realizado más de 200 modificaciones basadas en sugerencias de los usuarios. Estas mejoras suelen estar disponibles para todos los clientes sin necesidad de rehacer sus integraciones previas.

La compañía considera que facilitar el acceso a su plataforma beneficia tanto a pequeños comerciantes como a grandes operadores, ya que incrementa el volumen total negociado. La estrategia pasa por reducir al mínimo las barreras técnicas y económicas para atraer al mayor número posible de usuarios al sistema LiveTrade.