

## LOS PRODUCTORES Y LAS PRODUCTORAS

**Objetivo:** analizar la situación mundial del mercado del café. Identificar las consecuencias negativas que la caída del precio del café tiene para los campesinos y campesinas.

**Descripción:** se proponen tres ejercicios a los alumnos. El primero, de comprensión lectora, para identificar, con un ejemplo real, la situación que viven los pequeños productores. El segundo, el análisis de una curva de la evolución del precio del café desde 1998 hasta el 2001, para mostrar la progresiva caída de los ingresos de los campesinos. Por último, el estudio de un gráfico de barras para reflexionar sobre la importancia de la exportación del café en la economía de muchos países del Tercer Mundo.

**Orientaciones:** se debería establecer un paralelismo con el juego inicial. Los que hacían tetraedros se han quedado con poca comida porque su producto no se ha valorado justamente. Es lo que ocurre a los pequeños productores de café. Los beneficios que genera su cultivo se reparten de manera injusta, y los campesinos son los que menos reciben. Por esa razón, miles de familias no pueden cubrir sus necesidades básicas: alimentación, sanidad, educación,... Habría que aprovechar el ejemplo de Tatu para comentar la importancia de las mujeres en el mantenimiento de la economía familiar. También es oportuno señalar las repercusiones negativas para los países que dependen básicamente de las exportaciones de un solo producto (monocultivos de herencia colonial) para hacer frente a su Deuda Externa y a las inversiones en infraestructuras y servicios. Etiopía, por ejemplo, a consecuencia de la caída del precio del café, ha perdido casi 300 millones de \$ en ingresos de la exportación durante los dos últimos años, la mitad de sus ganancias anuales. Convendría que se dieran cuenta de que para los países africanos, a pesar de que su producción de café representa un pequeño porcentaje del volumen mundial, esa caída de precios significa para ellos un empobrecimiento acelerado.

## MULTINACIONALES

**Objetivo:** conocer qué es una gran empresa multinacional y cuál es su papel en el comercio internacional. Identificar las principales multinacionales del café.

**Descripción:** Se proponen cuatro ejercicios. El primero, de comprensión lectora, para acercar al concepto y a las principales características de las empresas multinacionales o transnacionales. El segundo, de cálculo de porcentajes en los beneficios de los diferentes actores que intervienen en un paquete de café. El tercero, de análisis y síntesis de una tabla, un gráfico y una información. Finalmente una lectura de las etiquetas de algunos paquetes de café.

**Orientaciones:** en el texto sobre las multinacionales conviene hacer una lectura colectiva y dejar claras las ideas básicas a las que después recurriremos en ejercicios posteriores. Cuando se haga el cálculo del % para determinar la importancia de cada uno de los que participan en el mercado del café, podríamos explicar el camino del café:

### EL CAMINO DEL CAFÉ:



En el ejercicio 5 conviene señalar que aunque el precio del café es un poco más elevado, lo que se paga a los productores es cada vez menos. Por tanto, el beneficio sale de los campesinos, con las consecuencias que eso implica para poder llevar una vida digna. Cabe destacar otro factor: el papel que desempeña la Bolsa en el precio de cotización del café a escala internacional. De hecho, una parte de los beneficios son financieros, pero dada la complejidad del tema se puede obviar, a criterio del profesorado. En el último ejercicio se pretende que el alumnado descubra que las principales marcas, las más conocidas, son de tres multinacionales: Marcilla y Soley de Sara Lee Coop.; Bonka, Eko y Nescafé, de Nestlé; Saimaza de Altria ex-Phillip Morris. Esta información también nos servirá para el próximo ejercicio.

---

## LOS CONSUMIDORES Y LAS CONSUMIDORAS

**Objetivos:** darse cuenta de que, a pesar de la complejidad del comercio internacional, existe la posibilidad real de actuar de forma más justa y solidaria; conocer una de las numerosas fuentes de información que tenemos a mano para ejercer de consumidores responsables; identificar las principales características del Comercio Justo y reconocerlo como una alternativa posible, para algunos productos.

**Descripción:** se propone al alumnado dos ejercicios. En el primero se sugiere una tarea de investigación a través de Internet. En el segundo se propone llenar un cuadro comparativo entre el Comercio Justo y el Comercio Internacional actual.

**Orientaciones:** en el ejercicio 7 se propone hacer un trabajo cooperativo. Cada grupo realiza una parte de la investigación. Cuando se junten todas podremos tener una visión global más clara de lo que son las multinacionales, que controlan un 70% de todo el comercio internacional. Proponemos trabajar a partir de [www.transnationale.org](http://www.transnationale.org) (si al entrar por segunda vez nos pide suscripción, borraremos la `cook.ie`) pero no es la única fuente de información. Si el alumnado tiene cierto dominio del inglés también podemos utilizar [www.corpwatch.org](http://www.corpwatch.org). Es muy interesante el ejercicio para ver la cantidad de "marcas conocidas" que son de una misma empresa. Hacer un mural de toda la investigación es muy ilustrativo.

Para hacer el ejercicio 8 tendremos que recuperar la información obtenida hasta el momento, por lo que nos podrá servir como ejercicio de síntesis. Si tuviésemos tiempo se podría conocer alguna organización de Comercio Justo.

---

## ¿QUÉ PODEMOS HACER NOSOTROS?

**Objetivos:** fomentar la curiosidad para discernir la procedencia y las condiciones en que se han producido algunos cafés y otros productos. Dar a conocer el comercio justo e iniciar una reflexión hacia el Consumo Responsable. Incentivar actitudes de participación colectiva.

**Orientaciones:** en relación al primer objetivo, hemos de ser conscientes de que podemos conocer la procedencia de pocos productos, y lo mismo ocurre respecto a las condiciones en que se han producido, pero nos podemos dar cuenta de que no es imposible.

Podemos hablar del funcionamiento de las cooperativas de pequeños productores y productoras de café y de las tiendas de comercio justo, donde venden productos comprados a esas cooperativas. Con ambas cosas se consigue que el pequeño productor de café cobre un precio digno por su trabajo. Finalmente, plantear cómo podemos ayudar nosotros, después de haberles explicado todo lo que hemos debatido sobre el comercio. Podemos animarles a participar en la campaña "Comercio con justicia". Si os conectáis a la web [www.comercioconjusticia.com](http://www.comercioconjusticia.com), podréis tener más instrucciones para poner en marcha las actividades que os proponemos. Así os podréis unir a miles de personas que luchamos para que el comercio internacional contribuya a erradicar la pobreza.

Secundaria

# CANBIEMOS LAS REGLAS



Autores: Mireia Claverol  
y Ferran Polo

  
Intermón  
Oxfam

## Objetivos:

Motivar mediante una dinámica vivencial el acercamiento a la compleja realidad del comercio internacional actual. Distinguir los conceptos de precio y valor, así como su relación. Experimentar la injusticia, tratar de entenderla con un análisis sistemático y elaborar soluciones.

## Preparativos:

Anunciaremos con antelación la realización de una merienda, desayuno,,, sin explicar su finalidad. Podemos comprar los ingredientes con dinero del presupuesto o pedir que cada alumno traiga algo. El día señalado prepararemos de forma atractiva zumos, agua, bocadillos, medios bocadillos, pasteles en porciones, etc; platos, vasos y servilletas. Anunciaremos: "Vamos a comer, pero nos lo tenemos que ganar, hemos de trabajar para poder comer y beber".

## Organización:

En una clase de 25 alumnos y alumnas haremos dos grupos: el 20% serán los favorecidos (5 miembros); el 80%, serán los desfavorecidos (20 miembros). Los favorecidos tendrán que hacer triángulos equiláteros de 10 cm de lado; los desfavorecidos tendrán que hacer tetraedros de 10 cm de arista. En la pizarra se puede hacer una demostración de cómo se hacen las dos figuras (con compás). Los triángulos, cortados, y los tetraedros, pegados con celo. Los dos grupos han de tener suficiente material: papel usado para reciclar, reglas, compases, lápices, gomas, tijeras y, para los tetraedros, celo.

## Desarrollo:

Durante 15 minutos los dos grupos harán sus figuras. Una vez transcurrido el tiempo, detendremos las construcciones, colgaremos la lista de precios, ya preparada, y diremos: "Se abre el bar. Cada grupo puede venir a cambiar su producción por lo que quiera comer o beber. Os tenéis que poner de acuerdo antes de venir".

Precios posibles (depende de la habilidad del alumnado).

Vaso de zumo: 6 unidades	Vaso de agua: 4 unidades
1/2 bocadillo: 5 unidades	Bocadillo: 8 unidades
Trozo de pastel: 5 unidades	

La comida se entregará a cambio de las unidades. Por lo tanto, es igual si se trata de un triángulo o de un tetraedro. Es de esperar que el alumnado reaccione diciendo "Esto no vale", "Es injusto"... etc. En caso contrario, debemos provocarlo: "¿Os conformáis" Una vez producida la reacción, iniciaremos el debate (antes o después de comer, depende de la reacción).

## PISTAS PARA EL DEBATE

**¿Por qué "no vale" o es "injusto"?** El alumnado tendrá que llegar a la conclusión de que no es lo mismo hacer un triángulo que hacer un tetraedro.

**¿Por qué no es igual hacer un triángulo que hacer un tetraedro?** El alumnado tendrá que ver que el tetraedro es más difícil. Requiere más esfuerzo, más tiempo de trabajo. Con el mismo tiempo se pueden hacer más triángulos. (La relación aproximada es de 1 a 4).

**Para que fuese justo, ¿cómo debería ser?** El alumnado tendrá que llegar a establecer una evaluación proporcional, una equivalencia. Si uno ha hecho 30 triángulos en 15 min. y otro en el mismo tiempo ha hecho 5 tetraedros, la relación tendría que ser: 1 tetraedro = 6 triángulos.

**¿Quién ha provocado la injusticia?** El alumnado tendrá que ver que "ha sido el profe, el que ha fijado los precios".

**"Yo he sido justo, he puesto los precios igual para todos"**. El alumnado tendrá que objetarle: "No has tenido en cuenta la valoración real de los diferentes trabajos".

**¿Qué diferencia hay, por tanto, entre valor y precio?** El alumnado deberá darse cuenta de que el valor de un producto se mide por el trabajo que ha costado hacerlo y/o por la capacidad que tiene para cubrir necesidades. El precio es el dinero que hay que pagar para obtener un producto. Por ejemplo: el agua tiene un valor muy alto y un precio muy bajo. Un diamante tiene un precio muy alto y un valor reducido. Se escribirán en la pizarra estos ejemplos de diferenciación y se hará un pequeño mural para colgar en el aula.

Acabaremos con una reflexión. Pensemos en las cosas que compramos. ¿Responde a una justa valoración el precio que pagamos por cada una de ellas? Como ejemplo, analizaremos el café. Para concluir, plantearemos dos preguntas que deberán responder individualmente: ¿Cómo te has sentido cuando has visto los precios? ¿Qué conclusión has sacado de esta actividad?



¿Cómo os habéis sentido después del juego "la merienda del comercio?" En el comercio internacional de muchos productos, ocurre algo similar al juego: hay unos productores, unos consumidores y unas grandes empresas, que son las que fijan los precios. Fijémonos en el caso del café.

## LOS PRODUCTORES Y LAS PRODUCTORAS

Tatu Museny, es una viuda de 37 años, que vive con sus 6 hijos en la región del Kilimanjaro (Tanzania), en una propiedad de menos de media hectárea, en la que cultiva café.

Tatu lucha para proporcionar una educación a sus hijos: "La educación es muy importante. Ayudará a mis hijos a tener una vida mejor. Por eso lucho tan duramente, para conseguir el dinero que necesito para la escuela". Pero este año, la totalidad de su cosecha de café ha producido menos de 15 dólares. "Había planeado enviar a mi tercer hijo, Isahid, de 9 años, a la escuela, pero no podré hacerlo porque no consigo suficiente dinero con el café. A duras penas me llegará para mantener a los dos mayores en la escuela, y para eso tendré que vender mi cerdo". (El coste promedio de enviar un niño o una niña a la escuela es allí de unos 10 dólares).

Tatu planea vender algunas bananas para aumentar sus efectivos, aunque teme que se resienta la nutrición de sus hijos. También intentará encontrar un empleo en otras propiedades (ganando aproximadamente 1 dólar al día), así como recolectar y vender hierba como alimento para el ganado. Siempre tiene el temor de verse incapaz de hacer frente al gasto de posibles enfermedades, si alguno de sus hijos enferma de neumonía, malaria o diarrea durante la estación de lluvias.



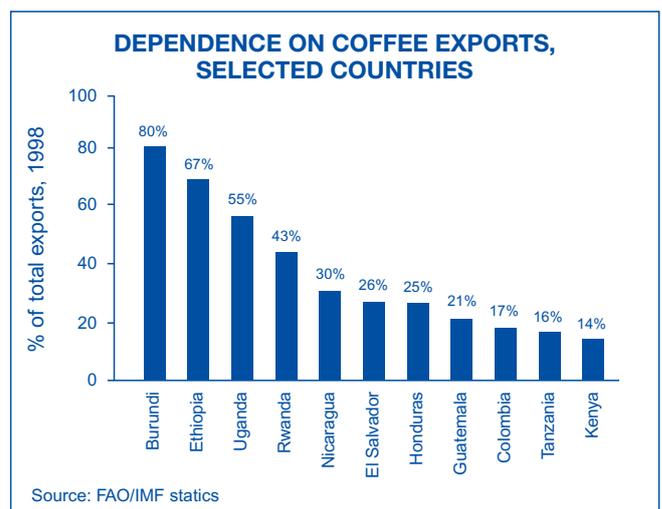
### 1 ¿Qué consecuencias tiene la bajada del precio del café para muchos pequeños productores (unos 20 millones de familias de África, América y Asia) como Tatu?

### 2 Observa el gráfico del precio del café y contesta:

- ¿Cuál es el precio inicial y el final?
- ¿En cuánto ha disminuido el precio?
- ¿Qué porcentaje representa?



### 3 Enumera las consecuencias que puede acarrear para estos países la caída del precio del café



# LAS MULTINACIONALES



Son grandes empresas que tienen su sede y los centros de investigación tecnológica en la Unión Europea, EE.UU., Canadá o Japón. Producen una gran variedad de productos y reparten el proceso de producción en diferentes países del mundo. En la mayoría de esos países del Tercer Mundo no existe una regulación laboral (sueldos mínimos, libertad sindical, jornadas laborales, fiestas, seguridad social,...) ni una legislación medioambiental. Compran o subcontratan empresas en los países del Sur, que a menudo utilizan a niños y niñas como mano de obra barata. No pagan impuestos y tienen la libertad de dejar el país cuando quieran o cuando encuentren otros países donde la mano de obra les resulte más barata. Los gobiernos de muchos de estos países no sólo aceptan esta situación sino que la favorecen; ofrecen buenas condiciones a las multinacionales para que se instalen, inviertan y generen divisas para poder pagar la deuda externa o para cobrar comisiones corruptas. El objetivo es obtener el máximo beneficio con el mínimo coste. Sin preocuparse de Tatu, por ejemplo.

## 4 Calcula lo que se lleva cada uno y comenta los resultados

Un paquete de café de 250 grs. cuesta 1,30 €

42% Multinacionales		10% Exportadores-intermediarios	
7% Impuestos		8% Comerciantes y supermercados	
30% Manipulación-transformación		3% Pequeños productores	

Adaptado del Informe de Café de Oxfam Internacional 2002, Sodepau, Setem.  
A partir del precio de venta de un paquete de café en un país europeo.



## 5 Observa la tabla siguiente, lee las informaciones, vuelve a mirar el gráfico del precio internacional del café y responde: ¿de dónde sale el beneficio de las grandes empresas?

### SABÍAS QUE

Las empresas multinacionales compran el grano de café a los exportadores o a los intermediarios, lo transforman y lo comercializan. En nuestro país el mercado del café está en manos de unas pocas empresas. Estas empresas compran aproximadamente el 60% del café del mundo. Cada vez es más difícil que una pequeña empresa pueda seguir vendiendo café.

**Starbucks**, el negocio gigante del café, anunció un aumento de sus beneficios en un 41% durante el primer trimestre del 2001

### TABLA DE PRECIO DEL CAFÉ AL DETALLE

1998	1,47 euros
1999	1,40 euros
2000	1,30 euros
2001	1,16 euros
2002	1,27 euros

Precio medio de un paquete de café de 250 gr de distintas marcas vendido en comercios de la ciudad de Barcelona.

## 6 Completa la tabla con el nombre de las multinacionales propietarias de las marcas de café más conocidas en nuestro país



Marca	Propiedad de
MARCILLA	
SAIMAZA	
EKO	
SOLEY	
NESCAFÉ	
BONKA	

# LOS CONSUMIDORES Y CONSUMIDORAS

A los consumidores de los países ricos o del Norte nos va bien que el precio del café no aumente demasiado, a pesar de las consecuencias que eso implica para los campesinos pequeños productores como Tatu y sus hijos.

No todos los que resultamos beneficiados con ese comercio injusto nos quedamos como si no pasara nada.



**CONSUMO CRÍTICO Y RESPONSABLE** es la actitud del consumidor que quiere saber de dónde procede lo que compra, cómo es la vida del que lo hace, si se respeta el medio ambiente y, sobre todo, si se respetan los derechos de los trabajadores.

Pero no es fácil conseguir toda esa información. Sin embargo, si buscamos bien, podremos encontrar algunos datos.

## 7 Juguetes a investigadores

Os tenéis que dividir en grupos. Unos buscaréis información sobre las denuncias que se han hecho a las multinacionales del café del ejercicio 6, sobre la vulneración de los derechos laborales. Otros, sobre las agresiones medioambientales. Otros podéis hacer un esquema de cada multinacional, y señalar cuál es la casa madre y qué empresas dependen de ella. Y otros podéis hacer una lista de marcas propiedad de cada multinacional, señalar las que conocéis y agruparlas por sectores. Para obtener esta información podéis empezar a navegar en [www.transnationale.org](http://www.transnationale.org)

## 8 Lee las características del Comercio Justo y completa el cuadro, señalando las diferencias que hay en relación al actual Comercio Internacional del café

### COMERCIO JUSTO

Es la iniciativa que pretende evitar la injusticia del comercio actual entre los países del Norte enriquecidos y los del Sur empobrecidos.

Comercio Justo	Comercio Internacional
Los productos se compran lo más directamente posible a sus productores, habitualmente cooperativas. Se les paga un precio justo que les permita vivir dignamente.	Compra-venta a través de intermediarios y especuladores.
El precio se fija de acuerdo con las cooperativas, según costes de producción y cantidad de trabajo realizado.	
Parte de la producción (hasta un 60%) se paga por adelantado para poder invertir en desarrollo social.	
Contratos a largo plazo, que garantizan la venta de los productos durante mucho tiempo.	
Promoción de la igualdad laboral entre hombres y mujeres, y rechazo a la explotación infantil.	
Fomento de un proceso de producción respetuoso con el medio ambiente.	
Asesoramiento, formación y apoyo técnico a los productores.	
Relación más ética entre productores del Tercer Mundo y consumidores del Primero y así romper la dependencia económica.	
Información a los consumidores sobre las condiciones de producción.	

# Y NOSOTROS, ¿QUÉ PODEMOS HACER?

Participa en la campaña

## **COMERCIO CON JUSTICIA**

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

### ¿Cómo?

- Entra en [www.comercioconjusticia.com](http://www.comercioconjusticia.com) y apúntate a la campaña, serás uno más junto a los miles de personas de todo el mundo que queremos cambiar las reglas del comercio.

¡¡¡¡ Invita a tus padres, amigos y amigas, os podéis adherir todos!!!!

- Envía tus postales a las empresas que te proponemos en la web. Queremos conseguir que las grandes compañías, accionen para asegurar que los productos de café reciben un precio digno.

Así, entre todos, podremos cambiar las reglas del comercio.



## ¡¡¡ OS ESPERAMOS!!!