vinetur

Las empresas del Clúster de Enoturismo de Canarias lideran la estrategia regional para el sector

El Clúster coordina la promoción internacional del destino, la comercialización de experiencias enoturísticas y la venta de vino en bodega con entrega fuera de las islas

viernes 13 de noviembre de 2026

ESCRITO POR CLÚSTER DE ENOTURISMO DE CANARIAS



Canarias cuenta con una estrategia organizada de ámbito regional de enoturismo impulsada por las empresas que prestan los servicios y reciben a los viajeros. Bodegas, empresas de turismo activo, alojamientos, socios tecnológicos y la ULL se coordinan a través del Clúster de Enoturismo de Canarias para posicionar al archipiélago como destino internacional del turismo del vino y convertir esa proyección en reservas, visitas y ventas para las empresas de las islas.

El crecimiento de la Entidad Empresarial (en tres años, el Clúster ha pasado de 7 a 33 socios) le ha permitido reunir a empresas de las distintas islas y de varios eslabones de la actividad turística. Esta asociación se traduce en productos que una sola bodega o

empresa de turismo difícilmente podría ofrecer, como un viaje por varias islas que combina visitas a bodegas, gastronomía, naturaleza y patrimonio.

El Clúster coordina su labor con la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Soberanía Alimentaria del Gobierno de Canarias a través del Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA) y GMR Canarias. También trabaja con la Consejería de Turismo y Empleo a través de Turismo de Islas Canarias y colabora con Proexca en la promoción exterior del destino. En el ámbito financiero, la colaboración con Cajasiete busca facilitar a las empresas el acceso a financiación para poner en marcha sus proyectos enoturísticos.

Una oferta regional en el mercado internacional

La promoción exterior ha seguido una agenda a lo largo de 2026. En enero, Canarias se presentó como destino enoturístico en FITUR. En marzo, el Clúster acudió a FINE WineTourism, en Valladolid, con el respaldo del Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria. En octubre, con el apoyo de Proexca, presentó en FINE Italy, en Riva del Garda, dos propuestas comerciales para dar continuidad a los contactos con agencias y operadores especializados.

La primera, «Viajes enoturísticos a las Islas del Vino», ya forma parte de la oferta conjunta de la Asociación: un itinerario que enlaza Tenerife, La Gomera y La Palma. El otro recorre Lanzarote, Fuerteventura y Gran Canaria. La segunda es DivinoPlan www.divinoplan.com, la plataforma de comercialización de experiencias impulsada por el Clúster con TuriTop como socio tecnológico. Los itinerarios ofrecen a las agencias un viaje organizado en torno al vino y la plataforma está concebida para complementar las ventas de las empresas socias y facilitar la reserva de visitas y actividades concretas a quienes organizan su propia estancia.

La visita a la bodega como canal de venta de vino

Cambuyón aborda una dificultad habitual de las bodegas canarias. El visitante prueba un vino y quiere comprarlo, pero llevar varias botellas en el avión puede hacerle desistir. El Clúster y GMR Canarias pusieron en marcha un proyecto piloto para que los visitantes puedan comprar vino durante la visita a una bodega socia participante y

recibirlo en su domicilio fuera del archipiélago.

El alcance regional de este trabajo se concreta en productos que conectan islas, empresas que comparten canales de comercialización y una oferta que se presenta conjuntamente ante operadores internacionales. Ampliar esa red permitirá que más bodegas aprovechen la actividad turística para vender sus vinos y generar ingresos complementarios para las explotaciones que mantienen en cultivo los viñedos canarios.

«La estrategia enoturística de Canarias ya se traduce en proyectos concretos».