

## Vinos de Chile apuesta por Julio Ducci para reposicionar el vino chileno en el mundo



*Abogado y sommelier, lideró el desarrollo en Asia y Norteamérica; su foco será recuperar valor, imagen país y apoyo comercial a las viñas en mercados claves.*

*En plena reconfiguración del negocio mundial del vino y con una industria local presionada por desafíos comerciales y de posicionamiento, Vinos de Chile anunció la llegada de Julio Alonso Ducci como su nuevo Director Comercial. El movimiento no es menor ya que la organización busca fortalecer su estrategia internacional en un momento que distintos actores describen como particularmente exigente para el sector, con el objetivo explícito de volver a instalar las etiquetas chilenas en la conversación global, no solo por volumen, sino por reputación y creación de valor. El nombramiento, que comenzó a regir en enero de 2026 y pone al frente comercial a un ejecutivo con trayectoria en dos frentes decisivos para Chile: Asia —con China como termómetro de competencia, marca y precio— y Norteamérica, donde la disputa por espacios en distribución y comunicación suele ser intensa. Para el gremio se trata de un perfil preparado para combinar estrategia, relato país y ejecución en terreno, justo cuando el mercado internacional exige diferenciación, consistencia y foco. Vinos de Chile y el plan que se instala: del volumen al valor y del producto a la imagen país Vinos de Chile (también conocido internacionalmente como “Wines of Chile”) es la asociación gremial del sector vitivinícola chileno, de carácter privado y sin fines de lucro, que representa a productores del país y articula esfuerzos para conectar a sus miembros y proyectar el vino chileno en mercados externos. El gremio funciona como plataforma de coordinación para iniciativas sectoriales y vinculación con actores del ecosistema, reforzando la promoción internacional del origen Chile. En paralelo, el Estado también reconoce el peso de la marca sectorial: ProChile describe “Wines of Chile” como una marca que promueve internacionalmente a los vinos de Chile y que se trabaja en conjunto con la Asociación de Vinos de Chile, lo que ilustra la relevancia estratégica del gremio como brazo articulador de promoción y posicionamiento. La llegada de Alonso Ducci pone el acento en un giro de enfoque: no se trata únicamente de vender más botellas, sino de “mostrar a Chile a través del vino” como un motor cultural y de legado, reforzando una imagen país consistente y apoyando comercialmente a las viñas de manera sostenible. Esa idea aparece reforzada por el propio ejecutivo en una publicación reciente, donde plantea la necesidad de realinear recursos del gremio para que el vino se convierta en un canal de imagen del país hacia el mundo y, a la vez, facilitar los esfuerzos comerciales de las viñas frente a la crisis del sector. Si el mercado global está más competitivo y selectivo, Chile necesita defender su lugar con mejor propuesta de valor, segmentación, narrativa de origen y ejecución comercial coordinada. En otras palabras, construir preferencia —y precio—, no solo presencia. Lo que se juega Chile: foco, mercados y consistencia Aunque el anuncio habla de reposicionamiento global, el éxito de esta etapa probablemente dependerá de decisiones concretas:*

cuánto se prioriza el crecimiento en valor por sobre volumen; qué mercados serán verdaderamente “punta de lanza”; cómo se coordina el esfuerzo entre viñas de distinto tamaño; y qué narrativa país se sostendrá con consistencia a lo largo del tiempo. Aquí aparecen señales relevantes desde fuentes del rubro: algunas señalan que la estrategia comercial que supervisará Julio Alonso Ducci abarcará Américas, Asia y Europa, con menciones a un foco particular en Brasil dentro de la región, un mercado que en los últimos años ha ganado peso como destino regional para vino embotellado y con competencia creciente. En síntesis, la apuesta del gremio apunta a un liderazgo internacional y estrategia de mercados, para enfrentar una etapa donde el vino chileno compite no solo con otros orígenes, sino con nuevas formas de consumo, cambios en hábitos y un cliente más exigente respecto de identidad, origen y propuesta de valor. Quién es Julio Alonso Ducci: trayectoria, mercados y un perfil “mixto” poco habitual. El nuevo Director Comercial llega con una combinación que en el rubro no es común en cargos de primera línea: es abogado y además cuenta con formación de sommelier, atributo que el sector suele valorar por la capacidad de conectar estrategia comercial con comprensión técnica del producto y del relato enológico. Uno de los hitos más mencionados es su etapa vinculada a China y Asia. En ese período, diversas publicaciones destacan que, entre 2014 y 2019, las exportaciones de vino embotellado chileno a China crecieron con fuerza, con cifras reportadas de 191% en volumen y 236% en valor FOB, en un ciclo donde el desafío no fue solo vender, sino instalar percepción y abrir espacio a segmentos de mayor valor. Luego, su carrera se consolidó en Norteamérica liderando la estrategia en Estados Unidos, Canadá y México. Allí, el trabajo comercial y de posicionamiento se vincula con activaciones, vínculos con el trade y construcción de comunidad, elementos claves para disputar preferencia en un mercado donde la recomendación y la influencia de sommeliers, importadores, distribuidores y prensa especializada pueden inclinar la balanza. Sobre su actividad en Estados Unidos, fue gran anfitrión de eventos de alto perfil en Nueva York durante 2025, dando señales del nivel de relacionamiento y ejecución que se busca capitalizar desde el gremio. En la prensa internacional especializada, como The Drinks Business informaron su designación como “global commercial director”, destacando su formación como sommelier y abogado, y situando su misión en el marco de la estrategia comercial del vino chileno en distintos continentes. Si te interesa recibir noticias publicadas en Diario Fruticola, inscribe tu correo aquí