vinetur

Julio Alonso Ducci asume la dirección comercial de Vinos de Chile para reforzar su presencia internacional

El sector apuesta por una estrategia que prioriza valor, imagen país y diferenciación en mercados clave como Asia y América

miércoles 4 de febrero de 2026



La Asociación de Vinos de Chile ha nombrado a Julio Alonso Ducci como su nuevo director comercial. El nombramiento, efectivo desde enero, responde a la necesidad de fortalecer la presencia internacional del vino chileno en un momento en que la industria enfrenta presiones comerciales y de posicionamiento en los principales mercados del

mundo. La organización busca impulsar una estrategia que permita recuperar valor, mejorar la imagen país y apoyar a las viñas chilenas en mercados clave.

Julio Alonso Ducci es abogado, MBA y sommelier certificado. Nació en Santiago y cuenta con experiencia tanto en el sector público como privado. Antes de asumir este cargo, trabajó seis años en la práctica privada y fue asesor legislativo en el Ministerio de Economía de Chile, donde participó en la modernización de leyes para pequeñas y medianas empresas. En el sector vitivinícola, ha liderado el desarrollo comercial en Asia y Norteamérica, dos regiones consideradas prioritarias para el vino chileno.

Durante su gestión al frente de la oficina de Wines of Chile en China y Asia, entre 2014 y 2019, las exportaciones de vino embotellado chileno a China aumentaron un 191% en volumen y un 236% en valor FOB. Este crecimiento se atribuye a una estrategia que no solo buscó aumentar ventas, sino también mejorar la percepción del producto y abrir espacio a segmentos de mayor valor. Posteriormente, Alonso Ducci dirigió la estrategia comercial en Estados Unidos, Canadá y México. En estos mercados, impulsó acciones para fortalecer vínculos con distribuidores, importadores y prensa especializada. En 2025 organizó eventos en Nueva York que reunieron a más de 2.500 personas del sector y generaron un valor mediático estimado en 20 millones de dólares.

El gremio Vinos de Chile representa a los productores del país y coordina iniciativas para proyectar el vino chileno en el exterior. Su labor incluye la promoción internacional del origen Chile y la articulación con actores públicos como ProChile. La llegada de Alonso Ducci coincide con un cambio de enfoque: se busca no solo aumentar las ventas, sino también reforzar la imagen país a través del vino como motor cultural y legado nacional.

El nuevo director comercial ha señalado que uno de sus objetivos será realinear los recursos del gremio para que el vino sirva como canal de proyección internacional para Chile. También pretende facilitar el trabajo comercial de las viñas ante las dificultades actuales del sector. El mercado internacional exige hoy diferenciación, coherencia y una propuesta clara de valor. Por ello, la estrategia bajo su liderazgo priorizará la construcción de preferencia por los vinos chilenos, así como una segmentación adecuada según cada mercado.

Fuentes del sector indican que la nueva estrategia abarcará América, Asia y Europa, con especial atención a Brasil dentro de Sudamérica. Este país ha ganado importancia como destino para el vino embotellado chileno debido al aumento del consumo local y a una competencia cada vez mayor.

La industria vitivinícola chilena se encuentra ante un escenario exigente por cambios en los hábitos de consumo, nuevas formas de distribución y una demanda internacional más selectiva respecto al origen y calidad del producto. El gremio considera que contar con un perfil mixto como el de Alonso Ducci —con formación jurídica y técnica— permitirá combinar estrategia comercial con conocimiento profundo del producto.

La designación ha sido recogida por medios internacionales especializados como The Drinks Business, que han puesto en valor su experiencia tanto en mercados asiáticos como norteamericanos. El objetivo es consolidar una visión a largo plazo para el sector vitivinícola chileno basada en calidad, sostenibilidad e imagen país.

Con este movimiento, Vinos de Chile busca adaptarse a las nuevas condiciones del mercado internacional e impulsar una etapa centrada en el crecimiento por valor más que por volumen. La coordinación entre viñas grandes y pequeñas será clave para sostener una narrativa coherente sobre el origen chileno y mantener una presencia relevante frente a otros países productores.