



Co-funded by
the European Union



MANUAL PARA FORMADORES

Producción y comercialización de aceitunas y aceite de oliva ecológicos: EcoOlives N° 2021-1-DE02-KA220-VET-000030009



Co-funded by
the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.
© 2022-2024. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).)





Índice

Introducción - Cómo utilizar el manual	3
Objetivos	3
Módulos	3
Estructura del módulo	4
Navegando en el curso	5
Manejo de principiantes en formaciones OO&OO	6
Módulo 1 - Introducción a las Aceitunas Ecológicas	8
Unidad 1: Introducción a Eco Aceitunas	8
Módulo 2 – Cómo producir aceitunas ecológicas	12
Unidad 1: Agricultura orgánica: oportunidades y amenazas	13
Unidad 2: La planta antes de la producción	14
Unidad 3: Recorrido de la planta	15
Unidad 4: La planta y su entorno	18
Unidad 5: Cosecha y almacenamiento de aceitunas ecológicas	19
Módulo 3 – Cómo producir Aceite de Oliva Ecológico	21
Unidad 3.1 – Introducción	22
Unidad 3.2 – Proceso de Producción	23
Unidad 3.3 – Calidad del aceite	28
Unidad 3.4 – Almacenamiento, embotellado y transporte	31
Módulo 4 - Cómo comercializar y vender aceitunas y aceite de oliva ecológicos	35
Unidad 4.1 – Principios de la agricultura orgánica	36
4.1.2. Cambio de preferencias de los consumidores hacia el consumo orgánico ..	37
4.1. 3. Innovación y Transformación	39
4.1.4. Conceptos de marketing de marca	40
4.2.1. Cómo introducir el nuevo producto en el mercado	42
4.2.2. Cómo ampliar la cuota de mercado existente	44
4.3. Desarrollo de estrategia de marketing	49.
4.4. Fundamentos del marketing digital	53
4.5. Técnicas de comunicación con - clientes y stakeholders	56
4.6.1 El proceso de investigación de mercados	60
4.6.2 Análisis de casos de estudio	62





Módulo 5 - Sostenibilidad y Certificación	64
Unidad 5.1: Limpieza y saneamiento de plantas	65
5.1.2 Minimizar el impacto ambiental	66
5.1.3 – Prevención de incendios y otras salvaguardias	67
Tema 5.2: Productos Secundarios.	69
5.2.1 Recuperación y reutilización de subproductos derivados del aceite de oliva	69
Módulo 6 – Los olivares como parte del patrimonio cultural nacional	76
Módulo 7 – Conclusión y evaluación	80



Co-funded by
the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.
© 2022-2024. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).)





Introducción - Cómo utilizar el manual

Se trata de un manual para formadores, que funciona como una guía para los que quieran utilizar el curso EcoOlives disponible, en la plataforma del proyecto. Con el objetivo de formar y ayudar a los productores de aceite de oliva y a las organizaciones de apoyo.

El manual guía a los formadores a través de los distintos elementos del curso (módulos). Lo que significa que pueden navegar por la guía en su totalidad o elegir qué módulos necesitan o quieren utilizar para ampliar su práctica.

Se trata de un conjunto de sugerencias y recomendaciones que los formadores pueden utilizar y adaptar a su propia formación como mejor les parezca. El propósito de este plan es brindarles una estructura general de cómo podría ser su lección y brindarles sugerencias de recursos y enfoques innovadores que pueden implementar durante su capacitación. El grupo objetivo son adultos que provienen principalmente de entornos agrícolas y están interesados en aprender sobre las aceitunas y el aceite de oliva orgánicos o ya están avanzados y desean ampliar su práctica.

El manual está disponible únicamente en formato electrónico en inglés, búlgaro, alemán, italiano, español, griego y portugués.

Objetivos

- El propósito de este resultado es proporcionar a los formadores la teoría necesaria para aplicar la guía paso a paso y llevar a cabo las actividades de los cursos en la práctica.
- Proporcionar la instrucción metodológica sobre cómo llevar a cabo el curso.
- Sensibilizar a los formadores y especialistas sobre las oportunidades que ofrece la producción de aceituna y aceite de oliva ecológicos como opción para aumentar la cuota de mercado.
- Responder a la demanda de más productos de Oliva y Aceite de Oliva Orgánico en el mercado local e internacional.

Módulos

Este Manual es complementario al Curso EcoOlives y por tanto sigue una estructura y contenidos similares. Se compone de orientación para los 7 módulos del curso, así como de una introducción de dos partes que también brinda consejos sobre cómo tratar con principiantes en la producción orgánica de aceitunas y aceite de oliva:



Co-funded by
the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.
© 2022-2024. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).)





Introducción - Cómo utilizar el manual
Introducción 2.0 - Consejos para interactuar con Productores de Oliva y Aceite de Oliva Eco
Módulo 1 - Introducción a EcoOlives
Módulo 2 - Cómo Producir Aceitunas Ecológicas
Módulo 3 - Cómo producir Aceite de Oliva Ecológico
Módulo 4 - Cómo comercializar y vender aceitunas y aceite de oliva ecológicos
Módulo 5 - Sostenibilidad y Certificación
Módulo 6 - Los Olivares como parte del Patrimonio Cultural
Módulo 7 - Conclusión y Evaluación

Estructura del módulo

Para comodidad de los formadores y el enfoque intuitivo que se incorpora en esta guía, todos los módulos de la Guía tienen una estructura idéntica.

La parte principal del módulo. consiste en:

- Tabla de información útil para el formador (resumen del módulo, objetivos del módulo: objetivos, resultados del aprendizaje, duración del módulo, materiales necesarios)
- Planes de lecciones separados en Unidades que incluyen la siguiente información:
 - Apuntar
 - Pautas para grupos de principiantes
 - Directrices para grupos avanzados
 - Recursos y materiales
 - duración estimada
- Pautas para los ejercicios del módulo que incluyen la siguiente información:
 - Número y nombre de la actividad Descripción
 - Propósito y objetivos
 - Pautas



- Patrón de interacción (SS-ST-TS) ○ Recursos y Materiales que se utilizarán ○ Evaluación y resultados
- Preguntas de autoevaluación para el formador
- Cómo interpretar los resultados de la autoevaluación

Navegando por el curso

Paso 1: acceder a la plataforma interactiva

- Inicie sesión en la cuenta del formador en la plataforma interactiva.
- Llegará a la página de inicio del panel, que proporcionará una descripción general del curso.

Paso 2: Revisar la tabla de información útil

- Haga clic en "Tabla de Información Útil" para encontrar un resumen tabulado de cada módulo.
- Resumen del módulo de revisión, objetivos, resultados del aprendizaje, duración y materiales necesarios.

Paso 3: Explorar los planes de lecciones y las unidades

- Navegue hasta el módulo específico que desea enseñar.
- Haga clic en "Planes de lecciones" para acceder a planes detallados separados en unidades.
- Para cada unidad, revise el objetivo, las pautas para grupos principiantes y avanzados, los recursos y la duración estimada.

Paso 4: Participar en los ejercicios del módulo

- En el mismo módulo, haga clic en "Ejercicios del módulo".
- Explore la lista de actividades, cada una de las cuales contiene número y nombre, finalidad, objetivos, pautas, patrón de interacción (SS-ST-TS), recursos y detalles de la evaluación.





Paso 5: completar las preguntas de autoevaluación

- Vaya a "Preguntas de autoevaluación para el formador".
- Responder al conjunto de preguntas relacionadas con el contenido del curso.
- La plataforma interpretará los resultados y proporcionará comentarios y recomendaciones.

Paso 6: participar en la discusión

- Únase al foro de discusión interactivo para formadores.
- Colaborar, compartir experiencias, hacer preguntas y recibir apoyo de compañeros y administradores de cursos.

Paso 7: seguimiento del progreso

- Realice un seguimiento de su progreso y estado de finalización.
- Identificar módulos completados y pendientes dentro del curso.

Paso 8: Recibir notificaciones y recordatorios

- Manténgase actualizado con recordatorios y notificaciones automatizados de la plataforma.
- Asegúrese de mantenerse encaminado y comprometido durante todo el curso.

Manejo de principiantes en formaciones OO&OO

Al contratar a un principiante sin experiencia en la producción de aceite de oliva como formador, es fundamental crear una atmósfera de aprendizaje útil e inclusiva. Aquí hay algunas sugerencias para involucrarlos y guiarlos de manera efectiva:

- 1.** Establezca una relación positiva: comience la capacitación presentándose, demostrando interés genuino en las historias de los participantes y abordando cualquier posible preocupación que puedan tener sobre el programa.



2. Empezar con los fundamentos: suponga que no sabe nada sobre la producción de aceite de oliva. Comience con una introducción a la industria, el olivo y los principios básicos de la extracción del aceite de oliva. Para hacer el tema más accesible, utilice un lenguaje sencillo y familiar.
3. Conecte conceptos con experiencias del mundo real: ayude a los recién llegados a conectar nuevos conceptos con sus experiencias cotidianas. Utilice ejemplos y analogías identificables para describir procesos complejos de modo que puedan entenderse.
4. Utilice elementos visuales y actividades interactivas: incorpore ayudas visuales, gráficos e infografías para mejorar la comprensión. Incluya actividades prácticas o demostraciones para mejorar el aprendizaje siempre que sea posible.
5. Fomente las preguntas y el debate: cree un entorno abierto y acogedor en el que los principiantes puedan hacer preguntas y compartir sus ideas. Responda pacientemente a las preguntas y fomente los intercambios entre pares.
6. Sea paciente y compasivo: reconozca que adquirir una nueva habilidad requiere tiempo y práctica. Sea paciente con los recién llegados y brinde comentarios constructivos y aliento para ayudarlos a ganar confianza.
7. Analice conceptos complicados: la producción de aceite de oliva puede incluir procesos complicados. Divida los conceptos complejos en partes más pequeñas y sencillas, y luego desarrolle los cimientos a medida que avanza la capacitación.
8. Dé ejemplos específicos: comparta historias de éxito y estudios de casos de otros productores principiantes de aceite de oliva. Esto puede motivar a los recién llegados y mostrarles que el éxito es posible.
9. Proporcionar asistencia de seguimiento: Poner a disposición recursos y materiales adicionales para el autoevaluación. Proporcione asistencia posterior a





la capacitación, como correos electrónicos de seguimiento o reuniones para resolver dudas y cualquier problema o desafío pendiente.

10. Fomentar la creación de redes brindando oportunidades para que los recién llegados interactúen con productores de aceite de oliva establecidos. Pueden aprender de los especialistas de la industria y crear una red de apoyo.

11. Hitos: Reconocer y valorar los avances logrados por los principiantes durante el entrenamiento. Reconocer sus logros puede aumentar la motivación y el entusiasmo.

Módulo 1 - Introducción a las Aceitunas Ecológicas

Resumen del módulo	El primer módulo revisa brevemente el proyecto EcoOlives, la asociación del proyecto, los principales resultados, las herramientas producidas y los beneficios del curso de formación EcoOlive.
Objetivos del módulo: objetivos	El objetivo principal del módulo es proporcionar una introducción, descripción general e instrucciones para el curso de formación EcoOlives.
Los resultados del aprendizaje	Al finalizar el módulo, los participantes: <ul style="list-style-type: none"> • Estar familiarizado con el Proyecto EcoOlives, su asociación, principales objetivos y resultados. • ser capaz de navegar y utilizar con confianza las herramientas proporcionadas en la formación;
	<ul style="list-style-type: none"> • obtener una idea más amplia de su nivel de conocimiento del tema antes de comenzar el curso
Duración del Módulo	Aprox. 140 minutos
Materiales necesarios	Proyector, computadoras portátiles, folletos de resumen del curso, folleto de EcoOlives, preguntas de autoevaluación impresas/digitales



Co-funded by
the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.
© 2022-2024. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).)





Unidad 1: Introducción a las Aceitunas Ecológicas

	1.1	1.2	1.3	1.4.1	1.4.2	1.5.
Tema	Acerca de la publicación	Sobre el Proyecto EcoOlives	Sobre los socios	Introducción a la formación	Introducción a la formación sobre la Plataforma	Autoevaluación inicial
Apuntar	Presentar a los alumnos el curso EcoOlives	Presentar a los alumnos el proyecto EcoOlives	Presentar a los alumnos la asociación de EcoOlives	Introducir a los alumnos en el curso de formación	Introducir a los alumnos en la plataforma EcoOlives.	Realizar una autoevaluación inicial para aclarar los conocimientos básicos.
Pautas para grupos de principiantes	En primer lugar, el formador debe preguntar a los alumnos cuánto saben sobre el tema. Luego, el formador debe	El formador debe explicar brevemente sobre el proyecto EcoOlives, sus objetivos, resultados esperados y	El formador debe explicar la naturaleza de la asociación del proyecto (cooperación internacional y sus beneficios	El formador debe explicar los beneficios de la formación y los principales objetivos que se pretenden alcanzar,	El formador debe proporcionar una descripción general de la plataforma, sus principales capacidades	El formador debe explicar el objetivo de la evaluación (evaluar el nivel en el que el alumno comienza el curso) y el





	<p>explicar la estructura del curso de formación utilizando los titulares principales. Como esta es la introducción principal al curso, el formador debe prestar atención a las 8 secciones principales del curso.</p>	<p>financiación.</p>	<p>y oportunidades, etc.), presentar los países y sus aportaciones al proyecto (como los países productores más grandes, etc.).</p>	<p>así como la estructura de la formación, las actividades realizadas y los resultados probables.</p>	<p>des, las herramientas que se utilizarán y el proceso de registro. El formador también debe enfatizar su disponibilidad para facilitar el proceso del alumno y brindar a los usuarios la oportunidad de explorar la plataforma.</p>	<p>procedimiento de la evaluación (preguntas abiertas y preguntas de opción múltiple). Luego, dando tiempo a los alumnos, el formador debe repasar las preguntas con los alumnos y evaluar el nivel inicial.</p>
<p>Directrices para grupos avanzados</p>	<p>Como se trata de una parte introductoria, se deben aplicar las mismas reglas que para el grupo de</p>	<p>Lo mismo que para principiantes (consulte las pautas anteriores)</p>	<p>Para los grupos avanzados, se podrían explicar las oportunidades de financiación</p>	<p>El formador debe explicar los beneficios de la formación y los principales objetivos</p>	<p>El formador debe adaptar el nivel de competencia del alumno dentro de la</p>	<p>Además de las preguntas, el formador también podría involucrar a los alumnos en un</p>





	principiantes.		(cooperación internacional en asociaciones estratégicas KA2)	que se pretenden alcanzar, así como la estructura de la formación, las actividades realizadas y los resultados probables. Para grupos más avanzados, el formador debe proporcionar una introducción a recursos adicionales y búsquedas si fuera necesario.	plataforma.	debate sobre sus expectativas y las lagunas de conocimiento que desean colmar.
--	----------------	--	--	--	-------------	--



Recursos y materiales	Las imágenes del curso Eco Aceitunas deben demostrarse en una pantalla (proyector ,	Las imágenes del curso Eco Olives deben demostrarse en una pantalla (proyector ,	Las imágenes de los socios podrían demostrarse en una pantalla (proyector , computad	Pantalla (proyector , portátiles)	Pantalla (proyector , portátiles)	Preguntas de autoevaluación impresas/ digitales
------------------------------	---	--	--	-----------------------------------	------------------------------------	---

	computadora portátil) o mediante folletos del esquema.	computadoras portátiles) o mediante folletos (folletos, tarjetas, etc.) con visibilidad E+ clara.	oras portátiles).			
duración estimada	30 minutos	10 minutos	10 minutos	30 minutos	40 minutos	20 minutos





Módulo 2 – Cómo producir aceitunas ecológicas

Resumen del módulo	El presente módulo analiza brevemente todo el proceso de cultivo y producción de aceituna ecológica, comenzando por las operaciones preparatorias para el cultivo del olivo. También cubre los principales aspectos del manejo de plantas - manejo del suelo, riego, fertilización y poda - así como operaciones para preservar la salud de las plantas y frutos - manejo de malezas, prevención de enfermedades y plagas. El módulo finaliza con algunos conocimientos sobre la recolección de la aceituna, su correcto almacenamiento y transporte hasta la almazara.
Objetivos del módulo: objetivos	El objetivo principal de este módulo es delimitar y examinar las diferentes etapas y elementos de la producción de aceituna ecológica.



Co-funded by
the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.
© 2022-2024. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).)





<p>Los resultados del aprendizaje</p>	<p>Al finalizar este módulo usted: Conocimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser consciente de las oportunidades y amenazas asociadas con la agricultura orgánica. • conocer los factores que anticipan la plantación de un olivar • Tener una idea clara de las operaciones y elementos asociados al cultivo del olivo. • reconocer los elementos que amenazan al olivo y a su fruto • conocer los métodos adecuados de recolección, almacenamiento y transporte de aceitunas ecológicas <p>Competencias y habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser capaz de planificar la plantación de olivos ecológicos. • Ser capaz de realizar una plantación óptima de olivos ecológicos. • Habilidades en el cultivo y manejo de los olivos. • capacidad para hacer frente a los elementos que amenazan al olivo y a su fruto
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> • aplicando las mejores prácticas para la recolección, almacenamiento y transporte de aceitunas ecológicas
<p>Duración del Módulo</p>	<p>Aproximadamente 16 horas</p>
<p>Materiales necesarios</p>	<p>Pizarra/portafolio, blocs y libretas para los participantes, rotuladores, proyector, ordenador portátil/PC, conexión a internet, pequeños envases de vidrio con las diferentes variedades de aceitunas disponibles localmente (en las épocas en que estén disponibles), pequeñas copias de los equipos utilizados en las etapas del cultivo del olivo -si están disponibles, materiales impresos de los estudios de caso contenidos en el currículo de la plataforma EcoOlives.</p>

Unidad 1: Agricultura orgánica: oportunidades y amenazas

<p>Tema</p>	<p>Esta Unidad resume los principios de la agricultura ecológica, señalando cuáles son las oportunidades y amenazas de la agricultura ecológica.</p>
--------------------	---



Apuntar	En esta Unidad, los estudiantes podrán comprender los puntos clave de la agricultura orgánica, siendo conscientes de las posibles ventajas y desventajas de convertirse a la agricultura orgánica.
Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience con un breve resumen de los antecedentes y la importancia de la agricultura orgánica. 2. Describir el concepto y los principales elementos de la agricultura ecológica. 3. Describir el proceso de conversión de la agricultura convencional a la orgánica. 4. Pídale a SS que hable sobre las posibles oportunidades y amenazas de la agricultura orgánica. 5. Presentar las ventajas y desventajas asociadas a la agricultura ecológica.
Directrices para grupos avanzados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pídale a SS que comparta sus conocimientos previos sobre agricultura orgánica. 2. Recopilar ideas sobre las amenazas y oportunidades de la agricultura orgánica y elaborar una lista resumida común.
	<ol style="list-style-type: none"> 3. Profundizar en los detalles del proceso de conversión de agricultura convencional a ecológica 4. Pídale a SS que comparta su experiencia sobre el proceso de conversión.
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> ● Pizarra/rotafolio ● blocs de papel/cuadernos de notas para los participantes ● marcadores/subrayadores ● computadora portátil/ordenador personal ● proyector ● Presentación de PowerPoint sobre la producción de aceitunas ecológicas.
duración estimada	Aproximadamente 1,5 horas

Unidad 2: La planta antes de la producción.



Co-funded by
the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.
© 2022-2024. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).)





<p>Tema</p>	<p>Esta Unidad analiza los principales factores y aspectos a considerar cuidadosamente antes de plantar un olivar. En particular:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Factores climáticos ● Factores pedológicos ● Orografía y terreno ● Exposición ● Selección de cultivares ● Selección de plantas ● Selección de forma de cultivo y sistema de espaciamiento. ● Aspectos socioeconómicos
<p>Apuntar</p>	<p>A lo largo de esta Unidad, el estudiante deberá aprender los conceptos básicos sobre los elementos que deben evaluarse cuidadosamente antes de plantar un olivar ecológico, tales como: factores relacionados con las condiciones externas, ambientales y del suelo; factores estrictamente relacionados con las plantas; aspectos culturales y económicos.</p>

<p>Pautas para grupos de principiantes</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Explica cuáles son y cómo afectan los factores climáticos al cultivo de aceituna ecológica. 2. Definir qué son los factores edafológicos y en qué medida las características del suelo y su profundidad afectan a las decisiones sobre el cultivo del olivo. 3. Analizar la relación entre la orografía y el cultivo del olivo 4. Destacar cómo impacta la exposición en el cultivo del olivo 5. Explicar qué criterios conducen a la selección del cultivar que mejor se adapta a las necesidades de cada caso concreto. 6. Introducir los tres sistemas de propagación diferentes y las mejores características para seleccionar plantas. 7. Describir el espaciamiento y las densidades de plantación y los tres modelos de cultivo del olivo: tradicional, intensivo y de súper alta densidad. 8. Destaca el papel de los aspectos socioeconómicos a la hora de evaluar la idoneidad de un lugar de plantación para el cultivo del olivo y luego presenta algunos ejemplos.
---	---





Directrices para grupos avanzados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience pidiendo a SS que hable sobre la relación entre los factores climáticos y la producción de aceituna ecológica y que comparta su experiencia sobre la aplicación de medidas para adaptarse y contrastar los factores climáticos y el cambio climático específicamente. 2. Discutir la importancia y las formas de realizar análisis químicos y físicos para examinar el perfil del suelo y así evaluar las características del suelo para la plantación de olivos. 3. Solicitar a SS que comparta su experiencia sobre el cultivo de olivos en diferentes condiciones orográficas: terrenos llanos, montañosos o en terrazas. 4. Discutir cómo la exposición de las plantaciones de olivos afecta la eficiencia de los cultivos y la calidad del producto. 5. Ilustrar los vínculos entre el objetivo deseado, los métodos de cultivo del olivar y la selección de cultivares. 6. Preguntar a SS qué características y prioridades les han orientado en su experiencia en la selección de cultivares y plantas para trasplante. 7. Abrir un debate y proponer una enumeración de las ventajas y desventajas de los diferentes modelos de cultivo del olivo: tradicional, intensivo, superalta densidad. 8. Discutir la presencia de infraestructuras y redes adecuadas, así como los gustos de los consumidores, como elementos socioeconómicos importantes al evaluar la idoneidad de un
--	---

	sitio de plantación para el cultivo de aceitunas orgánicas rentables y de alta calidad.
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra/rotafolio • blocs de papel/cuadernos de notas para los participantes • marcadores • computadora portátil/ordenador personal • proyector • Presentación de PowerPoint sobre la producción de aceitunas ecológicas.
duración estimada	Aproximadamente 4 horas



Unidad 3: Gestión de plantas

	2.3.1 Manejo de suelos	2.3.2 Riego	2.3.3 fertilización	2.3.4 Poda
Tema	Este subapartado explica el significado del manejo de los suelos antes de la plantación de olivos y durante su cultivo.	En este subapartado se explica la relación entre la gestión del agua y el cultivo del olivo, describiendo las diferentes técnicas de riego.	En este subapartado se explica qué es la fertilización, para qué se utiliza y los diferentes tipos que se pueden aplicar, principalmente en agricultura ecológica.	En este subapartado se explica para qué sirve la poda, qué tipos de técnicas se pueden aplicar según factores concretos y cuáles son los mejores momentos para realizar la poda.
Apuntar	Darse cuenta de qué prioridades se persiguen a través de la gestión del territorio y las diferentes técnicas que se pueden aplicar para alcanzar estos objetivos.	Concienciar a los estudiantes de la importancia del papel del agua en el cultivo del olivo y ser capaces de aplicar diferentes técnicas según las condiciones dadas en un contexto específico.	Al finalizar este subapartado, SS podrá distinguir los 3 tipos de fertilización que hacen referencia a las diferentes etapas del olivo, así como las diferentes técnicas de fertilización orgánica.	Comprender las razones detrás de las diferentes intervenciones de poda de plantas y qué factores y razones llevan a elegir unas técnicas en momentos concretos y no en otras.





<p>Pautas para grupos de principiantes</p>	<ol style="list-style-type: none"> Haga que SS se dé cuenta de los objetivos principales que planea alcanzar a través de la gestión de la tierra. Definir cuáles son los aspectos claves de la labranza, el acolchado y la cobertura verde controlada para la eliminación de malezas. 	<ol style="list-style-type: none"> Ilustrar el vínculo entre el agua y el cultivo del olivo Explique en qué condiciones se necesita riego y en qué volúmenes. Describir el riego deficitario y el riego por goteo como formas de gestión del agua. 	<ol style="list-style-type: none"> Explica qué es la fertilización y qué elementos hay que evaluar cuando se quiere aumentar la calidad y eficiencia de un suelo Describa los tres tipos de fertilización: fertilización para siembra, fertilización agrícola, fertilización para producción. Discutir las diferentes formas de fertilizar un suelo según los principios de la agricultura orgánica. 	<ol style="list-style-type: none"> Destaca los diferentes tipos de poda según los objetivos que quieras alcanzar Explicar cuáles son los diferentes tipos de intervenciones de poda en función de dos factores clave: la etapa de vida del árbol y la época del año en la que se realiza la intervención.
<p>Directrices para grupos avanzados</p>	<ol style="list-style-type: none"> Comparar y contrastar los pros y los contras de las técnicas de labranza, 	<ol style="list-style-type: none"> Abrir una ronda de intervenciones sobre tres temas: I. período de 	<ol style="list-style-type: none"> Divida a SS en tres grupos de discusión sobre tres temas: fertilización para plantaciones, 	<ol style="list-style-type: none"> Pídale a SS que indique qué objetivos pretenden lograr mediante la



	<p>incluido el impacto en la calidad organoléptica del suelo.</p> <p>2. Discutir los beneficios de utilizar diferentes técnicas de acolchado en agricultura orgánica.</p> <p>3. Solicitar a SS que comparta su experiencia sobre cobertura verde, mostrando así las ventajas que se derivan de esta técnica.</p>	<p>riego; II. turnos de riego; III. Volúmenes de agua a suministrar. Luego resume los resultados.</p> <p>2. Explorar más a fondo el tema de los métodos de riego localizados, como subirrigación y riego por goteo, abriéndose a intervenciones de SS.</p>	<p>fertilización agrícola y fertilización para producción. Al final del período, pida a cada grupo que comparta sus hallazgos entre sí.</p> <p>2. Mediante una lluvia de ideas, cree una lista de posibles ventajas y desventajas relacionadas con la fertilización orgánica y no orgánica.</p> <p>3. Divida a SS en tres grupos de discusión sobre tres temas: fertilización y pastoreo, práctica de abono verde y práctica de cría de animales en el olivar. Al final del período, pida a cada grupo que comparta sus hallazgos entre sí.</p>	<p>poda y qué técnica aplican en consecuencia.</p> <p>2. Pídale a SS que le diga en qué época(s) del año (y condición de la planta) utilizan para podar los olivos y por qué motivo.</p>
duración estimada	Aproximadamente 1,5 horas	Aproximadamente 1,5 horas	Aproximadamente 1,5 horas	Aproximadamente 1,5 horas



Unidad 4: La planta y su entorno.

	2.4.1 Manejar las malezas	2.4.2 Prevenir enfermedades y plagas
Tema	Esta subsección explica cómo prevenir y limitar la aparición de malezas y cómo tratar las consecuencias de su presencia mediante métodos de agricultura orgánica.	Esta subsección explica qué es la defensa biológica, cuáles son los factores que afectan la elección de una defensa racional y las posibles prácticas a aplicar en la prevención de enfermedades y plagas.
Apuntar	Al final de la lección, los estudiantes podrán comprender el fundamento y las diferentes estrategias detrás del enfoque integrado para abordar el problema de las malezas.	Al finalizar esta lección, los estudiantes podrán comprender cuáles son los medios de defensa más adecuados a utilizar en función de factores específicos y reconocer cuáles son las adversidades que pueden generar daños o enfermedades a las plantas de olivo.
Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience introduciendo la filosofía de la agricultura orgánica detrás del manejo de malezas. 2. Describir estrategias para prevenir el establecimiento de malezas, que es la intervención más importante posible en la agricultura orgánica. 3. Examinar la estrategia para mejorar la competitividad de los cultivos mediante el uso de cultivares que sean altamente competitivos contra las malezas por hábito y vigor. 4. Delinear técnicas de eliminación de malezas mediante el uso de maquinaria e intervenciones manuales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Como primer paso, introducir cuidadosamente el concepto de defensa biológica, que es la base para elegir el medio de defensa más adecuado. 2. Diferenciar las adversidades que pueden generar daños o enfermedades a las plantas de olivo, clasificando agentes abióticos y bióticos. 3. Discutir y presentar algunos ejemplos de prácticas de manejo de plagas y enfermedades, con un enfoque en medidas preventivas.





Directrices para grupos avanzados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mediante una lluvia de ideas, cree una lista de posibles ventajas y desventajas con respecto al método integrado en el manejo de malezas. 2. Discutir con más detalle las prácticas agronómicas destinadas a limitar la reproducción y dispersión de malezas: estrategias preventivas. 3. Dar ejemplos de estrategias para mejorar la competitividad de los cultivos mientras se lucha contra las malezas. 4. Ten una conversación en tu grupo sobre las técnicas de contención directa de malezas, basadas en el uso de maquinaria e intervenciones manuales destinadas a eliminar las malezas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pide a la clase que comparta cualquier información previa que tengan sobre enfermedades y plagas de las plantas de olivo. 2. Profundizar en el análisis de las enfermedades y plagas que pueden atacar al olivo, centrándose especialmente en las locales, mostrando imágenes que ayuden a reconocer cada una de ellas. 3. Explorar qué consecuencias puede tener la presencia de enfermedades y plagas en plantas, hojas y olivos 4. Pida a los estudiantes que compartan su experiencia en el manejo de plagas dentro de la agricultura orgánica.
Recursos y materiales	computadora portátil o proyector para visualización, folletos, rotafolios o pizarra con marcadores. Estudios de caso	Computadora portátil/PC, Proyector, Folletos (copias impresas para cada participante), Rotafolio o pizarra con marcadores.
duración estimada	Aproximadamente 1,5 horas	Aproximadamente 1,5 horas

Unidad 5: Cosecha y almacenamiento de aceitunas ecológicas.

	2.5.1 transporte y almacenamiento de aceitunas ecológicas
Tema	Esta Unidad explica los principios básicos de la recolección, almacenamiento y transporte de la aceituna, proporcionando





	información básica sobre el envasado, mantenimiento y transporte desde el lugar de producción hasta la almazara.
Apuntar	Al final de esta lección, los estudiantes conocerán los métodos y tiempos para la adecuada recolección, almacenamiento y transporte de aceitunas para que el fruto no se dañe y se asegure la mejor calidad para la posterior producción de aceite de oliva orgánico.
Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comienza por introducir SS en todos los posibles efectos que la recolección de la aceituna puede tener en la producción presente y futura. 2. Introducir a la clase las nociones sobre el momento de la recogida de la aceituna. 3. Resumir los métodos de recolección de la aceituna y las razones detrás de ellos. 4. Describe los problemas más frecuentes que ocurren durante la recolección. 5. Introducir el proceso de defoliación. 6. Pida a SS que presente cuáles creen que podrían ser los riesgos del transporte de aceitunas. Luego explíqueles cuáles son realmente estos riesgos. 7. Clarificar los conceptos de correcto envasado y almacenamiento de aceitunas 8. Describe cómo ejecutar correctamente el proceso de transporte de la aceituna a la almazara.
Directrices para grupos avanzados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitar opinión a SS sobre el impacto del cambio climático en la cantidad y calidad de la producción oleícola. Discuta con más detalle cómo estos eventos han afectado los métodos y el momento de la cosecha. 2. Enumere los métodos utilizados para recolectar aceitunas, describiendo las ventajas y desventajas asociadas con los métodos de recolección manuales tradicionales y los métodos mecánicos más modernos. 3. Profundiza en la última tecnología para la recolección de la aceituna 4. Preguntar a SS qué expedientes siguen o seguirían para evitar daños a la planta y fruto durante el proceso de recolección de la aceituna 5. Pide a la clase que comparta su experiencia sobre la defoliación (primaria y secundaria) del olivo. 6. Pídale a SS que describa cuáles son los mejores métodos y procesos para almacenar y transportar aceitunas, centrándose





	<p>particularmente en el momento, luego discuta estos temas y proponga pautas compartidas.</p> <p>7. Repasar con los alumnos las etapas evolutivas del embalaje para la conservación de la aceituna antes y durante el transporte a la almazara</p> <p>8. Estudiar en profundidad lo que dicta la legislación en materia de transporte de aceituna ecológica</p>
Recursos y materiales	computadora portátil o proyector para visualización, folletos, ayudas visuales, rotafolio o pizarra con marcadores,
duración estimada	Aproximadamente 1,5 horas

Módulo 3 – Cómo producir Aceite de Oliva Ecológico

Resumen del módulo	Este Módulo trata de la producción, calidad y almacenamiento/transporte de Aceite de Oliva Ecológico. Explora los diferentes pasos involucrados en la producción de OO, desde la trituración de las aceitunas hasta la separación del aceite y el agua. También distingue las características en el aroma, sabor e indicadores de calidad que determinan la calidad de OOO. Y finalmente, determina las formas adecuadas de almacenar, embotellar y transportar el Aceite de Oliva para mantener su calidad y vida útil.
Objetivos del módulo: objetivos	El objetivo de este módulo es desglosar y analizar los diferentes pasos y componentes de la producción de Aceite de Oliva Ecológico.
Los resultados del aprendizaje	Al finalizar este módulo, podrá: Conocimiento:





	<ul style="list-style-type: none"> ● Identificar los diferentes pasos y lo que implican en la producción de Aceite de Oliva Ecológico. ● Reconocer los diferentes factores de calidad como sabor, aroma y niveles de contaminantes que determinan la calidad de OOO. ● Comprender las formas en que se debe almacenar el aceite OO para garantizar la calidad y una vida útil prolongada. <p>Competencias y habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ser capaz de empezar a pensar y planificar la producción de aceite de oliva ecológico. ● Poder aplicar sus conocimientos tanto si ya tienen una línea de producción y quieren mejorarla, como si quieren empezar a crear su propia producción de OOO.
Duración del Módulo	Aproximadamente 20 horas
Materiales necesarios	Pizarra/rotafolio, rotuladores, vasitos con una cucharada de aceite de oliva virgen extra, proyector, ordenador portátil/pc, pequeños envases de cristal con los 7 tipos de aceite de oliva, materiales impresos de “casos de estudio” contenidos en el currículo de la plataforma EcoOlives, Blocs de papel para los participantes

Unidad 3.1 – Introducción

	3.1.1
Tema	Introducción a la Producción de Aceite de Oliva. Incluyendo algunas palabras sobre la historia del Aceite de Oliva, su importancia en todo el mundo, los diversos usos de OO y la importancia y significado de OO&OO más específicamente.
Apuntar	Educar a los estudiantes sobre la producción de aceite de oliva, su importancia histórica y cultural y la importancia del aceite de oliva orgánico.
Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience con un breve resumen de la historia y la importancia del aceite de oliva en la dieta mediterránea. 2. Describir el concepto de elaboración de aceite de oliva ecológico y sus beneficios. 3. Discuta las diversas variedades de aceituna utilizadas en la producción de aceite de oliva, así como sus características distintivas. 4. Dar una visión general de las etapas involucradas en la producción de aceite de oliva ecológico.





	5. Lleve a cabo una sesión de degustación de aceite de oliva y analice los distintos sabores y fragancias (hágalo brevemente, ya que este ejercicio se repetirá con mayor atención a los detalles más adelante en el curso).
Directrices para grupos avanzados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pídale a SS que comparta su experiencia hasta el momento en la producción de aceite de oliva. 2. Pídale a SS que comparta una palabra sobre lo que significan para ellos las aceitunas y el aceite de oliva y escriba las palabras en la pizarra. 3. Pregúntale a SS cuáles son los pasos básicos en la producción de aceite de oliva. 4. Discutir las diferentes técnicas utilizadas para la producción de aceite de oliva orgánico y sus beneficios según la experiencia de SS. 5. Compare la producción de aceite de oliva orgánico con la convencional. 6. Examinar el impacto del cambio climático en la producción de aceite de oliva y los beneficios de la agricultura orgánica.
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de PowerPoint sobre la producción de aceite de oliva. • Muestras de aceite de oliva ecológico. • Pizarron • Equipos y materiales para la cata de aceite de oliva.
duración estimada	Aproximadamente 60 minutos

Unidad 3.2 – Proceso de Producción

	3.2.1 Aplastante	3.2.2 Gramoleo	3.2.3 Extracción	3.2.4 Separación
--	-----------------------------	-----------------------	-----------------------------	-------------------------



Tema	En este subapartado se explica el proceso de lavado y triturado previo de las aceitunas como primer	Esta subsección explica qué es Gramoling y brinda consejos sobre cómo ejecutar este segundo paso correctamente.	Esta subsección explica el tercer paso de la producción de aceite de oliva, la extracción. Da los tipos de	Esta subsección explica la etapa final de la producción de OO en el procesamiento de la aceituna que proporciona el producto final
-------------	---	---	--	--

	paso para transformarlas en Aceite de Oliva.		extracción, especialmente <i>la extracción centrífuga</i> .	cuando el aceite y el agua se separan.
Apuntar	Al final de esta lección, los participantes podrán comprender la trituración como un proceso en la producción de aceite de oliva y los pros y los contras de las diferentes técnicas de trituración.	Reconocer la importancia del proceso Gramoling en la producción de aceite de oliva de alta calidad y conocer procesos alternativos de maceración.	Comprender el proceso de extracción del aceite de oliva, los numerosos procesos de extracción y el método de extracción principal utilizado en todo el Mediterráneo.	Educar a los estudiantes sobre la importancia de la separación en la producción de aceite de oliva y cómo obtener un aceite de alta calidad sin restos de gotas de agua.



<p>Pautas para grupos de principiantes</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Explique por qué es importante lavar las aceitunas antes de triturarlas y demuestre el procedimiento correcto. 2. Explica las 3 formas diferentes en que puedes triturar aceitunas y los pros y los contras 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Repasar las fases fundamental es de la elaboración del aceite de oliva, con énfasis en el proceso de trituración y elaboración de la pasta de aceituna. 2. Explicar Gramoling y su función al combinar gotas de aceite pequeñas y grandes para 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducir el concepto de extracción y su importancia en la producción de aceite de oliva. 2. Analice los tres métodos de extracción: presión, percolación y filtración selectiva. 3. Concéntrese en el proceso de extracción 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience hablando de la separación y su importancia en la producción de aceite de oliva. 2. Explique el proceso de separación, incluido el uso de una centrifuga vertical, utilizando el folleto. 3. Analice las consecuencias de no separar adecuadamente el aceite, como la degradación
---	---	---	--	--



	<p>de cada una.</p> <p>3. Demuestre cómo triturar aceitunas utilizando enormes palos o mazos de madera, enfatizando o la importancia de no triturar las aceitunas ni demasiado ni muy poco.</p> <p>4. Analice los beneficios y desventajas de triturar aceitunas a mano, incluido el efecto sobre la calidad del aceite y el aspecto que requiere mucha mano de obra de la operación.</p>	<p>mejorar el sabor y aroma del aceite de oliva.</p> <p>3. Utilice tazones para mezclar y paletas para imitar el proceso de Gramoling.</p> <p>4. Usando un termómetro y un cronómetro, proporcione instrucciones sobre la temperatura y la duración del procedimiento de mezcla.</p>	<p>primario utilizado en la región mediterránea, la extracción centrífuga.</p> <p>4. Muestre películas y fotografías del proceso de extracción utilizando equipos aptos para el aula, como coladores y filtros.</p> <p>5. Explicar las ventajas de emplear tecnologías de extracción orgánica.</p>	<p>de la calidad y el sabor con el tiempo.</p> <p>4. Muestre muestras de aceite de oliva con y sin separación adecuada para ayudar a los alumnos a comprender la diferencia de calidad.</p> <p>5. Utilice la pizarra para resumir los temas principales de la lección y responder cualquier pregunta.</p>
--	---	--	--	---





	<p>5. Muestre cómo separar las aceitunas machacadas del aceite y la pulpa usando un colador o una bolsa de malla.</p> <p>6. Enfatice la necesidad de mantener una temperatura constante durante el proceso de trituración y verifique la temperatura con un termómetro.</p>			
<p>Directrices para grupos avanzados</p>	<p>1. Analice los beneficios de utilizar diferentes técnicas de trituración, incluida la molienda de aceitunas con piedra, molinillos de dientes metálicos y molinos</p>	<p>1. Analice las ventajas y desventajas de utilizar equipos de malaxado en el proceso Gramoling.</p> <p>2. Introducir otros procesos Gramoling, como mezcladores de alta</p>	<p>1. Compare y contraste los tres tipos de extracción, así como sus beneficios e inconvenientes.</p> <p>2. Contraste los métodos de extracción industrial con los</p>	<p>1. Revisar las ideas fundamentales de la separación y su importancia en la producción de aceite de oliva.</p> <p>2. Discutir los diferentes procesos de separación implementados en la industria, como el uso de</p>





	<p>de martillos.</p> <p>2. Compare y contraste los pros y los contras de cada técnica de trituración, incluido el impacto en la calidad y cantidad del aceite, el nivel de mano de obra requerida y el costo.</p> <p>3. Demuestre el uso de recipientes grandes de plástico o acero inoxidable para almacenar las aceitunas trituradas y analice las mejores prácticas para mantener la temperatura y prevenir la oxidación.</p>	<p>velocidad, para obtener resultados comparables .</p> <p>3. Comparar y contrastar las distintas técnicas en términos de eficiencia, rentabilidad e impacto en la calidad del aceite de oliva.</p> <p>4. Para lograr los mejores resultados, fomente la experimentación con diversas técnicas y parámetros.</p>	<p>métodos manuales y tradicionales empleados por los pequeños productores .</p> <p>3. Examine el efecto de la extracción sobre la calidad, el aroma y el sabor del producto final.</p> <p>4. Investigue otros procesos de extracción, como el uso de una prensa o un mortero.</p> <p>5. Discuta la importancia de seleccionar el procedimiento de extracción adecuado para lograr un aceite de oliva de la más alta calidad.</p>	<p>centrífugas verticales.</p> <p>3. Comparar y contrastar las ventajas y desventajas de varios procedimientos de separación.</p> <p>4. Examine cómo una mala separación afecta la calidad general del aceite de oliva y cómo afecta el almacenamiento y el sabor a lo largo del tiempo.</p> <p>5. Realizar una discusión grupal sobre posibles mejoras o innovaciones en la tecnología de separación para mejorar la eficiencia y calidad del aceite de oliva.</p> <p>6. Utilice la pizarra para resumir los temas principales de la lección y responder cualquier pregunta.</p>
--	--	--	---	---



	<p>4. Analice la importancia del control de calidad durante el proceso de trituración, incluida la prueba de acidez y otras propiedades químicas del aceite.</p>			
<p>Recursos y materiales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • aceitunas frescas • cubos de plástico • Colador o bolsa de malla • Palos o mazos de madera grandes • Recipientes grandes de plástico o acero inoxidable. • Termómetro 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de PowerPoint o folletos que resumen el proceso de Gramoling y técnicas alternativas. • Muestras de pasta de oliva para demostración y práctica. • Tazones y paletas para mezclar o equipo alternativo según sea necesario • Termómetro y temporizador para 	<ul style="list-style-type: none"> • Imágenes y vídeos del proceso de extracción. • Coladores y filtros • Muestras de pasta y aceite de oliva. • Mortero y maja, prensa 	<ul style="list-style-type: none"> • Extracto del libro de texto • Pizarra y marcadores • Folleto con imágenes y descripciones del proceso de separación. • Muestras de aceite de oliva con y sin separación adecuada





		controlar la temperatura y la duración del proceso de mezcla.		
duración estimada	Aproximadamente 2 horas	Aproximadamente 2 horas	Aproximadamente 2 horas	Aproximadamente 1 hora para grupos de principiantes y 1,5 horas para grupos avanzados.

Unidad 3.3 – Calidad del aceite

	3.3.1 Sabor y aroma	3.3.2 Contaminantes del petróleo	3.3.3 Sistema y gestión de la calidad
Tema	Este subapartado se ocupa de reconocer los diferentes sabores y aromas que puede tener el aceite de oliva y qué afecta a ellos.	Este subapartado se ocupa de los distintos elementos que degradan la calidad contaminando el Aceite de Oliva Ecológico.	Esta subsección se ocupa de las diferentes formas en que se degrada la calidad del aceite y la manipulación del aceite de oliva. La sección también proporciona consejos sobre cómo gestionar y establecer un sistema de calidad para OOO.





<p>Apuntar</p>	<p>El objetivo de este plan es informar a los estudiantes sobre el Sabor de los Aceites de Oliva y Aromas, incluyendo su perfil, tipos de aromas y sabores que se pueden encontrar, qué afecta al sabor y aroma y los tipos</p>	<p>Esta parte tiene como objetivo informar a quienes producen, usan o, en general, sienten curiosidad por el aceite de oliva sobre los diversos tipos de contaminantes que pueden existir en el aceite, cómo su presencia puede afectar la calidad del</p>	<p>El objetivo de esta parte es comprender los elementos que afectan la calidad del aceite de oliva y los pasos necesarios para mantener esa calidad mediante una correcta manipulación y gestión.</p>
	<p>de Aceites de Oliva.</p>	<p>aceite y cómo evitarlos.</p>	



<p>Pautas para grupos de principiantes</p>	<ol style="list-style-type: none"> Describe todos los diferentes tipos de aceite de oliva y sus cualidades de sabor. Explicar los sabores fundamentales del aceite de oliva, como el afrutado, el amargo y el picante. Discutir las técnicas correctas de cata de aceite de oliva, como el uso de copas de cata y el lavado de paladar. Proporcione una selección de aceites de oliva para que los participantes los prueben y califiquen. Anime a los participantes a tomar notas sobre los atributos de sabor y fragancia de cada aceite. 	<ol style="list-style-type: none"> Explique qué es un contaminante alimentario y ejemplos de cómo podría infiltrarse en la cadena alimentaria. Describir los numerosos tipos de contaminantes biológicos, químicos y físicos. Dé ejemplos para ilustrar cómo cada uno puede afectar la calidad del aceite de oliva. Explique qué son los radicales libres y qué importancia tiene la concentración de ácidos grasos libres para afectar la calidad del aceite de oliva. Describe las distintas variedades de aceites de oliva y las cantidades de radicales libres que contiene cada uno. Describe cómo la calidad del aceite de oliva puede verse afectada 	<ol style="list-style-type: none"> Realizar una lluvia de ideas con los alumnos sobre qué elementos en su opinión podrían afectar a la calidad del Aceite de Oliva. Hable sobre las circunstancias durante el procesamiento, almacenamiento y envasado en relación con la calidad del aceite de oliva. Describir la importancia de proteger el aceite de oliva del aire, el calor y la luz. Entregue a los alumnos los folletos y repase las sugerencias para garantizar la higiene del producto. Pida a los estudiantes que seleccionen el recipiente que mejor protegería al aceite de oliva de sus enemigos después de ver muestras de aceite de oliva en varios recipientes. Dé a los alumnos la oportunidad de comparar la calidad del aceite de oliva conservado en varios recipientes. Mantén una conversación con tu grupo sobre la
---	--	--	--



		<p>por condiciones externas como la luz, la humedad, el calor y el aire.</p> <p>6. Para evitar la oxidación y mantener la calidad del aceite, conviene hablar del envasado adecuado del aceite de oliva.</p>	<p>importancia de gestionar y tratar correctamente el aceite de oliva para mantener su calidad.</p>
<p>Directrices para grupos avanzados</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Examina varios tipos de aceite de oliva y sus características de sabor. 2. Analice cómo elementos como el tipo de aceituna, el medio ambiente y los métodos de fabricación podrían afectar el sabor y el aroma del aceite de oliva. 3. Investigue los componentes de sabor y aroma más matizados del aceite de oliva, como los matices herbáceos, de nuez y florales. 4. Proporcionar una selección de aceites de oliva premium 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deberían proporcionarse detalles adicionales sobre las causas y consecuencias de los contaminantes biológicos, químicos y físicos en la fabricación de aceite de oliva. 2. Analice con más detalle cómo los radicales libres y la cantidad de ácidos grasos libres afectan la calidad del aceite de oliva. 3. Discuta los efectos en la cocción y el consumo contrastando los distintos tipos de aceites de oliva y sus diferentes cantidades de concentración de radicales libres. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pide a la clase que comparta cualquier información previa que tengan sobre el aceite de oliva y su calidad para iniciar la sesión. 2. Describir en profundidad los elementos que determinan la calidad del aceite de oliva, como el tipo de aceituna, los métodos de elaboración y las circunstancias de almacenamiento. 3. Para conservar la calidad del aceite de oliva, enfatice la necesidad de protegerlo de la luz, el calor y el oxígeno. 4. Analice cómo una planta de producción de alimentos puede adoptar las pautas para garantizar la limpieza del producto. 5. Pida a los estudiantes que elijan el





	de alta calidad para que los		
--	---------------------------------	--	--



	<p>participantes los prueben y evalúen.</p> <p>5. Anime a los participantes a tomar notas específicas sobre las cualidades de sabor y aroma de cada aceite, incluida la intensidad y duración de cada componente de sabor.</p>	<p>4. Ampliar los mecanismos de oxidación del aceite de oliva y la importancia de los antioxidantes.</p> <p>5. Ofrezca muestras de varios estilos de envasado de aceite de oliva y analice los beneficios y desventajas de cada uno.</p>	<p>recipiente que mejor protegería el aceite de oliva de los enemigos después de presentarles muestras de aceite de oliva en varios recipientes.</p> <p>6. Dé a los alumnos la oportunidad de comparar la calidad del aceite de oliva conservado en varios recipientes.</p> <p>7. Ten una conversación con tu grupo sobre cómo gestionar y manipular adecuadamente el aceite de oliva en una instalación que produce alimentos para mantener su calidad.</p>
<p>Recursos y materiales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Varios aceites de oliva virgen extra con distintas cualidades de sabor. • Vasos de degustación pequeños • Pan o galletas saladas para limpiar el paladar. • Notas y fichas de valoración para la cata. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de PowerPoint con imágenes y diagramas para ilustrar conceptos clave. • Muestra de botellas de diferentes tipos de aceite de oliva para demostrar las diferencias en sabor y aroma. • Folletos que resumen los 	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra y marcadores • Folletos sobre la importancia de la manipulación y almacenamiento del Aceite de Oliva • Muestras de Aceite de Oliva en diferentes envases • Recipientes/botellas herméticos oscuros y frescos • Dispositivos de monitoreo de temperatura y oxígeno.





		puntos clave e incluyen recursos adicionales para lecturas adicionales.	
duración estimada	Aproximadamente 2 horas	Aproximadamente 2 horas	Aproximadamente 2 horas

Unidad 3.4 – Almacenamiento, embotellado y transporte

	3.4.1 Almacenamiento de petróleo	3.3.2 Proceso de embotellado y materiales.	3.3.3 Transporte
Tema	Esta subsección se ocupa de las formas adecuadas de almacenar el aceite de oliva antes de embotellarlo y transportarlo, para no degradar la calidad del aceite.	Esta subsección trata del proceso de embotellado de Aceite de Oliva Orgánico y de todo lo que se debe tener en cuenta al elegir los materiales de embotellado y durante todo el proceso.	Esta subsección se ocupa del transporte de aceite de oliva orgánico y las amenazas que podría representar para la calidad del aceite y cómo evitar degradarlo o arruinarlo.
Apuntar	El objetivo de este curso es concienciar al alumnado de la importancia de manipular y almacenar adecuadamente el aceite de oliva para preservar su calidad y frenar su oxidación.	El objetivo de esta sección es educar a los estudiantes sobre la importancia de los ingredientes y el proceso de embotellado en la fabricación del aceite de oliva.	El objetivo de esta lección es enseñar el valor de transportar con cuidado el aceite de oliva para preservar su calidad y evitar que se eche a perder.
Pautas para grupos de principiantes	1. Presente la idea de oxidación y cómo afecta la calidad del aceite de oliva para	1. Introducir el tema de los procedimientos e ingredientes de envasado de la	1. Empiece por discutir la idea de llevar aceite de oliva con la clase y su significado.



Co-funded by
the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.
© 2022-2024. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).)





	<p>comenzar la sesión.</p> <p>2. Analice los muchos elementos, incluida la temperatura, la luz y la exposición al oxígeno, que podrían afectar la calidad del aceite de oliva.</p> <p>3. Describir las ventajas de almacenar en recipientes de acero inoxidable y el rango de temperatura ideal para el aceite de oliva.</p> <p>4. Para evitar la oxidación, enfatizar la necesidad de proteger el aceite del oxígeno y la luz solar y el uso de gases inertes.</p> <p>5. Para estabilizar el nivel de fenol del AOVE conviene hablar del correcto procedimiento de filtración y de la necesidad de eliminar sedimentos.</p> <p>6. Revisar las directrices de la UE para el</p>	<p>producción de aceite de oliva.</p> <p>2. Describe los beneficios de almacenar aceite de oliva en recipientes oscuros y fríos y la necesidad de evitar el calor y la luz directa.</p> <p>3. Describir las cualidades de los distintos tipos de botellas apropiadas para embotellar aceite de oliva.</p> <p>4. Describe el propósito de las tapas herméticas y cómo detienen la oxidación.</p> <p>5. Se debe discutir la importancia de mantener el control de la temperatura durante el embotellado y el almacenamiento.</p> <p>6. Enseñe a los estudiantes cómo utilizar la maquinaria embotelladora y cómo reducir el espacio libre de las botellas.</p> <p>7. De acuerdo con los requisitos de seguridad y salud, hable de lo</p>	<p>2. Explique los peligros de exponer el aceite de oliva a la intemperie mientras se transporta utilizando el folleto.</p> <p>3. Discuta los beneficios y desventajas de las diversas formas en que se transporta el aceite de oliva mediante imágenes o videos.</p> <p>4. Describe los efectos del coeficiente de expansión cúbica en el transporte de aceite de oliva.</p> <p>5. Hable sobre los peligros de la contaminación por óxido, hierro o agua salada durante el tránsito.</p> <p>6. Durante la carga y descarga, enfatice la necesidad de mantener la temperatura adecuada y evitar la exposición a la luz, el aire o el oxígeno.</p>
--	---	--	---





	<p>mantenimiento higiénico de las instalaciones de almacenamiento.</p>	<p>importante que es mantener limpia la zona de embalaje.</p> <p>8. Ofrezca algunas muestras de materiales de impresión de etiquetas y hable sobre lo importantes que son para la promoción de productos.</p>	
--	--	---	--



Co-funded by
the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.
© 2022-2024. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).)





<p>Directrices para grupos avanzados</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Repasa la idea de oxidación y cómo afecta a la calidad del aceite de oliva para iniciar la sesión. 2. Explique los diversos elementos que podrían afectar la calidad del aceite de oliva y sus efectos individuales en el aceite. 3. Describa las ventajas y desventajas de utilizar varios tipos de contenedores de almacenamiento para aceite de oliva, así como la importancia de mantener un entorno regulado. 4. Describir las diversas técnicas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisar los principios fundamentales de la fabricación de los componentes del aceite de oliva y del procedimiento de envasado. 2. Analice las características de las muchas variedades de botellas frías oscuras que se utilizan en el negocio. 3. Describa el proceso para elegir el equipo embotellador adecuado en función de la capacidad de producción. 4. Analice las ventajas y desventajas de utilizar diversos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience repasando los fundamentos del envío de aceite de oliva. 2. Hable sobre las dificultades para mantener el control de la temperatura durante el tránsito, particularmente para el petróleo exportado. 3. Examine las numerosas técnicas para calentar el combustible que se ha solidificado durante el envío. 4. Describir la función de la ventilación durante el transporte y cómo puede afectar la calidad del aceite.
---	---	---	--



	<p>de filtrado y cómo afectan al nivel de fenol del AOVE.</p> <p>5. Examine cómo los antioxidantes naturales afectan la estabilidad del aceite de oliva y cómo la exposición al oxígeno afecta sus niveles.</p> <p>6. Describa las normas únicas de la UE para la higiene y limpieza de las salas de almacenamiento y cómo afectan a la calidad del aceite de oliva.</p>	<p>materiales de embalaje.</p> <p>5. Especialmente para los aceites de oliva virgen extra y virgen, analice la importancia de los sistemas de control climático durante los procesos de embotellado y almacenamiento.</p> <p>6. Discutir métodos para reducir la oxidación durante el embotellado y su impacto en el proceso.</p> <p>7. ¿Qué efecto tienen los materiales y el diseño de las etiquetas en la promoción y la marca de los productos de aceite de oliva?</p> <p>8. Anime a los estudiantes a participar en discusiones grupales sobre los últimos desarrollos en la industria embotelladora de aceite de oliva.</p>	<p>5. Discutir la viabilidad de posibles soluciones a los problemas asociados con el envío de aceite de oliva.</p>
<p>Recursos y materiales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de PowerPoint o pizarra con marcadores como ayuda visual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Botellas o latas de vidrio oscuro. • Tapas herméticas <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de control de clima 	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra y marcadores • Folleto del extracto del libro de texto.



	<ul style="list-style-type: none"> • Muestras de diferentes tipos de recipientes de almacenamiento de aceite de oliva. • Folletos con normativa UE de almacenamiento e higiene. • Muestras de aceite de oliva para degustación para comparar la calidad de diferentes aceites almacenados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos de embotellado • Materiales de impresión de etiquetas • Equipo apto para el aula, como proyector, pizarra y marcadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Imágenes o vídeos de diferentes métodos de transporte de aceite de oliva.
duración estimada	Aproximadamente 2 horas	Aproximadamente 2 horas	Aproximadamente 1 hora

Módulo 4 - Cómo comercializar y vender aceitunas y aceite de oliva ecológicos

Resumen del módulo	En este módulo cubrimos brevemente los fundamentos de la transición de la agricultura industrial a la orgánica, así como la transformación social actual en términos de preferencias de consumo.
Objetivos del módulo: objetivos	El principal objetivo del módulo es crear una sólida comprensión de los actores en el campo para ampliar la participación de mercado, establecer contactos con la participación de las partes interesadas, así como la participación en ferias y eventos para un mejor reconocimiento de la marca y desempeño hacia los clientes.
Los resultados	Al finalizar este módulo, los alumnos deberían poder cubrir las siguientes áreas de conocimiento y el formador ayudará a mejorar su





<p>del aprendizaje</p>	<p>nivel. Los alumnos deben revisar los materiales, las actividades y las preguntas del examen del Módulo 4. Como formadores, se espera que se aseguren de que las competencias y habilidades de los alumnos que se describen a continuación se aborden y se enriquezcan hasta cierto punto.</p> <p>Competencias y habilidades Los aprendices:</p> <ul style="list-style-type: none"> • son capaces de aplicar los principios de la producción orgánica; • comprender los intereses de su sector consumidor; • son capaces de realizar un proceso de segmentación y crear diferentes perfiles de clientes para el OO & OO y nuevos productos; • comprender los diferentes patrones de consumo y perfiles de consumidores en todo el mundo; • mejorar las habilidades de ventas y marketing; • seguir principios fundamentales de marketing para superar barreras; • son capaces de comunicarse y establecer redes en un entorno exigente; • mejorar la colaboración a través de la participación en eventos y ferias; • Realizar proactividad para la participación y posicionamiento sustentable en el mercado.
<p>Duración del Módulo</p>	<p>Aproximadamente 20 horas</p>
<p>Materiales necesarios</p>	<p>Pizarra/Rotafolio, Rotuladores de diferentes colores, Proyector, Laptop/Pc, Materiales impresos de los Ejercicios, Ejemplos de “Estudios de Caso” contenidos en el currículo de la Plataforma EcoOlives, Cuadernos de papel para los participantes, cualquier otro material para los ejercicios que usted como Entrenador considere necesario.</p>



Unidad 4.1 – Principios de la agricultura orgánica

Tema	Principios fundamentales de la transformación agroalimentaria en la agricultura orgánica
Apuntar	<p>Los alumnos deben comprender la importancia de transformar el sistema alimentario mundial hacia la sostenibilidad y promover los principios y valores de la agricultura orgánica. También deben ser conscientes de los elementos esenciales para lograr un sistema alimentario sostenible, que incluyen mejorar las condiciones de los pequeños agricultores, cambiar las prácticas de agricultura industrial, reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos y cambiar las dietas y las mentalidades de los consumidores. Además, los alumnos deben estar familiarizados con los principios de salud, ecología, justicia y cuidado y cómo se relacionan con la agricultura orgánica y la gestión de los recursos naturales y ambientales para la producción y el consumo sostenibles.</p>
Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Empiece por definir qué es la agricultura sostenible y su importancia para el medio ambiente y la salud humana. 2. Proporcionar una visión general de los cuatro elementos esenciales para lograr un sistema alimentario sostenible: impulsar lo pequeño, transformar lo grande, perder menos y comer mejor. 3. Discuta la importancia de los pequeños agricultores y su papel en la agricultura sostenible. 4. Explicar el concepto de agricultura orgánica y sus principios de salud, ecología, equidad y cuidado. 5. Proporcione ejemplos de prácticas agrícolas sostenibles, como la rotación de cultivos, los cultivos intercalados y el control natural de plagas. 6. Discutir el impacto de las prácticas agrícolas insostenibles en el medio ambiente y la salud humana. 7. Anime a los estudiantes a pensar críticamente sobre sus elecciones de alimentos y cómo pueden tomar decisiones más sostenibles.
Directrices para grupos avanzados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience discutiendo el estado actual del sistema alimentario mundial y los desafíos que enfrenta la agricultura sostenible. 2. Proporcione una descripción detallada de los cuatro elementos esenciales para lograr un sistema alimentario sostenible: impulsar lo pequeño, transformar lo grande, perder menos y comer mejor.





	<ol style="list-style-type: none"> 3. Analice las complejidades de la producción agrícola industrializada a gran escala y el potencial de un cambio transformador. 4. Analizar el papel de las políticas y la gobernanza en la promoción de la agricultura sostenible y la reducción del impacto de las prácticas agrícolas insostenibles. 5. Explore prácticas agrícolas sostenibles innovadoras, como la agrosilvicultura, la agricultura regenerativa y la agricultura de precisión. 6. Discutir la importancia de los sistemas alimentarios sostenibles para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. 7. Anime a los estudiantes a pensar críticamente sobre las dimensiones sociales, económicas y políticas de la agricultura sostenible y el papel de los consumidores en impulsar el cambio.
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Hojas de trabajo y cuestionarios para reforzar conceptos y vocabulario clave. • Discusiones y debates grupales para explorar diferentes perspectivas sobre la agricultura sostenible y la agricultura orgánica. • Actividades de rol para simular la toma de decisiones y la resolución de problemas relacionados con la agricultura sostenible y la agricultura ecológica.
duración estimada	Aproximadamente 60 minutos

4.1.2. Cambio de preferencias de los consumidores hacia el consumo orgánico

Tema	Cambio de preferencias de los consumidores hacia el consumo orgánico
Apuntar	Los alumnos deben comprender la creciente tendencia hacia el consumo de alimentos producidos orgánicamente y los impulsores del cambio dentro de la agricultura orgánica y las preferencias de los consumidores. Deberían poder identificar los tres principales motivadores o impulsores del cambio y también ser conscientes de la importancia del etiquetado ecológico para indicar a los consumidores los métodos de producción y los valores detrás de los alimentos



	<p>producidos orgánicamente. Al final de la unidad, los estudiantes deben comprender las razones del aumento en el mercado de productos orgánicos y los beneficios de promover productos alimenticios orgánicos para una mayor calidad de los alimentos, la salud personal y las preocupaciones ambientales.</p>
<p>Pautas para grupos de principiantes</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience presentando el concepto de agricultura orgánica y por qué se está volviendo más popular. 2. Explicar las diferencias entre la agricultura orgánica y la convencional, incluido el uso de productos químicos y pesticidas en la agricultura convencional. 3. Analice los tres principales motivadores o impulsores del cambio para la agricultura orgánica: impulsado por el consumidor, impulsado por el servicio e impulsado por el agricultor. 4. Destacar la importancia de las etiquetas ecológicas y la certificación en la industria de la agricultura orgánica. 5. Proporcione ejemplos de productos orgánicos y sus beneficios, como mejor salud, mayor calidad y sostenibilidad ambiental. 6. Fomentar discusiones y debates en clase sobre las ventajas y desventajas de la agricultura orgánica.
<p>Directrices para grupos avanzados</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience presentando el concepto de agricultura orgánica y por qué se está volviendo más popular. 2. Explicar las diferencias entre la agricultura orgánica y la convencional, incluido el uso de productos químicos y pesticidas en la agricultura convencional. 3. Analice los tres principales motivadores o impulsores del cambio para la agricultura orgánica: impulsado por el consumidor, impulsado por el servicio e impulsado por el agricultor. 4. Destacar la importancia de las etiquetas ecológicas y la certificación en la industria de la agricultura orgánica. 5. Proporcione ejemplos de productos orgánicos y sus beneficios, como mejor salud, mayor calidad y sostenibilidad ambiental. 6. Fomentar discusiones y debates en clase sobre las ventajas y desventajas de la agricultura orgánica.
<p>Recursos y materiales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vídeos y documentales sobre agricultura orgánica y preferencias de los consumidores, como "The Future of Food" o "Food, Inc."





	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de casos y ejemplos de empresas y prácticas exitosas de agricultura orgánica • Actividades y ejercicios en el aula que involucran a los estudiantes en la exploración de los beneficios y desafíos de la agricultura orgánica y las preferencias de los consumidores, como discusiones grupales, debates y proyectos de investigación.
duración estimada	Aproximadamente 60 minutos

4.1. 3. Innovación y Transformación

Tema	Innovación y Transformación
Apuntar	<p>Los estudiantes deben comprender el rápido crecimiento de la industria agroalimentaria orgánica como una respuesta a los problemas de salud asociados con los alimentos convencionales y tomar conciencia de los diversos cambios e iniciativas que han surgido como parte de este movimiento.</p> <p>Los estudiantes también deben ser conscientes de la importancia de la innovación en la industria de la agricultura orgánica, incluida la necesidad de un enfoque sistémico y el papel de los agricultores como innovadores. Además, los estudiantes deben tener en cuenta los mayores riesgos y gastos que implica la agricultura orgánica, así como el potencial de transformación y beneficios a largo plazo.</p>
Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience por definir la agricultura orgánica y sus principios, como evitar pesticidas y fertilizantes sintéticos y promover la salud del suelo. 2. Discuta los beneficios de la agricultura orgánica, como promover la biodiversidad y reducir el impacto en el medio ambiente. 3. Introducir las diferentes iniciativas y movimientos relacionados con la agricultura ecológica, como el comercio justo y el movimiento Slow Food. 4. Explicar el concepto de innovación y cómo puede ayudar a promover la agricultura sostenible y regenerativa. 5. Discuta los desafíos y obstáculos que enfrentan los agricultores orgánicos y la importancia de la innovación para superar estos desafíos. 6. Destacar el papel de la investigación agrícola en la promoción de la innovación y la contribución de los agricultores como innovadores.





	<p>7. Anime a los estudiantes a participar en iniciativas locales relacionadas con la agricultura orgánica, como jardines comunitarios y mercados de agricultores.</p>
Directrices para grupos avanzados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisar los principios y prácticas de la agricultura orgánica, incluidos sus beneficios y limitaciones. 2. Discuta el estado actual de la agricultura orgánica, incluido su crecimiento y los desafíos que enfrenta. 3. Analizar el papel de la innovación en el fomento de la agricultura sostenible y regenerativa y su impacto en el sector ecológico. 4. Examinar las diversas iniciativas y movimientos relacionados con la agricultura orgánica, como el comercio justo y el movimiento Slow Food, y su impacto en el sector. 5. Evaluar críticamente la eficacia de la investigación actual para promover la innovación y el papel de los agricultores como innovadores. 6. Discutir el futuro potencial de la agricultura orgánica y el papel de la innovación en la configuración de su desarrollo. 0. Anime a los estudiantes a realizar investigaciones independientes sobre temas relacionados con la agricultura orgánica y la innovación, y a presentar sus hallazgos a la clase.
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudas visuales, como infografías y videos, para ilustrar los principios y prácticas de la agricultura orgánica. • Estudios de caso de iniciativas exitosas de agricultura orgánica • Paquetes de semillas y herramientas de jardinería para una experiencia de aprendizaje práctica
duración estimada	Aproximadamente 60 minutos

4.1.4. Conceptos de marketing de marca.

Tema	Conceptos de marketing de marca.
Apuntar	<p>Los alumnos deben comprender la importancia del branding y el marketing, la diferencia entre branding y marketing, así como los tres conceptos fundamentales del branding: promesa, atributos y personalidad.</p> <p>Además, se espera que los alumnos adquieran conocimientos sobre recomendaciones efectivas para construir una marca sólida. Estas recomendaciones incluyen crear una experiencia memorable para los</p>





	<p>clientes, mantener la coherencia y mantenerse fiel a los valores de la marca.</p> <p>En última instancia, el propósito es ayudar a los alumnos a comprender la importancia de la marca para establecer una reputación sólida y fomentar una base de clientes leales para su negocio.</p>
<p>Pautas para grupos de principiantes</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience con lo básico: comience explicando la definición de marca y marketing, y en qué se diferencian entre sí. Enseñe a los estudiantes sobre los tres elementos clave de la comercialización de productos orgánicos. 2. Centrarse en los conceptos fundamentales de la marca: enfatizar la promesa, los atributos y la personalidad de la marca. Enséñeles cómo estos tres conceptos son importantes para crear una simbiosis armoniosa. 3. Enseñe la importancia de crear una experiencia: anime a los estudiantes a brindarles a sus clientes una experiencia memorable siendo atentos y brindando un servicio al cliente excepcional. 4. Resalte la importancia de la coherencia: explique a los estudiantes que la coherencia es clave para mantener una imagen profesional y destacar ante los clientes. 5. Fomentar la autenticidad: enseñar a los estudiantes a ser transparentes y fieles a sus valores, fomentando un fuerte sentido de confianza entre su empresa y su audiencia.
<p>Directrices para grupos avanzados</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profundice en el branding y el marketing: enseñe a los estudiantes los matices más finos del branding y el marketing, incluido cómo transmitir eficazmente la identidad y los valores de una marca de maneras interesantes y convincentes. 2. Centrarse en la medición y el estudio: anime a los estudiantes a realizar investigaciones y mediciones exhaustivas para comprender cómo se posicionan sus competidores. Enséñeles cómo evaluar la fortaleza de su marca mediante ocho preguntas clave. 3. Enseñe técnicas avanzadas para mostrar características distintivas: explique cómo las empresas pueden demostrar confiabilidad a través de productos confiables y servicio al cliente, en lugar de simplemente afirmar que son dignos de confianza. 4. Fomente enfoques innovadores: enseñe a los estudiantes a pensar de manera innovadora y a idear enfoques innovadores para la marca y el marketing, incluida la creación de experiencias únicas que dejen una impresión duradera en los clientes.





	5. Enfatice la necesidad de un crecimiento continuo: enseñe a los estudiantes a invertir en el crecimiento de su marca, construyéndola y perfeccionándola continuamente para seguir siendo competitivos en el mercado.
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra/pizarra y marcadores/tizas para ilustrar conceptos e ideas clave durante la lección. • Folletos u hojas de trabajo que resumen los puntos clave y brindan oportunidades para que los estudiantes practiquen sus habilidades de marca y marketing. • Presentaciones de PowerPoint con imágenes y videos para ayudar a ilustrar conceptos e ideas clave. • Estudios de casos de campañas exitosas de marketing y marca que pueden ayudar a los estudiantes a comprender cómo aplicar estas estrategias en situaciones del mundo real. • Discusiones en el aula y actividades grupales que alientan a los estudiantes a colaborar y aplicar lo que han aprendido.
duración estimada	Aproximadamente 60 minutos

4.2.1. Cómo introducir el nuevo producto en el mercado

Tema	Cómo introducir el nuevo producto en el mercado
Apuntar	<p>Los estudiantes deben comprender que la introducción de un nuevo producto en el mercado debe ocurrir solo después de implementar con éxito una estrategia de segmentación de marketing y combinar varios enfoques y completar hitos.</p> <p>Además, los alumnos deben reconocer la importancia del proceso de segmentación, que implica dividir un mercado heterogéneo en grupos más pequeños y homogéneos de posibles consumidores en función de factores como la demografía, el comportamiento y otras características. Esto permite respuestas personalizadas a las acciones comerciales.</p> <p>Se recomienda a los alumnos que realicen un análisis exhaustivo de los factores que afectan el consumo de aceites orgánicos y aceite de oliva (OO&OO) utilizando diferentes criterios de segmentación. Esto les permite agrupar a los consumidores en grupos que comparten características y expectativas específicas de los productos. Al hacerlo,</p>



se pueden desarrollar y adaptar programas de marketing diferenciados para satisfacer las necesidades de estos segmentos de clientes. Además, los estudiantes deben ser conscientes de que tienen la opción de elegir entre diferentes estrategias de segmentación, incluidas la indiferenciada, diferenciada, concentrada y otras, para competir eficazmente en los mercados objetivo durante la introducción de un nuevo producto.



Co-funded by
the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.
© 2022-2024. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).)





Pautas para grupos de principiantes

1. Comience explicando qué es un “nuevo producto” y los principios de diversificación de productos/cartera, como facilitadores de un mejor marketing y venta de OO y OO.
2. Discutir los desafíos y obstáculos que enfrentan los productos orgánicos y la importancia de la diversificación de productos y el conocimiento de los productores sobre las tendencias del mercado del sector para superar estos desafíos.
3. Explicar el concepto de estrategia de segmentación de marketing y la importancia de la aplicación de un proceso de segmentación.
4. Introducir los diferentes factores como la demografía, el comportamiento y diversas características como un enfoque para agrupar a los clientes y sus preferencias en los clusters.
5. Aliente a los alumnos a ejecutar iniciativas locales relacionadas con la revisión completa de los factores, de modo que puedan agrupar a los consumidores que comparten ciertas características y expectativas de los productos OO & OO.
6. Proporcionar retroalimentación al finalizar las actividades y ejercicios.
7. Discutir con los alumnos los beneficios de la aplicación de dichos criterios de segmentación y de la realización de una revisión completa de los factores que afectan el consumo de OO & OO, en función de su experiencia, escenario propio y mercado objetivo.
8. Explicar el concepto de estrategia de marketing y cómo puede ayudar a promover la producción sostenible.
9. Resaltar el papel de la segmentación en la promoción y el aporte de los agricultores, así se pueden aplicar programas de comercialización diferenciados.
10. Explique diferentes estrategias de segmentación: indiferenciada, diferenciada, concentrada, uno a uno.
11. Discuta los desafíos y obstáculos y qué estrategia, desde su perspectiva, puede ayudar a promover una disrupción y realización mejores y sostenibles del mercado de nuevos productos.
12. Facilitar el networking

13. Aliente a los alumnos a participar en iniciativas locales relacionadas con la agricultura orgánica, innovaciones, nuevas tecnologías y aplicaciones de herramientas, plataformas o soporte e interfaz de IA que puedan usarse para personalizar e presentar mejor el producto o servicio.





**Directrices
para grupos
avanzados**

1. Presente los conceptos y la terminología técnica de EcoOlives a los alumnos con ejemplos relevantes para facilitar el proceso de aprendizaje sobre cómo introducir nuevos productos en el mercado: estrategia de segmentación de marketing y proceso de segmentación.
2. Discutir el estado actual y los desafíos que enfrentan los productos orgánicos y la importancia de la diversificación de productos y el conocimiento de los productores sobre las tendencias del mercado del sector para superar estos desafíos.
3. Adapte los contenidos (incluidos ejemplos) a los alumnos avanzados y anímelos a ejecutar iniciativas locales relacionadas con una revisión completa de factores como la demografía, el comportamiento y diversas características como un enfoque para los clientes grupales y sus preferencias en los grupos.
4. Proporcione materiales adicionales sobre diferentes estrategias de segmentación si es necesario (referencias adicionales, videos, estudios de casos locales)
5. Anime a los estudiantes a realizar investigaciones independientes sobre temas relacionados con el lanzamiento de nuevos productos en el mercado mientras aplican diferentes estrategias de segmentación y programas de marketing, para presentar sus hallazgos a la clase.
6. Proporcionar retroalimentación al finalizar las actividades y ejercicios.
7. Evaluar críticamente la efectividad de las investigaciones y programas actuales. Discuta los desafíos y obstáculos y qué estrategia, desde su perspectiva, puede ayudar a promover una disrupción y realización mejores y sostenibles del mercado de nuevos productos.
8. Analice el futuro potencial de los productos OO & OO, su nicho de mercado y su papel en la configuración de su desarrollo.
9. Facilitar el networking
10. Motivar e involucrar a los alumnos para aumentar la participación en iniciativas locales relacionadas con la agricultura orgánica, innovaciones, nuevas tecnologías y aplicaciones de herramientas, plataformas o soporte e interfaz

de IA que se pueden utilizar para personalizar e introducir mejor el producto o servicio.





Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudas visuales, como infografías y videos, para ilustrar los principios y prácticas. • Estudios de casos de iniciativas exitosas • contar historias • Materiales EcoOlives para una experiencia de aprendizaje práctica • Agrupe a los participantes en equipos para trabajar en ejercicios (si corresponde) • Discusiones moderadas, incl. uso de materiales tangibles, pruebas en computadora portátil/en línea y otras tareas y preparación de trabajos. • Deje tiempo a los participantes para establecer contactos.
duración estimada	Aproximadamente 60 minutos

4.2.2. Cómo ampliar la cuota de mercado existente

Tema	Cómo ampliar la cuota de mercado existente
Apuntar	<p>Los alumnos deben comprender la importancia de adoptar nuevos enfoques para ampliar la participación de mercado. Sin embargo, se recomienda que primero analicen a sus clientes existentes e identifiquen sus necesidades insatisfechas.</p> <p>Además, los estudiantes deben conocer los posibles productos, servicios y modificaciones de su cartera actual. Esto les permite determinar qué nuevas ofertas adoptar y cómo responder eficazmente a las expectativas de los clientes actuales y potenciales. Al hacerlo, pueden mejorar la expansión del mercado de la empresa.</p> <p>Además, se debe informar a los estudiantes que existen varias estrategias efectivas disponibles para aumentar la participación en el mercado, ya sea para un producto actual o uno recién ofrecido. Pueden consultar los ejemplos proporcionados por los miembros del Consejo Empresarial de Forbes, que se incluyen en el contenido del Módulo 4.</p>
Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience por definir los principios de expansión de la participación de mercado y su valor económico. 2. Analice con los alumnos los beneficios de la expansión de la participación de mercado existente y cómo impulsa el crecimiento de la empresa.



	<ol style="list-style-type: none">3. Introducir las diferentes iniciativas y enfoques relacionados con el análisis de clientes existentes, como la realización de análisis de necesidades, retroalimentación instantánea para la satisfacción del cliente, recomendaciones y formas de mejora del portafolio existente.4. Explique el concepto de innovación y cómo puede ayudar a implementar nuevas modificaciones, productos, servicios y puede promover la expansión sostenible del mercado de la empresa.5. Analice los desafíos y obstáculos que los implementadores pueden enfrentar al intentar expandir la participación de mercado existente y la importancia del conocimiento del mercado, la presencia de marca, el marketing digital y la innovación para superar estos desafíos.6. Resaltar el papel de la investigación en la promoción de la mejor estrategia aplicable o una combinación de varias estrategias efectivas, para aumentar la cuota de mercado.7. Aliente a los alumnos a participar en iniciativas locales relacionadas con foros económicos con enfoque en su mercado objetivo, tendencias e innovaciones, sostenibilidad y otras conferencias de negocios.
Directrices para grupos avanzados	<ol style="list-style-type: none">1. Revise con los alumnos los principios y prácticas conocidos para la expansión de la participación de mercado existente, incluidos sus beneficios y limitaciones.2. Analizar el papel de las innovaciones en la promoción de productos y servicios sostenibles, modificados y mejorados y su impacto en el sector en general y en el posicionamiento de mercado de la cartera de (cada) empresa; oportunidades de crecimiento y los desafíos que se pueden enfrentar.3. Adapte el contenido del Módulo 4.2.2 (incluidos otros ejemplos) a los alumnos avanzados y anímelos a realizar localmente iniciativas relacionadas con la expansión efectiva de la participación de mercado actual.4. Proporcione materiales adicionales sobre diferentes estrategias efectivas si es necesario (referencias adicionales, videos, estudios de casos locales, investigadores)5. Anime a los estudiantes a llevar a cabo estrategias independientes sobre temas relacionados con la modificación de productos actuales y el lanzamiento de nuevos productos en el mercado mientras aplican diferentes estrategias y programas y cómo reflejan la participación de mercado, para presentar sus hallazgos a la clase. Proporcionar retroalimentación al finalizar las actividades y ejercicios.





	<ol style="list-style-type: none"> 6. Resaltar el papel de la investigación en la promoción de la mejor estrategia aplicable o una combinación de varias estrategias efectivas para aumentar la participación de mercado. 7. Analice el futuro potencial de los productos OO & OO, su nicho de mercado y su papel en la configuración de su desarrollo. 8. Aliente a los alumnos a participar en iniciativas locales relacionadas con foros económicos con enfoque en su mercado objetivo, tendencias e innovaciones, sostenibilidad y otras conferencias de negocios.
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudas visuales, como infografías y vídeos, para ilustrar los principios y prácticas del análisis de cartera actual y la evaluación de la satisfacción del cliente. • Estudios de casos de adopción exitosa de nuevos productos, innovaciones, ampliación y diversificación de cartera. • Herramientas y tareas para una experiencia de aprendizaje práctica sobre la aplicación de diferentes estrategias para la expansión de la participación de mercado existente. • contar historias • Materiales EcoOlives para una experiencia de aprendizaje práctica • Agrupe a los participantes en equipos para trabajar en ejercicios (si corresponde) • Discusiones moderadas, incl. uso de materiales tangibles, pruebas en computadora portátil/en línea y otras tareas y preparación de trabajos. • Permita que los participantes tengan tiempo para establecer contactos
duración estimada	Aproximadamente 60 minutos

4.2.3. Cómo crear un nicho de marketing para OO & OO

Tema	Cómo crear un nicho de marketing para OO&OO
Apuntar	Los alumnos deben comprender el proceso de creación de un nicho de marketing para OO y OO (aceites orgánicos y aceite de oliva). En primer lugar, es fundamental que los alumnos reconozcan la importancia de la segmentación y la necesidad de dividir a los



consumidores en grupos específicos, centrándose en los consumidores de alimentos orgánicos.

Se debe aconsejar a los estudiantes que revisen minuciosamente los motivos y los comportamientos de compra de los clientes. Es fundamental comprender que el consumo de OO&OO no es sólo para satisfacer una necesidad psicológica, sino que también forma parte del estilo de vida social de los consumidores y representa su deseo de actuar de forma sostenible y ecológica.

Además, los estudiantes deben ser conscientes de que los productos orgánicos a menudo se asocian con opciones naturales y más saludables, lo que puede proporcionar importantes ventajas competitivas a través de la diferenciación. Los estudiantes deben profundizar en las principales razones que impulsan las preferencias de los consumidores y la demanda de productos orgánicos, incluidos factores como la sensibilidad al precio.

Además, los alumnos deben adquirir conocimientos sobre preguntas importantes que deben plantearse al crear un nicho de marketing para OO & OO. Estas preguntas incluyen: quién, qué, cuándo, dónde, por qué y cómo. Las respuestas a estas preguntas ayudarán a identificar la combinación ideal para apuntar a un nicho de mercado, que incluye una alta demanda de un producto o servicio, un alto potencial de ingresos y una competencia limitada.

Pautas para grupos de principiantes

1. Empiece por definir qué es un nicho de marketing y sus principios, como todo lo contrario del marketing masivo y el posicionamiento masivo.
2. Analice los beneficios del nicho de marketing, como centrarse en un elemento del mercado, un subconjunto, y poner todos los esfuerzos allí con la mejor calidad y el máximo impacto/beneficio.
3. Introducir diferentes iniciativas y movimientos relacionados con estrategias específicas para audiencias específicas ofrece algunas ventajas clave.
4. Explique el concepto de crear un nicho de marketing para los productos OO & OO mientras aborda las preguntas: quién, qué, cuándo, dónde, por qué y cómo, descritas en el material de EcoOlives.
5. Discuta los desafíos y obstáculos que enfrentan los agricultores y productores/procesadores orgánicos y explique la importancia del conocimiento sobre las tendencias del mercado, las preferencias de los clientes, las herramientas de marketing, la innovación y las modificaciones de productos para superar estos desafíos y posicionarse en un nicho de





	<p>marketing y la contribución de los aprendices como innovadores.</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Resalte los efectos de implementar marketing de nicho utilizando: campañas de boca en boca, correo directo, mensajes sociales, eventos dirigidos, marketing experiencial, marketing de video, diferentes nichos de marketing en el segmento de clientes, diferentes estilos de comunicación, alianzas con otros productos y servicios locales. . 7. Anime a los estudiantes a describir su propio “nicho ideal” relacionado con OO y OO, apuntando a una gran demanda potencial de un producto o servicio, un alto potencial de ingresos y una competencia ligera. 8. Proporcionar retroalimentación al finalizar las actividades y ejercicios.
<p>Directrices para grupos avanzados</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisar los principios y prácticas de creación de un nicho de marketing, incluidos sus beneficios, como centrarse en un elemento del mercado, un subconjunto, y poner todos los esfuerzos allí con la mejor calidad, con el máximo impacto/beneficio, obligaciones y obstáculos potenciales. 2. Discutir el estado actual de iniciativas y movimientos relacionados con estrategias específicas hacia nichos de mercado y su marketing. 3. Analice la importancia de dirigir las preguntas correctas a la audiencia: preguntas sobre quién, qué, cuándo, dónde, por qué y cómo, descritas en el material de EcoOlives. Adapte los contenidos del Módulo 4.2.3 (incluidos otros ejemplos) a los alumnos avanzados y anímelos a realizar localmente iniciativas relacionadas con la creación eficaz de nichos de marketing. 4. Proporcione materiales adicionales sobre formas de implementar marketing de nicho si es necesario (referencias adicionales, videos, estudios de casos locales, investigaciones, etc.) 5. Anime a los estudiantes a llevar a cabo estrategias independientes sobre temas relacionados con la creación de nichos de marketing, mientras aplican diferentes formas y programas y cómo reflejan su posición en el mercado y su cartera de OO & OO; presente sus hallazgos a la clase. 6. Proporcionar retroalimentación al finalizar las actividades y ejercicios. 7. Resalte el papel del “nicho ideal” relacionado con OO & OO, dirigido a una gran demanda potencial de un producto o





	<p>servicio, un alto potencial de ingresos y una competencia ligera.</p> <p>8. Analice el futuro de los productos OO & OO, el nicho de marketing y su papel en la configuración de su desarrollo.</p>
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudas visuales, como infografías y vídeos, para ilustrar los principios y prácticas del análisis de cartera actual y la evaluación de la satisfacción del cliente. • Estudios de casos de nuevos nichos de mercado exitosos, innovaciones, ampliación y diversificación de cartera. • Herramientas y tareas para una experiencia de aprendizaje práctica sobre la aplicación de diferentes estrategias para la expansión de la participación de mercado existente. • Materiales EcoOlives para una experiencia de aprendizaje práctica • Agrupe a los participantes en equipos para trabajar en ejercicios (si corresponde) • Discusiones moderadas, incl. uso de materiales tangibles, pruebas en computadora portátil/en línea y otras tareas y preparación de trabajos. • Deje tiempo a los participantes para establecer contactos.
duración estimada	Aproximadamente 60 minutos

4.3. Desarrollo de estrategia de marketing.

Tema	Desarrollo de estrategia de marketing.
Apuntar	<p>Los estudiantes deben comprender cómo comercializar y vender mejor aceitunas y aceite de oliva orgánicos, centrándose en el desarrollo y la implementación exitosos de una estrategia de marketing personalizada. Se debe aconsejar a los alumnos que comprendan e implementen con el tiempo una combinación de varios enfoques, ideas y estrategias de marketing diferentes.</p> <p>Los alumnos también deben ser conscientes de la importancia del marketing de los productos OO & OO, que muchas veces incluye estrategias de venta directa en combinación con exposiciones en museos, artesanía, visitas guiadas, gastronomía, organización de sesiones artísticas y/o participación en festivales de música y danza, temáticas. eventos nocturnos, etc.</p>





Además, los estudiantes deben conocer que la estrategia de marketing exitosa combina preferentemente la experiencia turística en el dominio, la presentación de la hospitalidad de la región local, la presentación de otros productos locales y la venta cruzada, prometiendo resultados únicos y estupendos gracias a la finalización efectiva del plan de marketing, de modo que los implementadores pueden responder de manera diferente a las acciones comerciales. Se debe recomendar a los alumnos que adapten continuamente la estrategia de marketing de productos OO & OO, aprendiendo de buenas prácticas de trabajo, ejemplos mundiales, consejos de ventas y marketing, material de investigación, innovaciones y estadísticas que puedan ayudar a las empresas a formular una estrategia de marketing sostenible.

Además, los alumnos deben saber que pueden optar por diferentes estrategias de marketing como: estrategia que delinea el carácter orgánico de los productos; estrategia e investigación para mejores ventas y networking; enfoques que impulsan las campañas de marketing.

Pautas para grupos de principiantes

1. Empiece por definir qué es una estrategia de marketing y sus objetivos, elementos, alcance y principios, como la inexistencia de un enfoque único para todos.
2. Analice los beneficios para los alumnos de estar abiertos a nuevas vías para pensar y experimentar con estrategias de marketing y esforzarse en lograr la mejor visibilidad y reconocimiento, la mejor calidad de los productos OO & OO y su realización para lograr el máximo impacto/beneficio.
3. Presente a los alumnos diferentes iniciativas y movimientos, relacionados con una estrategia de marketing específica; presente algunas ventajas clave de cada enfoque: estrategia de marketing sostenible y orgánico que enfatiza el carácter orgánico de las aceitunas y los aceites; estrategia de venta directa en combinación con exposiciones en museos, gastronomía, sesiones de arte - festivales, organización y participación de eventos temáticos; Estrategia que combina experiencia turística en el dominio, visitas guiadas que presentan la hospitalidad de la región local, fusionadas con otros productos locales, presentación y venta cruzada, etc.
4. Adapte los contenidos del Módulo 4, Unidad 4.3 (incluidos otros ejemplos) para que los alumnos comprendan mejor las iniciativas relacionadas con la creación de estrategias de marketing eficaces para el público objetivo, incl. centrarse en la gestión del museo del aceite de oliva, la venta cruzada de





	<p>otros productos ecológicos, las innovaciones en el sector; puente con la experiencia gastronómica local, etc.</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Explique el concepto de creación de una estrategia de marketing para el concepto y organización de exhibición de origen y museo de los productos OO & OO, descritos en los ejemplos de materiales de EcoOlives. 6. Anime a los estudiantes a describir su propia “estrategia de marketing” relacionada con OO & OO, con el objetivo de describir el carácter orgánico de los productos, y presentarla a la clase (si corresponde). 7. Proporcionar retroalimentación al finalizar las actividades y ejercicios. 8. Explicar los efectos del desarrollo de estrategias de marketing centrándose en: marketing de guerrilla; diferentes técnicas para motivar a los clientes a convertirse en defensores de marcas y etiquetas, campañas de boca en boca; formas de monetizar el origen de OO & OO y la historia de la marca mediante marketing experiencial, marketing de vídeo, marketing de diferentes nichos en el segmento de clientes, campañas de marketing dirigidas; lanzar programas de fidelización de clientes, etc. 9. Explique el concepto de estrategias directas (como ofrecer botellas/muestras gratis y degustaciones fusionadas con la gastronomía) y cómo puede ayudar a promover una estrategia de venta directa sostenible y eficaz para permitir a los clientes probar y experimentar la marca y los productos. 10. Analice los desafíos y obstáculos que enfrentan los agricultores y productores/procesadores orgánicos y explique la importancia de un mejor conocimiento sobre las tendencias del mercado, las preferencias de los clientes, las herramientas y técnicas de marketing innovadoras para superar estos desafíos y la adaptación continua de la estrategia de marketing y el papel y la contribución de los alumnos como innovadores. 11. Alentar a los alumnos a seguir y participar en iniciativas locales e internacionales relacionadas con el marketing de productos OO & OO y la agricultura orgánica, como mercados de agricultores, ferias, conferencias agrícolas y comerciales, así como a dirigirse a agencias de marketing y/o asesoramiento de marketing interno. como actividades inevitables para su negocio sostenible.
<p>Directrices para grupos avanzados</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisar los principios y prácticas de la creación de una estrategia de marketing, incluidos sus elementos, beneficios, deberes y obstáculos potenciales.





2. Discutir el estado actual de las iniciativas y movimientos relacionados con estrategias de marketing específicas ya aplicadas por los estudiantes avanzados hacia productos/servicios de OO & OO, y/o cualquier conocimiento adquirido a partir de planes de marketing ejecutados y adaptaciones de estrategias anteriores.
3. Analizar el papel de las innovaciones en el desarrollo y promoción de estrategias de marketing sostenibles y su impacto en el sector orgánico.
4. Examinar las diversas iniciativas y movimientos relacionados con estrategias de marketing específicas, tales como: estrategia de marketing sostenible y orgánico que enfatiza el carácter orgánico de las aceitunas y los aceites; estrategia de venta directa en combinación con exposiciones en museos, gastronomía, sesiones de arte - festivales, organización y participación de eventos temáticos; Estrategia que combina experiencia turística en el dominio, visitas guiadas que presentan la hospitalidad de la región local, fusionadas con otros productos locales, presentación y venta cruzada, etc.
5. Evaluar críticamente la efectividad de cada técnica en la promoción de dicha estrategia de marketing y el papel de los implementadores como innovadores.
6. Adapte los contenidos del Módulo 4, Unidad 4.3 (incluidos otros ejemplos) a estudiantes avanzados y proporcione materiales adicionales sobre formas de crear e implementar estrategias de marketing si es necesario (referencias adicionales, videos, estudios de casos locales, narradores, investigaciones, campañas, causas, etc.).)
7. Anime a los estudiantes a crear estrategias independientes/adaptar la estrategia de marketing existente para productos/servicios OO y OO, mientras aplican diferentes formas y programas y cómo refleja su posición en el mercado y su cartera; presente sus hallazgos a la clase. Guíelos para que se centren en: marketing de guerrilla; diferentes técnicas para motivar a los clientes a convertirse en defensores de marcas y etiquetas, campañas de boca en boca; formas de monetizar el origen de OO & OO y la historia de la marca mediante marketing experiencial, marketing de vídeo, marketing de diferentes nichos en el segmento de clientes, campañas de marketing dirigidas; lanzar programas de fidelización de clientes, degustaciones directas y puente con la gastronomía, etc. Retroalimentar la realización de actividades y ejercicios.





	<p>8. Analice los desafíos y obstáculos que enfrentan los agricultores y productores/procesadores orgánicos y explique la importancia de un mejor conocimiento sobre las tendencias del mercado, las preferencias de los clientes, las herramientas y técnicas de marketing innovadoras para superar estos desafíos y la adaptación continua de la estrategia de marketing y el papel y la contribución de los alumnos como innovadores.</p> <p>9. Alentar a los alumnos a seguir y participar en iniciativas locales e internacionales relacionadas con el marketing de productos OO & OO y la agricultura orgánica, como mercados de agricultores, ferias, conferencias agrícolas y comerciales, así como a dirigirse a agencias de marketing y/o asesoramiento de marketing interno. como actividades inevitables para su negocio sostenible.</p>
<p>Recursos y materiales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudas visuales, como infografías y vídeos, para ilustrar los principios y prácticas de las estrategias de marketing existentes, para apoyar la estrategia de marketing actual aplicada por los alumnos y su evaluación. • Estudios de casos de estrategias de marketing exitosas a nivel mundial, innovaciones, buenas prácticas laborales, tendencias del mercado OO & OO, diversificación de cartera y promoción cruzada, programas de fidelización para la satisfacción del cliente, técnicas para motivar el consumo de los clientes y monetización de marcas. • Herramientas y tareas para una experiencia de aprendizaje práctica sobre la influencia de diferentes estrategias de marketing y el desarrollo y aplicación de estrategias de marketing personalizadas. • Storytelling, voluntad de compartir experiencias. • Utilice los materiales de EcoOlives para una experiencia de aprendizaje práctica • Genere debates, pero no los domine, incluya el uso de materiales tangibles, cuestionarios en línea o en computadora portátil y otras tareas.
<p>duración estimada</p>	<p>Aproximadamente 60 minutos</p>



4.4. Conceptos básicos sobre marketing digital

Tema	Conceptos básicos sobre marketing digital
Apuntar	<p>Los estudiantes deben comprender los conceptos básicos del marketing digital y cómo buscar formas de aplicar tecnologías de comunicación digital para transformar sus negocios, con el fin de correr la voz a través de métodos de marketing digital como podcasting, reels, historias, optimización de búsqueda visual/de voz y narración de marcas. Delinear las nuevas tendencias de marketing.</p> <p>Los alumnos también deben ser conscientes de la importancia de la transición al negocio digital en términos de rentabilidad: potencial de aumento de ingresos, basado en clientes más grandes y su retención; reducción de costos gracias a procesos comerciales eficientes y otros beneficios intangibles: conocimiento de la marca; expansión de la red; mejores pronósticos y planificación; marketing y servicio al cliente más receptivos. etc.</p> <p>Se debe recomendar a los alumnos que conozcan los tres tipos principales de canales de medios para llegar a una audiencia digital: medios pagos; medios ganados; medios propios.</p> <p>Además, se debe enseñar a los alumnos sobre las actividades centrales de marketing relacionadas con las interacciones de marketing digital, las llamadas Las 7D del marketing digital: objetivos y estrategia; audiencia; dispositivos; plataformas; medios de comunicación; datos; tecnología de marketing.</p> <p>Además, los alumnos deben conocer los objetivos de las 5S del marketing digital, como: vender; hablar; servir, ahorrar, chisporrotear: cómo se entrega el beneficio y ejemplos de objetivos típicos.</p>





Pautas para grupos de principiantes

1. Comience por definir el marketing digital y sus principios, como brindar nuevas oportunidades de marketing tecnológico basadas en Internet y las comunicaciones móviles.
2. Explique los beneficios de aplicar tecnologías de comunicación digital para transformar las empresas, como la promoción de métodos de marketing digital como podcasting, reels, historias, optimización de la búsqueda por voz/visual, narración de marcas y más.
3. Introduzca los dos impactos principales de la transición al negocio digital en la rentabilidad: potencial de aumento de ingresos a partir de un mayor alcance a grupos de clientes más grandes, incl. venta cruzada; y reducción de costos lograda mediante la prestación de servicios electrónicamente, incl. procesos de negocio más eficientes, ciclos más cortos, etc.
4. Discuta con los alumnos los beneficios intangibles del marketing digital y la digitalización en general, como el efecto en el conocimiento de la marca; comunicaciones de marketing y servicio al cliente más receptivos; previsión y planificación; desarrollo de productos más rápido, etc.





	<ol style="list-style-type: none"> 5. Explicar los canales principales y cómo llegar a una audiencia digital y promocionar productos OO & OO a los clientes a través de medios pagos; medios ganados y medios propios. 6. Introducir el concepto de marketing digital, su propósito y las diferentes actividades de marketing relacionadas con las interacciones del marketing digital, como Las 7D del marketing digital: objetivos y estrategia; audiencia; dispositivos; plataformas; medios de comunicación; datos; tecnología de marketing. 7. Adapte los contenidos del Módulo 4, Unidad 4.4 (incluidos otros ejemplos) para que los alumnos comprendan mejor las iniciativas relacionadas con actividades, dispositivos, tecnología y estrategias efectivas de marketing digital para el público objetivo, incl. centrarse en diferentes canales, otras soluciones digitales para ventas cruzadas, innovaciones en el campo de la recopilación y el procesamiento de datos, incl. Soporte e integración de IA, etc. 8. Analice los desafíos y obstáculos que los alumnos pueden enfrentar al implementar una estrategia de marketing digital y la importancia de la innovación para superar estos desafíos. 9. Resalte el papel y los beneficios de la realización del marketing digital: explique los cinco objetivos del marketing digital (vender; hablar; servir, ahorrar, chisporrotear), cómo se entregan los beneficios y proporcione ejemplos de objetivos típicos para apuntar y medir el impacto. 10. Aliente a los alumnos a seguir y participar en iniciativas locales e internacionales relacionadas con el marketing de productos OO & OO, la digitalización de la agricultura orgánica, como conferencias digitales y de marketing, seminarios web, ferias, cumbres agrícolas y comerciales, así como a dirigirse a agencias de marketing y/o o asesoramiento interno en marketing como actividades inevitables para su negocio sostenible y transición a la digitalización.
<p>Directrices para grupos avanzados</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisar los principios y métodos del marketing digital, incluyendo sus beneficios, tendencias; métodos como podcasting, reels, stories, optimización de la búsqueda por voz/visual, storytelling de marca y menciona las limitaciones del marketing digital. 2. Discuta con los participantes el estado actual y los beneficios de aplicar tecnologías de comunicaciones digitales para transformar negocios y productos y servicios OO & OO, incluidos los impactos centrales en la rentabilidad: potencial para aumentar los ingresos y reducir costos, así como el





impacto intangible en la marca y en la atención al cliente. y toda la organización y los procesos.

3. Anime a los estudiantes a realizar investigaciones independientes sobre temas relacionados con el marketing digital y la innovación, y a presentar sus hallazgos a la clase.
4. Evaluar críticamente la eficacia de las iniciativas de marketing digital aplicadas actualmente por los alumnos y promover las innovaciones y la digitalización, subrayar el papel de los alumnos como innovadores.
5. Examinar los distintos canales y cómo los alumnos deberían llegar a una audiencia digital y promover productos OO & OO a los clientes a través de medios pagos; medios ganados y medios propios.
6. Analizar las diferentes actividades de marketing relacionadas con las interacciones del marketing digital, como Las 7D del marketing digital: objetivos y estrategia; audiencia; dispositivos; plataformas; medios de comunicación; datos; tecnología de marketing.
7. Analice el papel y los beneficios de la realización del marketing digital: resalte los cinco objetivos del marketing digital (vender, hablar, servir, ahorrar, chisporrotear), cómo se entregan los beneficios y proporcionar ejemplos de objetivos típicos a los que apuntar y medir el impacto.
8. Adapte los contenidos del Módulo 4, Unidad 4.4 (incluidos otros ejemplos) a estudiantes avanzados y proporcione materiales adicionales sobre iniciativas relacionadas con actividades, dispositivos, tecnología y estrategias efectivas de marketing digital para el público objetivo, incl. centrarse en diferentes canales, otras soluciones digitales para ventas cruzadas, innovaciones en el campo de la recopilación y el procesamiento de datos, incl. Soporte e integración de IA, si es necesario (referencias adicionales, videos, estudios de casos locales, narradores, investigaciones, campañas, causas, etc.).
9. Discutir el futuro potencial del marketing digital para la agricultura orgánica y el papel de la innovación en la configuración de su desarrollo.
10. Alentar a los alumnos a participar en iniciativas locales e internacionales relacionadas con el marketing de productos OO & OO, la digitalización de la agricultura orgánica, como conferencias digitales y de marketing, seminarios web, ferias, cumbres agrícolas y comerciales, así como a dirigirse a agencias de marketing y/o en Asesoramiento en marketing





	interno como actividades inevitables para su negocio sostenible y transición a la digitalización.
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudas visuales, como infografías y videos, para ilustrar los principios y prácticas. • Estudios de casos de iniciativas y campañas exitosas de marketing digital y marca que pueden ayudar a los estudiantes a comprender cómo aplicar estas estrategias en situaciones del mundo real. • Storytelling, buenas prácticas y ejemplos • Materiales EcoOlives para una experiencia de aprendizaje práctica • Agrupe a los participantes en equipos para trabajar en ejercicios (si corresponde) • Genere debates, pero no los domine, incluya el uso de materiales tangibles, cuestionarios en línea o en computadora portátil y otras tareas del entorno digital en el tablero Miro, por ejemplo. • Actividades de rol para simular la toma de decisiones y la resolución de problemas relacionados con el marketing digital de productos OO&OO sostenibles y la agricultura ecológica. • PowerPoint, Prezi, entrevistas en video, tutoriales, presentaciones con imágenes para ayudar a ilustrar conceptos e ideas clave. • Discusiones en el aula y actividades grupales que alientan a los estudiantes a colaborar y aplicar lo que han aprendido. • Folletos u hojas de trabajo que resumen los puntos clave y brindan oportunidades para que los estudiantes practiquen sus habilidades digitales y de marketing.
duración estimada	Aproximadamente 60 minutos

4.5. Técnicas de comunicación con clientes y partes interesadas.

Tema	Técnicas de comunicación con clientes y partes interesadas.
-------------	--



Apuntar

Los estudiantes deben comprender cómo las técnicas de comunicación con los clientes y las partes interesadas podrían mejorar la forma en

que comercializan y venden aceitunas y aceite de oliva orgánicos, con el fin de lanzar una estrategia de comunicación y marketing exitosa como una combinación de varios enfoques fundamentales diferentes y la consecución de hitos.

Los estudiantes también deben ser conscientes de la importancia de una identidad de marca bien definida, en particular de una estrategia de marca clara, sobre cómo comunicar estos productos únicos y generar bienestar para toda la realización de la producción.

Se debe aconsejar a los estudiantes que realicen una revisión completa del estilo estándar del mercado, como: la creación de un sitio de Internet, posicionamiento en redes sociales, desarrollo de materiales impresos, uso de medios audiovisuales, definición de acciones en puntos de venta, participación activa en ferias comerciales, invitaciones a eventos culinarios y enlaces a sitios de producción. Además, los alumnos deben saber que pueden optar por diferentes técnicas para estructurar una comunicación eficiente hacia los clientes y las partes interesadas, tales como: afectar las emociones de los clientes y crear un “bucle de lealtad”; centrarse en la “Percepción: la quinta “P”; la técnica del Storytelling; agregue WOM e influencers, redes sociales y presencia web; participación en ferias y concursos; El poder de las redes horizontales.





Pautas para grupos de principiantes

1. Comience explicando la definición de “estrategia de comunicación” y los principios, canales, técnicas, herramientas, actores clave y público objetivo de comunicación fundamentales como facilitadores para un mejor marketing y ventas de productos y servicios OO & OO.
2. Discutir los desafíos y obstáculos que enfrentan los productos orgánicos al comunicarse con las partes interesadas y clientes y la importancia y existencia del llamado estilo de comunicación estándar del mercado como: sitio de Internet, posicionamiento en redes sociales, desarrollo de materiales impresos, uso de medios audiovisuales, definición de puntos de venta. acciones, participación activa en ferias, eventos culinarios e invitaciones y enlaces a sitios de producción.
3. Explicar el concepto de branding y la importancia de la aplicación de una identidad de marca bien definida, en particular una estrategia clara, sobre cómo comunicar productos únicos OO & OO y generar bienestar para toda la realización de la producción.
4. Presente y explique las diferentes consideraciones, ejemplos, ideas y técnicas como enfoque para que los alumnos estructuren una comunicación eficiente hacia los clientes y las partes interesadas, tales como: afectar las emociones de los





clientes y crear un “bucle de lealtad”; centrarse en la “Percepción - la quinta “P””; utilizar el Storytelling; agregar WOM e influencers, redes sociales y presencia web; participar en ferias y concursos; el poder de las redes horizontales y realizar networking activo.

5. Alentar a los participantes a realizar localmente iniciativas relacionadas con una revisión completa de las técnicas de comunicación actualmente en uso, de modo que puedan resaltar algunas lagunas y centrarse en nuevos enfoques hacia los consumidores que comparten ciertas características y responden mejor a las expectativas de las partes interesadas.
6. Proporcionar retroalimentación al finalizar las actividades y ejercicios.
7. Explique a los alumnos los beneficios de la aplicación de estas nuevas técnicas de comunicación y cómo afectan el consumo de OO & OO, según la experiencia, el escenario y el mercado objetivo específicos.
8. Discuta los desafíos y obstáculos y qué técnicas, desde su perspectiva, pueden ayudar a promover la disrupción y realización del mercado de productos OO & OO mejores y sostenibles.
9. Explicar el concepto de estrategia de comunicación, diferenciada para clientes y stakeholders, y cómo puede ayudar a promover la producción sostenible.
10. Resaltar algunas recomendaciones útiles en promoción y comunicación tales como: adoptar diferentes tipos de lenguaje para mensajes de marketing efectivos, de esta manera se pueden aplicar programas de marketing diferenciados, basados en las motivaciones/estímulos de los clientes analizados, la percepción de riesgos y la calidad de la información, la retención de clientes y las preferencias de formas de comunicación de las aceitunas y del aceite de oliva, que son inevitables para la elección de las técnicas y la conducción de una estrategia de comunicación eficaz hacia los consumidores y el establecimiento de los fundamentos y principios de OO&OO.
11. Facilitar el networking.
12. Alentar a los alumnos a participar en ferias y eventos locales e internacionales relacionados con la agricultura orgánica, las innovaciones y la aplicación de herramientas o soporte de IA que se puedan adoptar.
13. Alentar a los alumnos a participar en concursos locales e internacionales relacionados con OO & OO donde puedan ser





premiados y provocar efectos positivos en: el intercambio de conocimientos; generar buena voluntad y reconocimiento, integridad de marca y normas de la industria/sector.



Co-funded by
the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.
© 2022-2024. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).)





Directrices para grupos avanzados

1. Presente los conceptos y la terminología técnica de EcoOlives a estudiantes avanzados con ejemplos relevantes para facilitar el proceso de aprendizaje sobre cómo mejorar las técnicas de comunicación con las partes interesadas y clientes de los productos OO & OO.
2. Discutir el estado actual y los desafíos que enfrentan los productos orgánicos y la importancia de una estrategia de comunicación implementada y el conocimiento de los productores sobre las tendencias del mercado, la percepción del consumidor, las preferencias y la creación de bucles de lealtad, diferentes técnicas de marketing digital y enfoques para superar estos desafíos.
3. Adaptar los contenidos (incluidos ejemplos) a los alumnos avanzados y animarlos a realizar localmente iniciativas relacionadas con una revisión completa de las técnicas de comunicación en uso, como: Storytelling, WOM e influencers, redes sociales y presencia en la web; participación en ferias y concursos; realizando redes activas y expansión de red horizontal.
4. Proporcione materiales adicionales sobre diferentes técnicas de comunicación si es necesario (referencias adicionales, videos, estudios de casos locales, documentales).
5. Anime a los estudiantes a realizar investigaciones independientes sobre temas relacionados con un mejor posicionamiento y realización de productos OO & OO en el mercado mientras aplican diferentes técnicas de comunicación y programas de marketing, para presentar sus hallazgos a la clase.
6. Proporcionar retroalimentación al finalizar las actividades y ejercicios.
7. Evaluar críticamente la eficacia de las técnicas y programas de comunicación aplicados actualmente. Discutir los desafíos y obstáculos y la estrategia desde su perspectiva puede ayudar a promover la disrupción y realización del mercado de productos OO & OO mejores y sostenibles.
8. Discutir el futuro potencial de los productos OO & OO, la estrategia de comunicación diferenciada para clientes y partes interesadas, el marketing digital y la aplicación de





	<p>innovaciones en el campo, y su papel en la configuración de su desarrollo.</p> <ol style="list-style-type: none"> 9. Analizar con los alumnos el papel de las innovaciones, el marketing digital, la evaluación 360 grados de la satisfacción y la promoción de una estrategia de comunicación sostenible hacia los clientes y partes interesadas y su impacto en el sector orgánico. 10. Facilitar el networking. 11. Motivar e involucrar a los alumnos para aumentar la participación en iniciativas locales relacionadas con la agricultura orgánica, innovaciones, nuevas tecnologías y aplicaciones de herramientas, plataformas o soporte e interfaz de IA que se pueden utilizar para personalizar e introducir mejor los productos y servicios de OO & OO. 12. Alentar a los alumnos a participar en concursos locales e internacionales relacionados con OO & OO donde puedan ser premiados y provocar efectos positivos en: el intercambio de conocimientos; generar buena voluntad y reconocimiento, integridad de marca y normas de la industria/sector.
<p>Recursos y materiales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudas visuales, como infografías y vídeos, para ilustrar los principios y técnicas de comunicación. • PowerPoint, Prezi, entrevistas en video, tutoriales, presentaciones con imágenes para ayudar a ilustrar conceptos e ideas clave. • Estudios de casos de iniciativas, eventos, concursos, campañas y presentaciones exitosas que pueden ayudar a los estudiantes a comprender cómo aplicar estas técnicas en situaciones del mundo real. • Narración de historias, documentales: ejemplos de negocios y prácticas exitosas de agricultura orgánica con clientes y otras partes interesadas; pronosticar las preferencias de los consumidores y las tendencias futuras de los productos y servicios de OO & OO. • Materiales EcoOlives para una experiencia de aprendizaje práctica. • Actividades de juego de roles para simular la toma de decisiones y la resolución de problemas relacionados con técnicas de comunicación con stakeholders y clientes de productos OO&OO y agricultura ecológica. • Agrupe a los participantes en equipos para trabajar en ejercicios (si corresponde).



	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades y ejercicios grupales que involucran a los estudiantes en la exploración de técnicas de comunicación: lo que se debe y lo que no se debe hacer con las partes interesadas y las preferencias de los consumidores, como discusiones grupales, debates y proyectos de investigación. • Discusiones en el aula y actividades grupales que alientan a los estudiantes a colaborar y aplicar lo que han aprendido (si corresponde). • Genere debates, pero no los domine, incluya el uso de materiales tangibles, cuestionarios en computadora portátil/en línea y otras tareas y preparación de trabajos. • Pizarra/pizarra y marcadores/tizas para ilustrar conceptos e ideas clave durante la lección. • Folletos u hojas de trabajo que resumen los puntos clave y brindan oportunidades para que los estudiantes practiquen sus habilidades de marketing, ventas y comunicación. • Base de datos, fuente de información sobre diferentes productos OO & OO, futuros eventos y competiciones: fechas, marco, requisitos y premios, etc. • Deje tiempo a los participantes para establecer contactos.
duración estimada	Aproximadamente 60 minutos

4.6.1 El proceso de investigación de mercados

Tema	El proceso de investigación de mercados.
Apuntar	<p>Los alumnos deben comprender el proceso de investigación de mercado y su importancia en el desarrollo de estrategias de marketing efectivas para una empresa. Al final de la unidad, los estudiantes deberían poder identificar los pasos involucrados en el proceso de investigación de mercados, como identificar el problema, desarrollar un plan de investigación, recopilar y analizar datos y presentar los resultados. Además, los estudiantes deben poder distinguir entre métodos de investigación primarios y secundarios y comprender los tipos de análisis que se pueden utilizar para evaluar los datos. En última instancia, los estudiantes deberían poder utilizar el conocimiento adquirido a partir de este contenido para crear un informe de investigación que resuma sus hallazgos y ofrezca recomendaciones para mejorar las estrategias de marketing.</p>



Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none">1. Comience explicando los conceptos básicos de la investigación de mercados y su importancia en la toma de decisiones comerciales.2. Enfatice la importancia de identificar el problema o cuestión que debe abordarse en la investigación de mercados.3. Introducir los diferentes métodos de recopilación de datos, como encuestas, entrevistas y grupos focales.4. Explicar la diferencia entre datos cualitativos y cuantitativos y cómo se utilizan en la investigación de mercados.5. Enseñar los diferentes tipos de análisis, como la investigación exploratoria, descriptiva y causal.6. Utilice ejemplos y estudios de casos para ayudar a los estudiantes a comprender cómo se utiliza la investigación de mercados en escenarios del mundo real.7. Anime a los estudiantes a hacer preguntas y participar en discusiones en clase.8. Asigne proyectos individuales o grupales para ayudar a los estudiantes a practicar la realización de investigaciones de mercados.9. Proporcionar comentarios y apoyo para ayudar a los estudiantes a mejorar sus habilidades de investigación.
Directrices para grupos avanzados	<ol style="list-style-type: none">1. Comience repasando los conceptos básicos de la investigación de mercados y su importancia en la toma de decisiones comerciales.2. Presente temas avanzados, como análisis de big data y modelos predictivos, y explique cómo se utilizan en la investigación de mercados.3. Analice los beneficios y desventajas de los diferentes métodos de investigación, incluida la investigación primaria y secundaria.4. Enseñar técnicas avanzadas de análisis de datos, como análisis de conglomerados y análisis de regresión.5. Analice cómo se puede utilizar la investigación de mercados para mejorar la experiencia del cliente, la percepción de la marca y el desempeño empresarial general.6. Utilice estudios de casos del mundo real para ayudar a los estudiantes a comprender cómo se puede aplicar la investigación de mercados en escenarios comerciales complejos.7. Anime a los estudiantes a participar en el pensamiento crítico y la resolución de problemas presentándoles preguntas de investigación desafiantes.





	<ol style="list-style-type: none"> 8. Asignar proyectos grupales que requieran que los estudiantes desarrollen un plan integral de investigación de mercados. 9. Proporcionar comentarios y apoyo para ayudar a los estudiantes a desarrollar habilidades de investigación avanzadas.
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarras blancas o rotafolios como ayuda visual durante conferencias o sesiones de lluvia de ideas. • Software de presentación como PowerPoint o Google Slides para crear informes y presentaciones de investigación. • Herramientas en línea para la creación de encuestas y análisis de datos, como SurveyMonkey o Qualtrics • Simulaciones o juegos de investigación de mercados para reforzar el aprendizaje de forma divertida e interactiva. Discusiones en el aula y actividades grupales que alientan a los estudiantes a colaborar y aplicar lo que han aprendido.
duración estimada	Aproximadamente 60 minutos

4.6.2 Análisis de casos de estudio

Tema	Análisis de casos de estudio.
Apuntar	La unidad espera que los alumnos comprendan la importancia de estrategias de marketing eficaces para promover y vender productos en un mercado competitivo. Enfatiza la necesidad de comunicar el valor de un producto al consumidor, no sólo su calidad intrínseca, sino también la calidad percibida por el mercado. La unidad también sugiere varias formas de diferenciar y promover un producto, como empaques personalizados, etiquetas informativas en la botella y brindar contenido relevante y valioso al consumidor. En última instancia, el texto pretende guiar a los alumnos en el desarrollo de sus estrategias de marketing añadiendo valor a sus productos y diferenciándose de sus competidores.
Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience introduciendo el concepto de marketing y su importancia en la promoción de productos. 2. Definir el público objetivo y la necesidad de diferenciación de la competencia. 3. Explicar la importancia de comunicar la calidad del producto al cliente y cómo afecta a sus decisiones de compra.





	<ol style="list-style-type: none"> 4. Analice las diversas estrategias de marketing que se pueden utilizar para hacer que un producto se destaque en el mercado. 5. Utilice ejemplos de campañas de marketing exitosas para ilustrar los conceptos. 6. Anime a los estudiantes a generar ideas para comercializar sus propios productos hipotéticos.
<p>Directrices para grupos avanzados</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comience con una revisión de los conceptos básicos del marketing y la identificación del público objetivo. 2. Analice las diversas estrategias que utilizan las empresas para diferenciarse de sus competidores. 3. Centrarse en la importancia de una comunicación eficaz de la calidad del producto y el papel que juega en las decisiones de compra de los clientes. 4. Analice campañas de marketing exitosas y analice los factores clave que contribuyeron a su éxito. 5. Anime a los estudiantes a aplicar sus conocimientos para desarrollar sus propias estrategias de marketing para productos existentes o hipotéticos. 6. Realizar estudios de casos de campañas de marketing exitosas y no exitosas y fomentar el análisis crítico y la evaluación de las estrategias empleadas.
<p>Recursos y materiales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarras y marcadores: las pizarras son excelentes para sesiones de intercambio de ideas en grupo donde las ideas se pueden escribir y discutir. • Rotafolios: Al igual que las pizarras blancas, los rotafolios se pueden utilizar para mostrar ideas y realizar un seguimiento del progreso realizado durante el trabajo en grupo. • Notas adhesivas: estas pequeñas notas adhesivas se pueden utilizar para escribir ideas y pegarlas en una pared o en un tablero para que todos puedan verlas y discutir las. • Fichas: Las fichas son una gran herramienta para organizar información y se pueden utilizar para diversas actividades grupales, como clasificar y clasificar ideas. • Escenarios y estudios de casos: Se pueden utilizar escenarios y estudios de casos para fomentar la discusión en grupo y la resolución de problemas. Estos materiales pueden presentarse en forma de escenarios escritos, videos o actividades de juego de roles.
<p>duración estimada</p>	<p>Aproximadamente 60 minutos</p>





Módulo 5 - Sostenibilidad y Certificación

Resumen del módulo	<p>El módulo 5 profundiza en el impacto de los diferentes procesos de la agricultura ecológica en el medio ambiente así como en el uso de los residuos de los cultivos y, finalmente, en los procesos de certificación de la aceituna y el aceite de oliva ecológicos. Durante el módulo se revisarán algunos aspectos como saneamiento, prevención de seguridad, productos secundarios y directivas y regulaciones de la UE.</p>
Objetivos del módulo: objetivos	<p>Entiende cómo hacer el mejor uso posible de tus cultivos respetando al máximo el medio ambiente. Conozca las certificaciones y normativas <u>sobre producción orgánica y etiquetado de productos orgánicos.</u></p>
Los resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer/Comprender/Identificar/Reconocer las diferentes certificaciones y normativas sobre producción ecológica y etiquetado de productos ecológicos. • Ser capaz de mantener la explotación ecológica de forma respetuosa con el medio ambiente. • Ser capaz de identificar los productos secundarios y comprender cómo reutilizarlos.
Duración del Módulo	<p>Aproximadamente 2 horas</p>



Materiales necesarios	Pizarra/rotafolio, blocs y libretas para los participantes, rotuladores, proyector, ordenador portátil/PC, conexión a internet, pequeños envases de vidrio con las diferentes variedades de aceitunas disponibles localmente (en las épocas en que estén disponibles), pequeñas copias de los equipos utilizados en las etapas del cultivo del olivo -si están disponibles, materiales impresos de los estudios de caso contenidos en el currículo de la plataforma EcoOlives.
------------------------------	--

Unidad 5.1: Limpieza y saneamiento de plantas

Tema	Conozca la importancia de la limpieza, el mantenimiento y el impacto ambiental en la producción de alimentos, enfocándose en prácticas adecuadas.
Apuntar	Aprenda sobre limpieza, mantenimiento e impacto ambiental en relación con la producción de alimentos, específicamente en el contexto de la seguridad alimentaria y la calidad de los productos agrícolas.





Pautas para grupos de principiantes

1. Introducir el concepto de limpieza y sanidad en la producción de alimentos y resaltar su importancia para garantizar la calidad y seguridad de los productos.
2. Explicar los riesgos asociados a una mala gestión de la limpieza y sanitización en el proceso de producción de alimentos.
3. Presentar prácticas adecuadas de limpieza y saneamiento en todas las etapas desde el campo hasta el mercado, enfatizando los puntos críticos donde puede ocurrir contaminación y propagación de microorganismos dañinos.
4. Describir el papel de los desinfectantes y su incorporación en las prácticas de limpieza y lavado para prevenir la transferencia de patógenos transmitidos por los alimentos.
5. Explicar las recomendaciones y normativas específicas para la producción ecológica respecto al uso de desinfectantes y productos químicos, haciendo hincapié en la limitación de su uso y las condiciones que establece la normativa.
6. Discutir inquietudes relacionadas con los efectos ambientales y la toxicidad de los desinfectantes y promover el uso de métodos alternativos siempre que sea posible.





<p>Directrices para grupos avanzados</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar una revisión integral de los principios y prácticas actuales de limpieza y saneamiento en la producción de alimentos. 2. Analizar los retos específicos a los que se enfrentan los profesionales del ámbito de la limpieza y el saneamiento en relación con la calidad y seguridad alimentaria. 3. Explore en detalle los desinfectantes y otros químicos utilizados en la industria alimentaria, incluida su clasificación, toxicidad y efectos sobre los organismos y el medio ambiente. 4. Examinar los lineamientos y regulaciones vigentes, tanto a nivel nacional como internacional, para el uso de desinfectantes y químicos en la producción de alimentos. 5. Presentar estudios de caso y ejemplos de buenas prácticas de limpieza y saneamiento en diferentes contextos de producción de alimentos. 6. Analizar tecnologías emergentes y enfoques innovadores en limpieza y saneamiento, como la desinfección con luz ultravioleta, la ozonización y la nanotecnología. 7. Fomentar el debate y el intercambio de experiencias entre profesionales, y promover la colaboración para mejorar las prácticas de limpieza y saneamiento en la industria alimentaria.
<p>Recursos y materiales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra/rotafolio • blocs de papel/cuadernos de notas para los participantes • marcadores • computadora portátil/ordenador personal • proyector • Presentación de Powerpoint
<p>duración estimada</p>	<p>Aproximadamente 15 minutos</p>

5.1.2 Minimizar el impacto ambiental

<p>Tema</p>	<p>Minimización del impacto ambiental en la agricultura ecológica.</p>
--------------------	---





Apuntar	<p>Conozca las medidas y acciones que se deben tomar en agricultura orgánica para minimizar el impacto ambiental. Los alumnos aprenderán sobre la prohibición de ciertos productos sintéticos, el uso limitado de insumos externos y los efectos positivos que tiene la agricultura orgánica en el medio ambiente.</p>
Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la agricultura orgánica y sus principios. 2. Explicación de las normas y reglamentos relacionados con la producción orgánica y el etiquetado de productos orgánicos. 3. Discusión sobre la prohibición de productos sintéticos y el uso limitado de insumos externos. 4. Exploración de prácticas sostenibles para mantener la salud del suelo, los ecosistemas y las personas. 5. Exposición de los efectos positivos de la agricultura orgánica sobre el medio ambiente, el clima, la biodiversidad, el bienestar animal, los ingresos de los agricultores y el desarrollo rural.
Directrices para grupos avanzados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión de los fundamentos de la agricultura ecológica y su importancia para minimizar el impacto ambiental. 2. Análisis detallado de las normas y regulaciones vigentes relacionadas con la producción orgánica y el etiquetado de productos orgánicos. 3. Estudio de caso y ejemplos de buenas prácticas en agricultura orgánica para reducir el impacto ambiental. 4. Exploración de técnicas avanzadas de manejo de suelos, control de plagas y fertilización en agricultura orgánica. 5. Investigación de tecnologías y metodologías innovadoras que promuevan la sostenibilidad en la agricultura orgánica. 6. Discusión sobre los beneficios económicos, sociales y ambientales de la agricultura orgánica y su papel en el desarrollo sustentable. Solicitar a SS que cuenten qué características y prioridades los han orientado en su experiencia en la selección de cultivares y plantas para trasplante.
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra/rotafolio • blocs de papel/cuadernos de notas para los participantes • marcadores • computadora portátil/ordenador personal





	<ul style="list-style-type: none"> • proyector • Presentación de Powerpoint
duración estimada	Aproximadamente 10 minutos

5.1.3 – Prevención de incendios y otras salvaguardias

Tema	Tema principal del texto: Prevención de incendios y otras medidas de seguridad
Apuntar	Conozca los lineamientos y recomendaciones para prevenir incendios y garantizar la seguridad en construcciones para la agricultura. Las personas que reciban la formación aprenderán sobre medidas de protección estructural, equipos contra incendios, sistemas de alarma, evacuación, suministro de agua y formación necesaria para la protección contra incendios en el ámbito agrícola.
Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la importancia de la prevención de incendios en construcciones agrícolas. 2. Explicación de la Confederación de Asociaciones de Protección contra Incendios en Europa (CFPA E) y su papel a la hora de facilitar y apoyar las actividades de protección contra incendios. 3. Identificación de riesgos de incendio comunes en edificios agrícolas y su relación con materiales, equipos y almacenamiento inflamables. 4. Presentación de las directrices para la protección estructural, como la planificación de zonas de seguridad entre edificios y el uso de equipos adecuados para la extinción de incendios. 5. Discusión sobre sistemas de alarma, evacuación segura y medidas de prevención para evitar el inicio de incendios. 6. Información sobre las causas más comunes de incendios en explotaciones agrícolas, como fallos en sistemas eléctricos, equipos mecánicos, calefacción y trabajos con fuego. 7. Introducción a la importancia de la formación en protección contra incendios para los agricultores y sus empleados.



Directrices para grupos avanzados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión detallada de las directrices y recomendaciones de la Confederación de Asociaciones de Protección contra
	<p>Incendios en Europa (CFPA E) en el contexto de las construcciones agrícolas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Análisis de casos prácticos y ejemplos de buenas prácticas en prevención y seguridad contra incendios en edificaciones agrícolas. 3. Exploración de la normativa nacional relacionada con la protección contra incendios en el ámbito agrícola y su aplicación. 4. Estudio de técnicas avanzadas de protección estructural, como tabiquería, zonas de seguridad y sistemas de ventilación adecuados. 5. Análisis de sistemas de alarma, métodos de detección temprana y tecnologías innovadoras en protección contra incendios agrícolas. 6. Consideraciones específicas sobre el suministro de agua para la extinción de incendios en entornos agrícolas y coordinación con los servicios de salvamento. 7. Desarrollo de programas de formación y sensibilización en protección contra incendios adaptados a las necesidades y condiciones de las explotaciones.
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra/rotafolio • blocs de papel/cuadernos de notas para los participantes • marcadores • computadora portátil/ordenador personal • proyector • Presentación de Powerpoint
duración estimada	Aproximadamente 15 minutos

Tema 5.2: Productos Secundarios.



Co-funded by
the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.
© 2022-2024. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).)





5.2.1 Recuperación y reutilización de subproductos derivados del aceite de oliva

Tema	Recuperación y reutilización de subproductos derivados del aceite de oliva.
Apuntar	Conozca la recuperación y valorización de los subproductos generados en la producción de aceite de oliva, centrándose en la obtención de compuestos de alto valor añadido, como tirosol, hidroxitirosol, oleocantal, oleuropeína, ligustrósido, escualeno, ácidos grasos, entre otros. Las personas que reciban la capacitación conocerán las tecnologías de extracción y caracterización de estos subproductos, así como su aplicación en la industria alimentaria y farmacéutica.
Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la importancia de la valorización y reutilización de subproductos derivados del aceite de oliva. 2. Presentación de las oportunidades de valorización de estos subproductos y obtención de compuestos de alto valor añadido. 3. Descripción de las tecnologías de extracción verde (PLE, SFE, etc.) utilizadas para recuperar los compuestos biológicamente activos presentes en los subproductos. 4. Discusión sobre la importancia de caracterizar los compuestos recuperados y conocimiento de sus propiedades biológicas y mecanismos de acción.
Directrices para grupos avanzados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión detallada de las tecnologías de extracción y caracterización utilizadas para la recuperación de compuestos valiosos de subproductos del aceite de oliva. 2. Análisis de los avances en investigación y desarrollo relacionados con la valorización de estos subproductos y la obtención de compuestos de alto valor añadido. 3. Estudio de las propiedades biológicas y mecanismos de acción de los compuestos recuperados, y su aplicación en la industria alimentaria y farmacéutica.





	<ol style="list-style-type: none"> 4. Análisis de políticas y enfoques de economía circular aplicados a la reutilización de subproductos del aceite de oliva. 5. Debate sobre tendencias y oportunidades de futuro en la valorización y reutilización de subproductos derivados del aceite de oliva.
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra/rotafolio • blocs de papel/cuadernos de notas para los participantes • marcadores • computadora portátil/ordenador personal • proyector • Presentación de Powerpoint
duración estimada	Aproximadamente 10 minutos

5.2.2 Aguas residuales

Tema	Aguas residuales generadas durante la extracción del aceite de oliva.
Apuntar	<p>Conoce el tratamiento y gestión de las aguas residuales generadas durante el proceso de extracción del aceite de oliva, centrándonos en el caso concreto de las aguas residuales conocidas como “Aguas Residuales de Almazara” (OMWW). Las personas que reciban la formación conocerán la composición de las aguas residuales de almazara, sus propiedades fertilizantes y los retos asociados a su eliminación por la presencia de sustancias fitotóxicas y biotóxicas.</p>



Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a las aguas residuales generadas durante la extracción del aceite de oliva y su importancia en cantidad y composición. 2. Descripción de la composición básica de las aguas residuales de almazara, incluyendo su contenido en agua, compuestos orgánicos e inorgánicos. 3. Explicación de las propiedades fertilizantes de las aguas residuales de almazara 4. Presentación de los retos asociados al vertido de aguas residuales de almazara por la presencia de sustancias fitotóxicas y biotóxicas.
	<ol style="list-style-type: none"> 5. Discusión sobre la biodegradabilidad de las aguas residuales de almazara y su idoneidad como fertilizante o agua de riego.
Directrices para grupos avanzados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis detallado de la composición de las aguas residuales de almazara y de su variabilidad en función de diversos parámetros. 2. Estudio de las propiedades fertilizantes de las aguas residuales de almazara y su potencial uso como fertilizante de bajo coste y abundante disponibilidad. 3. Análisis de las sustancias fitotóxicas y biotóxicas presentes en las aguas residuales de almazara y sus efectos en el vertido y reutilización de aguas residuales. 4. Revisión de las técnicas de tratamiento y depuración utilizadas para eliminar sustancias fitotóxicas y biotóxicas de las aguas residuales de almazara. 5. Exploración de alternativas sostenibles para la gestión de las aguas residuales de almazara, como el uso de procesos de tratamiento biológico o la aplicación de técnicas de valorización energética.
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra/rotafolio • blocs de papel/cuadernos de notas para los participantes • marcadores • computadora portátil/ordenador personal • proyector • Presentación de Powerpoint
duración estimada	10 minutos



5.3 Certificación

5.3.1 – Certificaciones orgánicas, bio y eco: similitudes y diferencias

Tema	Aguas residuales generadas durante la extracción del aceite de oliva.
Apuntar	Explique las similitudes y diferencias entre las certificaciones orgánicas, bio y ecológicas, y proporcione una comprensión clara de los requisitos y estándares asociados con cada una. Los lectores aprenderán a distinguir entre estos términos y comprenderán cómo se regulan y aplican en la Unión Europea.
Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a las certificaciones orgánicas, bio y ecológicas y su importancia en el mercado de productos sustentables. 2. Explicación del término "eco" y su falta de regulación legal explícita. 3. Descripción de las certificaciones orgánicas y su enfoque en la producción sin el uso de pesticidas sintéticos, fertilizantes químicos, organismos genéticamente modificados (OGM) y aditivos artificiales. 4. Presentación de la certificación orgánica emitida por un organismo de inspección acreditado y el uso del logotipo o etiqueta orgánica de la UE en los productos. 5. Explicación del término "bio".





<p>Directrices para grupos avanzados</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis detallado de los requisitos y estándares asociados a las certificaciones orgánicas, bio y ecológicas en la Unión Europea. 2. Exploración de los procesos de certificación y acreditación de certificaciones orgánicas y bio, incluyendo la participación de organismos de inspección acreditados y legislación de la UE. 3. Comparación de los criterios utilizados en las certificaciones orgánicas y bio, enfatizando las diferencias en el uso de pesticidas, fertilizantes químicos, organismos genéticamente modificados y otros aditivos artificiales. 4. Discusión sobre los beneficios y limitaciones de las certificaciones orgánicas, bio y ecológicas, tanto para productores como para consumidores. 5. Análisis de las tendencias actuales del mercado de productos orgánicos, bio y ecológicos, y su impacto en la elección del consumidor y las estrategias comerciales de las empresas.
<p>Recursos y materiales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra/rotafolio • blocs de papel/cuadernos de notas para los participantes • marcadores • computadora portátil/ordenador personal • proyector • Presentación de Powerpoint
<p>duración estimada</p>	<p>15 minutos</p>

5.3.2 Directivas de la Comisión Europea



Tema	Regulaciones y normas para el aceite de oliva y la producción ecológica.
Apuntar	<p>Explicar las normativas y estándares asociados al comercio del aceite de oliva y la producción ecológica, centrándose en la normativa de la Unión Europea y la importancia de la certificación ecológica.</p> <p>Obtendrán información sobre los requisitos y controles necesarios para el comercio de aceite de oliva y la producción orgánica, así como las medidas para garantizar la calidad e integridad de los productos.</p>
Pautas para grupos de principiantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la normativa y normas aplicables al comercio del aceite de oliva, incluidas la Unión Europea, el Consejo Oleícola Internacional y el Codex Alimentarius. 2. Explicación de la normativa de la Unión Europea relativa al aceite de oliva, abarcando las características físicas, químicas y organolépticas, así como los métodos de análisis. 3. Descripción del reglamento ecológico de la Unión Europea (Reglamento 2018/848) y su alcance en la producción y etiquetado de productos ecológicos. 4. Presentación del sistema de certificación oficial para los operadores (productores, procesadores y distribuidores) que deseen obtener la certificación orgánica.
	<ol style="list-style-type: none"> 5. Explicación de los principios de la producción orgánica, que incluyen el respeto a los sistemas naturales, el mantenimiento de la salud del suelo, el agua y el aire, la exclusión de organismos genéticamente modificados y el uso responsable de los recursos naturales. 6. Información sobre los requerimientos de la agricultura orgánica en términos de fertilidad del suelo, diversidad genética, selección de variedades vegetales y ganadería.



Directrices para grupos avanzados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis detallado de la normativa y estándares establecidos por la Unión Europea para el comercio de aceite de oliva y de producción ecológica. 2. Exploración de las diferencias entre la normativa de la Unión Europea y las normas del Consejo Oleícola Internacional en materia de comercio de aceite de oliva. 3. Discusión sobre el Reglamento 2018/848 de la Unión Europea y su impacto en la producción ecológica y el etiquetado de productos ecológicos. 4. Análisis de los controles oficiales y medidas de cumplimiento establecidas para garantizar la integridad de los productos orgánicos y prevenir el fraude. 5. Evaluación de los requisitos y procedimientos para la importación de productos orgánicos de países fuera de la Unión Europea. 6. Exploración de las implicaciones y beneficios de la certificación orgánica para productores, procesadores y consumidores, así como el impacto en la confianza del consumidor y la promoción del logo orgánico de la Unión Europea.
Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra/rotafolio • blocs de papel/cuadernos de notas para los participantes • marcadores • computadora portátil/ordenador personal • proyector • Presentación de Powerpoint
duración estimada	30 minutos

5.3.3 Etiquetado

Tema	El uso del logotipo ecológico de la Unión Europea en el etiquetado de productos ecológicos.
-------------	--





<p>Apuntar</p>	<p>Explicar la normativa y requisitos asociados al uso del logotipo ecológico de la Unión Europea en el etiquetado de productos ecológicos. Los lectores conocerán las condiciones que deben cumplir los productos para llevar el logotipo, cómo debe aparecer en el etiquetado y cuándo está prohibido su uso.</p>
<p>Pautas para grupos de principiantes</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción al logotipo ecológico de la Unión Europea y su importancia en la identificación de productos ecológicos. 2. Explicación de las condiciones que deben cumplir los productos para llevar el logotipo, incluida la certificación por parte de un organismo o entidad de control autorizada. 3. Descripción de los requisitos para el contenido de ingredientes orgánicos en los productos (al menos 95%) y condiciones adicionales para el 5% restante. 4. Información sobre la visualización del logotipo. 5. Explicación de la obligatoriedad del logotipo en la mayoría de los productos preenvasados ecológicos y la posibilidad opcional de su uso en otros casos. 6. Descripción de las restricciones de uso del logotipo.
<p>Directrices para grupos avanzados</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis detallado de la normativa y requisitos para el uso del logotipo ecológico de la Unión Europea en el etiquetado de productos ecológicos. 2. Exploración de los criterios y procesos de certificación necesarios para que los productos lleven el logotipo. 3. Discusión sobre las condiciones estrictas para el contenido de ingredientes orgánicos en los productos (al menos 95%) y las medidas adicionales para el 5% restante. 4. Información sobre los requisitos de visualización del logotipo, incluido el tamaño mínimo y la combinación de colores estándar. 5. Análisis de los casos en los que se permite y no se permite el uso del logotipo, tales como productos importados, productos no preenvasados y productos en período de conversión. 6. Evaluación de las implicaciones y beneficios del logotipo orgánico de la Unión Europea para productores, procesadores y consumidores, incluida la confianza del consumidor y la promoción de productos orgánicos auténticos.





Recursos y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarra/rotafolio • blocs de papel/cuadernos de notas para los participantes • marcadores • computadora portátil/ordenador personal • proyector • Presentación de Powerpoint
duración estimada	15 minutos

Módulo 6 – Los olivares como parte del patrimonio cultural nacional

Título de módulo	Módulo 6.
Resumen del módulo	El módulo 6 profundiza en la historia, la cultura, las preferencias y las características específicas del país en la producción de aceite de oliva. Durante el módulo se repasarán las principales tendencias a lo largo de la historia del aceite de oliva y se identificarán las principales áreas de producción. Además, se revisará brevemente el aspecto cultural y se describirán las preferencias tanto a nivel general como específico del país socio. Finalmente, se presentarán breves estudios de casos de agroturismo de los países socios de España, Italia, Portugal, Chipre, Bulgaria y Alemania.
Objetivos del módulo: objetivos	El principal objetivo de la unidad es comprender el valor histórico del aceite de oliva para nuestra sociedad y la forma en que su uso se extendió a lo largo de los tiempos, los cambios sociales y la formación de la cultura del aceite de oliva en la actualidad;
Los resultados del aprendizaje	Al finalizar este módulo usted: Conocimiento: <ul style="list-style-type: none"> • Comprender la vasta historia de la producción de aceite de oliva a lo largo de los siglos.





	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los periodos clave de la historia del aceite de oliva • Comprender cómo el aceite de oliva se conecta con el patrimonio cultural • Identificar cómo cambiaron las preferencias por el aceite de oliva a lo largo del tiempo. • Comprender las realidades internacionales del aceite de oliva. Competencias y habilidades: • Ser capaz de captar las tendencias generales de la historia del aceite de oliva desde la Edad del Bronce hasta la actualidad; • Ser capaz de comprender y distinguir las diferencias culturales de producción y consumo de aceite de oliva en diferentes regiones; • Ser capaz de diferenciar entre los hábitos de producción y consumo de aceite de oliva;
Duración del Módulo	240 minutos

Unidad 1: Introducción

	6.1.1	6.1.2
Tema	Aceites de Oliva a través de los siglos	Preferencias culturales y petroleras (hábitos)
Apuntar	Introducir a los alumnos en la historia del aceite de oliva.	Introducir a los alumnos en los usos del aceite de oliva y los cambios en las preferencias de uso del aceite de oliva.
Pautas para grupos de principiantes	El formador debe presentar el tema iniciando una discusión con los alumnos sobre lo que saben sobre la historia del aceite de oliva.	El formador debe presentar el tema iniciando una discusión con los alumnos sobre para qué se utiliza el aceite de oliva.
Directrices para grupos avanzados	Ninguno	Después de la presentación, los alumnos pudieron discutir las posibilidades del aceite de oliva



		desde su perspectiva.
Recursos y materiales	Proyector, vídeo (breve historia del aceite de oliva en youtube, por ejemplo .)	proyector
duración estimada	30 minutos	30 minutos

Unidad 6.2. Cultura del aceite de oliva orgánico específica del país

	6.2.1.	6.2.2.	6.2.3.	6.2.4.	6.2.5	6.2.6
Tema	España	Italia	Bulgaria	Chipre	Portugal	Alemania
Apuntar	Introducir al alumno en la industria y las estadísticas del aceite de oliva español.	Introducir al alumno en la industria y las estadísticas del aceite de oliva italiano.	Introducir al alumno en la industria y las estadísticas del aceite de oliva búlgaro.	Introducir al alumno en la industria y las estadísticas del aceite de oliva chipriotas.	Introducir al alumno en la industria y las estadísticas portuguesas del aceite de oliva.	Introducir al alumno en la industria y las estadísticas del aceite de oliva alemán.
Pautas para grupos de principiantes	El formador debe presentar el tema en pantalla e iniciar una discusión sobre por qué y cómo el país es uno de los principales	El formador debe presentar el tema en pantalla e iniciar una discusión sobre por qué y cómo el país es uno de los principales	El formador debe presentar el tema como un estudio de caso de un productor de aceite de oliva menos	El formador debe presentar el tema en pantalla e iniciar una discusión sobre por qué y cómo el país es uno de los principales	El formador debe presentar el tema en pantalla e iniciar una discusión sobre por qué y cómo el país es uno de los principales productores de aceite de oliva del mundo.	El formador debe presentar el tema desde la perspectiva de un país no productor de olivos, sino como uno de los





	productores de aceite de oliva del mundo.	productores de aceite de oliva del mundo.	conocido.	productores de aceite de oliva del mundo.		principales consumidores.
Directrices para grupos avanzados	El formador debe iniciar un debate sobre cuáles son los beneficios y las deficiencias del mercado en comparación con otros países.	El formador debe iniciar un debate sobre cuáles son los beneficios y las deficiencias del mercado en comparación con otros países.	El capacitador debe iniciar una discusión sobre cómo el país podría mejorar sus cifras de producción.	El formador debe iniciar un debate sobre cuáles son los beneficios y las deficiencias del mercado en comparación con otros países.	El formador debe iniciar un debate sobre cuáles son los beneficios y las deficiencias del mercado en comparación con otros países.	El formador debe iniciar un debate sobre por qué el país es un actor importante en el mercado del aceite de oliva.
Recursos y materiales	Proyector	Proyector	Proyector	Proyector	Proyector	Proyector
duración estimada	10 minutos	10 minutos	10 minutos	10 minutos	10 minutos	10 minutos

Unidad 6.3. Agroturismo

	6.2.1.	6.2.2.	6.2.3.	6.2.4.	6.2.5	6.2.6
Tema	España	Italia	Bulgaria	Chipre	Portugal	Alemania



Apuntar	Introducir al alumno en el estudio de caso español	Introducir al alumno en el estudio de caso italiano	Introducir al alumno en el estudio de caso búlgaro	Introducir al alumno en el estudio de caso chipriota	Introducir al alumno en el estudio de caso portugués	Introducir al alumno en el estudio de caso alemán
----------------	--	---	--	--	--	---

	en agroturismo.	sobre agroturismo.	sobre agroturismo.	sobre agroturismo.	sobre agroturismo.	sobre agroturismo.
Pautas para grupos de principiantes	El formador debe presentar el tema en pantalla e iniciar una discusión sobre cuáles son los pros y los contras del estudio (qué aporta el estudio de caso al producto, al visitante, etc.).	El formador debe presentar el tema en pantalla e iniciar una discusión sobre cuáles son los pros y los contras del estudio (qué aporta el estudio de caso al producto, al visitante, etc.).	El formador debe presentar el tema en pantalla e iniciar una discusión sobre cuáles son los pros y los contras del estudio (qué aporta el estudio de caso al producto, al visitante, etc.).	El formador debe presentar el tema en pantalla e iniciar una discusión sobre cuáles son los pros y los contras del estudio (qué aporta el estudio de caso al producto, al visitante, etc.).	El formador debe presentar el tema en pantalla e iniciar una discusión sobre cuáles son los pros y los contras del estudio (qué aporta el estudio de caso al producto, al visitante, etc.).	El formador debe presentar el tema en pantalla e iniciar una discusión sobre cuáles son los pros y los contras del estudio (qué aporta el estudio de caso al producto, al visitante, etc.).





Directrices para grupos avanzados	El formador debe iniciar un debate sobre cómo este ejemplo de caso podría (o si	El formador debe iniciar un debate sobre cómo este ejemplo de caso podría (o si	El formador debe iniciar un debate sobre cómo este ejemplo de caso podría (o si	El formador debe iniciar un debate sobre cómo este ejemplo de caso podría (o si	El formador debe iniciar un debate sobre cómo este ejemplo de caso podría (o si	El formador debe iniciar un debate sobre cómo este ejemplo de caso podría (o si
--	---	---	---	---	---	---

	debería) replicars e en el entorno del alumno.	debería) replicars e en el entorno del alumno.	debería) replicars e en el entorno del alumno.	debería) replicars e en el entorno del alumno.	debería) replicars e en el entorno del alumno.	debería) replicars e en el entorno del alumno.
Recursos y materiales	Proyecto r					
duración estimada	20 minutos					

Módulo 7 – Conclusión y evaluación

Resumen del módulo	El módulo final tiene como objetivo guiar a los alumnos a través del proceso de creación de un plan de negocios y el proceso de evaluación una vez finalizado el curso.
Objetivos del módulo: objetivos	Los dos objetivos principales del módulo son crear un plan de negocios. y evaluar el progreso una vez finalizado el Curso EcoOlives





Los resultados del aprendizaje	<p>Al finalizar este módulo usted: Conocimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ser consciente de los beneficios de crear un plan de negocios • conocer los factores que pueden influir en la planificación empresarial • reconocer los avances realizados durante el curso EcoOlives <p>Competencias y habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser capaz de preparar y ejecutar un plan de negocios. • ser capaz de autoevaluar su progreso en el curso EcoOlives
Duración del Módulo	210 minutos

Unidad 7.1: Diseñar un plan de negocios

	7.1.1	7.1.2	Anexos
Tema	Introducción al plan de negocios.	Los siete subplanes	Anexos
Apuntar	El objetivo de esta lección es presentar a los alumnos la actividad del plan de negocios.	El objetivo de esta lección es profundizar en los 7 subtemas del plan de negocio	Poner en práctica el plan de negocio.



Pautas para grupos de principiantes	Presentar los conceptos básicos del concepto al alumno utilizando herramientas de presentación. Se debe presentar el tema al principiante y darle tiempo para discutir por qué es necesario y por qué debería considerarlo.	El formador debe presentar los 7 subplanes paso a paso a los alumnos y estar preparado para responder las preguntas.	Los formadores deben presentar los anexos/plantillas y explicar a los participantes qué son y qué deben hacer.
Directrices para grupos avanzados	Para grupos más avanzados se podrían omitir las definiciones básicas y profundizar más en el tema de los beneficios del plan de negocios, con	El capacitador debe presentar los esquemas de los 7 subplanes e iniciar una discusión sobre los beneficios y desventajas de los subplanes y si se deben realizar	Para los usuarios más avanzados, el formador debe guiar a los alumnos a través del proceso de finalización de un plan de negocios, debatir sobre los aspectos más

	lecturas adicionales incluidas.	adiciones específicas.	específicos y planificar un cronograma de finalización. Al final de la sesión, los alumnos deberían tener una idea más o menos abstracta de su propio plan de negocio.
Recursos y materiales	Proyector	Proyector	Proyector, folletos de los anexos.
duración estimada	30 minutos	60 minutos	60 minutos





Unidad 7.2 – Valoración y evaluación

	7.2.1	7.2.2
Tema	Preguntas de autoevaluación/abiertas	Preguntas de autoevaluación/opción múltiple
Apuntar	El objetivo de este ejercicio es que los alumnos autoevalúen su propio progreso en términos de cómo ven los beneficios y las deficiencias de la formación.	El objetivo de este ejercicio es comprobar la asimilación de la información del Curso de Formación EcoOlives y obtener la certificación de finalización.
Pautas para grupos de principiantes	El formador debe presentar las preguntas e iniciar una discusión abierta con los alumnos sobre las preguntas.	El formador debe repartir las preguntas del examen. El proceso debe completarse a través de la plataforma, pero es posible imprimir las preguntas para su revisión individual. En caso de preguntas impresas no se obtendrá la certificación.
Directrices para grupos avanzados	n / A	n / A
Recursos y materiales	Proyector y/o folletos de las preguntas.	Acceso a la plataforma EcoOlives y/o folletos

duración estimada	30 minutos	30 minutos
--------------------------	------------	------------

Anexos

Anexo 1: Ejercicios del módulo

Anexo 2: Autoevaluación para formadores