



Escuela de padres y madres solidaria

Consumo y Globalización

6

JUSTIFICACIÓN

Hemos visto en la sesión anterior cómo podemos modificar nuestros hábitos de consumo diario, con el objetivo de adquirir nosotros y nuestros hijos/as pautas de consumo responsable, en aras de una sociedad más justa y solidaria.

Pero podemos, y debemos, ir un poco más allá.

El nuevo modelo de globalización, está provocando cambios drásticos en la economía mundial. La globalización es, sobre todo, libertad absoluta de mercado. Esto significa que las empresas no se encuentran ya con ninguna traba para comercializar con quienes ellos quieran. Según esta teoría, todos pueden comerciar con todos y así se benefician tanto los más ricos como los más pobres. Pero esto no es del todo así. De este intercambio comercial quienes salen ganando son las grandes multinacionales y los grandes grupos de poder económico. Estos tienen cada vez más poder, lo que les permite controlar los precios y los flujos de mercado, pagando cada vez menos por las materias primas, que generalmente proceden de los países del sur. Esto está generando una acentuación en las diferencias entre países y un deterioro continuo del planeta.

Pero nosotros, desde la familia y como consumidores, podemos adquirir hábitos de consumo que lleguen más allá del consumo responsable, asumiendo pautas de consumo crítico, de consumo ético y de consumo ecológico. Con estas pautas podemos ayudar a cambiar, o al menos a modificar en parte, ciertas estrategias comerciales basadas en un mal concepto de globalización, y podemos fomentar en nuestros hijos/as valores como la justicia, el respeto a otras culturas, la solidaridad, el respeto al medio ambiente, etc.



Escuela de padres y madres solidaria



Objetivos

1. Adquirir la visión del mundo como un gran mercado.
2. Tomar conciencia de que nuestra forma de vida consumista no es universalizable ni sostenible.
3. Sentirnos agentes activos en el cambio del mundo, descubriendo el poder político y económico de nuestro consumo.
4. Distinguir entre consumo ético, solidario y ecológico.
5. Fomentar el consumo responsable de mi familia, fomentando conductas de consumo

Contenidos

- Consumo ético, solidario y ecológico.
- Prácticas de un consumo responsable.
- Prácticas de producción de grandes multinacionales en el Sur.



Escuela de padres y madres solidaria

Actividades



REPASO DE COMPROMISOS DE LA SEMANA ANTERIOR

Al comienzo de la sesión hay que propiciar que los y las participantes revisen los compromisos de la sesión anterior y hagan una valoración sobre su grado de consecución.



INTRODUCCIÓN

Opción A. Lluvia de ideas

El monitor/a del grupo invita a que cada participante diga una palabra (o varias, o una frase) que le sugiera: Globalización.

Opción B. Breve exposición del tema

El monitor/a realiza una breve exposición teórica sobre el tema, partiendo de las conclusiones del tema anterior, describiendo brevemente la proyección que nuestro consumo tiene fuera de nuestras fronteras.

Opción C. Dinámica: Llevamos el mundo encima

El objetivo de esta dinámica es tomar conciencia y reflexionar en torno al efecto de la globalización en el comercio.

Esta dinámica consiste en una competición entre equipos para ver quién consigue encontrar más objetos de procedencias diferentes, como pueden ser calculadoras japonesas, zapatillas estadounidenses, jerseys andinos, etc. Gana el equipo que más procedencias diferentes encuentre.

El grupo se divide en equipos de 5 personas y se reparte una fotocopia a cada equipo de un mapamundi político. El monitor/a explica la dinámica (gana el equipo que más procedencias diferentes tenga ubicadas en el mapa), y luego se ponen en común los mapas de los equipos.

Se pide al grupo una reflexión sobre la dinámica, que puede girar en torno a los siguientes puntos:

- En qué áreas se producen productos y de qué tipo
- Cuáles son las razones que hacen que tengamos objetos de diferentes partes del mundo y no del mismo país en el que vivimos (a diferencia de lo que ocurría



Escuela de padres y madres solidaria



hace unas décadas).

- ¿Cómo influye la procedencia de los objetos que nos rodean en nuestro comportamiento y el de nuestros hijos?

- ¿Como es posible que productos tan lejanos sean tan baratos cuando aquí el mismo producto es bastante más caro?

Opción D. Posicionamiento

El objetivo de esta dinámica es conocer las ideas previas de los y las participantes en cuanto a sus hábitos de consumo.

El monitor/a del grupo pide a los participantes que se pongan en pie. A continuación va leyendo cada una de las frases y pidiendo a los participantes que se pongan en un extremo del aula los que estén a favor y en el otro extremo los que estén en contra. Así se va haciendo con cada una de las frases.

Hay que recordar que el objetivo de esta dinámica es conocer las ideas previas de los padres y madres, por lo que no hay que provocar el debate en cada una de las frases ni hay que llegar a un acuerdo, sólo posicionarse a favor o en contra.



Frases:

- Podríamos consumir algo menos, pero realmente perderíamos calidad de vida.
- La gente que consume poco es probablemente más feliz.
- En esta sociedad, si no consumes, no existes.
- Nuestra forma de vida es así y no podemos hacer gran cosa para cambiarla.
- El consumo es necesario, no podemos vivir como lo hacían nuestro abuelos.
- Una forma de vida poco consumista nos alejaría de amigos, familiares y compañeros de trabajo.
- Es muy difícil que nuestros hijos no se dejen influir por la publicidad.
- Todo el mundo debería poder consumir como lo hacemos nosotros.



Escuela de padres y madres solidaria



ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS Y CONSECUENCIAS

El monitor podrá seleccionar aquellos episodios que considere que se ajustan mejor a las características del grupo, aunque debemos procurar siempre presentar algún episodio que tenga mayoritariamente consecuencias positivas.

Podremos hacer el análisis de viñetas y casos prácticos a través de diferentes dinámicas:

Opción A. Trabajo por parejas:

Se reparte una o varias viñetas/casos diferentes a cada pareja para que lo analicen. Posteriormente ponen en común las conclusiones a las que ha llegado cada pareja.

Opción B. Trabajo en gran grupo:

Se seleccionan las viñetas/casos y se van analizando en gran grupo a través de un debate dirigido.

Opción C. Trabajo en pequeños grupos:

Se divide el grupo en dos o más subgrupos, dependiendo del número de participantes, y cada uno de estos subgrupos analiza una o varias situaciones. Posteriormente ponen en común las conclusiones a las que ha llegado cada subgrupo.

Opción D. Role-playing:

Se seleccionan las situaciones que queramos analizar y se pide voluntarios dentro del grupo para que escenifiquen la situación. Posteriormente, se analiza la situación representada en gran grupo a través de un debate dirigido.

El análisis de las viñetas y casos prácticos debe girar principalmente en torno a las siguientes cuestiones:

- ¿Qué ves?
- ¿Por qué actúan así?
- ¿Cómo se siente cada uno de los personajes?
- ¿Qué consecuencias tendrá su forma de actuar?



Índice de situaciones

Situación 1
Situación 2
Situación 3
Caso práctico 1
Caso práctico 2





Escuela de padres y madres solidaria

Ficha 1

Consumo y
6. Globalización

Situación 1







Escuela de padres y madres solidaria

Ficha 2

Situación 2







Escuela de padres y madres solidaria

Ficha 3

Consumo y
6. Globalización

Situación 3







Escuela de padres y madres solidaria

Ficha 4

Caso Práctico 1



Enrique tiene dos hijos, Luis de 6 años y Antonio de 5. Su mujer, Raquel, no trabaja fuera de casa, así que por lo general es ella la que pasa más tiempo con los niños y, en el fondo, la que mejor los domina. Algunas tardes, cuando Enrique vuelve pronto de trabajar, va con los niños a hacer algunos recados, así Raquel puede descansar un poco. Pero a Enrique le cuesta mucho trabajo conseguir que se porten bien. Todo el camino lo pasan gritándose y peleándose entre ellos. La única manera que tiene de controlar la situación es prometiéndoles que, cuando lleguen a casa, si se han portado bien, les comprará un juguete en la tienda de los veinte duros. Con esto suelo bastar para que se porten bien, pero a veces ni siquiera esto vale, y entonces cuando llegan a casa vuelven a pelear porque no les ha comprado nada. Raquel está ya cansada de que Luis y Antonio, cada vez que salen con su padre, vuelvan con un juguete que a la media hora o ya está roto o se almacena en la caja de juguetes y no le vuelven a prestar atención.







Escuela de padres y madres solidaria

Ficha 5

Caso Práctico 2



Rosa es una chica de 18 años muy aficionada al baloncesto, ganadora de varias competiciones a nivel andaluz. Sus padres nunca han potenciado el que comprara ropa deportiva de marca pero ahora que entrena a nivel profesional le han prometido dos equipos completos de la marca Reebok y Adidas, en premio a su dedicación y esfuerzo. Rosa se ha enterado por el instituto que algunas de las marcas deportivas más conocidas están cometiendo explotación de mujeres y niños y que muchas multinacionales no respetan derechos sindicales ni laborales en los países del Sur. También que los gobiernos permiten estas ilegalidades por la situación económica y social del país. A través de una amiga que es voluntaria en Intermón se entera de que existe la Campaña "Comercio con Justicia" que, entre sus muchos objetivos, denuncia las condiciones de precariedad laboral en la que se elabora mucha de la ropa que compramos y la situación que existe en muchas empresas textiles españolas. Rosa cree que es injusto que chicas como ella pasen horas y horas trabajando confeccionando camisetas o zapatillas por un sueldo mísero cuando ella puede llevar la vida que desea y cumplir casi todas sus metas. Una de las formas de colaborar con la campaña es depositando en el buzón de sugerencias de su tienda de ropa habitual una carta solicitando a la empresa transparencia en sus prácticas de producción y compra, cumpliendo un código de conducta que acabe con la precariedad laboral.

Rosa se ha sentido muy sensibilizada con este tema a raíz sobre todo de ver en la TV un reportaje con casos muy sangrantes de explotación y decide hacer "campaña" entre sus amigos y familia. Ha conseguido que todos participen y hablen de este tema con frecuencia en las comidas.

Han pasado unos meses y en respuesta a las denuncias de Intermón con esta campaña, la familia se ha enterado por internet que muchas empresas han realizado numerosos avances en este sentido. Nike, por ejemplo ha dado un paso significativo al hacer públicos los nombres y emplazamientos de los 700 proveedores con los que trabaja a nivel mundial. Adidas, por poner otro ejemplo, pone los detalles de sus fábricas de proveedores a disposición de ONG, sindicatos y otras organizaciones para dar apoyo a las investigaciones que se están realizando. Inditex (grupo Zara) prevé formar a sus gerentes y trabajadores de sus talleres de proveedores en materia de derechos humanos.

Todos los miembros de la familia han empezado a pensar que estas acciones, si unen a mucha gente, pueden tener su sentido y que merece la pena participar.







Escuela de padres y madres solidaria

Análisis de las consecuencias
de cada situación

Consumo y 6. Globalización

Situación 1

- Coarta las actitudes del niño hacia el consumo ético.
- No están favoreciendo el desarrollo de otros países.
- No estamos haciendo de nuestros hijos agentes activos para el cambio.
- Se pierde la oportunidad de fomentar el consumo crítico.
- Imposibilitamos el desarrollo de pequeños productores.
- Lo importante para el niño es el precio y no se aprende a valorar otros aspectos del producto ¿Quién lo ha fabricado? ¿A quien beneficia su venta?



Situación 2

- Los hijos aprenden que a través de nuestra compra podemos influir en la vida de personas muy lejanas.
- Se da a conocer el voluntariado como grupo de personas que unidas luchan por mejorar el mundo a través de algo tan cotidiano como el consumo.
- Los hijos descubren el poder que tiene el consumo actualmente.
- Toda la familia participa de un consumo responsable lo que refuerza este valor ante los hijos.



Situación 3

- Se favorece ante los hijos el consumo en grandes superficies como el más adecuado para satisfacer nuestras necesidades básicas, en vez de apostar por un consumo más local, que genere beneficios en nuestra localidad o barrio.
- Al consumir sobre todo productos envasados y lejanos, no ayudamos a nuestros hijos a cuidar el medio ambiente.
- La madre no tiene en cuenta la salud de sus hijos pues consume frutas con mayor grado de pesticidas que si las comprara en la frutería del barrio.
- Como ciudadana, la madre no es consciente de que favorece la concentración de riqueza en el mundo, apostando más por el beneficio de las grandes empresas que por los pequeños comerciantes.







Escuela de padres y madres solidaria



ANÁLISIS DE MI FORMA DE ACTUAR

Opción A. Dinámica de reflexión: ¿Dónde Compro?

El objetivo de esta dinámica es analizar los hábitos de consumo de cada familia.

Cada participante, individualmente, va completando el gráfico con las compras **de la familia** durante un mes, poniendo en cada porción dónde suele comprar, qué miembro de la familia y qué es lo que compra. Dónde compra con más frecuencia va en la base de la pirámide y dónde compra con menos frecuencia en el extremo superior.

En gran grupo se exponen dos o tres pirámides y se analizan en base a las siguientes cuestiones:

- ¿Por qué lo hacéis así en tu familia?
- ¿Cómo os sentís?
- ¿Qué consecuencias tiene a corto plazo para tu familia?
- ¿Y a largo plazo para tu familia?
- ¿Y a largo plazo para resto del mundo?



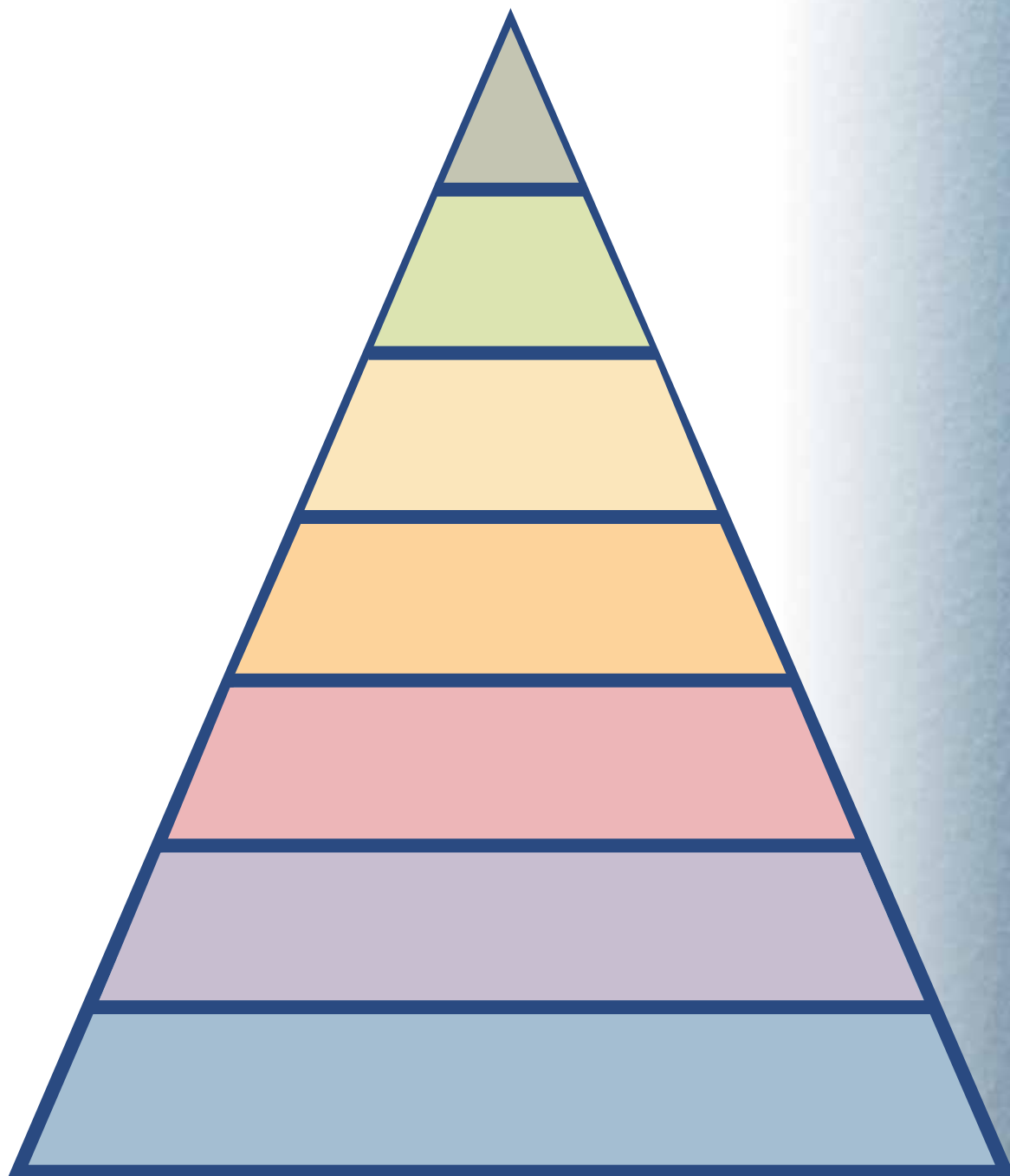




Escuela de padres y madres solidaria

Ficha 6

¿Dónde compro?



- Grandes superficies
- Comercios del barrio
- Tiendas de 20 duros
- Grandes cadenas de ropa

- Tiendas de segunda mano
- Tiendas de comercio justo
- Etc

Consumo y
Globalización







Escuela de padres y madres solidaria

Ficha 6



CONCLUSIONES

Opción A. Análisis grupal: Pautas para el fomento de un comercio justo en nuestra familia

El objetivo es que los padres y madres reflexionen en torno a las pautas que ellos pueden adquirir en la familia, para fomentar el consumo ético y responsable, a través del análisis grupal.

En grupo los y las participantes deben establecer una serie de pautas para fomentar el comercio justo en la familia.

Opción B. ¿Qué perdemos, qué ganamos?

El objetivo de esta dinámica es ayudar a los padres y madres analizar sus pautas de consumo y que tomen conciencia de lo que ganarían si cambiaran sus hábitos de consumo.

A través de un análisis dirigido en gran grupo, se les pedirá que completen la siguiente tabla en la pizarra:

QUE PERDEMOS	QUE GANAMOS
A NIVEL PERSONAL	
A NIVEL SOCIAL	
A NIVEL PERSONAL	
A NIVEL ECONOMICO	
A NIVEL DE PAREJA	
A NIVEL DE PADRES E HIJOS	
A NIVEL MUNDIAL	







Escuela de padres y madres solidaria

Ficha 7

Consumo y
6. Globalización

¿A qué me comprometo?

Compromiso

			
--	--	---	--

Compromiso

			
--	---	--	---

Leyenda



Lo he conseguido



Parcialmente conseguido



No lo he conseguido





Escuela de padres y madres solidaria

Consumo y
6. Globalización

¿SÉ LO QUE COMPRO Y POR QUÉ? ¿SÉ A QUIÉN LE ESTOY PAGANDO?

Todas las mañanas te levantas y de manera consciente o inconsciente, tu actividad se encamina a cubrir una serie de necesidades: de alimentación, de vestido, de salud, de educación, de trabajo. Igualmente buscamos también satisfacer nuestra necesidad de ocio, de belleza, de descanso, nuestra inquietud cultural. La satisfacción de muchas de nuestras necesidades conlleva una actividad de consumo. Si nos paramos a pensar un momento, algunas de ellas son reales y otras han sido creadas por la sociedad en que vivimos y su satisfacción no sólo no es imprescindible, sino que además puede ser perjudicial para mí y otras personas. ¿Somos conscientes de que manipulan nuestra opinión y nuestra voluntad al consumir un determinado producto? ¿Somos capaces de reconocer que llegamos hasta a endeudarnos por cosas que no necesitamos realmente? Llegamos a pensar que son imprescindibles cosas o actividades que no lo son en absoluto. Mientras una parte del mundo consume mucho y mal, otra ni siquiera puede satisfacer sus necesidades básicas.

Mientras nosotros nos hacemos conscientes del poder que nos da el mero hecho de ser consumidores, en los países pobres- productores del 70% de las materias primas que consumimos- no tienen garantizado el derecho a un mínimo de alimentos ni disponen de unos medios de vida para obtenerlos y dejar atrás la situación de explotación a la que se ven sometidos. La interconexión que existe entre ambos extremos es ya tan clara que no podemos posponer por más tiempo la tarea de descubrir que acciones tan cotidianas, como la de ir a comprar, puedan incidir directamente en la calidad de vida de las personas del Sur. Es lo que se ha llamado consumo responsable.



Optar por un consumo responsable significa plantearse algo más que la relación calidad-precio. Implica preguntarnos si verdaderamente lo necesitamos e informarnos acerca de:

- El origen de los productos
- Las condiciones de vida de las personas que los producen
- Los derechos laborales y sindicales que reciben estas personas
- El coste medioambiental de su producción

Estas cuestiones hacen referencia a la conducta de la empresa que vende el producto (si respeta o no sus derechos laborales, si pagan sueldos justos...) y también a las reglas de comercio internacional que regulan la llegada de estos productos a nuestros países.

La compra o no de ese producto repercute, aparte de en el productor del Sur, en los beneficios de esa empresa, con lo cual tenemos una capacidad potencial de modificar su conducta.

M
A
T
E
R
I
A
L

D
E
L

M
O
N
I
T
O
R

Escuela de padres y madres solidaria



Como ejemplo, vamos a ver qué relación tengo yo, cuando voy a comprar un balón a una tienda de deporte, con las condiciones de vida de una región de Pakistán:

@ Ejemplo :

Sialkot es un distrito de la provincia de Punjab, en Pakistán, conocida por su industria de balones. Ha saltado con frecuencia a los medios de comunicación debido a la gran cantidad de trabajo infantil que utiliza esta industria. Se estima que unos 7.700 niños y niñas de entre 5 y 14 años cosen balones a tiempo completo en casa -en el mejor de los casos- o en pequeños talleres, lo que les impide- entre otras cosas- ir a la escuela hipotecando así su futuro. Si compro un balón, o cualquier otro producto que haya sido producido en condiciones injustas, ayudo a perpetuar esas condiciones.

Para luchar contra este problema, surgió Talón, una fábrica enclavada en el mismo distrito, que comenzó su andadura hace 18 años y cuenta con un equipo de entre 1000 y 1500 trabajadores adultos distribuidos en 31 centros de cosido. Producen más de un millón de balones al año, además de guantes de portero y ropa deportiva.

Si para evitar la lacra de la explotación infantil se hubiesen limitado a despedir a los niños/as trabajadores, habrían ocasionado graves pérdidas de ingresos a sus familias y habrían expuesto a los menores a buscar trabajo en ocupaciones más peligrosas y denigrantes.

El objetivo de Talón es la contratación de adultos pagando sueldos justos para que los menores puedan ir a la escuela. Los padres han ocupado el puesto de sus hijos en la fábrica de balones y el salario digno que se les paga permite que sus hijos no tengan que trabajar y puedan ir a la escuela.

Esto se lleva a cabo con la colaboración de asociaciones locales y ONG, como Save the Children, con quien coordina un programa encaminado a la formación y educación básica. Mientras se alcanza el objetivo de erradicar por completo el trabajo infantil, se ha puesto en marcha los Centros educativos de Enseñanza, que proporcionan no sólo educación, sino protección social y rehabilitación de los menores. Todo esto está detrás de un balón producido en Talón, que podemos adquirir en España en las tiendas de Comercio Justo de Intermón Oxfam.

Sabemos por tanto que a veces al comprar una alfombra para la sala, unas zapatillas de deporte, un balón o infinidad de productos, puedo estar dando mi visto bueno al trabajo de miles de niños y niñas, a la explotación de miles de hombres y mujeres del mundo.

GLOBALIZACIÓN Y CONSUMO

Si nos paramos a pensar de donde provienen algunos de los productos habituales que consumimos (balones, zapatillas, juguetes, ropa...) nos daremos cuenta que proceden de muchos países del mundo. A diferencia de lo que ocurría con nuestros padres, que normalmente sólo consumían productos nacionales, nosotros consumimos productos europeos y norteamericanos y también de algunos países del Sur (China, India, Taiwán, Corea, Marruecos, Bangladesh...).



Escuela de padres y madres solidaria

¿Como es posible sin embargo, que productos de lugares tan lejanos sean tan baratos si esos mismos productos realizados en España cuestan el triple, por ejemplo?

La causa fundamental parece estar en los efectos de la actual globalización.

La globalización es sobre todo libertad absoluta de mercado, es decir, no existe ya ninguna traba para que las empresas y los países puedan comerciar con quienes ellos quieran. En unas décadas, el mundo se ha convertido en gran mercado, debido al avance de las nuevas tecnologías y la liberalización de los mercados. En teoría, todo el mundo puede comerciar con todo el mundo y esto nos beneficia a todos, a los más ricos y a los más pobres. Pero sabemos que esto no es real. De este libre intercambio comercial quienes salen ganando son las grandes multinacionales y los grandes grupos de poder económico. Estos tienen cada vez más poder (las multinacionales son cada vez menos porque se fusionan entre ellas y por tanto más poderosas) pudiendo controlar y dominar los precios en las bolsas mundiales y pagando precios cada vez más bajos por las materias primas, que generalmente proceden de los países del Sur.

Para poder comprenderlo mejor, os diremos que muchos de los países más pobres del mundo siguen siendo altamente dependientes de la exportación de materias primas (café, cacao, plátanos...). En más de 50 países en desarrollo, más de la mitad de sus ingresos por exportaciones dependen de tres materias primas o menos. Podemos suponer lo que una bajada de precios muy grande en éstas supone para el país, especialmente para millones de familias campesinas que viven de su cultivo.

Como ejemplo, deciros que el café ha sido uno de los más afectados por este serio problema. En las últimas décadas, sus precios han caído hasta un 70%, suponiendo unas pérdidas mayores que lo que estos países reciben en Ayuda al Desarrollo por parte de los países ricos. Esto ha supuesto, por ejemplo, que productores de café de Tanzania, Haití o México hayan tenido que sacar a sus hijos de la escuela, los hombres hayan tenido que emigrar a la ciudad y las mujeres a buscar otro trabajo complementario, además del que realizan en el campo.

La globalización también hace referencia a la políticas proteccionistas que el Norte establece en relación a sus productos. En teoría los productos del Sur pueden entrar en los mercados del Norte, pero sabemos que el Norte no deja entrar determinados productos en sus países si estos no convienen o les suponen mucha competencia. Generalmente los productos manufacturados del Sur son más baratos y el Norte establece que para que entren aquí deben cumplir una determinada normativa sanitaria o de calidad, difícil de cumplir para estos países. Al final estos productos no entran aquí y los seguimos condenando a que sigan viviendo de la exportación de materias primas. En definitiva, con las políticas que el Norte establece, los productos del Norte sí pueden exportarse a cualquier parte, pero los productos del Sur no pueden entrar en el Norte.

Escuela de padres y madres solidaria



Otra manera que tienen las multinacionales de obtener el máximo rendimiento al menor precio es llevándose sus empresas a aquellos países del Sur donde puedan pagar sueldos de miseria (explotando a niños, mujeres y hombres), contaminar sin problema y que nadie les exija cumplir con unos mínimos derechos laborales y sindicales.

Aquí tenéis algunos ejemplos extraídos de "El libro negro de las firmas de marcas" (Ed. Deuticke)



Adidas:

Julia Esmeralda Pleites, salvadoreña, cosió durante años camisetas para Adidas en la fábrica Formosa, donde más de la mitad de las trabajadoras son menores de 18 años. Cosía una media de 80 camisetas por hora y su sueldo era de 9 dólares por día. Tanto las horas extraordinarias como las pruebas de embarazo eran obligatorias y las faltas por enfermedad estaban prohibidas. Aunque Adidas prometió mejoras en las condiciones laborales, hasta ahora no ha permitido el acceso de órganos de control independientes, según las investigaciones realizadas por los autores de este informe.



NIKE:

Esta empresa, que dice no vender zapatillas sino espíritu deportista, ha recibido en los últimos años una serie de denuncias por despidos masivos, empleo de mano de obra infantil, acoso sexual a costureras y falta de condiciones higiénicas en sus fábricas. Kukdong es una de las fábricas mejicanas donde en el año 2000 se han producido un millón de camisetas. Tras masivas protestas internacionales se creó, por iniciativa de la empresa, una comisión de investigación, que reveló la presencia de niñas de 13 años en Kukdong ganando sueldos miserables. En otra fábrica en Indonesia se permite que opcionalmente las mujeres falten dos días durante la menstruación, por supuesto sin ser remuneradas. El acceso restringido a los lavabos es una norma en esta fábrica y el triste hecho de que muchas mujeres no tengan dinero para compresas hace que muchas vistan con ropa oscura y blusas largas para evitar las manchas de sangre y así poder seguir trabajando.



Escuela de padres y madres solidaria



Nestlé:

Una de las campañas más criticadas llevada a cabo por la multinacional en los países del Sur fue la que animaba a las madres a no dar el pecho a sus hijos repartiendo en una primera fase leche en polvo y potitos gratis. Al cabo de un tiempo, las mujeres, al quedarse sin leche, terminaban por echar mano de estos productos. Según la Organización Mundial de la Salud, 1,5 millones de niños mueren por beber leche en polvo mezclada con agua no potable. Aunque en la actualidad Nestlé incluye en sus etiquetas que la leche materna sigue siendo el mejor alimento para los bebés, la mayor parte de las mujeres de estos países no sabe leer.



¿Por qué estos países aceptan estas situaciones de explotación?

Generalmente por su situación de pobreza y de corrupción.

La mayoría tienen una altísima deuda externa que les deben pagar a los países ricos. Para poder pagarla han de recibir una serie de préstamos de organismos económicos internacionales como el Fondo Monetario Internacional o el Banco Mundial. Estos les exigen una determinada política económica que incluye el abrir sus mercados al capital extranjero (para obtener el máximo de divisas por exportación) y disminuir sus gastos sociales (educación, salud...) entre otras orientaciones. Estas políticas exigidas por los países ricos para poder pagar la deuda externa han sido por tanto desastrosas para estos países, afectando especialmente a la gente más pobre de los mismos.

El comercio por tanto no sólo es una herramienta muy poderosa para que los países crezcan económicamente, sino que la forma en que está organizado a nivel mundial puede ser la causa del empobrecimiento de muchos países.

La solución más realista por tanto para que estos países salgan adelante no es solamente mandar ayuda económica o de otro tipo o ejercer acciones de voluntariado, sino establecer una reglas de comercio más justas entre el Norte y el Sur, que permitan a todos beneficiarse de ese libre intercambio y de un igual acceso a los mercados mundiales.



¿Qué podemos hacer nosotros ante una problemática tan compleja ?

En primer lugar estar informados de aquellas marcas que cometen explotación y si sabemos que el precio del producto no refleja su valor (ejemplo, tiendas de "Todo a cien"; campañas de "promoción" de determinados productos en grandes centros comerciales...), no comprarlo, optando si es posible por otro, algo más caro, pero que sabemos que ha sido realizado respetando las condiciones laborales del trabajador.

Escuela de padres y madres solidaria



ALTERNATIVAS

Os presentamos a continuación las siguientes alternativas, dentro de lo que sería actualmente un consumo más responsable:

Consumo solidario

A) Comercio Justo

B) Producción local

A) COMERCIO JUSTO

En este contexto de desiguales relaciones comerciales entre el Norte y el Sur nació hace varias décadas el movimiento de Comercio Justo. Un movimiento que permite potenciar el consumo responsable en nuestras sociedades y reducir la pobreza de los países del Sur, gracias a un sistema equitativo y solidario que dé a los productores del Sur, marginados, acceso a los mercados.

El Comercio Justo "humaniza" el comercio al acortar al máximo posible la cadena productor-consumidor, evitando sobre todo a los intermediarios. Si nos detenemos a observar cómo es el reparto de beneficios en la cadena que va desde que el producto del Sur llega hasta la tienda que lo vende en el Norte, nos daremos cuenta de que casi todo el beneficio queda concentrado en la importadora, la exportadora y el vendedor del Norte, quedando una mínima parte para el productor. Para ello, las organizaciones de Comercio Justo del Norte compran directamente a pequeñas cooperativas del Sur organizadas en redes de producción y comercialización. Los precios se fijan en consenso con ellos y con el propósito de asegurar su calidad de vida, así como la autofinanciación de proyectos sociales para la zona.

Las importadoras compran directamente a los productores y productoras pagando precios justos por los productos y ambos cumplen una serie de requisitos.



Las organizaciones de Comercio Justo del Norte:

- Pagan un precio digno al productor del Sur (independiente del que se establezca en los mercados internacionales), que cubra las necesidades vitales del mismo, el coste de producción y le deje un margen para invertir.
- Se les paga una parte del precio por adelantado (un 40-50%) para que los productores no se endeuden. Así, los productores pueden comprar los materiales necesarios para la producción hasta la siguiente cosecha y así evitan caer en manos de los usureros y caer en el círculo vicioso del endeudamiento.
- Se firman contratos de trabajo a largo plazo con los cuales los productores pueden planificar el desarrollo de su comunidad.



Escuela de padres y madres solidaria

- Dan a los productos del Sur acceso directo al mercado europeo, evitando en lo posible los intermediarios y especuladores.
- Informan a los consumidores en sus tiendas de los procesos de producción y comercialización de los productos que compra y bajo qué condiciones sociales y medioambientales fueron elaborados, es decir, potenciar un consumo responsable.
- Participan en campañas de presión política para que mejoren las reglas del comercio internacional y elaboran propuestas concretas que lleguen a los parlamentos regionales o europeo.



Los productores del Sur se comprometen a:

- La actividad del productor y el producto debe ser sostenible (a nivel económico, medioambiental y social). Los productos han de respetar el medio ambiente, mejorar la comunidad a nivel social y económico.
- Las condiciones de trabajo han de ser aceptables, deben contribuir al desarrollo de la comunidad y crear empleos en lo posible.
- Estas organizaciones han de funcionar y tomar decisiones de forma democrática.
- No permiten la explotación infantil.
- La mujer ha de participar en igualdad de condiciones que el hombre.
- Los productores han de dedicar una parte de sus beneficios a las necesidades básicas de las comunidades: sanidad, educación, formación laboral, etc.

Adquiriendo productos de comercio justo estamos colaborando a superar el concepto de ayuda, mediante relaciones comerciales equitativas. Es una forma de ir cambiando poco a poco las estructuras del comercio internacional para favorecer un intercambio más equitativo entre el Sur y el Norte.

Existen diversos productos de Comercio Justo: café, chocolate, azúcar de caña, especias, ron, balones, artesanía, camisetas, juguetes, etc.

En toda España existen unas 3000 tiendas solidarias en las que se venden productos

Escuela de padres y madres solidaria



que proceden directamente de pequeñas cooperativas del Sur. En España están extendidas en todo el Estado.

● ¿Por qué los productos de Comercio Justo son algo más caros?

La causa suele ser que se paga mejor la materia prima, sobre todo en productos de alimentación. En algunos casos, como el café, pagar un precio que permita vivir dignamente a los campesinos representa pagar hasta tres veces más de lo que se paga en el mercado internacional.

● ¿Estamos dispuestos a pagar más si el dinero va directamente al campesino, al artesano, a la cooperativa del Sur?

En todos los países europeos hay importantes grupos de consumidores dispuestos a pagar entre un 10 y un 20% más por los productos comercializados justamente, es decir, en cuya elaboración se han respetado los códigos de conducta éticos, sostenibles, ecológicos y que contribuyan al desarrollo de los países del Sur.

● ¿Cómo sabemos que tenemos en la mano un producto de Comercio Justo?

Podemos encontrarlos en las tiendas de Comercio justo pero ya también en supermercados y en grandes superficies. Es determinante que lleven la etiqueta de garantía social (en España la propia marca de las ONG de Comercio Justo) que acredita que se han cumplido una serie de condiciones de producción respetuosa con los derechos humanos, con los acuerdos internacionales de trabajo y con el medio ambiente.

De esta manera amplió mi punto de vista y valoro una serie de aspectos y realidades nuevas. Así el productor del Sur puede darse a conocer de forma positiva, en su lucha contra la pobreza, por lo que hay que reconocer al comercio justo como un instrumento más de la cooperación al desarrollo. Cuanto más justo sea el comercio con los productores del sur, menos ayuda necesitarán.

B) PRODUCCIÓN ARTESANAL O LOCAL

En la sociedad actual existe un sistema muy complejo de alimentos. Esto significa que los alimentos tardan varios días en llegar a la tienda y que el 20% de los productos más frágiles dejan de ser comestibles durante el viaje. La complejidad de la distribución también encarece los alimentos. Con gran diferencia, las mayores ganancias van a parar a los distribuidores en vez de a los agricultores.

Esto nos debe hacer reflexionar para cambiar nuestros hábitos a la hora de consumir y optar por los productos locales. Siempre que sea posible, las tiendas deben comprar productos frescos locales, reduciendo así el coste del transporte y el gasto de energía.

El consumo de productos locales tiene unos beneficios que repercuten tanto en el consumidor, como en el productor y el medio ambiente.



Escuela de padres y madres solidaria

Ejemplo: Comprar las verduras y frutas en la frutería del barrio antes que comprarla en un centro comercial, ya que en este último son más caras, no son tan frescas y suponen un coste medioambiental más elevado (envases, transporte...)



Qué podemos hacer:

- Siempre que puedas apuesta por comprar productos de Comercio Justo aunque te supongan algo más de gasto, difundiendo entre tus amistades las ventajas del mismo.

- Difunde entre tus conocidos el nombre de aquellas marcas que está demostrado que cometen algún tipo de explotación.

- Participa en las campañas de boicot y sensibilización.

Actualmente están en marcha la campaña Ropa Limpia, en funcionamiento en 11 países europeos y centrada en la mejora de las condiciones laborales del sector textil y del material deportivo a nivel mundial, ya que en ambos se comete una fuerte explotación por parte de las multinacionales. Esta campaña pretende concienciar y movilizar a los compradores de ropa a través de distintas actividades (programas educativos, debates, publicidad, manifestaciones...) e informarlos para que conozcan la verdad acerca de la producción de las prendas (salarios bajos, muchas horas de trabajo, represión de derechos sindicales, discriminación sexual, etc). Armados con esta información, se les anima a los consumidores a realizar una serie de acciones que lleven a mejorar las condiciones laborales en el sector. De esta forma se presiona a las compañías para que se responsabilicen de que sus productos se fabrican en condiciones laborales dignas.

- Siempre que puedas, compra productos frescos en las tiendas de tu propio barrio y evita adquirir los que han venido desde lejos.

- Plantéate si aquello que vas a consumir lo necesitas realmente.

Escuela de padres y madres solidaria



Bibliografía

Páginas web

- <http://www.ropalimpia.org>. - Campaña "Ropa Limpia" SETEM.
- <http://www.pangea.org/edualter/material/consumo/index.htm>. - Campaña "Comercio con justicia".
- <http://www.intermonoxgam.org>. - SODEPAZ.
- <http://www.consumoresponsable.com>. - Campaña de Consumo responsable de Granada.
- <http://www.e-comerciojusto.org>. - Coordinadora estatal de Comercio Justo.
- <http://www.alternativa3.com>. - Organización española de Comercio Justo y Solidario.
- <http://www.comerciosolidario.com>. - IDEAS: Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria es una Organización española de Comercio justo.
- <http://www.eurosur.org/EFTA>. - EFTA: Asociación Europea de Comercio Justo.

Textos

1. I. CARRERAS Y M. OSÉS: "Vivir solidariamente. Es posible día a día". Intermón Oxfam. Planeta 2002.
2. WORLDWATCH INSTITUTE: "La situación del mundo. 2004". Icaria 2004.
3. Campaña de Consumo Responsable de Granada: www.consumoresponsable.com

intercambio más equitativo Norte – Sur.

En toda España existen unas 3.000 tiendas solidarias en las que se venden productos que proceden directamente de pequeñas cooperativas del Sur. Pero también podemos encontrar productos de comercio justo en supermercados y grandes superficies. Es determinante que lleven la etiqueta de garantía social que acredita que se han cumplido una serie de condiciones de producción respetuosa con los derechos humanos, con los acuerdos internacionales de trabajo y con el medio ambiente.

Producción artesanal y local

En la sociedad actual existe un sistema muy complejo de alimentos. Esto significa que los alimentos tardan varios días en llegar a la tienda y que el 20% de los productos más frágiles dejan de ser comestibles durante el viaje. La complejidad de la distribución encarece los alimentos. Con gran diferencia, las mayores ganancias van a parar a los distribuidores en vez de a los agricultores.

Esto nos debe hacer reflexionar para cambiar nuestros hábitos a la hora de consumir y optar por los productos locales. Siempre que sea posible, las tiendas deben comprar productos frescos, locales, reduciendo así el coste del transporte y el gasto de energía. El consumo de productos locales tiene unos beneficios que repercuten tanto en el consumidor como en el productor y el medio ambiente.

¿Qué podemos hacer?

- Siempre que puedas apuesta por comprar productos de comercio justo, aunque te suponga algo más de gasto, difundiendo entre tus amistades las ventajas del mismo.
- Difunde entre tus conocidos el nombre de aquellas marcas que están demostrando que cometen algún tipo de explotación.
- Participa en las campañas de boicot y sensibilización
- Compra, siempre que puedas, productos frescos en las tiendas de tu propio barrio.
- Plantéate si aquello que vas a consumir lo necesitas realmente.



Editado en 2011

Las claves



Consumo y Globalización

Consumo responsable

Optar por un consumo responsable significa plantearse algo más que la relación calidad – precio. Implica preguntarnos si verdaderamente lo necesitamos e informarnos acerca de:

- El origen de los productos
- Las condiciones de vida de las personas que los producen
- Los derechos laborales y sindicales que reciben estas personas
- El coste medioambiental de su producción

La compra o no de ese producto repercute, aparte de en el producto y las condiciones de vida del Sur, en los beneficios de la empresa, con lo cual tenemos una capacidad potencial de modificar su conducta.

Globalización y consumo

Si nos paramos a pensar y analizamos de dónde provienen muchos de los productos más habituales que consumimos, nos daremos cuenta que proceden de muchos países del mundo.

La globalización es sobre todo libertad absoluta de mercado, es decir, no existe ya ninguna traba para que las empresas y los países puedan comerciar con quienes ellos quieran. En teoría, todo el mundo puede comerciar con todo el mundo y esto nos beneficia a todos, a ricos y pobres. Pero eso no es así. El Norte no deja entrar determinados productos en sus países si estos no convienen o les supones mucha competencia, estableciendo que para que entren deben cumplir una determinada normativa sanitaria o de calidad, difícil de cumplir para estos países. Por lo que éstos tienen que seguir dependiendo de la exportación de materias primas.

Del libre intercambio comercial, quienes salen ganando son las multinacionales y los grandes grupos de poder económico. Estos tienen cada vez más poder pudiendo controlar y dominar los precios, sobretodo de las materias primas que generalmente proceden del Sur, en las bolsas mundiales y pagando precios cada vez más bajos. Además, en más de 50 países en desarrollo, más de la mitad de sus ingresos por exportación dependen de tres materias primas o menos (café, plátano, chocolate, etc). Podemos suponer lo que una bajada de los precios de alguna de estas materias primas puede suponer para la economía de estos países (el precio del café ha bajado hasta un 70% en las últimas décadas).

Otra manera que tienen las multinacionales de obtener el máximo rendimiento al menor precio es llevándose sus empresas a aquellos países del Sur donde pueden pagar sueldos de miseria (explotando a niños, mujeres y hombres), contaminar sin problemas, con menores medidas de seguridad y sin que nadie les exija cumplir con unos mínimos derechos laborales y sindicales.

Comercio justo

El comercio justo es un movimiento que permite potenciar el consumo responsable en nuestras sociedades y reducir la pobreza de los países del sur, graicas a un sistema equitativo y solidario que dé a los productores del Sur, marginados, acceso a los mercados.

Las organizaciones de comercio justo del Norte:

- Pagan un precio digno al productor del Sur (independientemente del precio que se establezca en los mercados internacionales), que cubra las necesidades vitales del mismo, le costee la producción y le deje un margen para invertir.
 - Se les paga una parte del precio por adelantado (un 40-50%) para que los productores no se endeuden.
 - Se firman contratos de trabajo a largo plazo, con los cuales los productores pueden planificar el desarrollo de su comunidad.
 - Dan a los productos del Sur acceso directo al mercado europeo, evitando en lo posible los intermediarios y especuladores.
 - Informan a los consumidores en sus tiendas de los procesos de producción y comercialización de los productos que compra y bajo qué condiciones sociales y medioambientales fueron elaborados, es decir, potenciar el consumo responsable.
- Participan en campañas de presión política para que mejoren las reglas del comercio internacional y elaboran propuestas concretas que lleguen a los parlamentos regionales o europeos.

Por otro lado, los productores del sur se comprometen a:

- La actividad del productor y el producto debe ser sostenible (a nivel económico, medioambiental y social).
- Las condiciones de trabajo han de ser aceptables, deben contribuir al desarrollo de la comunidad y crear empleos en lo posible.
- Estas organizaciones han de funcionar y tomar decisiones de forma democrática.
- No permitir la explotación infantil.
- Los productores han de dedicar una parte de sus beneficios a las necesidades básicas de las comunidades: sanidad, formación laboral, etc.
- La mujer ha de participar en igualdad de condiciones que el hombre.

Adquiriendo productos de comercio justo estamos colaborando a superar el concepto de ayuda, mediante relaciones comerciales equitativas. Es una forma de ir cambiando poco a poco las estructuras del comercio internacional para favorecer unas relaciones comerciales más justas.