



PRESUPUESTO GENERAL DEL CABILDO INSULAR DE TENERIFE	2020
ENTIDAD: FUNDACION CANARIA TENERIFE RURAL	
MEMORIA DE OBJETIVOS A REALIZAR DURANTE EL EJERCICIO 2020	
<p>1. MIEMBROS FUNDADORES, COLABORADORES Y BENEFACTORES</p> <ul style="list-style-type: none">○ Se continuará con el proceso de fidelización de los actuales Miembros, llevando a cabo todas las acciones que tengamos a nuestro alcance para informar a la sociedad tinerfeña de qué empresas avalan este proyecto (manteniendo el listado de los mismos en la página web corporativa, incluyéndolos en folletos publicitarios de actividades de la Fundación, ruedas de prensa, etc...), si bien es bastante probable que alguno de los miembros en las distintas categorías pueda solicitar su baja en la Fundación, dada la situación de crisis que afecta a todas las empresas.○ Aunque es complicado por la actual situación económica, se realizarán gestiones con el fin de intentar captar algún nuevo Patrono. <p>2. RUTAS Tenerife Rural</p> <ul style="list-style-type: none">○ Una vez que las rutas son un proyecto consolidado, con más de una veintena de ellas en la modalidad de autoguiadas, en 2020 se podrá diseñar alguna más pero nos centraremos básicamente en la promoción y difusión del proyecto, tanto entre los tinerfeños como entre los visitantes.○ Continuaremos con el proyecto comenzado años atrás de las rutas guiadas cuyo hilo conductor es principalmente los productos de temporada (rutas según temporadas de productos) así como rutas zonales (vinculadas a un territorio concreto de la isla), como forma de concienciar y fidelizar a los tinerfeños de la importancia de la conservación y valorización de nuestro mundo rural, así como, lógicamente, del consumo de nuestros productos. Durante estos años hemos podido comprobar que efectivamente estas rutas dirigidas al público local y más concretamente a los habitantes de los núcleos urbanos (los más alejados en todos los sentidos del mundo rural), convierten a lo que asisten en auténticos prescriptores de nuestros productos, de la importancia de consumirlos no solamente por fijar a la población rural, sino por lo que contribuyen al paisaje de la isla y al medioambiente. Además siempre las rutas generan valor pues se busca que se realicen compras en ese momento.	



3. PROMOCION Y VENTA DE PRODUCTOS DEL MUNDO RURAL DE TENERIFE

- Continuar la línea de negocio basada en la venta de regalos institucionales y de congresos, así como continuar innovando tanto de los productos que dichos regalos contienen, como con las presentaciones de las cajas, cestas, etc... siendo conscientes de lo complicado de esta línea de negocio por la coyuntura económica actual, que aunque mejor que en años anteriores, no alcanza por mucho los niveles de hace unos años. Esta línea de negocio además de suponer un incremento de las ventas de la Fundación, busca por otro lados colaborar con los productores del mundo rural de Tenerife (bodegueros, reposteros, apicultores, etc...) en la venta de sus productos y por lo tanto en mejorar sus cifras de negocio de forma directa; pero además el hecho de posicionar este tipo de regalo en ese segmento de congresos y obsequios institucionales, es a su vez una clara herramienta de promoción de todos esos productos porque se da la posibilidad de que un tercero (el que recibe el regalo) conozca y pruebe productos de los que no tenía conocimiento de su existencia, abriendo de esta forma el abanico de posibilidades de que se haga consumidor de dichos productos a través de esta vía
- Ejecución, a solicitud del Cabildo Insular, y siempre teniendo en cuenta nuestras limitaciones sobretodo en materia de personal, de eventos promocionales de productos del mundo rural, pero básicamente en el ámbito de nuestra isla dado que para la promoción exterior ya cuenta la Corporación Insular con un potente respaldo desde Turismo de Tenerife, como desde su propia área de valorización de productos agroalimentarios. Se trata más concretamente de fomentar en caso de que volviera a existir financiación por parte de Turismo de Tenerife, como en el año 2018, las muestras gastronómicas en el ámbito rural, o ferias que se puedan llevar a cabo en la Casa del Vino, como explicaremos en puntos posteriores, o continuar con el tradicional Descorche por San Andrés
- Fomentar más nuestro escaparate off line de venta de productos del mundo rural de Tenerife, que no es otro que la tienda de la Casa del Vino, en la que intentaremos, como uno de los puntos reseñados en nuestro plan de marketing, incrementar la comunicación de que es la vinoteca con mas referencias en vinos de Tenerife de toda la isla, así como de muchos otros productos vinculados al mundo rural.
- Abrir mediante acuerdos con terceros canales de venta on line, apoyándonos en quienes tengan canales ya abiertos o musculo financiero para poder promocionar ellos el canal y nosotros servir como expertos en producto y como plataforma logística (sin asumir inicialmente de forma directa los envíos).

4. Educación ambiental

- Continuar con las actividades de educación ambiental, encomendadas por el Cabildo Insular, en las fincas El Helecho, La Baranda, Boquín, Casa del Ganadero, MercaTenerife, la finca La Quinta Roja y por primera vez incorporamos también el recién inaugurado Ecomuseo de El Tanque. Las 7.500 plazas que ofrecemos al año a todos los centros educativos de Tenerife, son sin lugar a dudas y por la experiencia acumulada a lo largo de estos años, una tarea importantísima a la hora de sembrar futuro entre nuestra comunidad educativa, pues durante el día de visita, en el que el mero hecho de salir del aula el alumnado ya está predispuesto a aprender, les explicamos de forma didáctica y amena la importancia de nuestra agricultura, de nuestra ganadería con sus razas autóctonas, lo importante que es que ellos y ellas se conciencien desde sus tempranas edades de que consumir productos de la isla conlleva múltiples ventajas (conceptos de kilometro cero, de fijación de población, de conservación de tradiciones y de cultivos, de medioambiente, conceptos también económicos y de autoabastecimiento). Además, y no menos importante, esos 7.500 escolares se convierten en nuestros prescriptores con su familia.



5. Club Tenerife rural

- Intentar mantener el número de socios adheridos al mismo. Vivimos en una época de sobresaturación de clubes y asociaciones con objetivos similares a los nuestros, por lo que no nos fijamos el objetivo de incrementar los socios (aunque lo intentaremos), sino de mantener a los actuales, llegándoles de una forma más clara, tanto con ventajas por pertenecer a nuestro club, como por mensajes de que lo que hace la Fundación es un logro que ellos también consiguen.

6. PREMios Tenerife Rural

- Convocar y fallar la nueva convocatoria de estos premios, que son el referente del reconocimiento del Cabildo a las personas y empresas del mundo rural. Estos premios están totalmente consolidados en la isla, fruto de la seriedad y rigor en su proceso de selección, en la calidad de los premiados en las ediciones anteriores y también fruto de la cobertura que el propio Cabildo les otorga a la hora de la entrega de los premios. Continuaremos con ellos, aportando siempre mejoras y actualizaciones a las bases fruto de los años de experiencia y de las propuestas de jurado, comisión técnica, patronato y de la propia ciudadanía.

7. RED DE CALIDAD TENERIFE RURAL

- Una red basada en la calidad y orientada a abrir las ventanas del mundo rural a través de sus mejores centros y servicios, permitiendo a residentes en Tenerife y turistas, visitar fincas, bodegas, museos vinculados al mundo rural, etc... que hayan pasado una serie de controles de calidad y autenticidad.
- El trabajo de la Fundación consiste básicamente en colaborar con los establecimientos del mundo rural que puedan estar interesados en preparar sus instalaciones para mostrarlas al público, haciendo una labor que va desde el asesoramiento hasta la auditoría final de los parámetros de calidad exigidos.
- Durante los últimos años, y debido por un lado a haber tenido que asumir la gestión de la Casa del Vino, ya no con el mismo personal, sino disminuyendo la plantilla en casi un 30% y asumiendo parte de el trabajo de las plazas amortizadas el propio personal de la Fundación, así como con el incremento exponencial de temas administrativos que hemos tenidos que asumir las empresas publicas, esta línea de trabajo se ha quedado un poco estancada, si bien en 2020 confiamos en poder empezar de nuevo a impulsarla aunque sea de una forma progresiva.

8. Dinamización de colectivos de tradiciones y de rescate etnográfico

- Continuar impulsando las actividades de rescate etnográfico y tradiciones de Tenerife, de dos maneras, por un lado con la implicación directa de la Fundación en las actividades de rescate que valoremos que necesitan de nuestra implicación directa, y por otro colaborando con los colectivos y asociaciones que ya realizan este trabajo pero que necesitan colaboraciones a distintos niveles, bien únicamente de promoción, o en otros casos además también de monitorización de sus trabajos, colaboración para su desarrollo, etc....

9. Revalorización de productos derivados de la producción local

- Puesta en valor de productos transformados de la producción local insular para darles visibilidad, mediante la organización de una ferias con carácter periódico sobre productos locales (productos ecológicos, km 0, repostería tradicional, etc...) según lo que se vaya desarrollando en nuestra estrategia de marketing, orientada siempre a los objetivos



fundacionales y a la colaboración con nuestro mundo rural, con nuestros productores y con nuestros productos. La intención es que esas ferias se lleven a cabo en las instalaciones de la Casa del Vino, pues la Fundación tiene encargada la gestión de este espacio público y aunque se ha mantenido el nombre por estrategia de marketing, desde que Tenerife Rural asumió la gestión, siempre se ha avanzado en la línea de que este espacio sea la casa del mundo rural, un recinto ferial del mundo rural en el que cada vez se desarrollen más actividades vinculadas a él, o que aunque no estén vinculadas de una forma directa, contribuyan a que se consuman productos de Tenerife.

- Apoyo a colectivos sociales para la organización de jornadas de revalorización de productos locales pero en sus propios espacios, en este caso apoyaríamos en los lugares en los que se lleven a cabo los cultivos, dado que de esta forma contribuimos a sensibilizar a los consumidores de lo importante que es adquirir productos agrícolas de Tenerife, no solamente por fijar la población de esas zonas rurales, sino por la clara contribución que esos cultivos y por tanto esos agricultores tienen en el sostenimiento de paisajes y por tanto con el turismo, y de nuestro pulmón verde y por tanto con el medioambiente. Ejemplos de estos productos locales que tienen detrás suyo a colectivos sociales son la papa bonita, la batata y el ñame en Anaga; los cereales en La Laguna, Los Realejos, El Tanque; las almendras en Guía de Isora, etc...

10. Dinamización de actividades vinculadas al medio marino

- En el proyecto primigenio de la Fundación Tenerife Rural, una de sus líneas teóricas de trabajo era el denominado EJE PESQUERO Y LITORAL, y aunque hasta el momento únicamente hemos tocado esta materia de una forma totalmente tangencial, pretendemos en 2020 comenzar a trabajar de una forma más decidida este eje mediante la dinamización de actividades vinculadas al medio marino, mediante inventarios iniciales de estas actividades en la isla para su posterior revalorización y promoción no sólo hacia terceros, sino también entre las generaciones implicadas en las actividades a dinamizar. Hablamos de carpintería de ribera, de salinas tradicionales, de pesca tradicional, etc.... dentro de las líneas de trabajo pretendemos el desarrollo de talleres intergeneracionales, actividades de exhibición e interpretación, vinculación de estos recursos a nuestras rutas, etc....

11. Gestión de la Casa del Vino de Tenerife

Podemos afirmar sin temor a equivocarnos, que la Casa del Vino es la infraestructura más importante de la isla en cuanto a promoción de nuestros vinos y de una gran parte de los productos del mundo rural de Tenerife.

- En nuestra vinoteca podemos encontrar la práctica totalidad de los vinos de Tenerife (más de trescientas referencias), pues es la casa de todos los bodegueros y deben estar representados en ella. La venta de sus vinos, que ha ascendido en los últimos años hasta 16.000 unidades vendidas al año, supone no sólo una fuente de financiación de la Casa sino también una promoción de dichos vinos. Los amplios horarios de apertura de nuestra tienda, así como la gran variedad de referencias y la atención altamente especializada, hacen de la Casa un enclave estratégico para dicha promoción, tanto entre el turismo como con los habitantes de la isla, que con mucha frecuencia acuden a nuestro equipo en busca de asesoramiento.
- La sala de degustación contribuye claramente a esta promoción, con una rotación quincenal de las referencias que ofrecemos para catar por copas. En ella, además de los vinos, podemos degustar quesos y mieles de Tenerife.
- En nuestra tienda encontramos una gran variedad de los productos del mundo rural;



quesos, mermeladas artesanales, mojos, licores, repostería tradicional, etc., lo que hace que, aunque las instalaciones conserven su nombre que la liga al mundo del vino, sea verdaderamente la Casa del Mundo Rural de Tenerife.

- Nuestra terraza, tasca y restaurante (gestionada por un tercero mediante concurso) ofrecen una gastronomía elaborada con producto de Tenerife y con una gran calidad en su elaboración y presentación, así como con la más amplia carta de vinos de Tenerife de toda la restauración de la isla.
- Nuestro Jardín de Viñas ofrece un paseo entre viñedos en el que aprender más sobre las variedades autóctonas prefiloxéricas que marcan el carácter de los vinos de Tenerife.
- Además, a lo largo del año se realizarán numerosos talleres de cata de vinos y de productos que nos ofrece el mundo rural (aceite, mieles, quesos, etc...). El formato de taller no busca un aprendizaje reglado sobre nuestros productos, sino que busca que las personas que asisten disfruten de la actividad, como manera de relacionar momentos de placer y bienestar con el consumo de nuestros productos, una vez más buscando hacerlos prescriptores de los productos del mundo rural de Tenerife y de las ventajas que nos ofrece a la ciudadanía de Tenerife y a nuestros visitantes que nuestro mundo rural se mantenga vivo.
- Se realizarán también otras actividades como:
 - Desayuno entre viñedos: coincidiendo con la época más próxima a la vendimia celebramos los "Desayunos entre viñedos", un "brunch" que se celebra recorriendo los diferentes lugares de la Casa, acompañados por un enólogo y con las historias del mundo rural que cuentan un grupo de actores caracterizados para la ocasión.
 - Obras de Teatro: como "Cuento de Navidad" de Charles Dickens, con la adaptación de "Zálatta Teatro", se ha convertido en una actividad que no puede faltar para toda la familia, actividad que realizamos en el mes de diciembre.
 - Conciertos: Entre los que cabe destacar además de nuestro ciclo #wine&jazz,, nuestro ya tradicional concierto de Navidad "Navijazz".
 - Descorche por San Andrés: Desde su inauguración la Casa del Vino ha albergado todos los años el tradicional acto del Descorche, con la asistencia de un numerosísimo grupo de personas, relacionadas de una forma u otra con el mundo del vino, así como de distintas autoridades. En ese acto se entrega también desde sus inicios el Premio San Andrés.
 - En nuestras instalaciones se seguirán llevando a cabo también multitud de eventos relacionados con el mundo rural de Tenerife (reuniones, charlas, presentaciones), tanto de administraciones públicas como de empresas y administraciones privadas, así como otro tipo de eventos que aunque no tengan que ver con el mundo rural de la isla, sirven por un lado como fuente de financiación y por otro de promoción de la propia Casa y de los productos que en ella se promocionan y/o venden.

En 2020 pretendemos reforzar, tal y como está recogido en nuestro plan de marketing, el conocimiento, uso y disfrute de todas nuestras estancias y nuestros servicios. Y por otro lado nuestra intención es hacer a lo largo del año un programa aún más intenso de actividades aprovechando que en 2020 es el 25 aniversario de la apertura de estas instalaciones.

Por otro lado, y como hemos reflejado en el PAIF, no debemos olvidar que desde ya los inicios de 2019 el turismo en Tenerife ha comenzado a sufrir cierto retroceso por diversos motivos (vuelta de



los turistas “prestados” a sus habituales lugares de vacaciones, inseguridad que genera al mercado británico el BREXIT, ralentización de la economía a nivel mundial, pérdida de líneas de transporte aéreo básicamente) y esto lo hemos notado de forma inmediata en el volumen de negocio de la Casa del Vino pues no olvidemos que un numero muy importante de clientes son turistas. Por ello, nuestras previsiones que en este año 2019 probablemente sean de una disminución de al menos el 5%, las hemos previsto para el 2020 en un 2% de disminución, confiando en que al tener más recursos económicos gracias a la aprobación de parte de la ficha financiera propuesta para el plan de marketing a tres años de la Fundación (2019-2021) podamos hacer campañas que suavicen esa disminución de turistas, aunque también tenemos que ser conscientes de que las campañas de marketing deben ser dilatadas en el tiempo y máxime si son orientadas a turistas (que están de media en nuestra isla siete días), pues de lo contrario son poco efectivas. Y no perdamos de vista que aunque para 2020 tendremos algo más de capacidad de promoción y que comparado con lo que hemos tenido en años anteriores es un incremento significativo, en valores absolutos y en materia de comunicación, sigue siendo una cantidad pequeña.

12. OTROS

Durante 2020 continuaremos trabajando en materia de Licitaciones y contratos públicos con el fin de dejar al día todos estos procedimientos que, debido a su complejidad, han acaparado parte de los esfuerzos de Gerencia y Administración y han necesitado aun así, debido a la complejidad de la Ley y al desarrollo tanto de los pliegos Administrativos, cómo de los pliegos técnicos, de asesoramiento externos para su correcta implantación que esperamos avanzar en 2020.

