

**CONCURSO POR UN TURISMO MAS SOSTENIBLE 2018**

**MODALIDAD: CONCURSO SOCIAL**

**PROYECTO:**

**RECUPERACIÓN MOLINO DE VIENTO Y  
CREACIÓN DE CENTRO DE INTERPRETACIÓN  
DEL GOFIO.**

**FRANCISCA NIEVES GONZÁLEZ AMADOR**

## En recuerdo de D. Pedro Molina

Este proyecto constituye un pequeño y humilde homenaje a la memoria de **D. Pedro Molina Ramos** (1959-2018), Hijo Ilustre de la isla de Tenerife, Hijo Predilecto de La Laguna, incansable defensor de nuestro campo.

En su discurso como Hijo Ilustre de la isla de Tenerife pronunció las siguientes palabras:

"Mi madre me dijo con 9 años que tenía que ayudar con las labores del campo por las circunstancias de la familia y con 12 años planté el primer trigo. Cuando brotó, mi padre --ya fallecido-- me dijo que era el mejor trigo que iba a ver en mi vida y que todos los que viniesen después no lo iban a superar. Y así ha sido. Creo que fue una especie de enseñanza, de lección de humildad para decirme que hay que estar siempre aprendiendo, vigilando, trabajando para que las cosas salgan bien."

Sus acertadas y sabias palabras, así como su comprometida labor, dignificaron un sector siempre visto con ciertos prejuicios por algunos sectores de nuestra industrializada sociedad. Gracias a nuestros campesinos y ganaderos, los de tiempos pasados y los que día a día trabajan sin apenas descanso, se mantiene vivo nuestro sector primario en la isla de Tenerife y el legado que Pedro nos dejó.

Tenemos la obligación moral de intentar continuar el camino que nos trazó, por el que nos guió y acompañó mientras tuvimos el privilegio de compartir gratos momentos con él.

Nunca podré devolverle el apoyo y cariño que me dio. Sirvan estas sentidas líneas y este proyecto como muestra de afecto y reconocimiento a su labor y persona.



## **1- IDENTIFICACIÓN DEL PROMOTOR**

Este proyecto está ideado y elaborado por **Francisca Nieves González Amador**, natural de Las Mercedes, en el término municipal de San Cristóbal de La Laguna.

Nacida en noviembre de 1977 procede de ascendientes, de las zonas de Tegueste, Las Mercedes y caseríos de Anaga,. siempre vinculados al sector rural con gran tradición agrícola y ganadera.

A raíz del fallecimiento de la madre, con pocos meses de vida, se crió y creció con unos tíos abuelos dedicados totalmente al desarrollo de actividad ganadera vacuna y al cultivo de fincas, principalmente producción de papas, trigo y vino, en el citado enclave de Las Mercedes.

Posee estudios de Diplomatura en Magisterio, así como Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Informáticas y actualmente se encuentra finalizando el Grado de Derecho (fecha prevista de finalización en 2019).

## **2- DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

### **2.1 Descripción**

El proyecto consta de dos ideas que pueden ser desarrolladas de forma separada o simultáneamente:

- a) Puesta en funcionamiento de un **molino o molina de viento** en el municipio de La Laguna, rehabilitada o de nueva construcción, para producción de **gofio artesanal** tostado de forma tradicional con leña con materia prima local producida en la isla de Tenerife.
  
- b) Creación de un **centro de interpretación del gofio** con actividades dirigidas a escolares, turistas, colectivos y particulares.

### **2.2 Justificación**

Hace más de medio siglo, concretamente en 1964, el profesor Serra Rafols de la Universidad de La Laguna fijó su vista sobre las ya por entonces ruinosas construcciones molineras y afirmó que *"si aquí hubiese una sombra de organización turística (...) esos pobres molinos de viento que aún se mantienen en pie serían cuidadosamente reparados, sus aspas dotadas de las telas que un tiempo hicieron de ellos blancas y gigantescas flores, y así, repuestos sus mecanismos, un encargado los haría girar al viento del futuro" ..*

Ligados desde la conquista a la cultura del cereal, permitieron durante siglos la molienda del cereal para la obtención de harinas y, sobre todo, de gofio. Formaron parte de nuestro paisaje y todavía en nuestros días perduran topónimos que nos recuerdan su existencia. En muchos pueblos de la isla y del resto del archipiélago no es raro encontrar una calle o un lugar que rememore la tradición cerealística de nuestra isla.



En Canarias podrían haber en el siglo XIX más de un centenar. La mayor densidad se hallaba en las afueras de la ciudad de La Laguna, con nada menos que 17 unidades en tres conjuntos uno de 11, dos de 3 molinos. Es La Laguna donde el nombre de la plaza del Llano de los Molinos, en el barrio de San Honorato, es el testimonio de que allí se llegaron a ubicar 11 molinos alineados. En el grabado de la ciudad realizado por Goupil hacia 1840 , aparecen en todo su esplendor "aquellos once gigantes de piedra, enhiestos y alineados como centuriones a lo largo del Llano", como escribió el periodista tinerfeño Leoncio Rodríguez en una de sus Estampas tinerfeñas.



Los cambios tecnológicos y la especulación urbanística han acabado lentamente con nuestros viejos molinos. Sustituidos primero por las molinas o molinetas de madera y más tarde por la energía eléctrica, fueron desapareciendo de nuestro paisaje. En otras islas del archipiélago se ha ido acometiendo la restauración de algunos y en Tenerife la recuperación de todos estos bienes de nuestra cultura popular sería una buena noticia en el desolador panorama de la conservación de nuestro patrimonio, pues nuestros molinos, según el mismo Leoncio Rodríguez, *"bien merecen que se les dedique un recuerdo como a tantas otras cosas gratas y amables de la tierra que se han ido y no volverán"*.

Si consultamos el catálogo de Bienes de Interés Cultural en la isla de Tenerife tan solo existen tres molinos de viento con este reconocimiento: los molinos ubicados en Cuevas Blancas, Barranco Grande y Llano del Moro. De ellos, tan solo el de Cuevas Blancas, aunque en estado de abandono y constante deterioro, presenta un aceptable estado de conservación del edificio; mientras que los otros dos ya prácticamente se limitan a la existencia de unas pocas piedras o paredes testigos del devenir del tiempo.

Por otra parte, resulta destacable como un alimento tan presente en nuestra cultura como es el gofio, se elabora hoy en día de una forma muy diferente a como se hacía en tiempos antaños y con materia prima, de dudosa calidad nutricional y organoléptica, exportada de otros lugares del mundo, principalmente Francia, Rusia y Canadá, extremos éstos desconocidos para la población en general.

Al ser un alimento tan presente de nuestra idiosincracia era tradición dedicar unos granos del cultivo a la elaboración de gofio para consumo propio. Hoy en día existen molinos que se niegan a moler grano de procedencia desconocida, a sabiendas, por el conocimiento personal al agricultor, de que es grano local cultivado en la zona.

Como bien expresó Bill Mollison "El problema del agricultura actual, es que no es un sistema orientado a la producción de comida, sino a la producción de dinero". Salvo honrosas excepciones, la producción de gofio por parte de las industrias molineras de la isla de Tenerife prima la rentabilidad producida por el bajo precio del grano importado, sobre la calidad del grano local producido por nuestros

agricultores, en condiciones nada similares a las grandes producciones mundiales. Ello provoca el desplazamiento del producto local por otros elaborados con cereales o mezclas pujantes sin tanta tradición como nuestros granos tradicionales, y, a su vez, repercute negativamente en la comercialización del grano local, por la negativa de los molineros a pagarlo a un precio razonable al agricultor, fomentando de esta manera el abandono del cultivo.

A 31 de diciembre de 2016 las importaciones de trigo blando y millo suman un total de 239.712.530 kilogramos: Según los datos que maneja la Asociación de Cereales de Tenerife en la isla no se llega a los 100.000 kilogramos, habiéndose dado la paradójica situación, en la citada Asociación, de encontrar grandes dificultades en gestionar la comercialización de cantidades ridículas de producción, por la reducción en la rentabilidad frente al grano foráneo.

La promotora de este proyecto ha podido constatar como el desconocimiento por parte de la población de esta situación, junto a la falta de controles por parte de la Administración, ha auspiciado la picaresca y mala praxis de algunos molineros, que venden gofio como si fuera elaborado con materia prima local, perjudicando aún más al sector cerealístico. Cuando el público en general conoce la realidad del producto, constatando su origen y calidad, tiende a demandarlo e interesarse por puntos de adquisición del mismo.

El Ayuntamiento de La Laguna ha incumplido durante 21 años la promesa que hizo, con motivo del V Centenario de la ciudad, de construir un molino de viento a modo de monumento y colocarlo en el barrio de San Juan, como símbolo de la economía tradicional y referente histórico, según propuso el 13 de julio de 1997 el concejal Pedro Martín Calero. El proyecto tenía por objetivo construir un molino de viento en una plaza próxima al barrio de San Juan, donde antaño fue el lugar de mayor concentración de estos importantes elementos de la molienda. Si la obra no fuera posible se pensó incluso en hacer un mural de cerámica que produjera una de las antiguas imágenes de los molinos con sus aspas al viento y la Catedral al fondo.

### 2.3 Objetivos

- Rescatar e implantar el funcionamiento de un molino o molina de viento.
- Fomentar la producción de variedades locales de cereal en la isla de Tenerife y facilitar a los productores de granos locales la comercialización de los mismos.
- Creación de un nuevo producto en el mercado: gofio totalmente artesano con grano tostado a leña con variedades tradicionales de grano local.
- Protección del medio ambiente a través del fomento de la producción y elaboración de producto con energía alternativa (viento) y ahorro en los costes de transporte de materia prima.
- Divulgación de la historia de los molinos y del gofio en Canarias y, concretamente, en la isla de Tenerife, dando a conocer el patrimonio etnográfico vinculado a la producción del gofio.
- Complementar la actividad educativa y turística de la isla.
- Comercializar gofio totalmente artesano canario hecho con materia prima local de la isla de Tenerife y promover su consumo.
- Servir de enlace entre los productores de cereal y Asociaciones relacionadas con el sector (ACETE, Cooperativa La Candelaria, entre otras) y los destinatarios finales del producto.

## 2.4 Descripción del proyecto

### **2.4.1.- Construcción de molino de viento de nueva creación:**

Dado el impresionante crecimiento urbanístico en las últimas décadas que ha sustituido terrenos donde se ubicaban molinos por construcciones más modernas y la desaparición de molinos o molinas potencialmente restaurables en su propio entorno, este proyecto apuesta por la creación de uno nuevo en modo de homenaje y recuerdo a la existencia de todos los que antaño caracterizaban nuestro paisaje.

Las diferentes estructuras utilizadas conllevan cuatro historias y modelos muy distintos entre sí, lo que indica la riqueza que tiene Canarias en la tecnología molinar eólica:

a.- El molino de torre troncocónica de mampostería y techumbre cónica, con rotor de cuatro a seis aspas, el más antiguo. Su orientación hacia el viento es manual desde dentro o fuera del mismo.



b.- El molino de torre de madera fija incrustada en la sala del molino, un rotor de lonas y corona de transmisión móvil hacia la dirección del viento.

c.- Las molinas, de principios del siglo XX, artilugios de madera de torre móvil, con cola para la orientación automática, donde toda la maquinaria pivota en el piso de la sala del molino como los modelos del palmero Isidoro Ortega o los del grancañario Manuel Romero e hijos.

d.- Los aeromotores metálicos acoplados al sistema de molturación, de principios del siglo XX, unos de importación (Aermotor americano, que vemos en las películas del Oeste) y otros de construcción local (Molino Canario).

Si se consiguiera la maquinaria de una molina, que son trasladables, y requieren la construcción simplemente de un pequeño habitáculo de reducidas dimensiones, podría plantearse la instalación de este sistema. Dado la dificultad de conseguir la citada maquinaria, puesto que no resulta excesivamente compleja, podría encargarse la fabricación de las piezas a algún carpintero especializado. En Canarias tenemos la única molina activa del mundo en Fuerteventura que podría servirnos de ejemplo a través de su regente don Francisco Cabrera Oramas, con el que ya hemos intercambiado algunas impresiones.

En La Laguna el Molino Estrella de Oro, fundado en 1866, fue de uno de los primeros molinos que construyó Isidoro Ortega, posiblemente después del prototipo de su vivienda en Monte Pueblo (Villa de Mazo).

El enclave de las Mercedes, donde se podría ubicar la molina, es la entrada principal al Parque Rural de Anaga. Siempre ha sido una tierra rica que en su momento, los guanches (nativos prehispánicos de Tenerife) de la zona la usaban como zona de cultivo.

En la zona, en la que se cultiva cereal, se dispone de terrenos próximos al casco lagunero y bien comunicados (a pocos metros de la vía de ronda) en los que se podría ubicar la instalación de una molina con un anexo, que complementaría la misma, que haría la función de centro de interpretación del gofio.



#### **2.4.2.- Centro de interpretación del gofio:**

En Canarias ya tenemos experiencias exitosas de implantación de museos relacionados con la cultura del gofio, como el museo del grano “La Cilla” o el Museo activo del Gofio “La Molina de la Asomada”, ambos en Fuerteventura; o El Museo de Interpretación del Gofio, en el antiguo molino de Las Tricias de Garafía en La Palma. Son centros que muestran todo el procesado de los productos para finalmente ofertar la compra de los mismos, junto con productos relacionados complementarios, generando una fuente de ingresos, que, junto con la venta de entradas, permite la autofinanciación económica de los centros.

Muchas personas de otros países europeos, como Francia, Alemania, Italia, se han interesado por estos proyectos y por comercializar los productos en sus lugares de origen, por lo que tenemos una bonita manera de crecer y promocionar el gofio, como riqueza de nuestra historia y tradición, es un gofio 100 % natural y se puede compartir con muchos otros productos, como helados, yogures, galletas, roscos, y en muchos tipos de comida como acompañante.

Aunque podemos apreciar presencia de elementos relacionados con la cultura del gofio en el Museo de Historia y Antropología de Tenerife en sus sedes ubicadas en Casa Lercaro y Casa de Carta en el municipio de La Laguna; y más recientemente en el ecomuseo ubicado en el Tanque, sin embargo la isla de Tenerife carece de este tipo de centro de interpretación activo que permita la pervivencia de la actividad. La creación y puesta en funcionamiento de una instalación de estas características es una deuda pendiente de la isla de Tenerife con la memoria de

nuestros antepasados que con tanto trabajo y sacrificio mantuvieron viva la cultura del gofio.

### 3- INVERSIÓN NECESARIA Y EJECUCIÓN

#### *Proyecto molino*

Permisos		3.000
Proyecto visado por ingeniero	300 horas * 40 €	12.000
Cubierta		14.737,80
Estructura metálica para cubierta compuesta por tubo estructural y pletina de acero laminado, mediante uniones soldadas; i/corte, elaboración, montaje y p.p. de soldaduras, cartelas, placas de apoyo, rigidizadores y piezas especiales; despuntes y dos manos de imprimación con pintura de minio de plomo, montado	7.777,80	
Ud. Forrado de cubierta de molino, con rastreles atornillados sobre estructura metálica y tabla de pino de 2 cm. clavada con una mano de imprimación xilamon fondo, colocación de chapa de zinc galvanizada en todo su contorno, material y mano de obra.	6.960,00	
Cerrajería: Suministro y colocación de estructura metálica para sujeción de elementos		1308,52
Pinturas		1.000,00
Estructura obra civil		15.000,00
Cerramientos		3.000,00
Piedras molino		12.000
Proyecto especial de Instalación eólica, estructura, suministro y colocación, incluyendo documentación técnica y manual de operación		40.000,00
Total		102.046,32
<b>Total con IGIC</b>		<b>109.189,56</b>

#### *Proyecto museo*

Permisos		3.000,00
Proyecto visado por ingeniero	300 horas * 40 €	8.000,00
Obra civil		40.000,00
Dotación material museo (muebles, paneles, etc)		30.000,00
Total		81.000
<b>Total con IGIC</b>		<b>86.670,00</b>

Total proyecto molino con centro de interpretación: **195.859,56 €**

#### **4- FINANCIACIÓN PREVISTA**

Procedencia del origen de fondos y su importe: **195.859,56 €**

Una propuesta de financiación podría ser la siguiente:

Recursos propios	30.000
Recursos ajenos (prestamos bancarios/créditos)	160.859,56
Subvenciones y ayudas	Por determinar
Ayuda al empleo autónomo	5.000,00

Dado el interés público que suscita el proyecto habría que determinar posibles ayudas públicas al mismo.

## 5- ANÁLISIS DE COSTES FIJOS, COSTES VARIABLES Y EXPECTATIVAS DE FACTURACIÓN

### Costes Fijos año

Reparaciones y conservación	1000
Publicidad 100	1000
Serv. Prof. Independientes (Gestoría, etc)	12000
Suministros (Agua, electricidad, gas, teléfono, internet)	1800
Material de oficina	3000
Sueldos y Salarios (Sueldos Netos)	48000
Seguridad Social a cargo de la empresa	24000
Tributos	
Seguros	500
Gastos financieros (préstamos) 400	4.800
IBI + Impuesto sobre residuos sólidos urbanos	600
<b>Total</b>	<b>96.800</b>

### Costes variables:

Materia prima (grano local)	25000
Envases y etiquetado	1500
Adquisición productos hechos con gofio para venta y otros	1200
Otros	1500
<b>Total</b>	<b>29.200</b>

Total costes fijos y costes variables: **126.800 €/año**

### Expectativas de facturación:

Venta entradas	40000
Venta producto propio	125000
Venta otros	3600
<b>Total</b>	<b>168.600,00</b>

Diferencias costes/ingresos: **41.800,00 de beneficio anual.**

**6- NÚMERO DE PUESTOS DE TRABAJO DE POSIBLE CREACIÓN Y EXPECTATIVAS DE CREACIÓN A MEDIO PLAZO**

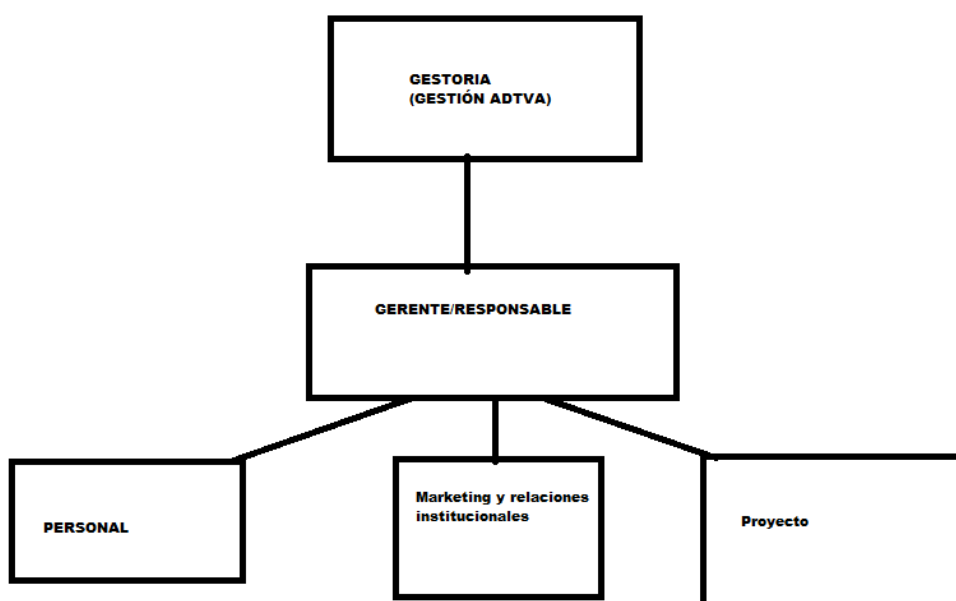
Se prevé la creación y mantenimiento de cinco (5) puestos de trabajo estables, a los que se podrían añadir puestos para apoyos puntuales:

- 2 operarios de molino
- 1 auxiliar molino
- 1 vendedor entradas y productos
- 1 guía interprete

## **7- ORGANIGRAMA DE REPARTO DE RESPONSABILIDADES**

Para ahorrar costes la gestión administrativa relativa a emisión nóminas, solicitud de subvenciones, inscripción en registros, facturación, gestión de impuestos, etc será realizada por una gestoría.

Por otra parte habrá uno o varios gerente/responsables para la toma de decisiones.





## **8- ANÁLISIS DE MERCADO**

En este proyecto se pueden plantear acciones dirigidas a los siguientes grupos poblacionales:

- 1.- Población en general.
- 2.- Escolares
- 3.- Profesionales de la salud.
- 4.- Deportistas y entrenadores.
- 5.- Profesionales de la hostelería.
- 6.- Productores de cereales
- 7.- Turistas

La forma más habitual de consumo de gofio es la tradicional leche con gofio. Hasta un 82,9% de población encuestada por el Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria señala esa forma de consumir el gofio en el hogar.

A continuación se sitúa el potaje con gofio, señalado por un 60,3% de los encuestados. Un 42,9% señala el escaldón de pescado y otro 23% el de carne. Un 31% indica que en el hogar se consume gofio amasado o pellas de gofio y un 9,7% señala el puchero con gofio y un 6,5% el sancocho.

Además encontramos que en los hogares canarios se realizan gran cantidad de postres diferentes a base de gofio, como los plátanos con gofio (5,7%), la mousse de gofio (3%), el gofio con galletas (2%) o el bizcocho de gofio (1,2%). El gofio también se consume con cebolla y aceite, con yema de huevo y azúcar, con aceite y azúcar, con yogourt, con papas, con miel, con vino, con queso, con agua o con fruta, como harina de rebozar o como base de salsas

El establecimiento de compra habitual del gofio es mayoritariamente el supermercado, señalado por un 54,8% de los encuestados, aunque también **hay un importante 33,4%**

**de casos que compra habitualmente el gofio en molinos.** Además, un 6,3% indica el hipermercado o gran superficie como establecimiento habitual de compra del gofio, un 2,5% indica la venta o tienda tradicional, un 2% indica que produce su propio gofio (lo tuestan y luego lo llevan al molino a molerlo), un 0,8% señala el mercado y un marginal 0,2% indica comprar el gofio en herbolarios.

Un importante 58,3% de los encuestados por el ICCA señala consumir gofio porque le gusta (el sabor). Además, un 6,2% de encuestados indica que lo consume porque tiene un buen sabor y un 1% porque le resulta apetecible. También se señala consumirlo para engañar el sabor del potaje o por no tener sal ni azúcar, aunque la frecuencia de aparición de estas últimas categorías de respuesta es muy baja.

La siguiente dimensión en importancia es la costumbre / tradición, de modo que un 20,7% de los encuestados indica este motivo para su consumo de gofio (“por tradición familiar”, “desde pequeño por tradición”, “me acostumbré desde pequeña”, “estoy acostumbrada”, “porque lo consumieron mis padres”, “por mantener la tradición”). Dentro de esta misma dimensión encontramos que un 8,4% de los casos señala que siempre lo ha comido (“desde chiquita lo he tomado”, “desde pequeño me lo han dado”, “desde que nací lo tomo”). Otras categorías de respuesta relacionadas son “me he criado con el gofio” (4,4%), “de toda la vida” (3,9%), “me lo inculcaron de pequeño” (3,9%), “es un hábito adquirido” (2,8%) o “siempre ha estado en el hogar” (2,8%).

Otra categoría de respuesta relacionada con la costumbre se refiere a la **procedencia (local) del producto** (“porque es canario”, “porque está en la gastronomía canaria”) o del encuestado (“porque soy canario y me gusta lo canario”).

Los encuestados también hacen referencia a las propiedades nutricionales del gofio para justificar su consumo. Así, un 5,1% hace referencia a su alto valor nutritivo como motivación de consumo, un 5% a que se trata de un alimento energético, un 3,2% a que es un alimento completo y un 2,9% a que es un buen alimento. Además aparecen con frecuencias menores referencias a que se trata de un alimento rico en fibra, en vitaminas, en proteínas. Por otro lado, un 4,3% alude a su poder saciante (“me sacia y así no pico entre horas”, “me mantiene bien”, “llena y llegas al almuerzo sin picar”, “me deja satisfecho”).

Finalmente aparecen motivos que encuadramos dentro de la dimensión salud, de modo que un 5,4% de los consumidores señala consumir el producto por ser sano o

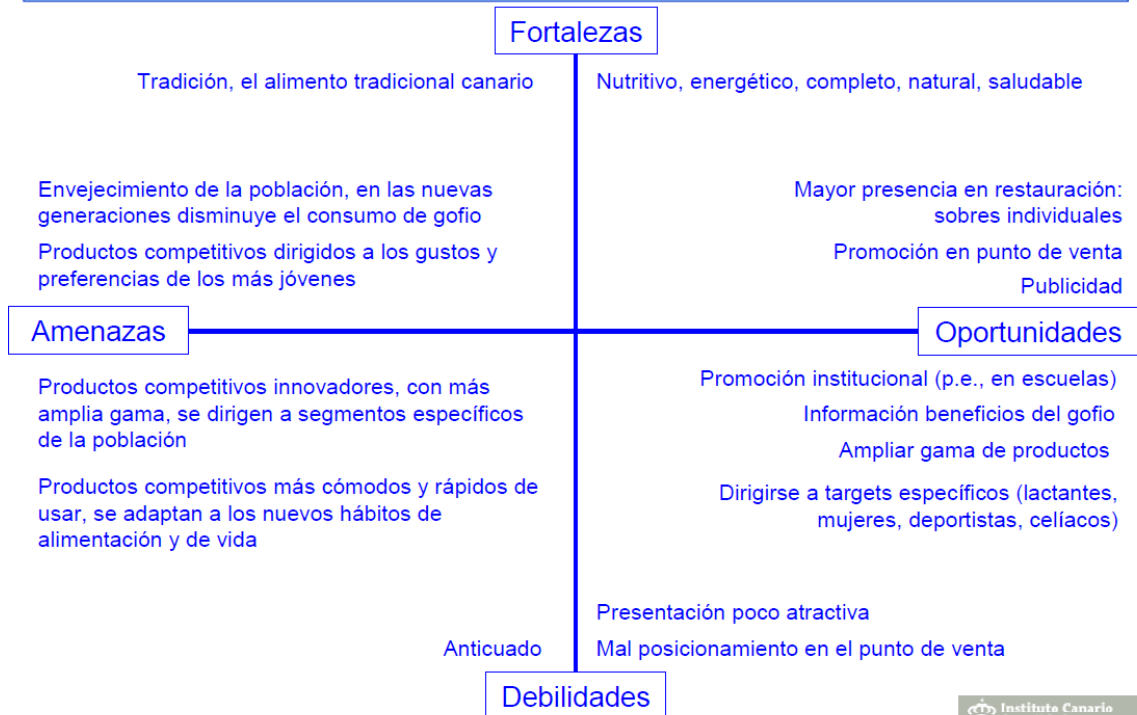
saludable (“lo veo más sano que otras comidas”, “por salud”). Además, un 1,3% de los casos señala que “sienta bien” (me va bien, me sienta bien, me cae bien) y un 0,9% indica consumirlo porque no engorda (“no engorda tanto como dice la gente”).

Finalmente se señala que es digestivo y bueno para el estreñimiento.

**En un 83% de los hogares canarios está presente el gofio**, consumiéndose principalmente en el desayuno. En comparación con otros productos competidores se observa que el gofio está más presente en los hogares canarios que el café soluble (56,5%), los cereales de desayuno (71,4%) o el cacao en polvo (77,6%), si bien su presencia está por debajo de la de otros productos como las galletas (92,1%) o el pan (96,6%). **La isla en las que más consumidores compran el gofio en molinos es Tenerife (43,5%).**

La gran variedad de formas de preparación del gofio, algunas tradicionales y otras más novedosas como el mousse o el helado de gofio, muestran que se trata de un producto con amplias posibilidades gastronómicas y que se encuentra en proceso de evolución y adaptación a los gustos y preferencias de las nuevas generaciones de consumidores.

# ANÁLISIS DAFO



## **9- ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN**

Una de las principales debilidades del gofio a juicio de los consumidores se relacionan con la inadecuada comercialización / distribución del producto. **Se señala que cada vez se cierran más molinos**, que el producto está poco presente en restauración y que está mal posicionado en el punto de venta (“el gofio no está a la vista, mucha gente no lo compra por que no lo encuentra en el supermercado, no está con los cereales sino en la parte de las harinas y casi ni se ve”).

En la sociedad actual, la presencia online es fundamental. La puesta en marcha al menos en una cuenta en redes sociales es un recurso que con poco coste llega a un sector amplio de población.

Como ya se ha puesto de manifiesto anteriormente, iniciativas similares en otras islas han proyectado la actividad incluso fuera de nuestras fronteras internacionales suscitando el interés de promotores turísticos y público en general.

Si existe suficiente materia prima local para cubrir demanda resultaría conveniente la comercialización on line y puesta en conocimiento del proyecto a través de página web.

Por otra parte, en colaboración con instituciones públicas y privadas, se pueden realizar diversas actividades de divulgación del proyecto.

## **10-DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO**

El proceso productivo para del cereal producido por productores locales para su transformación en productos para adquisición directa por parte del público en general.

Se trataría de una auténtica producción artesana, con tostado y envasado de gofio de forma manual, para posterior comercialización directa.

## **11-ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA**

La viabilidad económica queda patente en el apartado relativo de análisis de costes y expectativas de facturación, ya que los ingresos por actividad propia superan ampliamente los gastos por la misma.