**La periodista Sandra Ruiz destaca el poder de las redes sociales para contar la historia detrás de cada botella de vino**

**La sesión se centró en cómo el entorno digital, bien utilizado, puede ayudar a transmitir la esencia del vino: sus personas, sus valores y su historia**

**Ciudad Real, 06-05-2025**.- La periodista y experta en comunicación Sandra Ruiz ofreció una charla titulada *"No vendes vino, vendes historias"*, en la que abordó la importancia de que las bodegas estén presentes en redes sociales. Dirigida a profesionales del sector vitivinícola, la sesión se centró en cómo el entorno digital, bien utilizado, puede ayudar a transmitir la esencia del vino: sus personas, sus valores y su historia.

“Hoy no basta con tener un buen vino. El consumidor quiere saber quién hay detrás, qué valores hay en esa copa, por qué ese sabor lo conecta con algo personal. El vino se brinda, sí… pero también se cuenta”, explicó Ruiz durante su intervención, recordando que estamos en la era del relato y que, en este contexto, las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para conectar con el consumidor.

A lo largo de la charla, la periodista expuso el papel que juegan las distintas plataformas: Instagram como espacio visual y emocional ideal para construir marca; TikTok, como plataforma fresca y divertida para mostrar el día a día de una forma espontánea; Facebook, útil para difundir eventos y mantener el vínculo con la comunidad local; y YouTube, perfecto para contar historias largas, entrevistas o visitas virtuales. “Las redes no son solo para verse bien. Son para mostrar lo invisible: el esfuerzo, la tradición, las personas. El vino necesita relato, y hoy lo tenemos todo para contarlo”, afirmó.

La también community manager compartió los tipos de contenido que más conectan con la audiencia: educativo (curiosidades, maridajes, variedades), emocional (personas, anécdotas, tradición), visual (botellas, paisaje, catas), y entretenido (reels, retos, humor elegante). Destacó el valor de herramientas gratuitas como Canva, CapCut o Meta Business Suite para facilitar la creación de publicaciones de calidad, y subrayó la importancia de planificar con un calendario de contenidos, así como de reutilizar el material gráfico disponible. “Una buena foto de vendimia no sirve solo para un post, puede dar contenido para semanas si sabemos cómo aprovecharla”, explicó.

Uno de los puntos fuertes de la charla fue la reflexión sobre las métricas que realmente importan: “No se trata de cuántos te siguen, sino de cuántos te escuchan. De cuántos guardan tu post, comentan, preguntan... y terminan viniendo a tu bodega o brindando con tu vino en una ocasión especial”. Frente a la obsesión por el número de seguidores, Sandra puso el foco en la interacción real, el alcance, los guardados y los comentarios como indicadores de valor.

Ruiz también alertó sobre los errores más comunes que cometen muchas bodegas en redes sociales: publicar solo promociones, no contestar mensajes, usar un lenguaje excesivamente frío o corporativo, o no mostrar los rostros y las historias humanas que hay detrás del vino. “Las redes deben ser relacionales, no promocionales. Hay que mostrar a la gente real, contar anécdotas, enseñar lo que no se ve desde fuera. Eso es lo que emociona y fideliza”, concluyó.