

# **El comercio justo como expresión del consumo responsable**

## **Pablo Barrenechea Abecia**

### **Fundación Ecología y Desarrollo**

---

La vida humana se sostiene y nutre con el consumo que es el impulso de buena parte del desarrollo humano. El problema no es el consumo, sino sus pautas y efectos. Las pautas de hoy deben cambiarse para hacer avanzar el desarrollo humano de mañana. Y las opciones del consumo deben convertirse en realidad para todos:

- **Compartido**: garantizando las necesidades básicas de todos.
- **Fortalecedor**: aumentando la capacidad humana.
- **Socialmente responsable**: para que el consumo de algunos no ponga en peligro el bienestar de otros.
- **Sostenible**: sin comprometer las opciones de las generaciones futuras.

La clave consiste en crear un ambiente propicio para el consumo sostenible, en que tanto consumidores como productores tengan los incentivos y las opciones para avanzar hacia pautas de consumo menos dañinas desde el punto de vista ambiental y desde el punto de vista social. La gente cada vez más se interesa sobre los efectos del consumo sobre su propia salud y seguridad, así como por los efectos más generales sobre el medio ambiente y la sociedad. Pero están atrapados en un sistema de opciones y de oportunidades limitados y de incentivos negativos.

Para contextualizar el consumo responsable debemos vincular los conceptos consumo, comercio y desarrollo partiendo de la relación entre los dos primeros con el tercero, y analizando su impacto en este planeta global<sup>1</sup>.

## **1. Empecemos hablando del consumo.**

El consumo mundial ha aumentado a un ritmo sin precedentes a lo largo del último siglo. En 1998 el gasto de consumo privado y público alcanzó los 24 billones de dólares, el doble que en 1975, seis veces el de 1950 y dieciséis veces el de 1900.

---

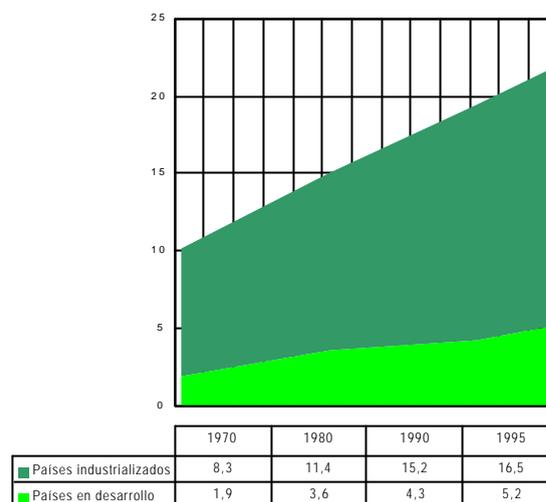
<sup>1</sup> Los datos que se presentan a continuación se han extraído del Informe sobre Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), que dedicó buena parte de su edición de 1998 a analizar la relación entre consumo y desarrollo.

Si bien el consumo es un medio esencial para el desarrollo humano, el vínculo no es automático. El consumo contribuye al desarrollo de las personas cuando aumenta la capacidad y enriquece la vida de la gente sin afectar negativamente el bienestar de otros; cuando es tan justo con las generaciones futuras como con las actuales.

## Crecimiento del consumo desequilibrado

Billones US\$, 1970-1995.

Cuando esta condición básica no se cumple, el consumo se vuelve hostil al desarrollo humano. El consumo actual supone un deterioro de la base ambiental de recursos. Exacerba las desigualdades y la dinámica del nexo consumo-pobreza-desigualdad-medio ambiente se acelera.



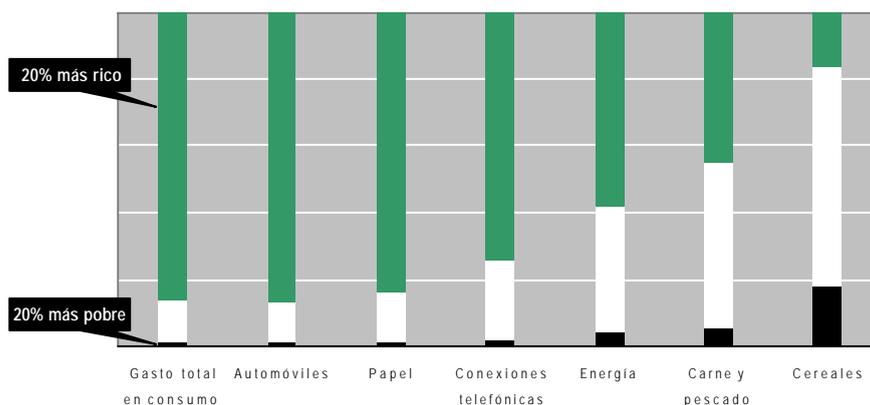
## 2. Analicemos las desigualdades del actual modelo de consumo.

Hemos visto cómo ha crecido el consumo en el último siglo. Pero mientras el crecimiento en los países industrializados es constante, no ocurre lo mismo (ni a la misma velocidad) en otras regiones del planeta. Así, mientras el consumo crece de forma espectacular en Asia oriental y de forma moderada en Asia meridional, el hogar africano de hoy consume el 20% menos que hace 25 años.

Más del 20% de los habitantes del planeta han quedado excluidos de la explosión del consumo. De los 4.400 habitantes del mundo en desarrollo, un tercio no tiene acceso a agua limpia, tres quintas partes carecen de saneamiento básico, la cuarta parte no tiene vivienda adecuada y un quinto no tiene acceso a servicios de salud. La quinta parte de los niños no acaba su formación primaria.

### Con una participación en el consumo desigual

1995



Las desigualdades del consumo son brutalmente claras. A escala mundial, el 20% de las personas con mayor ingreso hacemos el 86% del consumo privado y el 20% más pobre un minúsculo 1,3%.

La relación entre el consumo en general de los más ricos y los más pobres es 16:1. Más concretamente, de 145:1 en automóviles, 77:1 en papel, 49:1 en líneas telefónicas —la mitad de la población de este planeta no ha hecho nunca una llamada de teléfono—, 17:1 en energía, 9:1 en carne y pescado.

Y no parece que esta pauta de consumo sea muy efectiva en términos de satisfacción humana. En 1957 el porcentaje de estadounidenses que se declaraban estar felices alcanzó su máximo, aunque el consumo se ha más que duplicado desde entonces.

El subconsumo y la privación humana no son sólo patrimonio de los pueblos pobres del mundo en desarrollo. Más de 100 millones de habitantes de países ricos sufren una suerte semejante: entre el 7% (dato de Suecia) y el 17% (dato de Estados Unidos) de los población de los países industrializados es pobre.

Además el crecimiento del consumo está sometiendo al medio ambiente a tensiones nunca antes vistas. Desde 1950 hemos quintuplicado la quema de combustibles fósiles, desde 1960 se ha duplicado el consumo de agua dulce, las capturas marinas se han cuadruplicado y el consumo de madera ha crecido un 40% en 25 años.

A la quinta parte de la población mundial de mayores ingresos corresponde el 53% de las emisiones de dióxido de carbono y a la quinta parte más pobre el 3%. Y serán los países pobres los que más sufrirán las consecuencias del calentamiento global de la atmósfera.

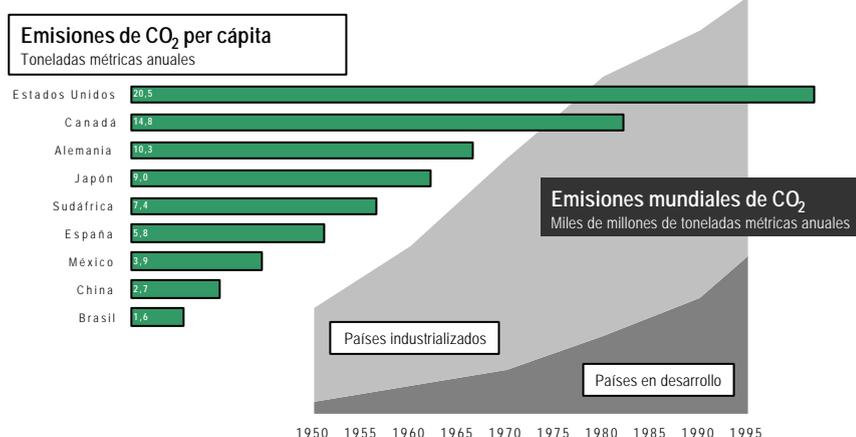
Por otra parte, las presiones cada vez mayores a favor de un consumismo exacerbado pueden volverse destructivas, reforzando la exclusión, la pobreza y la desigualdad.

Bastan algunos datos para constatar esta tendencia y, de paso, percibir la falsedad de la afirmación

desmovilizadora de que no existen soluciones a la exclusión al no haber recursos en el planeta para garantizar las necesidades de todos.

## Con costes ambientales en ascenso

1995

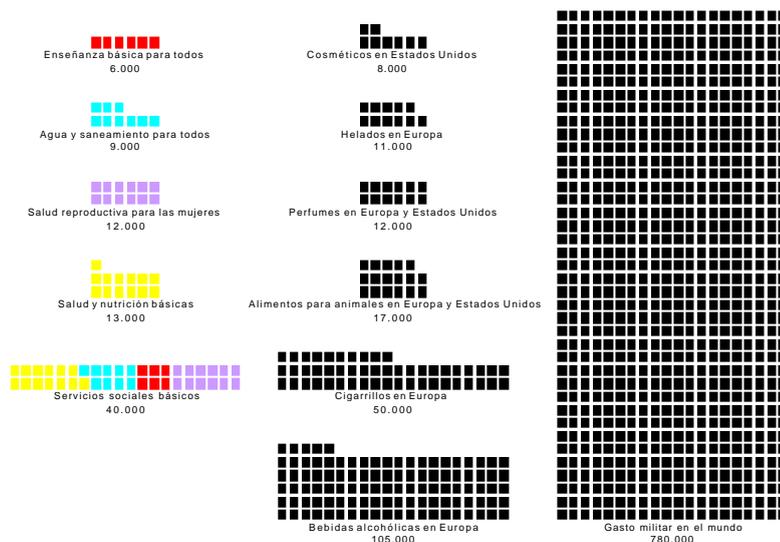


Naciones Unidas ha calculado el costo anual adicional que serían necesarios para poder garantizar los servicios sociales básicos a toda la población del planeta y lo ha comparado con el gasto anual en determinados bienes de consumo. Los datos son concluyentes:

Estos datos demuestran que hay recursos suficientes para garantizar el acceso universal a los servicios sociales básicos pero que no se destinan al desarrollo humano.

## Con prioridades dudosas

Costo anual adicional para garantizar servicios sociales básicos frente a gasto anual en determinados bienes de consumo (millones US\$).



Si las tendencias se mantienen, sin redistribuir de los consumidores de elevado ingreso a los de bajo ingreso, sin cambiar los bienes y tecnologías de producción contaminantes a otros más limpios, sin fomentar medidas que potencien a los productores pobres, sin cambiar las prioridades del consumo a la satisfacción de las necesidades básicas, los actuales problemas de consumo y desarrollo humano se agravarán.

### 3. Hablemos brevemente del comercio internacional.

El comercio internacional puede resultar una fuerza eficaz en la lucha por la erradicación de la pobreza, al facilitar la reducción de la escasez a escala local, nacional y regional, generar medios de vida y crear oportunidades de empleo. Pero los países ricos y las grandes empresas privadas han captado de manera desproporcionada los beneficios del comercio, mientras que los países en desarrollo y los hombres y mujeres pobres han sido relegados o están en peor situación económica.

Las normas comerciales internacionales han sido desarrolladas por los ricos y los poderosos sobre la base de sus estrechos intereses comerciales. Los gobiernos y las empresas que preconizan con más

pasión las virtudes del libre comercio son en realidad aquellos que más apelan al proteccionismo cuando les conviene.

Algunas áreas clave a reformar en el ámbito de la Organización Mundial de Comercio a medio plazo deberían ser tres:

- **La agricultura.** El acuerdo sobre agricultura es el ejemplo más descarado de doble moral e hipocresía que han ofrecido los países ricos en la OMC. La producción y el empleo agrarios proporcionan un medio de vida a la mayoría de la gente pobre en muchos países en desarrollo. Ese a ello, las disposiciones “especiales y diferenciales” —que fueron creadas fundamentalmente para la protección de las economías débiles— de este acuerdo se centran más en ayudar a los países industrializados a mantener sus sistemas de subsidios agrarios que en permitir a los países pobres garantizar el derecho de sus habitantes a la alimentación, a medios de vida sostenibles y a promover otros objetivos nacionales de desarrollo.
- **El acceso a mercados.** Los costes del proteccionismo del Norte han sido enormes para los países en desarrollo, alcanzando la cifra de 700.000 millones \$US en pérdidas por concepto de ingresos anuales de exportación, o sea, un 12 por ciento del PNB conjunto de todos estos países. Los sectores de mayor interés para los países en desarrollo —agricultura y textiles— están sujetos a las más altas barreras comerciales. Por el contrario, los países en desarrollo han abierto sus economías mucho más rápidamente que los países industrializados, con frecuencia bajo programas elaborados por el Banco Mundial y el FMI.
- **La propiedad intelectual.** El fortalecimiento de la protección de la propiedad intelectual a través de su inclusión en la OMC ilustra gráficamente como la globalización está siendo administrada en función de los intereses de las empresas con más poder. Fueron las grandes compañías las que llevaron este tema a la agenda de la OMC en su búsqueda de alquileres monopolistas. Estas normas tienen un impacto negativo en:
  - la transferencia de tecnología hacia los países en desarrollo, lo que debilita la capacidad de los países pobres para competir en una economía global que cada vez se basa más en el conocimiento;
  - y en la capacidad de la gente pobre para comprar a precios asequibles semillas, medicamentos (no olvidemos que el acceso a los medicamentos esenciales es ya un gran problema para una tercera parte de la población mundial) y otros productos con un contenido tecnológico alto.

Para que el comercio juegue un papel decisivo en la reducción de la distancia que separa a los ganadores de los perdedores en la carrera por la integración económica global es necesario:

- Un sistema comercial basado en normas adoptadas multilateralmente. Pese a las graves deficiencias de las normas comerciales internacionales soportadas actualmente por la Organización Mundial de Comercio, este sistema es imprescindible si se quiere gestionar el comercio en función de reducir la pobreza y alcanzar un desarrollo sostenible.
- Que toda política, norma o institución de índole comercial sea creada y luego valorada sobre la base de su contribución a tres aspectos distintos pero complementarios: la reducción de la pobreza, al respeto de los derechos humanos y la sostenibilidad del medio ambiente.

#### **4. Tenemos el marco propicio para insertar el comercio justo.**

Hemos hablado de la relación existente y la que debería existir entre consumo y desarrollo y entre comercio y desarrollo.

El Comercio Justo (según la definición adoptada comúnmente por las principales organizaciones internacionales de este ámbito) es un acercamiento alternativo al comercio internacional convencional. Es una relación comercial de partenariatado que persigue el desarrollo sostenible de productores desfavorecidos y excluidos del mercado. Pretende realizar esto mediante la aplicación de mejores condiciones comerciales, la sensibilización de la sociedad y la realización de campañas.

Las **metas del comercio justo** son:

- Mejorar el nivel de vida y el bienestar de los productores facilitando el acceso al mercado, fortaleciendo las organizaciones de productores, pagando un mejor precio y proporcionando continuidad en las relaciones comerciales.
- Promover el desarrollo de oportunidades para los productores desaventajados, especialmente mujeres y personas indígenas, y proteger a los niños de la explotación en los procesos de producción.
- Sensibilizar a los consumidores de los efectos negativos del comercio internacional en los productores, para que puedan emplear su poder como compradores positivamente.
- Poner un ejemplo de partenariatado comercial a través del diálogo, la transparencia y el respeto.
- Hacer campañas a favor de unos cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.

- Proteger los derechos humanos promocionando la justicia social, las practicas ambientales sensatas y la seguridad económica.

## **5. Cómo transmitir estos valores al alumno:**

Para transmitir de una manera informal y motivadora a los alumnos y alumnas en que consiste el intercambio desigual entre el norte y el sur, proponemos la realización de un juego de rol que reproduce el proceso del comercio internacional a pequeña escala para el alumnado de E.S.O. y secundaria, y el estudio de una tabla comparativa que permite visualizar la situación de desigualdad entro los productores del norte y los del sur para el alumnado de primaria.

Entendemos que la realización de esta dinámica en el aula tiene que desarrollarse en el marco de un trabajo más amplio, que va a permitir entender y contextualizar el tema propuesto. En este sentido, planteamos la realización de una secuencia de actividades que deben permitir tratar de manera transversal los problemas y las desigualdades del comercio y las alternativas que plantea el comercio justo. Con ello, pretendemos contribuir a crear una perspectiva de educación crítica en relación al consumo.

Para ello, y para facilitar la motivación del alumnado, se plantea la realización de las dinámicas propuestas como primera actividad, seguida del estudio de diversos conceptos relacionados con el comercio internacional:

- Producido en el sur y consumido en el norte
- Dependencia económica de los países productores
- Un injusto reparto de beneficios
- El planeta no puede sostener nuestro consumo
- Alternativas del comercio justo

Cada uno de estos temas puede tener un desarrollo práctico, relacionando los conceptos con materias primas o productos de uso común por la sociedad: café, cacao, algodón ropa y zapatillas deportivas. Al finaliza el estudio de los mismos, y antes de entrar a trabajar con las "alternativas del comercio justo", se puede retomar la valoración de las dinámicas realizadas(o volverlo a realizar) para buscar alternativas a los resultados de las mismas, o para reforzar las situaciones apuntadas.

### **5.1. Dinámica del juego de rol:**

El objetivo del taller es reproducir a pequeña escala el comercio internacional para que el alumnado experimente el intercambio desigual, y vea como pueden cambiarse sus reglas.

## **Participantes:**

La dinámica puede realizarse con un grupo de entre 5 y 30 personas. Los destinatarios de la actividad son los alumnos y alumnas de ESO, 1er y 2º ciclo, y secundaria.

## **Fases del juego (35 minutos):**

### **Reparto de papeles:**

Repartiremos un ficha de perfil a cada participante con el papel que debe desempeñar, el objetivo que debe perseguir y las condiciones que debe respetar:

#### **PRODUCTOR:**

Eres un productor de café de Nicaragua y tienes una cosecha de café para vender en el mercado internacional ya que en tu país la producción es muy superior a la demanda.

Para poder cubrir tus necesidades durante todo el año que viene y poder plantar una nueva cosecha debes conseguir vender el saco de café a un precio mínimo de 80 \$.

Es imprescindible que consigas vender tu café aunque no sea a este precio.

Tu no puedes vender directamente a los consumidores de los países del norte pues tu producción no es lo bastante importante ni cuentas con una red de distribución propia.

TU OBJETIVO ES CONSEGUIR VENDER TU CAFÉ A 80 \$ POR SACO O MÁS.

#### **EMPRESA MULTINACIONAL:**

Eres el representante de una compañía multinacional que comercia con café. Tu empresa compra café en diferentes países africanos y lo vende en Europa.

Para el año que viene quieres comprar café en Nicaragua por su calidad y por la demanda de los consumidores, PERO puedes comprarlo en cualquier otro país si el precio no te interesa.

El precio del café en el mercado internacional, debido a que este año la cosecha ha sido muy abundante, es de 50\$ el saco. Una vez comprado, multiplicarás su precio por 4 y le añadirás el precio de los aranceles antes de venderlo a los consumidores.

TU OBJETIVO ES COMPRAR EL CAFÉ EN NICARAGUA LO MÁS BARATO POSIBLE

#### **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO:**

Eres un político que trabaja en la Organización Mundial del Comercio, que agrupa a diferentes países industrializados para regular las transacciones comerciales entre ellos y otros países.

U organización decide los aranceles que se aplican a los productos que se importan de otros países. De esta manera, se evita que entren en competencia bajo precio con los productos autóctonos encareciéndolos artificialmente.

Loa aranceles fijados para el café este año son de 20\$ por cada saco.

TU OBJETIVO ES QUE LAS COMPAÑÍAS MULTINACIONALES APLIQUERN LOS ARANCELES AL CAFÉ.

**CONSUMIDOR:**

Eres el consumidor de un país desarrollado. Compras los productos de las compañías multinacionales y te gusta el café de Nicaragua.

Te preocupan las situaciones de desigualdad que genera el comercio internacional en los países en vías de desarrollo. Aún así, no comprarás café a un precio excesivo (por encima de 250\$/saco).

No puedes comprar directamente el café al productor.

Puedes hacer llegar tus preocupaciones y presionar tanto a las compañías multinacionales como a las organizaciones internacionales que actúan en tu país para conseguir tu objetivo.

TU OBJETIVO ES TENER CAFÉ A UN PRECIO REZONABLE OBTENIDO DE UNA MANERA JUSTA.

**OBSERVADOR:**

Eres el observador neutral de las negociaciones que se establezcan.

Tu papel es observar todo el proceso centrándote más en el papel de un grupo concreto.

Acabada la negociación, deberás explicar cómo has visto desde fuera todo el proceso, fijándote en aspectos como:

¿Cómo ha transcurrido la negociación?

¿Qué grupo la ha dominado?

¿Quién tenía más capacidad de influir en ella?

Una vez recibidas las tarjetas, los participantes se reunirán por grupos para discutir la estrategia a seguir en la negociación y nombrar un portavoz que los represente en las negociaciones.

**Negociación:**

Cada grupo se presentará a los demás sin revelar su objetivo. A partir de ahí se inicia una negociación entre todos para que cada uno consiga su objetivo. A lo largo de la negociación, los grupos hablan libremente entre sí mediante sus portavoces, pero un grupo puede reunirse en cualquier momento para discutir entre sus miembros la estrategia a seguir.

Inicia la negociación el grupo de las multinacionales ofreciéndose a comprar la cosecha a los productores.

Esta fase ha de durar entre 10 y 20 minutos.

**Final del juego:**

Agotado el tiempo de negociación, o alcanzado un acuerdo, se acaba el juego y se pasa a la fase de valoración.

Es conveniente avisar unos minutos antes del final del tiempo de negociación para dar tiempo a cerrar los tratos.

Es imprescindible llegar a un acuerdo, por malo que sea, al término del juego.

**Valoración:**

Los observadores explicarán cómo ha transcurrido la negociación y plantearemos al grupo las siguientes cuestiones junto con cualquier otra que haya surgido durante la dinámica:

¿Cómo se ha sentido cada uno en su papel durante la dinámica?

¿Todos los equipos partían con las mismas posibilidades de conseguir su objetivo?

¿Por qué?

¿Ha sido importante el papel desempeñado por los consumidores?

¿Habrían podido realizar su papel si no dispusieran de información?

Esto se un juego pero, ¿qué supondría para nuestras vidas si fuera una situación real, tal y como les ocurre a miles de personas?

¿Cómo podría remediarse esta situación?

## **5.2. Los productores del Norte y los del Sur:**

El objetivo del taller consiste en trabajar una tabla comparativa con dos textos que van a permitir contextualizar las desigualdades entre los productores del norte y los del sur.

### ***Participantes:***

Los destinatarios de la actividad son los alumnos y alumnas de primaria (sobre todo el tercer ciclo).

### ***Fases de la actividad:***

1.- Reparto de la tabla comparativa entre el alumnado y trabajo de reflexión individual o en grupos (ver tablas adjuntas).

2.- Se proponen una serie de preguntas sobre el tema que se contestaran de manera individual o en grupos para su posterior puesta en común:

- ¿Qué productor crees que ganará más dinero con su trabajo? ¿Por qué?
- ¿Por qué el productor del Sur tiene que trabajar más que el Productor del Norte?
- ¿Cómo crees que afecta a cada tipo de agricultor una situación imprevista, como por ejemplo una inundación?
- En el caso de tener una enfermedad, ¿qué agricultor pasará hambre? ¿Por qué?
- ¿Cómo afecta a los hijos de los productores el trabajo de sus padres? Sabes que hay 1 de cada 5 niños del mundo no ha ido nunca a la escuela. ¿Te parece justa esta situación? ¿Por qué?

3.- Puesta en común y debate sobre los argumentos utilizados en la reflexión individual.

(tabla para el alumnado)



### PRODUCTOR DEL NORTE

### PRODUCTOR DEL SUR

<p>Mi nombre es Ángel Fernández y soy agricultor. Vivo en un pueblo de Huesca, Sariñena.</p> <p>Cultivo arroz y maíz en mis campos, y los productos que obtengo los vendo en el mercado de Zaragoza y en el de Toulouse (Francia) porque en los dos mercados tienen el mismo precio de venta.</p> <p>En enero de este año realice un seguro porque tenía miedo de que las tormentas de granizo me destruyeran la cosecha. Y menos mal! En julio recogí en mis campos trozos de hielo como una pelota de ping pong, y perdí parte de mi cosecha.</p> <p>Pero no me ha importado. El seguro me ha pagado esos daños. Además, el gobierno de la Comunidad Autónoma me ha dado una ayuda por producir arroz que me va a producir más dinero, además del que voy a sacar por venderlo.</p> <p>También estoy muy contento porque con el nuevo tractor que me he comprado trabajo 8 horas al día. Voy a poder ahorrar dinero de la venta de mis productos para poder matricular a mi hijo en la Universidad. Quiere ser médico.</p>	<p>Mi nombre es Tatu Huseyni y vivo al lado del monte más alto de África, el Kilimanjaro, en un país que se llama Tanzania.</p> <p>Cultivo café en mis tierras, y los productos que obtengo los vendo en el mercado local. Me gustaría poder venderlos en Europa, pero me han dicho que el precio de venta es más alto porque hay que añadir al precio un impuesto. Lo llaman arancel.</p> <p>El caso es que para conseguir sacar adelante la cosecha cada vez trabajo más. Algunos días de sol a sol, y me ayudan mi mujer y mis hijos, que tienen que dejar de ir a la escuela. Y gano el mismo dinero.</p> <p>Además, siempre tengo miedo de que en la época de lluvias se inunden mis tierras porque entonces perderé mi cosecha y no podré comprar comida.</p> <p>Y este año me han contado en el mercado que el precio de venta del café es un poco bajo, pero no puedo plantar otras cosas por lo que puede que no me llegue para comprar nuevos utensilios para plantar recoger el café. Tendré que trabajar más... son tan viejos mis aperos de labranza.</p>
--	--

(tabla para el profesorado)



**PRODUCTOR DEL NORTE**

**PRODUCTOR DEL SUR**

Pueden vender sus productos en cualquier mercado del mundo	Los mercados desarrollados están cerrados a sus productos
Sus productos circulan y se venden en casi todo el mundo sin impuestos	Sus productos se encarecen con impuestos al venderlos en otros países (aranceles)
El gobierno de su país y otros organismos oficiales le pagan un precio extra (subsidio) por producir determinados productos	Sólo cuenta con su propio dinero y su capacidad del trabajo
El beneficio e la venta de su producto depende del precio en el mercado	El precio de venta de sus productos puede que no cubra los costes de su producción
Puede asegurar sus cosechas por si se produce una mala cosecha o una catástrofe	En caso de mala cosecha o catástrofe se arruina y pasa hambre
Gana en función de lo que trabaja	Trabaja más para ganar menos
Puede vender sus productos en casi todos los países del mundo	Sólo puede vender sus productos en los países desarrollados
Tiene derechos como trabajador	Trabaja sin condiciones laborales dignas
Los niños de la familia van al colegio y no tienen necesidad de trabajar	En ocasiones, los niños de la familia también tienen que trabajar

**5.3. Conceptos relacionados con el comercio internacional<sup>2</sup>:**

Las dinámicas propuestas deben ser el inicio del trabajo sobre el intercambio desigual entre el Norte y el Sur. A continuación apuntamos diversos ejemplos sobre actividades que pueden realizarse en el contexto de los conceptos apuntados con anterioridad:

<sup>2</sup> Los ejemplos y ejercicios que se exponen a continuación están basados en los materiales recogidos en el libro *Guía Educativa para el Consumo Crítico. Materiales Educativos para una acción Educativa Sur-Norte*, Varios Autores, **SOPEPAZ-SOPEPAU**, Ediciones Icaria, Barcelona, 1998.

## Producido en el Sur, consumido en el Norte:

### LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO DE CAFÉ:

El café necesita unas condiciones específicas para su producción que hacen que las zonas tropicales sean excelentes para su cultivo. Se cultivan alrededor de 40 millones de toneladas de café al año en 25 países del mundo: México, Colombia, Brasil, Guatemala, Costa Rica, Venezuela, Cuba, Ecuador, Perú, El Salvador, Santo Domingo, Guadalupe, Costa de Marfil, Etiopía, Uganda, Burundi, Angola, Camerún, Tanzania, Madagascar, Isla Mauricio, La Reunión, Zimbabwe, Kenia, India, Indonesia, Papúa Nova Guinea, Tailandia y Vietnam.

Zona tropical	porcentaje
América del Sur	46%
América Central	19%
Asia	18%
África	16%
Oceanía	1%

Porcentaje de la producción de café sobre la producción total (1997)

8 países concentran el 60'1% de la producción mundial:

País	porcentaje
Brasil	19'6%
Colombia	14'3%
Indonesia	7'4%
México	4'5%
Uganda	4%
Ecuador	3'6%
Etiopía	3'6%
India	3'1%
Otros	39'9%

Porcentaje de la producción de café sobre la producción total (1997)

Sin embargo, el 80% del café producido se consume en los países del Norte. La Unión Europea se bebe el 50% de la producción mundial y Estados Unidos el 25%.

País	Kg/habitante
Gran Bretaña	12'5
Suecia	12
Suiza	9
Bélgica	6'5
Francia	5'5
España	3'5

Consumo de café por habitante y año (1997)

### Proponemos

1. Representar los datos de la producción de café por continentes y por países en un atlas mundial (puedes utilizar el dibujo de un grano de café: a mayor porcentaje, más granos).
2. En el mismo mapa podéis introducir los datos sobre consumo de café por países. Completa el mapa con unas flechas que muestren el viaje del café de los países del sur al norte.

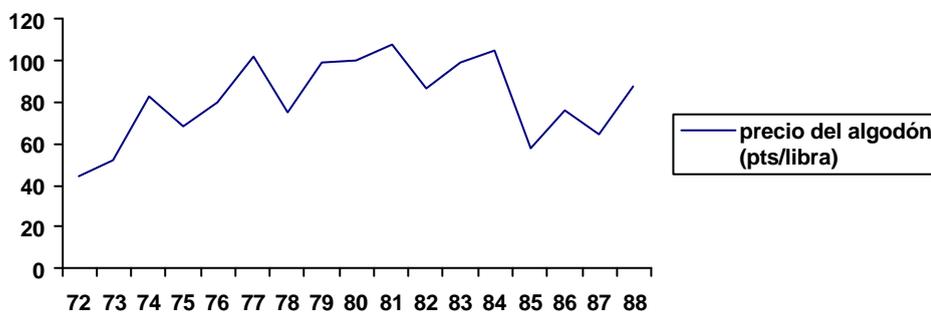
## EL PRECIO DEL ALGODÓN:

Los países cuya economía depende en gran medida de un producto, que se vende en el mercado internacional, están expuestos a las fluctuaciones de los precios de ese producto. A comienzo de los años 90, 56 países del sur dependían económicamente (más del 50% de sus ingresos externos) de la exportación de productos agrícolas o minerales. En el caso del algodón, el precio se ha ido devaluando por lo que los países productores han tenido que vender más algodón para mantener los ingresos, algo que desequilibra la balanza de pagos del país.

País	porcentaje
Burkina Faso	48%
Sudán	44%
Paraguay	30%
Chad	29%
Malí	29%
Pakistán	21%
Benin	20%
Tanzania	16%
Costa de Marfil	3%

Porcentaje de las exportaciones de algodón sobre las exportaciones totales (1993)

Además, el precio del algodón está sometido a importantes fluctuaciones en el precio, lo que genera inestabilidad en los ingresos de los países productores.



Se estima que entre 2 y 3 millones de personas trabajan el algodón en la zona centro de Tanzania. Viven exclusivamente del algodón.

(Kabule Mboje, algodonera de Tanzania) *“El algodón es el único cultivo que podemos cosechar en este suelo. Además necesitamos que cultivar para nuestro consumo: pagar impuestos, comprar alimentos, vestidos y calzado. Este año hemos ganado muy poco dinero por el algodón, el precio ha bajado. En dos o tres meses, cuando hayamos comprado los pesticidas, arreglemos el tractor y paguemos el transporte ya casi no nos quedará nada para poder sobrevivir. Antes con la venta del algodón podíamos comprar nuestra comida. Pero con este precio del algodón no tenemos dinero suficiente para subsistir durante mucho tiempo”.*

Kabula confían en el algodón para sus ingresos, pero el precio que reciben por su producto es tan bajo que se ven condenados a una vida de pobreza. Kabula y los algodoneros venden el algodón a los almacenes locales (intermediarios), que después lo venderán al Consejo nacional del algodón del propio gobierno. En las dos últimas décadas, Tanzania está ingresando menos dinero por la venta de su algodón debido a la caída de los precios. Ello significa que los pequeños algodoneros han recibido mucho menos dinero por sus cosechas.

Contestar a las siguientes preguntas:

- ¿Por qué Kabula produce algodón?
- ¿Cómo influyen los precios mundiales en Kabula?
- ¿Cómo afecta a Kabula el sistema comercial del algodón?

En 1975, Kabula vendían la libra (460 gr.) de algodón a 0'38 €. Su cosecha era de 1.142.180 gr. Con el dinero que ganaban pudieron comprar 5 paquetes de semillas a 3 €/kg, 10 botes de plaguicidas a 60 €/bote, pagaron el agua y la luz: 15 €, compraron 2 trajes tradicionales a 9 €/unidad, y quedaban 285'73 € para comprar comida hasta la próxima cosecha.

En cambio, en 1986 el precio de la libra de algodón era de 0'47 €. Volvieron a vender su cosecha. Pero esta vez todos los precios de las mercancías que querían comprar habían aumentado un 40% debido a la inflación.

¿Cuanto dinero les quedaba para comer (Además debéis pensar que la comida también había aumentado un 40% debido a la inflación)?

### AÑO 1975

INGRESOS			GASTOS		
CANTIDAD	PRECIO LIBRA	TOTAL	ARTÍCULO	PRECIO UNIDAD	TOTAL
			5 sacos semillas 10 botes plaguicidas agua/luz 2 vestidos otros		
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			<b>TOTAL DE GASTOS</b>		
<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>		

### AÑO 1986

INGRESOS			GASTOS		
CANTIDAD	PRECIO LIBRA	TOTAL	ARTÍCULO	PRECIO UNIDAD	TOTAL
			5 sacos semillas 10 botes plaguicidas agua/luz 2 vestidos otros		
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			<b>TOTAL DE GASTOS</b>		
<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>		

Nota: las actividades propuestas, en el caso de primaria, deberán tener en cuenta números enteros y no %.

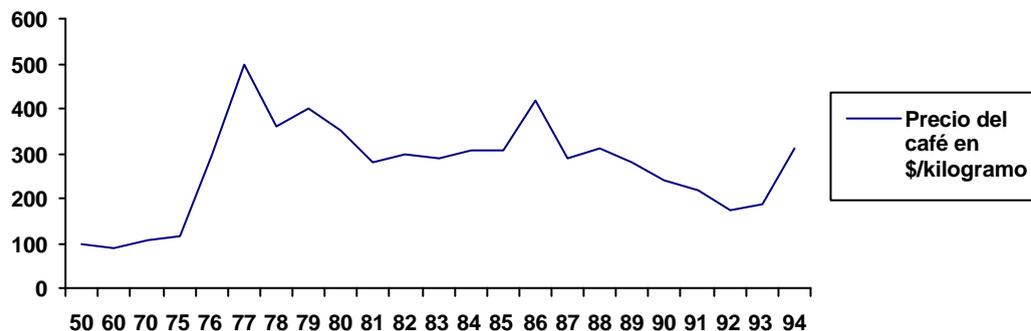
## Un injusto reparto de beneficios:

### EL REPARTO DEL PRECIO DEL CAFÉ, ¿RIQUEZA PARA QUIÉNES?:

En los países tropicales, la mayoría de las tierras se dedican al cultivo de café. Esto es debido a que la economía de los países tiene su mayor fuente de ingresos en la venta de café. En los últimos años se ha producido un empobrecimiento de los agricultores de estos países debido a:

- La caída de los precios del café en el mercado internacional: los campesinos no ganaban lo suficiente para vivir.
- Debido a esto necesitaban pedir dinero a los bancos para vivir (créditos e hipotecas), y ponían sus tierras como prenda.
- Como el precio del café no subía, no podían devolver el dinero prestado a los bancos y perdían la prenda, su tierra (embargo).
- Estas tierras fueron compradas por multinacionales a través de intermediarios, o por los gobiernos locales.
- Los campesinos siguen cultivando la tierra, que ahora es propiedad de otros. En los países del Sur hay 1400 millones de pobres absolutos. En el Sur, más de 167 millones de familias campesinas no tienen tierras propias para cultivar. Por esta razón deben buscar trabajo para vivir en las plantaciones de otro.

Además, como ya hemos explicado, los países cuya economía depende en gran medida de un producto (como es el caso del café), que se vende en el mercado internacional, están expuestos a las fluctuaciones de los precios de ese producto.



Cuando aumenta el precio del café no es porque los cafetaleros y temporeros ganan más dinero. Los beneficios del café se reparten de la siguiente manera:

---

---

<b>EN EL SUR</b>	<b>EN EL NORTE</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los comerciantes locales, especuladores privados que se aprovechan de la dependencia económica (pobreza y deuda) de los pequeños cafetaleros.</li> <li>2. Las agencias de compra-venta, que generalmente son estatales y existen sobre todo en África.</li> <li>3. Los gobiernos de los países exportadores recaudan una parte a través de los aranceles, que son los impuestos que tienen que pagar los compradores si quieren sacar el café (verde, sin manufacturar) del país.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las empresas intermediarias internacionales, que son consorcios económicos que se benefician de la compra-venta internacional del café y otras materias primas. Estas empresas compran aproximadamente el 40% del café del mundo para venderlo después a las multinacionales de la alimentación.</li> <li>2. Las empresas multinacionales que transformen el café. Compran el grano directamente a los exportadores o a los intermediarios. En nuestros países el mercado de café está en manos de pocas empresas y cada vez es más difícil que una empresa nueva pequeña pueda vender café. Estas empresas compran aproximadamente el 60% del café del mundo.</li> </ol>

Proponemos:

1. Haz un dibujo o un gráfico con los siguientes datos (año 1998, Naciones Unidas):

Brasil:

- 161 millones de habitantes
- el 3% de la población concentra el 60% de la tierra

Perú:

- 23 millones de habitantes
- el 10% de la población concentra el 93% de la tierra

Guatemala:

- 10 millones de habitantes
- el 10% de la población concentra el 80% de la tierra

Paraguay:

- 5 millones de habitantes
- el 1% de la población concentra el 80% de la tierra

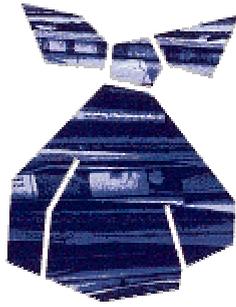
Colombia:

- 35 millones de habitantes
- el 10% de la población concentra el 80% de la tierra

Indonesia:

- 197 millones de habitantes
- el 10% de la población concentra el 50% de la tierra

2. En 1989 un kilo de café se pagaba en el mercado internacional 2'16 €, en 1992 a 0'94 € y en 1994 a 3'34 €. Si Uganda vendió cada año 40.000 kilogramos de café, ¿cuánto ganó cada año? ¿A que se debe la diferencia?
3. Realizar un gráfico con dibujos que ejemplifiquen la ruta del café desde el cafetal del Sur hasta nuestra taza (ejemplo).



NORTE (87%)

GOBIERNO  
INTERMEDIARIOS (9%)  
EXPORTADORES

CAMPESINOS (4%)

- Utilizar el gráfico de la ruta del café desde el cafetal del Sur hasta nuestra taza, y añade los beneficios que genera el comercio de café.

Pongamos por ejemplo que un paquete de café tiene un precio de 2 euros. Si la empresa que vende el café ha pagado el 13% de ese dinero a los exportadores-intermediarios. Y a la vez los exportadores sólo un 4% a los cafetaleros. Si la manipulación (compra, torrefacción, envasado, transporte y almacenamiento) del café verde le cuesta a la empresa que vende el café el 30% del precio final de un paquete y los impuestos (aranceles a la exportación) suponen el 4%:

De los 2 euros ¿Cuanto gana la empresa que vende el café? ¿Y los campesinos?

Si un consumidor en España gasta al año 24 € en café ¿Cuanto gana la empresa que vende el café? ¿Y los intermediarios? ¿Y los campesinos?

- ¿Conoces el nombre de algunas de las empresas multinacionales de la alimentación que venden café?

Marcas españolas de café:

Saimaza, Soley, Marcilla, Bonka, Eko, Nescafé, Cafecos, etc.

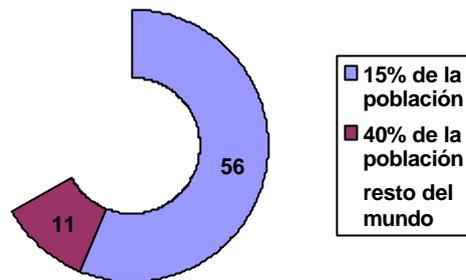
Debéis buscar a que empresa multinacional pertenecen. Podéis buscarlo en las etiquetas. ¿Cuántas empresas comercializan el café en España?

**Nota:** las actividades propuestas en el punto dos y cuatro, en el caso de primaria, deberán tener en cuenta números enteros y no %.

## El planeta no puede sostener nuestro consumo:

### ALGUNOS CONSUMEN MÁS QUE OTROS:

En los países industrializados, en los que vive solo el 20% de la población, se consume mucho más que en el resto del mundo, que agrupa al 80% de la población. Veamos algunos datos:

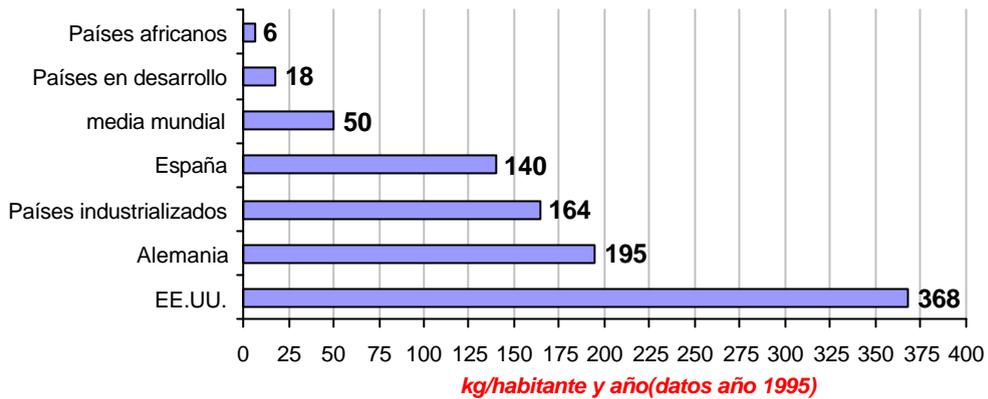


El 15% de la población del Planeta vive en el Norte y consume el 56% de los recursos del planeta. El 40% de la población vive en el Sur y consume el 11% de los recursos del Planeta (en la Tierra habitan 6.300 millones de personas).

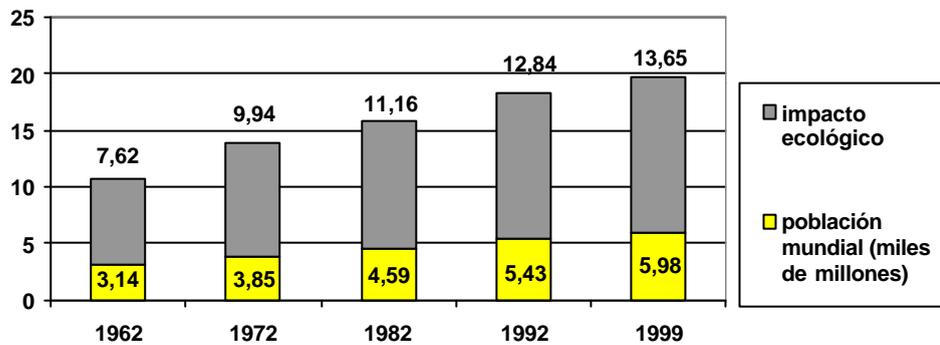
PRODUCTO	Consumo del Norte respecto del mundo	El Sur consume X veces menos
Aluminio	86%	19
Productos químicos	86%	18
Papel	81%	14
Hierro y acero	80%	13
Madera	76%	10
Energía	75%	10
carne	61%	6
Fertilizantes	60%	5
Cemento	52%	3
Pescado	49%	3
grano	48%	3
agua	42%	3

Vamos a poner un ejemplo:

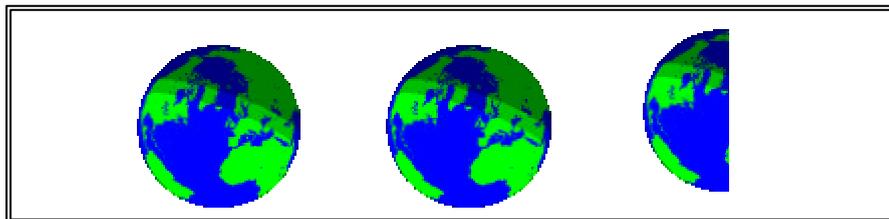
### CONSUMO DE PAPEL



### LA HUELLA ECOLÓGICA



La huella ecológica mide el impacto ambiental que genera la actividad humana en la Tierra teniendo en cuenta la contaminación y el consumo de recursos naturales de cada uno de nosotros. De este modo, los 5.980 millones de personas que habitábamos el Planeta en 1999 generamos un impacto ambiental similar al que producirían 13.650 millones de personas (último dato disponible por Naciones Unidas). ¿Podemos estar seguros en la Tierra?



Si cada persona del planeta se comportase como un habitante medio de un país del Norte, se necesitarían dos planetas y medio para satisfacer las necesidades de todos ellos.

Proponemos:

1. Un uso y un destino desigual para el papel:  
PRIMARIA:  
Ver actividades en anexo I  
E.S.O., SECUNDARIA:  
Ver actividades en anexo II
2. El uso de papel en nuestra clase:  
PRIMARIA:  
Ver actividades en anexo I  
E.S.O., SECUNDARIA:  
Ver actividades en anexo II
3. Organizar un debate en el aula sobre la propuesta del Señor Summers y comparar la misma con los resultados en Bophal:

El 12 de diciembre del 1991, el señor Summers, director de un importante departamento del Banco Mundial, distribuyó a sus más directos colaboradores una circular llamada "pepitas" que empezaba así:

*"Quede entre nosotros ¿no debería el Banco Mundial estimular la emigración de las industrias contaminantes hacia los países subdesarrollados? En el fondo la producción y comercialización de productos peligrosos para el medio ambiente podrían suponer una fuente de bienestar".*

Recuerdos de Bophal, Director de la Fundación Ecología y Desarrollo desde la Cumbre de la Tierra, Johannesburgo 2002:

*"Dow Chemical ( empresa multinacional) adquirió hace dos años una empresa llamada Unión Carbide. Propiedad de esta última era una planta de pesticidas situada en la localidad India de Bophal. En 1984, esta planta, sufrió un escape de gases tóxicos debido a la negligente manera de operar. A día de hoy, la cifra de muertos alcanza las veinte mil personas. Más de ciento cincuenta mil enfermos crónicos. A día de hoy, ninguno de los responsables ha sido juzgado. El gobierno indio no sabe, no contesta.*

*Hasta el momento, cada uno de los familiares de los fallecidos ha recibido una compensación equivalente a 500 euros. Conviene recordar también que los familiares de víctimas de este tipo de accidentes en Estados Unidos, lugar de origen de la compañía, reciben unos 45.000 euros".*

¿Qué te parece la propuesta del Sr. Summers?

¿Crees que es correcto que se instalen estas industrias contaminantes en países del Sur? ¿Por qué crees que se utiliza esta práctica? ¿ ¿Te gustaría que te ocurriera a ti? ¿Es posible que pase esto en tu ciudad? ¿Crees que ha pasado en España<sup>3</sup>?

¿Cuál es la diferencia entre un ciudadano norteamericano y un habitante de Bophal? ¿Qué te parece la manera de actuar de Dow Chemical?

4. Descubre la huella ecológica del consumo de recursos naturales de tu centro escolar:  
[www.vidasostenible.com](http://www.vidasostenible.com)

---

<sup>3</sup> Existen ejemplos todavía muy recientes en nuestra memoria como el arreglo del submarino nuclear Tireless en Gibraltar o la exportación de residuos de lindano en Aragón y País Vasco.

Ejemplo:

## **Alternativas del comercio justo:**

### **CAFÉ DE COMERCIO JUSTO:**

El comercio justo es una alternativa al comercio tradicional. Frente a los criterios meramente económicos tiene en cuenta valores éticos que abarcan aspectos tanto sociales como ecológicos. Así:

- Los campesinos y productores de zonas empobrecidas encuentran un cauce para vivir dignamente de su trabajo.
- Los consumidores obtienen productos de calidad, con la garantía de que se han respetado los derechos de los trabajadores y el medio ambiente.
- Se recupera el vínculo entre productor y consumidor.
- Se demuestra de que es posible hacer compatibles los criterios económicos con los sociales y ecológicos.

En relación con los trabajadores:

- Se les garantiza un salario justo por su trabajo.
- Los productores deben destinar parte de sus beneficios a las necesidades básicas de sus comunidades: sanidad, educación, formación laboral...
- Se establece una relación a largo plazo y se garantiza parte del pago de los productos por adelantado.
- Se evita la explotación infantil.
- Se promueve la igualdad entre hombres y mujeres, la toma de decisiones democrática, y la protección del medio ambiente.

El café es uno de los primeros productos que comenzaron a comercializarse a través de este modelo, ya que era fácil acceder a cooperativas del Sur que cultivaban café.

### Proponemos:

1. Busca algunas de las marcas de café de comercio justo que existen en el Estado, sus características y los lugares de procedencia<sup>4</sup>.
2. ¿Es fácil comprar este producto en tu ciudad? Solicita información y difúndela en el centro escolar.
  - Proponer a los profesores que utilicen café de comercio justo.
  - Pedir al bar del centro que compre café de comercio justo.
3. Busca otras posibilidades de comercio justo y realiza el mismo trabajo: alimentación, artesanía, papelería, ropa....

---

<sup>4</sup> Ver punto 6.

## **6. Cómo ampliar la información:**

[www.e-comerciojusto.org](http://www.e-comerciojusto.org)

[www.intermon.org](http://www.intermon.org)

[www.setem.org](http://www.setem.org)

[www.vidasostenible.com](http://www.vidasostenible.com)

[www.pangea.org/edualter/](http://www.pangea.org/edualter/)

<http://valores.eurosur.org/>

[www.ecodes.org](http://www.ecodes.org)

<http://www.e-comerciojusto.org/frames.php?URL=http://www.nodo50.org/espanica/>