

TEMA: DESARROLLO COOPERATIVO

SUBTEMA: Comercio justo y ONG

Área: FILOSOFÍA Y CIUDADANÍA. ECONOMÍA, ORIENTACIÓN

Coordinación: Ana Belén Muñoz

Lugar de realización: Babilafuente

Cursos y grupos: 4º ESO, 1º Bachillerato

Tiempo: 2 sesiones lectivas

Material necesario: Entregar el anexo en fotocopias a los alumnos o, si es posible, mandárselo por e-mail.

Material complementario: La actividad se realizará en un aula con conexión a Internet.

Síntesis de la actividad: Charla a los alumnos sobre la labor que hacen las ONG en cuestión de educación en los países menos desarrollados y sobre sus conocimientos del concepto de comercio justo.

Objetivos:

- Concienciación de los graves problemas y de la escasez existente en el tercer mundo así como valorar las actividades realizadas por las ONG para disminuir las desigualdades entre distintos países.
- Valorar el comercio justo como una herramienta de cooperación para colaborar en la erradicación de la pobreza en los países de desarrollo y ayudar a las poblaciones empobrecidas a salir de su dependencia y explotación.
- Conocer las organizaciones de comercio justo como un sistema comercial que ofrece a los productores acceso directo a los mercados del Norte y unas condiciones laborales y comerciales justas e igualitarias.

Evaluación: Al terminar la actividad

ARTÍCULO DE COMERCIO JUSTO

“LA CRUDA REALIDAD”

¿Por qué los productores de café en países como Colombia apenas sobreviven con rentas míseras y las empresas que compran ese café se enriquecen cada día más?

¿Cómo es posible que haya gente que sobrevive con menos de 1 dólar al día?

¿Será verdad que empresas como NIKE o ADIDAS utilizan mano de obra infantil de los países pobres para fabricar productos que luego se venden como artículos de marca en mi país y en otros países ricos del mundo?

¿Por qué en muchos países las mujeres son tratadas peor que ganado?....

Estas son sólo alguna de las preguntas que quizás te hayas hecho alguna vez en tu vida. Si es así, quizá te hayas planteado la duda de qué puedes hacer tú para mejorar o por lo menos para no ser cómplice de situaciones que constituyen las respuestas a las preguntas de arriba:

- *Es cierto que los productores de café de ciertos países malviven a costa de empresas de países desarrollados que compran su producto por una cantidad mísera para luego enriquecerse vendiéndolo en el mundo desarrollado.*
- *Efectivamente muchísimas personas en el mundo tratan de sobrevivir con menos de 1 dólar al día en los países que a partir de ahora llamaremos del “sur”, para referirnos al mundo subdesarrollado.*
- *Desgraciadamente también es cierto que ciertas empresas explotan a trabajadores de países del Sur, pagándoles sueldos miserables. En muchos casos, incluso, se usa mano de obra infantil y se fabrica con prácticas que dañan seriamente el medio ambiente. Todo ello*

aprovechando la escasa legislación que en materia laboral y medioambiental existe en países pobres.

- *Por último, es dolorosamente cierto que las mujeres son tratadas en ciertas zonas del mundo no tan alejadas como ganado. Se les niegan los derechos fundamentales que todo ser humano debe tener. Todos tenemos en la cabeza palabras como burka, lapidación....*

EL CASO DEL CAFÉ

Centrémonos a modo de ejemplo en qué es lo que ocurre con los productores de café en los países del Sur.

Los cultivadores de café de los países en vías de desarrollo, la mayoría pequeños propietarios empobrecidos, venden sus granos de café a un precio muy inferior al coste de producción. Estas familias que viven de los ingresos generados por el café se ven obligadas a sacar a sus hijos de la escuela, especialmente a las niñas, para que contribuyan en la producción familiar. No pueden ni siquiera pagar las medicinas básicas y ven drásticamente reducidas sus raciones alimenticias, es decir, **pasan hambre**.

Pero vayamos ahora al mundo desarrollado en el que nosotros vivimos. El negocio de café es de los más prósperos que existen. Por poner un ejemplo, del café instantáneo de Nestlé, se beben unas 4.000 tazas por segundo. En cualquier cafetería de cualquier país rico nos encontramos cientos de variedades de café (capuchino, expreso, latte...)

En fin, una industria que proporciona altos beneficios, pero que paradójicamente deja a millones de agricultores en la más profunda pobreza.

Lawrence Seguya (Uganda) dirigió en 2002 unas palabras muy duras, pero muy claras a los países ricos:

“Me gustaría decir a la gente de su país que la bebida que ahora están disfrutando es la causa de todos nuestros problemas. Nosotros cultivamos el café con nuestro sudor y lo vendemos por nada”.

El 70% del café mundial es producido en granjas de menos de 10 hectáreas, es decir, en muy pequeñas plantaciones. De este 70%, la gran mayoría se cultiva en terrenos familiares. Incluso en países donde existen grandes plantaciones como Brasil, India y Kenya, hay también una importante cantidad de cultivadores familiares.

Los precios del café en el comercio mundial han sufrido drásticas bajadas en los últimos años, lo que ha provocado la crisis de los pequeños cultivadores. Pero el problema va más allá...

En el hotel Sheraton de Kampala (capital de Uganda) se pagaba hace unos años 60 centavos de dólar por una taza de café. En Europa, esta taza cuesta más del doble. Sin embargo, en Uganda en las mismas fechas por un kilo de café se le pagaba al pequeño productor 8 centavos de dólar. Por lo tanto...

Una cucharada de café en un hotel en Uganda. 60 CENTAVOS.

Un kilo de café al productor en Uganda: 8 CENTAVOS.

Entonces, ¿qué es lo que está pasando?

Oxfam Internacional realizó una especie de rastreo para investigar cómo se va inflando el precio a lo largo de la cadena de valor del café, es decir, desde el pequeño productor del Sur hasta la estantería del supermercado en los países desarrollados (Norte).

El margen de beneficios se hace "sorprendentemente" mucho más amplio cuando el café llega a manos de las compañías tostadoras y de los detallistas (minoristas).

A modo de ejemplo, el precio del café desde el productor hasta la estantería del supermercado se infla en un 7.000%

Vamos para terminar con el ejemplo del café a analizar los cuatro eslabones principales de la cadena de valor:

- **Agricultor.**

Ni tan siquiera es capaz de cubrir los costes de producción. Qué mejor que las palabras de un agricultor ugandés llamado Salome Kafulzi para ilustrar el problema:

“Cuando nuestro café se vendía a 69 centavos el kilo, podíamos comer bien, mantenía a mi familia. Yo necesito como mínimo un precio de 34 centavos el kilo para sobrevivir. Ahora que lo cobramos a 6,07 centavos, no podemos comprar lo más esencial. No tenemos carne, pescado, arroz; sólo judías y boniatos. No podemos mandar a nuestros hijos a la escuela...Estamos rotos y no somos felices”.

- **El molinero**

Vayamos al molino de café de Jalamba dirigido por Mary Goreti. En sus palabras, la situación es la siguiente:

“Tenemos empleadas en el molino a 10 personas. Los márgenes son ahora tan pequeños y el precio de la electricidad es tan alto que el dinero no nos llega. Muchos agricultores no se molestan en traer el café al molino, ya que el precio pagado es ridículo. Si el precio del café sigue siendo tan bajo, el negocio deberá cerrar. No se puede tener un molino abierto para procesar 10 sacos”.

- **El exportador.**

El exportador apenas es capaz de cubrir sus costes.

Desde Jalamba el café se transporta unos 100 Km. hasta Kampala y se vende a un exportador.

Hannington Kuruanga es uno de esos exportadores que afirma que están hasta contentos si son capaces de conseguir un margen de 1 centavo de dólar por kilo. El precio del café ha caído tanto que según Hannington sale más barato destruir cierto tipo de café que exportarlo.

- **El detallista.**

Saltando al otro extremo de la cadena de valor, nos encontramos con el detallista. Los detallistas en Reino Unido por ejemplo venden el kilo de café a algo más de 26 dólares. Como vemos es un enorme salto en los precios. Es evidente que este precio recoge ya los muchos costes de empaquetado, procesamiento, distribución y comercialización del café, así como **los beneficios de las compañías tostadoras y de los detallistas.**

3. CONCLUSIONES...

El ejemplo del café es sólo uno de tantos y tantos casos de productos cuyo origen está en los países del Sur y que en su comercialización no se garantiza una digna remuneración a los productores en origen que les permita cubrir sus necesidades más básicas.

Pero no sólo eso. Existen multitud de fábricas ubicadas en los países subdesarrollados pertenecientes normalmente a multinacionales de países ricos que emplean a trabajadores en precarias condiciones aprovechando la escasa regulación en materia de derechos laborales que existe en estos países (casi nulo derecho a la sindicación por ejemplo...), empleando en muchos casos mano de obra infantil y no garantizando en absoluto los derechos de las mujeres, que es a menudo tratada como un ser inferior.

Pensemos en el caso de las maquilas (fábricas dependientes de multinacionales que se ubican en países pobres, aprovechando la “dejadez” en materia laboral, medioambiental y de derechos humanos existente).

Esta situación es la que motiva que organizaciones no gubernamentales (ONG) como Intermon Oxfam lleven a cabo proyectos como los de Comercio Justo, cuyos objetivos y principios vemos a continuación.

ACTIVIDAD ANEXO 1

Una vez leídos los tres primeros puntos del artículo responde a las siguientes preguntas:

1. **¿Cuál es el principal problema para los productores de café?**
2. **¿Quiénes son los que más se benefician?**
3. **Busca precios de paquetes de café y compara con los precios del café de comercio justo. ¿Estás dispuesto a pagar la diferencia?**
4. **Busca qué establecimientos venden productos de comercio justo. Puedes hacerlo buscando en Internet o bien haciendo un recorrido por distintos supermercados.**

ANEXO 2

EL COMERCIO JUSTO

A. PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO.

El comercio tradicional pocas veces defiende los criterios del comercio justo, y casi siempre acentúa las diferencias entre los países ricos y pobres. Esta situación puede cambiarse a través del comercio justo, una **herramienta de cooperación** para colaborar a la erradicación de la pobreza en los países en desarrollo y ayudar a las poblaciones empobrecidas a salir de su dependencia y explotación.

Las organizaciones de comercio justo se constituyen en un sistema comercial alternativo que ofrece a los productores acceso directo a los mercados del Norte y unas condiciones laborales y comerciales justas e igualitarias, que les asegure un medio de vida sostenible.

Estas organizaciones deben respetar una serie de criterios básicos para que sus productos lleven el Sello que los clasifica como productos de comercio justo:

- Salarios para una vida digna

“Los sueldos que reciben los trabajadores del Sur les condenan a ser esclavos de la pobreza”.

Unos 100 millones de personas viven del café. La mayoría son jornaleros o pequeños campesinos que cultivan sus parcelas. Cuando caen los precios del café, los pequeños propietarios deben aumentar el área dedicada a este cultivo en detrimento de los productos para el autoconsumo. Los jornaleros deben andar varios kilómetros para llegar hasta las plantaciones y cargar los sacos de café de vuelta.

- **No a la explotación infantil**

“Los niños y niñas trabajan como adultos en muchos países del Sur”.

Los jornaleros son ayudados por sus hijos e hijas para así aumentar los ingresos. Las situaciones de extrema pobreza que viven las familias les fuerzan a ello. Sin una escuela que les facilite un mejor futuro, trabajan demasiadas horas y viven en condiciones insalubres y expuestos a enfermedades. Además, cobran menos por su trabajo y sufren trastornos que les afectan física y psíquicamente.

- **Igualdad entre hombres y mujeres**

“Es habitual que la mujer cobre un salario inferior por realizar el mismo trabajo que un hombre”.

Desde la cuna hasta la tumba, las mujeres están sistemáticamente discriminadas en el plano social y económico. Esto les supone carecer de posibilidades de alcanzar un empleo seguro, ingresos propios, formación y por tanto tomar decisiones sobre su propio futuro. El 70% de los que viven en la pobreza absoluta son mujeres y hay un abismo entre la retribución que las mujeres reciben y el papel que desempeñan en la sociedad.

- **Respeto al medio ambiente**

“La sobreexplotación de los recursos naturales compromete el desarrollo de los países del Sur”

En los últimos años se ha intensificado el uso de pesticidas y fertilizantes en las plantaciones. Se estima que en los países del Tercer Mundo se utilizan sin control unas 400.000 toneladas anuales de pesticidas, muchos de ellos prohibidos en los países del Norte. Aunque a corto plazo eliminan las plagas, estos productos afectan a la piel y a las vías respiratorias, y provocan la degradación de los suelos y la contaminación del medio ambiente, con la consiguiente recesión de los cultivos. Una producción de café sin productos químicos supondría un ahorro de entre 60 y 120 euros por año y hectárea, aunque la productividad de las tierras sería menor.

- Derechos laborales.

“La ausencia de derechos laborales dificulta la obtención de unas condiciones de vida y trabajo más dignas”.

En muchos países de Sudamérica y África, los capataces van armados; los temporeros se hacen en alojamientos precarios; no hay ninguna cobertura sanitaria para prevenir enfermedades o accidentes; las leyes no permiten la asociación o sindicación y, si la permiten, los sicarios se encargan de perseguir a los activistas...

Podemos, por lo tanto, afirmar que el **comercio justo** es una forma alterna de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos (como el pacifismo y el egoísmo) que **promueven una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores.**

Podemos desarrollar estos principios generales o criterios de Comercio justo que expusimos anteriormente en objetivos todavía más concretos:

- Los productores forman parte de **cooperativas** u **organizaciones voluntarias** y funcionan democráticamente.
- **Libre iniciativa** y trabajo en **rechazo** a los **subsidios** y **ayudas asistenciales** (de allí la frase del comercio justo: «Comercio, no ayuda»).
- **Rechazo** a la **explotación infantil**.
- **Igualdad** entre **hombres** y **mujeres**.
- Se trabaja con dignidad **respetando** los **derechos humanos**.
- El precio que se paga a los productores permite condiciones de vida dignas.
- Los **compradores** generalmente **pagan** por **adelantado** para evitar que los productores busquen otras formas de financiarse.
- Se valora la calidad y la **producción ecológica**.
- **Respeto** al **medio ambiente**.
- Se busca la manera de **evitar intermediarios** entre productores y consumidores.
- Se **informa** a los **consumidores** acerca del **origen del producto**.

- El **proceso** debe ser **voluntario**, tanto la relación entre productores, distribuidores y consumidores.

Con todo lo que acabamos de exponer, podemos afirmar que el Comercio justo logra unas metas que consiguen aminorar la situación de desprotección en la que se encuentran los países del Sur, a saber:

- El Comercio Justo es **favorable a la libertad de comercio en iguales condiciones** es decir, trata de abolir las restricciones discriminatorias a productos provenientes de países en desarrollo, desde materia prima a manufacturas o tecnología.
- **Evita la discriminación y el proteccionismo.**
- Intenta también **evitar las grandes diferencias entre el precio que pagan por un producto los consumidores del primer mundo y el dinero que se les paga a sus productores en el Tercer Mundo.**
- **Evitar la explotación de los trabajadores.**
- **Compensar los efectos de la obsesión consumista por el precio más barato**, sin otra consideración, y sus consecuencias.

B. CRITERIOS COMERCIALES.

Los criterios Comerciales estipulan que los comerciantes que compran directamente a una organización productora certificada deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Pagar a los productores un precio mínimo que cubra los costos de una producción sostenible: es lo que se denomina el **Precio Mínimo de Comercio Justo FAIRTRADE.**
- Pagar una suma adicional que los productores podrán invertir en proyectos de desarrollo: la **Prima de Comercio Justo FAIRTRADE.**
- Pagar un **anticipo financiero** parcialmente cuando los productores así lo soliciten.
- Firmar contratos que permitan una planificación a largo plazo y unas **prácticas de producción sostenible.**

C. ACTORES DE COMERCIO JUSTO.

Los nuevos sujetos económicos que hacen posible el Comercio Justo son:

El Consumidor Responsable: Es consciente del poder de su consumo para elegir determinados productos elaborados con dignidad por productores asociados del Sur.

El Productor Asociado: Se une en cooperativas con un proyecto solidario de economía social alternativa como medio de transformación de la sociedad en los países del Sur

El Mediador-facilitador sin Ánimo de Lucro: Contribuye a difundir en el Norte, los productos y mercancías elaboradas por los productores asociados sin ánimo de lucro y con intención de favorecer el Comercio Justo.

D. CONCLUSIONES SOBRE OBJETIVOS DE COMERCIO JUSTO.

El Comercio Justo contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales para productores y trabajadores que se encuentren en desventaja, especialmente en los países del hemisferio sur, a la vez que intenta asegurar sus derechos. Las organizaciones de Comercio Justo (respaldadas por sus consumidores) están activamente comprometidas en apoyar a los productores con el fin de concienciar y hacer campaña a favor de un cambio en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.

E. EL SOBREPREGIO COMO FACTOR FUNDAMENTAL EN EL COMERCIO JUSTO.

El **sobrepregio** es una condición imprescindible para hacer posible el Comercio Justo.

Desde el principio de su nacimiento el sobrepregio acompaña al Comercio Justo, y no puede ser de otra manera, pues no constituiría novedad alguna si un supuesto «Mediador-facilitador» comprara al «Productor-asociado» del Tercer Mundo al mismo precio que rige en el mercado mundial. **Estáramos hablando no de un «facilitador» sino de un comerciante común.** Estos bajos precios hunden a los pequeños productores en el subdesarrollo y la pobreza.

Los precios de los productos, como el café, el cacao, el azúcar, el banano, el ganado, el algodón, el arroz, las especias y toda esa gama de los llamados «productos de postre» que son exportados a los mercados de la metrópoli a precios que no retribuyen el valor añadido del trabajo invertido en la producción. Son productos ricos en valor-trabajo (mucho valor añadido) que no se refleja en los bajos precios, de manera que al comprarlos el intermediario obtiene una gran cuota de valor no retribuido que, finalmente, al revenderlo le reportará un alto margen de beneficio.

El aspecto medular del Comercio Justo consiste, pues, en que se paga al productor asociado un sobreprecio que puede oscilar entre un 10 o un 15% por encima del precio de mercado mundial.

F. ALGUNOS PAÍSES DONDE SE FABRICAN PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO.:

Bangla Desh, Bolivia, Chile, Costa Rica, Filipinas, Ghana, India, Indonesia, Islas Mauricio, Kenya, Laos, Nepal, Nigeria, Paraguay, Sri Lanka, Sudáfrica o Tailandia.

ACTIVIDAD ANEXO 2

ACTIVIDAD SOBRE LOS OBJETIVOS DE COMERCIO JUSTO.

Dibuja una noria en una cartulina y en cada cesta coloca un objetivo de comercio justo. Para ello utiliza el artículo entregado.

