

Projecte "Cacau Morvedre. Morvedre més Just". Exp. SOLEPD/2016/0059

CATÀLEG ACTIVITATS_FITXA 3

<p>Títol Activitat</p> 	<p>Qui paga la publicitat?</p>
<p>Persones desti- natàries</p>	<p>3er i 4art ESO, Batxiller.</p>
<p>Nombre de par- ticipants</p>	<p>Mínim 10 persones – Màxim 30 persones.</p>
<p>Objectius</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comparar les inversions de les multinacionals en publicitat amb els salaris dels seus treballadors i treballadores, així com els de les persones que el proveïxen de matèria prima. ▪ Prendre una actitud crítica respecte als missatges publicitaris de les grans marques. ▪ Fomentat el consum responsable, amb criteris de justícia social, respecte al medi ambient i als drets humans.
<p>Metodologia</p>	<p>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 doni seguiment als processos de valoració de dades i elaboració de conceptes, i busqui els moments apropiats per a la posada en comú en el grup de classe.</p>
<p>Duració</p>	<p>120 minuts.</p>
<p>Contingut</p>	<p>a) Conceptes: - Distribució de les inversions i grans inversions en publicitat.</p> <p>b) Procediments: - Reflexió sobre els missatges publicitaris. - Càlcul i reflexió sobre els percentatges de les inversions. - Valoració crítica de l'actuació de les multinacionals.</p> <p>c) Actituds: - Sensibilitat per la situació dels treballadors i treballadores del Sud en les multinacionals.</p>
<p>Areas curricu- lars</p>	<p>Llengua (castellana / valencià); matemàtiques i estadística; Educació en valors; Economia, geografia humana, relacions laborals, anglés.</p>
<p>Materials</p>	<p>A càrrec de l'entitat on es fa l'activitat: Aula amb cadires. Fotocòpies, calculadora, paper i boli. Projector i pantalla. Si es possible, ordinadors amb connexió a internet.</p>
<p>Documents</p>	<p>Certificat de activitat realitzada per justificació del projecte. Fulla d'avaluació de l'activitat de les persones participants. Fulla d'avaluació de l'activitat per part de l'entitat organitzadora.</p>
<p>Preu</p>	<p>Gratuït</p>
<p>Llengua</p>	<p>Valencià o castellà.</p>

Proposta d'activitats:

Activitat 1: que necessitem i que ens oferixen?

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

1. Grup/s departament de publicitat:

Imagineu que sou part del departament de publicitat d'una gran empresa de cacau en pols per als desdjunys. 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 animi a comprar-les.

(Una activitat alternativa és triar un anunci que els agradi entre els ja existents de diferents marques de cacau instantani, e identificar els valors i qualitats -característiques ressaltats).

👉 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, pasate 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 assenjala aquells que creguis que tenen més relació amb el missatge. Completa la llista amb altres que se t'acudeixin:

- | | |
|----------------------|----------------|
| - 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 oposin. Per exemple, bellesa / lletjor, amistat / enemistat, 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 es 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)



Idilia Foods és una multinacional espanyola enfocada a oferir productes apetibles i d'alta qualitat, per a l'esmorzar o el berenar de tota la família. Algunes de les nostres marques formen part de les vides de casa nostra des de fa anys, alimentant generacions dia rere dia i aportant sempre el millor gust.

La nostra aposta per la qualitat, la feina ben feta i la proximitat amb el consumidor han convertit les nostres marques en líders del sector alimentari del país. Idilia Foods, però, és molt més que una companyia d'alimentació. Fomentar l'esport és un dels nostres objectius fonamentals i per aquest motiu és tan present en la nostra organització: donem suport a l'Equip Olímpic Espanyol a través del pla ADO.

Activitat 3: on es queden els diners?

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

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



NESTLE
Chocolate Negro sin Azúcar
Chocolate Negro sin Azúcar 125 Gr

1,85 €

1,55 €

(12,40 €/1 Kg)

Añadir

Continuar añadiendo

Calculeu amb aquestes dades quants euros dels quals paguem per una tableta 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 calcul abans de que es posara en «oferta» la xocolata, quan costava 1,85€. On penseu que pot repercutir més aquesta rebaixa? Per que es pot fer una rebaixa de 0,35€?

- 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 produir el cacau o treballa en les plantacions, especialment en el sud. Així, la distribució del preu d'una tableta és diferent: Pagament a qui produïx el cacau al camp: 9%
- Marge per a les tendes: 37% (del qual, un percentatge important es dedica a la Educació i Sensibilització)
- Processament i fabricació: 34%
- Màrqueting -publicitat- i distribució: 7%
- Altres: impost, transport...: 13%



Tableta de chocolate extra negro 72% BIO Haití

2,50 €

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

Distribució del preu d'una tabletta 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 produïx el cacau al camp	0,0925	0,0775	0,2250
Marge per a les tendes	0,6475	0,5425	0,9250
Processament 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