

CONTEXTO:

Dentro del impulso de nuestros objetivos podemos encontrar como destacado, la creación de espacios de desarrollo de las estrategias de negocio de nuestros asociados, bodegueras /os del archipiélago canario.

Un factor fundamental que acompaña a esta creación de áreas de oportunidad y que está directamente ligado a la promoción de nuestros vinos y bodegas en mercados nacionales e internacionales son las misiones directas a países destino que puedan resultar de interés como mercados de acogida para nuestra producción vitícola y paralelamente países de origen de visitantes/enoturistas que puedan visitar y conocer de primera mano nuestro archipiélago canario y la oferta enoturística de nuestras bodegas.

Como origen de esta solicitud se encuentra la pertenencia de bodegas dentro del Clúster a programas de promoción en terceros países (PDR) a los que no se puede acceder por falta de capacidad logística (Pool de bodegas; falta de conocimiento del sector y sus actores en mercado destino), poniendo con ello en riesgo la pervivencia de este proyecto o la participación de las bodegas en los mismos.

Resulta importante señalar como contexto, que la promoción que se ha venido realizando de nuestros vinos en el continente norteamericano se ha centrado en las principales ciudades de dicho país, como son New York; Chicago o Miami, que, si bien se han llevado a cabo dado el enorme potencial de estas urbes como escaparate de productos y servicios hacia el mundo, obvian, a nuestro entender dos factores que consideramos de especial interés dadas las singularidades de nuestros vinos:

- Los vinos canarios son vinos de nicho, con muy poca producción y con un muy reciente desarrollo de marca, lo que limita mucho el alcance en acciones promocionales dada la escasa permeabilidad de un sector absolutamente copado por las grandes potencias

vitivinícola mundiales, con lo que el impacto se diluye enormemente.

- Sumado a lo anterior, la escasez de recursos de las bodegas obliga al diseño de acciones de impacto, casi “quirúrgicas”, que pivoten sobre una nueva estrategia de implementación para un óptimo aprovechamiento de estos recursos y sinergias en un corto espacio de tiempo y que puedan ser escalables, una vez contrastada su efectividad.

1. – OBJETIVOS:

En este sentido, y dentro del marco del convenio suscrito con GMR “**Crecer juntos**” surge la oportunidad de poder realizar una Misión Directa a Washington DC, esta vez con un planteamiento diferenciado a Estados Unidos, abordando de forma distinta, y a la luz de lo antes expuesto, la promoción y potencial comercialización no solo de los vinos canarios sino de la georreferenciación de nuestro archipiélago como cuna de vinos históricos y relevantes en la historia de ambos pueblos.

Esta acción planteó, de inicio, dos objetivos globales:

- La conexión a distintos niveles, no solo comerciales sino también culturales, y por tanto la generación de interés en nuestro vinos y productores (Bodega/Territorio) con la cultura norteamericana, creando un vínculo que refuerce un interés legítimo hacia nuestro archipiélago como productor de vinos históricos absolutamente singulares y por ende a nuestros vinos.
- La promoción y comercialización de nuestros productos enológicos y paralelamente presentar Canarias como destino enoturístico, conectando directamente con los agentes comercializadores.

Como objetivos específicos, creemos que esta misión comercial representó una oportunidad única para:

- **Fortalecer los lazos históricos y culturales** entre las Islas Canarias y los territorios estadounidenses con presencia canaria.

- **Posicionar los vinos canarios** en el que es el mercado con mayor potencial de crecimiento y especialmente, de ahí lo innovador de esta misión, en territorios y mercados que acojan los productos canarios de forma coherente y orgánica como parte de un legado histórico/tradicional.
- **Generar nuevas oportunidades de negocio** para nuestros asociados y el archipiélago canario dentro del sector agroalimentario y enoturístico.
- **Promover la transferencia de conocimiento** en materia de viticultura y elaboración de vinos en el archipiélago canario difundiendo su absoluta singularidad.

2 – DESARROLLO:

2.1 - Planteamiento y diseño de la acción:

En una primera fase coincidimos Clúster y GMR en dirigir la acción a aquellos territorios donde históricamente ha existido una importante presencia de canarios o isleños como son los estados de Luisiana o Texas.

LOUISIANA:

La historia de los Isleños en Luisiana es fascinante y rica en cultura. A finales del siglo XVIII, entre 1778 y 1783, un gran número de canarios fueron trasladados a Luisiana por el gobierno español para ayudar a poblar y defender la región contra posibles invasiones británicas. Estos colonos se establecieron principalmente en los bayús de St. Bernard Parish, cerca de Nueva Orleans.

Los Isleños mantuvieron muchas de sus tradiciones y costumbres canarias, y hasta hace pocas décadas, el español era comúnmente hablado en sus comunidades. Hoy en día, su legado cultural se preserva a través de eventos como la Fiesta de los Isleños y en el Museo de los Isleños en St. Bernard.

TEXAS:

En 1731, un grupo de familias canarias fue enviado por el gobierno español para ayudar a establecer y poblar la región de Texas, que en ese momento formaba parte del Virreinato de Nueva España¹. Estas familias fundaron la ciudad de San Antonio, que se convirtió en un importante centro cultural y económico.

Clúster Enoturismo de Canarias gerencia@enoturismodecanarias.com

Los canarios jugaron un papel crucial en la construcción de la primera catedral de San Antonio, la Catedral de San Fernando, dedicada a la Virgen de Candelaria, patrona de Canarias. La influencia canaria en San Antonio es evidente en la arquitectura, la cultura y las tradiciones que aún se celebran hoy en día.

En el curso del trabajo conjunto para el desarrollo de esta iniciativa entre el Clúster de Enoturismo de Canarias y GMR se plantean dos factores que entendemos enriquecen y refuerzan los objetivos antes propuestos:

Debido a diferentes factores exógenos pero de especial trascendencia (Incidencia del Huracán Milton en la Costa Este y Golfo de México en términos operativos y logísticos; fechas especialmente cargadas de eventos (elecciones presidenciales) y festividades en USA) la empresa colaboradora sita en EE.UU. “Colangelo & Partners” recomendó que se abordara, en cualquier caso, la misión en los territorios de Texas y Luisiana en el primer semestre de 2025, de cara a garantizar el máximo impacto de la acción.

Paralelamente se abrió una oportunidad de altísimo interés, de cara a aprovechar la ventana restante del 2024, y el impulso y trabajo desarrollado dentro de esta iniciativa, que conecta directamente la iniciativa con el interés manifestado por unos de los restaurantes españoles de mayor relevancia en la Costa Este: La Taberna del Alabardero a escasos metros de la Casa blanca en Washington DC, a lo que se suma el interés en esta misión manifestado por el Wine Director de la cadena de restaurantes “José Andrés Group” del afamado Chef José Andrés.

Se trasladó el proyecto a los miembros del clúster y finalmente se contó con la participación de 7 bodegas del archipiélago, todas reunían la doble vertiente enológica y de interés turístico, para desarrollar, a través de esta iniciativa, vías de directas de enlace, y sobre el hilo conductor de nuestros vinos, un canal de difusión de nuestra oferta de productos y servicios.

En definitiva, establecer contactos con distribuidores, importadores, restaurantes y sommeliers, con el fin de abrir nuevas vías comerciales y fomentar el intercambio de conocimientos en el sector vitivinícola de estos territorios, así como abrir la posibilidad de promocionar rutas turísticas.

2.2- Desarrollo de la acción días 2 y 3 de diciembre 2024:

Los vinos presentes en la acción pertenecían a las siguientes bodegas socias del **Clúster de Enoturismo de Canarias**: Bodegas Insulares Tenerife, Cooperativa agrícola San Miguel, CONATVS, El Grifo y La Geria, El Lomo, Linaje del Pago y Pagos de Reverón.

Queremos destacar que además de las Bodegas anteriormente mencionada, la misión a Washington representaba a la totalidad de la oferta enoturístico de las bodegas socias del Clúster de Enoturismo de Canarias.

Podemos dividir la acción en 4 hitos o sub – acciones realizadas a lo largo de 36h:

1. **Almuerzo para Trade y Media en Jaleo**
2. **Ruta a Vinotecas**
3. **Cena maridaje con selección de clientes “Taberna del Alabardero”**
4. **Showroom en Taberna del Alabardero**

GMR en coordinación con la empresa Colangelo & Partners organizan y coordinan la importación de las muestras para ambos eventos, así como del envío de los vinos a cada restaurante donde se llevarían a cabo las actividades. Además, aseguraron la asistencia de los invitados a ambos eventos y organizaron visitas a retailers clave en el mercado

2.2.1 - Día 2 de diciembre 2024:

Comienza la Misión directa y durante la jornada se llevaron de forma consecutiva las 3 acciones que a continuación detallamos:

1. **Almuerzo para Trade y Media en Jaleo**
2. **Ruta a Vinotecas**

Clúster Enoturismo de Canarias gerencia@enoturismodecanarias.com

C. León y Castillo, 47. 35480 Agaete, Las Palmas de Gran Canaria. CIF G76803063.

3. Cena maridaje con selección de clientes “Taberna del Alabardero”

1. Almuerzo para Trade y Media en Jaleo

Almuerzo exclusivo en el restaurante Jaleo, Washington, DC, para promover los vinos de las Islas Canarias, bajo la representación de GMR Canarias.

El evento destacó la versatilidad y calidad de los vinos canarios, creando una experiencia educativa que fomentó conexiones clave con profesionales del sector y medios, posicionando los vinos canarios ante un público estratégico.

Se presentaron, por parte de los representantes del Clúster, el proyecto del Clúster de Enoturismo de Canarias y la acción marco en la que se incluye esta misión directa. Igualmente comentaron los siete vinos de bodegas canarias, seleccionados para maridar con el menú diseñado por el wine director del grupo Jose Andrés, Jordi Paronella, brindando una experiencia gastronómica completa.

Resultados:

- El almuerzo recibió una feedback positivo, destacando la calidad de los vinos y la organización del evento.
- Se logró posicionar los vinos de las Islas Canarias ante un público estratégico, fortaleciendo relaciones con el sector y los medios.
- Se consiguió cobertura mediática, con publicaciones y menciones en redes sociales, además de un artículo en WineCompass por Todd Godbout, destacando los vinos de las Islas Canarias.
- Se establecieron las bases para continuar una relación comercial con alguno de los asistentes, especialmente importante con Jordi Paronella, Wine Director de ¡José Andrés Group!

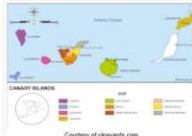
Listado de asistentes:

First Name	Last Name	Email	Company	Position	Category
Winn	Roberton	winn8d@gmail.com	Four Seasons Hotel	Head Somelier	Hotel/Restaurant
Sarita	Cheaves	scheaves@vinemeup.com	Vine Me Up	Wine Writer and Podcast Producer	Press
Whitney	Pope	whitney@whitandwine.com	WHIT + WINE	Wine Events + Social Media Consulting	Media
Tammy	Gordon	tammymgordon@gmail.com	Mercury Public Affairs	Managing Director, Public Relations and Communications Strategy	Media
Brent	Kroll	brent@maxwellparkdc.com	Maxwell Park	General Manager	Bar/Restaurant
Mary	Bruce Leigh	mary@acebevdc.com	Ace Beverage	Wine Director	Retail
Alyssa	Wolf	awolf@redwolfimports.com	Red Wolf Imports Llc	Owner	Distributor/Importer
Roman	Ivey	rrgsomm@rosesrestaurantgroup.com	Rose's Restaurant Group	RRG Sommelier	Bar/Restaurant
Jennifer	Tague	jennifertague@hotmail.com	Perry's	Beverage Director s Buyer	Bar/Restaurant
Todd	Godbout	tmg@winecompass.com	Wine Compass	Editor	Press

Cobertura en medios:



Grape Spotlight: Canary Islands Lanzarote DOP Listán Negro and the La Geria Winery Rosado



Courtesy of vineyards.com

The **Canary Islands** archipelago is an interesting region for growing grapes as it is the most tropical of Europe's wine regions. Lying off the west coast of Morocco, the tropical climate is generally hot and humid but there are numerous micro-climates and topographical features that make wine production possible. The altitude of the stone terrace vineyards is vital for the majority, it ranges from 1,000-3,300 feet above sea level, providing a strong diurnal temperature change. This ensures that freshness and acidity are maintained in the grapes.

Volcanic soils are also beneficial to grape growing. The soil imparts mineral and subtle, mineral notes to the otherwise largely aromatic wines. And because of its isolation from the European mainland, phylloxera never reached the archipelago and imported rootstock was never needed. Thus, Canarian wines are made from old and ungrafted vines.

Wine is made on seven of the eight main islands, encompassing 11 Denominaciones de Origen Protegidas (DOPs), the overall Isles Canarias (DOP) the individual islands, and five located on the largest island - Tenerife. Today's focus is on the easternmost island - **Lanzarote** - known for the uniqueness of its volcanic (barry) landscape. In general, the island has a temperate climate as a result of its proximity to Africa coupled with cooling breezes from the Atlantic Ocean. Plus there is an abnormally large drop in nighttime temperatures enhancing acidity and lengthening the growing season.

According to wine-searcher.com, "Lanzarote's landscape was transformed from 1730 to 1736 by a series of volcanic eruptions. It covered around a third of the land in thick black lava and ash and destroyed the island's traditional agricultural crops, such as wheat. However, it created the conditions for the island to start its wine production." Forced to innovate, the vines are planted in cones formed in the lapilli, locally called picos, and additionally protected by small dry stone walls. This type of planting allows the plants to root more easily in the fertile soil, while the upper layer of lapilli reduces evaporation. In addition, the shape of the holes and the additional wall protect the crops from the wind.

Listán Negro is the most cultivated red wine grape planted in the Canary Islands - and is most dominant in the Tacoronte-Acentejo DOP that covers the island of Tenerife. It is a black-skinned grape formed into funnel shaped and compact clusters. The berry, itself, is medium-sized, spherical, and blue-black. It adapts very well to northern slopes.

Fotos evento "Jaleo":



2. Ruta Vinotecas Washington DC:

Tras el evento en “Jaleo se procedió a realizar una ruta por las vinotecas más importantes de Washington DC de la mano de Guadalupe. ” representante de la empresa coordinadora de buena parte de los eventos “Colangelo & partners”.

- **The Urban Grape (1301 9th St NW, Washington, DC 20001)**
- **Grand Cata (1550 7th St NW, Washington, DC 20001)**
- **Schneider’s of Capitol Hill (300 Massachusetts Ave NE, Washington, DC 20002)**
- **Dcanter (545 8th St SE, Washington, DC 20003)**

La respuesta de las vinotecas fue muy positiva, demostrando un gran interés por los vinos de la región y una actitud abierta a probarlos.

Resultados:

- El equipo conformado por los representantes del **Clúster de Enoturismo de Canarias** y de **GMR Canarias** lograron comprender la diversidad de vinotecas y sus enfoques hacia los consumidores finales. Además, pudieron analizar el posicionamiento de los vinos canarios dentro de la categoría de vinos españoles y en relación con sus competidores en el mercado.
- Las visitas facilitaron al equipo conformado por los representantes del **Clúster de Enoturismo de Canarias** y de **GMR Canarias** la oportunidad de conectar directamente con compradores de vinotecas clave, con el potencial de convertirse en importadores, y les ofrecieron la posibilidad de degustar los vinos canarios.

Fotos:



3.Cena maridaje con selección de clientes “Taberna del Alabardero”:

La tercera de las acciones llevadas a cabo en esta primera jornada se llevó a cabo en colaboración con el que es uno de los restaurantes españoles con más tradición y prestigio de los USA: La Taberna del Alabardero.

Se seleccionó por parte de Álvaro, encargado de La Taberna del Alabardero un grupo escogido de grandes clientes del establecimiento, todos bajo el común denominador de “Spanish wine lovers” y coleccionistas del vino. Se llevó a cabo la presentación maridaje por parte de los dos representantes del Clúster de Enoturismo de Canarias, presentando a los asistentes background acerca de las características del archipiélago canario que hacen de nuestros vinos uno de los mayores exponentes de la singularidad en el mercado internacional. Con cada uno de los pases de cocina se explicó en detalle los vinos propuestos, recibiendo

Clúster Enoturismo de Canarias gerencia@enoturismodecanarias.com

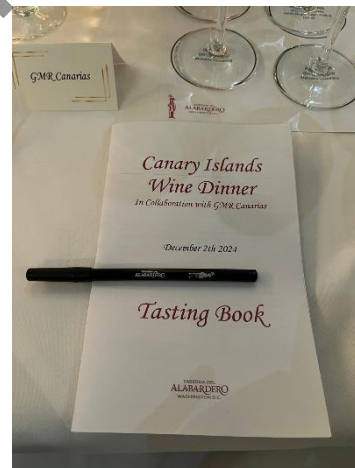
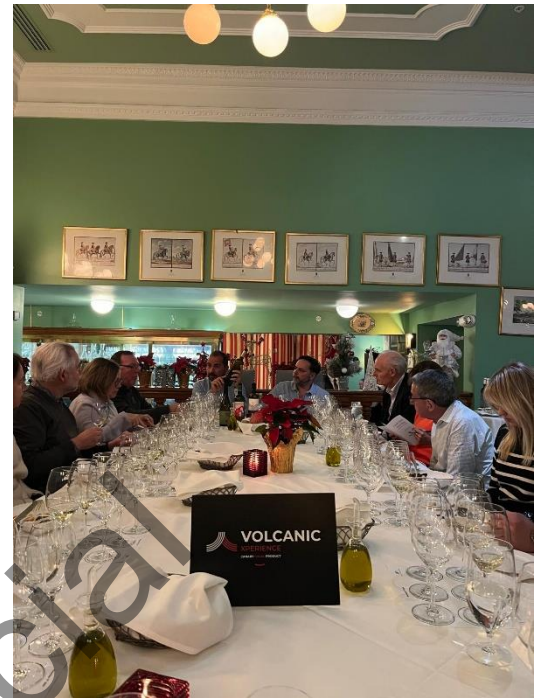
C. León y Castillo, 47. 35480 Agaete, Las Palmas de Gran Canaria. CIF G76803063.

un altísimo grado de acogida y sorpresa por parte de los comensales. Paralelamente se pudo establecer contacto con un empresario del sector turístico, con más de 50 años de experiencia en el sector: **Tirma Tours & Travel, Inc**

Resultados Alcanzados:

- **Éxito de la Experiencia:** La cena maridaje fue un evento exitoso, con una alta valoración por parte de los asistentes en cuanto a la calidad de los vinos, la armonía de los maridajes y la organización general.
- **Generación de Interés:** Se generó un gran interés en los vinos canarios, especialmente entre los coleccionistas y amantes del vino presentes.
- **Establecimiento de Relaciones:** Se establecieron contactos valiosos con distribuidores, importadores, restauradores y principalmente con el somelier de la Taberna del Alabardero, lo que abre nuevas oportunidades de negocio.
- **Posicionamiento de Marca:** Se fortaleció la posición de los vinos canarios en el mercado Washington DC, posicionándolos como productos de alta calidad y diferenciados por parte de los asistentes que calificaron la experiencia como “inesperada calidad”; “una de las grandes sorpresas enológica del 2024”.

Fotos:



TABERNA DEL ALABARDERO

Clúster Enoturismo de Canarias gerencia@enoturismodecanarias.com

C. León y Castillo, 47. 35480 Agaete, Las Palmas de Gran Canaria. CIF G76803063.

2.2.2 - Día 3 de diciembre 2024:

Finaliza la Misión directa y durante la jornada se llevó a cabo la acción de cierre y que a continuación detallamos:

1. **Showroom en Taberna del Alabardero**

1. **Showroom en Taberna del Alabardero**

El 3 de diciembre, de la mano de Colangelo's & Partners se organizó un walkaround tasting en Taberna Del Alabardero, Washington, DC, para promover los vinos de las Islas Canarias, representados por GMR Canarias.

El evento ofreció a los asistentes la oportunidad de catar catorce vinos de diferentes bodegas, con la guía del personal de GMR Canarias y los representantes de las bodegas.

Esta actividad permitió una experiencia interactiva y educativa, destacando la calidad, singularidad y diversidad de los vinos canarios, mientras se disfrutaba del acompañamiento de un maridaje con tapas inspiradas en gastronomía española.

Resultados:

- El evento recibió una respuesta positiva de los asistentes, quienes valoraron la experiencia interactiva y el potencial de los vinos canarios.
- Se posicionaron los vinos de las Islas Canarias ante un público clave, fomentando conexiones en el sector sobre todo con Importadores y distribuidores interesados en incorporar a su portfolio vinos del archipiélago canario.

Listado de asistentes:

First Name	Last Name	Email	Company	Position	Category
Ian	Kraft	ian@freerunwinemerchants.com	Free Run Merchants	Sales Director	Distributor/Importer
Stephen	Diaz	sdiawine@gmail.com	Constantine Wines	Sales Representative	Distributor/Importer
Laurent	Lala	laurent.lala@elitewines.net	Elite Wines	Sales Representative	Distributor/Importer
Jose	Secada	jsecada@prestigeledroit.com	Prestige Ledroit Distributing	Sales Representative	Distributor/Importer
Charlie	Dunn	charlie@salvetoimports.us	Salveto Imports	Sales Representative	Distributor/Importer
Mark	Walters	mark.walters@sgws.com	Southern Glazer's Wine s Spirits	Sales Representative	Distributor/Importer
Michelle	Grant	mmwalimu@gmail.com	Era Wine Bar	Founder/Sommelier	Restaurant/bar
Lionel	Grant	ka-ton@erawinebar.com	Era Wine Bar	Founder/Sommelier	
Leo	Raymond	leosaccount@gmail.com	Adventure Wine	Wine Educator	Trade
Melis	Mull	melis_mull@yahoo.com	Adventure Wine	Wine educator	Trade
Mike	Tibodeau	tibodeau@gmail.com	Adventure Wine	Wine Educator	Trade
Travis	Prott	travis@tuskie.com	Tuscarora Mill Restaurant	Wine Director	Bar/Restaurant
Nicole	Rodriguez	ericanicole876@gmail.com	Wine Culture with Nicole	Sommelier	Press
Dave	Barber	dave.barber@earthlink.net	Atlantic Seaboard Wine Association	Wine Educator	institutional
Omar	White	omar@easternpointdc.com	EASTERN POINT COLLECTIVE	Wine Director	Bar/Restaurant
Lisa	Conley	LisaNicoleConley@gmail.com	GW University	Digital Writer and Editor	Press

Fotos:



TABERNA DEL
ALABARDERO

Clúster Enoturismo de Canarias gerencia@enoturismodecanarias.com

C. León y Castillo, 47. 35480 Agaete, Las Palmas de Gran Canaria. CIF G76803063.

CONCLUSIONES MISIÓN DIRECTA WASHINGTON DC CLUSTER DE ENOTURISMO DE CANARIAS & GMR CANARIAS:

Tras el paso de la misión inversa que ocupa el presente informe cabría calificarla como un excelente punto de partida que sobre todo cumple con uno de los objetivos planteados en el origen de esta Misión directa: dar un enfoque diferenciado a este tipo de acciones de cara a comenzar una relación comercial fluida y que dé respuesta a las especiales exigencias de uno de los marketplaces más importantes del mundo. Específicamente, y en referencia a Washington como mercado de referencia destacar:

- Washington D.C. es un mercado estratégico para los vinos canarios gracias a su diversidad cultural, respaldada por la presencia de numerosos organismos internacionales, el notable crecimiento de su escena gastronómica (incluyendo ser la sede del prestigioso grupo José Andrés), y una importante comunidad española.
- Además, D.C. cuenta con una característica única: a diferencia de la mayoría de los estados, en este mercado los minoristas también actúan como importadores de vino. Esto facilita significativamente la entrada de los vinos canarios, al eliminar intermediarios en las negociaciones.
- Según datos de Somm.ai, Washington D.C. es la tercera ciudad con el mayor número de restaurantes que incluyen vinos españoles en sus cartas, solo por detrás de Nueva York y Chicago. Además, ocupa el segundo lugar en la cantidad total de vinos españoles presentes en menús.
- La ciudad cuenta con una sólida comunidad de profesionales de la industria, lo que la convierte en sede de eventos destacados como SommCon.
- Sin duda, Washington D.C. representa un gran mercado para posicionar los vinos canarios en el mercado estadounidense.

En segundo lugar y de cara a futuras acciones, es fundamental atender a lo que nos han sugerido tanto el Wine Director de “José Andrés Group” como el encargado de “La taberna del Alabardero”: El mercado USA es extremadamente complejo y a la par interesante. 52 estados con diferentes regulaciones en cuanto a la importación de vinos y consumo de alcohol. Las acciones de una oferta, como la que representa canarias, muy de nicho, debe de construirse desde la consolidación de las acciones, es decir insistiendo en el mismo mercado/estado, refrescando la propuesta y consolidando relaciones. La estrategia de abrir, o pretender abrir mercados en estados diferentes diluye muchísimo la propuesta y hace inútiles los esfuerzos.

Señalamos, finalmente una serie de conclusiones/oportunidades a estudiar en siguientes acciones:

1. Oportunidad de Mercado Desatendida:

- Los vinos canarios, con su singularidad y calidad, presentan una oportunidad de mercado aún por explotar en el estado de Washington y de ahí, una vez consolidado ese mercado, tomarlo como plataforma de cara a abordar otros estados USA.
- El interés mostrado por los asistentes a los eventos que conformaron esta misión directa demuestra un apetito creciente por productos vinícolas diferenciados y de alta calidad.

2. Potencial de Crecimiento a Largo Plazo:

- Esta misión directa ha servido como punto de partida para establecer relaciones sólidas y duraderas con importadores y distribuidores locales.
- La educación y promoción continuas de los vinos canarios son fundamentales para consolidar su presencia en el mercado y fomentar su consumo a largo plazo.

3. Adaptación a las Preferencias del Consumidor Estadounidense:

- Es necesario adaptar la oferta de vinos canarios a las preferencias del consumidor estadounidense, tanto en términos de estilos como de formatos.
- La colaboración entre bodegas canarias y distribuidores locales permitirá desarrollar estrategias de marketing y distribución más efectivas.

4. Desafíos y Oportunidades:

- La competencia en el mercado estadounidense es alta, por lo que es fundamental diferenciarse a través de la calidad, la historia y la singularidad de los vinos canarios, así como enlazando con comunidades conocedoras o sensibilizadas con las Islas Canarias.
- Las barreras arancelarias y logísticas pueden representar un desafío, pero en colaboración con GMR Canarias y siempre pueden construirse programas y acuerdos comerciales que pueden facilitar la exportación a pesar del carácter “micro” de buena parte de nuestras bodegas respecto a los competidores nacionales/internacionales del sector.

5. Recomendaciones:

- **Fortalecer la promoción:** Continuar invirtiendo en actividades de promoción y marketing para dar a conocer los vinos canarios en el mercado estadounidense insistiendo en la consolidación del estado destino, en este caso Washington, es un escaparate de lujo para comenzar este proceso.
- **Participar en ferias y eventos:** Asistir a ferias y eventos especializados para ampliar la red de contactos y generar nuevas oportunidades de negocio. Se sugiere por parte de Colangelo & Partners asistir a SommCon, uno de los trade shows más reconocidos en Estados Unidos, con la posibilidad de participar con un masterclass y/o una mesa de exhibición.

- **Ofrecer formación:** Organizar catas y seminarios para educar a los profesionales del sector sobre los vinos canarios.
- **Crear alianzas estratégicas:** Colaborar con restaurantes, hoteles y tiendas especializadas para aumentar la visibilidad de los vinos canarios.

Conclusión General:

La misión directa llevada a cabo por el Clúster de Enoturismo de Canarias y GMR Canarias, de vinos de nuestro archipiélago celebrado en Washington DC ha sido

un éxito rotundo, demostrando el gran potencial de estos vinos en el mercado estadounidense. Al aprovechar las oportunidades identificadas y superar los desafíos existentes, las bodegas canarias pueden consolidar su posición en este mercado y contribuir al crecimiento del sector vitivinícola de las Islas Canarias.

Santa Cruz de Tenerife a 18 de diciembre de 2024