CAMBIANDO NUESTRO MUNDO

PEQUEÑOS CAMBIOS · GRANDES IMPACTOS

ÁMBITO:
Sostenibilidad Ecosicial

Del Aula al Mercado Global: Plan de Marketing y Canvas Sostenible para Chocolate San Plácido



Financia:

Junta de Andalucía
Consejería de Inclusión Social, Juventud, Familias e Igualdad
Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo

Implementa:

Paz & Desarrollo

1. ¿Para qué sirve esta acción? (Finalidad Pedagógica)

Esta propuesta multidisciplinar de carácter práctico vincula el aula con la realidad del comercio justo y la economía solidaria, utilizando el caso de la marca **Chocolate San Plácido** (creada por un grupo de productoras de cacao en Manabí, Ecuador) como espejo de aprendizaje. A través del diseño de un modelo Canvas, un plan estratégico y un plan de marketing operativo, el alumnado de 4º de ESO:

- **Comprende las cadenas globales de valor:** Analiza todo el proceso del cacao desde su origen agroecológico en Ecuador hasta la transformación en producto final envasado, valorando el impacto social y medioambiental.
- **Desarrolla competencias emprendedoras con enfoque ético:** Diseña estrategias comerciales reales (precios psicológicos, segmentación de clientes, canales de distribución gourmet y alianzas con organizadores de eventos) que ponen en valor la artesanía y la sostenibilidad frente al modelo industrial masivo.
- **Pasa a la acción mediante el diseño creativo:** Propone mejoras tangibles de packaging, modernización de logotipos con identidad visual atractiva e incorporación de tecnología (códigos QR con trazabilidad) para conectar el producto con consumidores conscientes.

2. Secuenciación Didáctica (Paso a Paso por Sesiones de 1 Hora)

El proyecto se despliega a lo largo de **4 sesiones de 60 minutos** diseñadas para el trabajo en equipos cooperativos:

- **Sesión 1: Sensibilización y Análisis del Entorno (El Origen del Cacao)**
  1. **Primeros 20 minutos:** Presentación del caso real de *Chocolate San Plácido* (Manabí, Ecuador) y contextualización del comercio justo frente a la explotación convencional del cacao.
  2. **Siguientes 35 minutos:** Trabajo en equipo para analizar las debilidades, fortalezas y retos del producto actual (empaquetado, posicionamiento y canales de venta).
  3. **Últimos 5 minutos:** Puesta en común rápida de las principales problemáticas detectadas por cada grupo.

- **Sesión 2: Creación del Modelo Canvas Sostenible**
  - **Primeros 15 minutos:** Explicación breve de las piezas clave del modelo Canvas enfocado a empresas de economía social.
  - **Siguientes 40 minutos:** Los equipos rellenan su propio lienzo Canvas adaptado a San Plácido, definiendo socios clave (cooperativas), actividades ecológicas, propuesta de valor (cacao fino de aroma) y segmentos de clientes concienciados.
  - **Últimos 5 minutos:** Validación interna y selección de la línea estratégica que seguirá cada grupo.

- **Sesión 3: Estrategia de Marca y Marketing Operativo (Producto y Precio)**
  1. **Primeros 15 minutos:** Definición de los pilares de marketing: rediseño de marca (*branding*) y fijación de precios estratégicos.
  2. **Siguientes 40 minutos:** El alumnado diseña el nuevo concepto visual (boceto del logotipo minimalista/ecológico) y calcula el precio de venta al público aplicando técnicas de precio psicológico (ej. 5,95 €) y márgenes viables para las productoras.

3. **Últimos 5 minutos:** Revisión del progreso de los prototipos visuales por parte del docente.



- **Sesión 4: Canales de Distribución, Promoción y Cierre (El Plan Global)**
  - **Primeros 15 minutos:** Lluvia de ideas sobre canales de distribución alternativos (tiendas gourmet, tiendas ecológicas, venta online y corporativa) y estrategias de promoción (storytelling y códigos QR de trazabilidad).
  - **Siguientes 40 minutos:** Estructuración de la campaña de comunicación final y preparación de una píldora de presentación (pitch) de 2 minutos por equipo.
  - **Últimos 5 minutos:** Conclusiones finales y valoración de cómo esta iniciativa conecta el aula con el apoyo real a las comunidades productoras del Sur Global.

3. Puesta en Marcha y Cierre Práctico

- **Devolución de Resultados:** El conjunto de trabajos y propuestas de marketing elaboradas por los grupos de 4º de ESO del IES Miguel de Cervantes se recopila y se canaliza como una aportación real y de apoyo directo a las productoras de cacao de San Plácido en Ecuador.
- **Impacto Motivacional:** La iniciativa demuestra al alumnado que su capacidad creativa puede dar respuesta a retos comerciales reales de economía social, consolidando un puente de aprendizaje mutuo entre Andalucía y el Sur Global.