



SmartFarmer



**Habilidades para una agricultura inteligente por el
desarrollo rural y el crecimiento económico**

LLP LdV TOI proyecto 2013-1-CY1-LE005-03114

Guía del Estudiante

Abril 2015



LLP LdV TOI proyecto 2013-1-CY1-LE005-03114

SmartFarmer

Habilidades para una agricultura inteligente por el
desarrollo rural y el crecimiento económico



Paquete de trabajo3:	Adaptación del programa formativo
Producto/Entregable:	Guía del Estudiante

Versión:	1.2	Fecha:	21/04/2015
Tipo:	Material de apoyo		
Distribución:	Socios del proyecto		
Socio responsable:	Agricultural Research Institute		
Autor:	George Adamides and Andreas Stylianou		
Colaboradores:	Todos los socios		
Aprobado por:	Todos los socios	Fecha:	22/04/2015

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta comunicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. Estos son contenidos de conocimiento abierto bajo la siguiente CC: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> (excepto los materiales que son citados con derechos de autor).



Hoja de identificación

Número de referencia del proyecto	2013-1-CY1-LE005-03114
Acrónimo del proyecto	SmartFarmer
Título completo del proyecto	Improving skills for Smartfarming as an innovative tool for rural development and economic growth

Palabras clave	plataforma electrónica, guía del estudiante, alumnos
Resumen	Esta guía ofrece una visión general del material formativo contenido en la plataforma electrónica, desarrollados en el marco del proyecto SmartFarmer - Leonardo da Vinci TOI.

Descargo de responsabilidades	El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta Guía es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.
-------------------------------	--



Contenidos

1. INTRODUCCIÓN	4
2. PLATAFORMA ELECTRÓNICA - “CÓMO SE USA”	5
3. MÓDULOS Y UNIDADES.....	9
3.1 Módulo 1 - Planificación estratégica y marketing para alimentos ecológicos inteligentes (smart).....	9
3.1.1 Unidad 1 - Concepto y principios de marketing.....	9
3.1.2 Unidad 2 - Planificación estratégica de la empresa	10
3.1.3 Unidad 3 - Diseño de planes y estrategias de negocio y de marketing.....	11
3.2 Módulo 2 - El Marketing Mix.....	11
3.2.1 Unidad 4 - Producto	11
3.2.2 Unidad 5 - Precio	12
3.2.3 Unidad 6 - Promoción y herramientas de promoción.....	12
3.2.4 Unidad 7 - Distribución.....	13
3.2.5 Unidad 8 – Las 4Cs de Lauterborn.....	13
3.2.6 Unidad 9 - Cooperación.....	14
3.3 Módulo 3 – Agricultura ecológica, sistema de calidad y agroecología	14
3.3.1 Unidad 10: Política de calidad de los productos agrícolas de la UE.....	14
3.3.2 Unidad 11: Hacia la agroecología.....	14
4. CONSORCIO SMARTFARMER.....	16

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta comunicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. Estos son contenidos de conocimiento abierto bajo la siguiente CC: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> (excepto los materiales que son citados con derechos de autor).



1. INTRODUCCIÓN

Esta guía ofrece una visión general de los materiales formativos contenidos en la plataforma electrónica (<http://e-platform.smartfarmerproject.eu/>), desarrollados en el marco del proyecto SmartFarmer - Leonardo da Vinci TOI. La Guía del Estudiante es una herramienta útil para los alumnos, ya que explica los contenidos y desglosa los elementos básicos que componen los módulos y unidades, y proporciona información para su posterior estudio. Por ello, en el texto se emplea la segunda persona del plural.

La plataforma electrónica está disponible en cinco idiomas: inglés, griego (Ελληνικά), español, letón y portugués.

El grupo objetivo principal son agricultores, o agricultores potenciales, interesados en la producción y comercialización de súperalimentos.

A la plataforma electrónica SmartFarmer, mostrada en la figura 1, puede accederse a través de la siguiente dirección web <http://e-platform.smartfarmerproject.eu/>

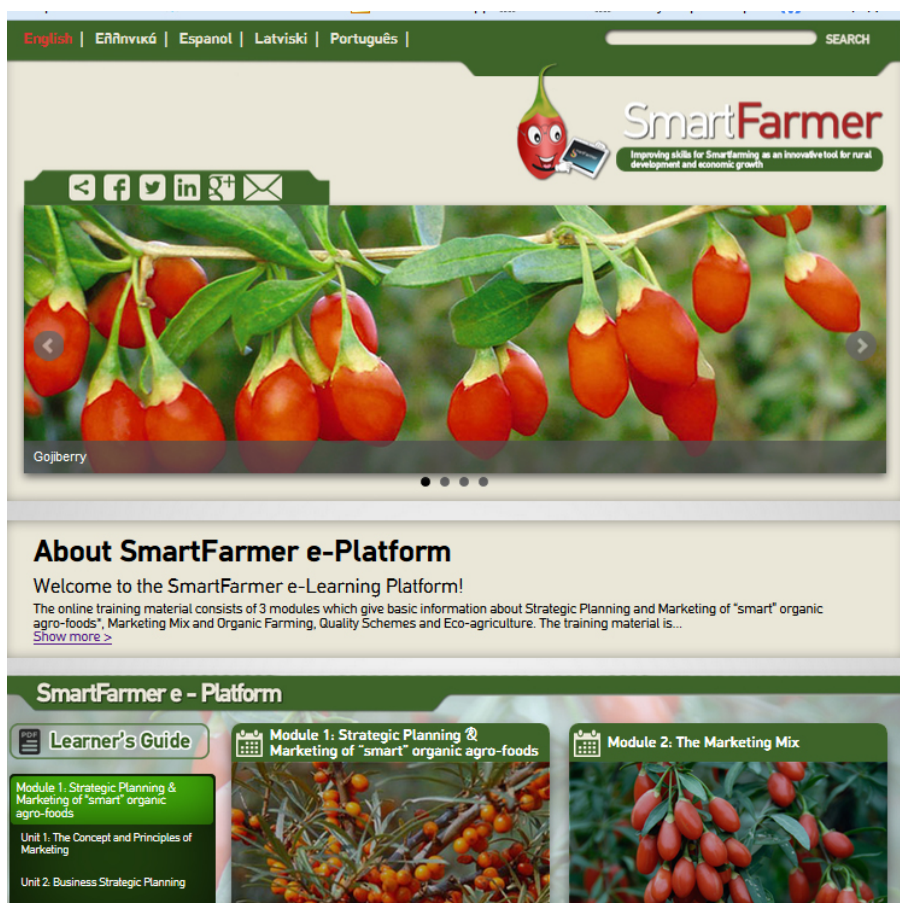


Figura1. Página de bienvenida de la plataforma electrónica SmartFarmer

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta comunicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. Estos son contenidos de conocimiento abierto bajo la siguiente CC: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> (excepto los materiales que son citados con derechos de autor).



2. PLATAFORMA ELECTRÓNICA - “CÓMO SE USA”

La plataforma está disponible en inglés y en los cuatro idiomas de las entidades participantes en el proyecto: griego, letón, español y portugués. Para seleccionar el idioma deseado utiliza la barra situada en la parte superior de la plataforma, como muestra la figura 2. El idioma elegido se muestra en color rojo.



Figura2. Usa la barra de idiomas para seleccionar el idioma de los contenidos

Puedes conectar con nosotros a través de la barra de herramientas de medios de comunicación social (ilustrada en la figura 3). En concreto puedes emplear: ShareThis, Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+ y el correo electrónico.



Figura3. Herramientas de medios de comunicación social

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta comunicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. Estos son contenidos de conocimiento abierto bajo la siguiente CC: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> (excepto los materiales que son citados con derechos de autor).



Cada módulo y unidad se explican en el punto 3. En este punto queremos explicarte cómo usar la plataforma electrónica SmartFarmer.

Cada Módulo/Unidad posee un texto introductorio. Tras la introducción hallarás el botón “Descarga de la unidad completa”. Al pinchar en él, se abre la unidad completa en formato PDF, como muestran las figuras 4 y 5 respectivamente.



Figura4.Descripción de la unidad



Figura5. Unidad completa en formatoPDF, tal y como se descarga de la plataforma electrónica

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta comunicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. Estos son contenidos de conocimiento abierto bajo la siguiente CC: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> (excepto los materiales que son citados con derechos de autor).



Esta misma Guía del Estudiante está disponible en formato electrónico en la plataforma, como muestra la figura 6.



Figura6. Botón de acceso a la Guía del Estudiante

Si deseas contactar con nosotros y compartir cualquier comentario o sugerencia sobre la plataforma puedes hacerlo usando el formulario de contacto (Contact Us) que se proporciona.



El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta comunicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. Estos son contenidos de conocimiento abierto bajo la siguiente CC: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> (excepto los materiales que son citados con derechos de autor).



Figura7. Botón de acceso a las herramientas de contacto

El formulario de contacto se muestra en la figura 8. Se deben completar todos los campos antes de enviar el formulario: nombre (Name), correo electrónico (Email), asunto (Subject) y mensaje (Message). Al pinchar en el botón “Enviar” (Submit), el correo nos será remitido.

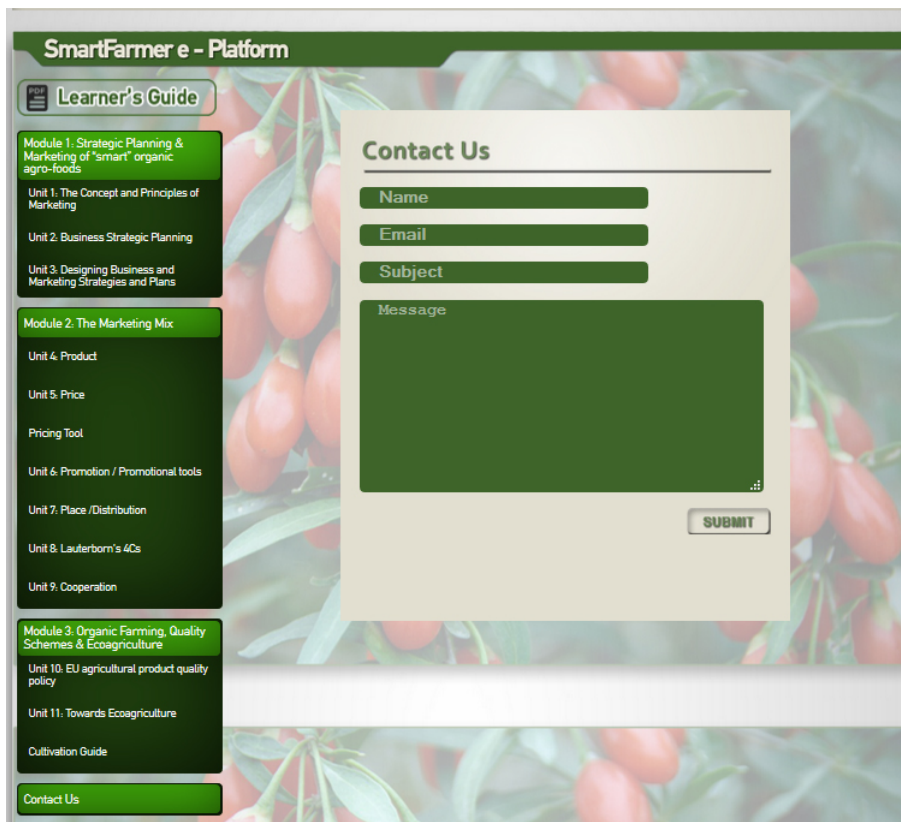


Figura8. Formulario de contacto

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta comunicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. Estos son contenidos de conocimiento abierto bajo la siguiente CC: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> (excepto los materiales que son citados con derechos de autor).



3. MÓDULOS Y UNIDADES

Los alimentos “smart” (o súperalimentos) son alimentos con un alto valor nutricional, definido por su capacidad antioxidante y sus beneficios generales para la salud. Este grupo de súperalimentos incluye a las bayas de goji, arándanos, aronia melanocarpa, hippophae, spiroulina, aloe vera y muchos otros alimentos. En el contexto del proyecto SmartFarmer, se considera que su cultivo mediante prácticas respetuosas con el medio ambiente, proporciona beneficios económicos a los productores de zonas desfavorecidas y de montaña.

El material formativo lo constituyen 3 módulos que contienen información básica sobre Planificación Estratégica y Marketing para alimentos ecológicos inteligentes (smart), Marketing Mix y Agricultura Ecológica, Sistemas de Calidad y Agroecología.

Los materiales formativos se dividen en 11 concisas unidades. Cada unidad se compone de teoría, casos de estudio, ejercicios prácticos y fuentes bibliográficas de consulta. Además, la unidad 5 incluye una herramienta útil para calcular los precios de venta. De igual modo, la unidad 11 incluye una breve guía de cultivo sobre los principales súperalimentos en relación con el proyecto.

Los materiales formativos de SmartFarmer pueden ser consultados a título individual, a través del aprendizaje directo, o como herramienta de apoyo en un curso formativo.

Tras completar el programa formativo de SmartFarmer serás consciente de los conceptos y principios esenciales del marketing y de los fundamentos de la planificación estratégica, además de ser capaz de diseñar estrategias y planes de negocio y de marketing. También adquirirás conocimientos sobre estrategias de marketing mix y podrás definir el mejor enfoque para tu propia empresa o actividad. Aprenderás acerca de las políticas de la UE sobre calidad de los productos agrarios y sobre los principios de la agricultura ecológica, su legislación y certificación. Finalmente, te ayudará a evolucionar hacia prácticas de cultivo respetuosas con el medio ambiente.

3.1 Módulo 1 - Planificación estratégica y marketing para alimentos ecológicos inteligentes (smart)

3.1.1 Unidad 1 - Concepto y principios de marketing

El marketing es una función organizativa que incluye un conjunto de procesos que tienen como finalidad esencial averiguar qué es lo que los clientes quieren y suministrárselo, de manera que la entidad salga beneficiada.

Esta primera unidad, tal y como se refleja en la figura 9, ayudará al lector a comprender:

- El significado del término “marketing” y sus funciones;
- La importancia del marketing para las empresas agrarias y agroalimentarias;

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta comunicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. Estos son contenidos de conocimiento abierto bajo la siguiente CC: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> (excepto los materiales que son citados con derechos de autor).



- Porqué es importante aplicar el concepto de marketing.



Figura9. Módulo 1: Planificación estratégica y marketing para alimentos ecológicos inteligentes (smart)

Para leer toda la unidad, pincha en el botón “Descarga de la unidad completa” (Download the full unit) y el PDF se abrirá en tu navegador.

3.1.2 Unidad 2 - Planificación estratégica de la empresa

La estrategia puede ser descrita como un proceso de toma de decisiones, que actúa como elemento unificador que indica la dirección que deben tomar las acciones de una organización, para lograr unos objetivos definidos. Las empresas pueden adoptar muchas estrategias diferentes, en función de sus objetivos y recursos, y de su entorno externo.

Esta unidad ayudará al lector a comprender:

- Qué es una estrategia y cuáles son los tipos básicos de estrategias;
- La función de la planificación estratégica y cómo esta se lleva a cabo;
- Las relaciones y las diferencias entre la planificación estratégica general del negocio y la planificación estratégica del marketing.

Para leer toda la unidad, pincha en el botón “Descarga de la unidad completa” (Download the full unit) y el PDF se abrirá en tu navegador.

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta comunicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. Estos son contenidos de conocimiento abierto bajo la siguiente CC: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> (excepto los materiales que son citados con derechos de autor).



3.1.3 Unidad 3 - Diseño de planes y estrategias de negocio y de marketing

Como cualquier otro negocio, en las empresas agrarias, las declaraciones de visión y misión ayudan a definir el propósito de la empresa, sus objetivos y el camino a seguir para tener éxito, orientar las políticas y su ejecución. La visión establece lo que la empresa aspira a ser, hace hincapié en el futuro. La misión perfila el propósito de la empresa, los clientes, los grupos de interés y los servicios prestados.

Al finalizar esta unidad el lector habrá conseguido:

- Definir la misión y la visión de tu negocio;
- Analizar el entorno externo e interno (análisis DAFO e investigación de mercados – diferentes métodos y herramientas);
- Establecer metas y objetivos (para un período de planificación);
- Realizar un plan de negocios;
- Crear una estrategia y un plan de marketing.

Para leer toda la unidad, pincha en el botón “Descarga de la unidad completa” (Download the full unit) y el PDF se abrirá en tu navegador.

3.2 Módulo 2 - El Marketing Mix

3.2.1 Unidad 4 - Producto

Un producto es un artículo que se ofrece para su venta. Puede ser un servicio o un objeto; algo físico o virtual. Cada producto tiene una vida útil, tras la cual ha de ser reemplazado, y un ciclo de vida, tras el que ha de ser reinventado.

Esta unidad ayudará al lector a adquirir conocimientos sobre

- Las características básicas de los productos;
- Las características distintivas de los productos agrarios;
- El valor añadido de los productos;
- El proceso secuencial de desarrollo del producto y su ciclo de vida;
- El envasado y el etiquetado.

Para leer toda la unidad, pincha en el botón “Descarga de la unidad completa” (Download the full unit) y el PDF se abrirá en tu navegador.

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta comunicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. Estos son contenidos de conocimiento abierto bajo la siguiente CC: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> (excepto los materiales que son citados con derechos de autor).



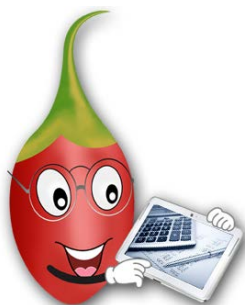
3.2.2Unidad 5 - Precio

Fijar el precio con precisión es uno de los factores clave para determinar si el cliente comprará un producto o no, y es un requisito previo esencial para la comercialización con éxito de bienes y servicios. A lo largo de esta unidad conocerás los factores que influyen en los precios, las estrategias de precios más comunes y cómo puedes calcular el precio de tus productos.

Al finalizar esta unidad habrás conseguido:

- Comprender qué es el precio y cómo se forma;
- Identificar los factores que influyen en los precios de tus productos;
- Calcular el precio adecuado para tus productos.

Para leer toda la unidad, pincha en el botón “Descarga de la unidad completa” (Download the full unit) y el PDF se abrirá en tu navegador.



Herramienta de fijación de precios

Es muy importante que entiendas cuáles son tus costes y tu margen de beneficios. Te proponemos que calcules tus costes y que uses la tabla anexa (archivo Excel) para calcular el precio. Puedes ajustar la tabla y el resultado según las condiciones del mercado y de tu estrategia de precios.

Pincha en el botón "Descarga de la unidad completa" (Download the full unit) para descargar la Herramienta de Fijación de Precios de SmartFarmer

3.2.3Unidad 6 - Promoción y herramientas de promoción

Para vender un producto, incrementar los beneficios y multiplicar el número de clientes satisfechos es necesario desarrollar una promoción exitosa, definiendo una mezcla de promoción, identificando al público objetivo y estableciendo comunicación a través de los canales escogidos.

Al finalizar esta unidad habrás conseguido:

- Saber cómo hacer promoción con éxito;
- Identificar al público objetivo;
- Establecer los objetivos de comunicación y definir el mensaje;
- Seleccionar los canales de comunicación;

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta comunicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. Estos son contenidos de conocimiento abierto bajo la siguiente CC: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> (excepto los materiales que son citados con derechos de autor).



- Definir la mezcla de promoción (o mix de promoción).

Para leer toda la unidad, pincha en el botón “Descarga de la unidad completa” y (Download the full unit) el PDF se abrirá en tu navegador.

3.2.4 Unidad 7 - Distribución

La distribución es uno de los cuatro elementos tradicionales del marketing mix. Las decisiones tomadas con respecto a los canales de distribución son fundamentales y tienen una gran influencia sobre el resto de decisiones relacionadas con el marketing. Por tanto, los canales de distribución deben incluirse en el plan de marketing, para garantizar que se pone la atención debida en los mercados de destino.

Esta unidad ayudará al lector a:

- Entender la importancia y el funcionamiento de los canales de distribución;
- Aprender a elegir el canal de distribución más apropiado para un negocio agrario;
- Comprender que los principios de los canales de distribución son aplicables tanto a los mercados nacionales como a los internacionales.

Para leer toda la unidad, pincha en el botón “Descarga de la unidad completa” (Download the full unit) y el PDF se abrirá en tu navegador.

3.2.5 Unidad 8 – Las 4Cs deLauterborn

Esta unidad ha sido concebida para dar a conocer al lector el modelo de las 4Cs de Lauterborn y para que lo compare con el enfoque de las 4Ps.

Al finalizar esta unidad habrás conseguido:

- Comprender el concepto del modelo de las 4Cs;
- Describir los 4 elementos de dicho modelo;
- Identificar las diferencias básicas entre los modelos de las 4Ps y las 4Cs;
- Incluir elementos del modelos de las 4Cs en el plan de negocios y en el plan de marketing;
- Cambiar la percepción en torno a lo que estás generando y llevando al mercado;
- Aplicar el enfoque de las 4Cs en el marco empresarial.

Para leer toda la unidad, pincha en el botón “Descarga de la unidad completa” (Download the full unit) y el PDF se abrirá en tu navegador.

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta comunicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. Estos son contenidos de conocimiento abierto bajo la siguiente CC: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> (excepto los materiales que son citados con derechos de autor).



3.2.6 Unidad 9 - Cooperación

Esta unidad va sobre cooperación...Cooperar significa "trabajar juntos"; pero, ¿con quién se supone que has de cooperar? ¿Y por qué? ¿Por qué deberías trabajar con otros? Puede que pienses: "Estoy bien así".

En esta unidad te explicamos los beneficios que los pequeños negocios pueden obtener de la cooperación. Tanto si se trata de un pequeño productor que quiere abrirse paso en el mercado, como si es un propietario de un negocio establecido y con un cierto volumen de ventas, se muestra cómo trabajando junto con otras empresas y entidades pueden abrirse multitud de oportunidades.

Para leer toda la unidad, pincha en el botón "Descarga de la unidad completa" (Download the full unit) y el PDF se abrirá en tu navegador.

3.3 Módulo 3 –Agricultura ecológica, sistemas de calidad y agroecología

3.3.1 Unidad 10: Política de calidad de los productos agrícolas de la UE

Durante las últimas décadas la confianza del consumidor en la calidad de los alimentos ha disminuido drásticamente, debido principalmente al aumento de la conciencia ambiental y a la aparición de escándalos alimentarios. En estas circunstancias de exigencias en crecimiento, la UE entiende que la promoción y el aseguramiento de la calidad alimentaria son instrumentos clave para que los agricultores europeos puedan mantenerse competitivos y rentables.

Esta unidad ayudará al lector a adquirir conocimientos sobre:

- Principios de agricultura ecológica, legislación y certificación ;
- Estándares de calidad;
- Productos DOP, IGP y TSG.

Para leer toda la unidad, pincha en el botón "Descarga de la unidad completa" (Download the full unit) y el PDF se abrirá en tu navegador.

3.3.2 Unidad 11: Hacia la agroecología

La unidad 11 comienza revisando el contexto y el fondo de la eco-agricultura. La parte central combina teoría con criterios generales e información de prácticas de cultivo respetuosas con el medio ambiente.

Esta sección quiere ayudar al lector a sacar partido a todo el conocimiento contenido en ella: ser capaz de hacer frente a asuntos de la vida real relacionados con la ecoagricultura . Este enfoque es uno de los aspectos clave del programa formativo de SmartFarmer.

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta comunicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida. Estos son contenidos de conocimiento abierto bajo la siguiente CC: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> (excepto los materiales que son citados con derechos de autor).



Para leer toda la unidad, pincha en el botón “Descarga de la unidad completa” y el PDF se abrirá en tu navegador.



Guía de Cultivo

La unidad 11 incluye una concisa y simple Guía de Cultivo con el objetivo de proporcionar algunos consejos útiles a la hora de cultivar algunos de los principales súperalimentos (arándanos, frambuesas, moras, bayas de goji, aronia y fresas).

Pincha en el botón "Descarga de la unidad completa" (Download the full unit) para descargar la Guía de Cultivo SmartFarmer.



4. CONSORCIO SMARTFARMER

Las entidades participantes en el proyecto son:

		Agricultural Research Institute (ARI - Chipre)
		Cyprus University of Technology (CUT - Chipre)
		Union “Farmers Parliament” (ZSA – Letonia)
		Harokopio University of Athens (HUA - Grecia)
		Greek Superfoods Cooperation (Efkarpon - Grecia)
		Development and Innovation Network (RCDI - Portugal)
		FundacionMaimona (FM - España)

Si tienes cualquier pregunta acerca de esta Guía del Estudiante o quieres saber más sobre el proyecto, por favor, contacta con nosotros a través de <http://www.smartfarmerproject.eu/>