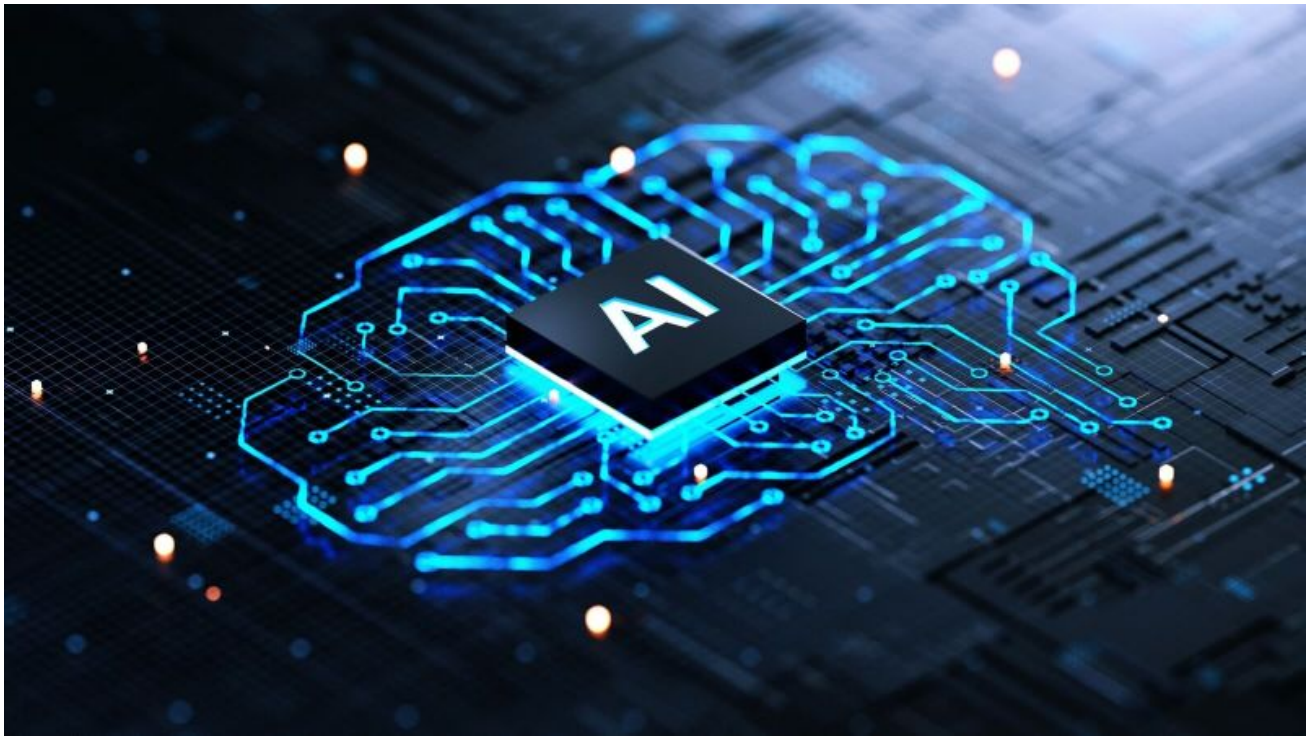
vinetur

La IA irrumpe en el marketing del vino

Lanzan VINTAGE² para ayudar a las bodegas a ganar visibilidad en búsquedas generativas

martes 21 de abril de 2026



La consultora The Weinheimer Group ha publicado un informe sobre la preparación del sector del vino ante el uso de la inteligencia artificial en marketing, visibilidad y crecimiento, y ha lanzado VINTAGE², un sistema educativo para bodegas centrado en la presencia de marca en entornos de búsqueda con IA.

La empresa, con sede en Austin (Texas, EEUU), presentó el Wine Industry AI Marketing Readiness Report a partir de respuestas de propietarios, operadores y responsables de marketing de bodegas. Según el estudio, 93% de los encuestados afirma que ya está

probando herramientas de IA o reuniendo información sobre ellas. Solo 7% dice que no es una prioridad en este momento.

El informe señala una distancia entre el interés y la puesta en marcha de proyectos. El 60% de los participantes sitúa la mejora de la visibilidad online como la principal oportunidad ligada a la IA. Además, 36% dice que su principal obstáculo es no saber qué parte del discurso sobre IA responde a hechos reales y qué parte es exageración. Otro 29% pide pruebas claras de retorno antes de dar el primer paso.

Tim Weinheimer, estratega de marketing con IA y creador de VINTAGE², afirmó que los sistemas de búsqueda con IA y los motores generativos ya actúan como primer punto de contacto para consumidores y compradores profesionales. Según explicó, las bodegas que no aparecen en esos sistemas pierden presencia antes incluso de iniciar la conversación comercial.

VINTAGE² se presenta como un sistema de formación y trabajo para equipos de bodega. Incluye pautas sobre comportamiento de búsqueda con IA, auditorías de visibilidad de marca, alineación del relato comercial y técnicas de Generative Engine Optimization, una disciplina orientada a que las plataformas basadas en IA entiendan, citen y muestren una marca con mayor fiabilidad.

La compañía subraya que no se trata de una suscripción a software ni de una herramienta rápida para resolver problemas puntuales. Su propuesta pasa por formar a los equipos internos para que puedan trabajar con estos sistemas de forma continuada.

Valerie Elkins, directora de membresías de William Chris Wine Company, dijo tras participar en un taller sobre preparación para la IA que la sesión les ayudó a entender cómo esta tecnología ya influye en la forma en que los consumidores encuentran bodegas. Añadió que el equipo vio oportunidades para aparecer con más regularidad y credibilidad en esos canales.

Vinoth Rajkumar, propietario de Cork2Glass, señaló por su parte que, al tratarse de una empresa nueva, sabían desde el inicio que la visibilidad en noticias, valoraciones online y búsquedas con IA sería importante. Afirmó que en cinco meses han logrado una presencia constante que ha apoyado su arranque comercial.

The Weinheimer Group se define como una consultora especializada en estrategia de marca para bodegas, con servicios centrados en preparación para IA, claridad de marca y visibilidad digital. Su fundador, Tim Weinheimer, acumula más de 30 años de experiencia en marketing y fue fundador de Su Vino Winery en Grapevine, Texas.