

ACTIVITAT 3



Qui paga la publicitat?

Persones destinatàries	3r i 4t d'ESO, Batxillerat i Cicles Formatius, Universitat, Escola de Persones Adultes
Nombre de participants	Mínim 10 persones – Màxim 30 persones
Objectius	▪ Comparar les inversions de les multinacionals en publicitat amb els salaris dels seus treballadors i treballadores, així com els dels persones que el proveeixen de matèria primera. ▪ Prendre una actitud crítica respecte als missatges publicitaris de les grans marques. ▪ Fomentar el consum responsable, amb criteris de justícia social, respecte al medi ambient i als drets humans.
Metodologia	Aquesta unitat proposa unes activitats que es poden treballar tant individualment com en grups xicotets. Es poden anar variant les tècniques. En qualsevol de les modalitats és important que qui guia l'activitat done seguiment als processos de valoració de dades i elaboració de conceptes, i cerque els moments apropiats per a la posada en comú en el grup de classe.
Duració	120 minuts
Contingut	a) Conceptes: - Distribució de les inversions i grans inversions en publicitat b) Procediments: - Reflexió sobre els missatges publicitaris - Càlcul i reflexió sobre els percentatges de les inversions - Valoració crítica de l'actuació de les multinacionals c) Actituds: - Sensibilitat per la situació dels treballadors i treballadores del Sud en les multinacionals
Àrees curriculars	Matemàtiques i estadística, educació en valors, economia, geografia humana, relacions laborals, anglès
Materials	A càrrec de l'entitat on es fa l'activitat: aula amb cadires, fotocòpies, calculadora, projector i pantalla. Si és possible, ordinadors amb connexió a internet. Full de treball de desenvolupament de l'activitat.
Documents	Certificat d'activitat realitzada per justificació del projecte. Full d'avaluació de l'activitat de les persones participants. Full d'avaluació de l'activitat per part de l'entitat organitzadora.
Preu	Gratuït
Llengua	Valencià o castellà.

Material complementari Activitat 3

Proposta d'activitats:

Activitat 1: que necessitem i que ens ofereixen?

Es fan dos grups (de 4 ó 6 participants, segons el nombre de persones del grup o aula) i es reparteixen dos tipus de tasques entre els grups: (1) rol de departament de publicitat / (2) rol consumidors i consumidores.

1. Grup/s departament de publicitat:

Imagineu que sou part del departament de publicitat d'una gran empresa de cacau en pols per als desdjunis. El director general us ha encarregat les següents tasques:

- Posar-li un nom (marca) a un nou model cacau instantani.
- Elaborar un anunci publicitari del producte per a la ràdio (també pot ser un text, una imatge...). Primer enumera les característiques que es volen ressaltar.
- Després insereix un eslògan que anime a comprar-les.

*Una activitat alternativa és triar un anunci que els agrada entre els ja existents de diferents marques de cacau instantani, i identificar els valors i qualitats/ característiques ressaltades:

☞ Cola Cao en tu tazón, el desayuno campeón:
https://www.youtube.com/watch?v=z9YLYmj_gF8

☞ Spot Cola Cao Shake: ¡Agita tu mundo! <https://www.youtube.com/watch?v=UF6jgzLk3OU>

☞ Sé listo, pásate a Nesquik:
<https://www.youtube.com/watch?v=yfbUtAwbKgc>

2. Grup consumidores i consumidors:

Imagineu ara que en el repartiment de tasques d'aquesta setmana a casa us ha tocat comprar el cacau instantani i voleu fer una bona compra, decidiu fer un llistat de totes aquelles condicions que prendreu en compte per escollir el producte.

3. Plenari:

Es fica en comú el que han acordat els diferents grups i s'ompli el següent quadre, on es comparen els resultats: el text o textos publicitaris, i la demanda dels consumidors i les consumidores. En quins aspectes es corresponen i en quins no?

Qualitats ressaltades per la publicitat	Qualitats demandades per qui consumim

Creieu que la publicitat sol oferir el tipus d'informació que requereixen els consumidors i consumidores?

Activitat 2: els valors que es transmeten

Sabeu a quina empresa pertany aquest eslògan publicitari?



Amb quins valors o contravalors relaciones el missatge? De la següent llista assenyala aquells que cregues que tenen més relació amb el missatge. Completa la llista amb altres que se t'acudisquen:

- | | |
|----------------------|----------------|
| - Solidaritat | - Creativitat |
| - Cooperació | - Sensibilitat |
| - Superació personal | - Reflexió |
| - Competitivitat | - Acció |
| - Individualisme | - Llibertat |
| - Força | - Moda |

Per completar l'anàlisi escriu al costat de les paraules escollides un o dos termes que s'hi oposen. Per exemple, bellesa / lletjor, amiat / enemiat, amor / odi ...

Ara potser teniu més clars els valors o contravalors que ressalta aquesta publicitat, i per oposició, els que rebutja. Inventeu un nou eslògan publicitari que resumeixi aquestes idees.

Quina relació real trobeu que té el missatge publicitari amb la compra i el consum del cacau?

Per ampliar informació:

ColaCao és una marca de l'empresa *Idilia FOODS*. Al 2016 va facturar 173 milions, lleugerament per sota de la marca anterior (Nutrexpa). El benefici operatiu es va mantenir en els 29 milions. La plantilla suma 300 persones. (Informació disponible a la seua web)

Activitat 3: on es queden els diners?

Observeu el següent esquema que detalla el percentatge del preu d'una rajola de xocolata comercialitzada per una multinacional que correspon als diferents aspectes de la seua producció i comercialització:

- Pagament a qui produeix el cacau al camp: 5%
- Marge per a les tendes: 35%
- Processament i fabricació: 23%
- Màrqueting -publicitat- i distribució: 25%
- Altres: impost, transport...: 12%



NESTLÉ
Chocolate Negro sin Azúcar
Chocolate Negro sin Azúcar 125 Gr

1,85€
1,55€

(12,40 €/1 Kg)

Añadir

Continuar añadiendo productos

Calculeu amb aquestes dades quants euros dels quals paguem per una rajola de xocolata, es destinen a cada etapa del procés de fabricació-venda, tot tenint en compte el preu: 1,55€. Compara els diners que es destina a publicitat amb el qual es destina a pagar el cacau als qui ho produeixen. Què opines sobre aquesta distribució?, Et sembla justa?, Per què?

A continuació feu el càlcul abans que es posara en «oferta» la xocolata, quan costava 1,85€. On penseu que pot repercutir més aquesta rebaixa? Per què es pot fer una rebaixa de 0,35€?



Tableta de chocolate extra negro 72% BIO Haití

2,50 €

L'alternativa: el Comerç Just. El Comerç Just és un sistema comercial basat en el diàleg, la transparència i el respecte, que busca una major equitat en el comerç internacional prestant especial atenció a criteris socials i mediambientals. Contribueix al desenvolupament sostenible oferint millors condicions comercials i assegurant els drets de qui produeix el cacau o treballa en les plantacions, especialment en el sud. Així, la distribució del preu d'una rajola és diferent:

- Pagaments a qui produeix el cacau al camp: 9%
- Marges per a les tendes: 37% (del qual, un percentatge important es dedica a l'Educació i Sensibilització)
- Processaments i fabricació: 34%
- Màrqueting -publicitat- i distribució: 7%
- Altres: impostos, transport...: 13%

Calculeu amb aquestes dades quants euros dels quals paguem per una rajola de xocolata es destinen a cada etapa del procés de comercialització, tot tenint en compte el preu de l'exemple de la rajola de comerç just. Compareu aquesta distribució amb la distribució de la xocolata de comerç convencional i debateu sobre les diferències.

Distribució del preu d'una rajola de xocolata a les diferents fases del procés de cultiu, producció i comercialització. En euros.

	Comerç convencional de grans corporacions		Comerç Just
	Preu habitual	Preu rebaixat	
Pagament a qui produeix el cacau al camp	0,0925	0,0775	0,2250
Marge per a les tendes	0,6475	0,5425	0,9250
Processaments i fabricació	0,4255	0,3565	0,8500
Màrqueting -publicitat- i distribució	0,4625	0,3875	0,1750
Altres: impost, transport...	0,2220	0,1860	0,3250
Total	1,85	1,55	2,50

Figura: Marques xocolata, 2012. Font Makechocolatefair



Figura: Vendes mundials xocolata. Font Euromonitor International, 2012

Percentage of global sales on the chocolate and confectionery market in 2012

