LITORALPRESS

Fecha: 13-07-2025
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Noticia general
Título: GIORGIANNA CÚNEO Y VIÑA CASAS DEL BOSQUE: "Hoy apuntamos a ser rentables"

Pág. : 12
Cm2: 1.015,1

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

Parte de las familias controladoras de Falabella, la publicista dice que originalmente esperaban tener números azules al 2030, "pero ahora creemos que nos va a tomar más tiempo". De Chile y el próximo proceso eleccionario afirma: "Quiero ser optimista". • JESSICA MARTICORENA

Giorgianna Cúneo, directora ejecutiva viña Casas del Bosque.

MACARENA PÉREZ

Directora ejecutiva:

GIORGIANNA CÚNEO Y VIÑA CASAS DEL BOSQUE: "Hoy apuntamos a ser rentables"

Giorgianna Cúneo vibra al hablar de vino. En 2002 se incorporó a la viña Casas del Bosque, de la cual es su directora ejecutiva. Su padre, Juan Cúneo Solari, expresidente de Falabella, la invitó a sumarse al proyecto familiar que fundó años antes. Publicista y experta en marketing, entonces Giorgianna no sabía mucho de vino. Ni siquiera lo bebía, pero con el tiempo aprendió y fue la primera mujer en presidir la Asociación de Empresarios Vitivinícolas del Valle de Casablanca.

Los Cúneo son una de las familias controladoras de Falabella. Pero el vitivinícola es un negocio que para ellos tiene un sabor distinto. "Nos reúne a todos como grupo familiar, pero de un modo distinto, porque lo creamos 100% nosotros", subraya Giorgianna. Y agrega. "Esta una viña familiar, y hemos tomado este valor de la familia como un eje muy importante dentro de nuestra marca, porque creemos que los vinos hechos por las familias tienen una condición especial. No somos una familia de tradición en este negocio, pero sí una que se ha ganado un respeto, un prestigio, somos enfocados en buscar la excelencia, en trabajar las cosas bien, creo que de alguna manera el respaldo de que la viña sea de la familia Cúneo, también tiene algo que decir, y eso nosotros lo vemos cuando vamos a abrir nuevos mercados o cuando tenemos conversaciones con nuestros clientes".

Uno de los pilares de Casas del Bosque, apunta, es el estilo de sus vinos. Y los vincula con la tradición *retail* de la familia Cúneo. "Los nuestros son vinos del nuevo mundo, vanguardistas, con un estilo moderno; igual que en el vestuario y en el *retail*, donde los estilos van cambiando, en el vino uno tiene que ir ajustándose a los tiempos y a las tendencias. Hoy, el mundo cada vez quiere menos madera en los vinos, quiere vinos más sustentables, quiere menos intervención".

Y se explaya. "Ahí tenemos un nexo, soy directora de Falabella Retail. Ambos mundos, el *retail* y los vinos, se vinculan porque hay tendencias, y el vino también es tendencia". Por ejemplo, menciona, "antiguamente, el centro de la moda estaba en Italia, hoy para Falabella se ha vuelto bien relevante España, ha ido cambiando la tendencia; y en el mercado del vino es un poco lo mismo. En un minuto todos querían estar en Inglaterra, después el mercado más importante fue China y hoy estamos todos peleándonos Brasil. En *retail* y en vino, hay que adaptarse a las tendencias, sintonizar con ellas".

Menciona otra tendencia. "Por primera vez, el consumo de vino blanco sobrepasa al tinto, que cae 15%, mientras los blancos y rosados crecen 10% y 17%, respectivamente. Una oportunidad para Casas del Bosque".

Para adaptarse a una baja en el consumo mundial de vino —3,3% en 2024— y a un alza del vino de menor graduación alcohólica, adelanta que están explorando esa clase, "porque viene creciendo más de 20%, desde 2021. Y hay que ir dónde están las oportunidades".

También han desarrollado un complejo de enoturismo con tres restaurantes, y el año pasado recibieron 92 mil visitas.

Con todo, dice, "después de 30 años en la industria del vino, sentimos que tenemos una marca consolidada, fuerte, reconocida y valorada por el consumidor local e internacional. Y hemos trabajado para hacer buenos vinos. Aquí hay esfuerzo, hay trabajo, hay un equipo, hay sueños también. Las marcas al final se construyen en base al producto. Y soy una convencida de que el producto es el actor principal de cualquier proyecto y de cualquier negocio".

En búsqueda de la rentabilidad

Este 2025 encuentra a Casas del Bosque en una etapa de cambios y reestructuración en su estrategia. Giorgianna Cúneo enfatiza que si bien siempre han estado orientados a la calidad, y que ella personalmente ha sido muy insistente en que Casas del Bosque tiene que estar presente en las grandes ligas, admite que "estuvimos muchos años tratando de buscar *share* y de vender cajas, volumen. De repente, te llegan algunos negocios que no agregan valor a la marca, sino que tienen más que ver con lo masivo, que no es mi mercado, pero son negocios que de repente igual los tomas, porque te pueden ayudar un poco en la operación a reducir costos. Y por no perder un cliente, terminas vendiendo un vino que no estás marginando nada".

Ahora, esos negocios los van a examinar con mucha más dirección, para "no perder el foco". Y lo resume así. "Estamos buscando valor. Tenemos un precio FOB de exportación de US$ 50, y queremos seguir aumentándolo, posicionándonos arriba. Me interesa cuidar y potenciar la marca, y si tenemos que vender menos cajas, lo haremos".

Parte del nuevo enfoque es orientarse a la rentabilidad, que ha sido esquiva. Para ello, hace unos meses reclutaron a un nuevo gerente general, Jaime de la Barra, que estuvo 15 años en Santa Rita. "Hoy apuntamos a ser rentables. El nuevo enfoque de Casas del Bosque está basado 100% en buscar la rentabilidad, alejado del modelo basado en vender, vender, vender, y Jaime tiene la misión de liderar este nueva etapa".

Describe que hoy "estamos muy preocupados del *sell-out* de nuestros clientes, porque al final no sacas nada con venderle un montón y que después se quede con los vinos dentro de la bodega. Necesitamos que los vinos lleguen al consumidor final. Entonces, también nuestro equipo está mucho más en la calle, más conectado. Más que distribuidores e intermediarios, lo que estamos buscando son socios estratégicos que quieran la marca, que estén fascinados con lo que ofrecemos".

También están en un plan de reconversión de las tierras. "Estamos pasando de un vitivinicultura tradicional a una orgánica", expresa El campo tiene una superficie de 1.000 hectáreas y la viña llegó a tener 250 hectáreas plantadas, "pero hemos reducido la cantidad de hectáreas de manera súper significativa, en un minuto pasamos a ser

SIGUE EN B 15

LITORALPRESS

Fecha: 13-07-2025
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Noticia general
Título: GIORGIANNA CÚNEO Y VIÑA CASAS DEL BOSQUE: "Hoy apuntamos a ser rentables"

Pág. : 15
Cm2: 606,3

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

VIENE DE B 12

productores, vendíamos la uva, pero hoy estamos enfocados 100% en la producción propia".

Detalla que se redujeron a 159 hectáreas en 2024, donde cosechan sus Sauvignon Blanc, Chardonnay, Riesling, Pinot Noir y Syrah. A fin de año, tendrán 140 hectáreas plantadas. "Después de 30 años de mucho ensayo y error, muchas parras ya vienen a la baja en su eficiencia, enfermedades de la madera, y pretendemos, en un plazo más o menos de cinco años, a fines de la década, quedarnos con 120 hectáreas a 130 hectáreas de alta calidad".

En 2024, vendieron 120 mil cajas y para este 2025 proyectan llegar a 135 mil. Y expone que "sí o sí en los próximos años tenemos que llegar a las 160.000 cajas".

La viña exporta el 55% de su producción a más de 25 países. "En un momento, cuando buscábamos crecer en masividad, estuvimos exportando a 65 países, hoy, producto del cambio de estrategia, nos hemos focalizado en los más rentables y que generan mayor valor", explica. Los mercados más relevantes a nivel internacional son Brasil, Estados Unidos y Canadá. "En Brasil estamos con buenos socios estratégicos y poniéndole mucho foco a ese mercado, que tiene mucho potencial. Desde 2023, se convirtió en el número uno para Chile, pesando un 17% en volumen y 15% en valor", precisa.

¿Y números azules cuándo?

"Originalmente, pensábamos que al 2030, pero ahora creemos que nos va a tomar más tiempo".

Un desafío será el alza arancelaria para Chile. "Chile es un proveedor clave para Estados Unidos; entre salmón, fruta, vino y carnes, representa el 17% de las exportaciones chilenas. Todavía el alza arancelaria es una nebulosa, hay mucha incertidumbre y claro, esto también te frena, porque nuestro importador de alguna manera, dice, 'estamos viendo qué es lo que va a pasar, esperemos'".

Plantar en el valle de Casablanca también es desafiante y complejo: escasea el agua y es un clima frío. "Está afectado por heladas, y en los últimos dos años hemos tenido las primaveras más frías de los últimos 15 años, y eso también afecta a la planta. Tuvimos bajas de entre el 35% y el 45% de la producción, en la vendimia 2025 nos faltaron más de 500.000 kilos", cuenta.

MACARENA PÉREZ

Las nuevas generaciones

Giorgianna tiene cuatro hijos, de entre 19 y 24 años, y su hermana Paola otros cuatro, de entre 35 y 28 años. La familia de a poco ha ido incorporando las nuevas generaciones a los negocios familiares, donde también son accionistas de Aguas Andinas.

"Mis hijos están muy nuevitos, están formándose, deben tener un título profesional y saben que tienen que estudiar y trabajar, porque somos una familia de súper esfuerzo, de trabajo", cuenta Giorgianna. Hace un tiempo, su hijo Facundo se integró al estudio de abogados Barros&Errázuriz.

Y agrega. "De mis sobrinos, María José (Uauy Cúneo) lidera la Fundación Liguria. Tomás estaba estudiando fuera y trabaja en Chile en el mundo financiero. Es director suplente en Aguas Andinas. Y en el directorio de nuestro *family office* Liguria, se incorporaron dos representantes de cada rama. Mis hijos Emilia y Facundo, y por el lado de Paola están Tomás y Santiago".

Falabella y fin del pacto de accionistas

El 1 de julio pasado y tras 22 años, Falabella puso fin al pacto de accionistas de las siete familias que tienen la participación mayoritaria en la sociedad. Giorgianna desdramatiza el fin del pacto.

"Lo veo como una nueva oportunidad de seguir trabajando juntos y buscando que le vaya bien a Falabella. Siempre hemos hablado de buscar a los mejores. La no renovación del pacto es el fin de un ciclo y se abre una nueva etapa, siempre se supo que en el 2025 se terminaba y no había renovación".

"Falabella está en una nueva y buena etapa, bien encaminada, tiene un buen liderazgo, creo que las cosas se están haciendo bien y los resultados lo demuestran. No hay nada mejor que lo que está percibiendo el mercado y lo que está reflejando la acción. Las operaciones en Chile, en Perú y en Colombia, están un poquito más desafiantes, están dando buenos resultados".

"Los empresarios están súper comprometidos con que a Chile le vaya bien"

—¿Cómo ve al Chile de hoy?

"Me preocupa el bajo crecimiento, la inseguridad, la 'permisología', el alto desempleo. Chile ha perdido dinamismo, pero es bueno que el crecimiento se instaló como tema de preocupación. Porque en los primeros años del Gobierno no era prioritario, no era tema, y siempre para un gobierno debe ser prioritario el crecimiento. Sin crecimiento el país se estanca y ya sabemos lo que pasa: viene el desempleo, hay menos oportunidades para los jóvenes, más delincuencia, y en suma, menor bienestar para las personas".

—¿El sueldo vital de $750.00 va en la dirección correcta?

"Al final lo más importante es generar empleos de calidad. Los más perjudicados serán las pymes, que no tienen espaldas para absorber nuevas alzas. Hay que considerar, además, los mayores costos que implicará para el empleador la reforma de pensiones. Este tipo de medidas no van a sacar a Chile del estancamiento".

—¿Cómo pueden contribuir los empresarios a darle un mayor empuje al país?

"Hay esfuerzos que se están haciendo, por ejemplo, Karen Thal en Icare, Susana Jiménez en la CPC, Rosario Navarro en Sofofa. Mujeres que están trabajando por buscar puntos de encuentro para el bien de Chile, para seguir trabajando de una manera mucho más coordinada entre lo público y lo privado".

—¿Los empresarios chilenos siguen creyendo en Chile?

"Los empresarios están súper comprometidos con que a Chile le vaya bien. Como familia, tenemos un compromiso con nuestro país. Tenemos los negocios acá, vivimos acá, yo amo Chile, me encanta mi país. Nadie quiere que le regalen nada, sí hay que dar las condiciones y la certeza".

—En este año eleccionario, cuando se juega un cambio de ciclo político y de expectativas, ¿es optimista, cauta o pesimista?

"Quiero creer que Chile le va a entregar el país al presidente que se merezca y quiero ser optimista".