vinetur

Madrid Hospitality School lanza un curso para cubrir perfiles comerciales en el negocio del vino

La formación híbrida arranca en noviembre con 152 horas y se dirige a bodegas, distribución, sala y marketing

martes 21 de julio de 2026



Madrid Hospitality School, la escuela de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid, ha presentado el Curso Superior Wine Business, un nuevo programa con el que amplía la antigua formación de Comercialización y Marketing del Vino hacia un enfoque más amplio del negocio vitivinícola. La escuela plantea esta

nueva etapa como una respuesta a los cambios que vive el sector, con más peso de la digitalización, nuevos canales de venta, cambios en el consumo y una mayor presión entre categorías de bebidas.

La formación celebrará su decimocuarta edición bajo esta nueva orientación y, según la escuela, busca preparar a profesionales capaces de trabajar en toda la cadena de valor del vino, no solo desde el conocimiento del producto. El planteamiento incluye marca, comercialización, comunicación, canales de venta, venta directa, retail, canal Horeca y enoturismo, además de herramientas ligadas a la transformación digital.

Vicente Lorente Garín, director de Madrid Hospitality School, afirma que la hospitalidad del siglo XXI necesita perfiles con una visión integral del negocio. En esa línea, sitúa este curso dentro de la ampliación de la oferta de la escuela hacia áreas como la gestión hotelera, el turismo y el vino. Lorente añade que el programa también pretende facilitar el paso de profesionales de sala y sumillería hacia puestos en distribución y bodegas, con contenidos centrados en marketing, ventas, comunicación y gestión comercial.

Maite Corsín, coordinadora del curso, sostiene que el sector ya cuenta con buenos elaboradores, enólogos y sumilleres, pero necesita también profesionales capaces de interpretar el mercado, construir marcas y conectar el vino con las necesidades actuales del consumidor. A su juicio, el vino no compite solo con otras bebidas, sino también por la atención y el tiempo de las personas, y por eso el nuevo curso se orienta a una visión estratégica, comercial y cultural.

El programa está dirigido a propietarios de bodegas, comerciales, sumilleres, jefes de sala, responsables de compra, guías de enoturismo, emprendedores y responsables de marketing y comunicación, además de personas que quieran iniciar su carrera en la industria del vino. La escuela explica que la metodología será práctica y combinará estrategia, análisis de tendencias, tutorías, proyectos y resolución de casos reales, con un laboratorio pensado para bodegas y marcas que quieran desarrollar nuevas ideas junto al claustro y los alumnos.

La formación se impartirá en formato híbrido, con asistencia presencial y seguimiento online. Madrid Hospitality School señala que este sistema busca facilitar el acceso a profesionales, empresas y estudiantes que quieran impulsar su trayectoria en el negocio del vino pero no puedan desplazarse a Madrid de forma continuada.

Entre los contenidos figuran el posicionamiento de marca, la arquitectura de portfolio, la gestión por canales, los planes comerciales, la comunicación y los indicadores de negocio. También incorpora materias sobre branding, técnicas de venta, negociación comercial, liderazgo de equipos, inteligencia artificial aplicada al negocio, creación de comunidades, análisis del consumidor, merchandising, sostenibilidad e innovación comercial.

Uno de los ejes del curso será el profesorado. La escuela ha reunido a especialistas vinculados al negocio del vino y la comercialización, entre ellos Paul Wagner, experto en enoturismo y fundador de Balzac Comunicación; Eduardo de Diego, director de comunicación de la Federación Española del Vino; Andreas Kubach MW, consejero delegado de Península Viticultores; Phillipe Eberlé, director comercial de Primeras Marcas; Carmen Giné, directora de marketing de Zamora Company Wines; Alberto Saldón, director de marketing de Sogrape-Lan; Javier Zaeta, socio de Coalla Gourmet; César Ruiz, consejero delegado de Alma Vinos Únicos; Montse Alonso, consejera delegada de Mahala Wine&; Miguel Ledesma, director de comunicación de Marqués de Murrieta; Ricardo Sellers, catedrático de Marketing del Vino; José Luis Baños, gerente de la Ruta del Jerez, y Pascal Drake, fundador de Descorchify.

Madrid Hospitality School vincula este lanzamiento con su trayectoria en formación especializada en vino y recuerda que su Curso Superior de Sumiller alcanzará la XXV edición en el curso 2026/7. En la información corporativa difundida por la escuela también se señala que ese programa ha llegado a su XXXIV edición en 2026.

El Curso Superior Wine Business 2026-2027 comenzará el próximo 16 de noviembre y se prolongará hasta el 24 de abril de 2027. Tendrá una duración total de 152 horas. Las clases se celebrarán los viernes de 17.00 a 20.30 horas y los sábados de 9.00 a 13.00 horas.

El precio del programa será de 4.500€ y la escuela indica que podrá bonificarse a través de FUNDAE. También anuncia descuentos para grupos de empresas de horeca, distribución, bodegas y otros profesionales de bebidas, así como condiciones especiales para profesionales de bodegas de la DO Vinos de Madrid. El formato híbrido permitirá seguir las clases presenciales y en streaming desde otros puntos de España y de Latinoamérica.