



LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS VITIVINÍCOLAS EN LA COMARCA TACORONTE - ACENTEJO

SANTIAGO J. SUÁREZ SOSA Y M^a PAZ GIL DÍAZ



LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS VITIVINÍCOLAS EN LA COMARCA TACORONTE-ACENTEJO

Santiago J. Suárez Sosa y M^a Paz Gil Díaz

“Sobre la ruta de otoño, la carretera de Tacoronte y Santa Úrsula, desde la húmeda frondosidad de sus castaños nos descubre el soleado viñedo que lleva sus racimos sobre el mar.

La fragancia de los mostos borra la fragancia de las flores. El lejano horizonte se derrama como una melosa barrica de oros y rubíes”.

A. Lorenzo-Cáceres: *Malvasía y Falstaff, los vinos de Canarias* (1941)

Tacoronte-Acentejo es un amplio paisaje vitivinícola situado en la isla de Tenerife, que ante todo y gracias al tesón de sus viticultores y bodegueros ha perdurado en el territorio agrícola canario; tarea bastante ardua si consideramos los diferentes usos a los que se ha orientado, y en ocasiones enfrentado, el terruño isleño. La historia de sus viñedos y bodegas comenzó prácticamente hace quinientos años con la llegada de los primeros colonos europeos a las islas y se mantiene hasta nuestros días¹. Teniendo presente la importancia que el sector vitivinícola ha mostrado en el devenir histórico del archipiélago canario, con importantes etapas de expansión y otras de recesión económica; conformando un auténtico motor de la economía regional en determinados períodos con su siempre vitoreado carácter exportador, será objeto de este capítulo centrarse únicamente en el proceso acaecido en las dos últimas décadas en la comarca vitivinícola Tacoronte-Acentejo. Pero, ¿por qué centrarnos en este breve período temporal? La respuesta radica en que ha sido en estos últimos cuatro lustros cuando ha tenido lugar una revolución silenciosa y pausada del sector vitivinícola que, iniciándose en el seno de la comarca Tacoronte-Acentejo, se ha expandido con posterioridad prácticamente a todos los rincones de Canarias. Fruto de este esfuerzo, nuevamente los vinos de Tacoronte-Acentejo están recobrando el esplendor de épocas pasadas.

Bien entrado el siglo XX, concretamente a partir de la década de los ochenta, es cuando va a tener lugar la primera aproximación a una organización del sector vitivinícola en la zona. Con anterioridad, este sector estaba caracterizado por una producción muy localista que había sobrevivido a las distintas etapas de crisis que habían tenido lugar desde mediados del siglo anterior, cuando se perdieron definitivamente los mercados exteriores y el viñedo pasó a competir continuamente con otros cultivos por ocupar los mejores suelos en la isla. La mayor parte

¹Para una consulta detallada sobre el papel que el sector vitivinícola ha desempeñado en la Historia de Canarias pueden consultarse diversos autores como Bethencourt Massieu, Lorenzo-Cáceres, Macías Hernández, Martínez Galindo, etc.

LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS VITIVINÍCOLAS EN LA COMARCA TACORONTE-ACENTEJO

del siglo XX la viña estará orientada únicamente a satisfacer las demandas del mercado interior, más concretamente las necesidades de consumo de las distintas familias que contaban con huertos de vides, en ocasiones centenarias. Esta circunstancia permitió que los conocimientos acumulados por viticultores y bodegueros no se diluyesen en dicho período y se permitiera el traspaso de los mismos a las nuevas generaciones manteniéndose, por tanto, una cultura y una tradición suficientemente arraigada en la comarca; como ha exclamado en alguna ocasión un bodeguero del municipio de Tacoronte: ¡Yo desde la cuna ya olía a mosto!

En la actualidad, Tacoronte-Acentejo se identifica inmediatamente en la mente de cualquier consumidor residente o conocedor del archipiélago, como territorio de vinos de calidad. Evidentemente, la propia historia de la comarca ha avalado esta particularidad. Pasemos, pues, a repasar en las siguientes páginas la reciente semblanza del devenir de esta singular comarca vitivinícola que es Tacoronte-Acentejo.

LOS INICIOS DEL DESPEGUE

Partimos de un momento en que tanto las técnicas bodegueras como el método de cultivo de la vid estaban confinados en formas de proceder sumamente anticuadas. Será en los primeros años ochenta, cuando en el seno de la celebración de las *Jornadas Vitivinícolas La Alhóndiga de Tacoronte* –un lugar de encuentro e intercambio de experiencias vitivinícolas para viticultores y técnicos– un grupo de viticultores y bodegueros alzaron sus voces quejándose por el fraude continuo al que se veían arrastradas sus elaboraciones, debido principalmente a la introducción de vino foráneo que se vendía como vino propio del país en la zona, a precios bajos y calidad más que dudosa. Surge en ese instante el primer germen de lo que más adelante se convertiría en la realidad actual: la Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo.

Es en 1985 cuando se solicita formalmente por primera vez la petición de Denominación de Origen para la zona vitivinícola Tacoronte-Acentejo, con la intención de ordenar y organizar al sector productor de este territorio defendiendo su calidad y amparando el origen de sus elaboraciones; en ese mismo año, el Ministerio de Agricultura le otorga la Denominación Específica provisional. Posteriormente, en 1989, Tacoronte-Acentejo adquiere la Denominación Específica definitiva, solidificándose un sueño que comenzaron apenas unos cuantos viticultores de la zona. En 1992, llegará la consolidación definitiva con el reconocimiento de la Denominación de Origen “Tacoronte-Acentejo” y la aprobación de su reglamento y el de su Consejo Regulador².

²En el Boletín Oficial de Canarias, fecha viernes 31 de enero de 1992, se publica la *ORDEN de 22 de enero de 1992, por la que se reconoce la Denominación de Origen “Tacoronte-Acentejo” y se aprueba su Reglamento y el de su Consejo Regulador*. La ratificación por parte del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación del Estado Español tendrá lugar en la publicación del Boletín Oficial del Estado, número 230 de jueves 24 de septiembre de 1992, en el que se publica la *ORDEN de 7 de septiembre de 1992 por la que se ratifica la aprobación del Reglamento de la Denominación de Origen “Tacoronte-Acentejo” y de su Consejo Regulador*.



FIG.1. Tacoronte-Acentejo: símbolo de tradición, cultura y vino



FIG.2. La Alhóndiga, Tacoronte

Si bien es cierto, que el impulso inicial surge como una demanda del propio sector vitivinícola de la zona, también es cierto y se debe señalar, que contó con el apoyo incondicional de la Consejería de Agricultura del Gobierno de Canarias, el Cabildo Insular de Tenerife y el Ayuntamiento de Tacoronte en la primera fase del camino de creación y afianzamiento de la D.O. Tacoronte-Acentejo. En resumidas cuentas, el apoyo institucional y el ímpetu de viticultores y bodegueros fueron claves para la consecución del objetivo propuesto en aquél entonces. La D.O. Tacoronte-Acentejo se convirtió así en la pionera de las Denominaciones de Origen de vinos en Canarias.



FIG.3. Logotipo antiguo (i) y actual (d) de la D.O. Tacoronte-Acentejo

Los pasos iniciales en la organización del sector vitivinícola trajeron consigo los primeros retos importantes para la joven Denominación de Origen. Probablemente los dos más destacables fueron, en primer lugar, atraer la atención de los restantes viticultores y bodegueros del territorio para que se asociaran a la Denominación de Origen con las ventajas que ello podría tener en sus viñedos y elaboraciones vnicas: desde contar con un asesoramiento directo por parte de los técnicos del Consejo Regulador, tanto en campo como en bodegas, hasta beneficiarse en la tramitación de distintas ayudas económicas para sus viñedos y bodegas. En segundo lugar, un

reto sumamente resaltable fue la urgente labor de demostrar la importancia del vino embotellado, bajo los controles del Consejo Regulador, frente al vino de garrafón o granel que históricamente había existido en la zona. Lograr este cambio de actitud entre los bodegueros de la zona, ¡tarea nada fácil!, permitió que progresivamente los distintos vinos fueran abriendo más mercados y de esa manera se fuera potenciando también la imagen de calidad de los vinos de Tacoronte-Acentejo.

LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS VITIVINÍCOLAS EN LA COMARCA TACORONTE-ACENTEJO

Finalmente, la defensa del sector vitivinícola conllevaría consigo una apuesta implícita por el paisaje predominante en la medianía de la isla, o sea, el viñedo; además de reconsiderar en la sociedad el papel multifuncional que el mismo desarrolla en la zona, más allá de su labor estrictamente productiva, teniéndose en cuenta su labor social y medioambiental.

LA DÉCADA DE LOS NOVENTA: AUGE DE LA ENOLOGÍA

Paralelamente también se procedió a invertir importantes cantidades monetarias en la instalación de bodegas adaptándose a las nuevas tendencias en el campo de la enología. Alrededor de estos pasos firmes en el terreno enológico fue apareciendo al mismo tiempo, una red de empresas que en cierta medida se convirtieron en suministradoras de inputs para un sector en alza. Así, desde tiendas de productos enológicos, maquinaria de bodega y viñedos, productos fitosanitarios, servicios integrales en viñedos, barricas y depósitos, corchos y cápsulas, diseñadores de embalajes y etiquetas, etc.; se fueron localizando en el área de influencia de la D.O. Tacoronte-Acentejo. Se constituyó de esta manera una malla geográfica-económica donde vienen operando importantes empresas que aportan solidez y confianza al desarrollo del sector vitivinícola y, al mismo tiempo, lo convierten en polo de atracción para inversiones y en referencia para otras zonas emergentes.

En este orden de cosas, los esfuerzos de las primeras expectativas, poco a poco, se fueron asentando en esta década en un sector que progresivamente fue observando como era posible recuperar y mantener exitosamente el papel de la vitivinicultura en la zona. En este período aumentará progresivamente tanto el número de viticultores registrando sus viñedos en la Denominación de Origen, como el número de bodegas inscritas; también, y como consecuencia de ello, los kilogramos declarados, cosecha a cosecha, han ido aumentando en una senda de crecimiento continuo.



FIG.4. Depósito moderno en labor de descube y lagar antiguo preparado para prensar

Importantes inversiones de capital, tanto público como privado, llevaron a la consecución de modernas instalaciones bodegueras en la zona. La creación, en esta década, de la primera Bodega Comarcal en la isla de Tenerife situada en el municipio de Tacoronte, también supondrá un valioso impulso para el consiguiente auge de la enología en la comarca, y por extensión, en toda la isla.

Las elaboraciones mayoritarias utilizarán la variedad Listán como base de sus vinificaciones; esta variedad en combinación con otras del amplio patrimonio vegetal existente dará fruto a las múltiples ofertas vnicas que con los años han ido desarrollándose en la zona. En estos años, los vinos de Tacoronte-Acentejo empiezan paulatinamente a salir de su espacio de actuación –la propia comarca– y empiezan a entrar en nuevos mercados que incluso los llevarán hasta el territorio peninsular y europeo de una forma moderada³. También en este momento, la calidad de las elaboraciones vnicas comienza a obtener reconocidos premios no sólo a nivel regional sino también a nivel nacional e internacional. Por ende, el prestigio de los vinos de la comarca, que nunca se había llegado a perder, comenzaba ahora gradualmente un nuevo camino próspero no exento de complicaciones.

Esta década de trabajo esmerado, continuo y silencioso culminó con el otorgamiento por parte del Gobierno de Canarias de la *Medalla de Oro de Canarias* al Consejo Regulador de Tacoronte-Acentejo en el año 2000; principalmente por su contribución a la recuperación de los vinos de calidad. Esta era la primera vez que una organización agraria del archipiélago obtenía tal distinción; una distinción que en suma, era el reconocimiento a los cientos de viticultores y bodegueros que con orgullo han sabido mantener viva la cultura vitivinícola en esta tierra.

³Una amplia selección de lugares donde pueden encontrarse vinos de Tacoronte-Acentejo, dentro y fuera de Tenerife, puede consultarse en la página web oficial de la D.O. Tacoronte-Acentejo: www.tacovin.com

LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS VITIVINÍCOLAS EN LA COMARCA TACORONTE-ACENTEJO

Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo en cifras				
Municipios integrantes: Santa Úrsula, La Victoria de Acentejo, La Matanza de Acentejo, El Sauzal, Tacoronte, Tegueste, San Cristóbal de La Laguna, El Rosario y Santa Cruz de Tenerife.				
Variedades de viña mayoritariamente cultivadas: Listán Negro, Listán Blanco, Negramoll Negra, Vijariego, Malvasía, Moscatel, Gual, Castellana Negra, Tintilla, Baboso Negro, Torrontés, Marmajuelo, Verdello, Pedro Ximénez, Tempranillo, Merlot, Syrah y Cabernet Sauvignon.				
Tipos de vinos elaborados mayoritariamente: Tinto Tradicional, Tinto Maceración Carbónica, Tinto Barrica, Tinto Crianza, Tinto Reserva, Blancos, Blancos Barrica, Rosados, Dulces y Licorosos.				
Evolución 1986 - 2006				
Año	Viticultores	Bodegas	Superficie inscrita de viña (Ha.)	Kg. controlados (en miles)
1986	54	4	105	---
1987	92	4	180	10
1988	170	4	241	99
1989	235	4	270	151
1990	324	7	397	134
1991	457	10	504	521
1992	725	15	662	954
1993	885	31	806	837
1994	1.020	34	939	1.260
1995	1.211	39	975	849
1996	1.303	41	1.002	1.389
1997	1.483	44	1.112	1.533
1998	1.653	53	1.385	1.117
1999	1.921	61	1.612	2.381
2000	2.097	45	1.702	2.714
2001	2.128	48	1.735	1.533
2002	2.075	49	1.731	930
2003	2.130	52	1.732	2.070
2004	2.171	53	1.693	1.795
2005	2.242	52	1.693	2.031
2006	2.266	50	1.670	2.638
Fuente: D.O. Tacoronte-Acentejo				

LA CONSOLIDACIÓN DEL SECTOR: VITICULTURA Y MÁRKETING PROTAGONISTAS

La entrada en el siglo XXI supondrá sacar a la palestra y hacer frente a las necesidades del sector en materia vitícola y de márketing. Las razones de ello estriban principalmente, por el lado vitícola, en que nos encontramos con un subsector de escaso relevo generacional y con costes de mantenimiento del cultivo sumamente elevados como para caer en el aburrimiento y posterior abandono; mientras que por el lado del márketing, las necesidades de articular verdaderas estrategias comerciales para los vinos son resultado de la complejidad para acceder a nuevos mercados más allá del territorio insular o incluso comarcal en el que las añadas se habían consumido mayoritariamente hasta ahora.

1. El momento de la viticultura

De manera sorprendente, la viticultura, que es sin duda el primer eslabón en la base de la calidad de cualquier vino, podemos admitir que prácticamente constituye el brazo del sector vitivinícola donde más se ha tardado en invertir para modernizar sus técnicas de cultivo. Los problemas que la atosigan, desde los elevados costes del cultivo –derivado, entre otras cosas, de la excesiva fragmentación de las parcelas y la abrupta orografía del territorio– hasta la escasez de mano de obra cualificada y la falta de un claro relevo generacional, unido a la laboriosa técnica del mantenimiento de la viña tradicional o de rastras y la dificultad de riego en numerosas parcelas, así como, a la presión urbanística incesante; habían puesto siempre de manifiesto un futuro agónico, cuanto menos lleno de interrogantes, para su continuidad.

La aprobación por parte de la Unión Europea de la OCM Vitivinícola para el sexenio 2000–2006, que recogía un importante paquete de medidas económicas destinadas a favorecer la modernización de los cultivos, tanto en la vertiente de rejuvenecimiento de las cepas como de reconversión de los sistemas de conducción del cultivo entre otras medidas, ha permitido que buena parte de los nubarrones que acechaban a la viticultura de Tacoronte-Acentejo se disiparan. En este sentido, el apoyo institucional y el deseo incesable del viticultor por mantener sus viñas se aliaron para frenar, en la medida de lo posible, el abandono del cultivo que estaba teniendo lugar, al mismo tiempo que se recuperaban parcelas para el viñedo que estaban en declive. Evidentemente, el viticultor actuando racionalmente, buscaría una posibilidad de futuro para su viñedo no ligado exclusivamente a la rentabilidad del cultivo pero sí esperando en no sufrir costes excesivos por su mantenimiento.

En este período modernizador iniciado con el nuevo siglo, no sólo se ha logrado que muchos viticultores para salvaguardar su actividad vitícola optaran por sustituir el sistema tradicional de cultivo con horquetas por algún otro sistema moderno de conducción de la viña –espaldera o parral– ahorrador en costes y que permitiera en cierta medida la mecanización de ciertas labores vitícolas, sino que, además se consiguieron ventajas significativas para la viticultura, entre las que cabe destacar: el restablecimiento de suelo vitícola fructífero; la recuperación e investigación



FIG.5. Viñedo en espaldera en Tacoronte-Acentejo

del comportamiento de variedades de vid en el terruño; la transformación del paisaje en la comarca favoreciendo un mayor ordenamiento del mismo; el rejuvenecimiento gradual de parte del viñedo; y quizás, lo más importante de cara al futuro del subsector que es el cambio de actitud del viticultor en las labores vitícolas y su preferencia revelada en cuanto a la utilización de sistemas de conducción de la viña que sean susceptibles de mecanizar. El éxito relativo en el campo de la viticultura en los últimos años también viene acompañado por los precios al que se paga el kilogramo de uva en la comarca; tratándose de los precios más elevados por variedad dentro del territorio canario. En resumidas cuentas, el sistema de espaldera se convierte en símbolo de continuidad y optimismo del viñedo en la comarca⁴.

Evidentemente no todo está conseguido en el campo de la viticultura tras este sexenio de ayudas económicas al proceso modernizador, es más, la viticultura entra ahora en una fase de consolidación donde los retos de la misma en el corto y medio plazo pasan por aumentar la superficie de cultivo bajo gestión mecanizada obteniendo uva de primera calidad, al mismo tiempo que debe captar mano de obra cualificada para el mantenimiento de los viñedos.

⁴Un análisis detallado de los diferentes sistemas de conducción del viñedo en la comarca Tacoronte-Acentejo se puede consultar en Álvarez de La Paz, F. et al (2005), *Manual básico de viticultura en Tacoronte-Acentejo*, Servicio de Publicaciones de la Caja General de Ahorros de Canarias.

2. El márketing entra en escena

Paradójicamente y aunque el márketing se inició como disciplina en el ámbito agrario, probablemente sean las empresas de corte agrario las que menos lo han utilizado como herramienta útil para aumentar la competitividad de sus producciones, es decir, para aprender en definitiva a saber cómo desenvolverse en el mercado. *Producto, precio, comunicación y distribución* son las cuatro variables esenciales sobre las que gravita la estrategia de márketing que se vaya a desarrollar, ya sea por una bodega o una Denominación de Origen. La adecuada combinación de tales variables determinará el éxito o fracaso de la estrategia definida una vez se implementen las acciones de márketing. El sector vitivinícola tampoco ha sido ajeno a este patrón de comportamiento, y en cierta medida, “ha pensado” en el márketing cuando las condiciones lo obligaron a ello. Desde el nacimiento de la D.O. Tacoronte-Acentejo, ha existido una preocupación constante por la estrategia de márketing a seguir, tanto desde la propia Denominación de Origen como por parte de la mayoría de sus bodegas adscritas.

Frecuentemente la imagen de la botella de vino constituye el primer contacto del consumidor con el producto. Parece claro, que en el sector vitivinícola, la primera botella de vino se vende por la imagen que ofrece, mientras que la segunda y restantes se venden por el contenido de la misma principalmente. En términos generales, es evidente que la evolución ha sido beneficiosa pero lenta, sin embargo, es necesario continuar profundizando en la aplicación de técnicas de márketing aplicadas al sector vitivinícola Tacoronte-Acentejo, ya que, el mercado es cambiante y por ello debe ser vigilado continuamente para no ser expulsado de él.

Partiendo de un sector donde la norma general inicial era vender el vino en garrafones de dieciséis litros hasta llegar a las actuales presentaciones de los distintos vinos embotellados; la preocupación creciente de los bodegueros por “el vestido” de la botella, desde los diseños de la etiqueta, hasta los embalajes, cápsulas y corchos identificadores de las distintas marcas ha evolucionado favorablemente durante estas dos décadas. En general, la imagen ofrecida por las distintas marcas ha evolucionado desde unos comienzos en que los diseños eran realizados normalmente por alguien de la unidad familiar del propio bodeguero, hasta la actualidad en la que la mayor parte de diseños cuentan con asesoramiento especializado.

Igualmente, y desde el punto exclusivo de las acciones encaminadas por la propia Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo –verdadera marca paraguas de todas las bodegas inscritas–, se podrían destacar numerosas actividades destinadas a dar a conocer la cultura, arraigo e historia, así como, las virtudes y particularidades de los vinos de la comarca; un conjunto de acciones, todas ellas en última instancia, conducidas a elevar la notoriedad y venta de las elaboraciones Tacoronte-Acentejo⁵. Probablemente, si en un determinado momento, durante los primeros años noventa, se maduró bastante el esbozo del logotipo actual de la D.O. Tacoronte-Acentejo consiguiéndose un diseño profesional sumamente atractivo y perenne, que permite bastante “jugar” con sus elementos individualizados manteniendo

⁵La D.O. Tacoronte-Acentejo desarrolla un amplio abanico de propuestas que abarca desde cursos formativos de cata y viticultura, visitas guiadas a bodegas y viñedos, encuentros de bodegueros con consumidores, hasta propuestas culturales y artísticas donde el vino es el protagonista.

LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS VITIVINÍCOLAS EN LA COMARCA TACORONTE-ACENTEJO

su identidad; quizás el “golpe de márketing” más interesante, resultado del esfuerzo continuo de la Denominación de Origen por la búsqueda de una diferenciación de sus vinos sea la consecución de la *Botella Genérica Tacoronte-Acentejo*. Un envase exclusivo para presentar los vinos elaborados en la comarca que únicamente pueden utilizar las bodegas adscritas a la D.O. que soliciten embotellar alguna de sus elaboraciones con esta botella genérica. Dicha botella tiene grabado en sus hombros en relieve las imágenes del sol, el racimo de uvas y el Teide, identificativos del logotipo de la D.O.; además, en la parte inferior también tiene grabadas las letras del vocablo Tacoronte-Acentejo. Este diseño permite reconocer fácilmente las elaboraciones de la comarca en cualquier punto de venta; no siendo ya necesario girar la botella para observar la contraetiqueta de calidad con la finalidad de averiguar el origen del vino. El éxito de esta iniciativa se constata en que prácticamente el 80% de las bodegas adscritas a la D.O. utilizan en la actualidad este envase, lo que contribuye favorablemente a ampliar la imagen y notoriedad de los vinos Tacoronte-Acentejo. Esta iniciativa, además, ha sido pionera entre las Denominaciones de Origen de vinos españolas.

Durante estos últimos años, el enoturismo también ha tomado protagonismo entre las actividades desarrolladas en la comarca, permitiendo presentar a los consumidores interesados un recorrido por los diferentes paisajes vitivinícolas de la zona, donde de primera mano pueden conocer las experiencias del bodeguero y viticultor intercambiando impresiones sobre el siempre apasionante mundo del vino; en este sentido, las rutas a medida diseñadas en el seno de Tacoronte-Acentejo suponen un atractivo más para conocer la realidad vitivinícola de la comarca. Igualmente, si el enoturismo supone trasladar físicamente al consumidor al medio rural vitícola, otras actividades complementarias, como el “*enourbe*” –a través de interesantes programas como *Noviembre mes del Vino Tacoronte-Acentejo en La Laguna*⁶ – implican acercar el medio vitivinícola a la ciudad; transportar de manera concentrada y temporal la idiosincrasia vitivinícola hasta el entorno urbano, para que también el consumidor residente en la ciudad pueda disfrutar de los atributos del sector vitivinícola sin necesidad de desplazamiento.

En resumen, en esta etapa se ha pasado de tener como principal argumento central de venta la botella de vino a pasar a ofrecer unas prestaciones integrales vitivinícolas en una trayectoria de doble sentido para el consumidor, donde además del propio vino se le está ofreciendo paisaje, cultura, arte, historia, actividades exclusivas alrededor del entorno vitivinícola, conocimientos y en definitiva “sensaciones”.



FIG.6. Botella Genérica Tacoronte-Acentejo

⁶Este programa de actos se realiza exclusivamente y en su totalidad en la ciudad de San Cristóbal de La Laguna, que se convierte durante un mes entero en el centro de atención del mundo vitivinícola Tacoronte-Acentejo con una amplia programación de actividades donde se entremezcla cultura, arte y vino para todos los públicos.

EL FUTURO DE TACORONTE-ACENTEJO SIGUE SIENDO LA CALIDAD

El futuro del sector vitivinícola Tacoronte-Acentejo, al igual que ocurre en su presente y ocurrió en su pasado pasa inevitablemente por detentar, antes que nada, niveles apreciables de calidad, pero ¿qué es la calidad? la respuesta más inmediata es que la calidad es una percepción subjetiva.

La calidad en el sector de Tacoronte-Acentejo ha supuesto lograr niveles aceptables de eficacia en la viticultura, la enología y el marketing vitivinícola. Ello se ha traducido en última instancia en obtener una clara identificación del producto, una normalidad en la elaboraciones ampliando los puntos de venta de las mismas, y proyectando una atractiva imagen-comarca lo suficientemente fuerte y seductora para captar la atención del inversor y el consumidor.

En estos términos, el futuro esperanzador del sector vitivinícola de la D.O. Tacoronte-Acentejo está íntimamente vinculado a una búsqueda intensa y constante en la diferenciación de sus acciones y elaboraciones. Esta diferenciación debe asentarse en los propios valores de los vinos de la comarca dejando de lado la búsqueda exclusiva de competitividad vía la variable precio; por lo que, los aspectos relevantes para obtener adecuados niveles competitivos, que permitan diferenciar al vino Tacoronte-Acentejo en los distintos mercados, debe de pasar por elevar al máximo las propias cualidades del producto, articular adecuadamente la distribución del mismo y darlo a conocer masivamente.

Parte de este camino, como se ha detallado anteriormente, se ha recorrido pero es necesario continuar investigando con la finalidad de encontrar nuevas motivaciones que lleven al sector a continuar elaborando vinos excelentes que además lleguen a los consumidores con mensajes nítidos, que permitan el acercamiento posterior del consumidor a la botella de vino Tacoronte-Acentejo. Se autoimpone, de esta manera, la necesidad permanente de ofertar innovaciones que atraigan la capacidad de atención del público general. En este orden de cosas, si el presente es ya de por sí suficientemente atractivo, el futuro del sector vitivinícola en la comarca es cuanto menos ilusionante tanto en los vértices de la viticultura y la enología como en el del marketing. Evidentemente, el interés y la capacidad del viticultor y el bodeguero de la comarca por seguir manteniendo el espíritu de lucha que lo ha caracterizado hasta el momento serán la mejor materia prima que el mundo vitivinícola Tacoronte-Acentejo tendrá para seguir ofreciendo al consumidor sus distinguidos vinos.