



Cofinanciado por
la Unión Europea



from **CHAINS** to **BRIDGES** toolkit

Guía from **CHAINS** to **BRIDGES**

La juventud unida por un consumo consciente

y una producción justa en las cadenas mundiales de suministro



Índice



Módulo 1 Entender los conceptos de las cadenas de suministro	06
1.1. Cómo funcionan las cadenas de suministro	06
1.2. Prácticas históricas que dieron forma al comercio mundial actual	09
<hr/>	
Módulo 2 Las personas y el planeta tras los productos	11
2.1 Repercusión en los derechos humanos	11
2.2 Impacto medioambiental y ecológico	14
<hr/>	
Módulo 3 Practica el consumo consciente y los cambios	16
3.1 ¿Por qué el apoyo activo?	17
3.2 Alfabetización mediática	22
3.3 ¿Por qué implicarse en el apoyo activo a las cadenas de suministro?	26
3.4 Dimensión europea	27
<hr/>	
Módulo 4 En práctica: medidas y métodos	28
<hr/>	
Actividades del consorcio	63
<hr/>	
Glosario	67

Reconocimientos

La guía From Chains to Bridges está dedicada a los profesionales de la formación, trabajadores en el ámbito de la juventud y educadores que defienden la justicia, los derechos humanos y la igualdad para las personas jóvenes en sus comunidades y en todo el mundo. Esperamos que esta guía sirva como recurso para quienes se están adentrando en la ética de la cadena de suministro y el comercio justo, con información accesible para apoyar su aprendizaje y apoyo activo.

Debemos un agradecimiento especial a los formadores y las formadoras en el ámbito de la juventud y personas expertas que han dedicado su tiempo y su esfuerzo a revisar, probar y mejorar esta guía. También agradecemos a participantes y formadores responsables del viaje de estudios a Bruselas, cuya pasión por el comercio justo y su compromiso con la justicia han sido el motor de este trabajo.

Esta guía ha sido posible gracias a la creadora del proyecto y trabajadora en el ámbito de la juventud Corinna Mittlbach y el enorme trabajo de nuestro equipo principal del proyecto: Hamza Al-Shayeb, Víctor González, Manuela Hiegesberger, Oana Laslău, Lennart Haack y Ulla Fricke.

Damos las gracias a la Unión Europea y a la Austrian National Agency (OeAD) por su apoyo financiero y su compromiso con el progreso del trabajo con jóvenes.





Cofinanciado por la Unión Europea

Aviso legal: Financiado por la Unión Europea. No obstante, las opiniones y puntos de vista expresados son exclusivamente de la autoría y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA se hacen responsables de los mismos.

Nombre del proyecto: From Chains to Bridges: la juventud unida por un consumo consciente y una producción justa en las cadenas mundiales de suministro En defensa de la justicia climática y los derechos humanos en todo el mundo.

Código del proyecto: 2023-2-AT01-KA220-YOU-000177429

Duración: 01/04/2024 24 - 31/03/2026

Sitio web: jugendeinewelt.at/engagement/bildungsarbeit/from-chains-to-bridges/

Socio del proyecto:

Jugend Eine Welt - Don Bosco Entwicklungszusammenarbeit | Austria | www.jugendeinewelt.at

Neo Sapiens SLU | España | www.neo-sapiens.com

Stowarzyszenie Jeden Świat SCI Poland | Polonia | www.poland.sci.ngo

Gutenberg | Rumania | www.gutenberg.ro

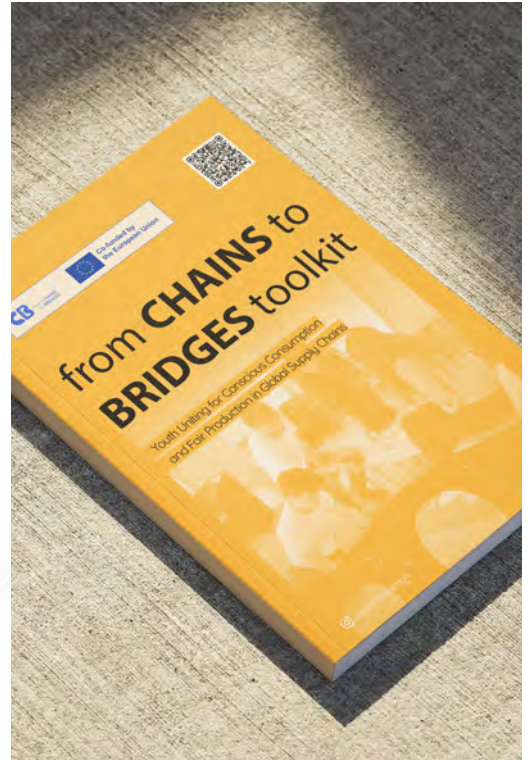
Don Bosco Mission | Alemania | www.donbosco.de/bildung

Colaboradores: Hamza Al-Shayeb, Víctor González, Manuela Hiegesberger, Oana Laslău, Lennart Haack, y Ulla Fricke.

Diseño gráfico: Hamza Al-Shayeb

Traducción al español: Paula Marrodán Montiel

Realizado en: Poznan, Polonia
diciembre de 2025



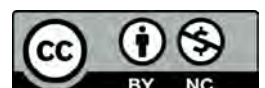
 **oead** Austria's Agency for Education and Internationalisation

 **from CHAINS to BRIDGES**

Socio del proyecto:



¡Usa la guía, compártela y cópiala! Eso sí, recuerda mencionar la guía original From Chains to Bridges.



¿Por qué leer esta guía?

¡Hola! Te damos la bienvenida al proyecto From Chains to Bridges y a la guía From Chains to Bridges. Este recurso busca orientar a profesionales de la formación y educadores por la teoría y la práctica de las actividades de aprendizaje no formal sobre cadenas de suministro.

Se trata de una guía diseñada para trabajadores en el ámbito de la juventud y educadores de nivel principiante e intermedio que quieran integrar el tema de la cadena de suministro en el trabajo con jóvenes.

Elaborada dentro del proyecto KA2, la guía trata de atender una necesidad clara: que las cuestiones relativas a la cadena de suministro sean utilizables y valiosas en el trabajo con jóvenes. El contenido y los métodos se basan en los valores de la justicia climática y los derechos humanos.

Por qué son importantes las cadenas de suministro en el trabajo en el ámbito de la juventud

Las cadenas de suministro son los mecanismos invisibles que conectan las consecuencias de las decisiones diarias con los sistemas globales. Definen de dónde proceden los productos, quiénes se aprovechan de su producción y cómo se distribuyen los costes ambientales y sociales. Para las personas jóvenes, entender las cadenas de suministro convierte problemas mundiales abstractos en cuestiones locales concretas que pueden investigar, cambiar y en las que pueden influir.

Las decisiones en este ámbito son las que impulsan las emisiones, la extracción de recursos y las condiciones de trabajo injustas. Conocerlas, permite a la juventud conectar el consumo con la justicia climática y social. Las personas jóvenes aportan perspectivas frescas, destreza digital y urgencia moral. Con pruebas, medios de apoyo activo y competencias en los medios, pueden lanzar campañas, cambiar el relato público y exigir justicia en las cadenas de suministro. Pueden tener influencia en la opinión y en las políticas

relativas al consumo ético, la obtención de recursos transparente y las condiciones laborales más justas.

Cómo utilizar esta guía en las sesiones de formación

Esta guía está estructurada en cuatro módulos principales. Cada módulo presenta resultados de aprendizaje, planes para las sesiones, notas para la persona responsable de la facilitación y recursos sugeridos. Siempre conviene adaptar el contenido al contexto local y a las necesidades del conjunto de participantes.

El Módulo 1. Entender el concepto «cadenas de suministro» presenta el proceso de la cadena de suministro y los conceptos básicos (como la obtención de recursos, la producción, logística o distribución). Sienta las bases para entender cómo toma forma la realidad del sistema de comercio internacional, tal y como lo conocemos.

El Módulo 2. Las personas y el planeta tras los productos explora las dimensiones éticas de las cadenas de suministro, derechos laborales, impacto medioambiental, igualdad y justicia climática. Propone actividades para poner en práctica estos conceptos, a través de competencias como el pensamiento crítico, el storytelling y la creación de campañas.

El Módulo 3. Practica el consumo consciente y cambia las cosas vincula el comportamiento de consumo y las realidades de la cadena de suministro a la alfabetización mediática y la práctica del apoyo activo. Aquí encontrarás consejos para evaluar declaraciones, identificar la desinformación, transmitir mensajes basados en datos y utilizar canales de comunicación como altavoz de la juventud, además de ejercer influencia en las personas responsables de la toma de decisiones.

El Módulo 4. En práctica: medidas y métodos está lleno de recursos y métodos para que el personal trabajador en el ámbito de la juventud imparta formación y medidas en la cadena de suministro. Este módulo incluye planes de sesiones listos para usar, juegos, ejercicios de cartografía comunitaria y plantillas de campañas para adaptar y poner en práctica. También encontrarás buenas prácticas procedentes de organizaciones con experiencia, que te ayudarán a desarrollar actividades con seguridad e impacto.



Módulo 1

Entender los conceptos de las cadenas de suministro

En este módulo, la guía presenta los conceptos clave relacionados con las cadenas de suministro. Aprenderás su funcionamiento y cómo muchas de las prácticas actuales están muy arraigadas en la historia colonial.

1.1. Cómo funcionan las cadenas de suministro

Piensa en algunos de los productos que usas a diario: el teléfono, una camiseta, una chocolatina. Todos ellos han hecho un recorrido largo y complejo, y eso es lo que llamamos «cadena de suministro». Esta cadena engloba todo el proceso, desde la extracción de recursos naturales, hasta que lo tiramos a la basura (si todo va bien, al reciclaje). A lo largo del trayecto, hay muchas manos, muchas decisiones y muchos sistemas. Si entendemos cada parte de este recorrido podremos identificar posibles problemas, así como los puntos que pueden cambiarse. Vamos a seguirlo, paso a paso:

Recursos naturales

Todo tiene su origen en la naturaleza: tanto el algodón de una

camiseta, como el cobalto de una batería o la madera de un mueble. La extracción de materias primas naturales puede tomar forma de minería, tala de árboles, cosecha o pesca. Estas materias primas suelen proceder de lugares remotos, como bosques, montañas u océanos, y esa extracción necesita de trabajo humano. Este trabajo lo realizan a menudo personas de la zona o comunidades enteras, cuyas vidas dependen de esos terrenos.

Esa fase puede plantear desafíos serios, pues puede destruir bosques, contaminar ríos y perjudicar a ecosistemas enteros. A veces, trabajadores y trabajadoras se enfrentan a condiciones peligrosas o reciben una remuneración muy baja. Otras, comunidades enteras se ven obligadas a dejar espacio a proyectos de extracción a gran escala. Cuando escuchamos historias sobre trabajo infantil en minería o explotación forestal ilegal, suelen ocurrir en la primera fase de la cadena de suministro.

Una vez extraídos los materiales, hay que transformarlos, lo que nos lleva a la siguiente fase: la producción.

NOTA PARA LA PERSONA RESPONSABLE DE LA FACILITACIÓN:

Al hablar del trabajo infantil, desplazamiento, contaminación o explotación, asegúrate de marcar unas normas básicas para que el debate sea respetuoso. Evita detalles gráficos y solicita consentimiento para compartir historias personales.

Producción

Las materias primas naturales rara vez se parecen al artículo final que compramos, pues pasan por distintos procesos de transformación. En las fábricas, se limpian, se refinan, se les da forma y se las convierte en productos. Algunos ejemplos pueden ser la transformación de petróleo crudo en plástico, de granos de cacao en chocolatinas o de metales y cristal en un smartphone.

Aunque existen fábricas en todo el mundo, muchas de ellas se concentran en países donde la mano de obra es más barata. En estas, el personal (a menudo compuesto por jóvenes o mujeres) pasa largas jornadas realizando tareas repetitivas, muchas veces en entornos difíciles o poco seguros. Por un lado, estas operaciones son supervisadas por

responsables, mientras que profesionales de la ingeniería se encargan de diseñar los procesos para organizarlas.

Aquí también pueden surgir problemas. A veces, las fábricas vierten sustancias perjudiciales en el aire o el agua, y el personal no recibe una remuneración justa ni tiene permitido organizarse para luchar por sus derechos. Son muchas las marcas que no publican dónde fabrican sus productos, así que es difícil saber si se han producido de forma ética.

Una vez que los productos finales están listos, no aparecen mágicamente en las tiendas, si no que se trasladan por ciudades, países y océanos, lo que nos lleva a la fase de transporte.

Transporte

El transporte conecta todas las partes de la cadena de suministro, ya sea mediante barcos que surcan los océanos o camiones que transitan por autopistas. Gracias a ellos, los productos recorren miles de kilómetros antes de llegar a su destino definitivo. Por el camino, pueden parar en almacenes o cruzar varias fronteras, donde entran en juego la burocracia y las inspecciones de aduanas.

Las personas que hacen posible todo este desplazamiento (conductores de camiones, trabajadores portuarios, personal de almacén) suelen trabajar largas jornadas para que no se interrumpa el flujo de productos. Quienes planifican la logística coordinan rutas, hacen un seguimiento de los envíos y se aseguran de que todo llega a tiempo.

Pero el transporte es uno de los principales responsables de las emisiones de gases de efecto invernadero, en especial si es por aire o en grandes buques de carga. Asimismo, puede existir explotación o sobrecarga del personal, en especial en temporada alta de compras, como pueden ser Navidad o Black Friday, entre otras. Como hemos visto en los últimos años, el sistema global es frágil: pandemias, guerras o fenómenos meteorológicos pueden desencadenar rápidamente retrasos y escasez.

Tras este periplo, los productos llegan por fin a su punto de venta. Y hemos llegado al momento al que más acostumbrados estamos: su consumo.

Consumo

Esta es la fase en la que entramos tú, yo y cualquier persona que conozcas. Entramos a una tienda o echamos un vistazo a una web y elegimos algo que queremos comprar. La publicidad, el empaquetado o las tendencias influirán en nuestra elección, además de en cuándo, dónde y la frecuencia con la que compramos.

Entre bambalinas, hay toda una red de personas entre el producto y nuestras manos: personal de tienda, vendedores online, repartidores y comerciantes. Y al otro lado, las personas: quienes consumimos.

Nuestros hábitos de (sobre)consumo generan muchos problemas: a menudo compramos más de lo que necesitamos, bajo la influencia de la

NOTA PARA LA PERSONA RESPONSABLE DE LA FACILITACIÓN:

Utiliza ejemplos locales e invita al grupo a compartir experiencias que hayan vivido. Sustituye ejemplos técnicos o que puedan resultar ajenos con productos adecuados a nivel local (un snack popular, una marca de ropa o un modelo de teléfono habitual en el grupo).

moda rápida, las rebajas y la publicidad constante. Hay muchos productos diseñados para usarlos durante poco tiempo y tirarlos. En este contexto, el acceso a los productos es desigual en las distintas partes del mundo, con zonas que consumen mucho más que otras. Como verás a lo largo de esta guía, este solo es otro de los ámbitos que ponen de manifiesto las desigualdades entre el norte global y el sur global.

Por supuesto, cualquier producto que compremos llegará en algún momento al fin de su vida útil. Esto nos lleva a la última fase: la gestión de residuos.

Gestión de residuos

Cuando ya no utilizamos un producto, se convierte en un residuo. Quizá termine en la basura, reciclado o donado a otra persona. Pero hasta los residuos siguen su propio recorrido.

La gestión de residuos engloba su recogida,



clasificación y eliminación. A veces, en vertederos o incineradores, otras, a través de sistemas de reciclaje. En muchas partes del mundo, existen trabajadores informales que buscan en la basura para recuperar materiales valiosos. También hay personas que trabajan en plantas de reciclaje o servicios de higiene.

Los problemas existentes son urgentes. Muchos de nuestros residuos, en especial los electrónicos o el plástico, no se gestionan de la forma adecuada, por lo que terminan contaminando ríos, provocando daños a la fauna o plantados en vertederos durante siglos. Hay países que incluso envían sus residuos a zonas más pobres, lo que genera injusticia medioambiental. No obstante, si somos conscientes de la procedencia de los residuos y de su relación con el resto de las fases, podemos cambiar nuestra forma de pensar con respecto a lo que compramos, cómo lo utilizamos y cómo nos deshacemos de ello.

Por ello, la cadena de suministro es más que una serie de procesos empresariales, es una red de historias humanas, repercusiones medioambientales y decisiones éticas. Si tomamos conciencia de cada eslabón de la cadena, podremos ayudar a otras personas a verlo de forma más clara. Solo se puede actuar si existe sensibilización: el próximo paso es establecer cadenas de suministro más justas y más sostenibles para todos sus integrantes.

1.2 Prácticas históricas que dieron forma al comercio mundial actual

Algunas prácticas históricas como la colonización, el mercantilismo, la trata esclavista, la industrialización y las políticas modernas de comercio han dado lugar a las estructuras de cadenas de suministro que vemos en la actualidad. Estas han dado lugar a una distribución desigual de los recursos, han dado forma a los sistemas laborales y han desarrollado la lógica y los marcos legales que todavía configuran la producción y el comercio.



El mercantilismo (siglos XVI-XVIII) fue un sistema económico de comercio basado en la idea de que la riqueza de un país depende de su control sobre el comercio y los recursos. Las primeras políticas mercantilistas y compañías privilegiadas crearon sistemas de extracción y exportación de larga distancia. Priorizaban las industrias urbanas y las prácticas legales y financieras que apoyaban una economía basada en las exportaciones. Dadas las necesidades de flujos de suministro para las exportaciones, el mercantilismo también generó una demanda de mano de obra masiva y barata para extraer materias primas de las colonias de la forma más eficiente posible.

NOTA PARA LA PERSONA RESPONSABLE DE LA FACILITACIÓN:

Entender el orden de los hechos históricos ayuda a relacionar los productos con el poder, los derechos laborales y la justicia medioambiental, básica para practicar el apoyo activo y las medidas éticas.

El comercio esclavista y los trabajos forzados (siglo XVIII, hasta mediados del XIX) llevó una enorme cantidad de personas y de riqueza material a las economías europeas. Esto aceleró la acumulación de capital y dio forma a la división del trabajo internacional. Los sistemas de beneficios, infraestructuras y bienes de consumo vinculados a la esclavitud ayudaron a financiar y a dirigir la expansión industrial inicial. Las prácticas laborales explotadoras y las geografías económicas desiguales que se crearon en este periodo todavía reflejan los patrones de obtención de recursos de la actualidad. El comercio esclavista no fue un accidente de la historia, sino el motor económico que mantenía en funcionamiento el sistema mercantilista. Era el medio para conseguir las materias primas para la industria europea, así como el capital necesario para financiar el siguiente gran salto económico.

La industrialización (del siglo XVIII a principios del XX) aumentó la escala de producción y logística y transformó la elaboración artesanal y la producción local en producción en masa en fábricas. Los avances en maquinaria, ferrocarriles, buques de vapor y, más adelante, el transporte

en contenedores hicieron posible el movimiento de mercancías de forma rápida y en mayores cantidades, mientras la urbanización requería el trabajo en fábricas. Estos cambios tecnológicos y organizativos crearon el modelo «de la fábrica al mercado» y centralizaron los sistemas de distribución, básicos en las cadenas de suministro modernas. La industrialización se financiaba y abastecía directamente a través del sistema esclavista-mercantilista. Las fábricas que definían la era moderna se construyeron a partir de capital procedente de la esclavitud, y se alimentaban de las materias primas extraídas por personas esclavas.

Las políticas modernas de comercio (1947-actualidad) y la liberalización económica trajeron consigo nuevas normas y estrategias corporativas a estas estructuras antiguas. La liberalización comercial, las corporaciones multinacionales y la externalización del siglo XX convirtieron la producción en una operación transfronteriza. Estos factores generaron redes complejas de suministro y diferencias en la normativa de los distintos países. A la vez, hay desarrollos de políticas nuevas que siguen la antigua lógica mercantilista. Los estados equilibran ahora los mercados libres con estrategias que protejan sus propias industrias y cadenas de suministro.



En pocas palabras, el sistema económico mundial en el que vivimos en la actualidad no se diseñó en igualdad de condiciones, sino que es descendiente directo de un sistema creado a partir de la extracción, la explotación y de una profunda desigualdad. Entender la historia es fundamental para entender los debates actuales sobre comercio justo, justicia económica y desigualdad global.

Módulo 2

Las personas y el planeta tras los productos

En este módulo, traspasaremos las fronteras de la mecánica básica de las cadenas de suministro para analizar su repercusión a nivel humano y medioambiental. Tendrás la oportunidad de aplicar el pensamiento crítico sobre la responsabilidad global y el cambio sistémico, y te presentaremos los conceptos clave de las cadenas de suministro, desde una perspectiva social y ecológica. Así, podrás moderar debates y actividades que relacionen los derechos humanos y las cuestiones medioambientales con los productos que utilizamos en nuestro día a día.

Declaración Universal de Derechos Humanos, artículo 23

Toda persona tiene derecho al trabajo, a la libre elección de su trabajo, a condiciones equitativas y satisfactorias de trabajo y a la protección contra el desempleo.



2.1 Repercusión en los derechos humanos

Derechos laborales y remuneración justa

Los derechos laborales no son simples normas del lugar de trabajo, son derechos humanos fundamentales recogidos en el derecho internacional. El Artículo 23 de la Declaración Universal de Derechos Humanos garantiza el derecho a unas condiciones justas y favorables de trabajo, igualdad salarial y protección frente al desempleo. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) ha identificado convenios básicos que prohíben el trabajo infantil, los trabajos forzados y la discriminación, y que protegen los derechos

de libertad de asociación y de negociar convenios colectivos.

Las cadenas de suministro mundiales desvirtúan a menudo estas medidas de protección. Como consecuencia de la herencia de los sistemas de comercio coloniales, la extracción de recursos y mano de obra baratas forman parte del tejido comercial del mundo. Estas desigualdades estructurales creadas por el sistema colonial persisten en la actualidad, reforzadas por numerosas industrias y marcas internacionales que todavía dependen de mano de obra con salarios bajos en el sur global para producir bienes de consumo en el norte global. Todo ello les permite minimizar costes y maximizar beneficios, normalmente a expensas de los derechos del personal.



El personal de la industria textil en Bangladés gana un salario mínimo de menos de 113 \$ al mes, mientras que se estima que el salario digno sería más del doble.

Definiciones

Trabajo infantil: trabajo perjudicial para la salud, desarrollo o educación de niños y niñas, lo que incluye tareas peligrosas o trabajos que interfieren con la asistencia al colegio.

Trabajos forzados: trabajos realizados bajo coerción o amenaza, que el personal no puede abandonar de forma libre, como el trabajo obligatorio o la trata.

Cuestiones principales:

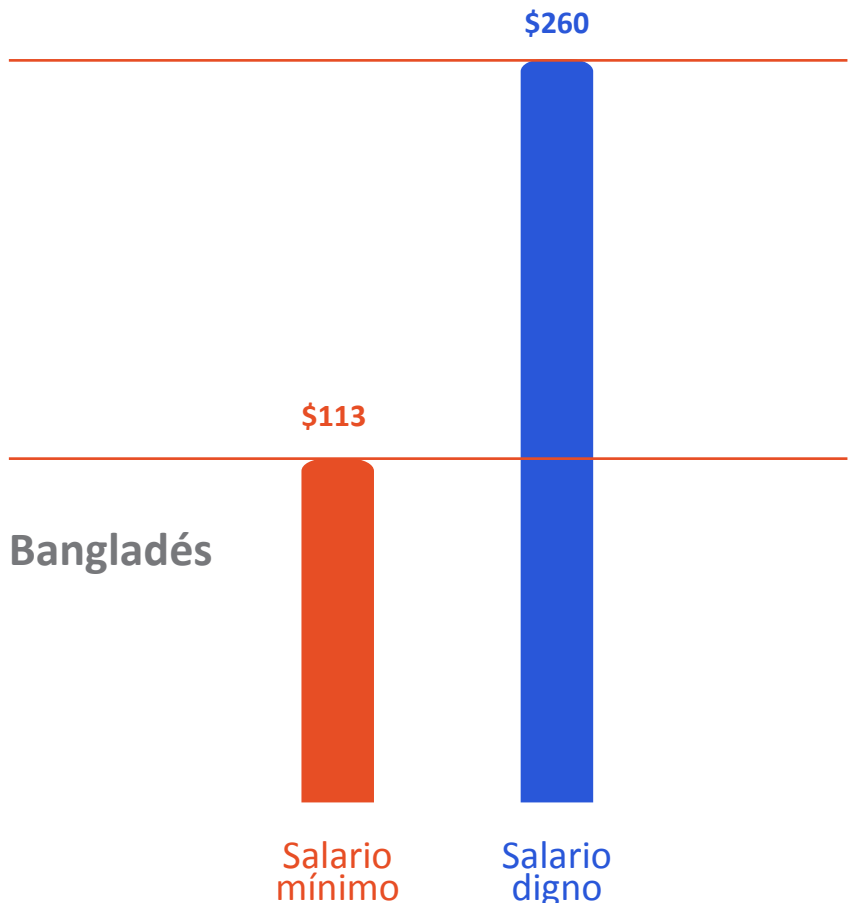
Trabajo infantil: millones de niños y niñas trabajan en condiciones peligrosas, en especial en la agricultura, la minería y la industria textil. Estas prácticas perpetúan los ciclos de la pobreza y niegan el acceso a la educación.

Trabajos forzados: el personal coaccionado a través de amenazas, la servidumbre por deudas o la trata continúan integrados en las cadenas de suministro, desde flotas pesqueras a proyectos de construcción.

Libertad de asociación: En muchos países, se impide al personal que cree sindicatos o pueden sufrir represalias si exigen un trato justo.

SALARIO MÍNIMO | SALARIO DIGNO

_____ en la industria de la confección _____





SALARIO MÍNIMO

La base legal establecida por los gobiernos, a menudo insuficiente para cubrir las necesidades básicas.

SALARIO DIGNO

Los ingresos necesarios para disfrutar de comida, alojamiento, sanidad, educación y dignidad.

Condiciones de trabajo y seguridad

Las condiciones de trabajo peligrosas son una cuestión recurrente a lo largo de la historia de las cadenas de suministro. Desde las minas coloniales hasta las fábricas textiles modernas, trabajadores y trabajadoras han sido sometidos a largas jornadas laborales con escasa ventilación, exposición a sustancias tóxicas y edificios carentes de seguridad. Todos estos riesgos no son accidentes de la historia, sino el resultado de presiones sistémicas para producir bienes de forma rápida y barata.

NOTA PARA LA PERSONA RESPONSABLE DE LA FACILITACIÓN:

Hablar sobre la explotación laboral puede ser duro. Equilibra la conversación con soluciones transformadoras y céntrate en el cambio sistémico más que en provocar la culpa personal

Las cadenas de suministro están diseñadas para maximizar la eficiencia y minimizar los costes. Esta presión constante lleva a los proveedores a hacer recortes en seguridad, ignorar

las quejas del personal o empujarlo a hacer un número excesivo de horas extra. Las marcas se aprovechan de los ciclos de producción rápidos y los precios bajos, pero, eso sí, a menudo evitan cualquier responsabilidad en caso de catástrofes, pues argumentan que las condiciones se escapan de su control. La realidad es que las prácticas de compra de las empresas internacionales, los plazos ajustados, los precios bajos y la demanda de flexibilidad contribuyen a esos entornos peligrosos de trabajo.

Ejemplos:

- Desastres mineros (siglos XIX-XX): las minas de carbón y minerales en Europa, América y África pusieron de manifiesto los peligros de las extracciones no reguladas. El personal sufría derrumbes, explosiones y respiraba polvo tóxico. Rara vez recibían equipos de protección y no tenían derecho a compensaciones. Estas tragedias dejaban clara la necesidad de normas de seguridad.
- Derrumbe de la fábrica Rana Plaza (Bangladesh, 2013): más de 1.100 trabajadores de la confección murieron y más de 2.500 personas resultaron heridas en el derrumbe de un edificio con varias fábricas. El personal ya había

avisado de grietas visibles en la estructura, pero se les obligó a volver a trabajar, bajo la amenaza de perder el salario. Esta catástrofe dejó en evidencia el coste humano de la moda rápida y dio lugar a campañas internacionales en favor de la transparencia y la seguridad, como el Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh (un acuerdo sobre seguridad contra incendios y en la construcción en Bangladesh).

Conexión entre cadenas de suministro

Las cadenas de suministro internacionales surgen de una idea sencilla: producir bienes de la forma más barata y rápida posible. Gracias a ellas, las empresas aumentan sus márgenes de beneficio, consumidores y consumidoras tienen acceso a productos baratos y los proveedores firman más contratos. Pero no es un modelo que beneficie a todo el mundo por igual. Para reducir costes, son muchas las empresas que externalizan la producción, con proveedores que se encuentran en regiones más baratas, a menudo, en el sur global. Por ejemplo, las fábricas de Bangladesh, Vietnam o Etiopía producen prendas para grandes marcas de moda, mientras que las de China o México ensamblan aparatos electrónicos. El personal de estas fábricas suele sufrir las malas condiciones y la falta de derechos mencionados en el apartado anterior.

Es así como se crea lo que denominamos vacío de responsabilidad. Las empresas se aprovechan del sistema, controlan el flujo de trabajo, fijan precios y establecen plazos. Y, aun así, asumen una

responsabilidad limitada de lo que pueda pasar en las fábricas de sus proveedores. En caso de abusos, las empresas suelen tomar distancia y refugiarse en que es un problema de sus subcontratistas o de los gobiernos locales. No obstante, la presión por reducir costes y hacer entregas rápidas sí que procede directamente de las propias empresas.

La estructura de las cadenas de suministro facilita la evasión de esta responsabilidad. El flujo de producción es complicado: una empresa trabaja con un proveedor, que puede subcontratar a fábricas más pequeñas que dependen de trabajadores informales. Con tanta intermediación, es más fácil ocultar cualquier tipo de explotación y que las empresas se distancien de esta. Tanto el trabajo infantil en campos de algodón, como los trabajos forzados en cargueros de pesca o las condiciones peligrosas en las fábricas de confección están relacionados con las decisiones tomadas por la grandes empresas, incluso si estas no son las que contratan al personal de forma directa.

Como responsable de la formación o persona que trabaja en el ámbito de la juventud, entender todo esto es fundamental, pues es una muestra de los sistemas humanos, el poder y la responsabilidad que hay detrás de las cadenas de suministro. Cualquier producto puede estar vinculado a una historia de trabajo, dignidad y explotación. Si das visibilidad a todas estas conexiones, podrás ayudar a personas jóvenes a ver por qué hace falta cambiar las cosas. Motívalas, infórmaselas y prepáralas para tomar medidas y exigir responsabilidad.

2.2 Impacto medioambiental y ecológico



Extracción de recursos y contaminación

Toda cadena de suministro nace en la naturaleza. La minería, las excavaciones, la explotación forestal y la agricultura proporcionan las materias primas para fabricar textiles, electrónica, comida y bienes

de consumo. Estas actividades provocan a menudo la destrucción de hábitats, la degradación del suelo y la contaminación del agua. Por ejemplo, el teñido de textiles es uno de los procesos industriales más contaminantes de agua dulce, pues vierte químicos sin tratar a los ríos.



La industria de la moda representa hasta el 20 % de las aguas residuales del mundo por los procesos de teñido y acabado.

Las empresas internacionales dependen de materias primas baratas, a menudo obtenidas de zonas con escasa protección medioambiental. De forma muy similar a lo que ocurre con los derechos humanos, esto genera un vacío de responsabilidad. Las empresas se aprovechan de la extracción, pero externalizan los costes medioambientales a comunidades y ecosistemas de otras partes del mundo.

Datos clave

- La industria de la moda representa hasta el 20 % de las aguas residuales del mundo por los procesos de teñido y acabado.
- La minería de cobalto en la República Democrática del Congo contamina el suelo y el agua, por lo que expone a la población a metales pesados tóxicos.
- La agricultura industrial contribuye a la deforestación y pérdida de biodiversidad, provocada por el monocultivo y el desmonte de tierras para el ganado.

Huella de carbono y cambio climático

Las cadenas de suministro son internacionales, lo que quiere decir que la mercancía recorre miles de kilómetros antes de llegar a sus clientes. Esto

NOTA PARA LA PERSONA RESPONSABLE DE LA FACILITACIÓN:

Evita abrumar al grupo de participantes solo con consecuencias negativas. Pon de relieve innovaciones como la moda circular, la logística de las energías renovables o las campañas zero-waste (residuo cero).

genera unos niveles importantes de emisiones de gases efecto invernadero procedentes del transporte por tierra, mar o aire. Hay conceptos como «millas alimentarias» y «millas de productos» que miden la distancia que recorren los productos, así como su impacto climático.

Las empresas diseñan las cadenas de suministro para obtener rapidez y rentabilidad, por lo que es habitual que ignoren las consecuencias climáticas. Es raro que, como consumidores, veamos las emisiones ocultas tras nuestros productos cotidianos.

Datos clave

- El transporte marítimo representa entre un 2 y un 3 % de las emisiones mundiales de CO₂, lo que lo convierte en uno de los medios que más emisiones genera.
- El transporte aéreo emite hasta 47-50 veces más de CO₂ por tonelada-kilómetro que el transporte marítimo, de modo que es el medio con un mayor nivel de emisiones.
- Las cadenas de suministro de moda rápida dependen del transporte rápido, lo que aumenta las emisiones en detrimento de la sostenibilidad.

Residuos y modelos lineales frente a circulares

El modelo principal de cadenas de suministro es lineal: obtener, fabricar, desechar. Las materias primas se extraen, y los productos se fabrican, se consumen y se tiran, lo que se traduce en enormes flujos de residuos, en especial en la industria textil y electrónica.

Es habitual que las empresas diseñen productos con ciclos de vida cortos (moda rápida, obsolescencia programada en la electrónica). Esto acelera el recorrido del producto hasta convertirse en residuo. En vez de esto, las empresas podrían diseñar productos duraderos, reparables y reciclables.

Datos clave

- En el mundo se producen 92 millones de toneladas de residuos textiles anualmente, con China y EE. UU. a la cabeza.
- En 2022, el mundo generó 62 millones de

toneladas de residuos electrónicos, y solo un 22 % se reciclaron de forma oficial. El resto terminó en vertederos o se exportó a países más pobres.

Conexión entre cadenas de suministro

Como hemos visto, las cadenas de suministro no se inician en fábricas o almacenes, sino en la propia naturaleza. Los bosques, suelos, ríos y minerales son los verdaderos proveedores de los productos que utilizamos a diario. No obstante, un sistema basado en el sobreconsumo fomenta la deforestación, la degradación del suelo y la pérdida de biodiversidad. La minería y la perforación dejan marca en cualquier paisaje y contaminan las fuentes de agua, a menudo en terrenos indígenas, donde su población se lleva la peor parte de los perjuicios ecológicos.

La realidad es que nuestras economías parten de los recursos naturales, y llegará el día en el que tengamos que devolver esta deuda ecológica. La extracción de recursos contribuye directamente al cambio climático, a través de las emisiones de gases de efecto invernadero. Y, en muchas ocasiones, las comunidades más afectadas por estas consecuencias son las que menos han contribuido al problema. Y esta es la esencia de la justicia climática: garantizar que grupos vulnerables, en especial las poblaciones indígenas y las comunidades con bajas emisiones, están protegidos frente a perjuicios que no han provocado y son compensados por ello.

Como persona que trabaja en el ámbito de la juventud, puedes ayudar a jóvenes a ver la conexión clara y consciente entre los productos que utilizan y su impacto en la naturaleza. Desde la extracción de las materias primas hasta el uso y eliminación, pasando por la fabricación y el transporte. Las personas jóvenes serán más capaces de evaluar la huella ecológica de un producto y tomar así decisiones más conscientes y fundamentadas sobre lo que compran si entienden todo el proceso. Si combinamos los recursos y la ayuda necesaria, estos conocimientos pueden dar un impulso al trabajo de apoyo activo que busca influir en políticas y cambiar sistemas.

Lista de recursos para la persona responsable de la facilitación:

- Documentales: The True Cost (moda), La historia de las cosas (corto de animación).
- Páginas web: Good On You (calificaciones de marcas), informes de transparencia de Fashion Revolution.
- Herramientas: Calculadora de la Environmental Paper Network, calculadoras de huella de carbono.

Módulo 3

Practica el consumo consciente y los cambios

Te damos la bienvenida al módulo tres. Aquí es donde pasamos de la concienciación a la práctica. Vamos a empezar con un concepto básico: el consumo consciente. Un primer paso importante sería tener más cuidado con cómo invertimos nuestro

dinero, pero las decisiones individuales no pueden arreglar por sí solas un sistema que no funciona. Entonces ¿cómo vamos más allá de las acciones personales?

El paso definitivo y fundamental es facultar a las personas jóvenes para que se conviertan en un apoyo activo del cambio sistémico.

El apoyo activo es el puente que une nuestra conciencia con la transformación del mundo real. Faculta a las personas jóvenes a desafiar las prácticas injustas de las cadenas de suministro internacionales y a exigir responsabilidades a empresas y responsables de políticas.

No obstante, si queremos ejercer este apoyo, hemos de saber ciertas cosas. Tenemos que ser capaces de distinguir lo real de lo falso. Las empresas y las marcas invierten miles de millones en publicidad y relaciones públicas para dar forma a nuestras percepciones. Nos cuentan historias atractivas sobre sus productos, historias de felicidad, comodidad y estilo. Pero es habitual que dejen intencionadamente fuera las partes más importantes de la historia.

Este módulo te dará las herramientas para descubrir esa historia oculta y utilizarla para motivar el cambio.



Consumo consciente: participa en la economía siendo consciente de cómo tus decisiones tienen un impacto en el medioambiente y en la sociedad en general.

3.1 ¿Por qué el apoyo activo?

El apoyo activo consiste en alzar la voz, movilizarse y ejercer influencia sobre responsables de la toma de decisiones para promover cambios. En las cadenas de suministro, el apoyo activo implica presionar a las empresas, gobiernos e instituciones para que asuman la responsabilidad tanto de las consecuencias humanas como medioambientales de sus operaciones. Practicar el consumo consciente es importante, pero los cambios sistémicos necesitan de medidas colectivas y de presión constante.

Las cadenas de suministro son complejas e internacionales, se extienden por distintos países y cuentan con millones de trabajadores y ecosistemas. Como ya hemos visto en los apartados anteriores, esta complejidad genera un vacío de responsabilidad: las empresas se aprovechan de la mano de obra y materias primas baratas, pero se desmarcan de los abusos del proceso. El apoyo activo exige responsabilidad, transparencia y justicia para llenar ese vacío.

Por qué el apoyo activo es importante en las cadenas de suministro

Protección de los derechos humanos: el apoyo activo evita

que se ignoren problemas como el trabajo infantil, los trabajos forzados y las condiciones de trabajo peligrosas. Las campañas juveniles han ejercido presión sobre marcas para que firmen acuerdos vinculantes, como el Bangladesh Accord on Fire and Building Safety tras la catástrofe del Rana Plaza.

Justicia medioambiental: el apoyo activo pone de relieve la huella ecológica de los productos, desde la deforestación a las emisiones de carbono. Los movimientos juveniles han ejercido presión para prohibir los plásticos de un solo uso y poner en marcha otros compromisos climáticos.

Justicia climática: el apoyo activo relaciona las consecuencias de la cadena de suministro con las desigualdades globales. Las comunidades menos responsables del cambio climático suelen ser las que más sufren. Las campañas dirigidas por jóvenes en la ONU y el Tribunal Internacional de Justicia han exigido el reconocimiento de estas injusticias.

Influencia en políticas: el apoyo activo puede dar forma a leyes y normativa, como la legislación obligatoria de diligencia debida en materia de derechos humanos en la UE, que exige a las empresas controlar y abordar abusos en sus cadenas de suministro.

¿En qué parte de la cadena actuar?



Moda

Apoyo activo en pos de la transparencia en la producción de ropa, pues es un sector donde la explotación laboral y las condiciones peligrosas son habituales. Presionar a las marcas para que publiquen con quién trabajan, paguen salarios dignos y utilicen materiales sostenibles.

Objetivo: grandes marcas y campañas de concienciación a consumidores.



Tecnología

Concentración en minerales de zonas de conflicto y residuos electrónicos. La electrónica va de la mano de la minería, relacionada con el trabajo infantil y condiciones de explotación en fábricas. Hemos de exigir una obtención de recursos ética, legislación de derecho a reparación y reciclaje responsable.

Objetivo: responsabilizar a las empresas tecnológicas de la cadena de suministro.



Comida

Abordar la explotación en sistemas agrícolas, desde el trabajo infantil en las plantaciones de cacao hasta los abusos a personal migrante. Apoyo activo al comercio justo, el salario digno y la obtención de recursos transparente.

Objetivo: supermercados, marcas alimentarias y compradores institucionales.



Venta al público

Regular los derechos del personal de tienda y almacén. Las cadenas de suministro en la venta al público incluyen centros de distribución con condiciones extenuantes, control extremo y contratos precarios. Ejercer apoyo activo para conseguir condiciones de trabajo seguras, horarios justos, derechos sindicales y salarios dignos.

Objetivo: grandes marcas, gigantes del comercio electrónico y operaciones con franquicias.

El apoyo activo consiste en entender en qué punto de la cadena intervenir y en saber quién ostenta el poder. Puede dividirse en tres niveles:

1. Apoyo activo a nivel comunitario (cambio de las normas locales)

- Centro de atención: consumo y eliminación, cómo se utilizan y se desechan los productos.
- Repair Cafés: organiza eventos donde se puedan arreglar ropa o aparatos electrónicos y planta cara a la cultura de usar y tirar.

- Campañas de comercio justo: colabora con cafeterías o tiendas locales para que tengan existencias de productos obtenidos de forma ética.
- Proyección de documentales: organiza proyecciones de documentales sobre condiciones laborales poco éticas o daños medioambientales en cadenas de suministro internacionales. Cierra con debates guiados para implicar al público local y motivar a una reflexión crítica.

2. Apoyo activo a nivel corporativo (cambio de prácticas empresariales)

- Centro de atención: extracción, producción y distribución y cómo las empresas obtienen y fabrican productos.
- Campañas en redes sociales: utiliza hashtags como #quienhacemiropa o #quéllévamiteléfono para exigir transparencia.
- Apoyo a marcas éticas: promueve y compra

en marcas certificadas por Fairtrade u otras etiquetas éticas.

- Accionistas activistas (avanzado): explora la forma en que inversores activistas presionan a las empresas para abordar cuestiones laborales y medioambientales.

3. Apoyo activo a nivel de políticas (cambio de las reglas del juego)

- Centro de atención: todo el sistema, las leyes y normas que rigen las cadenas de suministro.
- Apoyo activo al impuesto sobre el carbono: muestra apoyo públicamente (p. ej. firma y promueve peticiones) a políticas que exijan a empresas contaminantes el pago por las emisiones durante la fabricación y el transporte.
- Unión a movimientos globales: participa en iniciativas como Fashion Revolution o el movimiento Fair Trade a través de un grupo local o la organización de un evento.

Puesto injusto de chocolate caliente

Monta un puesto en una feria o evento donde todo el mundo pague un precio fijo por un chocolate a la taza, pero donde la cantidad de producto dependa del número que elijan, del 1 al 6. Con números del 1 al 5, obtendrán una diminuta taza tamaño «agricultor/a», mientras que, con el 6, conseguirán la taza grande de «empresario/a».

Esta actividad es un reflejo de la desigualdad integrada en las cadenas de suministro, donde los beneficios se concentran en manos de las personas propietarias. Entre tanto, quienes se dedican a la agricultura reciben solo una pequeña fracción del valor del producto final, a pesar de cultivar y exportar los granos que hacen posible ese chocolate.

Solo necesitas: chocolate caliente, tazas de dos tamaños (pequeña y grande), un puesto y una pizarra con números del 1 al 6 para que el público participe.



Recursos para el apoyo activo

Qué quiero conseguir: mi objetivo

Esta herramienta de reflexión es útil para que los participantes tengan clara la motivación y definan lo que quieren conseguir a través de su apoyo activo.

Antes de adentrarte en la planificación, es necesario

entender por qué te importa y para qué vas a trabajar.

Comparte tu objetivo con otras personas de tu grupo. Hablar con otras personas puede ayudarte a definir mejor tus objetivos y a encontrar puntos en común. Guarda lo que has escrito y vuelve a ello siempre que necesites recordar por qué empezaste.

QUÉ QUIERO CONSEGUIR: MI OBJETIVO

*Dedica un momento a pensar en qué es lo que te mueve: ¿Qué injusticia o problema quieres abordar?
Escribe una frase clara que describa tu objetivo y qué quieres conseguir a través de tus acciones.*

*Asegúrate de que tu objetivo sea:
Claro: fácil de entender y específico.
Inspirador: que te motive a ti y a otras personas a actuar.
Significativo: que refleje lo que verdaderamente te importa.*

Ejemplo: «Quiero que el personal de la confección gane salarios dignos para poder sustentar a sus familias con dignidad».



Cambios en el poder

Una vez que tengas claro el tema, esta herramienta visual te ayuda a identificar quién tiene el poder para impulsar ese cambio que quieres, y cómo ejercer influencia.

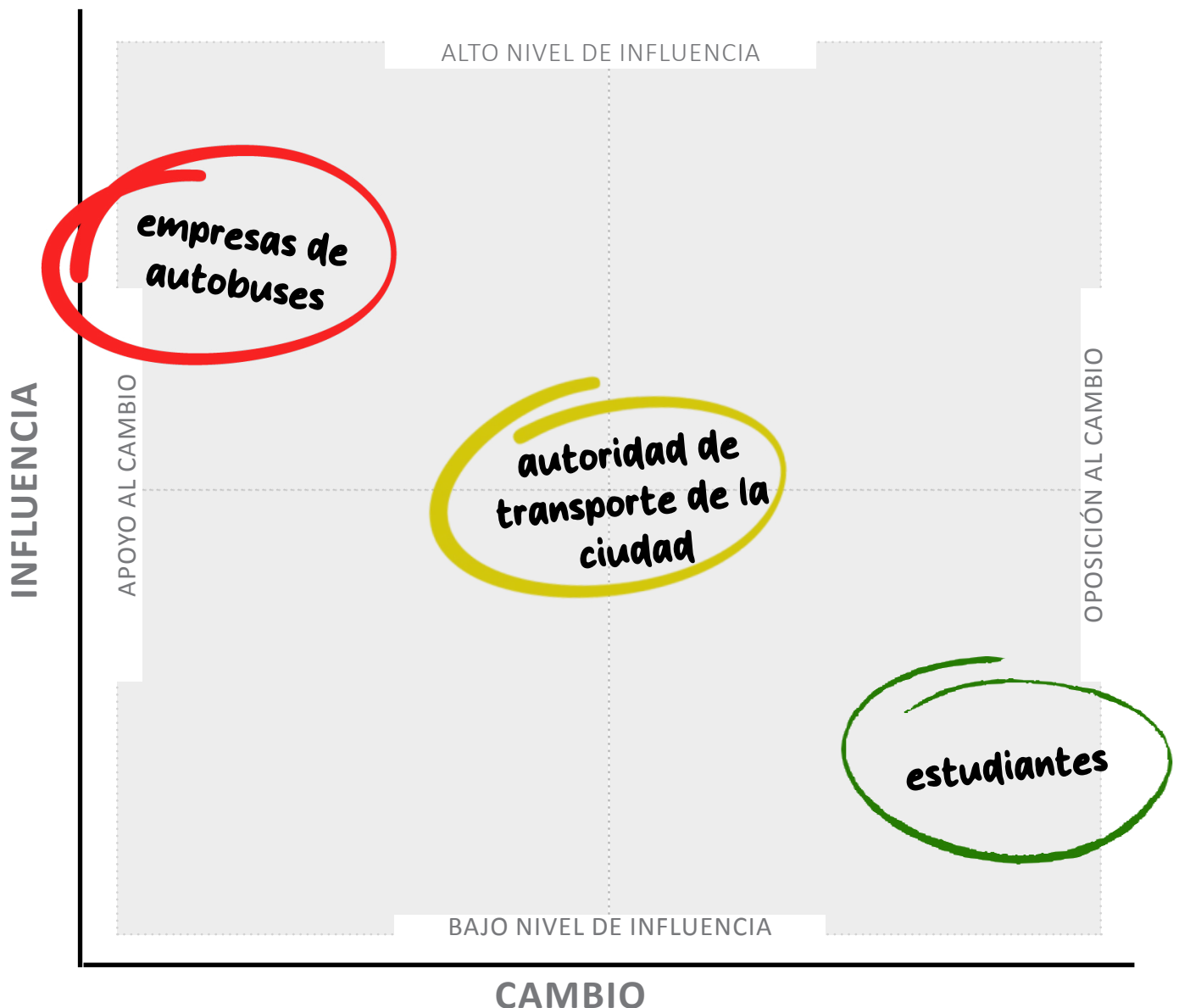
Cómo utilizarla:

1. Dibuja una diana con círculos concéntricos.
2. El centro representará a la persona responsable de las decisiones, la persona con más poder.
3. Identifica a otros agentes implicados clave y

sítúalos en el mapa en función de su nivel de influencia.

4. Codifícalos por colores: verde (posición aliada), amarillo (posición neutra), rojo (posición opuesta).
5. Identifica las conexiones entre las personas: ¿quién ejerce influencia sobre quién?
6. Planifica tu estrategia: convierte a las posiciones neutras en aliadas y presiona a las personas responsables de las decisiones a través de sus contactos.

Ejemplo: Si vas a hacer campaña para reivindicar un transporte público más seguro por la noche, la autoridad urbana de transportes estará en el centro de la diana, las empresas de autobús y la clase política local tendrán influencia, y el estudiantado y los grupos de seguridad comunitarios serán aliados. Establece vías para llegar a la autoridad a través de sondeos, visibilidad en redes sociales y presión de concejales que apoyen la propuesta.



3.2 Alfabetización mediática

Los medios tienen una función básica en nuestra vida diaria, seamos conscientes o no. Y no solo a nivel personal, sino también a nivel del trabajo en el ámbito de la juventud y el apoyo activo. Desde echar un vistazo a titulares hasta compartir novedades de campañas o reaccionar ante sucesos internacionales, estamos constantemente inmersos en avalanchas de contenido digital. Los medios de comunicación dan forma a las historias, a la percepción pública e incluso a las políticas, y

NOTA PARA LA PERSONA RESPONSABLE DE LA FACILITACIÓN:

Anima al grupo a que se haga algunas preguntas antes de comprar algo: «¿De verdad lo necesito?» «¿Podría comprarlo de segunda mano?» «¿Podría reparar lo que ya tengo?» «¿Qué opción me va a durar más?»

también ejercen influencia sobre nuestras personas. El contenido que consumimos y que difundimos puede influir sutilmente en nuestros valores, para bien o para mal.

Qué es la alfabetización mediática

La alfabetización mediática es la capacidad para acceder, analizar, evaluar y crear material mediático con conciencia crítica. En un entorno digital donde tanto los datos como la desinformación se difunden rápidamente, esta capacidad es fundamental para un apoyo activo eficaz.

Los medios de comunicación dan forma al discurso público y contextualizan los problemas de justicia social. Contar con una alfabetización digital implica entender la motivación de los mensajes, reconocer sesgos y saber la diferencia entre voces genuinas e intereses ocultos.

En el apoyo activo, necesitamos de los medios para concienciar y obtener apoyo. No obstante, los mensajes de los medios no siempre son neutros o precisos, en especial, si hay grandes intereses en juego. Titulares engañosos, historias financiadas y datos manipulados pueden cambiar la opinión pública de formas que transgreden los derechos



Entender este proceso nos ayudará a reconocer:

- El contenido mediático que desencadena respuestas emocionales
- Las emociones que influyen en nuestras prioridades y creencias
- Cómo estas dan forma a nuestras decisiones sobre lo importante
- Que las decisiones desencadenan acciones (o falta de estas)

humanos o la protección medioambiental. Sin una alfabetización mediática crítica, nos exponemos a difundir información falsa o reforzar estereotipos dañinos.

Cómo influyen los medios de comunicación en nuestro comportamiento

La lógica de la visibilidad de los medios es la que dicta lo que se viraliza, lo que gusta y lo que se ignora, y esto influye en qué cuestiones importan y cuáles se pasan por alto.

Según los últimos estudios, los medios dan forma a la percepción de la imagen corporal, el consumismo y las normas sociales. Los mismos mecanismos afectan a cómo percibimos los problemas de las cadenas de suministro como la desigualdad mundial, la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa. Los medios pueden inspirar para actuar y generar empatía, como ya vimos durante la pandemia de COVID-19, cuando se difundía información que salvaba vidas, pero también pueden llevar a engaño, polarizar y distraer.

Las plataformas digitales funcionan con la atención. Cuanto más se comparta o más «me gusta» tenga una publicación, mayor alcance tiene. Para cualquier persona que luche por la justicia en internet, esto crea un dilema: el deseo de hacerse viral frente a la obligación de comunicar de forma ética. Las redes sociales pueden brindar apoyo y atención a voces y problemas nuevos, pero también pueden simplificar situaciones complejas en eslóganes o transformarse en activismo performativo sin ninguna consecuencia real.

Como educadores y trabajadores en el ámbito de la juventud, el desafío es ayudar a las personas jóvenes a sortear estas dificultades con seguridad. Para ello, hemos de crear espacios donde cuestionen, reflexionen y exploren cómo las redes dan forma a su visión del mundo. Si utilizamos ejemplos reales y tendencias actuales, podemos dar pie al debate en vez de a los juicios rápidos. Cuando las personas jóvenes analizan narrativas alternativas, verifican afirmaciones virales o crean su propio contenido con integridad, recuperan el control. Si educadores y trabajadores en el ámbito de la juventud facilitan estos espacios con curiosidad y respeto, mostrarán que la alfabetización mediática no es cuestión de miedo, sino de poder, justicia y de valor para hablar con sinceridad en un mundo de algoritmos y estrés.

La Ley de la Cadena de Suministro de la UE (Directiva sobre diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad) muestra por qué la alfabetización digital es importante en el apoyo activo. Esta ley responsabiliza a las empresas de las violaciones de derechos humanos y los daños medioambientales en sus cadenas de suministro; un paso esencial hacia un comercio internacional ético. Los grupos de derechos humanos apoyan la ley y ponen de relieve la urgencia de proteger a trabajadores, comunidades y ecosistemas. Pero el debate tiene una carga política muy importante. Los lobbies industriales suelen oponerse a esta ley, con argumentos como la amenaza de la competencia en el mercado o la burocracia adicional que supone. Financian campañas, estudios y a influencers para que difundan su perspectiva.

La alfabetización digital implica hacerse preguntas críticas:

¿A quién le interesa esta narrativa? ¿Qué falta? ¿Es una opinión neutra?

Queremos que la gente joven tenga confianza para preguntar: ¿A quién le interesa esta narrativa? ¿Qué se está omitiendo? ¿Es esta información neutra? Si defendemos las cadenas de suministro, dar forma a la historia es tan importante como dársela a las políticas.

Recursos para la persona responsable de la facilitación:

<https://edoc.coe.int/en/media/11284-media-literacy-for-global-education-toolkit-for-youth-multipliers.html>

Demos poder a las mentes jóvenes

Las siguientes ideas de actividades te ofrecen inspiración sobre cómo ayudar a las personas jóvenes con las que trabajas para practicar esa alfabetización mediática. Se centran en cómo analizar de forma crítica cada medio, identificar dinámicas de poder ocultas y comprometerse con temas de justicia global de forma creativa y empoderante. Buscan desarrollar la confianza, la curiosidad y la autonomía en el espacio digital.

Cada taller se basa en una descripción general, que puede adaptarse a distintos grupos de edad y contextos.



«Valores frente a viralidad»: Storytelling ético online

En esta sesión, invitarás al grupo a explorar ejemplos reales de historias de ONG o activistas que se hayan hecho virales. Pon ejemplos de ambos que inspiren acciones positivas, y de otros que generaron respuestas negativas. En común, el grupo reflexionará sobre lo que convierte un mensaje en poderoso, pero también en respetuoso. Concéntrate en reconocer esa fina línea entre concienciar y reforzar estereotipos. A través del debate, el grupo aprenderá a contar historias sobre cuestiones mundiales complejas de forma precisa, inclusiva y empoderante.

«Dosis de realidad»: detectar la desinformación en las cadenas de suministro

En esta sesión, darás algunos ejemplos prácticos de contenido engañoso como noticias falsas, greenwashing publicitario o publicaciones de influencers relacionadas con la producción ética. En grupos pequeños, las personas jóvenes probarán herramientas básicas de verificación de información, como la búsqueda inversa de imágenes o el rastreo de fuentes para descubrir lo que es real y lo que no. El objetivo es desarrollar competencias prácticas para reconocer la manipulación y la desinformación. Procura utilizar ejemplos relevantes que cubran temas relativos a la

justicia y a las cadenas de suministro.

«Crea tu propia campaña de medios»

Esta es una sesión creativa, donde sus participantes diseñarán su propia pequeña campaña de concienciación centrada en las cadenas de suministro mundiales. Podrán hacerlo a través de publicaciones de Instagram, vídeos explicativos en TikTok o carteles para contar historias reales. Por ejemplo, pueden contar la historia desde la perspectiva de una trabajadora de la confección. El objetivo es informar, potenciar y fomentar un storytelling ético. A través de esta actividad, el grupo aplicará de forma activa las competencias mediáticas para el apoyo activo y ganarán confianza para utilizar las herramientas digitales e inspirar el cambio social (echa un vistazo al método «Campaña por una cadena justa»).

«¿Lobby para conseguir likes?»: entendemos quién moldea las narrativas

En esta sesión, vas a necesitar casos prácticos dentro de la Ley de la Cadena de Suministro de la UE para analizar cómo distintas partes implicadas, como ONG, lobbies sectoriales, clase política y medios dan forma a la opinión pública. Ayuda al grupo a identificar los intereses en juego en cada caso, y cómo estos influyen en los mensajes transmitidos en los medios. A través de actividades de representación o con equipos que se encarguen de verificar información, pueden buscar declaraciones conflictivas. La actividad conciencia sobre estrategias de presión y sobre cómo la narrativa que rodea las cuestiones de justicia global se forma y se refuta en contextos de la vida real.

«Influencia e impacto»: representación en redes sociales

Esta es una actividad interactiva de teatralización, donde el grupo adoptará distintas perspectivas. Podrán hacer de activistas, personal de fábricas, consumidores con ética o equipos de RR. PP. corporativos. Se asignará un papel a cada grupo, que trabajará para crear breves publicaciones ficticias para redes sociales en torno a un problema de las cadenas de suministro, como el trabajo infantil o el salario digno. Después de las simulaciones, puedes hacer una reflexión sobre cómo el storytelling y el contexto influyen en la visibilidad y el impacto. La sesión destaca cómo las distintas perspectivas dan forma a narrativas diferentes y cómo el poder afecta a quién se escucha y a quién no.

«Detecta el giro»: deconstruimos los mensajes de los medios

En esta actividad dividiremos sus participantes en grupos para analizar una serie de contenidos como anuncios, campañas, publicaciones de influencers y noticias relacionadas con las cadenas de suministro. Ponles ejemplos y preguntas que les orienten para que puedan analizar quién creó el mensaje, por qué se hizo y qué puede faltar. El objetivo es descubrir sesgos ocultos, técnicas de persuasión y estrategias de marketing. Esto les ayudará a desarrollar el pensamiento crítico y la conciencia mediática en un contexto de comunicación de justicia global.

NOTA PARA LA PERSONA RESPONSABLE DE LA FACILITACIÓN:

Comparte estas aplicaciones con personas jóvenes para ayudarles a tomar decisiones de compra fundamentadas y éticas:

Good On You (goodonyou.eco): Califica las marcas de moda en función de los derechos de sus trabajadores, el medioambiente y el bienestar animal. Encuentra alternativas éticas de tus marcas favoritas.

Boycott (boycott.com): Escanea códigos de barras para comprobar la propiedad del producto y permite unirse a campañas que apoyan prácticas justas o boicotean a empresas problemáticas.

Fair Trade Finder: Localiza productos certificados de comercio justo y tiendas cercanas para garantizar una remuneración justa a agricultores y trabajadores.

Think Dirty (thinkdirtyapp.com): Comprueba cosméticos y productos de cuidado personal en busca de sustancias químicas dañinas, además de comprobar sistemas de producción éticos.

Ethical Barcode (ethicalbarcode.com): Ofrece calificaciones en cuanto a ética de comida, moda, electrónica y mucho más en miles de productos.

Anima al grupo a que descargue una de las aplicaciones y la pruebe la próxima vez que vaya a comprar y que después compartan lo que han descubierto con el resto.



«Influencia e impacto»: representación en redes sociales

Se trata de un juego de rol interactivo en el que los participantes adoptan diferentes perspectivas. Pueden interpretar a activistas, trabajadores de fábricas, consumidores éticos o equipos de relaciones públicas de empresas. A cada grupo se le asigna un rol y trabaja en la creación de breves publicaciones para redes sociales sobre un tema relacionado con la cadena de suministro, como el trabajo infantil o los salarios justos. Tras las representaciones, se puede realizar una reflexión sobre cómo la narrativa y el encuadre influyen en la visibilidad y el impacto. La sesión pone de relieve cómo distintas voces configuran los relatos y cómo el poder influye en quién es escuchado.

«Detecta la manipulación» (Spot the Spin): Deconstruyendo mensajes mediáticos

«Detecta la manipulación» propone que los jóvenes trabajen en grupos para analizar distintos tipos de contenidos mediáticos, incluidos anuncios, campañas, publicaciones de influencers y noticias relacionadas con las cadenas de suministro. Se les proporcionan ejemplos y preguntas orientadoras que les ayudan a examinar quién creó el mensaje, por qué se hizo y qué podría faltar. El objetivo es descubrir sesgos ocultos, técnicas persuasivas y estrategias de marketing. Esto les ayudará a desarrollar el pensamiento crítico y la alfabetización mediática en el contexto de la comunicación sobre justicia global.

3.3 ¿Por qué implicarse en el apoyo activo a las cadenas de suministro?

La resiliencia en un mundo en constante cambio

La juventud actual se está criando en un mundo moldeado por una serie de crisis mundiales que se solapan. El colapso climático y la pérdida de biodiversidad, las desigualdades sociales y económicas, la migración provocada por conflictos, un auge del autoritarismo y los desafíos de la digitalización, como la desinformación y la polarización. Todas estas realidades complejas tienen repercusión en sus vidas diarias y en su percepción del futuro. Una exposición constante a noticias negativas suele provocar rechazo y agotamiento emocional. Y esto es especialmente crítico en la adolescencia, un periodo ya abrumador en sí mismo.

Una dimensión que conecta muchas crisis globales son las cadenas de suministro. Entenderlas ayuda a desglosar la justicia social y las desigualdades económicas. No obstante, estos desafíos también pueden abrumar a personas jóvenes, y provocar sensación de impotencia, ansiedad y desconexión.

En este contexto, la resiliencia y la adaptabilidad ayudan a las personas jóvenes a prosperar en medio de la adversidad. Estas cualidades ayudan a las personas jóvenes a tener la fortaleza emocional y las herramientas prácticas para enfrentarse a la incertidumbre y mantenerse comprometidas.

El desarrollo de la resiliencia se basa en siete pilares:

- Optimismo: conservar la esperanza por un futuro mejor a pesar de las dificultades.
- Aceptación: reconocer y adaptarse a las realidades que se escapan de nuestro control.
- Orientación a soluciones: centrarse en cambios y posibilidades en vez de en los problemas.
- Abandono del papel de víctima: responsabilizarse de las decisiones y actuaciones personales.
- Asunción de responsabilidad: convertirse en participante activo en la tarea de dar forma a la sociedad.

- Creación de contactos: crear relaciones y comunidades de apoyo.
- Planificación de futuro: establecer metas y visualizar el cambio positivo.

Salud mental y activismo

Ya hemos visto que la preocupación constante por las dificultades mundiales puede provocar estrés emocional. La ansiedad climática, el malestar social y la incertidumbre económica puede llevarnos al agotamiento, la desesperación o la desconexión de la vida cívica. Aun así, el activismo, lo que incluye las cadenas de suministro justas y la justicia social, puede ser un potente antídoto. Puede identificarnos con una meta y darnos una sensación de comunidad y autonomía, fundamentales para una salud mental positiva. Como trabajadores en el ámbito de la juventud, creamos espacios seguros y empoderantes (a nivel emocional, social, físico y cultural) donde las personas jóvenes puedan procesar sus emociones, tener esperanza y desarrollar estrategias en común. La resiliencia de grupo (donde las comunidades se apoyan y se sostienen unas a otras) es tan importante como la resiliencia individual.

Reflexión y consumo

El consumo sostenible es una dimensión clave de la justicia global y de las cadenas de suministro responsables, pero también es un desafío personal. La sensibilización sobre un consumo responsable y justo ha aumentado, pero existen barreras como la comodidad, el precio, el estilo de vida o las normas sociales que muchas veces hacen difícil cambiar ciertos comportamientos. Según estudios sobre economía conductual y psicología social, el simple conocimiento no es suficiente para cambiar hábitos de consumo (Thøgersen, 2010; Gifford & Nilsson, 2014). Factores como la disonancia cognitiva (una incomodidad mental cuando hay conflicto entre los valores y las acciones) puede dar lugar o al cambio de conducta o la racionalización de hábitos nocivos.

Como personal trabajador en el ámbito de la juventud, podemos ayudar a las personas jóvenes a reflexionar sobre sus hábitos de consumo. Si pueden relacionar sus decisiones personales con sistemas mundiales mayores, como las cadenas de suministro y sus consecuencias medioambientales y sociales, podrán tener mayor capacidad para tomar decisiones. Hay ejemplos de activismo joven que destacan esta relación: movimientos como Fridays for Future motivan la reflexión crítica sobre

viajes, dieta y ropa. Extinction Rebellion centra la atención en la responsabilidad personal dentro de las acciones colectivas y redes como Slow Food Youth combinan reuniones y eventos con formación sobre la producción y el consumo alimentario ético. Estas iniciativas dirigidas por jóvenes consiguen que el consumo responsable sea un concepto menos abstracto o crítico, para transformarlo en accesible, interesante y personal. Establecer todas estas relaciones permite a las personas jóvenes ver su propio poder y responsabilidad dentro de la cadena de suministro, además de entender el contexto más amplio del apoyo activo a las cadenas de suministro y la justicia social a nivel europeo y mundial.

3.4 Dimensión europea

Como trabajadores en el ámbito de la juventud en Europa, tenemos una responsabilidad específica: la clientela, las empresas y las instituciones europeas están integradas en las cadenas de suministro que tienen un impacto en comunidades y contextos de todo el mundo. Nuestras acciones, nuestras políticas y nuestros hábitos de consumo tienen consecuencias directas que van más allá de nuestras fronteras. En los últimos años, el desarrollo de la Directiva sobre diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad (también denominada Ley de la Cadena de suministro de la UE) ha provocado un debate público importante y una movilización en la sociedad civil europea. El objetivo de esta propuesta legislativa es responsabilizar a las empresas europeas de los estándares medioambientales y en materia de derechos humanos en todo el recorrido de sus cadenas de suministro internacionales. El proceso legislativo ha dado pie a medidas desde una serie de agentes de la sociedad civil, desde movimientos juveniles y ONG hasta sindicatos y negocios éticos. Trabajar en equipo para luchar por normas más sólidas y ejecutables que fomentan la justicia y la sostenibilidad. Para la población joven, implicarse en este proceso es una forma poderosa de conectar las acciones locales con el cambio global y de contribuir a moldear una economía más justa.

Si apoyamos a las personas jóvenes a implicarse en campañas relacionadas con la Ley de la Cadenas de Suministro de la UE, podemos fomentar la ciudadanía activa y la facultad política y contrarrestar esa sensación de impotencia y desconexión. Es una forma de mostrar a la juventud que su opinión es importante y la acción colectiva puede tener repercusiones.

Si establecemos las conexiones entre la reflexión sobre nuestro consumo y la conciencia sobre los debates actuales sobre políticas y activismo, las personas jóvenes pueden encontrar su función dentro de esa responsabilidad europea más amplia para promover unas cadenas de suministro justas y sostenibles. Esta conexión favorece su motivación y su capacidad para actuar, y no solo como consumidores, sino también como miembros informados y comprometidos de una sociedad civil europea dedicada a la justicia global.

Crisis climática
 Pérdida de biodiversidad
 Calentamiento global
 Desastres naturales
 Justicia climática
 Injusticia mundial
 Sur global
 Migración
 Crisis
 Conflictos
 Populismo de derechas
 Antidemocracia
 Integración
 Xenofobia
 Seguridad interna
 Identidad
 Envejecimiento de la población
 Cambio demográfico
 Estado de bienestar
 Cambio económico
 Conflictos comerciales
 Geoestrategia
 Desempleo juvenil
 Digitalización
 Interacción social
 Periodos de tiempo frente a pantallas
 Discursos de odio
 Posturas radicales
 Noticias falsas
 Polarización
 Modelos amigo-enemigo
 Discurso político
 Filtros burbuja
 Inteligencia Artificial (IA)
 Mercado laboral
 Hambre de recursos
 Consumo de electricidad
 Tierras raras
 Colaboraciones estratégicas
 Dependencias
 Monopolios
 Empresas tecnológicas
 Concentración de poder
 Guerras
 Ucrania
 Oriente Medio
 Democracia
 Pérdida de confianza
 Partidos radicales
 Debates identitarios
 Modelos a seguir
 Derechos de minorías

Módulo 4

En práctica: medidas y métodos

01 “Escapa de las cadenas de suministro injustas”

A través del proyecto From Chains To Bridges, hemos desarrollado un método ambicioso para trabajar con personas jóvenes sobre las cadenas de suministro globales. Se trata de la escape room ‘Escape Unfair Supply Chains.

Está pensada para grupos de entre 4 y 6 personas, de 13 a 30 años.

Quienes participen en ella podrán simular una investigación internacional sobre prácticas de greenwashing por parte de una corporación multinacional.

Descubrirán pistas a través de códigos secretos y mensajes de audio, y tendrán que prestar atención a cualquier detalle.

Por último, la actividad incluye una sesión de reflexión donde se compartirá lo aprendido y se hablará de lo vivido.

<https://www.jugendeinewelt.at/engagement/bildungsarbeit/from-chains-to-bridges/escape-room-from-chains-to-bridges/>



02 Defensa de la cadena de suministro

En esta sesión se presentan a las personas participantes estrategias de defensa de la justicia en la cadena de suministro, mediante la narración visual, el análisis de políticas y herramientas de pensamiento estratégico.

Objetivos	<p>Reconocer medidas de apoyo activo, identificar los desafíos principales de las cadenas de suministro y entender la elaboración de pólizas.</p> <p>Aprender sobre apoyo activo y estrategia y descubrir cómo empezar.</p>
Palabras clave	<p>Apoyo activo, táctica, storytelling visual, elaboración de políticas, Directiva sobre diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad, círculo legislativo</p>
Duración	<p>180 minutos</p>
Tamaño del grupo	<p>10-30 personas</p>
Materiales	<p>15-20 fotos de medidas de apoyo activo impresas, papelógrafo y rotuladores, diagrama del modelo del círculo legislativo, folleto con tácticas de apoyo activo, póster visual del círculo del apoyo activo, tarjetas de desafíos de las cadenas de suministro.</p> <p>Si hay menos tiempo: Omite la exploración del círculo legislativo, reduce las tácticas a 6-7 y combina la exploración de los desafíos con la presentación del círculo del apoyo activo.</p>
Nota para la persona responsable de la facilitación	<p>Pon énfasis: Las distintas leyes requieren distintas estrategias de apoyo activo. Algunas necesitan presión pública, otras, especialización técnica o creación de coaliciones. Vamos a ver esto en más profundidad.</p> <p>Termina con un punto de empoderamiento, para que el grupo se sienta capaz, no abrumado.</p> <p>Esta actividad requiere tener unos conocimientos medios sobre el apoyo activo.</p>

Métodos

15' Photo gallery

Muestra 15-20 imágenes por la sala que muestren distintas formas de apoyo activo: protestas, peticiones, talleres, arte callejero, campañas en redes sociales, reuniones con personal de dirección, organización comunitaria, etc.

Invita al grupo a caminar en silencio por la galería y a observar cada imagen con atención.

Instrucciones: Fíjate en las fotos y piensa en qué te llama la atención. ¿Qué imagen sientes que te dice algo? ¿Cuál te hace pensar: «Esto es apoyo activo»? Elige una foto con la que te identifiques y quédate cerca.

Debate. 15 min

Cuando todas las personas hayan elegido su foto, forma grupos de 2-3 personas que estén cerca de la misma foto o de fotos que estén juntas. Utiliza las siguientes preguntas:

- ¿Por qué has elegido esta imagen?
- ¿Por qué crees que esto es apoyo activo?
- ¿Qué medidas se están tomando y por parte de quién?

Los grupos compartirán todas estas respuestas en su pequeño círculo.

Debate más profundo. 15 min

Forma nuevos grupos más grandes, de 4-5 participantes (mezcla a personas de fotos distintas). Preguntas que explorar:

¿Por qué esta imagen parece una llamada a la acción?

¿Qué cuestiones pone de relieve y cómo?

HOJA DE TRABAJO PARA ANALIZAR FOTOS

Miembros del grupo:

La foto que hemos elegido muestra:
.....

1. ¿Por qué esta imagen parece una llamada a la acción?
.....

2. ¿Qué cuestiones pone de relieve y cómo?
.....

3. Si esta foto fuera parte de una campaña, ¿cuál sería su eslogan?

ESLOGAN DE LA CAMPAÑA:
.....

Idea clave para compartir con el grupo:
.....
.....
.....

Si esta foto fuera parte de una campaña, ¿cuál sería su eslogan?

Cada grupo hablará y se preparará para compartir una idea clave con el resto.

Los grupos tendrán 3 minutos para compartir una idea de eslogan de la campaña.

Nota: en este punto, puedes dejar de lado las fotos, las necesitarás en la próxima parte.

Apoyo activo a políticas. 30 min

Divide al grupo en dos equipos. Muestra en un papelógrafo las principales leyes en materia de cadenas de suministro de la UE (ágina 33).

- Equipo A: Directiva sobre diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad: exige a las empresas identificar y abordar derechos humanos y riesgos medioambientales en las cadenas de suministro.
- Equipo B: Normativa Reglamento de la UE sobre deforestación (EUDR): prohíbe la entrada al mercado de la UE de los productos relacionados con la deforestación.



Desafío:

Volver a mirar la galería de fotos. ¿Qué imagen representa mejor el apoyo activo para la ley que te ha tocado? Elige una foto que refleje cómo podría ser una campaña para esta política.

Los equipos tendrán 5 minutos para:

- Hablar sobre la ley que les ha tocado
- Volver a la galería y seleccionar una imagen
- Preparar una explicación de 1 minuto de por qué la han elegido

Cada equipo presentará la imagen que ha elegido y explicará su relación con la ley.

La esfera legislativa. 15 min

Muestra el diagrama del círculo legislativo que presenta el ciclo de una política. Explica cada fase y en qué puntos puede intervenir el apoyo activo:

- Planificación: concienciación, campañas de medios, centrar la atención pública/política en determinados problemas.
- Formulación de políticas: provisión de estudios, testimonios de expertos, elaboración de propuestas.
- Toma de decisiones: lobby, peticiones, manifestaciones que influyan en las votaciones finales.
- Puesta en práctica: seguimiento del cumplimiento, responsabilización de empresas.
- Evaluación: documentación del impacto, trabajo por hacer mejoras.

Vuelve a las fotos seleccionadas por cada equipo y pregunta:

- ¿En qué fase del círculo legislativo encaja la medida de apoyo activo que has elegido?
- ¿Qué otras tácticas serían necesarias en las distintas fases?
- ¿En qué punto estamos de la ley que te ha tocado? (Puesta en marcha, evaluación, lucha por normas más sólidas, etc.)

Conjunto de tácticas para el apoyo activo. 30 min

Presenta 10 tácticas de apoyo activo principales con explicaciones breves y ejemplos:

1. Lobby directo: reunión con responsables de la toma de decisiones para influir directamente en las políticas. Ejemplo:

reunirse con miembros del Parlamento para apoyar la CSDDD.

2. Campañas públicas: fomento del apoyo público a través de peticiones, mítines y acciones visibles. Ejemplo: recogida de 100.000 firmas en favor de la transparencia en las cadenas de suministro.
3. Protestas y manifestaciones: medidas públicas pacíficas que muestren que un colectivo exige cambios. Ejemplo: huelgas climáticas que exijan la responsabilidad de las empresas.
4. Apoyo activo en los medios: aprovechar los medios tradicionales y las redes sociales para dar forma a la narrativa pública. Ejemplo: artículos de opinión, entrevistas, campañas virales que expongan la explotación a trabajadores.
5. Formación de coaliciones y creación de contactos: colaboración con otras organizaciones para aumentar el impacto. Ejemplo: sindicatos, ONG y grupos profesionales que formen equipo para luchar por el comercio justo.
6. Estudios y apoyo activo basado en pruebas: elaboración de datos creíbles que presenten argumentos para el cambio. Ejemplo: informes que documenten trabajo infantil en cadenas de suministro de cacao.
7. Apoyo activo participativo: centrado en comunidades afectadas en el trabajo de apoyo activo. Ejemplo: trabajadores de la confección que participen en audiencias del Parlamento Europeo.
8. Desarrollo de capacidades para quienes desarrollan el apoyo activo: formar a otras personas para que se conviertan en activistas. Ejemplo: talleres que enseñen a personas jóvenes a hacer lobby con sus representantes locales.
9. Uso estratégico de símbolos y cultura: uso del arte, la música y el teatro para comunicar mensajes de apoyo activo. Ejemplo: desfiles de moda con marcas éticas, arte callejero sobre moda rápida.
10. Apoyo activo digital: campañas online, movimientos con hashtags, campañas de email. Ejemplo: campaña en redes sociales #WhoMadeMyClothes.

Cuándo utilizar cada una. 20 min

Presenta tres situaciones en un papelógrafo. Por parejas, que hablen sobre qué táctica(s) pueden ser más eficaces:

- Situación 1: Una gran empresa chocolatera se niega a publicar el origen de su cacao, a pesar de que existen informes que hablan de trabajo infantil. → Posibles tácticas: campañas públicas, apoyo activo en medios, presión de consumidores
- Situación 2: La UE se está planteando debilitar la CSDDD por lobbying corporativo. → Posibles tácticas: hacer lobby directo, formación de coaliciones, protestas.
- Situación 3: la juventud de tu comunidad no entiende los problemas de las cadenas de suministro. → Posibles tácticas: desarrollo de capacidades, apoyo activo participativo.

Puesta en común rápida: ¿Qué has elegido y por qué?

Presentación del círculo del apoyo activo. 15 min

Muestra el gráfico del círculo del apoyo activo

- Valores: deja claros las creencias y los valores que motivan tu compromiso con el cambio para basarte en lo importante.
- Explora: haz una investigación exhaustiva de la cuestión. Documentate y hazte preguntas para entender el origen, las comunidades afectadas y las dinámicas de poder.
- Piensa: identifica objetivos, haz un mapa de poder, establece coaliciones y diseña planes de campañas viables para crear una estrategia para tu enfoque.
- Actúa: toma medidas concretas a través de campañas, protestas, educación, presión a consumidores u organización de comunidades coordinados con tu estrategia.
- Evalúa: piensa en lo que ha funcionado, lo que no y lo que has aprendido para reforzar futuras medidas de apoyo activo y tener una mayor repercusión.

Exploración profunda. 15 min

Antes de hacer nada, es necesario explorar. Vamos a echar un vistazo a los principales desafíos a los que se enfrentan las cadenas de suministro, y que podemos abordar mediante el apoyo activo.

Comparte los principales desafíos a los que se enfrenta la cadena de suministro:

Cuestiones de derechos humanos:

- Condiciones laborales pobres (fábricas peligrosas, largas jornadas, falta de descanso).
- Trabajo infantil (personas en edad infantil que trabajan en vez de estar en el colegio).
- Trabajos forzados (personas que trabajan en contra de su voluntad, servidumbre por deudas).

Cuestiones medioambientales:

- Emisiones de carbono altas (transporte, contaminación en el proceso de producción).
- Deforestación y agotamiento de recursos (limpieza de bosques para agricultura, minería).
- Contaminación y residuos (productos químicos tóxicos, residuos de plástico, contaminación del agua).

Cuestiones económicas y estructurales:

- Monopolios y desequilibrios de poder (pocas empresas que controlan sectores enteros).
- Cadenas de suministro complejas (dificultad para rastrear la procedencia de los materiales).
- Costes ocultos (consecuencias en la salud, daños medioambientales no reflejados en los precios).

Prácticas engañosas:

- Greenwashing (empresas que mienten sobre su ética o sostenibilidad).

Conexión personal. 15 min

Echa un vistazo a esta lista. ¿Qué desafío te ha sorprendido más? ¿Cuál te gustaría explorar más?

Cada persona compartirá una palabra o frase con la persona que está al lado.

Cierre: Ahora es tu turno. Llévate a casa el círculo del apoyo activo y empieza a explorar una cuestión importante para ti. Y recuerda, el apoyo activo no es algo distante ni complicado, es algo que empieza contigo, aquí y ahora.

Fichas informativas sobre la legislación de la UE en materia de cadenas de suministro

DIRECTIVA SOBRE DILIGENCIA DEBIDA DE LAS EMPRESAS EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD (CSDDD)

QUÉ HACE:

Exige a las grandes empresas de la UE identificar y abordar las violaciones de derechos humanos y los daños medioambientales en sus cadenas de suministro globales.

A QUIÉN AFECTA:

- Empresas de más de 5000+ trabajadores
- Empresas con una facturación superior a los €1.5B+ de euros
- A sus proveedores de todo el mundo

OPORTUNIDADES DE APOYO ACTIVO

- Presión para obligar a un cumplimiento más firme
- Seguimiento del cumplimiento de las empresas
- Exigencia de transparencia por parte de las marcas

REGLAMENTO DE LA UE SOBRE DEFORESTACIÓN (EUDR)

QUÉ HACE:

Prohíbe la entrada en el mercado de la UE de productos vinculados a la deforestación.

PRODUCTOS CUBIERTOS:

- Aceite de palma
- Soja
- Carne de vacuno
- Cacao
- Café
- Madera y caucho

OPORTUNIDADES DE APOYO ACTIVO

- Apoyar a las comunidades afectadas
- Exigir una transparencia certificada
- Presionar para que se amplíe a más productos



HOJA DE TRABAJO DE CONEXIÓN DE ESTRATEGIAS

Nombre del equipo

La ley/política que nos ha tocado:

PASO 1: Entender nuestra ley

En nuestras propias palabras, el objetivo de la ley es:

PASO 2: Elegir nuestra foto

Hemos elegido la foto número:

Esta foto muestra (describe la medida de apoyo activo):

PASO 3: Establecer la conexión

Esta foto está relacionada con nuestra ley porque:

La táctica de apoyo activo mostrada en esta foto ayudaría de la siguiente manera:

PASO 4: Notas de presentación

Punto clave para compartir con el grupo (30 segundos):

HOJA PARA CREAR UN CÍRCULO LEGISLATIVO

Equipo:

La foto que hemos elegido muestra:

¿En qué etapa(s) del ciclo de elaboración de leyes encaja esta acción de incidencia? (Marca todas las que correspondan)

- Planificación
- Formulación de políticas
- Toma de decisiones
- Implementación
- Evaluación

2. ¿Por qué la hemos situado en esta fase?

3. ¿Qué otras tácticas serían necesarias en las distintas fases para apoyar esta ley?

En la fase de planificación:

En la fase de formulación de políticas:

En la fase de toma de decisiones:

En la fase de puesta en práctica:

En la fase de evaluación:

4. ¿Dónde está AHORA nuestra ley en el ciclo de políticas?

5. ¿Qué apoyo activo es más urgente ahora mismo para esta ley?

03 Mapeo del recorrido

Objetivos	Explorar las cadenas de suministro internacionales. Mostrar a las personas, los lugares y los procesos que hay detrás de objetos cotidianos, así como sus repercusiones éticas, sociales y medioambientales.
Palabras clave	Fases de las cadenas de suministro, sentido ascendente, sentido descendente, conexiones mundiales
Duración	60-90 minutos
Tamaño del grupo	10-30 personas
Materiales	Papelógrafo, rotuladores o bolígrafos, tarjetas con papeles impresas, fotos impresas
Nota para la persona responsable de la facilitación	Elige artículos que la juventud utilice a diario (smartphones, snacks, moda) para aumentar el compromiso. Fomenta la empatía estableciendo conexiones entre productos y trabajadores reales y sus historias. Simplifica el vocabulario y añade elementos visuales para grupos más jóvenes; utiliza casos prácticos y datos para participantes más mayores.

Métodos

Introducción. 10 min

Breve explicación de las cinco fases principales de la cadena de suministro: recursos, producción, transporte, consumo y gestión de residuos. También puedes introducir los conceptos de sentido ascendente (extracción de recursos, producción, transporte) y sentido descendente (consumo, gestión de residuos).

Actividad con tarjetas y funciones. 30 min

Prepara tarjetas con fotos y descripciones breves de personas implicadas en varias funciones de la cadena de suministro (p. ej. agricultor de cacao en Ghana, trabajadora en una fábrica de Bangladesh, conductor de camión en Alemania, etc.).

Cada participante recibe una tarjeta (o varias, si hubiera más tarjetas que participantes).

Invítales, de forma individual o en grupo, a colocar su personaje en un póster o panel grande que muestre las cinco fases de la cadena de suministro.

Cuando la coloquen, tendrán que leer quiénes son y lo que hacen.

Opcional: Deja espacio para notas con reflexiones o iconos de problemas (como



Raw materials Proveedores Fabricación Distribución Consumidor Residuos

La cadena de suministro

salarios bajos, contaminación, trabajo infantil, etc.) para añadir complejidad a medida que se desarrolla el debate.

(geográficamente) estas etapas?

- ¿Quién está implicado y qué cuestiones pueden surgir?

Entonces, los grupos compartirán los recorridos de sus artículos con el resto y, si quieren, dibujarán un «mapa del recorrido» en un papelógrafo.

Mapeo del recorrido de artículos. 30 min

Divide al grupo en pequeños subgrupos (3-5 personas).

Asígnales un artículo cotidiano o deja que elijan uno (p. ej. smartphone, camiseta, chocolatina, aguacate, zapatillas).

Pídeles que hagan un mapa del recorrido de ese objeto desde la materia prima hasta su eliminación o reutilización. Deberían identificar:

- ¿Qué ocurre en cada fase de la cadena de suministro?
- ¿Dónde pueden tener lugar

Conclusiones. 15 min

Hablad sobre lo que han aprendido o les ha parecido sorprendente. Pregunta:

- ¿Qué conexiones han visto entre fases?
- ¿Qué funciones son invisibles o están infravaloradas?
- ¿Cuáles son los principales desafíos medioambientales o éticos?
- ¿Qué podemos cambiar como consumidores o ciudadanía?

PLANTILLA DE MAPA DEL RECORRIDO

Artículo:

Miembros del grupo:

1. RECURSOS

¿De dónde proceden las materias primas?

.....

¿Cuándo se extraen o se cosechan?

.....

¿Quién está implicado en esta fase?

.....

¿Algún problema o desafío?

.....

Any problems or challenges?

.....

2. PRODUCCIÓN

¿Dónde y cómo se ha hecho el producto?

.....

¿Qué pasa con las materias primas?

.....

¿Dónde se monta o trata el producto?

.....

¿Quién trabaja ahí? ¿En qué condiciones?

.....

¿Alguna preocupación medioambiental o ética?

.....

3. TRANSPORTE

¿Cómo llega el producto a la tienda?

.....

¿Qué medios de transporte se utilizan (barco, camión avión)?

.....

¿Se almacena el producto por el camino?

.....

¿Quién participa en su traslado o almacenamiento?

.....

¿Algún problema (como huella de carbono, horario laboral)?

.....

4. CONSUMO

¿Dónde se vende? ¿Quién lo vende?

.....

¿Quién lo compra y por qué?

.....

¿Durante cuánto tiempo se usa?

.....

¿Alguna preocupación (marketing, sobreconsumo, etc.)?

.....

5. GESTIÓN DE RESIDUOS

¿Qué ocurre si ya no se utiliza?

.....

¿Quién gestiona los residuos (trabajadores informales, empresas)?

.....

¿Cuál es el impacto medioambiental?

.....

¿Podría estar mejor diseñado este producto?

.....

04 Eslabones humanos en cadenas internacionales

Objetivos	<p>Explorar el impacto emocional y cognitivo del storytelling frente a la información estadística al hablar de cadenas de suministro internacionales injustas.</p> <p>Facultar a los participantes para combinar ambos enfoques de forma eficaz.</p>
Palabras clave	<p>Storytelling, cadenas de suministro internacionales, comercio injusto, trabajo infantil, explotación laboral, alfabetización estadística, compromiso emocional, derechos humanos, concienciación a consumidores, justicia social</p>
Duración	<p>90-120 minutos</p>
Tamaño del grupo	<p>8-24 personas (en caso de ser más de 24, haz una división en equipos más pequeños)</p>
Materiales	<p>Juego de tarjetas con historias, juego de tarjetas con datos/hechos, papelógrafo y papel, blu-tack o celo para pegar.</p>
Nota para la persona responsable de la facilitación	<p>Adapta la complejidad de las historias y los textos basados en datos al grupo.</p> <p>Adopta un enfoque sensible sobre las historias elegidas para evitar reforzar estereotipos.</p> <p>Quizá surjan historias personales, deja que se integren en el método.</p>

Métodos

Introducción y contexto. 10 min

Haz una breve introducción sobre el poder del storytelling al abordar temas mundiales.

Explica que el objetivo de este ejercicio es:

- fijarse en cómo aprendemos de las historias, en comparación con los relatos puramente basados en datos.

Trabajo por parejas: intercambio de historias. 25 min

Paso A: Ten preparados dos juegos de tarjetas:

- Uno se llamará «Narración», con historias individuales de personas afectadas por cadenas de suministro injustas o historias de éxito de personas que hayan luchado contra ello.
- Otro se llamará «Datos informativos», con textos basados en datos de fuentes acreditadas, como ILO, UNICEF, etc. (posibles temas: extracción de oro para electrónica y joyería, trabajadores del sector textil y de la moda rápida, vertederos de residuos electrónicos, trabajo infantil en las cadenas de suministro de cacao, etc.).

Divide el grupo en parejas y distribuye las tarjetas para que cada pareja tenga una de cada juego.

Decide qué va primero (la narración o los datos).

Paso B: Pide al grupo que lean sus tarjetas y se preparen para reproducir su contenido a sus parejas en 3 minutos.

Cuando lo hayan hecho, empieza la primera ronda.

Después, pasa a la siguiente, para que la otra persona hable de su tarjeta.

Conclusiones en grupo. 15 min

Termina con una sesión de conclusiones con el grupo al completo y pídeles que reflexionen sobre lo que han escuchado. Estas son algunas preguntas que puedes hacerles:

- ¿Con qué te has quedado de lo que te ha contado tu pareja?
- ¿Qué te ha llamado más la atención, la historia o las estadísticas?
- ¿Por qué recordamos más fácilmente las historias que los números?
- ¿Tienen los datos el mismo poder que las historias?
- ¿Qué nos perderíamos si utilizamos solo unos u otros?

Punto central: recordamos las historias mejor que los números, pero conviene mezclar ambos si hablamos de cuestiones complejas, como las cadenas de suministro.

Tarea creativa: fusión de historias. 40 min

El grupo volverá al trabajo en parejas. Ahora, tienen que combinar sus aportaciones para relatar una sola historia que resulte interesante. Dale 10 minutos.

Después, podrán compartir las historias combinadas con el resto. Las historias deberían durar entre 3 y 5 minutos, en función del tamaño del grupo. Dale pie: «Vuestro objetivo es informar y conmover a quien os escucha».

Ofrece una estructura a modo de guía, puedes tener estas preguntas escritas en un papelógrafo:

- Gancho (emoción o dato)
- ¿Quién es la persona?
- ¿Cuál es el sistema?
- ¿Qué dicen los números?
- ¿Qué podría cambiar?

Intercambio y opiniones. 20 min

Las parejas presentarán al grupo al completo sus historias basadas en datos. El grupo reflexionará sobre qué las hace eficaces.

Opcional: votar por las mezclas más interesantes.



05 El recorrido de tu camiseta

Objetivos	Entender las fases de una cadena de suministro y reflexionar sobre las condiciones laborales y medioambientales en cada paso.
Palabras clave	Dinámicas de poder, condiciones de trabajo, responsabilidad
Duración	45 minutos
Tamaño del grupo	Un grupo de 6-8 personas (los grupos más grandes se pueden dividir)
Materiales	Tarjetas con papeles, hilo y papelógrafo
Nota para la persona responsable de la facilitación	<p>Quizá el grupo se sienta algo perdido cuando les preguntes sobre sus tareas. Conviene hacer una breve introducción antes de la actividad; hablad y comentad los pasos que se siguen en la extracción de las materias primas, la fabricación, intermediarios, etc. para aportar algo de contexto.</p> <p>Si el grupo es grande, puedes dividirlo en equipos más pequeños, y puedes comparar sus ideas.</p>

Métodos

Actividad (30 min)

En distintas tarjetas, escribe los nombres de distintas funciones que formen parte del proceso de creación de tu camiseta, desde la extracción de las materias primas hasta que está lista para comprar:

1. Agricultor/a de algodón
2. Persona que trabaja en una fábrica textil
3. Conductor/a de camión
4. Personal de transporte aéreo
5. Empaquetador/a en un almacén
6. Dependiente/a de tienda
7. Comprador/a

Pide al grupo que se ponga en fila, siguiendo el orden de la cadena de suministro, unidos por un hilo que simbolice su interdependencia.

Pídeles que lean su papel y que describan, con tu ayuda, qué implica su trabajo.

Después, pídeles que imaginen sus condiciones de trabajo, desafíos diarios y el país en el que viven.

Reflexión grupal (15 min)

- ¿Quién tiene mayor poder?
- ¿Quién se enfrenta a las condiciones más duras?
- ¿Cómo funcionaría una cadena justa?
- ¿Qué papel tienen los/las consumidores/as?
- Se escribirán las ideas en un papelógrafo, a modo de conclusión visual.

06 Decisiones de consumo

Objetivos	Explorar cómo nuestras decisiones de consumo tienen consecuencias en las cadenas de suministro y reflexionar sobre alternativas más justas.
Palabras clave	Comercio justo, consumo sostenible y cadenas de suministro justas.
Duración	60 minutos
Tamaño del grupo	Un grupo de 8-16 personas (los grupos más grandes se pueden dividir)
Materiales	Papelógrafo o póster grande, rotuladores, presupuestos (25 €, 50 €, 75 €, 100 €) escritos o impresos en papel, lista de la compra escrita/impresa para cada grupo.
Nota para la persona responsable de la facilitación	<p>Comunica que es importante tener en cuenta si los productos que van a comprar han sido fabricados en la misma ciudad o si tienen que enviarse desde distintos sitios.</p> <p>Es posible que las personas del grupo procedan de lugares distintos, así que pueden elegir dónde hacer su compra, si quieren echar un vistazo a webs locales.</p>

Métodos

Actividad. 30 min

Divide al grupo en subgrupos más pequeños (2-4 personas).

Cada uno recibirá un presupuesto, escrito en un trozo de papel: 25€, 50€, 75€, y 100€

En un papelógrafo, escribe una lista de la compra, con distintas cosas para que los grupos compren para un día:

- 2 kg de un tipo de fruta
- Una camiseta
- Un par de zapatos
- Una chocolatina
- Un bote de champú
- 1 kg de pescado
- Una carcasa para el móvil

Explícales la tarea: Tienen que comprar los productos más eficientes y sostenibles que sea posible. Tendrán que buscar en internet, en cualquier web, y encontrar las opciones más ecológicas de cada artículo, sin salirse de su presupuesto.

Intercambio y reflexión grupal. 30 min

Cada grupo presentará sus decisiones y un razonamiento.

Preguntas orientativas de reflexión:

- ¿Ha sido difícil tomar decisiones? ¿Por qué?
- ¿A qué le has dado más importancia? ¿Al precio, la ética, las tendencias?
- ¿Habrían optado por algo distinto si hubieran tenido más información o presupuesto?
- ¿Ha hecho el grupo con más dinero una compra más ecológica?

Termina con una breve conversación sobre las medidas que puede tomar la juventud para apoyar unas cadenas de suministro justas (investigación, apoyo activo, ética, productos locales, etc.).

Reflexiona sobre la relación entre la riqueza y la capacidad para tomar decisiones éticas como consumidores, así como la intersección entre poder, privilegios y límites estructurales.

07 Eslabones de la cadena

Objetivos	<p>Desarrollar el pensamiento crítico sobre las cadenas de suministro mundiales.</p> <p>Conectar las cuestiones sociales, medioambientales e históricas con las propias vidas de las personas del grupo.</p>
Palabras clave	Comercio internacional, colonialismo, moda rápida, justicia alimentaria, diálogo crítico
Duración	90 - 120 minutos
Tamaño del grupo	10-20 personas, divididos en 3 grupos
Materiales	<p>Projector, Sticky notes, pens and markers, Headphones, phone or laptops,</p> <p>Crea un espacio cómodo en cada mesa para que puedan escribir y hablar. Procura que tengan notas adhesivas, bolígrafos y rotuladores.</p> <p>Elige a una persona por mesa para quedarse todas las rondas y así resumir conversaciones anteriores a los grupos nuevos.</p> <p>Si los vídeos se ponen de forma simultánea, pide que utilicen auriculares para evitar ruidos.</p> <p>Termina con una reflexión de 10-15 minutos. Pregunta qué les ha llamado la atención, qué van a recordar y qué preguntas tienen.</p>
Nota para la persona responsable de la facilitación	

Métodos

Marca 3 «estaciones» (mesas o papelógrafos), cada una centrada en un problema global diferente, y da algunos recursos (fichas, vídeos, artículos, etc.):

Antes de empezar, avisa al grupo de que el contenido de algunos de los temas que trataréis es bastante impactante, y que pueden saltarse o dejar algunas actividades (colonialismo, esclavitud, violencia).

Estación 1: Colonialismo

- Video: "[History vs. Christopher Columbus](#)" (6 min)
- Video: "[Reverse Racism?](#)" (3 min)
- Ficha: Justicia climática y colonialismo

Estación 2: Industria de la moda

- Rana Plaza case study
- Video: [Atacama Desert](#)
- [Patagonia Ad](#)

Estación 3: Industria alimentaria

- Factsheet: "[The Cost of Our Food](#)"
- Ficha: A Twisted Trajectory (industria pesquera en la India)

*Nota: una forma sostenible de dar al grupo acceso a estos recursos es a través de los códigos QR que pueden escanear con sus teléfonos móviles. Los códigos QR para cada estación podrán imprimirse en una hoja de papel.

Hablad y rotad. 60 min

Divide al grupo en tres subgrupos, y asigna una estación a cada uno.

Cada grupo invertirá 20 minutos en cada estación y rotará por las tres.

Nombra a una persona por estación para que controle la mesa, así podrán resumir las conversaciones anteriores a las personas nuevas y orientar un poco el debate.

En cada ronda, los subgrupos responderán a

una serie de preguntas con notas adhesivas o directamente en el papelógrafo. Echa un vistazo a los siguientes ejemplos de preguntas.

Una vez finalizadas todas las rondas, cada grupo volverá a su estación original. La persona responsable de la mesa resumirá todos los puntos, y después el grupo preparará una breve presentación para compartir las conclusiones clave con todo el mundo.

Conclusiones y presentaciones. 30 min

Una trayectoria retorcida

Glosario

Harina de pescado: una harina elaborada triturando pescado, normalmente utilizada como alimento animal o en acuicultura. Es rica en proteínas y nutrientes esenciales, pero a menudo se produce a partir de peces pequeños que, de otra manera, no podrían ser consumidos por el ser humano.

Plantas de harina de pescado: instalaciones que convierten el pescado crudo en harina y aceite de pescado. Estas plantas tratan grandes cantidades, normalmente procedentes de la captura accidental o de peces pequeños que no son adecuados para el consumo humano directo.

Captura accidental: hace referencia a los peces y otras criaturas marinas que se capturan involuntariamente al pescar especies concretas. Puede incluir peces pequeños y especies que no se buscaban, lo que suele traducirse en sobrepesca o desperdicio.

Granjas de langostinos: instalaciones específicamente diseñadas para la cría de langostinos, que suelen usar técnicas de cría de alto rendimiento. Estas granjas requieren unas cantidades importantes de alimento, lo que incluye harina de pescado, para favorecer el crecimiento de los langostinos.

La industria del procesamiento del pescado de la India muestra una contradicción importante: mientras millones de niños y niñas sufren de malnutrición, se utilizan sardinas, ricas en nutrientes, para alimentar langostinos que se exportan.

En lugares como Cuddalore, en Tamil Nadu, las mujeres esperan pescado que nunca llega al mercado, tres de cada cuatro sardinas se cargan inmediatamente en camiones dirigidos a las fábricas de harina de pescado. Estas fábricas, inicialmente pensadas para tratar el excedente de pescado, funcionan ahora como máquinas insaciables, pulverizando ingentes cantidades de sardinas para convertirlas en alimento de los langostinos, criados para su venta en el mercado internacional. Las granjas de langostinos siguen extendiéndose a zonas como Andhra Pradesh, donde los campos de arroz se han convertido en estanques para langostinos. La consecuencia es que se pescan más peces, lo que empeora el daño medioambiental y social.

Así, vemos un sistema centrado en la exportación que alimenta a langostinos, pero no a personas. Esta situación refuerza esa dolorosa incoherencia de obtener ingresos de las exportaciones, en vez de alimentar a la población india.

En Odisha surge una alternativa esperanzadora, pues el gobierno y WorldFish están trabajando para redirigir peces pequeños y nutritivos a programas de nutrición locales, que incluyen comida para la población infantil. Pero ampliar la escala de esta solución no es fácil, pues la demanda es mucho mayor que el suministro de pescado local.

Esta historia plantea un problema mucho mayor: un sistema económico que prioriza los beneficios al bienestar de la población. Avanzar implica rediseñar las cadenas de suministro para que el pescado alimente a las comunidades locales, en vez de ser utilizado como alimento para productos de exportación.

Hacen falta 4,5 kg de pescado fresco (como sardinas) para producir 1 kg de langostinos.

Anuncio de Patagonia

Es Black Friday, ese día del año en el que los comercios mudan del rojo al negro y empiezan a ganar dinero de verdad.

Pero el Black Friday y la cultura de consumo que refleja pone la economía de los sistemas naturales que hacen posible la vida en alerta máxima. Ya estamos utilizando los recursos de un planeta y medio, pero en un único planeta.

Y es que Patagonia quiere mantenerse durante mucho tiempo, dejando un mundo habitable para nuestros descendientes; por eso, hoy, queremos hacer lo contrario al resto de negocios. Te pedimos que compres menos y que hagas una reflexión antes de gastar un céntimo en esa chaqueta o en cualquier otra cosa.

Al igual que la bancaria, la bancarota medioambiental puede ser muy lenta, pero de pronto, todo es repentino.

Y esto es lo que nos espera a menos que bajemos la velocidad para revertir los daños. Nos estamos quedando sin agua dulce, sin la capa superficial del suelo, peces, humedales, todos los sistemas naturales y recursos de nuestro planeta que pueden ser aprovechados por negocios. También sin vida, incluida la nuestra. El coste medioambiental de todo lo que hacemos es pasmoso. Piensa en la chaqueta R2® que te mostramos, uno de nuestros artículos más vendidos. Para hacerla, necesitamos 135 litros de agua, suficiente para cumplir las necesidades diarias (tres vasos al día) de 45 personas. El recorrido desde su origen, con un 60 % de poliéster reciclado, hasta nuestro almacén de Reno genera casi 9 kilos de dióxido de carbono, 24 veces el peso del producto terminado. Así, esta chaqueta, de camino a Reno, deja una huella de dos tercios de su peso en residuos.

Y estamos hablando de una chaqueta con un 60 % de poliéster reciclado, tejida y cosida con unos excelentes niveles de calidad; es decir, es extremadamente duradera, de modo

que no necesitará sustitución a corto plazo. Y cuando llegue el final de su vida útil, la recuperamos para reciclarla y convertirla en un producto del mismo valor. Pero, al igual que ocurre con todo lo que podemos hacer y tú puedes comprar, esta chaqueta tiene un coste medioambiental más alto que su precio.

Queda mucho por hacer y hay trabajo para todos. No compres lo que no necesitas. Piénsalo dos veces antes de comprar nada. Visita patagonia.com/CommonThreads o escanea el siguiente código QR. Respaldamos el compromiso de la iniciativa Common Threads y ayúdanos con la quinta R, para reinventar un mundo donde utilicemos solo lo que la naturaleza puede sustituir.

iniciativa common threads

Reducir

PATAGONIA hace equipamiento útil que dura mucho tiempo
TÚ no compras lo que no necesitas

Reparar

PATAGONIA te ayuda a reparar su equipamiento
TÚ te comprometes a arreglar lo que está roto

Reutilizar

PATAGONIA te ayuda a encontrar un hogar para el equipamiento que ya no necesitas
TÚ lo vendes o donas*

Reciclar

PATAGONIA recoge tu equipamiento ya desgastado
TÚ te comprometes a que tus cosas no terminen en un vertedero o incineradora

REIMAGINEMOS

JUNTOS podemos reimaginar un mundo donde cogemos solo lo que la naturaleza puede sustituir

JUSTICIA CLIMÁTICA: ¿QUIÉN CARGA CON ESTE PESO?

La justicia climática demuestra cómo la responsabilidad por la crisis climática es desigual. Los países del norte global, históricamente, los principales responsables de la contaminación y, a la vez, los grandes beneficiados económicamente, han generado buena parte de la crisis. No obstante, la población del sur global es la que se enfrenta a las consecuencias más duras, como condiciones climáticas extremas, nivel del mar en aumento o pérdida de sustento.

Para muchas personas de raza negra, indígenas o racializadas, el cambio climático es una amenaza directa. Desde el activismo se utiliza el concepto MAPA (personas y zonas más afectadas, según sus siglas en inglés) para destacar cómo las comunidades en riesgo de exclusión son las más damnificadas. Las desigualdades estructurales limitan a menudo su acceso a recursos, protección y toma de decisiones. Si nos fijamos en todos estos factores, vemos que la justicia climática no es una simple cuestión medioambiental, sino una social.

RAÍCES HISTÓRICAS: COLONIALISMO EUROPEO

El colonialismo europeo (a partir del siglo XV) se basó en la violencia, la extracción de recursos y la asimilación cultural y religiosa forzada. La llegada de Colón a América en 1492 marcó el comienzo de la esclavización en masa, la confiscación de tierras y la muerte de hasta un 80 y un 90 % de la población indígena, consecuencia de la violencia y las enfermedades.

Los imperios coloniales se extendieron por América, África y Asia, sentando las bases del capitalismo actual.

ESCLAVIZACIÓN Y EXPLOTACIÓN

La demanda europea de azúcar, algodón, tabaco y café tuvo como consecuencia la deforestación, robo de terrenos y el auge de las economías de plantaciones. Millones de personas africanas fueron esclavizadas y transportadas por el Atlántico, lo que se conoce como Maafa, y más de un millón de ellas fallecieron solo durante el trayecto. A pesar de toda esta brutalidad, la resistencia africana no desistió.

La Conferencia de Berlín (1884-1885) formalizó el control europeo de África, dibujando unas fronteras que para nada tenían en cuenta las culturas o comunidades existentes. Estas fronteras siguen dando forma a las realidades políticas y sociales de la actualidad.

PENSAMIENTO COLONIAL Y NATURALEZA

La ideología colonial situó a la población europea por encima de las personas y la naturaleza colonizadas. La naturaleza se trataba como algo que controlar y explotar. La ciencia europea reforzó esta visión del mundo, a menudo robando el saber indígena y renombrando a las especies en lenguas europeas, lo que borraba cualquier tradición científica local.

Esta mentalidad reducía a la naturaleza a una serie de «recursos» aprovechables para sacar beneficios, una visión que sigue impulsando el extractivismo y la destrucción medioambiental.

Derrumbe de Rana Plaza: una tragedia y una lucha por la justicia

Fecha: 24 de abril de 2013

Lugar: Dhaka, Bangladesh

El derrumbamiento del edificio de ocho plantas Rana Plaza se convirtió en la tragedia más letal del sector de la confección, con la muerte de 1.134 personas y miles de personas heridas. Esta tragedia puso de manifiesto el coste humano de las condiciones de trabajo peligrosas en las cadenas de suministro mundiales.

La historia de una superviviente

Shila Begum sobrevivió al derrumbe, pero sufrió varias lesiones para las que necesitó cirugía mayor. Su testimonio es una muestra del trauma a largo plazo, las consecuencias para la salud y los problemas financieros a los que tuvieron que enfrentarse muchos supervivientes. Personas trabajadoras con familias y sueños se vieron repentinamente en una seria crisis.

¿Qué provocó el derrumbe?

Un día antes del incidente, aparecieron algunas grietas estructurales en el edificio. Las tiendas y los bancos cerraron, pero los propietarios de las fábricas obligaron a miles de trabajadores de la confección a volver. Horas después, el edificio se desmoronó, dejando a la gente atrapada entre un montón de escombros.

Se pide justicia

El desastre desató una indignación mundial. En mayo de 2013, se creó el Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh, con el compromiso de más de 200 marcas a mejorar la seguridad en las fábricas. Las investigaciones identificaron al menos a 29 marcas internacionales relacionadas con las fábricas del Rana Plaza. Según las normas de la Organización Internacional del Trabajo, la deuda frente a las víctimas ascendía a 30 millones de dólares en concepto de compensación. Se pusieron en marcha campañas enormes, incluida una recogida de 1 millón de firmas, para forzar a las marcas a asumir su responsabilidad (como Benetton, que inicialmente negó su implicación).

Impacto duradero

El derrumbe centró la atención mundial en las prácticas laborales de explotación e impulsó reformas importantes. El acuerdo Rana Plaza Arrangement ayudó a garantizar la compensación después de dos años de apoyo activo, lo que marcó un punto importante en cuestiones de transparencia y condiciones de trabajo más seguras.

Lecciones principales

La seguridad en el lugar de trabajo no es negociable.

Las marcas han de responsabilizarse de cada fase de su cadena de suministro.

Como consumidores, tenemos el poder de exigir una producción ética y sostenible.



COLAPSO DE RANA PLAZA



08 Un desayuno justo

Objetivos	<p>Concienciar sobre las cadenas de suministro mundiales y su impacto social y ecológico.</p> <p>Aprovechar el aprendizaje entre compañeros/as, el debate y la experiencia sensorial (tacto, olfato, gusto) como métodos.</p>
Palabras clave	<p>Comercio justo, productos locales, cadenas de suministro mundiales, consumo consciente, comida ética, aprendizaje informal, diálogo juvenil, aprendizaje sensorial</p>
Duración	<p>60 minutos</p>
Tamaño del grupo	<p>5-15 personas</p>
Materiales	<p>Lista de la compra, tarjetas que fomenten la conversación</p>
Nota para la persona responsable de la facilitación	<p>Procura que el entorno sea acogedor e inclusivo y que todo el grupo se sienta cómodo para hablar.</p>
	<p>Selecciona alimentos que estén claramente etiquetados y proporciona información rastreable (puedes utilizar fichas informativas ya existentes o crear otras propias).</p>
	<p>Piensa en las restricciones alimentarias y ofrece opciones vegetarianas/veganas/frescas.</p>
	<p>Lo ideal sería incluir ejemplos del sur global y locales para ilustrar la amplitud de problemas en las cadenas de suministro.</p> <p>Utiliza el método para iniciar la conversación, las actividades de seguimiento pueden conseguir que la experiencia de aprendizaje sea más intensa.</p>

Métodos

El grupo se sentará en una mesa de desayuno y será invitado a disfrutar de una variedad de comida y bebida que estén certificadas con etiquetas serias de comercio justo (Fairtrade, GEPA, Naturland Fair) o que procedan de productos locales o regionales.

Crea una hoja informativa para cada producto con ideas sobre la cadena de suministro, condiciones de producción y alternativas justas.

Fomenta la conversación con tarjetas impresas, con preguntas como:

- ¿Qué sabes de la cadena de suministro de los productos de tu desayuno?
- ¿Pagarías más por alimentos producidos de forma más justa?
- ¿Qué son para ti unas «condiciones de trabajo justas»?

La persona responsable de la facilitación puede empezar con una breve introducción y puede moderar un poco el debate, pero lo principal es el intercambio de ideas entre participantes. El método funciona bien como sesión independiente o como parte de un taller o evento más amplio sobre justicia climática y sostenibilidad.

LISTA DE LA COMPRA:

Bebidas calientes:

- Café y bolsitas de té de comercio justo
- Leche (de vaca y/o vegetal)
- Azúcar, miel

Pan y cereales

- Pan orgánico/local (2-3 barras)
- Repostería de la zona
- Pan convencional, para comparar/los

Cremas para untar

- Crema de chocolate de comercio justo
- Mermelada de comercio justo
- Mantequilla local/regional
-

Productos frescos

- Plátanos de comercio justo
- Fruta de temporada/local
- Yogur de la zona

09 Servicio de atención y cuestionario sobre cadenas de suministro

Objetivos	Concienciar sobre las cadenas de suministro, los derechos humanos y el impacto medioambiental y, a la vez, procurar que el grupo haga una reflexión crítica a través del aprendizaje interactivo y participativo.
Palabras clave	Educación no formal, cadenas de suministro globales, pensamiento crítico, aprendizaje interactivo, comercio justo, derechos humanos, diálogo grupal
Duración	15-20 minutos
Tamaño del grupo	5-30 personas
Materiales	3 pósteres grandes u hojas, lista impresa de las preguntas del cuestionario
Nota para la persona responsable de la facilitación	<p>Asegúrate de que las preguntas y las afirmaciones se adapten a la edad y sean adecuadas en el contexto.</p> <p>Deja espacio para opiniones distintas sin presión y permite que se justifiquen los puntos de vista personales.</p> <p>Utiliza datos que den contexto, proporcionados en el archivo del cuestionario, para aportar ideas más exhaustivas después de cada pregunta o afirmación.</p>

Métodos

La actividad se divide en dos rondas interactivas que combinan el movimiento físico y la reflexión crítica:

1. Ronda de cuestionario tipo test. Prepara tres pósteres u hojas con la marca A, B y C. Lee en alto una serie de preguntas (p. ej., «Cuántos litros de agua hacen falta para producir 1 kg de ternera?»). El grupo se moverá hacia la letra que crean que sea la respuesta correcta. Tras posicionarse, se mostrará la respuesta correcta con información de contexto.
2. Ronda de opiniones. Coloca dos letreros grandes en extremos opuestos de la sala: uno que diga «Sí/Estoy de acuerdo» y otro, «No/No estoy de acuerdo». Lee en alto afirmaciones basadas en valores o controvertidas (p. ej. «Pagaría más por artículos electrónicos fabricados de forma más ética»). Las personas del grupo se irán posicionando a lo largo de la actividad, en función de su nivel de acuerdo o desacuerdo. Pueden mantenerse conversaciones breves con las personas que estén en posiciones opuestas para fomentar el intercambio y la reflexión.

La persona responsable de la facilitación orientará al grupo con información contextualizadora y con preguntas aclaratorias, para fomentar un diálogo abierto en un entorno no crítico.

10 Rastrea las raíces coloniales de un producto

Objetivos	Pensamiento de sistemas, contexto histórico para cadenas de suministro, empatía con las comunidades afectadas, marco de apoyo activo básico.
Palabras clave	Ayuda al grupo a relacionar un producto familiar con los sistemas de comercio históricos y las cadenas de suministro contemporáneas.
Duración	90-120 minutos
Tamaño del grupo	5-30 personas
Materiales	<p>Mapamundi grande, línea del tiempo (impresa o dibujada a mano en un papel largo), notas adhesivas, rotuladores y bolígrafos, imágenes impresas o en pantalla. Papelógrafo Artículos pequeños para cada estación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materias primas → habas de cacao • Producción → engranaje de juguete • Transporte → maqueta de camión o avión • Consumo → chocolatina, etiqueta de camiseta. • Residuo → envase vacío
Nota para la persona responsable de la facilitación	<p>Localiza ejemplos para que la historia resulte adecuada.</p> <p>Utiliza un lenguaje sencillo y apóyate en elementos visuales.</p>

Métodos

Origen de los productos. 10 min

Prepara un mapa impreso o dibujado en un papelógrafo.

Pide al grupo que nombre la procedencia de un producto concreto (una chocolatina, una camiseta de algodón, un smartphone).

Registra las respuestas en el mapamundi grande.

La persona responsable de la facilitación presenta la idea de rastrear el origen de los productos a través de la historia y las cadenas de suministro.

Grupos pequeños que rotan entre estaciones. 60 min

Prepara cinco estaciones interactivas (con fotos y objetos pequeños). Materias primas, producción, transporte, consumo, residuos.

Una gran línea del tiempo en la pared mostrará:

- Mercantilismo → Comercio esclavista → Industrialización → Comercio moderno.

Divide al grupo en cinco grupos pequeños. Cada grupo empezará en una estación y pasará 10 minutos en cada una.

Cada grupo debatirá y colocará una nota adhesiva con un ejemplo local o situación de cada estación en la línea del tiempo después de cada ronda.

En la última ronda, harán una representación de 1 minuto de una escena con un/a miembro de la comunidad que hable del impacto de cada estación en nuestra vida actual.

Conclusiones. 20 min

Reúne de nuevo al grupo al completo y orienta la conversación para relacionar esas prácticas

históricas (colonialismo, esclavitud) con las desigualdades actuales en el trabajo, la riqueza y el riesgo medioambiental.

Si nos fijamos en la línea del tiempo, ¿qué patrones ves en quiénes ostentan el poder en cada fase?

¿Quiénes son invisibles en el recorrido de este producto (p. ej. trabajadores de la mina, la granja o la fábrica)?

¿Cuál es la relación entre cómo tratamos el medioambiente y cómo tratamos a las personas?

Impreso para línea del tiempo: Fases históricas clave (una hoja)

Mercantilismo (s. XV-XVIII): comercio dirigido por el Estado, compañías privilegiadas, extracción para beneficio de la metrópolis.

Comercio esclavista transatlántico (s. XVI-XIX): trabajos forzados que alimentaban las plantaciones y la acumulación de capital temprana.

Industrialización (s. XVIII-XIX): producción mecanizada, revoluciones de transporte, sistemas de trabajo urbanos.

Comercio neocolonial y liberalización (s. XX-XXI): multinacionales, externalización de servicios, normas comerciales, cadenas de valor mundiales fragmentadas.

Las cadenas de suministro actuales son sistemas integrados, pero desiguales, que toman forma de la extracción, prácticas labores y políticas históricas.

Mesa	Materias primas	Producción	Transporte	Consumo	Gestión de residuos
Gráficos	Imágenes de minas, granjas o bosques	Imágenes de las primeras fábricas	Mapas que muestren rutas comerciales históricas	Anuncios de los 50 y de la actualidad	Imágenes de vertederos
Tema	¿Cómo se extraen las materias primas de La Tierra? Esto se relaciona con la extracción colonial. ¿Cuál sería un ejemplo local?	¿Cómo se convierten los materiales en productos? Esto procede de la Revolución Industrial. ¿Cómo funciona hoy en día?	¿Cómo viajan los productos por el mundo? Compara los envíos modernos con las rutas históricas, como el comercio esclavista.	¿Por qué compramos cosas? El comercio moderno y la publicidad impulsan nuestras decisiones. ¿Quién tiene el poder de comprar?	¿Qué pasa cuando tiramos cosas? Muchas veces, nuestros residuos se envían a otros países, igual que antes.

11 Desafíos de la cadena

Objetivos	<p>Reconocer cómo cualquier contratiempo pone al descubierto las desigualdades de la cadena de suministro.</p> <p>Estudiar la tensión entre velocidad, coste y ética.</p>
Palabras clave	<p>Recursos, dinámicas de poder, ética, juego de simulación.</p>
Duración	<p>90-120 minutos</p>
Tamaño del grupo	<p>5-30 personas</p>
Materiales	<p>Tarjetas con papeles (preimpresos para la simulación), tarjetas con situaciones de crisis, sobres con «últimas noticias» (para las tarjetas de situaciones), dinero o fichas de Monopoly, cronómetro, papelógrafo y rotuladores, notas adhesivas (3 colores), campana o timbre, puntero</p>
Nota para la persona responsable de la facilitación	<p>Puntos que destacar:</p> <p>Cuando hay escasez de recursos, las personas que están al principio de la cadena (trabajadores, personal de minería) suelen ser quienes pagan.</p> <p>Las empresas se enfrentan a mucha presión para mantener los márgenes de beneficio incluso en momentos de crisis.</p> <p>Los retrasos en el transporte pueden dejar al personal sin salarios.</p> <p>Los sistemas «Just-in-time» son eficientes, pero frágiles.</p> <p>La velocidad y el coste suelen estar por encima de la ética en las situaciones de la vida real.</p>

Métodos

El estante vacío. 15 min

Muestra imágenes de estantes de supermercado vacíos, concesionarios de coches sin vehículos, hospitales sin EPIs (fotos reales de la pandemia de COVID-19, crisis en las cadenas de suministro).

Intercambio rápido por parejas:

- ¿Alguna vez has querido comprar algo que no tuviera existencias o cuya llegada se hubiera retrasado?
- ¿Qué era y cómo te sentiste?
- ¿Por qué crees que no estaba disponible?

Simulación de crisis en la cadena de suministro. 45 min

Divide al grupo en 6 subgrupos que representen a diferentes integrantes de la cadena de suministro de un smartphone:

- Minería de cobalto (Congo): 3-4 participantes.
- Producción de chips (Taiwán): 3-4 participantes.
- Fábrica de ensamblaje (Vietnam): 3-4 participantes.
- Empresa de transportes (internacional): 3-4 participantes.
- Sede de empresa tecnológica (EE. UU./ Europa): 3-4 participantes.
- Consumidores/vendedores (internacional): 3-4 participantes.

Cada grupo recibe:

- La descripción de su función y sus responsabilidades.
- Fichas de recursos (que representen materiales, dinero o tiempo).
- El objetivo que deben conseguir.

Normas básicas:

- Quienes trabajan en la mina extraen cobalto para venderlo a las fábricas de chips.
- El personal de las fábricas de chips crea

componentes y se lo vende a las fábricas de ensamblaje.

- Las fábricas de ensamblaje fabrican los teléfonos y los envían a través de empresas de transporte.
- Las empresas tecnológicas los reciben y lo distribuyen a puntos de venta al público/ consumidores.
- Cada intercambio necesita negociaciones y transferencia de recursos.

Objetivo: Producir tantos teléfonos como sea posible en 5 minutos

Deja que los grupos negocien y «fabriquen» teléfonos. Pon una alarma cuando termine el tiempo.

Momentos de crisis. 20 min

La persona responsable de la facilitación presenta momentos de perturbación a través de sobres con «Últimas noticias» a los grupos cada 2-3 minutos:

- Crisis 1 (trabajadores de la mina)
- Crisis 2 (personal de fábrica de chips)
- Crisis 3 (empresa de transportes)
- Crisis 4 (fábrica de ensamblaje)
- Crisis 5 (empresa de tecnológica)
- Crisis 6 (consumidores)

Normas:

- Los grupos deben adaptarse a sus correspondientes crisis.
- Podrán negociar nuevas condiciones, establecer alianzas o encontrar soluciones alternativas.
- El juego continúa durante 8-10 minutos con crisis continuas.

Decisiones de emergencia. 5 min

Dale a cada grupo 2 minutos para tomar UNA decisión crítica:

- ¿Priorizarás la velocidad, los costes o la ética?
- ¿Qué sacrificarás y a quién afectará?

Los grupos escribirán sus decisiones en una hoja grande de papel y la colgarán.

Conclusiones. 15 min

- ¿Qué ha pasado durante la crisis? ¿Qué ha sentido?
- ¿Qué grupos tenían más poder? ¿Y cuáles menos?
- ¿A qué dilemas éticos has tenido que enfrentarte?
- ¿Alguien ha tenido en cuenta el impacto humano al tomar las decisiones?

1 **Conflicto armado en región minera: la producción se reduce en un 50 % y los precios se doblan.**

2 **Escasez de chips mundial: solo puedes producir la mitad de la cantidad habitual, todo el mundo quiere comprarte.**

3 **Atascos en puertos y aumento del precio del combustible: los tiempos de entrega se duplican, los costes se triplican.**

4 **Pandemia de COVID-19: la fábrica tiene que cerrar 2 turnos, el personal necesita equipos de protección.**

5 **Quienes han invertido exigen beneficios trimestrales: has de entregar teléfonos a tiempo o te enfrentarás a penalizaciones.**

6 **Se acercan las vacaciones: la demanda se triplica, la clientela está dispuesta a pagar precios premium.**

12 Los costes medioambientales ocultos de los productos globales

Objetivos	<p>Identificar las consecuencias medioambientales de las cadenas de suministro.</p> <p>Relacionar productos del día a día con su huella ecológica.</p> <p>Explorar medidas en favor de la justicia medioambiental.</p>
Palabras clave	<p>Costes ocultos, emisiones de carbono, medioambiente, consecuencias ecológicas</p>
Duración	<p>90-120 minutos</p>
Tamaño del grupo	<p>12 - 25 personas</p>
Materiales	<p>Productos del día a día (como smartphones, camisetas, chocolatinas, café o zapatillas) y sus recorridos, hojas grandes o papelógrafo y rotuladores, cordón o hilo (de distintos colores), notas adhesivas, mapamundi impreso o en póster, tarjetas con consecuencias (ya preparadas, con datos medioambientales).</p>
Nota para la persona responsable de la facilitación	<p>Mensajes que reforzar:</p> <p>Las cadenas de suministro tienen unas consecuencias medioambientales enormes que suelen ser invisibles.</p> <p>Estas consecuencias tienen unos efectos desproporcionados en comunidades del sur global.</p> <p>Cualquier acción individual es importante, pero un cambio sistémico es fundamental.</p> <p>La juventud tiene mucho poder como consumidores, ciudadanía y apoyo activo.</p> <p>La justicia medioambiental y los derechos humanos están interconectados.</p>

Métodos

¿Por dónde pasan los productos? 20 min

Divide al grupo en 4-5 equipos. Da a cada equipo un mismo producto (como un smartphone, una camiseta, chocolate).

Los equipos tendrán 5 minutos para hacer una lluvia de ideas y escribir todos los países y fases por los que creen que el producto ha pasado antes de llegar a sus manos.

Dibujarán el recorrido del producto en una hoja grande.

Cada grupo hará una breve presentación (1 minuto cada uno).

La persona responsable de la facilitación mostrará el recorrido real y las consecuencias medioambientales en cada fase.

La red de costes ocultos. 50 min

Coloca un mapamundi en el centro de la sala.

Asigna a cada persona funciones diferentes en la cadena de suministro de un smartphone:

- Trabajadores de minería (Congo, Chile)
- Personal de fábrica (China, Vietnam)
- Personal de almacén (Alemania, EE. UU.)
- Dependientes de venta al público
- Consumidores
- Personal de transporte (barco, camión, avión)
- Trabajadores con residuos electrónicos (Ghana, India)

El grupo se colocará de acuerdo con sus funciones en la ubicación del mapa correspondiente.

Utiliza cuerdas o hilos de colores para conectar la cadena de suministro:

- Hilo rojo: emisiones de carbono del transporte
- Hilo azul: consumo de agua y contaminación
- Hilo verde: deforestación y destrucción de

hábitats

- Hilo negro: residuos tóxicos y contaminación

A medida que conectes cada fase, comparte una ficha con datos.

¿Qué consecuencias medioambientales te han sorprendido más?

¿Quién sufre más los daños medioambientales?

¿Es sostenible este sistema? ¿Por qué o por qué no?

Reflexión. 20 min

¿Qué ves al fijarte en esta web?

TARJETA INFORMATIVA



Un solo smartphone contiene materiales de más de 30 países.



La industria de la moda utiliza 93.000 miles de millones de metros cúbicos de agua al año.



Enviar un solo contenedor de China a Europa produce tanto CO2 como conducir durante 5.000 km.



Los vertederos de residuos electrónicos en Ghana contaminan el suelo y el agua y afectan a comunidades enteras.

13 Recorrido de las cadenas

Objetivos	<p>Poner al descubierto «historias ocultas» tras los productos.</p> <p>Desarrollar capacidades de observación, pensamiento crítico y competencias de storytelling visual creativo.</p>
Palabras clave	Storytelling visual, observación crítica, historias ocultas, consumo ético, documentación fotográfica
Duración	90 minutos
Tamaño del grupo	5-30 personas
Materiales	Smartphones o cámaras (una por pareja/grupo de tres), proyector y ordenador.
Nota para la persona responsable de la facilitación	<p>Continúa con el paseo y la documentación durante la duración prevista (45 minutos). Ofrece puntos de referencia o recordatorios para que los grupos no se queden en un lugar sin avanzar.</p> <p>La actividad sería complicada en un lugar aislado o rural, pues requiere interactuar con el mundo exterior.</p>

Métodos

Ver con los ojos cerrados. 10 min

Invita al grupo a que cierre los ojos.

- Pregunta: Qué imágenes te vienen a la cabeza cuando escuchas estas palabras: materias primas, consumo, transporte, ecológico, reciclaje, camiseta, botella de plástico, sándwich.

El grupo irá describiendo lo que ha visto.

Presenta el ejercicio. 10 min

Introducción: todos los productos tienen una historia oculta. Vivimos en esta cadena a diario, muchas veces, sin darnos cuenta.

Introducción:

Se formarán parejas o grupos de tres.

Cada grupo elegirá un producto y definirá las fases de la cadena de suministro, empezando por las materias primas y terminando por los residuos.

En cada fase de la cadena de productos, harán una interpretación creativa a través de metáforas y símbolos.

Interpretarán cada fase de forma creativa, por ejemplo:

- Materias primas → mural de campo de trigo, símbolo de empaquetado
- Trabajo → bicicleta de reparto, persona descargando un camión
- Consumo → taza de café usada, comprador en un quiosco

Caminarán por calles cercanas, mercados, estaciones o por el barrio.

La tarea es hacer fotos, hacer notas rápidas y seleccionar 5-7 imágenes para contar la historia de una cadena.

Recorrido fotográfico y documentación. 45 min

Los grupos explorarán y se documentarán.

Creación de una galería de cadenas. 25 min

Dos opciones de exhibición:

1. Paseo por una galería física: imprime las fotos o expón móviles o tablet en soportes, con notas adhesivas a modo de pie de foto.
2. Proyección digital: carga las imágenes en una carpeta compartida y proyéctalas en bucle o como presentación de diapositivas.

Cada participante presentará brevemente una foto y contará:

- ¿Por qué la han elegido?
- ¿Qué muestra de esa fase del ciclo de vida del producto?

Conclusiones

- ¿Qué te ha sorprendido de la cadena?
- ¿Qué parte suele ignorarse o invisibilizarse?
- ¿Cómo puede afectar esta concienciación a tus elecciones diarias o apoyo activo?



14 Campaña por una cadena justa

Objetivos	Diseñar campañas de concienciación.
	Desarrollar competencias de trabajo en equipo y de apoyo activo.
	Aplicar los conocimientos sobre la cadena de suministro al compromiso ciudadano práctico.
Palabras clave	Campañas, llamada a la acción, mensaje.
Duración	90 - 100 minutos
Tamaño del grupo	4-20 personas
Materiales	Objetivo principal definido para las campañas de los grupos, papelógrafos y rotuladores, notas adhesivas, material para el Lienzo de la campaña, material para el planificador de contenido de la campaña.
	Es necesario tener conocimientos previos y que los grupos se conozcan.
Nota para la persona responsable de la facilitación	Fomenta tonos diversos y plataformas para reflexionar con distintos públicos.
	Procura que los grupos estén concentrados para que puedan pasar de la lluvia de ideas a resultados específicos.
	Pon ejemplos de campañas juveniles que hayan salido bien, a modo de inspiración.
	Procura que estas incluyan llamadas a la acción reales que el grupo pueda llevar hasta el final.
	Esta actividad es adecuada para grupos que ya hayan trabajado con los fundamentos de la cadena de suministro y estén preparados para seguir adelante con sus propias campañas.

Métodos

Creación de campañas. 15 min

Presentar el objetivo principal en un papelógrafo o pantalla como una potente llamada a la acción.

Presentar dos opciones de campañas en un papelógrafo. Esta campaña es sobre:

- Concienciar sobre los valores y prácticas detrás de las cadenas de suministro
- Explorar qué podemos hacer como personas jóvenes para apoyar el comercio justo y las cadenas de suministro éticas

El grupo se dividirá en dos en función de sus intereses.

Presenta el «Lienzo de la campaña» como la herramienta principal de la sesión. Explica que se trata de una plantilla sencilla para ayudar a convertir las ideas en un plan estructurado.

Conceptualización y diseño de la campaña. 40 min

Los equipos irán rellenando el Lienzo de la campaña.

Como persona responsable de la facilitación, ve dando una vuelta y haz preguntas exploratorias (¿A quién intentáis llegar? ¿Qué emoción queréis provocar?) y fomenta ideas atrevidas, metáforas y eslóganes creativos. Recuérdales que se trata de explorar, no de ser perfectos.

Presentaciones por equipos. 15 min

Cada equipo hará una breve presentación sobre su lienzo completo.

Método para hacer comentarios: «Nos ha gustado...», «Una idea que convendría desarrollar...»

Elaboración de borradores de contenido. 20 min

Diseña tres ejemplos de publicaciones para redes sociales y termina con la planificación de contenido de la campaña, con:

- Texto (mensaje + tono).
- Idea visual (foto, gráfico, eslogan).
- Conexión con el tema general y cronología.

Presentación final. 10 min

Cada grupo presentará al resto su campaña perfeccionada.

El Lienzo de la Campaña

PLANIFICADOR DE CONTENIDO DE LA CAMPAÑA**1. Visión general de la campaña**

Título/eslogan:.....

Tema (p. ej. derechos laborales, impacto medioambiental, elecciones de consumidores):

Duración/cronología:

2. Público objetivo

Grupo de edad:

Plataformas (Instagram, TikTok, pósteres, eventos, etc.):

Tono (divertido, emocional, empoderante, informativo):

3. Mensajes clave

Mensaje 1 (idea principal): :.....

Mensaje 2 (dato o historia de apoyo):

Mensaje 3 (llamada a la acción) :.....

PLANIFICADOR DE CONTENIDO DE LA CAMPAÑA

Nombre de la campaña:

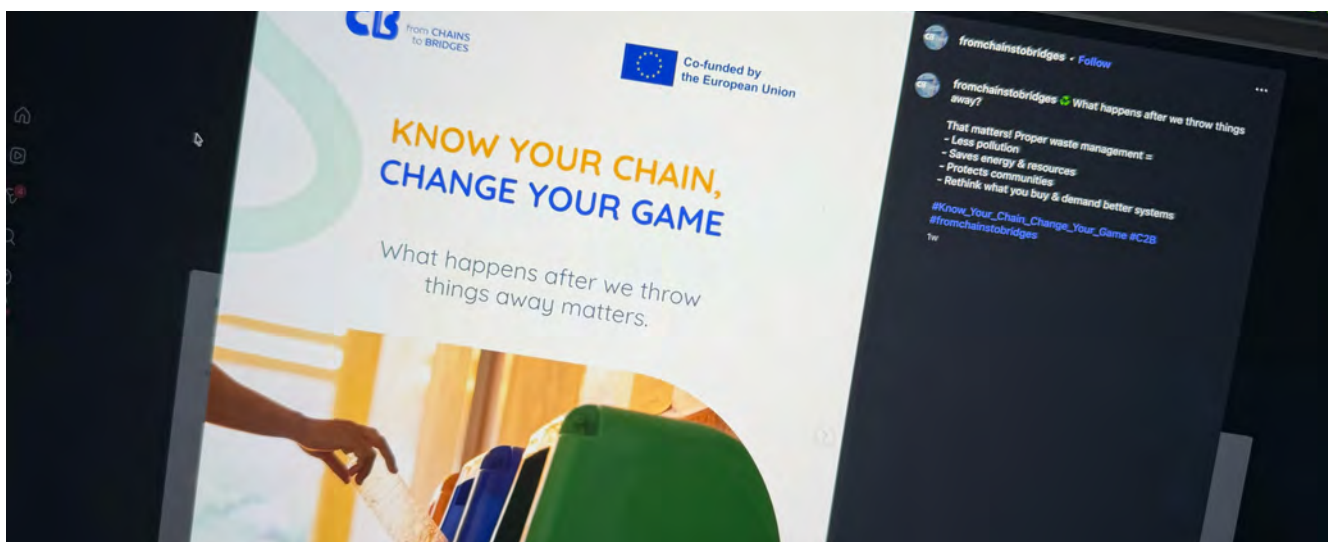
Cronología de la campaña:

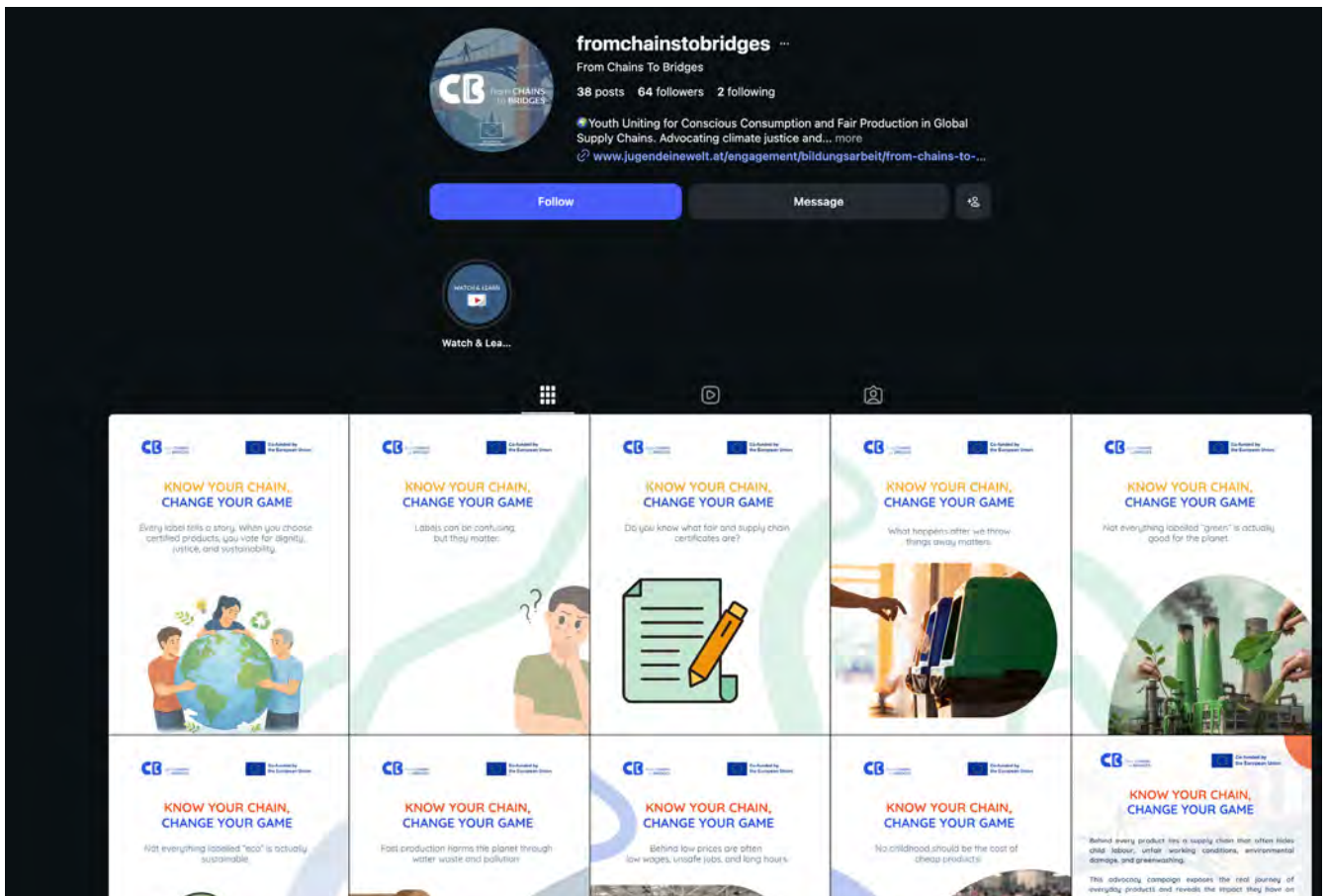
Tema de la semana 1:

Tema de la semana 2:

Tema de la semana 3:

Publicación n.º	Plataforma <i>(p. ej. Instagram)</i>	Tipo de contenido <i>(p. ej. carrusel)</i>	Texto/Pie de foto	Idea visual <i>(imagen o vídeo)</i>
01				
02				
03				
04				
05				
06				





15 Deconstrucción de un anuncio

Objetivos	Practicar la identificación de mensajes, sesgos y falta de información en la publicidad corporativa.
Palabras clave	Fairwashing, greenwashing, señales visuales, pensamiento crítico, alfabetización visual, alfabetización digital, desinformación
Duración	45 minutos
Tamaño del grupo	3-30 personas
Materiales	Algunos anuncios impresos, anuncios de televisión o campañas en redes sociales de marcas populares (en especial de moda, tecnología o alimentarias).
Nota para la persona responsable de la facilitación	<p>Escoge el anuncio de un producto que les resulte familiar (comida, ropa, tecnología) con el que el grupo pueda sentirse identificado.</p> <p>Asegúrate de que los anuncios son culturalmente relevantes y accesibles para el grupo.</p> <p>Oriéntales para que las críticas sean constructivas y sin cinismo: lo importante es aprender, no ridiculizar.</p>

Métodos

Introducción e impresiones. 25 min

Muestra el anuncio elegido (póster, vídeo o imagen digital) sin presentarlo mucho.

Divide al grupo en parejas. Cada pareja tratará las siguientes preguntas (5 minutos por pregunta):

- ¿Qué quiere este anuncio que sientas? (felicidad, tranquilidad, salud, sofisticación)
- ¿Qué historia te cuenta sobre el producto y las personas que lo usan?
- ¿Quién es el público objetivo de este mensaje?

¿Qué falta? 20 min

Orienta al grupo para que se fije en lo que falta.

- Las personas: ¿Ves a las personas que han hecho este producto? ¿Por qué no



aparecen?

- El planeta: ¿Menciona el anuncio el impacto medioambiental? ¿Qué señal visual da la sensación de sostenibilidad?
- El lenguaje: ¿Se utilizan palabras específicas y verificables (p. ej. comercio justo certificado) o más bien son vagas o buscan una reacción emocional (como, procedente de fuentes sostenibles)?

Greenwashing y fairwashing. 15 min

Presenta las definiciones de greenwashing (afirmaciones medioambientales falsas) y fairwashing (afirmaciones de trabajo ético falsas).

Mantened una conversación en el grupo.

- ¿Podría este anuncio ser un ejemplo de uno de los dos? ¿Por qué?
- ¿Qué información necesitarías para verificar esas afirmaciones?

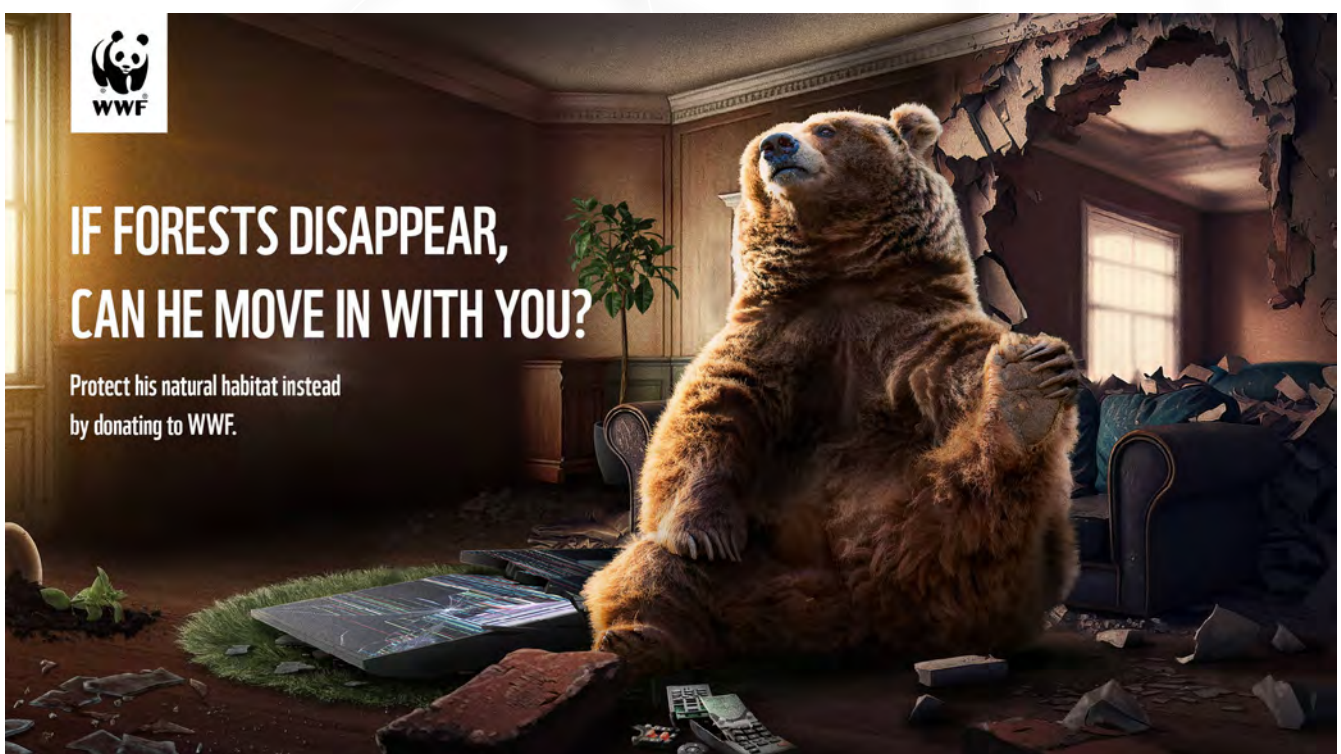
Cambia la narrativa. 15 min

Reversiona el anuncio para contar toda la historia y que incluya al personal y el impacto

medioambiental.

Los grupos esbozarán o elaborarán un guion gráfico de su alternativa con nuevas imágenes, eslóganes o historias.

Cada grupo presentará un anuncio reinterpretado.



Actividades del consorcio

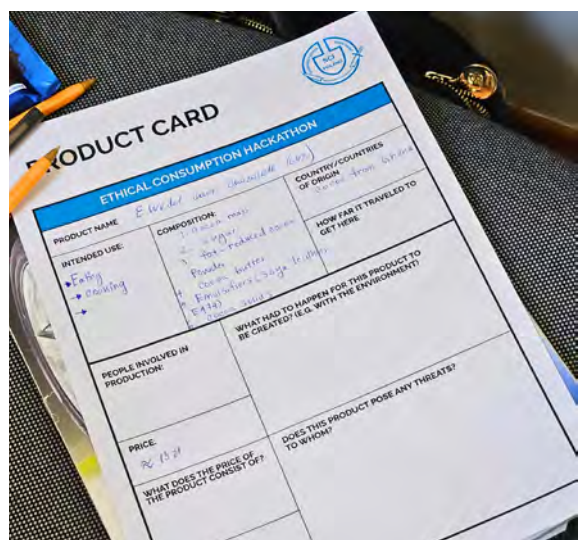
Hackatón sobre consumo ético

En Poznań, Polonia, más de veinte personas jóvenes de diversos contextos culturales se reunieron en el Ethical Consumption Hackathon (Hackathon de consumo ético), una jornada dedicada a reconsiderar cómo consumimos y las historias ocultas tras los productos del día a día. Sus participantes exploraron las cadenas de suministro del mundo y pusieron al descubierto los costes sociales y ambientales de ciertos patrones de consumo en Europa que a menudo no son visibles.

La sesión fusionó aprendizaje con creatividad: debates grupales, ejercicios de reflexión y juegos de improvisación. Se trató de motivar al conjunto de asistentes para después adentrarse en el reto del diseño de medidas locales para un consumo ético. Sus ideas abarcaron desde la realización de talleres en colegios hasta el lanzamiento de campañas en redes sociales para exponer cómo «Europa se come al mundo», para promover los mercados y productores locales como alternativas a dañinas cadenas mundiales.

Por la tarde, los equipos presentaron sus proyectos y recibieron comentarios constructivos de compañeros y personas responsables de la facilitación. Un punto importante fue que varios grupos sacaron adelante sus proyectos tras el evento y transformaron conceptos de la campaña en medidas comunitarias reales.

El hackathon puso de manifiesto que, cuando personas jóvenes aprenden, colaboran y actúan en común, pueden transformar la concienciación en un cambio significativo, y aprender cosas nuevas, competencias más sólidas de trabajo en equipo y la seguridad para integrar el consumo ético en su vida cotidiana.



Taller sobre consumo responsable con comunidades migrantes

Como parte de las actividades educativas continuas de AMIN, se organizó un taller sobre el consumo responsable tras el proyecto From Chains to Bridges. La sesión reunió a siete participantes con edades de entre 20 y 40 años, facilitada por una persona.

El taller demostró el valor de basarse en los conocimientos ya existentes del grupo y las experiencias vividas. Aunque muchas personas dijeron tener unos conocimientos teóricos limitados sobre consumo sostenible, sus prácticas diarias reflejaban un estilo de vida consciente con los recursos de forma natural. Algunos ejemplos son la reutilización de ropa, la minimización del desperdicio de alimentos o la priorización de tiendas locales frente a grandes supermercados, comportamientos que coinciden con principios de sostenibilidad.

La sesión supo relacionar estos hábitos existentes con conceptos más amplios de consumo responsable. Al encajar la teoría en el contexto de sus realidades diarias, las personas

participantes reforzaron sus conocimientos y su seguridad para implicarse en debates sobre sostenibilidad.

Esta actividad muestra cómo el trabajo con grupos migrantes puede poner al descubierto prácticas de sostenibilidad basadas en la experiencia y destacar la importancia de crear espacios donde sus conocimientos previos sean reconocidos, validados y ampliados.



Biblioteca humana

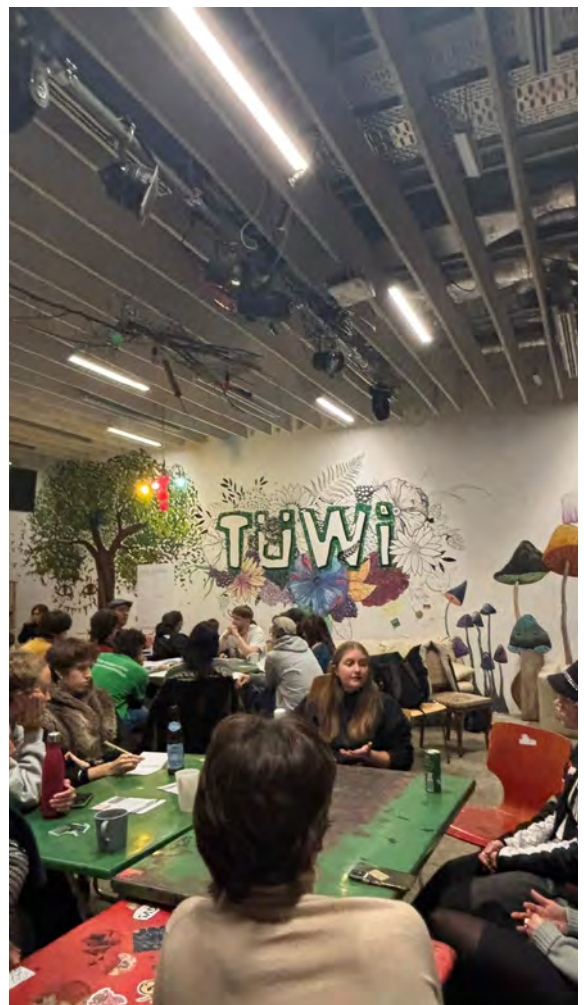
Como parte de su compromiso con la justicia mundial, las personas jóvenes voluntarias de Jugend Eine Welt organizaron una actividad interactiva que materializaba las complejas conexiones internacionales y animaba al público a actuar.

El punto de partida era una pregunta clave: ¿Cómo se relaciona nuestro consumo diario con las cadenas de suministro internacionales? ¿Y qué impacto tienen estas en los derechos humanos, el medioambiente y, en especial, en el trabajo infantil? Para explorar estas preguntas, entre otras, organizaron una biblioteca humana sobre el tema de las cadenas de suministro y el trabajo infantil.

Una biblioteca humana es un evento único y participativo donde la gente ocupa el lugar de los libros. Estos libros vivientes son personas que comparten lo que saben, sus experiencias o sus perspectivas personales sobre temas concretos. Sus visitantes están invitados a participar en conversaciones abiertas, hacer preguntas y aprender directamente de estos encuentros. El formato crea un espacio para el diálogo con una base igualitaria y ayuda a convertir cuestiones globales abstractas en experiencias personales y con las que podemos identificarnos. En este contexto interactivo, el grupo puede hablar sobre lo que son las cadenas de suministro y cómo afectan tanto a nuestras vidas diarias como a la responsabilidad corporativa. Las conversaciones también abordaron la relación entre cadenas de suministro, protección medioambiental, derechos humanos y los objetivos de desarrollo sostenible, con una gran concentración en las realidades y consecuencias del trabajo infantil. Al conectar las estructuras mundiales con las historias y experiencias individuales, la biblioteca humana fomentó la reflexión crítica y la profundización de conocimientos.

El evento demostró lo poderoso que puede ser un formato interactivo y de umbral bajo para concienciar y fomentar el compromiso. No solo proporcionó información, sino que también fue fuente de inspiración. Muchas de las personas visitantes se sintieron mejor facultadas para actuar, ya fuera a través de un consumo más consciente o del compromiso personal.

La biblioteca humana demostró ser un formato flexible e impactante que puede adaptarse a varios temas y contextos, además de ofrecer una forma eficaz de fomentar el diálogo, el aprendizaje y la responsabilidad colectiva.



Taller escolar sobre las cadenas de suministro alimentarias sostenibles

Se organizó un taller de apoyo activo local en un instituto de formación profesional en Cluj-Napoca, con unos 20 estudiantes especializados en gastronomía y en la industria alimentaria. El objetivo de la actividad era definir las cadenas de suministro sostenibles y darles relevancia para las personas jóvenes que se preparan para trabajar en este campo.

El taller fue facilitado con una persona en representación de Food Bank Cluj, para combinar la experiencia práctica con las aportaciones educativas. Se presentaron al grupo las principales fases de la cadena de suministro y se exploró dónde existen prácticas no sostenibles y desperdicio alimentario de forma más frecuente, especialmente en la industria alimentaria.

La sesión puso de relieve cómo se generan los desperdicios de alimentos, por qué es un gran problema social y medioambiental y quiénes son los principales responsables. Para buena parte del alumnado, una de las principales conclusiones fue entender que los hogares tienen una función importante en el desperdicio de comida, pues muchas veces se cocinan cantidades excesivas o no almacenan la comida correctamente.

Entonces, trabajaron en pequeños grupos, y cada uno se centró en una fase concreta de la cadena de suministro. Identificaron prácticas no sostenibles, hablaron de responsabilidades y propusieron formas realistas de prevenir o reducir el desperdicio. Este ejercicio les ayudó a ver la cadena de suministro como un sistema interconectado y les animó a reflexionar de forma crítica.

Según sus comentarios, se aumentó la concienciación sobre cómo y por qué se desperdician alimentos, además de valorarse las medidas concretas y viables habladas durante el taller. El alumnado expresó sentirse mejor dotado para dar pasos pequeños e inmediatos hacia unas prácticas alimentarias más sostenibles en su día a día.



Glosario

1. (In)justicia climática: la idea de que los países ricos deberían asumir la responsabilidad por el cambio climático y los daños que provoca, además de ayudar a países con menos recursos y a esas comunidades que, a pesar de su menor contribución al problema, sufren gran parte de este.
2. Accionistas activistas: situación en la que un grupo de accionistas utiliza su responsabilidad en la empresa para ejercer influencia en la dirección, con el objetivo de provocar cambios financieros o éticos sin hacerse con todo el control.
3. Acumulación de capital: reunir o aumentar el dinero y los recursos necesarios para producir bienes y servicios.
4. Alfabetización mediática: la capacidad para entender e interpretar mensajes de los medios y reconocer su impacto y sus sesgos.
5. Apoyo activo: tomar medidas para apoyar una causa o provocar un cambio.
6. Bienes de consumo: productos fabricados por el ser humano, creados para venderse en el mercado.
7. Cadena de suministro: el ciclo de vida de un producto, desde las materias primas hasta que llega a tus manos.
8. Colonialismo: sistema mediante el cual un país toma el control de otro mediante la violencia, de sus tierras o territorios y de su población, los reivindica como propios y, a menudo, envía a colonizadores para que vivan en él.
9. Comercio justo: un sistema que mejora el salario y las condiciones para productores.
10. Compañías privilegiadas: compañías fundadas para buscar políticas de colonización.
11. Compromiso: una promesa personal para tomar una medida concreta.
12. Consumidores: personas que compran y utilizan los productos (¡nosotros y nosotras!).
13. Consumo consciente: la selección cuidadosa de lo que compramos, pensando en los efectos sociales, medioambientales y éticos de los productos.
14. Convenio colectivo: la negociación por parte de trabajadores, normalmente a través de un sindicato, con la empresa para obtener un salario, una jornada, una remuneración y unas condiciones laborales justas.
15. Derechos humanos: derechos básicos pertenecientes a toda la raza humana en cuestiones de trato justo.
16. Economía circular: un sistema de reutilización, reparación y reciclaje para evitar el desperdicio.
17. Educación no formal: aprendizaje que tiene lugar fuera de un centro formativo (como estos talleres).
18. Empoderamiento: el hecho de dar a las personas el poder y la confianza para cambiar las cosas.
19. Explotación: la utilización de trabajadores con condiciones injustas para obtener beneficios (salarios bajos, condiciones peligrosas).
20. Extracción: obtención de recursos de La Tierra (minería, agricultura).
21. Fabricación: la transformación de materias primas en productos terminados.
22. Huella de carbono: la contaminación medioambiental total provocada por un producto o una acción.
23. Industrialización: el proceso mediante el cual un país empieza a utilizar máquinas en vez de personas para fabricar mercancías, lo que se traduce en ciudades más grandes, trabajos en fábricas y producción más rápida y barata.
24. Liberalización económica: la reducción de la normativa gubernamental y los controles que dan a los negocios más libertad y fomentan mercados libres, comercio y propiedad para impulsar el crecimiento y la competencia.
25. Libertad de asociación: el derecho de unirse o formar grupos, como sindicatos, para proteger tus derechos.
26. Materias primas: recursos naturales utilizados para fabricar artículos (como el algodón o los minerales).
27. Mercantilismo: una idea económica antigua de que los gobiernos deben controlar el comercio e intentar que su país sea rico con unos mayores niveles de ventas a otros países que de compra.
28. Minerales de zonas de conflicto: minerales extraídos de zonas inestables donde grupos armados emplean el trabajo forzado y los venden para financiar actos violentos y armas. A menudo se utilizan en productos del día a día.

29. Minorista/comercio de venta al público/vendedores: tiendas que venden los productos acabados. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-07484-4_3
30. Norte global/sur global: términos utilizados para agrupar los países en función de su nivel de desarrollo, donde el norte global incluye los países más ricos y «desarrollados» y el sur global incluye los países más pobres y «en desarrollo».
31. Obsolescencia programada: cualidad de productos que se fabrican intencionadamente para estropearse o dejar de funcionar tras un breve periodo de tiempo. <https://www.visionfactory.org/post/mercantilism-how-it-shaped-today-s-economy>
<https://www.fairlabor.org/resource/fair-labor-associations-bangladesh-wage-trends-report-and-recommendations/>
<https://www.globallivingwage.org/living-wage-benchmarks/urban-bangladesh/>
<https://www.hrw.org/topic/business/garment-industry>
<https://cleanclothes.org/campaigns/rana-plaza>
32. Obtención de recursos ética: asegurarse de los productos se fabrican de forma justa y sostenible. <https://truecostmovie.com>
33. Persona responsable de la facilitación: persona que orienta y ayuda a un grupo a aprender y a trabajar en equipo. <https://storymaps.arcgis.com/stories/d3e4a7eea0804ecdbb8ae4498aa90df7>
<https://raid-uk.org/report-environmental-pollution-human-costs-drc-cobalt-demand-industrial-mines-green-energy-evs-2024/>
34. Proveedores: empresas que proveen piezas o servicios. <https://www.statista.com/topics/11288/shipping-emissions-worldwide/>
35. Residuos electrónicos: productos de electrónica desechados, a menudo, tóxicos. <https://searoutes.com/2025/09/26/freight-emissions-compared-rail-truck-air-sea/>
36. Residuos: lo que queda cuando un producto se tira. <https://gitnux.org/sustainable-fashion-industry-statistics/>
37. Salario digno: el salario suficiente con el que una familia puede vivir dignamente (y no solo sobrevivir). <https://www.itu.int/en/ITU-D/Environment/Pages/Publications/The-Global-E-waste-Monitor-2024.aspx>
38. Sostenibilidad: el uso responsable de recursos para que duren en el futuro. <https://theroundup.org/textile-waste-statistics/>
39. Taller clandestino: una fábrica con condiciones de trabajo muy pobres, a menudo ilegal. <https://www.foodmiles.com/>
40. Trabajador/a informal: persona que trabaja sin ningún tipo de registro o protección oficial, sin prestaciones ni seguridad laboral. <https://storymaps.arcgis.com/stories/d3e4a7eea0804ecdbb8ae4498aa90df7>
41. Trabajo infantil: forzar a niños y niñas a trabajar, perjudicando su futuro. <https://raid-uk.org/report-environmental-pollution-human-costs-drc-cobalt-demand-industrial-mines-green-energy-evs-2024/>
42. Transparencia: cualidad de una empresa que es honesta sobre sus sistemas de producción. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/emotional-behavior-behavioral-emotions/202501/9-ways-media-shapes-norms-and-behavior>
43. Transporte: el recorrido de un producto de la fábrica a la tienda. <https://www.khanacademy.org/college-careers-more/social-media-challenges-and-opportunities/xbcfeb71becefc1ac:social-media-and-the-brain/xbcfeb71becefc1ac:how-does-social-media-impact-our-behavior/a/how-does-social-media-impact-our-behavior>
44. Trata esclavista: un sistema mundial de compraventa forzada de personas. Hace especial referencia al comercio transatlántico que movió a millones de personas de África a América entre los siglos XVI y XIX. <https://www.mdpi.com/2673-995X/4/3/74>
<https://link.springer.com/article/10.1057/s41309-024-00224-8>
<https://www.oecd.org/en/topics/lobbying.html>
<https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2025/12/09/council-and-parliament-strike-a-deal-to-simplify-sustainability-reporting-and-due-diligence-requirements-and-boost-eu-competitiveness/>

https://meketa.com/wp-content/uploads/2025/06/MEKETA_Modern-Mercantilism-Newsletter.pdf

<https://academic.oup.com/edited-volume/38857/chapter-abstr act/337901023?redirectedFrom=fulltext&login=false>



Cofinanciado por
la Unión Europea

CB from CHAINS
to BRIDGES

