vinetur

Cómo entrar en el mundo del vino sin ser sommelier

Carreras alternativas, habilidades clave y cómo construir una identidad profesional en una industria en transformación

martes 8 de julio de 2025

ESCRITO POR MARIA ALEJANDRA BIDASECA



Durante mucho tiempo, trabajar en el mundo del vino parecía una carrera de fondo reservada a sommeliers, enólogos o ingenieros agrónomos. El imaginario colectivo todavía asocia el sector con conocimientos técnicos, catas, maridajes sofisticados y largas jornadas de estudio. Pero en la actualidad, este universo se ha expandido mucho

más allá de las copas y los manuales.

Hoy, el vino necesita ser contado, mostrado, vivido y compartido. Y para eso, se requieren perfiles creativos, empáticos, digitales y con una mirada fresca sobre cómo conectar una botella con una persona. En otras palabras, **no hace falta ser sommelier para tener un rol valioso (y estratégico) dentro de esta industria.**

Una industria que evoluciona y se diversifica

La profesionalización del enoturismo, el auge de la venta directa, la transformación digital y el creciente interés del consumidor por las historias detrás de cada vino han abierto nuevas puertas. Bodegas, vinotecas, distribuidores y proyectos independientes están buscando más que conocimiento técnico: necesitan equipos que entiendan **branding, experiencia de cliente, comunicación, hospitalidad, diseño, estrategia comercial y creación de comunidad.**

No es casualidad que en ferias, catas o eventos del sector, los perfiles que más crecen no siempre vienen del aula técnica, sino de áreas como el marketing, la hotelería, el diseño gráfico, las redes sociales o la producción de eventos.

¿Por dónde empezar si no venís del mundo del vino?

Aunque no cuentes con formación enológica, hay muchos caminos para acercarte profesionalmente a este universo. El primer paso es reconocer qué habilidades podés aportar y qué te interesa construir. Algunos perfiles con gran potencial de inserción hoy en día incluyen:

- **Coordinadores de enoturismo y hospitalidad:** profesionales con visión de servicio, capaces de crear experiencias memorables en visitas, catas y eventos.
- **Responsables de marketing y redes sociales:** perfiles creativos que conectan emocionalmente con el consumidor y construyen marca en el mundo digital.
- **Asesores comerciales con sensibilidad cultural:** vendedores que conocen el producto, pero sobre todo entienden a su cliente.
- **Storytellers y creadores de contenido:** profesionales que saben narrar historias auténticas que enamoran más allá del terroir.

- **Organizadores de eventos y experiencias inmersivas:** desde pop-ups hasta maridajes temáticos, estos perfiles transforman espacios en momentos.

La clave está en desarrollar una mirada propia y posicionarte como alguien que aporta valor real al negocio más allá de lo técnico.

Recursos y formación para perfiles no técnicos

La buena noticia es que no necesitás años de carrera universitaria para formarte. Existen cursos cortos, talleres específicos, capacitaciones online y diplomaturas orientadas a distintas áreas del negocio del vino. Algunas sugerencias:

- **Wine Folly, EnoAula, The Wine Studio o WSET (nivel 1 o 2):** para construir una base sólida sin entrar en profundidad técnica.
- **Cursos de marketing digital y redes sociales aplicados al mundo gourmet:** útiles para posicionarte como creador de marca.
- **Talleres de hospitalidad, atención al cliente y enoturismo:** ofrecidos por escuelas de gastronomía o turismo.
- **Formaciones en redacción creativa, storytelling, fotografía de producto o diseño UX/UI:** cada vez más valoradas en el mundo vinícola

Invertir en este tipo de formación es estratégico: no solo adquirís herramientas, sino que empezás a integrarte al ecosistema profesional.

Hacer marketing de uno mismo también cuenta

Una de las mejores formas de entrar al mundo del vino es mostrar interés, criterio y coherencia en lo que comunicás. La marca personal es clave: no se trata de "postear vinos", sino de compartir aprendizajes, mostrar tu voz, contar tus experiencias e interactuar con otros actores del sector.

Participar en ferias, recorrer bodegas, asistir a lanzamientos o incluso trabajar como voluntario en eventos vinícolas puede darte contactos, visibilidad y oportunidades concretas. También podés crear tu propio contenido: una newsletter, un blog, un canal de YouTube o una columna en una revista local.

Hoy más que nunca, el vino también se vive desde lo digital. Y en ese terreno, tener formación en marketing es una ventaja enorme.

El mundo del vino está cambiando, y con él, los caminos para sumarse a la industria. La técnica seguirá siendo valiosa, claro, pero cada vez gana más fuerza quien sabe emocionar, interpretar y construir relaciones. Y ahí, ser sommelier ya no es el único punto de entrada. Hay muchos más. Y están esperando a perfiles como el tuyo.