

GUÍA DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO

PARA PERSONAS ADULTAS



Emaús Fundación Social

c/ Gurutzegi, 16 (Pol. Belartza) • 20018 Donostia-San Sebastián

Tel.: 943 36 75 34 • Fax: 943 47 43 46

fundacion@emaus.com

www.emaus.com



Reconocimiento-No comercial-Compartir bajo la misma licencia 2.5 España

El material creado puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos su autoría y origen. No se puede obtener ningún beneficio comercial y las obras derivadas tienen que estar bajo los mismos términos de licencia que el trabajo original.

Traducción: Emaús Fundación Social

Diseño y maquetación: Emaús Fundación Social

ÍNDICE

1. Introducción.....3

- 1.1. Presentación de Emaús Fundación Social.....5
- 1.2. Presentación de la Área Educación para la Sostenibilidad.....6
- 1.3. Presentación de la Guía de Educación para el Desarrollo para personas Adultas.....8

2. Conceptos teóricos.....11

- 2.1. Diferencias norte sur.....13
 - 2.1.1. Social.....14
 - 2.1.2. Económico.....25
 - 2.1.3. Medio ambiente.....33
- 2.2. Soberanía alimentaria.....41
 - 2.2.1. Reflexión-crítica del sistema.....42
 - 2.2.2. Vía campesina.....49
 - 2.2.3. Promoción de alternativas: consumo local y ecológico: los grupos de consumo.....51
- 2.3. Responsabilidad social.....54
 - 2.3.1. Empresas en el sur.....55
 - 2.3.2. Responsabilidad social –definición.....64
- 2.4. Consumo responsable.....70
 - 2.4.1. Problemas campesinado.....71
 - 2.4.2. La cadena de consumo.....73
 - 2.4.3. Comercio justo.....75
 - 2.4.4. Consumismo.....81
 - 2.4.5. Publicidad.....83
 - 2.4.6. Criterios del consumo responsable.....84
 - 2.4.7. opciones de consumo responsable.....86

3. Actividades de Educación para el Desarrollo para personas Adultas.....91

- 3.1. Cómo esta el Mundo.....93
- 3.2. Juegos cooperativos.....102
- 3.3. El plato Belga.....104
- 3.4. Video Forum.....117
- 3.5. Made in.....125
- 3.6. Juego del plátano.....131
- 3.7. Consumismo y publicidad.....140
- 3.8. Propuestas de Consumo.....147

4. Enlaces de Interés y Bibliografía.....153



INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

1.1 PRESENTACIÓN DE EMAÚS FUNDACIÓN SOCIAL

Emaús Fundación Social es una entidad de carácter social, laica, sin ánimo de lucro, asociada a Emaús Internacional, cuyos objetivos son:

- Mejorar las condiciones de vida de aquellas personas y colectividades que se encuentran en situación o grave riesgo de pobreza y/o exclusión, facilitando y acompañando los procesos de integración social y laboral y potenciando el mayor grado de autonomía alcanzable.
- Sensibilizar a la sociedad sobre las causas, implicaciones y posibles soluciones a los problemas de justicia, pobreza y desarrollo.

Mediante:

- Programas y servicios de intervención, formación e inserción sociolaboral de carácter integral que conllevan el diseño y ejecución de itinerarios de inserción individualizados.
- Iniciativas medioambientales de la recuperación y reutilización de residuos que contribuyan a un desarrollo sostenible.
- La promoción y creación de empresas de economía social y solidaria, empresas de inserción e iniciativas de comercio justo.
- El continuo estudio y difusión (comunicación, transferencia de conocimientos, sensibilización y denuncia) de las causas, consecuencias y posibles soluciones a las situaciones de injusticia, pobreza y desarrollo existentes.
- Proyectos de cooperación al desarrollo.

INTRODUCCIÓN

1.2.- PRESENTACIÓN DE LA ÁREA DE EDUCACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD

La misión del departamento de Educación para la Sostenibilidad es generar en la sociedad reflexión, análisis, pensamiento crítico y cambios de actitud en relación a las causas, consecuencias y corresponsabilidad en los problemas de injusticia, empobrecimiento y desempoderamiento, para así contribuir a la búsqueda de propuestas y alternativas al sistema socio-económico imperante globalmente. Las líneas estratégicas que trabajamos son las siguientes: Comercio Justo, Consumo Responsable, Responsabilidad Social, Soberanía Alimentaria, Energía y Cambio Climático, y Prevención de Residuos. Entendemos la Educación para la Sostenibilidad como una herramienta para transformar la realidad en un proceso dinámico y de continuo aprendizaje, capaz de cambiar los mecanismos de percepción y comprensión con los que personas o grupos abordan determinadas situaciones, así como sus comportamientos frente a ellas. Para avanzar en este sentido nuestro departamento se rige por los principios que fundamentan la Educación para la Sostenibilidad¹, aunque integrando objetivos de la Educación para el Desarrollo²:

- Educación para la acción y el cambio, que impulse los comportamientos responsables en lo personal, profesional, social y político. Para ello dotando a las personas y a los colectivos de recursos e instrumentos que les permitan incidir en la realidad para transformarla.
- Reflexión crítica, constructiva y creativa.
- Enfoque integrado de varias dimensiones (grupos de personas, sectores y territorios): lo exigen las interrelaciones, sinergias e impactos entre lo social, económico y medio ambiental; así como entre lo individual, comunitario o local e internacional...
- Educación en valores, fortaleciendo valores, actitudes y destrezas que aumenten la autoestima de las personas, capacitándolas para ser más responsables de sus actos.

¹ Debate generado en el marco de la Década de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible y recogido en "Hacia un compromiso por la educación para la sostenibilidad en la CAPV", Departamento de Educación, Universidades e Investigación y Departamento de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio del Gobierno Vasco. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2006

² Polygone, Red Internacional de Educación para el Desarrollo y Educación Popular (www.webpolygone.net), en UNESCO ETXEA y COORDINADORA DE ONGDS EUSKADI, Cuaderno de trabajo de educación para el Desarrollo. Bilbao: Ed. Unesco Etxea, 2004

INTRODUCCIÓN

- Visión de futuro, aprendizaje continuo y descubrimiento permanente
- Aprendizaje basado en experiencias y acción, lo que supone una puesta en valor de la riqueza preexistente y una vinculación con la realidad, y nos proporciona una comprensión de las relaciones existentes entre nuestras propias vidas y las de otras personas del mundo.
- Participación: recogiendo la voz de las personas y comunidades afectadas, fomentando la implicación, el sentimiento de pertenencia, la comunicación y comprensión.

INTRODUCCIÓN

1.3.-PRESENTACIÓN DE LA GUÍA EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

La guía de educación para el desarrollo para personas adultas recoge las actividades seleccionadas y realizadas en diferentes grupos de la CAPV, donde han participado 400 personas adultas.

- **OBJETIVO:** Promover el cambio de actitud de la población adulta vasca fomentando la Ciudadanía Crítica y el Consumo Responsable.
- **TEMÁTICA:** La guía trabaja los siguientes temas: diferencias Norte y Sur, Soberanía Alimentaria, Responsabilidad Social, Consumo Responsable y la influencia de nuestro consumo diario.
- **METODOLOGÍA:** La metodología de trabajo se basa en el análisis mediante actividades dinámicas, participativas y de reflexión, para modificar las relaciones comerciales internacionales y nacionales, sensibilizando acerca del impacto desigual que se está generando entre pueblos y personas, y fomentando el Consumo Responsable.
- **PERSONAS DESTINATARIAS:** Las principales personas destinatarias del material son técnicos y técnicas de educación de centros de educación de personas adultas y asociaciones.
- **GUÍA:** La guía se compone de:
 - **Introducción:** Una breve presentación sobre Emaús y la Área de Educación para la Sostenibilidad.
 - **Conceptos teóricos:** Recoge definiciones, datos destacados y web de apoyo sobre los temas que se trabajan en la guía, es decir: Diferencias Norte-Sur, Soberanía Alimentaria, Responsabilidad Social y Consumo Responsable.
 - **Actividades de educación para el Desarrollo para personas Adultas:** Recoge diferentes actividades para trabajar la temática de la guía. Las

INTRODUCCIÓN

actividades, están divididas en la explicación de la actividad y anexos (recogen el material necesario para trabajar cada actividad).

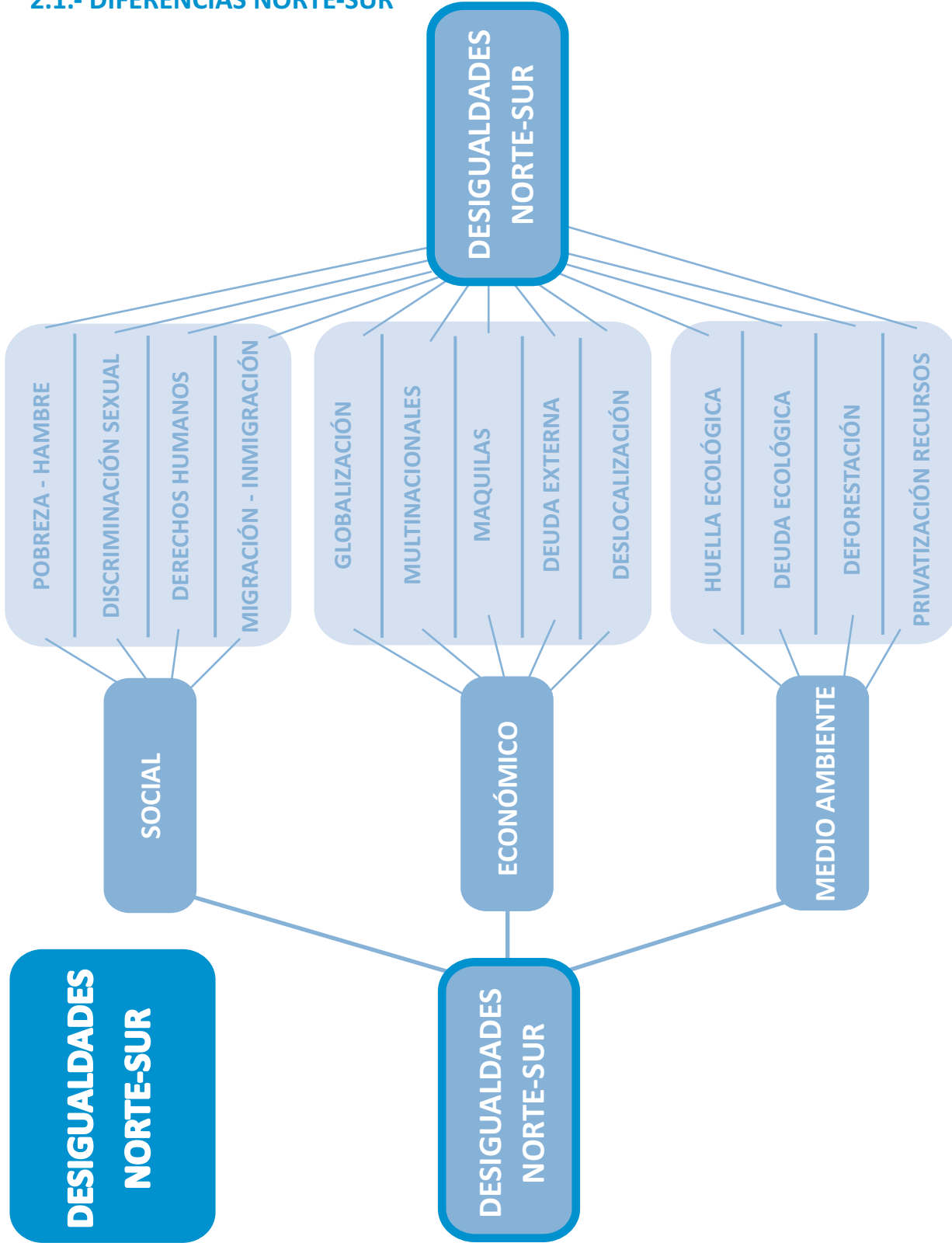
- **Enlaces de interés y Bibliografía:** En este punto se recogen direcciones de Internet y bibliografía aconsejable para profundizar las temas trabajados.
- **CD:** La guía va acompañada de un CD donde se recoge toda la información de la guía en formato digital y se suma una sección de documentación, donde se recogen documentos informativos para ampliar la información de la temática que se trabaja.



**CONCEPTOS
TEÓRICOS**

CONCEPTOS TEÓRICOS

2.1.- DIFERENCIAS NORTE-SUR



CONCEPTOS TEÓRICOS

2.1.1. SOCIAL

POBREZA-HAMBRE

La pobreza es la carencia de recursos necesarios para satisfacer las necesidades básicas de una población lo que conlleva su deterioro del nivel y calidad de vida tanto en la alimentación, la vivienda, la educación, la asistencia sanitaria o el acceso al agua potable. Según algunos autores y estudios del Banco Mundial y el Fondo Monetaria Internacional, existen dos tipos de pobrezas:

- Pobreza relativa; cuando no se tiene el nivel de ingresos necesario para satisfacer todas o parte de las necesidades.
- Pobreza absoluta; cuando las necesidades básicas como la nutrición, la salud y la vivienda, no pueden ser cubiertas.

La pobreza es la primera causa de hambre en el mundo. El hambre es la sensación que indica la necesidad de alimento. En condiciones normales, suele aparecer unas pocas horas después de la última comida. La sensación de hambre es algo natural, pero no tener nada con que alimentarse durante mucho tiempo perjudica la salud mental y la física. A menudo el hambre va acompañada de enfermedad y epidemias, que tienen su origen en el estado de debilidad de los afectados.

DATOS:

- Más de 1.200 millones de seres humanos no tienen acceso al agua potable.
- 1.000 millones de personas carecen de vivienda estimable.
- Existen 840 millones de personas mal nutridas, de las cuales 200 millones son menores de 5 años.
- 2.000 millones de personas padecen anemia.
- 880 millones de personas no tienen acceso a servicios básicos de salud.
- El 80 % de la población mundial vive en la pobreza.

CONCEPTOS TEÓRICOS

- Se estima que actualmente hay más de 1.000 millones de personas atrapados en la pobreza absoluta y según el Fondo de las Naciones Unidas para las Mujeres (UNIFEM), el 70% de ellos son mujeres.
- Se estima que 7 de cada 10 personas que mueren de hambre en el mundo son mujeres y niñas.
- Se estima que actualmente hay más de 1.000 millones de personas atrapados en la pobreza absoluta y según el Fondo de las Naciones Unidas para las Mujeres (UNIFEM), el 70% de ellos son mujeres.
- Se estima que 7 de cada 10 personas que mueren de hambre en el mundo son mujeres y niñas.

PÁGINAS WEB:

- www.pobrezazero.org
- www.accioncontraelhombre.org
- www.solidaridad.net
- www.fao.org

DOCUMENTOS ADJUNTOS:

- “La lucha contra la pobreza en el mundo, una cuestión de Estado”. David Alvarez Rivas, Presidente de la Coordinadora de ONGDs de España.
- “Las causas de la pobreza del tercer mundo”. Joseph Edward Keckeissen.
- “Pobreza Cero: Un objetivo viable a falta de voluntad política”. Portal Touza, responsable de la Campaña Pobreza Cero de la CONGD de España.

DISCRIMINACIÓN SEXUAL

Discriminar significa diferenciar, distinguir, separar una cosa de otra. La discriminación es una situación en la que una persona o grupo es tratado de forma desfavorable generalmente por pertenecer a una categoría social distinta. Entre esas categorías se

CONCEPTOS TEÓRICOS

encuentra la raza, la orientación sexual, la religión, el rango socioeconómico, la edad, la discapacidad,...

La discriminación sexual, es la discriminación (e incluso odio) de las personas según su sexo en lugar de por sus méritos individuales, si bien el término también puede eludir a todas las diferencias sistémicas basadas en el sexo de los individuos. Discriminación sexual es sinónimo de sexismo y este puede ser particionado como formado por sexismo contra el sexo femenino, contra el sexo masculino, contra los intersexuales y contra los transexuales. Cada tipo de sexismo tiene su propia historia y forma de intolerancia.

El sexismo contra la mujer en su forma más extrema, es conocido como misoginia, que significa “rechazo a las mujeres”. El término “sexismo” en su uso corriente fue la primera forma de sexismo comúnmente identificada. Esta forma de sexismo también se llama frecuentemente chovinismo, si bien este es en realidad un término más amplio para cualquier partidismo extremo y ciego con odio y malicia hacia el grupo rival. Un termino levemente relacionado es “cinofobia”, que alude al miedo a las mujeres o a la enfermedad.

DATOS:

- El 20 de diciembre de 1993, la Asamblea General de naciones Unidas aprobó la Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer.
- La violencia contra la mujer es el delito más común pero menos castigado en el mundo
- Se estima que de 113 a 200 millones de mujeres están desaparecidas demográficamente. Han sido víctimas de infanticidio o no han recibido la misma cantidad de alimentos y atención médica que sus hermanos y sus padres.
- Se estima que anualmente entre 70.000 y 4 millones de mujeres de todo el mundo son obligadas a ejercer la prostitución o son vendidas para ese fin, y que las ganancias de la esclavitud sexual oscilan entre 7.000 y 12.000 millones de dólares de los EEUU.
- Por lo menos una de cada tres mujeres ha sido golpeada, obligada a tener relaciones sexuales o maltratada de otro modo a los largo de su vida.

CONCEPTOS TEÓRICOS

- Se estima que todos los años más de 2 millones de niñas son objeto de mutilación genital, lo que equivale a una niña cada 25 segundos
- En muchos conflictos del mundo la violación sistemática es utilizada como arma de terror. Se estima que en Rwanda fueron violadas entre 250.000 y 50.000 mujeres durante el genocidio de 1994.

PAGINAS WEBS:

- www.eclac.org/mujer
- www.un.org
- www.multikultu.org

DOCUMENTOS ADJUNTOS:

- “Sunita puede leer”
- “Discriminación sexual en el lugar de trabajo”
- “Contra la violencia sexista”. Esteban Ibarra, Presidente del Movimiento contra la Intolerancia.
- “Manual de atención a niños y niñas víctimas de violencia de género en el ámbito familiar. Save the Children.

DERECHOS HUMANOS

Fuente: www.derechos.org

Los derechos humanos son, de acuerdo con diversas filosofías jurídicas, aquellas libertades, facultades, instituciones o reivindicaciones relativas a bienes primarios básicos que incluyen a toda persona, por el simple hecho de su condición humana para la garantía de una vida digna. Son independientes de factores particulares como el estatus, sexo, etnia o nacionalidad y son independientes o no dependen exclusivamente del ordenamiento jurídico vigente. Desde un punto de vista más relacional, los derechos humanos se han definido como las condiciones que permiten crear una relación integrada entre la persona y la sociedad, que permita a los individuos ser personas, identificándose consigo mismos y con los otros.

CONCEPTOS TEÓRICOS

Todos estos derechos se recogen en la Declaración Universal de los Derechos Humanos que fue adoptada por la Asamblea General de Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948 en París.

Son derechos inherentes a la persona, irrevocables e inalienables. Aún así, en infinidad de ocasiones estos derechos propios de la condición natural de las personas son violados.

Según un informe de Amnistía Internacional, las principales causas de vulneración de los derechos son, entre otras, el subdesarrollo, la pobreza extrema, la desigual distribución de los recursos, la marginación, la violencia étnica y civil, la pandemia del VIH y los conflictos armados.

“No hay mayor negación de los derechos humanos que los estados en guerra, cuando los ciudadanos ni siquiera tienen derecho a la vida”. *José Antonio Gimbernat, Presidente de la Federación de Asociaciones de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos.*

DATOS

Fuente: informe del 2008 de Amnistía Internacional.

* ARTÍCULO 1

Promesa de 1948:

Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos.

Realidad de 2008:

En el primer semestre de 2007, casi 250 mujeres perdieron la vida a manos de esposos familiares violentos en Egipto, y un promedio de 2 mujeres fueron violadas cada hora en ese país.

* ARTÍCULO 3

Promesa de 1948:

Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona.

CONCEPTOS TEÓRICOS

Realidad de 2008:

Se tiene constancia de que 1.252 personas fueron ejecutadas por sus respectivos Estados en 2007 en 24 países; sin embargo, 104 países votaron a favor de la suspensión mundial de la pena de muerte.

* ARTÍCULO 5

Promesa de 1948:

Nadie será sometido a torturas ni a penas o tratos crueles, inhumanos o degradantes.

Realidad de 2008:

Amnistía Internacional documentó casos de tortura y otros tratos crueles, inhumanos o degradantes en más de 81 países en 2007.

* ARTÍCULO 7

Promesa de 1948:

Todos son iguales ante la ley y tienen, sin distinción, derecho a igual protección de la ley.

Realidad de 2008:

El Informe 2008 de Amnistía Internacional pone de relieve que al menos 23 países disponen de leyes que discriminan a las mujeres, al menos 15 con leyes que discriminan a las personas migrantes y al menos 14 con leyes que discriminan a minorías.

* ARTÍCULO 9

Promesa de 1948:

Nadie podrá ser arbitrariamente detenido, preso ni desterrado.

Realidad de 2008:

Al terminar el año 2007 había más de 600 personas detenidas sin cargos, ni juicio, ni revisión judicial de su detención en la base aérea estadounidense de Bagram, Afganistán, y 25.000 estaban bajo custodia de la Fuerza Multinacional en Irak.

CONCEPTOS TEÓRICOS

* ARTÍCULO 10

Promesa de 1948:

Toda persona acusada de un delito tiene derecho, en condiciones de plena igualdad, a ser oída públicamente y con justicia por un tribunal independiente e imparcial.

Realidad de 2008:

En Informe 2008 de Amnistía Internacional daba cuenta de que en 54 países se celebraban juicios sin garantías.

* ARTÍCULO 11

Promesa de 1948:

Toda persona tiene derecho a que se presuma su inocencia mientras no se pruebe su culpabilidad.

Realidad de 2008:

Las cifras de Amnistía Internacional indican que unas 800 personas han estado recluidas en la bahía de Guantánamo desde que este centro de detención se abrió en enero de 2002, y unas 270 continúan recluidas en él en 2008 sin cargos ni el debido proceso legal.

* ARTÍCULO 13

Promesa de 1948:

Toda persona tiene derecho a circular libremente y a elegir su residencia en el territorio de un Estado.

Realidad de 2008:

En 2007 había más de 550 puestos de control y bloqueos militares israelíes que restringían o impedían la circulación de palestinos entre ciudades y aldeas de Cisjordania.

CONCEPTOS TEÓRICOS

* ARTÍCULO 18

Promesa de 1948:

Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión. Realidad de 2008:

Amnistía Internacional ha documentado 45 países donde se detiene a presos y presas de conciencia.

* ARTÍCULO 19

Promesa de 1948:

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión, y a investigar y recibir informaciones y opiniones y a difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

Realidad de 2008:

En 77 países se restringía la libertad de expresión y de prensa de acuerdo con el Informe 2008 de Amnistía Internacional.

* ARTÍCULO 20

Promesa de 1948:

Toda persona tiene derecho a la libertad de reunión y de asociación pacíficas.

Realidad de 2008:

Se cree que miles de personas fueron detenidas durante la represión de las protestas en Myanmar en 2007; Amnistía Internacional calcula que unas 700 permanecen recluidas.

* ARTÍCULO 23

Promesa de 1948:

Toda persona tiene derecho al trabajo, a la libre elección de su trabajo, a igual salario por trabajo igual y a fundar sindicatos y sindicarse.

CONCEPTOS TEÓRICOS

Realidad de 2008:

Al menos 39 sindicalistas fueron víctimas de homicidio en Colombia en 2007, y 22 han muerto en los primeros 4 meses del 2008.

* ARTÍCULO 25

Promesa de 1948:

Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure la salud y el bienestar, y en especial la maternidad y la infancia.

Realidad de 2008:

El 14% de la población de Malawi vivía con el VIH/sida en 2007, sólo el 3% de esas personas tenían acceso a medicamentos antirretrovirales gratuitos, y había 1 millón de niños y niñas huérfanos como consecuencia de muertes relacionadas con el VIH/sida.

PAGINAS WEB

- www.un.org
- www.derechos.org
- www.savethechildren.es
- www.consumer.es
- www.es.amnesty.org

DOCUMENTOS ADJUNTOS

- Declaración Universal de los Derechos Humanos
- “La violación de los Derechos Humanos ¿privilegio de los Estados? Raimer Huhle, *Centro de Derechos Humanos de Nuremberg*.
- Promover los derechos de los pueblos indígenas de Mexico. *Amnistía Internacional*.
- Descubre la verdad. *Fundación de Antropología Forense de Guatemala*.
- Defender los Derechos Humanos en un mundo cambiante. *Amnistía Internacional*.
- Defender el derecho de las mujeres a la vida y a la salud. *Amnistía Internacional*.

CONCEPTOS TEÓRICOS

MIGRACIÓN-INMIGRACIÓN

Se denomina migración a todo desplazamiento de población que se produce desde un lugar de origen a otro destino y lleva consigo un cambio de la residencia habitual en el caso de las personas o del hábitat en el caso de las especies animales. La migración presenta dos enfoques; el de la emigración, desde el punto de vista del lugar o país de donde sale la población; y el de la inmigración, desde el punto de vista del lugar o país donde llegan los migrantes.

Desde el contexto histórico y considerando los variables económicos y sociales, podremos comprender los motivos por los que emigran, personas procedentes de todos los continentes y que llegan a los países de destino con la expectativa de permanecer por un tiempo, o tal vez, de construir una vida.

DATOS:

Fuente: Informe de las Naciones Unidas World Population Policies 2005.

País	Cantidad de inmigrantes	% del total de inmigrantes del mundo	% de inmigrantes respecto al total de población nacional
ESTADOS UNIDOS	38.355.000	20,56	12,81
RUSIA	12.080.000	6,474	8,483
ALEMANIA	10.144.000	5,437	12,31
UCRANIA	6.833.000	3,662	14,7
FRANCIA	6.471.000	3,468	10,18
INDIA	5.700.000	3,055	0,517
ESPAÑA	4.790.000	2,567	10,79
CHINA	3.852.000	2,064	0,2944

CONCEPTOS TEÓRICOS

PAGINAS WEB

- www.cidob.org
- www.mtas.es
- www.inmigracionmasiva.com
- www.migrar.org
- www.intermigra.info
- www.lascarasdelainmigracion.es

DOCUMENTOS ADJUNTOS

- Migración Internacional, Derechos Humanos y Desarrollo en América Latina y el Caribe. *CEPAL*.
- Declaración Foro Mundial sobre Migraciones. *Rivas Vaciamadrid*.
- “Los inmigrantes en la ciudad. Crecimiento económico, innovación y conflicto social”. *Horacio Capel, revista Scripta Nova*.

CONCEPTOS TEÓRICOS

2.1.2. ECONÓMICO

GLOBALIZACIÓN

Fuente: www.globalización.es

La globalización es una teoría entre cuyos fines se encuentra la interpretación de los eventos que actualmente tienen lugar en los campos de desarrollo, la economía mundial, los escenarios sociales y las influencias culturales y políticas.

Podríamos decir que en la Globalización hay dos tendencias generales; por un lado, algunos consideran que la globalización es un proceso beneficioso-una clave para el desarrollo económico futuro en el mundo, a la vez que inevitable e irreversible-. Otros la ven con hostilidad, incluso con temor, debido a que consideran que suscita una mayor desigualdad dentro de cada país y entre los distintos países, amenaza el empleo y las condiciones de vida y obstaculiza el progreso social.

DATOS

* España se encuentra en la cola de los países europeos en cuanto a usuarios de Internet desde el trabajo, con el 14 por ciento, frente al 23% de Alemania y Reino Unido, el 18% de Italia y el 14% de Francia, según un estudio elaborado conjuntamente por Nielsen//NetRatings y Online Publishers Association.

* El 89% de las empresas de Castilla y León con más de 10 empleados usa Internet, según un estudio de Telefónica S.A. titulado «La Sociedad de la Información en España 2004».

* El número de teléfonos móviles en España llega a 32 millones

*La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones informó que en el mes de julio se dieron de alta casi 400.000 nuevas líneas.

PAGINAS WEBS

- www.cem.itesm.mx
- www.appablog.wordpress.com
- www.rcci.net

CONCEPTOS TEÓRICOS

- www.globalización.org
- www.globalizatte.org
- www.rebellion.org
- gestiopolis.com

DOCUMENTOS ADJUNTOS

- “¿Globalización, una nueva organización económica?”. *Francisco Javier Murillo*.
- “Globalización, crisis y poder en América Latina: reconfiguración de las clases sociales frente al imperialismo decadente”. *Diego Tagarelli*.
- “El proceso de Globalización en lo cultural”. *Maria Ester Vela, José Vidal-Beneyto*.

MULTINACIONALES

Las empresas multinacionales son las que no sólo están establecidas en su país de origen, sino que también se constituyen en otros países, para realizar sus actividades mercantiles tanto de venta y compra como de producción en los países donde se han establecido. Las multinacionales están en capacidad de expandir la producción y otras operaciones alrededor del mundo, así como de movilizar plantas industriales de un país a otro. Su poder de negociación es muy fuerte y su importancia en la economía mundial se ha incrementado con el proceso de reestructuración económica y globalización.

La mayoría de las multinacionales pertenecen a países liados, donde cuentan con un número importante filiales y concentran la mayor parte de las inversiones.

Sin embargo, en los últimos años han crecido vertiginosamente sus inversiones en los países menos desarrollados, atraídas por una mano de obra abundante y barata, un trato fiscal muy favorable y una legislación permisiva o inexistente en materia de salud y seguridad o protección del medio ambiente.

DATOS

* Más de dos tercios del comercio mundial, según el Observatori DESC tiene lugar a través de las empresas transnacionales. La mitad de este volumen comercial es

CONCEPTOS TEÓRICOS

intraempresa (se produce entre sucursales de la misma compañía).

* Las 200 mayores multinacionales suponen, aproximadamente, la cuarta parte (26,3%) de la producción mundial. Entre esas empresas transnacionales están: Shell, General Motors, Ford, Exxon, IBM, Mitsubishi, Toyota. Philip Morris, General Electric.

* A comienzos del siglo XX, en el mundo hay unas 85.000 empresas multinacionales con más de 900.000 empresas filiales y 54 millones de empleados directos. Unas cifras que no paran de crecer.

* En 1975, en Galicia (España) aparecía la primera tienda Zara. Veintisiete años después, Zara poseía más de 500 tiendas en todo el mundo, como las que existen en Nueva York, Tokio, Bruselas, París, Milán o Dubai.

* En 2003, Nike vendía productos por valor de 10.700 millones de dólares. El 51 % de estas ventas se realizaron fuera de Estados Unidos.

* Solo un 1 % de los artículos de Nike se fabrica en Estados Unidos. El 99% se produce en 35 países, la mayoría asiáticos, donde la mano de obra es barata.

* Anualmente, Nike gasta más de 500 millones de dólares en publicidad. La multinacional paga sumas millonarias a destacados deportistas, a equipos y a selecciones de fútbol por llevar su marca.

PAGINAS WEBS

- www.portalplanetasedna.com
- www.omal.info
- www.edualter.org

DOCUMENTOS ADJUNTOS

- Bases de datos: Multinacionales. *Escuela Nacional Sindical*.
- Boletín OMAL. *Observatorio de Multinacionales en América Latina*.
- “Las grandes empresas multinacionales controlan el sector textil en el mundo”.

CONCEPTOS TEÓRICOS

MAQUILAS

Fuentes: www.observatoriodeltrabajo.org, www.aporrea.org, www.sodepaz.org/maquilas/index.htm

La maquila responde a un proceso de segregación de las diferentes fases del proceso de producción que permite la realización de partes del proceso por diferentes empresas en distintos países, aprovechando así las ventajas comparativas que éstos ofrecen, disminuyendo los costes de producción.

Las maquilas se instalan en zonas francas de países en los límites del mundo industrializado, México, Centroamérica y el Caribe frente a EE.UU.; Filipinas, Indonesia, Malasia, sudeste asiático, frente a Australia y Japón; África del Norte y, recientemente, Europa del Este, frente a la Unión Europea, países que pertenecen a los llamados países del Sur. Son países que padecen en general condiciones políticas y sociales deplorables. De hecho, suele existir una clara correlación entre las condiciones laborales y sindicales y el tipo de régimen político del país que acoge a las plantas maquiladoras: precarización contractual, trabajo a destajo, jornadas interminables, salarios de miseria, violación de la libertad sindical y otras prácticas inhumanas.

DATOS

* El total de empresas maquiladoras en México a fines de julio de 2004 era 2,804. Este número de fábricas emplean 1.131.001 empleados, de los cuales el 51% son hombres, y el 49% mujeres.

* Poco más de 5 de cada 10 personas en las líneas de producción son mujeres, pero sólo hay una mujer por cada 4 técnicos, y una por cada 3 administrativos. Las mujeres son menos de una tercera parte de todos los trabajadores técnicos y administrativos.

* En junio de 2001, México alcanzó un tope histórico en su número de fábricas maquiladoras: 3,735. Sin embargo, ocho meses antes, en el mes de octubre de 2000, se dio inicio un proceso de cierre de maquiladoras y descenso de la producción (que por cierto se anticipó por un par de meses al comienzo de la desaceleración de la economía de Estados Unidos).

CONCEPTOS TEÓRICOS

* En octubre de 2000 los empleos maquiladores alcanzaron un tope histórico: 1.347.803. A partir de ahí comenzó un declive que llegó a su punto más bajo en julio de 2003, cuando se contaron 1.045.598 empleos. 302,205 empleos perdidos fue el saldo total. La disminución de maquiladoras respecto a su máximo, y hasta julio de 2004, fue de 943.

PAGINAS WEBS

- www.observatoriodeltrabajo.org
- www.aporrea.org
- www.sodepaz.org
- www.empleosmaquila.org
- www.rel-uita.org

DOCUMENTOS ADJUNTOS

- “Globalización y maquilas”. Eduardo Tamayo G.
- “Los “beneficios” de las maquilas. Nuevos despidos y abusos laborales en las maquilas latinoamericanas”. Juan Carlos Galindo. Agencia de Información Solidaria.
- “La maquila en Nicaragua. Me muero si no trabajo, y si trabajo me matan”. Gerardo Iglesias.
- “Las maquilas: ¿solución o problema?”. Instituto del Tercer Mundo.
- “La industria maquiladora de Ciudad Juárez”. Guadalupe Santiago Quijado.
- “Las zonas francas para la exportación: las maquilas”. Simeón Cañas, Revista Envío, Universidad de Centroamérica.

DEUDA EXTERNA

Fuentes: www.eurosur.org/deudaexterna/; www.filosofia.net/materiales/deu/deuda.htm

La deuda externa es la suma de las obligaciones que tiene un país con respecto de otros, que se componen de deuda pública (la contraída por el estado) y deuda privada o del sector privado, que es aquella que contraen los particulares en el exterior.

CONCEPTOS TEÓRICOS

La deuda externa con respecto a otros países se da con frecuencia a través de organismos como el Fondo Monetario Internacional o el Banco Mundial. Si el deudor tiene problemas para pagarla, puede suponer un serio problema para el desarrollo económico de un país, e incluso para su autonomía.

En principio el endeudamiento no es malo, pues permite conservar los recursos propios y recibir recursos ajenos para explotar, procesar o producir nuevos bienes y servicios. Sin embargo se vuelve un problema cuando dicha deuda no se utiliza realmente para lo que fue solicitada o bien las condiciones de devolución se endurecen. Siendo así una de las causas del subdesarrollo más que un camino para resolverlo.

DATOS

Según los datos del Banco Mundial (Global Development Finance, 2001) en 1970 la deuda externa de los países pobres ascendía a 73 millones de dólares. En 1999 este monto había trepado a 2.573 millones de dólares. Este monto representa el 34 por ciento del Producto Bruto Interno de los países del Tercer Mundo. De esta manera, el problema de la deuda externa se ha convertido en una carga muy pesada que condiciona el desarrollo de millones de personas.

PAGINAS WEBS

- www.lanic.utexas.edu
- www.planalfa.es
- www.fuhem.es
- www.eurosur.org

DOCUMENTOS ADJUNTOS

- “El Banco Mundial y la crisis de la deuda del Tercer Mundo puesta en perspectiva histórica”. Eric Toussaint.
- “La Deuda Externa Española”. David Llister y Bosch
- “Los crímenes de la deuda. La ilegitimidad de la deuda externa en los países del Sur”. Laura Ramos.
- “Declaración de Nairobi”.

CONCEPTOS TEÓRICOS

DESLOCALIZACIÓN

Fuentes: www.tecnociencia.es/especiales/deslocalizacion_empresarial/1.htm;

Se llama deslocalización al movimiento que realizan algunas empresas, generalmente multinacionales, que trasladan sus centros de trabajo en países desarrollados a países con menores costes para ellos, generalmente del Tercer Mundo.

La deslocalización es uno de los problemas y oportunidades causados por la globalización económica.

Las causas de este proceso suelen ser la búsqueda de:

- Menor coste de la mano de obra.
- Legislaciones menos estrictas con la protección del medio ambiente y la lucha contra la contaminación, inutilización de tierras, etc.
- Condiciones de trabajo más flexibles, que permitan menos seguridad en el trabajo, mayor jornada laboral, etc.

Entre las causas de la deslocalización no debemos buscar la falta de rentabilidad de las empresas, ya que la mayoría de ellas obtiene beneficios: su motivación es más bien aumentar sus beneficios a cualquier precio.

DATOS

Principales destinos de la Inversión Extranjera Directa en proyectos de exportación de servicios, 2003

(Número de proyectos).

Centros de llamadas	Centros de servicios compartidos	Servicios de tecnologías de la información
INDIA-60	INDIA-43	INDIA-118
CANADÁ-56	IRLANDA-19	REINO UNIDO-73
REINO UNIDO-43	SINGAPUR-8	CHINA-60
CHINA-30	HUNGRÍA-7	SINGAPUR-35
IRLANDA-29	REINO UNIDO-7	ALEMANIA-34

CONCEPTOS TEÓRICOS



PAGINAS WEBS

- www.deslocalizacion.com
- www.tecnociencia.es
- www.rebellion.org
- www.elcato.org

DOCUMENTOS ADJUNTOS

- “Deslocalización: ¿es suficiente para ser competitivo?” Eduardo Navarro.
- “El fenómeno de la deslocalización industrial en España: pautas de actuación”. UGT
- “Deslocalización”. José Maria Lastras.

CONCEPTOS TEÓRICOS



2.1.3. MEDIO AMBIENTE

HUELLA ECOLÓGICA

La huella ecológica es un indicador agregado definido como «el área de territorio ecológicamente productivo (cultivos, pastos, bosques o ecosistemas acuáticos) necesaria para producir los recursos utilizados y para asimilar los residuos producidos por una población dada con un modo de vida específico de forma indefinida. Su objetivo fundamental consiste en evaluar el impacto sobre el planeta de un determinado modo o forma de vida y, comparado con la biocapacidad del planeta. Consecuentemente es un indicador clave para la sostenibilidad.

El cálculo de la huella ecológica es complejo, y en algunos casos imposibles, lo que constituye su principal limitación como indicador; en cualquier caso, existen diversos métodos de estimación a partir del análisis de los recursos que una persona consume y de los residuos que produce. Básicamente sus resultados están basados en la observación de los siguientes aspectos:

- La cantidad de hectáreas utilizadas para urbanizar, generar infraestructuras y centros de trabajo.
- Hectáreas necesarias para proporcionar el alimento vegetal necesario.
- Superficie necesaria para pastos que alimenten al ganado.
- Superficie marina necesaria para producir el pescado.
- Hectáreas de bosque necesarias para asumir el CO₂ que provoca nuestro consumo energético. En este sentido no sólo incidiría el grado de eficiencia energética alcanzado sino también las fuentes empleadas para su obtención: a mayor uso de energías renovables, menor huella ecológica.

Desde un punto de vista global, se ha estimado en 1,8 ha la biocapacidad del planeta por cada habitante, o lo que es lo mismo, si tuviéramos que repartir el terreno productivo de la tierra en partes iguales, a cada uno de los más de seis mil millones de habitantes en el planeta, les corresponderían 1,8 hectáreas para satisfacer todas sus necesidades durante un año. Al día de hoy, el consumo medio por habitante y año es de 2,23

CONCEPTOS TEÓRICOS

hectáreas, por lo que, a nivel global, estamos consumiendo más recursos y generando más residuos de los que el planeta puede generar y admitir.

DATOS

Clasificación de los países con mayor Huella Ecológica por persona (año 2003) según Global Footprint Network

(Fuentes: www.wikipedia.org)

Entidad geográfica / País	Población (millones de habitantes)	Huella ecológica (hectárea / persona)
Emiratos Árabes Unidos	3	11.9
Estados Unidos	294	9.6
Finlandia	5.2	7.6
Canadá	31.5	7.6
Kuwait	2.5	7.3
Australia	19.7	6.6
Estonia	1.3	6.5
Suecia	8.9	6.1
España	41.1	5.4
México	103.5	2.6
Chile	15.8	2.3
Argentina	38.4	2.3
Venezuela	25.7	2.2
MUNDO	955.6	2.23
Países ingresos altos	6301.5	6.4
Países ingresos medios	3011.7	6.4
Países ingresos bajos	2303.1	0.8

CONCEPTOS TEÓRICOS



PAGINAS WEBS

- www.miliarium.com
- www.vidasostenible.org
- www.entelchile.net
- www.huellaecologica.com
- www.wwf.org.mx

DOCUMENTOS ADJUNTOS

- “Huella ecológica y sostenibilidad”. www.cfnavarra.es
- “La huella ecológica”. Raquel Moreno López.
- “Tu impacto sobre la Tierra: la huella ecológica”. Ecosofia.org

DEUDA ECOLÓGICA

Fuente: www.deudaecologica.org

Es un reclamo de los países del Sur hacia las economías del Norte por el reconocimiento de todos los daños producidos por el uso indebido de su naturaleza: el daño ambiental y la apropiación ilegítima de sus recursos naturales, en particular de la biodiversidad. Un aspecto central es lo que llamamos "biopiratería", que es el uso incorrecto y la apropiación de las semillas y del conocimiento ancestral indígena y campesino que las empresas se llevaron junto con las semillas y no reconocieron.

DATOS

- * Los países del Norte, con solo el 20% de la población mundial, contribuimos en un 80% al cambio climático del planeta.
- * Naciones Unidas ve 58 euros como la pérdida económica causada por el cambio climático en cada tonelada de carbono emitida por encima del máximo de la capacidad de absorción de la tierra.

CONCEPTOS TEÓRICOS

* En Euskadi, tomando en cuenta solo la deuda del carbono, debemos 22 mil millones de euros. En cambio, la deuda externa que otros países tienen respecto a Euskadi es de 700 millones de euros.

PAGINAS WEBS

- www.deudaecologica.org
- www.quiendebeaquien.org
- www.ecologistasenaccion.org
- www.ecoportal.net

DOCUMENTOS ADJUNTOS

- “Deuda ecológica y petróleo”. Red Internacional Oilwatch.
- “¿Qué es y como te afecta la deuda ecológica?”. www.quiendebeaquien.org
- “Análisis e implicaciones del concepto de Deuda Ecológica”. Luis Rico García. Área de Paz, Solidaridad y Antiglobalización, Economistas en Acción.
- “Lucha campesina y Deuda Ecológica”. Mousolin Cristiano e Ivonne Yanez.
- “ECAS, Deuda Externa y Deuda Ecológica”. Miguel Ortega Cerdá.
- “La Deuda Ecológica de Euskadi ¿Quién debe a quien?”

DEFORESTACIÓN

Fuentes: www.wikipedia.org

La deforestación es el proceso de desaparición de los bosques o masas forestales, fundamentalmente causada por la actividad humana, tala o quema de árboles accidental o provocada. Está directamente causada por la acción del hombre sobre la naturaleza, principalmente debido a las talas realizadas por la industria maderera, así como para la obtención de suelo para la agricultura.

En los países más desarrollados se producen otras agresiones, como la lluvia ácida, que comprometen la supervivencia de los bosques, situación que se pretende controlar mediante

CONCEPTOS TEÓRICOS

la exigencia de requisitos de calidad para los combustibles, como la limitación del contenido de azufre.

En los países menos desarrollados las masas boscosas se reducen año tras año, mientras que en los países industrializados se están recuperando debido a las presiones sociales, reconvirtiéndose los bosques en atractivos turísticos y lugares de esparcimiento.

AGENTES IMPORTANTES DE LA DEFORESTACIÓN

Fuente: www.monografias.com

AGENTE	VÍNCULO CON LA DEFORESTACIÓN
Agricultores de roza y quema	Descombran el bosque para sembrar cultivos de subsistencia y otros cultivos para la venta
Agricultores comerciales	Talan los bosques para plantar cultivos comerciales, a veces desplazan a los agricultores de roza y quema, que se trasladan a su vez a los bosques.
Ganaderos	Talan los bosques para sembrar pastos, a veces desplazan a los agricultores de roza y quema, que se trasladan a su vez a los bosques.
Pastores de ganado menor y mayor	La intensificación de las actividades de pastoreo de ganado menor y mayor puede conducir a la deforestación.
Madereros	Cortan árboles maderables comerciales; los caminos que abren los madereros permiten el acceso a otros usuarios de la tierra.
Dueños de plantaciones forestales	Aclaran barbechos boscosos y bosques previamente talados para establecer plantaciones para proveer fibra a la industria de pulpa y papel
Recolectores de leña	La intensificación en la recolección de leña puede conducir a la deforestación.
Industriales mineros y petroleros	Los caminos y las líneas sísmicas proporcionan acceso al bosque a otros usuarios de la tierra; sus operaciones incluyen la deforestación localizada.

CONCEPTOS TEÓRICOS



AGENTE	VÍNCULO CON LA DEFORESTACIÓN
Planificadores de programas de colonización rural	Planifican la relocalización de habitantes a áreas forestales, lo mismo que proyectos de asentamiento que desplazan a los pobladores locales, los que a su vez se trasladan a los bosques.
Planificadores de infraestructuras	Los caminos y carreteras construidos a través de áreas forestales dan acceso a otros usuarios de la tierra; las represas hidroeléctricas ocasionan inundaciones.

DATOS

- * Casi la mitad de los bosques húmedos tropicales del mundo han sido destruidos.
- * Un área de bosque húmedo del tamaño de 6 campos de fútbol se destruye cada minuto de cada día.
- * En pocas décadas, mas de tres cuartas partes (3/4) de los bosques originales pueden haber desaparecido para siempre.
- * A menos que se emprenda una acción drástica, más de la sexta parte de los bosques habrá desaparecido entre el año 2000 y el 2030.
- * Hasta la fecha han desaparecido el 50% de los bosques del planeta, del 50% restante el 60% está degradado en forma significativa.
- * Entre el 50 y 90% de las plantas y animales del planeta dependen de los bosques.
- * El 75% de los bosques actualmente intactos se encuentran en tres regiones: Amazonia, Rusia y Canadá. El 75% de estos bosques podría desaparecer en la próxima década al ritmo actual de deforestación.
- * En los bosques actualmente intactos viven más de 50 millones de indígenas que ven peligrar su futuro por la destrucción de los hábitats donde viven ocasionada por las compañías madereras, agropecuarias y de extracción de minerales.

CONCEPTOS TEÓRICOS



PÁGINAS WEBS

- www.portalplanetasedna.com
- suelos.ecoportal.net
- www.ecoportal.net
- www.greenpeace.org
- www.wrm.org.uy

DOCUMENTOS ADJUNTOS

- “La deforestación contribuye al cambio climático”. Christopher Matthews.
- “La deforestación en el Perú”. Jorge o. Elgegren.

PRIVATIZACIÓN DE RECURSOS

La privatización es la acción por la que una empresa estatal o alguna actividad pública pasa al sector privado. En el ámbito empresarial, se produce cuando el estado vende una empresa pública, es desde ese momento cuando el estado deja de tener control sobre esa empresa vendida, de forma que no tiene gastos ni beneficios, pues este deber lo suplen los accionistas o los dueños de la empresa. El estado solo controla la actividad y recibe beneficios según lo estipulado en los contratos y/o a través de impuestos.

Cuando la gestión de los recursos naturales de un país pasa de ser una actividad pública a estar en manos del sector privado, se da la privatización de recursos.

DATOS

- * En el 2000 el FMI otorga préstamos a 12 países con la condición de privatizar el agua.
- * En el 2001 en Honduras se privatizó el agua con la empresa ACEA. Desde entonces, las tarifas han aumentado en más del 100%.

PÁGINAS WEBS

- www.agua.org.mx
- www.zonaeconomica.com

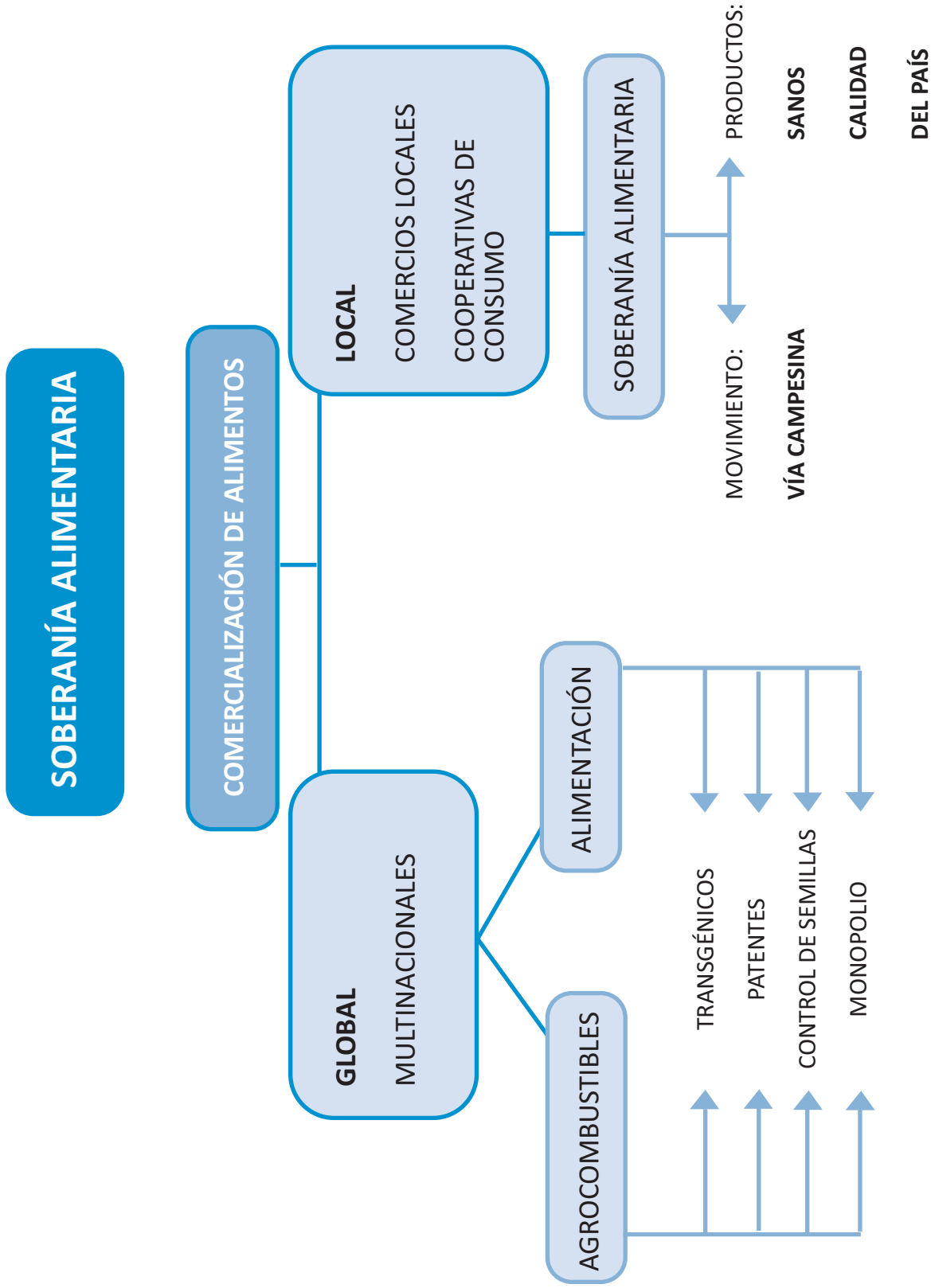
CONCEPTOS TEÓRICOS



DOCUMENTOS ADJUNTOS

- “Regulación por Privatización de Recursos Naturales de uso común”. Parra Valencia, Jorge Andrick, Cárdenas Ardila y Laura Milena.
- “La privatización del mundo”. Robert Kurz.
- “La privatización del agua en Honduras”. Decia Machado.

CONCEPTOS TEÓRICOS



CONCEPTOS TEÓRICOS

2.2.- SOBERANÍA ALIMENTARIA

2.2.1. REFLEXIÓN CRÍTICA DEL SISTEMA

MONOPOLIOS

Fuente: Esther Vivas ALAI AMLATINA, 03/12/2008, Barcelona. Los supermercados y la crisis alimentaría.

La cadena agroalimentaria está controlada en cada uno de sus tramos (semillas, fertilizantes, transformación, distribución, etc.) por multinacionales que consiguen grandes beneficios gracias a un modelo agroindustrial liberalizado y desregularizado. Un sistema que cuenta con el apoyo explícito de las elites políticas y de las instituciones internacionales que anteponen los beneficios de estas empresas a las necesidades alimenticias de las personas y el respeto al medio ambiente.

La gran distribución, al igual que otros sectores, cuenta con una alta concentración empresarial. En Europa, entre los años 1987 y 2005, la cuota de mercado de las diez mayores multinacionales de la distribución significaba un 45% del total y se pronosticaba que ésta podría llegar a un 75% en los próximos 10-15 años. En países como Suecia, tres cadenas de supermercados controlan alrededor del 95,1% de la cuota de mercado; y en países como Dinamarca, Bélgica, Estado español, Francia, Holanda, Gran Bretaña y Argentina, unas pocas empresas dominan entre el 60% y el 45% del total. Las megafusiones son la dinámica habitual en el sector. De este modo, las grandes corporaciones, con su matriz en los países occidentales, absorben a cadenas más pequeñas en todo el planeta asegurándose su expansión a nivel internacional y, especialmente, en los países del sur global.

Este monopolio y concentración permite un fuerte control a la hora de determinar lo qué consumimos, a qué precio lo compramos, de quién procede, cómo ha sido elaborado, con qué productos, etc. En el año 2006, la segunda empresa más grande del mundo por volumen de ventas fue Wal-Mart y en el listado de las cincuenta mayores empresas mundiales se encontraban también, por orden de facturación, mayores empresas mundiales se encontraban también, por orden de facturación, Carrefour, Tesco, Kroger,

CONCEPTOS TEÓRICOS

Royal Ahold y Costco. Nuestra alimentación depende cada día más de los intereses de estas grandes cadenas de venta al detalle y su poder se evidencia con toda crudeza en una situación de crisis.

De hecho, en abril del 2008 y frente a la situación de crisis alimentaría mundial, las dos mayores cadenas de supermercados de Estados Unidos, Sam's Club (propiedad de Wal-Mart) y Costco (de venta a mayoristas), apostaron por racionar la venta de arroz en sus establecimientos aludiendo a una posible restricción en el suministro de este cereal. En Sam's Club, se limitó la venta de tres variedades de arroz (basmati, jasmine y grano largo) así como la compra de sacos de arroz de nueve o más quilos a un total de cuatro por cliente; en Costco se restringió la venta de harina y de arroz frente al aumento de la demanda. En Gran Bretaña, Tilda (la principal importadora de arroz basmati a nivel mundial) también estableció restricciones a la venta de arroz en algunos establecimientos al por mayor. Con esta medida se puso en evidencia la capacidad de las grandes cadenas de distribución de incidir en la compra y venta de determinados productos, limitar su distribución e influir en la fijación de sus precios. Un hecho que ni siquiera se había producido en Estados Unidos tras la II Guerra Mundial, cuando sí se restringió el acopio de petróleo, neumáticos y bombillas, pero no de alimentos.

AGROINDUSTRIA

Fuente: Crisis alimentaría: ¿y si habláramos en serio? Mónica Vargas Collazos (revista Ecologistas En Acción)

Las políticas de libre comercio impuestas por actores como la OMC en el sector agrícola, al dismantelar los aranceles y protecciones que tenían los países empobrecidos también son responsables de la concentración empresarial en toda la cadena productiva. De hecho, tal como lo plantea Ian Angus, "la industria alimentaría global no está organizada para alimentar a los hambrientos, está organizada a fin de generar beneficios para el agronegocio corporativo". Y funciona: este año, el crecimiento del volumen de negocios y de las ganancias anunciado por las principales compañías que operan en la agroindustria es extraordinario. Los beneficios netos de la estadounidense Cargill

CONCEPTOS TEÓRICOS

en abril aumentaron un 86% frente a las cifras del año anterior, sumando 653 millones de euros. Las ventas de Bunge crecieron un 70% y las de ADM un 64%. ¿Cuál es el grado de incidencia de estas empresas a las cuáles la crisis no parece afectar? Determinan lo que será producido, cómo será producido, definen precios y seleccionan quién producirá los alimentos. Así por ejemplo, Cargill, ADM, ConAgra, Bunge y Dreyfus dominan más del 80% del comercio mundial de cereales, mientras que Monsanto es la principal empresa de semillas comerciales y la quinta en el sector de los agrotóxicos. En el caso específico de la soja, Bunge, ADM y Cargill controlan 75% del mercado mundial y 80% de la industria procesadora en la Unión Europea.

Cabe señalar también, que la promoción activa del uso de agrocombustibles en el sector del transporte, además de constituir una profundización del modelo agrícola industrial, ha sido recientemente señalada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) como una causa del incremento del precio de los alimentos. Así, este organismo calcula que debido a las medidas a favor de estos carburantes, el precio del trigo se elevará, a medio plazo, en un 5%, el maíz un 7% y los aceites vegetales un 19%.

El modelo agrícola industrial tiene también repercusiones en otra crisis global: el cambio climático. La agricultura industrial y la deforestación que la acompaña son responsables respectivamente del 13,5% y del 18,2% de las emisiones de los gases de efecto invernadero. Aquí cabe resaltar un elemento crucial: hoy en día resulta imposible pensar adecuadamente en el modelo agrícola industrial sin vincularlo con el petróleo. En todas sus fases de producción intervienen los combustibles fósiles.

En el área de los agrocombustibles nos situamos entonces ante una paradoja: se los promueve en el sector del transporte (que es responsable del 13,5% de las emisiones) como una alternativa al petróleo. No obstante, su producción, al ser a gran escala y pretender responder esencialmente a las inmensas necesidades de consumo energético en los países del Norte, implica fortalecer el modelo agrícola industrial, generador de emisiones. Por tanto, se encuentran muy lejos de ser una solución en términos ambientales. En lo que atañe a la eficiencia, la propia OCDE destaca que en la actualidad los agrocarburantes son responsables de una reducción neta de menos del 1% en las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas al transporte.

CONCEPTOS TEÓRICOS

TRANSGÉNICOS

Fuente: Greenpeace

Un transgénico (Organismo Modificado Genéticamente, OMG) es un organismo vivo que ha sido creado artificialmente manipulando sus genes. Las técnicas de ingeniería genética consisten en aislar segmentos del ADN (el material genético) de un ser vivo (virus, bacteria, vegetal, animal e incluso humano) para introducirlos en el material hereditario de otro.

Por ejemplo, el maíz transgénico que se cultiva en España lleva genes de bacteria que le permiten producir una sustancia insecticida.

La diferencia fundamental con las técnicas tradicionales de mejora genética es que permiten franquear las barreras entre especies para crear seres vivos que no existían en la naturaleza. Se trata de un experimento a gran escala basado en un modelo científico que está en entredicho.

Algunos de los peligros de estos cultivos para el medio ambiente y la agricultura son el incremento del uso de tóxicos en la agricultura, la contaminación genética, la contaminación del suelo, la pérdida de biodiversidad, el desarrollo de resistencias en insectos y "malas hierbas" o los efectos no deseados en otros organismos. Los efectos sobre los ecosistemas son irreversibles e imprevisibles.

Los riesgos sanitarios a largo plazo de los OMG presentes en nuestra alimentación o en la de los animales cuyos productos consumimos no se están evaluando correctamente y su alcance sigue siendo desconocido. Nuevas alergias, aparición de nuevos tóxicos y efectos inesperados son algunos de los riesgos.

Los OMG refuerzan el control de la alimentación mundial por parte de unas pocas empresas multinacionales. Son una de las armas predilectas de estos dictadores de la alimentación, y lejos de constituir un medio para luchar contra el hambre, aumentan los problemas alimentarios. Los países que han adoptado masivamente el uso de cultivos transgénicos son claros ejemplos de una agricultura no sostenible. En Argentina, por ejemplo, la entrada masiva de soja transgénica exacerbó la crisis de la agricultura con

CONCEPTOS TEÓRICOS

un alarmante incremento de la destrucción de sus bosques primarios, el desplazamiento de campesinos y trabajadores rurales, un aumento del uso de herbicidas y una grave sustitución de la producción de alimentos para consumo local.

AGRO COMBUSTIBLES

Fuente: CD Novedades PAC-Biocarburantes. COAG

Son los combustibles obtenidos como productos de la biomasa y subproductos agrícolas. Consisten principalmente en la biomasa (se refiere a cualquier tipo de materia orgánica que haya tenido su origen en un proceso biológico) derivada directamente de los cultivos destinados a ser utilizados como combustible y de los subproductos agrícolas, agroindustriales y animales.

▪ **La industria de los biocombustibles**

La industria es el conjunto de procesos y actividades que tienen como finalidad transformar de forma masiva, las materias primas en productos elaborados.

Bioetanol:

El bioetanol se produce por la fermentación de los azúcares contenidos en la materia orgánica de las plantas. En este proceso se obtiene el alcohol hidratado, con un contenido aproximado del 5% de agua, que tras ser deshidratado se puede utilizar como combustible.

Materia prima:

- Cereales: Trigo, cebada, avena, centeno, sorgo, maíz, arroz.
- Azúcares: azúcar (remolacha azucarera y caña de azúcar), mil, menaza (melaza de remolacha y melaza de caña).
- Biomasa: Madera dura (eucaliptos), madera blanda (pino), residuos agroindustriales (bagazo), cultivos agroenergéticos (cardo).

CONCEPTOS TEÓRICOS



Biodiesel:

El biodiésel es un combustible renovable, doméstico para motores de encendido diesel y cuyo origen deriva de grasas animales o aceites vegetales tales como el aceite de soja. No es lo mismo biodiésel que aceite crudo vegetal. El segundo origina al primero debido al proceso químico que se conoce con el nombre de transesterificación. El tratamiento químico que se da a las materias primas para elaborar biodiésel sirve a su vez para originar un producto secundario: la glicerina.

Materias primas:

- Aceites vegetales convencionales: Aceite de girasol, aceite de colza, aceite de soja, aceite de coco, aceite de palma.
- Aceites vegetales alternativos (aceites adaptados al clima de los países donde se produce): Aceite de Brassica carinata, aceite de Cynara cardunculus, aceite de Camelina sativa, aceite de Crambe abyssinica, aceite de Pogonius, aceite de Jatropha curcas
- Aceites vegetales modificadas genéticamente: Aceite de girasol de alto oleico
- Aceites de fritura usados.
- Grasas animales; sebo de vaca, sebo de búfalo.
- Aceites de otras fuentes a partir de algas, hongos y bacterias.

Biogás:

El biogás es el combustible gaseoso producido mediante digestión anaerobia por bacterias de materias orgánicas. Este gas está compuesto principalmente por metano (CH₄) en una proporción que oscila entre un 50% a un 70%, y dióxido de carbono (CO₂), conteniendo trazas de otros gases como hidrógeno, nitrógeno y sulfuro de hidrógeno.

Materia Prima.

- Residuos ganaderos
- Residuos de lodos de Estaciones Depuradoras de Aguas Residuales (EDAR)
- Los Lodos de Depuración
- Residuos de efluentes industriales
- Los Residuos Sólidos Urbanos (RSU)

CONCEPTOS TEÓRICOS

LA ALIMENTACIÓN ES VIDA NO ES UN JUEGO

Fuente: <http://www.nodo50.org/plataformarural/>

Los Estados , las Instituciones Internacionales (FAO-NACIONES UNIDAS) , todos los poderes públicos con responsabilidades en materia de política agrícola , las organizaciones campesinas y los ciudadanos y ciudadanas del Mundo en general , hemos de proclamar un NO ROTUNDO AL MODELO DE AGRICULTURA INDUSTRIAL , por considerar que dicho modelo es :

-ANTISOCIAL: Expulsa a los campesinos que no entran en la dinámica de la competitividad, cambia campesinos por tecnología , dando al traste con la explotación familiar y con todo lo que ello representa social ,económica y medioambientalmente, manteniendo viva la dinámica del éxodo rural.

-INSOSTENIBLE: Consume tanta energía como la que produce

-IMPRODUCTIVO: Aumenta mucho las producciones (productivismo) en algunos territorios agrícolas , abandonando o marginando otros .

-INJUSTO: Concentra grandes sumas de dinero en muy pocas manos. El 80% del apoyo económico público, de la Unión Europea, a este modelo, se lo llevan el 20% de los propietarios, sin que ello signifique que sean profesionales del campo

-ANTIECOLÓGICO: Contamina la tierra , las aguas , la atmósfera , los alimentos

-ANTISOLIDARIO: Se produce en función de las reglas perversas del mercado, con todas las consecuencias e implicaciones que ello tiene para los Países menos desarrollados (competitivos) y muy especialmente en dichos Países para los sectores de población más desprotegidos

-ANTIRURAL: La reducción permanente de la población agrícola activa menos competitiva conlleva el despoblamiento y el envejecimiento de la población rural

CONCEPTOS TEÓRICOS

2.2.2. VÍA CAMPESINA

Fuente: http://viacampesina.org/main_en/index.php

DEFINICIÓN DE SOBERANÍA ALIMENTARIA

La Soberanía alimentaría es el derecho de los pueblos, los países y las uniones de estados, a definir sus políticas agropecuarias y de producción de alimentos sin imponer el 'dumping' a terceros países. Soberanía alimentaría es organizar la producción y el consumo de alimentos de acuerdo a las necesidades de las comunidades locales otorgando prioridad a la producción y el consumo locales domésticos. Soberanía Alimentaría, incluye el derecho de proteger y regular su producción nacional agrícola y ganadera, así como a proteger sus mercados domésticos del dumping de los excedentes agrícolas y de las importaciones a bajos precios de otros países. Campesinos y campesinas, sin tierra, productores y productoras rurales deben tener acceso a tierra, agua, semillas y recursos productivos y servicios públicos adecuados. La Soberanía Alimentaría y la sustentabilidad son elementos altamente prioritarios ante las políticas de comercio.

¿QUÉ ES LA VÍA CAMPESINA?

La Vía Campesina es un movimiento internacional de campesinos y campesinas, pequeños y medianos productores, mujeres rurales, indígenas, gente sin tierra, jóvenes rurales y trabajadores agrícolas. Defendemos los valores y los intereses básicos de nuestros miembros. Es un movimiento autónomo, plural, multicultural, independiente, sin ninguna afiliación política, económica o de otro tipo. Las organizaciones que forman la Vía Campesina vienen de 56 países de Asia, África, Europa y el continente Americano.

▪ Objetivo

Desarrollar la solidaridad, la unidad en la diversidad entre las organizaciones miembros para promover las relaciones económicas de igualdad, de paridad de género, de justicia social, la preservación y conquista de la tierra, del agua, de las semillas y otros recursos naturales; la soberanía alimentaría; la producción agrícola sostenible y una igualdad basada en la producción a pequeña y mediana escala.

CONCEPTOS TEÓRICOS

¿Qué es lo que defendemos?

- El modelo campesino de producción de alimentos sanos
- La Soberanía Alimentaria de los pueblos
- La descentralización de la producción de alimentos y las cadenas de distribución

EL MOVIMIENTO POLÍTICO SOCIAL

Vía Campesina entiende que sus reivindicaciones no son propias sólo del movimiento campesino, sino que otros sectores también se pueden verse beneficiados por la Soberanía Alimentaria. Desde esa perspectiva, Vía Campesina entiende que las alianzas con otros movimientos sociales debe ser una dinámica continua que ayude a fortalecer a todas las organizaciones. Así, no son extrañas las alianzas y acciones conjuntas de Vía Campesina con organizaciones ecologistas, de consumidores, sindicatos agrarios...

CONCEPTOS TEÓRICOS



2.2.3. PROMOCIÓN DE ALTERNATIVAS: CONSUMO LOCAL Y ECOLÓGICO: LOS GRUPOS DE CONSUMO

Los grupos de consumo ecológico son una alternativa a los grandes distribuidores de alimentos. Se componen por un número variable de personas, que preocupados por la calidad de los alimentos que consumen y las consecuencias que tienen en el planeta, tanto social como ambientalmente, deciden juntarse para poder comprar directamente a los productores locales. En unos casos, se puede exigir que los productos estén certificados como ecológicos, otras veces simplemente se pide que no se produzcan de manera intensiva-industrial y que no se utilicen ni Transgénicos, ni agro tóxicos. Dentro de esta alternativa de los grupos de consumo, como hemos dicho, se priman dos tipos de productos:

- Ecológicos: La agricultura ecológica, o sus sinónimos orgánica o biológica, es un sistema para cultivar una explotación agrícola autónoma basada en la utilización óptima de los recursos naturales, sin emplear productos químicos de síntesis, u organismos genéticamente modificados (OGMs) -ni para abono ni para combatir las plagas-, logrando de esta forma obtener alimentos orgánicos a la vez que se conserva la fertilidad de la tierra y se respeta el medio ambiente. Todo ello de manera sostenible y equilibrada.

Los principales objetivos de la agricultura ecológica son: trabajar con los ecosistemas de forma integrada; mantener y mejorar la fertilidad de los suelos; producir alimentos libres de residuos químicos; utilizar el mayor número de recursos renovables y locales; mantener la diversidad genética del sistema y de su entorno; evitar la contaminación a resulta de las técnicas agrarias; permitir que los agricultores realicen su trabajo de forma saludable.

- Locales: Los grupos de consumo intentan comprar productos ecológicos, pero sobre todo locales. A esto se le suele dar mucha importancia por varios motivos:

-Se apoya a los productores locales, evitando comprar productos lejanos. Cuando compramos productos importados, una gran parte del beneficio,

CONCEPTOS TEÓRICOS

por no decir casi todo, va a parar a los bolsillos de las multinacionales del sector cada vez más concentradas y que monopolizan más pasos de la cadena de consumo (producción, exportación, distribución...), con lo cual la economía rural local va desapareciendo, tanto aquí como en el país del que hemos importado el producto.

-Al comprar productos locales a productores locales, el beneficio de ese producto mueve a través del circuito local, lo cual genera riqueza y crea empleo.

-Al comprar productos elaborados aquí, se consigue minimizar el impacto ambiental del producto, ya que la energía y el CO2 emitido es menos, porque la cantidad de kilómetros que recorre hasta nuestro plato son mucho menores.

Los grupos de consumo dan mucha importancia a saltarse los grandes intermediarios. Esto se hace por varias razones:

-Hoy en día, en el campo de la distribución de alimentos el gran “cuello de botella” por el que tienen que pasar tanto productores como consumidores son las grandes cadenas de distribución. Por ese motivo, ellas son las que tienen la capacidad de poner los precios, tanto para el productor como para el consumidor. Al saltarse los intermediarios, conseguimos que el beneficio del producto se lo quede sobre todo el productor, que es el que se lo debería de cuidar.

-Al quedarse la mayor parte del beneficio el productor, estamos haciendo que la agricultura familiar, local y ecológica sea un “negocio rentable”, con lo cual se frena el éxodo masivo del campo a la ciudad. Este tipo de agricultura es la que protege nuestros suelos, nuestros ecosistemas y nuestros recursos naturales, convirtiéndose el agricultor no sólo en productor de alimentos, sino en “guardián” de nuestro entorno natural.

-Al comprar directamente al productor saltándose grandes intermediarios, el precio de los productos es competitivo, porque si lo comparamos con el precio de los alimentos “label” de cualquier supermercado, sale más barato.

CONCEPTOS TEÓRICOS

Por otra parte, desde la óptica del consumo local, adquiere mucha importancia la promoción del pequeño comercio en contraposición a las grandes superficies comerciales. El pequeño comercio es el que mantiene vivo el barrio en el que se asienta, proporciona dinamismo a la economía local, crea empleo de mayor calidad, y suelen atender a los consumidores de una manera mucho más cercana que las grandes superficies.

Además, en el pequeño comercio es mucho más sencillo encontrar productos locales que en las grandes superficies. Ante la supuesta “variedad” de productos que se encuentra en grandes superficies, hay que decir que no lo es tanta si tenemos en cuenta que la procedencia de la gran mayoría de los productos se podría concentrar en unas cuantas multinacionales del sector.

DATOS

- 22 países del mundo concentran el 75% del comercio mundial. Estos países por orden según su porcentaje de participación son: EEUU (16%), Alemania (8,2%), Japón (7%), Reino Unido (5%), Francia (5%), Canadá, China, Italia, Hong Kong (4%), y después Holanda, Bélgica, Corea, México, Taiwán, Singapur, España, Malasia, Suecia, Rusia, Suiza, Australia y Austria con alrededor del 2% cada uno.

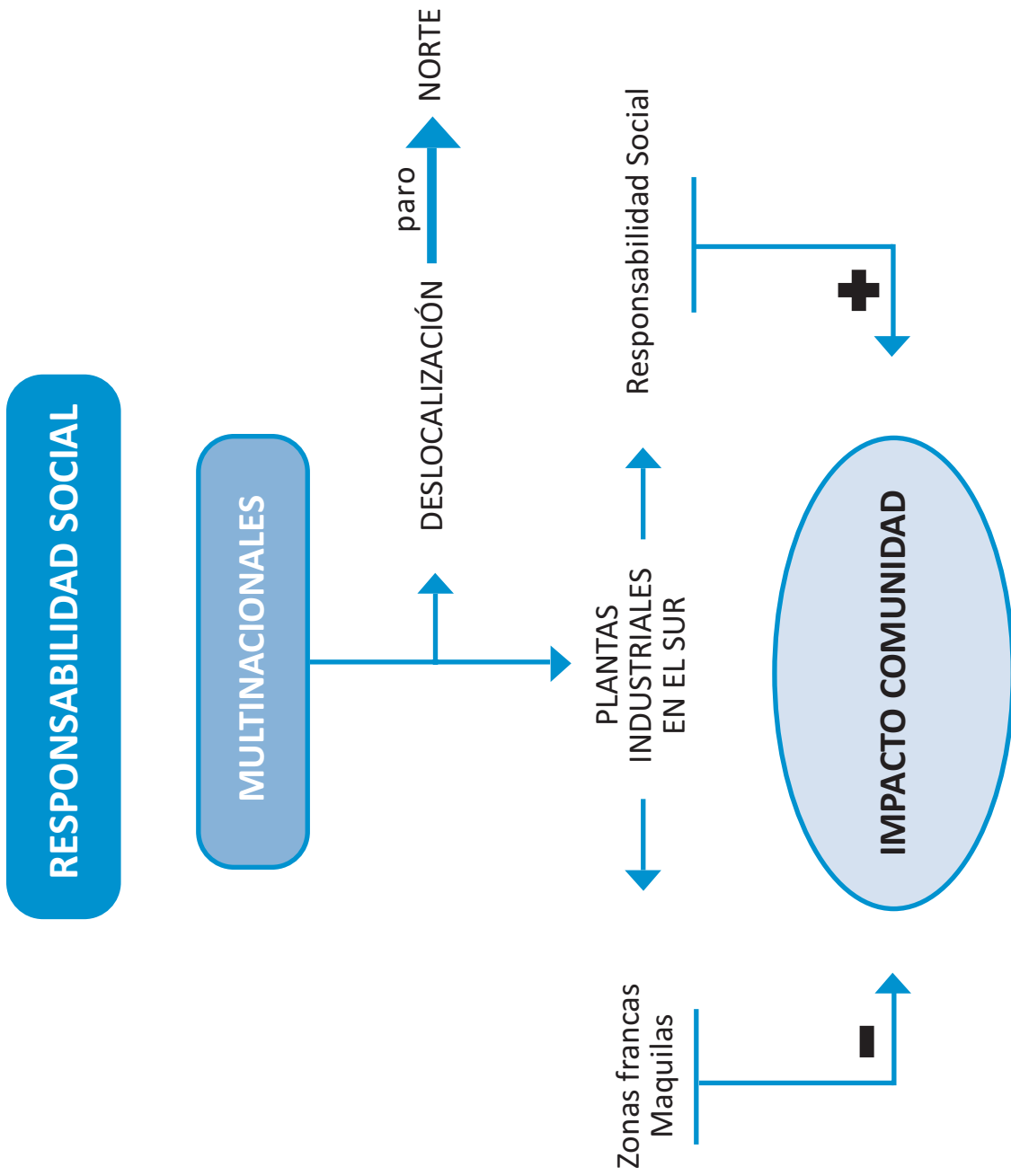
PAGINAS WEBS

- www.ecoportal.net
- www.soberaniaalimentaria.net

DOCUMENTOS ADJUNTOS

- “Soberanía Alimentaria. Hacia la democracia en sistemas alimentarios locales”. *Michael Windfuhr y Jennie Jonsén.*
- “Colección Soberanía Alimentaria”. *Veterinarios sin fronteras.*
- “Conferencia sobre Soberanía Alimentaria en el Foro Social Mundial de Porto Alegre. 2002.

CONCEPTOS TEÓRICOS



CONCEPTOS TEÓRICOS

2.3.- RESPONSABILIDAD SOCIAL

2.3.1. EMPRESAS EN EL SUR

DESLOCALIZACIÓN

Fuentes: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=12466>;
<http://www.rebelion.org/noticias/2008/7/70137.pdf>

La deslocalización es definida de varias maneras, aunque si que hay un acuerdo en la definición de "el traslado de actividades productivas desde países industrializados a países en desarrollo caracterizados por poseer niveles sensiblemente inferiores a su renta per cápita y, por consiguiente, en el salario medio de la población empleada". Sin embargo, la única razón para deslocalizar una empresa son varias, u por eso también se usa una definición más amplia: "se considera deslocalización de la inversión directa extranjera a aquel proceso por el cual una empresa de capital foráneo situada en un país toma la decisión de abandonar su actividad parcial o totalmente para situarla en otro país, cualquiera que sea la causa que la determine".

Los defensores de la deslocalización argumentan que "Eso es así porque se supone que al perder las actividades más retrasadas y con mayor carga de costes primarios, los territorios de donde salen no tendrán más alternativa que tender obligadamente a especializarse en otras capaces de generar a la larga mayor valor y ventaja competitiva. Y, además, porque se da por hecho que, con el paso del tiempo, los consumidores del espacio de donde salió la actividad podrán disfrutar de los productos que antes se obtenían allí a menor precio. Ventajas que, añadidas a las que recibe el territorio que recibe las actividades deslocalizadas, implican un incremento neto de bienestar a escala global a medio y largo plazo".

Los argumentos en contra de la deslocalización son contundentes. Los detractores de la deslocalización dicen que la posibilidad arriba indicada solo se daría en situaciones en las que "están generalizados los mercados de competencia perfecta y que hay

CONCEPTOS TEÓRICOS

mecanismos de reequilibrio y retribución que permiten reasignar de modo perfectamente compensado entre todos los territorios las pérdidas y beneficios que en todos ellos se producen de modo muy asimétrico”. Al final la deslocalización es un método que utilizan las empresas para generar beneficio para ellas a costa de aprovecharse de las malas condiciones laborales de los países receptores y, muchas veces, de la laxa legislación en materia medioambiental. Para los países que padecen la deslocalización, esta se transforma en pérdida de puestos de trabajo. De hecho, la propia amenaza de deslocalización se está utilizando para “atemorizar a las y los trabajadores y de doblegar la resistencia sindical y conseguir que se acepten convenios o pactos de contenidos regresivos”.

No solo eso, sino que además varios economistas defensores de las deslocalizaciones admiten abiertamente la necesidad de “un tono más conciliador y razonable por parte de los sindicatos; un talante receptivo por parte de las autoridades locales, sin que se dejen engañar por los cantos de sirena de algunos de sus votantes a los que moleste el impacto estético de las empresas en el paisaje y, finalmente, una actitud acogedora por parte de los máximos gobernantes de las regiones, que a veces parecen olvidar que las empresas no son ONGs.”

Los detractores de la deslocalización proponen varias medidas a tomar para evitarla:

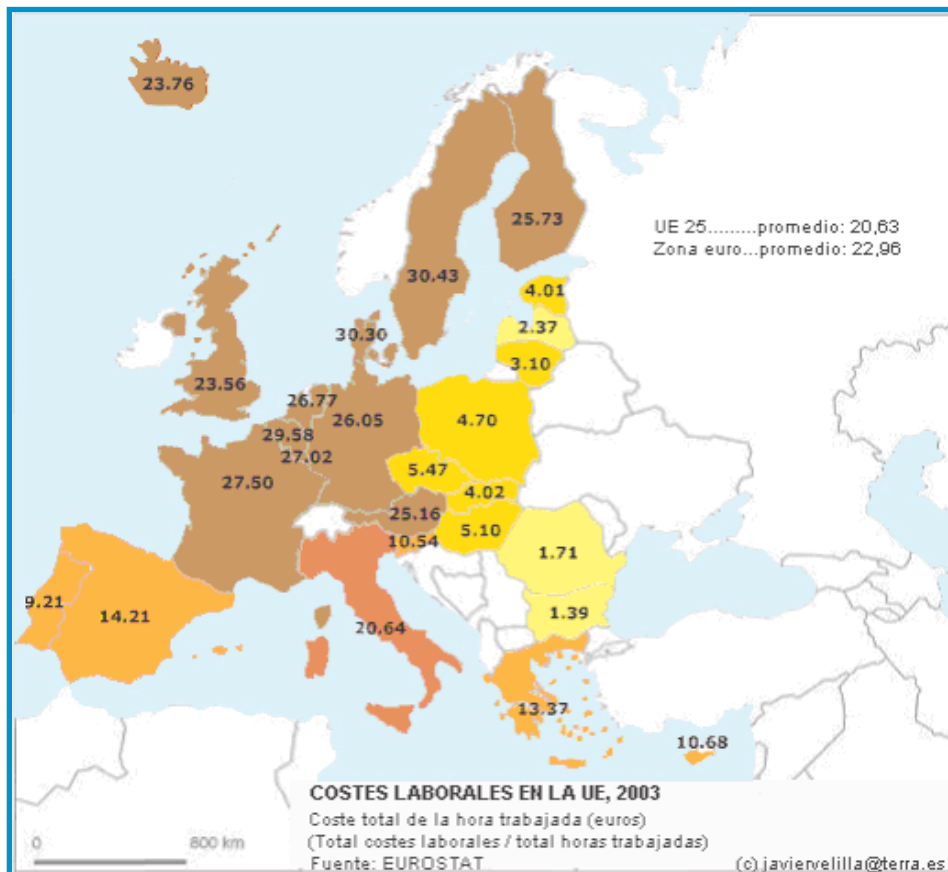
- Prohibir el cierre y deslocalización de centros de trabajo rentables.
- Capacidad del comité de empresa para suspender un plan de reestructuración mientras obtiene la información necesaria para conocer la situación económico-financiera de la empresa.
- Imposición de gravámenes fiscales para productos reimportados de empresas deslocalizadas.
- Exigencia de reembolso de ayudas públicas recibidas por parte de empresas que se deslocalizan.

Por otro lado, entre las empresas que trabajan la Responsabilidad Social Corporativa y en las cooperativas, que en principio funcionan no sólo bajo el parámetro de la

CONCEPTOS TEÓRICOS

rentabilidad económica “han tenido que optar por otra estrategia empresarial: la multilocalización. Se pretende mantener y fomentar los empleos locales, abriendo nuevas empresas en el exterior, introduciéndose en nuevos mercados”.

DATOS



PÁGINAS WEBS

- http://www.tecnociencia.es/especiales/deslocalizacion_empresarial/1.htm
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Offshoring>

CONCEPTOS TEÓRICOS

ZONAS FRANCAS

Fuentes: http://es.wikipedia.org/wiki/Dep%C3%B3sito_francas
<http://www.tipitapa-zonasfrancas.info/es/node/63>
www.ilo.org/public/french/dialogue/download/wp3espagnolfinal.pdf
<http://www.rcci.net/globalizacion/2003/fg353.htm>

Una zona franca (también denominada *zona económica libre*) es un territorio delimitado de un país donde se goza de algunos beneficios tributarios, como el no pago de derechos de importación de mercancías o el no cobro de algunos impuestos. Muchos gobiernos de países establecen zonas francas en regiones apartadas o extremas con el fin de atraer capitales y promover el desarrollo económico de la región. Entre los mencionados beneficios tributarios cabe destacar los siguientes, por ser los más habituales:

- Exención del 100% del impuesto sobre la renta (IR) por un período de 10 años para las empresas usuarias y de 15 años para las empresas operadoras o zonas francas.
- Exención total del pago de impuesto a la importación de maquinaria, equipo, herramientas y repuestos.
- Exención del impuesto por constitución, reforma, fusión y transformación de la sociedad.
- Exención total del pago de impuesto sobre transmisión de bienes inmuebles afectos a la zona.
- Exención total de impuestos indirectos de venta o selectivos de consumo.
- Exención total de los impuestos municipales.
- Exención total de impuesto a la exportación de productos elaborados en la zona.

La idea de generar zonas francas es sencilla. Al crear un entorno fiscal agradable para las empresas extranjeras estas van a entrar al país, consiguiendo esta última inversión extranjera directa. Por otro lado, estas Zonas Francas general empleo (tanto directo como indirecto) y, ayudan a que a medio plazo las empresas se queden en el país, en este caso ya fuera de las Zonas Francas y por lo tanto generando ingresos por los impuestos que han de pagar.

CONCEPTOS TEÓRICOS

Sin embargo, la práctica es diferente. La principal crítica que hacen los opositores a las Zonas Francas son dos. Las principales vías con las que una empresa contribuye al desarrollo de una nación son la creación de riqueza y la creación de empleo. En el caso de las industrias que se sitúan en las zonas francas la creación de riqueza es muy relativa, ya que apenas pagan impuestos y los productos elaborados son para la exportación (lo cual no dinamiza el mercado interior). Por otra parte, la baja calidad del empleo generado en demasiadas ocasiones está más relacionada con la semiesclavitud con un empleo digno.

De hecho, una de las “prestaciones” que ofrecen las Zonas Francas aparte de la exención de impuestos es “(...) la vigencia en las ZFI (Zonas Francas Industriales) de un entorno normativo laxo, incluso en lo que respecta al ejercicio de los derechos laborales y al cumplimiento de las normas del trabajo.”

De hecho, las maquilas se han convertido en uno de los exponentes de las zonas francas. En las maquilas, los asalariados son sometidos a una mayor explotación, abusando especialmente de la mano de obra femenina. Dado que no transfieren tecnología avanzada a los países donde funcionan, ensamblan insumos importados desde la metrópoli para reexportarlos y frecuentemente gozan de exenciones tributarias al localizarse en zonas especiales de exportación; tampoco significan una mejoría de las economías tercermundistas y aumentan el desempleo al incrementar la oferta laboral. (...)La utilización de las maquilas, método con más de tres décadas de aplicación, no promueve el desarrollo nacional, regional o de las ciudades receptoras de tales empresas. Este resultado no debe sorprender, puesto que la idea de la maquila se basa en el atraso y la mano de obra barata de los países pobres y las regiones más deprimidas del mundo. La pobreza es el sine qua non de la maquila. (...) la producción tipo maquila funciona aislada del resto de la economía y constituye un enclave sin vínculos significativos con el resto del mercado interno del país, ya que es una producción limitada única y exclusivamente a la exportación.

CONCEPTOS TEÓRICOS

DATOS

Países y número de Zonas Francas:

	1975	1986	1995	1997	2002
PAÍSES CON ZF	25	47	73	93	116
CANTIDAD DE ZF	79	176	500	845	3.000

En el año 2004 en Nicaragua:

Había 82 empresas bajo régimen de zona franca.

El 74% de lo producido era ropa.

El 99% de lo producido se vende en EEUU.

Sobre el 85% de las trabajadoras son mujeres, la mayoría entre 18 y 30 años.

Exportaciones:

En el año 2002, en Colombia, las exportaciones de las Zonas Francas suponían el 9,3% de las exportaciones nacionales. Sin embargo, en el 2006 suponían el 40%.

En el año 2006 en Kenya las exportaciones de las ZF suponían el 86,9% de las exportaciones nacionales.

Empleo:

En Filipinas en el año 2002 las ZF empleaban a 820.960 personas mientras que en el 2006 empleaban a 1.128.197 personas.

En México en el 2006 se empleaban a 1.212.125 personas en las ZF.

CONCEPTOS TEÓRICOS

WEBS

- <http://www.tipitapa-zonasfrancas.info>
- <http://www.ilo.org/public/spanish/dialogue/sector/themes/epz.htm>

HUELLA ECOLÓGICA DEL TRANSPORTE DE PRODUCTOS

Fuentes:http://www.mma.es/portal/secciones/info_estadistica_ambiental/estadisticas_info/analisis_ocde/index.htm

La huella ecológica es “el área de territorio ecológicamente productivo (cultivos, pastos, bosques o ecosistemas acuáticos) necesaria para producir los recursos utilizados y para asimilar los residuos producidos por una población dada con un modo de vida específico de forma indefinida”. Hay varias facetas que se tienen en cuenta a la hora de calcular la huella ecológica de las personas, las ciudades, los países...

Una de esas facetas es el transporte. De hecho, el transporte tiene una importancia vital en un mundo globalizado. Sin embargo, el transporte tiene unos impactos ambientales elevados ya que:

- Necesita de gran cantidad de energía.
- Necesita de grandes infraestructuras, que ya de por si tienen un impacto alto. Además, la construcción de esas infraestructuras requiere una gran cantidad de materias primas y de energía.
- El transporte, ya de por si, genera un impacto ambiental en forma de ruido, efectos barrera...

Es obvio, que el transporte es necesario en la sociedad en la que vivimos. La pregunta es, ¿hacemos un uso racional del transporte? Si atendemos al modelo económico de libre mercado, dirigido a la exportación e importación de productos, podemos encontrar parte de la respuesta:

“¿Por qué las salchichas vendidas en Nuremberg se deben hacer con cerdos bávaros que se han llevado al matadero de Mola, cerca de Nápoles? ¿Y por qué los pijamas tejidos y vendidos en Suiza tienen que ir hasta Portugal a que les cosan los botones? ¿Por qué las gambas del mar del Norte vendidas en Alemania hay que lavarlas en

CONCEPTOS TEÓRICOS

Marruecos? ¿Acaso a los supermercados de Estocolmo debe llegar agua mineral irlandesa a precios inferiores a la alemana? ¿Y “nuestro” *speck* del Alto Adige hay que hacerlo con cerdos belgas? ¿Y la carne seca de Grigioni con cerdos brasileños? ¿Y los *corn flake* en Ginebra con maíz argentino? ¿Y la pizza de Nápoles, con tomates chinos? ¿Y el *pesto* de Génova con albahaca del Vietnam?”.

De hecho, “en la última década el transporte de mercancías ha crecido más que el PIB, alejándose por tanto del objetivo comunitario de reducir la conexión entre PIB y demanda de transporte de mercancías”. Es obvio que en una economía que se basa en el comercio internacional como modelo de crecimiento, va a necesitar cada vez más demanda de transporte. Por otra parte, el sistema neoliberal necesita del crecimiento continuo para mantenerse, lo que implica unas necesidades de transporte (infraestructuras, energía...) cada vez más altas. Sin embargo, es difícil que la tierra pueda asumir ese crecimiento sin límite, con lo cual los problemas ambientales se van haciendo cada vez más fuertes. Uno de los indicadores más visibles que demandan que tenemos que modificar nuestros hábitos en lo relacionado con el transporte, es el cenit del petróleo. Parece que las reservas mundiales de petróleo se están agotando (“El petróleo es el combustible fósil menos abundante, y con el presente ritmo de utilización su agotamiento se prevé en torno al 2050”), y el petróleo que queda requiere de unos medios técnicos muy elevados, con lo cual su precio va ser prohibitivo. Es difícil que no se derrumbe un sistema como el nuestro, que se basa en la utilización cada vez mayor de grandes cantidades de energía, la mayoría fósiles, a no ser que empecemos a trasladarnos a unos paradigmas en los que el crecimiento continuado no sea una constante, sino que las coordenadas se ubiquen en cubrir las necesidades de las personas.

DATOS:

* Más del 40% de los coches (existentes en el mundo) están en EEUU, casi una tercera parte en Europa occidental, un 7% en Japón y otro 7% en Canadá, Oceanía y Sudáfrica (...). Y tan sólo el 7% de la población mundial posee automóviles.

* En España:

El sector del transporte consume el 38% del consumo energético de España, con un

CONCEPTOS TEÓRICOS

4,1% de crecimiento anual desde 1990 (datos 2004).

El transporte por carretera consume el 80% del consumo energético del transporte en España.

* En Euskadi:

El 24% de los GEI (Gases Efecto Invernadero) emitidos a la atmósfera eran a causa del transporte.

En la siguiente tabla se observa la evolución sectorial de las emisiones en la CAV el año 2007. Como se puede observar, el transporte ocuparía la tercera posición, siendo uno de los sectores que más a crecido en su emisión de GEI desde 1990.

WEBS

- <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n13/arfer.html> Artículo Transporte versus sostenibilidad, de Ramón Fernández Duran, miembro de Ecologistas en Acción

WEBS GENERALES

- <http://www.observatoriodeltrabajo.org/>
- ATTAC
- CIOSL
- OIT

CONCEPTOS TEÓRICOS

2.3.2. DEFINICIÓN: RESPONSABILIDAD SOCIAL

Fuentes: Borrador 4.2 de la Norma ISO 26000

http://www.observatoriorsc.org/index.php?option=com_content&task=view&id=40&Itemid=63

<http://www.pactomundial.org/index.asp?MP=2&MS=0&MN=1>

http://es.wikipedia.org/wiki/Banca_%C3%A9tica

http://www.cronicasocial.com/servicios_comunes/hemeroteca/detalles_articulo.html?documento=125176

Fiare, Memoria de actividad 2007

“La responsabilidad de una organización respecto de los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, por medio de un comportamiento transparente y ético que sea:

- Contribuya al desarrollo sostenible, la salud y el bienestar general de la sociedad;
- Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- Esté en cumplimiento con la legislación aplicable y sea consistente con normas internacionales de comportamiento;
- Y esté integrada a través de toda la organización.”

La Responsabilidad Social es algo que atañe a cualquier tipo de entidad, desde empresas hasta ONG-s, pasando por instituciones gubernamentales, sindicatos o universidades. Sin embargo, si es cierto que generalmente cuando se habla de Responsabilidad Social la primera entidad que viene a la cabeza es la empresa. En ese caso, estaríamos hablando de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), que es definida así por el Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa:

“La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general”.

CONCEPTOS TEÓRICOS

Actualmente, existen varias iniciativas que tienen como objetivo impulsar la RSC de las empresas. Para ello, han surgido desde hace tiempo varias iniciativas que buscan establecer que principios e indicadores debería cumplir una empresa para que se la pueda considerar socialmente responsable. Entre las principales iniciativas podemos destacar las siguientes:

- EFQM- RSC
- GRI (Global Reporting Initiative)
- Líneas Directrices de la OCDE para empresas multinacionales.
- Norma SA 8000
- Pacto Global de la Naciones Unidas
- Libro Verde de la Unión Europea
- Principios CERES (Coalición para Economías medioambientalmente responsables)
- Principios de Bellagio
- Indicadores ETHOS de Responsabilidad Social Empresarial
- The Sunshine Standards of the Stakeholder Alliance
- Standards in Excellence in Corporate Community Involvement
- Dow Jones Sustainability Index
- Global Sullivan Principles
- The Clarkson Principles
- Keidanren Charter for Good Corporate behaviour
- The International Code of Ethics for Canadian Business
- Metodología Xertatu

CONCEPTOS TEÓRICOS

Como ejemplo, ponemos aquí los principios del Pacto Mundial (Global Compact), orientados a introducir en las empresas prácticas que la ayuden a ser socialmente responsable:

- **Principio 1:** Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
- **Principio 2:** Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.
- **Principio 3:** Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- **Principio 4:** las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso.
- **Principio 5:** Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- **Principio 6:** Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
- **Principio 7:** Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
- **Principio 8:** Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- **Principio 9:** Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
- **Principio 10:** Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

En Euskadi, también existen varias iniciativas para trabajar la RSC con las empresas. Unos de los ejemplos que se pueden poner es Xertatu, una metodología registrada y liderada por la Diputación Foral de Vizcaya y desarrollado por la Asociación Egiera. La herramienta Xertatu ayuda a las empresas a gestionar su responsabilidad social, y fue diseñada y creada con el fin de impulsar la Responsabilidad Social Corporativa en las pymes de Vizcaya. La metodología que se utiliza en ella tiene como objetivo la

CONCEPTOS TEÓRICOS

incorporación de la Responsabilidad Social Corporativa en la estrategia y cultura de las empresas vizcaínas.

Otro apartado importante dentro de la responsabilidad social es el de las inversiones. En ese sentido, el sector de la banca adquiere gran relevancia. Por eso, hoy en día, el movimiento de la banca ética se ha convertido en un referente mundial de inversiones responsables.

“La banca ética es un tipo de que combina los beneficios sociales y medioambientales con la rentabilidad económica de las entidades financieras convencionales. La banca social sólo ofrece instrumentos de financiación ética, a diferencia del resto de la banca que también puede ofrecer dichos instrumentos, además de los convencionales, o bien que sólo ofrece los convencionales

.Se distingue de la banca convencional en la naturaleza social de los proyectos que financia, en el filtro ético de las empresas en las que invierte y en la transparencia de sus acciones”.

Los principios generales por los que se rige la banca ética los resume muy bien la Banca Popolare Ética:

- Las finanzas éticamente orientadas son sensibles a las consecuencias no económicas de las acciones económicas.
- El crédito, en todas sus formas, es un derecho humano.
- La eficiencia y la sobriedad son componentes de la responsabilidad ética.
- El beneficio obtenido de la posesión e intercambio de dinero debe ser consecuencia de la actividad orientada al bien común y debe ser equitativamente distribuido entre todos los sujetos que intervienen a su realización.
- La máxima transparencia de todas las operaciones es un requisito fundamental de cualquier actividad de finanzas éticas.
- Favorecer la participación en la toma de decisiones de la empresa, no sólo a los Socios, sino también a los ahorradores.
- La institución que acepta los principios de las Finanzas Éticas orienta con tales criterios toda su actividad.

CONCEPTOS TEÓRICOS

En España, los bancos éticos que operan son dos: Triodos Bank (con oficinas en Madrid y Barcelona) y Fiare (agente de Banca Popolare Ética) con oficinas en Bilbao, San Sebastián, Pamplona, Vitoria, Madrid y Barcelona.

DATOS

* Para octubre del 2007, 133 empresas participaban en Xertatu.

* 699 entidades españolas son firmantes del Pacto Mundial, de las cuales un 28% (106) son empresas grandes.

* España ocupa la posición 27, con una clasificación de B, en la nueva edición del ranking de países más responsables y sostenibles realizado por la consultora alemana Oekom.

* En el año 2007, Fiare:

La cantidad total de ahorro depositado en Fiare era de 9.584.032, lo que supone un crecimiento en la tasa interanual del 29%.

Así mismo, el número de libretas de ahorro que ha abierto fueron 409, un 62% más que el año anterior.

WEBS

- <http://www.pactomundial.org/>
- <http://www.unglobalcompact.org/>
- www.responsables.biz
- <http://blog.pucp.edu.pe/>
- www.observatoriorsc.org
- <https://sites.google.com/site/multilocalizarse/>
- <http://noticias-rse.blogspot.com/>
- <http://www.bancaetica.com>
- <http://www.triodos.es>
- <http://www.proyectoifiare.com>

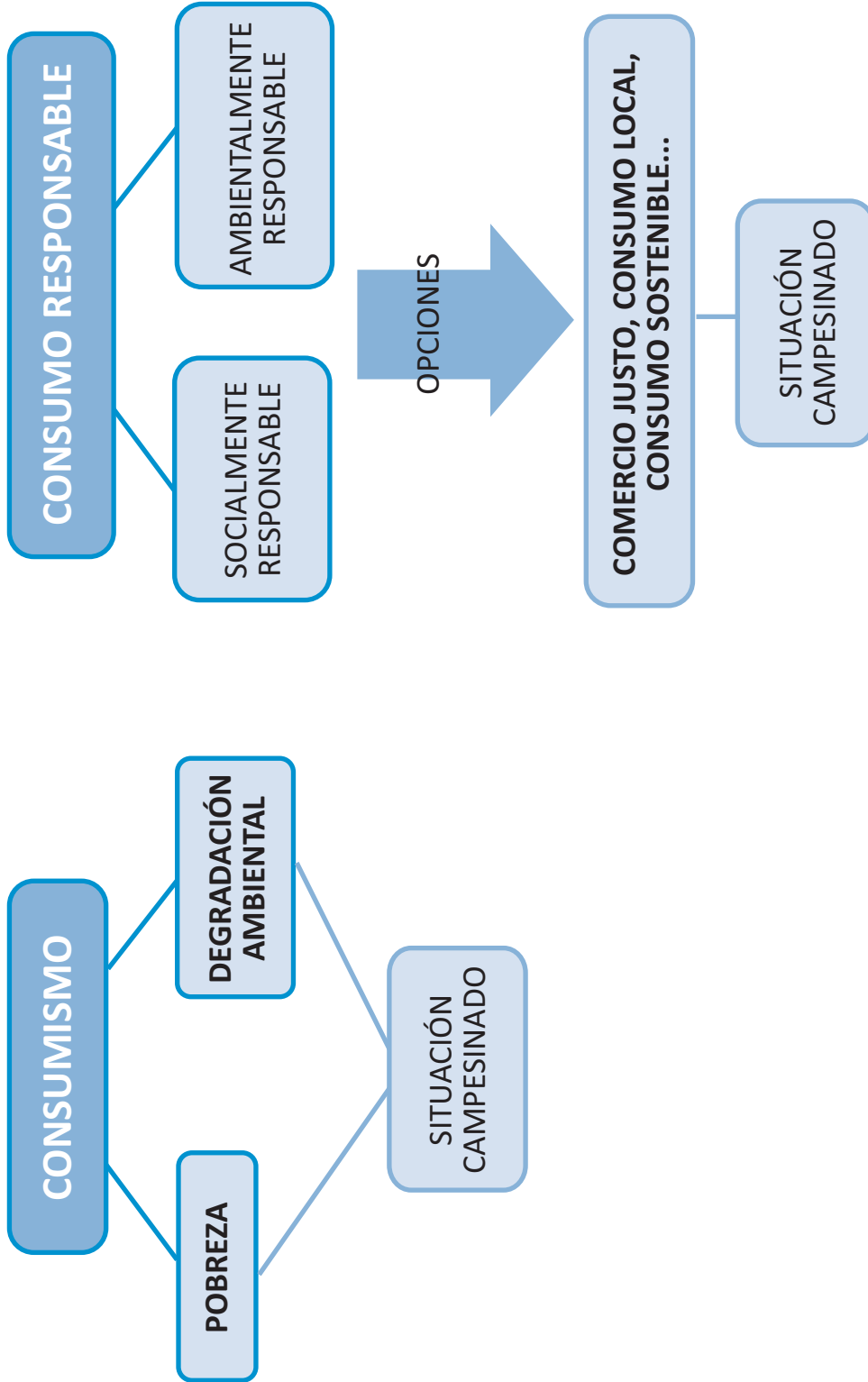
CONCEPTOS TEÓRICOS

DOCUMENTOS ADJUNTOS

- “Venid the mask. The read face for corporate social responsiblity”. Christian Aid.
- “Detrás de las etiquetas”. Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres.
- “Desarrollo económico y condiciones laborales en las zonas francas industriales: un examen de tendencias”: Wiliam Milberg / Matthew Amengual.
- “Historias, ideas y reflexiones sobre la contribución de las empresas a la sostenibilidad. 2007-2009”.
- “Tipi Tapa en las zonas francas”.

CONCEPTOS TEÓRICOS

COMERCIO JUSTO Y CONSUMO RESPONSABLE



CONCEPTOS TEÓRICOS

2.4.- CONSUMO RESPONSABLE

2.4.1. PROBLEMAS CAMPESINADO

A día de hoy, la situación del campesinado a nivel mundial no es sencilla. El sistema económico actual, que entiende que la alimentación es un negocio más que debe guiarse por las plusvalías económicas, ha puesto al sector primario en una situación peligrosa. Como resultado de las diferentes políticas agrarias y de las diversas desregulaciones que se han sufrido en las últimas décadas, asistimos ahora a una crisis alimentaria que ha aumentado el número de personas que pasan hambre hasta rondar los 900 millones. De hecho, se considera que cerca del 75% de las personas que pasan hambre en el mundo son productoras de alimentos.

A esta situación hay que añadir la crisis climática, que está provocando graves impactos en las personas que viven de la tierra. A un creciente proceso de desertificación, que reduce la superficie de tierra cultivable, hay que unir la dificultad que empieza a experimentarse para predecir las estaciones de lluvia, algo vital para las agricultoras. Además, el acceso a los recursos naturales necesarios para la agricultura, tierra, agua y semillas, es cada vez más reducido. La tierra está en manos de muy pocas personas, al igual que la problemática del agua se agrava. Por su parte, varias empresas transnacionales ejercen un monopolio casi absoluto sobre las semillas, entendiendo además que son un bien económico con el que comerciar, y no un derecho. La fuerte entrada de los transgénicos en el sector, no ha hecho sino acentuar este control que ejercen algunas multinacionales, hasta el punto de que hoy en día unas pocas multinacionales controlan la distribución de alimentos a nivel mundial. Eso hace que las condiciones del campesinado sean extremadamente duras, y en demasiadas ocasiones estén ligadas a situaciones de pobreza.

DATOS

* En Argentina el 82% de los trabajadores rurales disponen del 13% de la tierra, mientras que el 4% de las grandes explotaciones agropecuarias (cuyos dueños son grandes terratenientes y transnacionales) disponen del 65% de la tierra.

CONCEPTOS TEÓRICOS

* En Ecuador en el año 2000, el 64% de las unidades productivas tenían menos de 5 has y poseían el 6% de las tierras, mientras que algo más del 2% superaban las 100 has, concentrando el 43% de las tierras.

El 25% de los predios pequeños son conducidos por mujeres.

Apenas cuatro de cada diez campesinos tienen hoy acceso al agua potable.

* En Colombia en 2001 las fincas menores de tres hectáreas, pertenecientes al 57,3% de los propietarios, controlaban el 1,7% de la superficie, mientras las fincas de más de 500 hectáreas correspondían al 0,4% de los propietarios, que controlaban el 61,2% de la superficie.

* En Etiopía un 93% de las personas trabajadoras trabajan en la agricultura.

PAGINAS WEBS

- <http://viacampesina.org>
- www.fao.org/index_ES.htm
- www.ruralforum.net

CONCEPTOS TEÓRICOS

2.4.2. LA CADENA DE CONSUMO

Fuentes: <http://content.undp.org/go/newsroom/2008/july/campesinos-colombianos-preocupados-por-la-seguridad-alimentaria.es?lang=es>

<http://www.coag.org/index.php?s=2&id=14993cd3ba8e7d7f56a962353c369e24> Op cit

La cadena de consumo es el conjunto de actores que entran en juego en la producción, distribución y consumo de un producto.

El problema que reside en la cadena de consumo, es que sobre todo en los casos de los productos perecederos y de los alimentos, el contacto entre productor y consumidor es mínimo (cuando no inexistente). Además, la gran cantidad de intermediarios hace que la mayor parte de los beneficios sean para el intermediario y que se inflen los precios para el consumidor final. La cadena de distribución típica es la siguiente (sobretudo para productos que vienen del extranjero): Productor-Intermediario-Multinacional-Mayorista-Minorista-Consumidor. El “cuello de botella” en este caso está en las multinacionales, ya que unas pocas transnacionales controlan la distribución de alimentos a nivel mundial, y eso hace que en muchos casos tengan el poder de imponer su política de precios. “La inmensa mayoría de consumidores del “norte” compran sus alimentos en una extensa red de puntos de venta que pertenecen a muy pocas empresas transnacionales. Existen muy pocas “puertas” de acceso del productor al consumidor final, ya sea directamente a través de las grandes empresas distribuidoras o de los grupos de compra.”

DATOS

* En España el 55,5% de las ventas de alimentos se hacen en Carrefour, Eroski, Mercadona, El Corte Inglés y Auchan. Si a esto le sumamos las centrales de compra Euramadi, IFA y otras minoritarias llegaríamos al 75,5%. Es decir que el 75% de la distribución de alimentos en España está en manos de 7 empresas.

* El 81,9% de las ventas en alimentación se realizan en el llamado “canal dinámico”, o lo que es lo mismo, la distribución en autoservicio (supermercados, hipers y discount), mientras que solo un 2,7% se hace en la tienda tradicional y un 11,2% en tiendas

CONCEPTOS TEÓRICOS

especializadas.

* En diciembre del 2008, la diferencia entre el precio en origen de los productos agrícolas y ganaderos y el precio en destino era de 4,74, es decir, que como media los productos se venden al consumidor 4,74 veces más de los que se paga por ellos al productor. En diciembre del 2008, el precio en origen (lo que se paga al productor) de la naranja era de 0,09 euros el kilo. Sin embargo, se vendía a 1,43 euros el kilo, es decir, 15,89 veces (1589%) más de lo que se paga al productor.

PAGINAS WEBS

- <http://www.coag.org/>
- www.supermercadosnogracias.info
- <http://www.ehne.org/>

CONCEPTOS TEÓRICOS

2.4.3. COMERCIO JUSTO

- Fuentes: - <http://revista.consumer.es/web/es/20061201/actualidad/informe1/70938.php>
- El Comercio Justo en España 2006, Setem, Icaria editorial, 2006
- Guía de Comercio Justo para las administraciones públicas vascas, Emaús Fundación Social, Setem y Bakeaz, 2007.
- Op cit
- <http://www.comerciojusto.org/es/quienlohaceposible.html>

La definición más consensuada sobre el Comercio Justo en estos momentos es la que proporciona FINE: “El Comercio Justo es una asociación de comercio, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productoras/es, trabajadoras/es marginadas/os, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por las personas consumidoras, están implicadas activamente en apoyar a las personas productoras, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional”.

Actores de la cadena del CJ:

Productores: Los productores suelen organizarse en pequeñas cooperativas que trabajan directamente con las importadoras. “En su mayoría son grupos de población de las zonas más empobrecidas de Latinoamérica, África y Asia, aunque cada vez es más frecuente encontrar también algunos productos elaborados por grupos de población desfavorecidos del Norte”.

Importadoras: “Son organizaciones que compran a los grupos productores y distribuyen las mercancías por diversos canales, especialmente a través de las redes de venta del Comercio Justo. La mayor parte de las importadoras han creado sus propias redes de comercialización o utilizan redes de solidaridad. (..)Las organizaciones importadoras pueden también apoyar a los productores de otras formas: Financiando por adelantado la producción, asesorándoles en la mejora de los productos, con apoyo técnico y de

CONCEPTOS TEÓRICOS

gestión, entre otras. También participan en campañas de sensibilización dirigidas a reivindicar la necesidad de introducir criterios éticos en las relaciones comerciales.”

Tiendas: “Son las que hacen llegar el producto de Comercio Justo hasta tus manos. Se comprometen a realizar una labor de divulgación y sensibilización sobre los principios del Comercio Justo, con especial atención a los beneficios de este comercio para los productores”.

Consumidores: “Al ejercer el consumo responsable, no solo ayudan a mejorar las condiciones de vida de las comunidades productoras, respetando el medio ambiente, sino que también presionan para cambiar las condiciones injustas de intercambio en el mercado convencional”.

Criterios de Comercio Justo:

- **Salarios y condiciones de trabajo dignas:** Eso supone que las cooperativas de productores deben cumplir con los convenios de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) y, por otra parte, que los productores reciben un precio justo por sus productos. Un precio justo es aquel que cubre los costes de producción y gastos generales, y proporciona un salario justo.

- **Desarrollar y mejorar las condiciones de las comunidades destinando parte de sus beneficios a proyectos sociales:** Una parte de los beneficios obtenidos por las cooperativas deben ir destinados a financiar proyectos para cubrir necesidades de su comunidad. Pueden ser proyectos en materia de educación, sanidad, infraestructuras (luz, agua...)...

- **Prefinanciación y relaciones comerciales a largo plazo:** Las importadoras se comprometen a prefinanciar cerca del 50% de la producción, además de promover relaciones estables y duraderas para que las cooperativas tengan las condiciones necesarias para iniciar un proceso de desarrollo endógeno.

- **Respeto al medio ambiente, a la cultura y a los sistemas tradicionales de producción:** se recuperan los sistemas tradicionales de producción (generalmente mucho menos agresivos hacia el medio natural y sociocultural), y se potencia la producción ecológica de los productos.

- **No hay explotación infantil.**

CONCEPTOS TEÓRICOS

- **Participación democrática en la toma de decisiones y en el funcionamiento:** Las cooperativas deben funcionar de manera democrática, adoptando las estructuras necesarias para garantizar que los productores tienen voz y voto en las decisiones que se toman.
 - **Igualdad entre hombres y mujeres:** Esto se desarrolla en dos vertientes. Por un lado, las mujeres disponen de voz y voto en las estructuras de las cooperativas. Por otro parte, igualdad de salarios para el mismo trabajo realizado.
 - **Productos de calidad:** Las materias primas que se emplean deben ser de alta calidad.
 - **Ofrecer información del producto a los y las consumidores:** la transparencia debe ser uno de los pilares del Comercio Justo.
- reivindicar la necesidad de introducir criterios éticos en las relaciones comerciales.”

Certificación del Comercio Justo (sellos):

Como se mencionaba antes, una de las características principales del Comercio Justo es la transparencia. En ese sentido, desde las organizaciones que trabajan en y para el Comercio Justo se ha visto la necesidad de certificar de alguna manera que los productos de Comercio Justo que adquieren las personas consumidoras cumplen con las condiciones antes descritas. Para ello, en la década de 1980 y 1990, surgieron en varios países distintos sellos que certificaban esto. Sin embargo, para no llevar a confusiones, se vio la necesidad de crear un sello único que facilitara la identificación de los productos y diera confianza al consumidor. En 1997 se crea FLO (Fairtrade Labelling Organization), con el objetivo de asociar a los diferentes sellos existentes. Hoy en día se cuenta con dos sistemas de garantía reconocidos internacionalmente: el sello FLO (aplicable a los productos) y la marca IFAT (aplicable a organizaciones).

De todas formas, existe un debate en el seno de las organizaciones de Comercio Justo en relación a los sellos. Algunas organizaciones sostienen que el sello que otorga FLO, llamado Fairtrade, sólo tienen en cuenta el precio que se paga a los productores, sin tener en cuenta otros agentes que también participan en la cadena de Comercio Justo. Además, dicen que el sello se está convirtiendo en una forma de marketing para las empresas y el sello puede confundir al consumidor al dar a entender que los productos

CONCEPTOS TEÓRICOS

que no lo lleven, no son de Comercio Justo.

Las organizaciones que están a favor, sin embargo, sostienen que un sello unificado da imagen y credibilidad y confianza a los consumidores. Por otra parte, en algunos países, el sello ha permitido la entrada de productos de Comercio Justo en grandes superficies, lo que ha aumentado las ventas. Además el sello promueve la participación de un mayor número de agentes comerciales.

PRODUCTOS Y DÓNDE CONSEGUIRLOS

Los tipos de productos que más frecuentemente se pueden encontrar en gran parte de las tiendas solidarias son productos de alimentación, de artesanía y textiles. De todas formas, hoy en día también podemos encontrar juguetes, bisutería, cosméticos, mobiliario, productos de papelería...

Donde conseguirlos:

Vizcaya:

Mercadeco

Plaza San Felicísimo 1 Lonja
48.014 BILBAO
Tel.: 944 76 30 55
Fax: 944 76 09 96
mercadeco@euskalnet.net

Intermon Oxfam

Alameda de Urquijo,11
Tel: 902 330 331
48.008 BILBAO
info@intermonoxfam.org

Kidenda

Viuda de Epalza 6
48005 BILBAO
tel:94 4792862
kidenda@caritasbi.org

Gipuzkoa:

Emaús-Erein

Pl. Centenario 3
20.006 DONOSTIA-SAN
SEBASTIAN
Tel.: 943470826
fundacion@emaus.com

Intermon Oxfam

C/ San Francisco, 22
20001 DONOSTIA-SAN
SEBASTIAN
Tel 902 330 331
info@intermonoxfam.org

Kitzin (Cáritas)

Narrika 29
20003 San Sebastián
943426946
kitzin@caritasgi.org

CONCEPTOS TEÓRICOS

Araba:

Intermon-Oxfam

Siervas de Jesús, 14
01001 VITORIA
Tel: 902 330 331
info@intermonoxfam.org

Medicus Mundi (Puestomundi)

Plza. de Abastos, s/n puesto 37
01004 Vitoria-Gasteiz (Álava)
Alava@medicusmundi.es

DATOS

Ventas:

- * "Las ventas globales de productos de comercio justo ascendieron a 1.100 millones de euros en 2005, lo que representa un aumento del 37% respecto a los datos de 2004".
- * En la CAPV el crecimiento promedio en las ventas en el periodo 2000-2005 ha sido de un 6,2%.
- * En la CAPV se vendieron productos por un total de 1.065.704 euros, un 7,7% de todo lo que se vendió en España.
- * El país europeo en el que más productos se venden es Reino Unido (276 millones de euros) seguido de Suiza (138 millones de euros) y Alemania (133 millones de euros).

Distribución:

- * Los comercios minoristas se llevan el 62% de la cuota de ventas, con más de 9 millones de euros.
- * En el año 2000 los supermercados tenían el 15% de la cuota de ventas, mientras que en el 2005 tenían el 6,8% (1 millón de euros).

Origen:

- * El país de origen de los productos es Bélgica, Holanda, Alemania, Italia, Suiza, Marruecos, Burkina Faso, Ghana, Camerún, Uganda, Ruanda, Tanzania, Zimbawe, Sudáfrica, Palestina, Paquistán, India, Nepal, Bangladesh, Sir Lanka, Tailandia, Camboya, Vietnam, Indonesia, Filipinas, Chile, Paraguay, Bolivia, Brasil, Perú, Ecuador, Colombia, Costa Rica, Honduras, Nicaragua, Guatemala, El Salvador, Cuba, México, Rep. Dominicana...

CONCEPTOS TEÓRICOS

PAGINAS WEBS

- <http://www.e-comerciojusto.org/es/>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_justo
- http://www.gloobal.net/iepala/gloobal/comunidad/index.php?&eje=Ejes_Tematicos&colNombre=Todos%20los%20TIPOS&col_ids_Ejes_Tematicos=4

CONCEPTOS TEÓRICOS

2.4.4. CONSUMISMO

“Consumismo es un término que se utiliza para describir los efectos de igualar la felicidad personal a la compra de bienes y servicios o al consumo en general. El caso es ejemplificado por la frase *Cuanto más consumo, más feliz soy*. También se refiere al consumo desmedido de bienes y servicios en la sociedad contemporánea que impacta seriamente en los recursos naturales y el equilibrio ecológico”.

Las consecuencias de un modelo de consumo desenfrenado son visibles hoy en día. Ha nivel medioambiental, el consumismo propone un sistema que no tiene en cuenta que vivimos en un planeta con recursos limitados. La explotación intensiva de los recursos del planeta (bosques, agua, minerales, petróleo...) tiene consecuencias medioambientales muy graves (deforestación, reducción de acuíferos, destrucción de ecosistemas, contaminación...) que a su vez genera problemáticas sociales que se ceban especialmente con los más débiles.

Con nuestro consumo en demasiadas ocasiones financiamos empresas que se valen de la explotación laboral y el trabajo infantil como métodos válidos para obtener beneficios.

DATOS

* Gasto medio en 2007 por persona en:

- Artículos de vestir y calzado: 768€
- Ocio, espectáculos y cultura: 819€

* Número de móviles en España (datos enero 2008): 50 millones (más de uno por habitante).

*Huella ecológica (La Huella Ecológica mide la demanda de la humanidad sobre la biosfera en términos del área de tierra y mar biológicamente productiva requerida para proporcionar los recursos que utilizamos y para absorber nuestros desechos):

España: 6,4 hectáreas.

EEUU: 9,6 hectáreas.

China: 1,6 hectáreas.

Afganistán: 0,2 hectáreas.

CONCEPTOS TEÓRICOS

* La Tierra puede proporcionar 2,1 hectáreas por habitante.

La basura producida anualmente en España equivale a una montaña de las mismas dimensiones que el Mulhacén.

En España se consumen cada año 9.000 millones de litros de gasolina.

PAGINAS WEBS

- www.consumesoteconsumen.blogspot.com
- www.consumehastamorir.com
- www.consumeycalla.com
- Informe Planeta Vivo 2008 de WWF Adena:
http://www.wwf.es/noticias/informes_y_publicaciones/informe_planeta_vivo_2008/

CONCEPTOS TEÓRICOS

2.4.5. PUBLICIDAD

Fuentes: Ley 34/88, de 11 de noviembre (Ley general de medios)

No existe una definición completamente consensuada de lo que es la publicidad, pero aquí vamos a poner dos que son aceptadas, una a nivel nacional y otra a nivel internacional:

“La publicidad es toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones”.

“La publicidad es esencialmente una actividad de comunicación, que forma parte del proceso y del sistema de comunicación y que apunta a promover la venta de un artículo, producto o servicio; a fomentar una idea o a lograr cualquier otro efecto que desee conseguir el anunciante”.

DATOS

* Publicidad e infancia: En las Navidades del 2006, el 92,9% de anuncios de muñecas examinados en un estudio estaban dirigidos a las niñas.

El 100% de los anuncios de juguetes de construcciones, instrumentos musicales y juguetes deportivos fueron clasificados como sexistas por parte del Consejo Audiovisual de Andalucía.

* Mujer y publicidad: En el año 2006, el Observatorio de la publicidad del Instituto de la Mujer recibió 546 denuncias de publicidad sexista, un 37,2% más que el año anterior.

* Un estudio sobre publicidad en prensa realizado por la Facultad de Psicología de la Universidad Autónoma de Madrid en 1998 puso de manifiesto cómo en el 23'9% de los casos la recompensa que se ofrece al consumidor del producto anunciado es la satisfacción sexual.

PAGINAS WEB

- <http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/index.html>
- <http://www.iam-publicidad.org/> (Observatorio Andaluz de la publicidad no sexista)

CONCEPTOS TEÓRICOS

2.4.6. CRITERIOS DEL CONSUMO RESPONSABLE

Cuando hablamos de criterios de consumo responsable, nos referimos a qué aspectos debemos de tener en cuenta a la hora de hacer nuestro consumo (no sólo nuestras compras). Como criterios generales, tendríamos que intentar en la medida de lo posible que nuestro consumo sea responsable en dos vertientes: por un lado un consumo responsable a nivel medioambiental, de manera que reduzcamos nuestra presión sobre los recursos del planeta, evitemos la generación de residuos innecesarios... y por otro lado un consumo responsable en el plano social, rechazando los bienes creados mediante la explotación laboral de las personas, castigando a la empresas que se valen de la explotación para aumentar sus beneficios...

En cualquier caso, a modo orientativo, hay una serie de cuestiones que nos podemos hacer a la hora de hacer nuestras compras:

“¿Necesito lo que voy a comprar? ¿Quiero satisfacer un deseo? ¿Estoy eligiendo libremente o es una compra compulsiva? ¿Cuántos tengo ya? ¿Cuánto lo voy a usar? ¿Cuánto me va a durar? ¿Podría pedirlo prestado a un amigo o a un familiar? ¿Puedo pasar sin él? ¿Voy a poder mantenerlo/limpiarlo/repararlo yo mismo? ¿Tengo ganas de hacerlo?

¿He buscado información para conseguir mejor calidad y menor precio? ¿Cómo me voy a deshacer de él una vez que haya terminado de usarlo? ¿Está hecho con materiales reciclables? ¿Las materias primas que se usaron son renovables? ¿Hay algo que yo posea que pueda reemplazarlo? ¿Te has informado de quién y cómo se ha realizado el producto?”

Por otra parte, desde REAS Navarra, apuntan a cinco criterios que resumen muy bien la filosofía del consumo responsable:

1-) Evitar el consumo prescindible.

- Reducir el consumo a lo realmente necesario.
- Reutilizar siempre que sea posible como alternativa a la compra nueva.
- Reparar antes que sustituir.

CONCEPTOS TEÓRICOS

2-) Preguntarme por la calidad y la garantía que me ofrece el producto o servicio que voy a consumir:

- Correcto etiquetado. Información útil que el fabricante pone a mi disposición.
- Láveles, sellos y certificados de garantía externos.
- Campañas y Publicaciones especializadas (Guías de Consumo).

3-) Preguntarme por la sostenibilidad medioambiental, las repercusiones medioambientales del proceso de producción, transporte y comercialización.

- Favorecer acciones, productos y sistemas de producción no perjudiciales par el medioambiente a corto, medio y largo plazo.
- Proximidad entre el punto de consumo y el de producción.
- Reducción o reciclabilidad de los residuos y envases.

4-) Preguntarme por la justicia social y el respeto a los derechos de las personas participantes en el proceso de producción, transporte y comercialización, la sostenibilidad social.

- Equidad en política salarial.
- Condiciones de trabajo dignas.
- Igualdad de oportunidades en el acceso al trabajo.
- Puestos de trabajo estables y sostenibles.
- Relaciones comerciales justas.
- Comercio Justo, Redes de Economía Solidaria, Responsabilidad Social de la Empresa.

5-) Utilizar de forma apropiada y responsable los bienes adquiridos (después de comprar).

- Usar con un criterio de sostenibilidad medioambiental, evitando despilfarros.
- Cuidar y mantener para que los bienes duren.
- Reciclar al final de su vida útil.

CONCEPTOS TEÓRICOS

2.4.7. OPCIONES DE CONSUMO RESPONSABLE

Fuentes: http://es.wikipedia.org/wiki/Software_libre

<http://es.wikipedia.org/wiki/Contrainformaci%C3%B3n>

- **Segunda mano:** En general, usando productos de segunda mano cuando sea posible, evitamos un gasto innecesario (o más pequeño) a la vez que ahorramos recursos naturales alargando la vida útil de los productos.
- **Comercio Justo:** Los productos de Comercio Justo tienen una garantía social y ambiental que muchas empresas no proporcionan. Además comprando esos productos estamos eligiendo por un modelo de comercio donde no prime el beneficio económico, sino la justicia y la equidad.
- **Reducir, Reutilizar y Reciclar:** Es el abc del consumo responsable, comprar sólo lo que necesitemos, alargar el máximo posible la vida útil de los productos y, cuando no queda más remedio que deshacernos de él, integrarlo nuevamente en el ciclo productivo mediante el reciclaje.
- **Software Libre:** El software libre es la denominación del software que brinda libertad a los usuarios sobre su producto adquirido y por tanto, una vez obtenido, puede ser usado, copiado, estudiado, modificado y redistribuido libremente. Según la *Free Software Foundation*, el software libre se refiere a la libertad de los usuarios para ejecutar, copiar, distribuir, estudiar, cambiar y mejorar el software; Existen numerosos programas que podemos utilizar en lugar de aquellos que sacan las multinacionales del sector, produciendo enormes monopolios (es el caso de Microsoft con Internet Explorer y Windows).
- **Contrainformación:** La contrainformación es la información transmitida por grupos independientes no vinculados al poder político ni al gobierno, que surge como una mirada alternativa a los problemas del mundo a la que ofrecen los grandes medios de comunicación convencionales, haciendo también énfasis en las reivindicaciones de diferentes movimientos sociales o de distintas ideologías. Echar un vistazo a estos medios puede ser una forma de ver de otra manera la realidad que nos plantean los grandes medios de comunicación, y de enterarnos de noticias que de otro modo nos pasarían inadvertidas.

CONCEPTOS TEÓRICOS

- **Turismo responsable:** El turismo responsable es toda actividad espontánea o previamente planificada, que consiste en la visita, aprecio y uso de un espacio natural o cultural, donde las partes relacionadas se respetan, beneficiándose mutuamente y manteniendo de forma sostenida las condiciones que la impulsaron. Lo cierto es que hay muchas maneras de viajar, pero deberíamos intentar que el dinero que nos vamos a gastar circule en las comunidades que nos acogen, y no en las grandes resorts hoteleros, que suelen funcionar bajo el paraguas del trabajo precario y la explotación laboral, y que tienen además un enorme impacto ambiental y energético.

- **Comercio pequeño y local:** En general, hacer nuestras compras en el pequeño comercio nos asegura que nuestro dinero se mueve a través del circuito de la economía local, y damos más trabajo, generalmente de mayor calidad, que en los grandes centros comerciales. Además el pequeño comercio tiene una función social importante, ya que junto con otros agentes, son los que ayudan a mantener “vivos” nuestros barrios.

- **Ámbitos:**

▪ Transporte:

- Compartir el coche.
- Usar la bicicleta para moverse por la ciudad.
- Usar el transporte público.
- Es preferible un coche de segunda mano a uno de los coches “verdes” nuevo. Sólo en su fabricación ya se consumen muchos más recursos y generan más residuos y contaminación de las que van a ahorrar.
- Para viajar, ten en cuenta que el avión contamina mucho más que un autobús o un tren.

▪ Alimentación:

- Evita los alimentos con transgénicos en la medida de lo posible. Puedes echar un vistazo a la Guía Roja y Verde de Greenpeace.
- Compra productos ecológicos.
- Compra productos locales.
- Haz tus compras en el pequeño comercio y tiendas de barrio.
- Modera tu consumo de carne. La carne que nos suele llegar a la mesa

CONCEPTOS TEÓRICOS

esta alimentada con piensos procedentes de enorme monocultivos transgénicos y generalmente maltratan a los animales.

- Seguramente exista algún grupo de consumo ecológico en tu ciudad o cerca de ella. Si no lo hay, crea con tus amigos uno. De esta manera nos saltamos los intermediarios y nos aseguramos que la procedencia y calidad de nuestros alimentos es la que queremos, a la vez que revitalizamos la economía local y las áreas rurales.

- Si dispones de balcón, puede ser una buena idea informarse sobre cómo hacer tu propio huerto en macetas.

▪ Vestido y calzado

- Quizá encuentres algo de segunda mano y no necesites comprar. Puede que algún amigo o familiar tengan algo que buscas. También puedes acudir a tiendas de segunda mano.

- Piensa antes de comprar si realmente necesitas esa prenda de vestir y qué uso vas a hacer de ella.

- Todavía existen tiendas que reparan zapatos y ropa. Infórmate de cual es la más cercana y valora esa posibilidad antes de comprar ropa o calzado nuevo.

- Exige información en las tiendas de la procedencia y condiciones laborales en las que se ha fabricado la ropa que vas a comprar.

- Existe hoy en día un gran surtido de prendas hechas con algodón orgánico y ecológico. Muchas veces se pueden comprar por Internet.

▪ Cultura y Ocio

- Si quieres ir al cine, vete a un cine normal que este fuera de los centros comerciales.

- Recuerdas que los centros comerciales no son centros de ocio, sino de consumo. Si no necesitas comprar nada, no es la mejor opción para pasar la tarde.

- Participa en alguna asociación sobre algo que te interese.

- Ir al monte, a pasear, a la playa... es gratis.

CONCEPTOS TEÓRICOS

- Por algo llaman “la caja tonta” a la televisión. Haz un uso moderado de ella. Evita la publicidad (en la medida de lo posible).
- Si nos apetece ir a comer o cenar fuera, seguramente encontremos restaurantes, pizzerías o hamburgueserías en los que podamos cenar estupendamente. Las grandes cadenas de comida rápida hacen negocio gracias a los transgénicos, la explotación animal y el trabajo precario.
- Información
 - Aparte de los medios de comunicación tradicionales, existen otros alternativos. Es otra forma de enterarse de lo que pasa en el mundo.
 - Es muy difícil enterarse de la realidad leyendo únicamente periódicos gratuitos.
- Energía
 - Usa bombillas de bajo consumo. Son más caras pero a la larga más rentables.
 - Evita el goteo de los grifos o de la cisterna.
 - Utiliza ahorradores de agua que se pueden poner en grifos, cisterna y ducha. Son aparatos que manteniendo el nivel de confort reducen la cantidad de litros por minuto que proporcionan estos elementos.

PAGINAS WEBS

- www.consumoresponsable.org

Alimentación

- www.greenpeace.org/raw/content/espana/reports/gu-a-roja-y-verde.pdf
- www.emEEK.org

Reducir, Reutilizar, Reciclar

- www.basurillas.org
- www.infoecologia.com (sección reciclaje)

Software libre

- www.softwarelibre.org
- <http://www.fsf.org/> (Free Software Foundation)

CONCEPTOS TEÓRICOS

- <http://es.creativecommons.org/> (Licencia Copyleft Creative Commons)
- Portal de software libre en Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Portal:Software_libre

Contrainformacion

- www.rebellion-org
- www.diagonalperiodico.net
- www.soitu.es
- www.tercerainformacion.es

Vestido

- www.intrepidamu.com (moda ética)
- www.ropalimpia.org

Turismo responsable

- <http://www.turismoresponsable.net/>
- <http://www.turismo-responsable.org/>
- <http://www.dependedeti.tv/turismo/menu-id-84>

Transporte

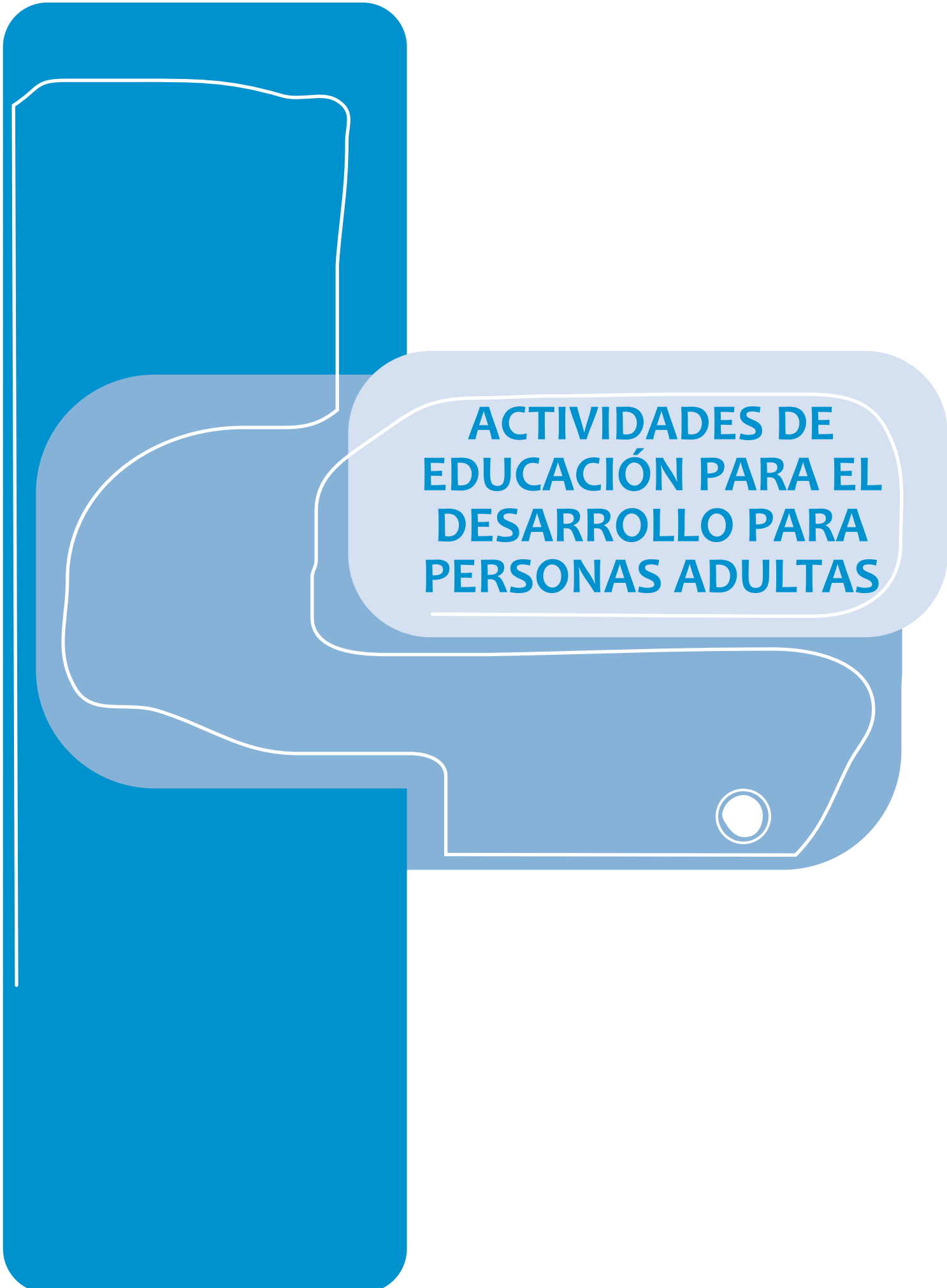
- <http://www.compartir.org/> (para compartir coche)

Energía

- <http://www.crisisenergetica.org/>
- <http://www.greenpeace.org/espana/r-evoluci-n-renovable/>

DOCUMENTOS ADJUNTOS

- Dossier Koopera Merkatua". 2009.
- "Como vivir sin acabar con el planeta. Manual para jóvenes inquietos...y adultos preocupados": SETEM
- "Actúa. Consejos para una vida sostenible". Greenpeace.



**ACTIVIDADES DE
EDUCACIÓN PARA EL
DESARROLLO PARA
PERSONAS ADULTAS**

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

3.1. CÓMO ESTÁ EL MUNDO HOY EN DÍA

TEMA	Diferencias Norte y Sur. Problemas económicos, sociales y medioambientales.
EDAD	Mayores de 18 años
Nº PARTICIPANTES	Mínimo 4-5 personas Máximo 20 personas
DURACIÓN	2 horas
RECURSOS NECESARIOS	4 bolígrafos. Ordenador, cañón y altavoces.
ANEXOS	Anexo 1: Tabla Como esta el mundo hoy en día Anexo 2: Imágenes Anexo 3: video “La historia de las cosas”
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">▪ Conocer el punto de vista y partida del grupo.▪ Reflexionar sobre cual es la situación del mundo a nivel; económico, social y medioambiente.▪ Ver la conexión de las acciones y las consecuencias del Norte y el Sur, a nivel individual y grupal.▪ Pensar que podemos realizar nosotros y nosotras para hacer frente a los problemas identificados.

Descripción de la actividad:

- La persona responsable del grupo explica la actividad. La actividad se basa en pensar cuales son los problemas económicos, sociales y medioambientales del mundo y que podemos hacer nosotros y nosotras para enfrentarnos a estos problemas.
- Se divide el grupo en pequeños grupos de 4 –5 personas y a cada grupo se reparte la tabla “Como esta el mundo hoy en día” (anexo 1) y el documento con Imágenes (anexo 2).

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

- Cada grupo durante 20 minutos debe rellenar la tabla “Como esta el mundo hoy en día” (anexo 1), debatiendo entre ellos cuales creen que son los problemas económicos, sociales y medioambientales del mundo y que podemos hacer nosotros y nosotras para enfrentarnos a estos problemas. En cada cuadro cada grupo escribirá 3 o 4 opciones. Las imágenes (anexo 2) se utilizan para dar ideas.
- Tras pasar los 20 minutos, todo el grupo se coloca en un círculo y comienza el debate conjunto. Un grupo comienza con una opción de un tema y los demás grupos, irán sumando lo que han comentado, creando un debate común. La persona responsable, introducirá datos sobre los problemas planteados y se encargara de enlazar los temas entre si, finalizando con el cuadro, que podemos hacer.
- El debate en grupo tiene una duración de 40-50 min.
- Al finalizar el debate se ve el video “La historia de las cosas” anexo 3, el video recoge en 20 minutos los temas centrales del debate, relacionando directamente la situación del mundo actual con el consumo.
- Para finalizar se pregunta al grupo sobre el video; que les ha parecido, que sensación les ha creado, cambiando nuestros hábitos podemos cambiar y mejorar la situación actual...

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

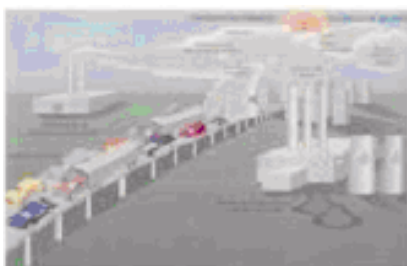
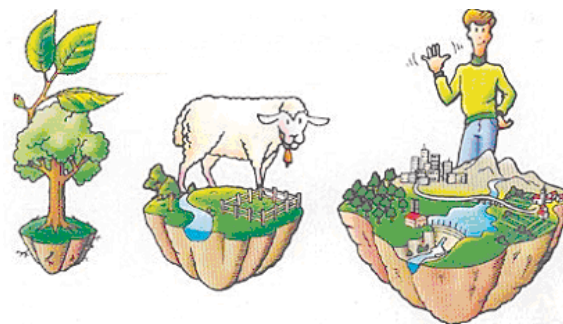
Anexo 1: Tabla ¿COMO ESTA EL MUNDO HOY EN DIA?

PROBLEMAS ECONÓMICOS	PROBLEMAS SOCIALES
PROBLEMAS MEDIOAMBIENTALES	¿¿¿QUÉ PODEMOS HACER???

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 2: Imágenes

1º GRUPO



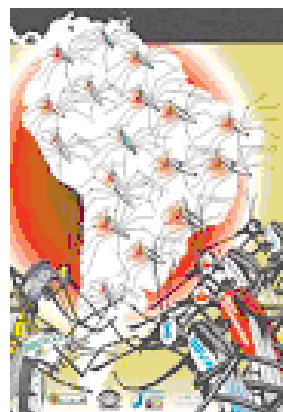
ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

2º GRUPO



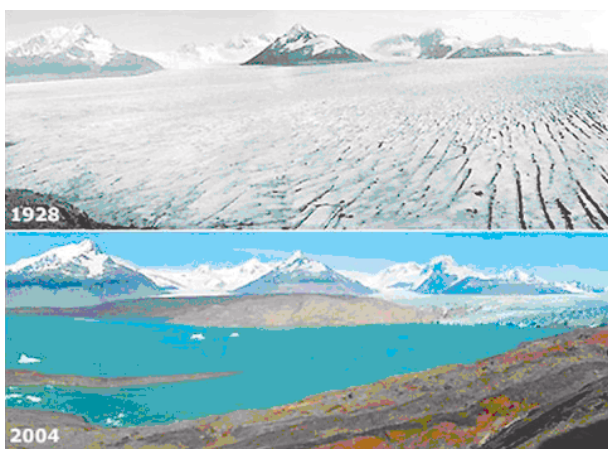
ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

3º GRUPO



ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

4º GRUPO



ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 3: Vídeo "La Historia de las Cosas"

On-line:

LA HISTORIA DE LAS COSAS-PARTE 1 DE 3



<http://www.youtube.com/watch?v=cQSbAD9M1QQ>

LA HISTORIA DE LAS COSAS-PARTE 2 DE 3



<http://www.youtube.com/watch?v=9Cxviu6Tzj0&feature=related>

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

LA HISTORIA DE LAS COSAS-PARTE 3 DE 3



<http://www.youtube.com/watch?v=jLqYGnKN-o>

Descarga:

<http://www.bajaryoutube.com/>

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

3.2. JUEGOS COOPERATIVOS

TEMA	La cooperación
EDAD	Mayores de 18 años
Nº PARTICIPANTES	Mínimo 8 personas Máximo 20 personas
DURACIÓN	30 minutos cada juego (10-15 juego – 15-20 reflexión)
RECURSOS NECESARIOS	Las sillas cooperativas - Sillas Las Islas - Esperillas o trozos de bolsas de plástico o cartón.
ANEXOS	---
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">▪ Experimenten en primera persona la importancia de cooperar para conseguir el bien común.▪ Reconocer la importancia de cooperar para lograr un objetivo común, en este caso un mundo más justo.

Descripción de la actividad:

Juegos;

- **Ordenar los números.** Cada persona escribe un número en un papel y lo guarda en el bolsillo. Después entre todas las personas que participan deben hacer una fila del número más bajo al más alto, comunicándose entre ellas mediante mímica (para comunicarse no pueden ni hablar ni escribir).
- **Las sillas cooperativas.** Cada persona que participa coge una silla y realizan un círculo, el grupo se coloca de pie en el círculo alrededor de las sillas. El desarrollo del juego es similar al de las sillas en las que los participantes deben subirse o sentarse a una silla cuando termina o se para una canción y en cada vuelta se va quitando una silla. La diferencia que presenta este juego, es que no se elimina a nadie, sino que todas

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

las personas jugadoras deben conseguir subirse a las sillas cuando se termina o para la canción. En cada vuelta se va quitando una silla y cada vez hay menos sillas, el grupo debe jugar como uno para llegar hasta el final del juego, sentarse todos encima de la última silla.

- **Las Islas** Se colocan en el suelo islas (esterillas, tela, cartón...) y en cada una de las islas se colocan 4 o 5 personas (dependiendo el tamaño de cada isla varia el numero de personas). Todas las personas tienen que conseguir dar la vuelta a la isla sin tocar el suelo con ninguna parte del cuerpo. Para ello, deberán elaborar estrategias para conseguir el objetivo final: conseguir dar la vuelta a todas las esterillas.
- Tras realizar cada juego se pregunta al grupo: Que han sentido, con que dificultades se han encontrado, que apoyo de las demás personas han tenido, que estrategias han utilizado para conseguir el objetivo final, etc... La persona responsable del grupo debe sumar lo que a percibido y ha visto (situaciones y acciones del grupo).

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

3.3. EL PLATO BELGA

TEMA	Consumo Responsable, Soberanía Alimentaria y Promoción de Alternativas.
EDAD	Mayores de 18 años
Nº PARTICIPANTES	Mínimo 10 personas Máximo 34 personas
DURACIÓN	2 horas
RECURSOS NECESARIOS	1 cuerda. Ordenador, altavoces y cañón.
ANEXOS	Anexo 1: Fichas que se repartirán a cada jugador/a. Anexo 2: video “ Quiero ser tortilla”
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">▪ Despertar una conciencia ciudadana a partir de un acto diario: suscitar una toma de conciencia de los impactos de nuestro modelo alimentario sobre el medio ambiente, la esfera socioeconómica, etc

Descripción de la actividad:

- La persona responsable del grupo reparte una ficha (anexo 1) a cada persona, si el grupo es pequeño (menor de 10 personas), se reparten 2 fichas a cada persona.
- Cada persona lee primero su ficha, es decir, su nuevo rol.
- Tras realizar la lectura individual se lee en alto la ficha del plato Belga.
- La persona responsable explica como cada una de las personas en su nuevo rol (la información del papel) es parte del plato Belga.
- El grupo tienen que decidir el orden de cada rol, empezando por el primer

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

elemento, materia prima, persona... que el grupo decida que es el primero en la cadena de producción para llegar al final al plato Belga.

- Tras unir todos los roles del grupo se analiza la unión de la cuerda, como el plato belga o nuestro plato de cada día esta relacionado directamente con la situación de la; injusticias comerciales, explotación ambiental y laboral, el poder de las multinacionales, y se realiza una reflexión grupal sobre la cadena creada y el poder de las personas consumidoras.
- Para finalizar se realiza el visionado del corto “Quiero ser Tortilla” (anexo 2), donde se refleja la situación de las personas agricultoras y la plantación de transgénicos.
- La dinámica esta cogida del “Programa de Educación para el Desarrollo” de QUINOA.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 1: Fichas que se repartirán a cada persona jugadora.

Fichas del juego, el plato Belga.

Hay que imprimir y cortar cada ficha y tras cortarlas mezclar y repartir las fichas en el grupo.

Soy el agua dulce

Esto parece simple, puro, pero se ha convertido en algo muy complicado. Soy el juego de intereses estratégicos y comerciales, objeto también de tensiones, de procesos y hasta de guerras. En el mundo utilizamos un 70% del agua disponible para la irrigación de cultivos, principalmente para la exportación. Un ejemplo : en Cisjordania cuando un israelí me usa para regar, le salgo a 0,16\$ el m³. En cambio un palestino pagará 1,35\$ por un metro cúbico. Más aún, dos tercios del Valle del Jordán son explotados por Israel y lo que sobra, en territorio palestino, está contaminado. Podemos medir ahí un índice de cloro superior a 8000 ml por litro.

Soy la capa freática

Soy belga, estoy algo mala, los nitratos y otros contaminantes me tienen enferma. ¡Ahí encima no parece importarle a nadie! Me piden más y más para alimentar a las tierras empobrecidas y cada año me enfermo un poco más.

Soy el aire del planeta

Disponible para todos los seres humanos y los animales, me respiran una cantidad increíble de veces al día. Me siento cada vez más pesado, turbio, cargado de gases con efecto de invernadero, de pesticidas, de metales y de ácidos. La calefacción y las industrias son las principales responsables de mi degradación. Los transportes también me afectan mucho (uno de cada dos camiones circula por nuestra alimentación).

Soy la tierra agrícola

Me maltratan y me sobreexplotan tanto que ya no soy capaz de renovarme. Mi índice de erosión supera entre 18 y cien veces mi capacidad de renovación. En el curso de los 50 últimos años, casi dos mil millones de hectáreas de tierras agrícolas han sido deterioradas en el mundo. Algunos seres humanos necesitan grandes superficies para

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

alimentarse. La gente del Norte usa diez mil m² por habitante. Algunos países asiáticos sólo ocupan 700 m². ¿Podrá la tierra continuar a producir lo suficiente para nuestro consumo?

Soy el océano

Soy el agua de los mares y océanos. Ya no soy tan pura como antes. Ríos y alcantarillas se vierten en mí. Los productos químicos que traen terminan en mí. Enfermo a los que me habitan: peces, cetáceos, elementos de la flora marina. Un poco de mi agua se evapora y se convierte en nubes que se desplazan hacia las tierras. Llevan en ellas todos los elementos tóxicos que me contaminan. Cuando llueve, esos elementos caen al suelo y contaminan las tierras.

Soy un bosque tropical denso y húmedo

Soy un bosque que llaman « primario » y no se me compare con cualquier bosque porque la diversidad que contengo es única: una sola hectárea, o sea diez mil m², puede contener hasta 200 esencias forestales distintas, o sea más aún que todas las especies belgas juntas. Pero el hombre me corroe porque siempre necesita más espacio; estoy destinado a desaparecer. Y esto sólo para alimentar a bovinos porque ciertos humanos privilegiados necesitan 523 gramos de productos animales diarios (ese es el consumo de un habitante de Bélgica, mientras que 800 g son consumidos por un norteamericano). Ahora bien, para alimentar a un bovino y obtener 1600 hamburguesas *desde su nacimiento hasta el matadero* se requiere transformar una hectárea de bosque en pastizales. Si convertimos el terreno amazónico en prados, podríamos alimentar a la población mundial con hamburguesas ¡durante un solo y único mes! El bosque se perdería de forma irreversible, agotaríamos al suelo, la biodiversidad desaparecería, y uno de los pulmones de la tierra moriría. ¿Vale esto la pena?

Soy el petróleo

Soy muy útil e incluso indispensable para los seres humanos. Caliento las casas, hago andar a los coches, sirvo para fabricar plásticos y *envoltorios*. Soy el elemento básico de los productos de higiene y de los detergentes. El problema es que cuando me quemamos, produzco gases con efecto de invernadero. ¡Cuidado, que ya se acaban mis reservas! Las primeras disminuciones están previstas para el año 2010 y el agotamiento definitivo de mis reservas para el año 2040. ¿Estamos listos para enfrentar tal situación?

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Soy el colesterol

Soy una sustancia grasosa que fabrica el hígado. También me encuentro en alimentos de origen animal (carne, productos lácteos, quesos, huevos). Soy necesario para vuestro organismo, pero, cuidado, en exceso soy muy peligroso para vuestro corazón y vuestros vasos sanguíneos. Me deposito en las paredes de las arterias coronarias, cerebrales, renales y de las piernas. Un índice de colesterol que supera los 200 mg/dl puede tener consecuencias nefastas. El índice de colesterol del ciudadano belga es de más o menos 230 mg/dl. Para evitar un exceso de colesterol se recomienda disminuir las grasas saturadas (que se encuentran en los productos de origen animal) y consumir más frutas, verduras, cereales completos y legumbres. Más vale prevenir que curar.

Soy el plato de los belgas

Soy el plato estadísticamente promedio en Bélgica. Para decirlo todo, contengo 38 kg de verduras frescas al año, o sea 104 g por día. El promedio europeo es de 205 g. Los nutricionistas aconsejan el consumo de 500 g diarios en frutas y verduras. También es verdad que en Bélgica el 60% de las verduras son importadas. Los estudios han demostrado que el contenido ha viajado a veces 2000 km antes de llegar al plato. Por lo tanto, ya no me afectan las estaciones: frutillas en febrero, lechugas en invierno. Estoy cargado de productos animales: +/- 500 g al día, por supuesto no sólo de carne, el queso y los productos lácteos también cuentan. En consecuencia, soy demasiado grasoso y más encima de malas grasas saturadas. Casi el 45% de las calorías consumidas diariamente viene de mis grasas. Es mucho, este porcentaje no debería sobrepasar un 30%.

Soy un calabacín de Kenya

Necesito grandes cantidades de agua para crecer. Me cultivan campesinos que no sacan ningún provecho de mí. En efecto, me exportan hacia países ricos para su propio consumo de calabacines, tanto en invierno como en verano. Viajé 6000 km antes de llegar a vuestros platos, en camión, en barco y en avión. Curiosamente, a pesar de este largo viaje que me tiene un poco marchito, sigo tan bello como siempre.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Soy un plátano

Vengo de varios países de América del Sur. Me pueden encontrar por todo el mundo, en cualquier supermercado. Me comercializan las grandes multinacionales. Me cultivan en terrenos inmensos en los cuales aplican muchos pesticidas y abonos químicos. En mi cultivo no se respeta ni el medio ambiente, ni los derechos sociales, ni la salud de los trabajadores. ¡Pero soy bonito y barato! ¡Probadme!

Soy la lechuga

En invierno me cultivan en un invernadero sobrecalentado. Soy muy guapa, me pulverizan con tantos pesticidas que me han quitado hasta la más mínima mancha y el más ínfimo insecto que podría traer conmigo. Me alimentan con abonos solubles. Ha sido necesario usar un litro de petróleo para producirme y llegar hasta vuestros platos.

Soy un grano de arroz

Soy una de las múltiples variedades de arroz desaparecidas estas últimas décadas. Sin embargo, yo era fruto de un trabajo, de una creatividad y de un diálogo con la naturaleza viejos a través de varios siglos. El amor que los hombres me tenían era tal que me asociaban, a mí y a nadie más que a mí, a sus fiestas religiosas. Yo era tan sagrado, original y sabroso que me veneraban. Por otra parte, mi nombre se asocia a la idea de paz, de comer, de compartir y de repartir.

Soy un bonito pedazo de vacuno

Entero, molido, reconstituido, o como quieran. Apureñense en comerme, tengo amigos que están esperando: 800 mil toneladas conservadas únicamente en los refrigeradores de la Comunidad europea. Puede ser que os haya asustado un poco, pero os aseguro que todo cuanto se ha dicho de mí son sólo cotilleos de vegetarianos enfermizos. Para que veáis, antes me comía los cadáveres de mis hermanos, pero hoy sólo como proteínas vegetales (soja, mandioca, cereales) producidos de forma intensiva por los países del Sur. También como un poco de pescado, pero eso es mejor callarlo. Necesito entre 7 y 10 kg de cereales y legumbres para producir un kilo de proteínas animales. El ganado de los países ricos ingiere la misma cantidad de cereales que todos los habitantes de la India y de China juntos.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Soy la publicidad

Me asomo por todas partes, en vuestras casas, dentro de ustedes, en lo más profundo de vuestro ser, os transformo en consumidores puros y hasta purificados, diría yo. Purificados del más mínimo residuo incómodo de espíritu crítico, participo a la construcción de este próspero mundo de la abundancia. Los sueños son accesibles, sólo hay que comprarlos. Ayudo a las multinacionales a vender sus productos. En el fondo, os educó, os enseñé cómo reaccionar en las situaciones difíciles de vuestras vidas. Conmigo adoptaréis buenas resoluciones. Me deberíais llamar “información”, “comunicación”, “educación permanente”.

Soy la multinacional agroalimentaria

Produzco enormes cantidades y tengo mi sitio en muchísimos países, tanto consumidores como productores. Todo lo decido: la cantidad de abonos y de pesticidas que usamos en los cultivos, el salario de los obreros, las condiciones de trabajo. Mi primera meta es hacer beneficios, y no especialmente alimentar de forma sana a la gente. Intervengo en todas partes del mundo sin preocuparme de las poblaciones ni del medio ambiente. Contraigo enormes beneficios y una parte de ellos me sirve para publicitarme. La publicidad me ayuda a vender todos mis productos. Gracias a ella puedo convencer a la gente de comer muchos productos animales, incluso si no es sano. También me ayuda a vender productos exóticos durante todo el año.

Me llamo Georges

Tengo 44 años, soy un granjero de por aquí, de la provincia de Luxemburgo. Tengo una pequeña granja. Cada día lo tengo más difícil económicamente. Vendo mis verduras en función de la temporada pero con todos los productos exóticos que encontramos durante el año entero en los supermercados, la gente compra cada vez menos mis productos regionales. Por ejemplo, yo sólo puedo cosechar calabacines a principios del otoño. La gente que los come todo el año ya no los quiere particularmente en esa época. Intento mantener la calidad de mis productos pero es bien difícil.

Soy empleado agrícola en Costa Rica

Me llamo Pedro y soy estéril porque estuve en contacto con un pesticida muy dañino, llamado DCBP, trabajando en las plantaciones de plátanos. Cabe destacar que en América

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

central usamos pesticidas que están prohibidos en Estados Unidos y en Europa por ser demasiado peligrosos para la salud y el medio ambiente. Me enteré que envenenan más de 25 millones de trabajadores agrícolas con pesticidas cada año y que hay 200 mil que mueren de esto. Cuando trabajamos en las plantaciones vemos cómo aviones de la compañía (que no nombraré) vuelan encima de nosotros y pulverizan con pesticidas. Nosotros le pedimos a la empresa que nos informara de la fecha de las pulverizaciones pero se negó y despidió a los contestatarios. Mi hijo menor está obligado a trabajar conmigo. ¿Tendré la alegría de tener algún día un nieto en mis brazos?

Soy Paco

Soy uno de los 8000 trabajadores de Costa Rica que quedaron estéril tras estar en contacto con el pesticida DCBP. Es que en Centroamérica utilizamos pesticidas que están prohibidos en el Norte y usamos una dosis de 30 kg por hectárea en las plantaciones de plátanos. Esto corresponde a diez veces la media generalmente utilizada en la agricultura en los países industrializados.

Soy Peggy

Soy madre, norteamericana, no me atrevo a amamantar a mi hijo porque mi leche sobrepasa en cien veces el nivel de HCH permitido para la leche de vaca, sobrepasa tres veces el nivel de lindano, sin hablar del DDT ni de la dioxina... Sin embargo, el uso de estos pesticidas está prohibido en mi país desde hace muchos años. Adoro los plátanos. ¡No entiendo!

Soy un niño brasileño

Tengo 8 años y me llamo Santos, soy de esos niños que no tienen lo suficiente para comer. Sin embargo, las tierras agrícolas no faltan en mi país. La mayoría sirven para cultivar cereales y soja. Pero no son para nosotros, estas proteínas las transportan hacia los países ricos para alimentar a su ganado. Los cultivos brasileños sirven entre otras cosas para alimentar a 40 millones de cerdos europeos y norteamericanos. Si destináramos estos cereales a la alimentación de seres humanos, podríamos alimentar al doble de la población mundial. Me olvidé decirles que en mi país cada año mueren 10 mil niños por desnutrición. Espero no formar parte de aquellos.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Soy Bintou

Soy nigeriana, mi bebé se murió. Sin embargo, le di mamaderas con una leche en polvo fabricada por una gran empresa europea. Dicen que el presupuesto de las campañas publicitarias de esta empresa es mayor que el presupuesto de la OMS (Organización Mundial de la Salud). Dicen que en el Norte la gente ya no sabe qué hacer con su leche. No entiendo.

Soy Wambe

Vivo en Kenia y tengo doce años. ¡Tengo sed! Cuando me levanto por la mañana, nunca sé si voy a encontrar agua potable durante el día. Sin embargo, hay agua en mi país pero nosotros no podemos acceder a ella. Utilizan un 70% del agua para irrigar los huertos que producen frutas y verduras (calabacines, judías, etc.) destinados a la exportación hacia Estados Unidos y Europa.

Soy Vandana

Soy de la India y lucho contra las multinacionales que roban nuestras semillas. Las semillas son la vida, el regalo que heredamos del diálogo que mantuvo nuestro pueblo con la naturaleza durante siglos. Nos negamos a perder este patrimonio. Las multinacionales vienen a patentar nuestras semillas y ahora debemos comprarlas después de que sean genéticamente modificadas, lo que nos está convirtiendo en un país más dependiente y en consecuencia más pobre.

Soy Ernesto

Vivo en las afueras de una gran ciudad de Chile pero no tengo nada, ni casa, ni tierra, ni trabajo. Mis hijos tienen hambre. Nuestro pueblo pesca mucho pero cada día exporta 100 g de proteínas animales para el ganado de los países del Norte. Aquí un niño de cada cinco sufre de malnutrición.

Soy tailandés

Aquí la vida es dura. Dicen que tengo menos poder adquisitivo que un perro de los países del Norte, quién también está mejor alimentado que yo. Sin embargo, cada día el tailandés medio proporciona 400 calorías alimentarias a los países ricos para alimentar a sus animales.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Soy Rosibel

Soy coordinadora del movimiento de mujeres salvadoreñas. Mi combate por más justicia y mejores condiciones de trabajo es muy difícil. Nuestra región es un paraíso para los inversores de los países ricos. Nuestros salarios muy bajos y nuestras condiciones de trabajo nos ponen en competencia con vuestros trabajadores. Me gustaría que unificáramos nuestros combates. Un producto muy barato en vuestros países representa muchos beneficios para una multinacional, mucho desempleo para vosotros y explotación para nosotros.

Soy Augusta

Vivo en Gilly, en Bélgica. Intento salir adelante con mi *minimex*⁸ ¡pero me cuesta! Por lo tanto compro pizzas que valen 2 euros, lasañas a 3 euros, el helado lo venden a un euro. Para mí, las historias de vacas locas, dioxinas, pesticidas... ¡son sólo bromas! La comida ya es bastante cara así y la comida biológica ¡es para los ricos! ¡Comer es comer!

Soy una madre muy ocupada

Corro el día entero entre el trabajo, los niños y la cocina. En mi refrigerador se encuentran distintos platos que ya vienen preparados, lo que me facilita la tarea. Hay pre-cortados, pre-salados, pre-aromatizados, pre-condimentados, pre-masticados, pre-presionados, pre-digeridos, pre-licuados, pre-envejecidos, pre-pre-pre-preparados.

Soy una agrupación de compradores

Soy un retoño de los "grupos económicos" que pululaban en los medios populares durante la primera mitad del siglo XX. Como ellos, funciono con el voluntariado. Soy un poco desordenado y propenso a cambios de humor pero permito a una treintena de originales que obtengan carne biológica directamente de la granja a un precio accesible para pequeños monederos. Sirvo de enlace entre urbanos y rurales, entre consumidores y campesinos. Sé que existen por aquí o por allá en Bélgica otras agrupaciones pero, por el momento, sobrevivir en mi rincón me chupa toda mi energía. No represento nada, sin embargo a veces de mí salen chispas de corriente alternativa. Y está fuera de cuestión comprar la carne en la carnicería del supermercado. ¡Toma!

⁸ *Minimex*: Ayuda del estado belga que representa el mínimo de existencia según las normas de este país. Hoy en día representa más o menos unos 600 euros mensuales.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Me llamo PAC

Hola, soy la PAC, pertenezco a la familia europea y tengo un hijo llamado *dumping*. En mi familia, llevamos tiempo practicando la agricultura intensiva. Producimos particularmente carne de vacuno a gran escala, pero, cuidado, no como nuestro primo el vaquero estadounidense, la nuestra no tiene hormonas. Para esto, importamos muchas proteínas vegetales de los países del Sur. Qué buenos somos, sólo producimos para nosotros. Y como producimos más de lo que consumimos, con el acuerdo de la OMC, exportamos nuestros productos ampliamente subvencionados hacia esos mismos países del Sur. Lo que nos permite venderles nuestra carne más barata que la que producen ellos. Otra ventaja: les evitamos a los pequeños agricultores que se rompan inútilmente la espalda para alimentar a su familia y les permitimos que aprovechen los placeres de las favelas y de las maravillas de las ciudades.

Soy el FMI

Soy el Fondo monetario internacional, ayudo a los Estados como un buen padre de familia. Son sobre todo los más pobres que necesitan mis servicios. En efecto, están a menudo muy endeudados. Estos Estados deben consagrar una parte importante de sus presupuestos para reembolsar sus deudas. Pero suelen tener dificultades para hacerlo, entonces yo y mi amigo, el Banco Mundial, les concedemos una reprogramación de sus deudas a cambio de un pequeño Programa de Ajuste Estructural (PAE). Este último consiste en la aplicación de distintas medidas de saneamiento de la economía y de las finanzas públicas. Para eso, preveo por ejemplo, la reducción de gastos en los sectores públicos o, mejor aún, la privatización de éstos, el bloqueo de los salarios. En fin, todas esas cosas que sólo viene a ayudar. El apoyo a los cultivos de exportación es a menudo un paso obligado. Estos cultivos son considerados como muy rentables y por lo tanto beneficiosos para los países endeudados. Por supuesto, para beneficiar de las ventajas financieras de estos cultivos de exportación es necesario abandonar un poco los cultivos tradicionales.

Soy un controlador del Instituto de peritaje veterinario

No soy un héroe. Cuando quiero profundizar algunas cuestiones, mi mujer, mis colegas y mi jefe me echan la bronca: "¿Tienes ganas de ser un segundo Van Noppem?"⁹

⁹ Veterinario belga del Instituto de peritaje veterinario, que fue asesinado durante un control a ganado dopado con hormonas ilegales.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

¡Tampoco soy Einstein! Con nuestros métodos del año de la pera, ¿cómo quieren que detecte los últimos cócteles de hormonas hipermodernos creados por los laboratorios de la mafia? ¡No soy Sherlock Holmes ni MacGyver! ¿Cómo arrestarlos con sus sociedades ficticias, sus transportes clandestinos de ganado, sus poderosos cómplices y sus abogados deshonestos? Soy concienzudo, me veo sobrepasado por el trabajo, desprovisto de medios y me deprimó. Me iría mejor si me diera igual como a otros.

Soy Monsanto

Soy una empresa multinacional que produce semillas, productos químicos agrícolas y medicamentos. Soy también el padre del Agente Naranja... un famoso herbicida utilizado en la guerra de Vietnam y que tiene aún hoy en día graves repercusiones sobre el medio ambiente y las personas (regiones enteras de cultivos, plantaciones y bosques envenenadas, malformaciones infantiles, enfermedades de la piel, etc.). Soy aficionado a las nuevas tecnologías y en particular a los OGM. De hecho, las semillas que vendo fueron genéticamente modificadas para dar plantas estériles que producen su propio insecticida y que resisten a mi herbicida. ¡Que buen plan! No solamente los agricultores se ven obligados a comprar cada año mis plantas sino además deben comprar mi herbicida. ¡Bingo! Y poco importa si mis herbicidas, insecticidas, fungicidas:

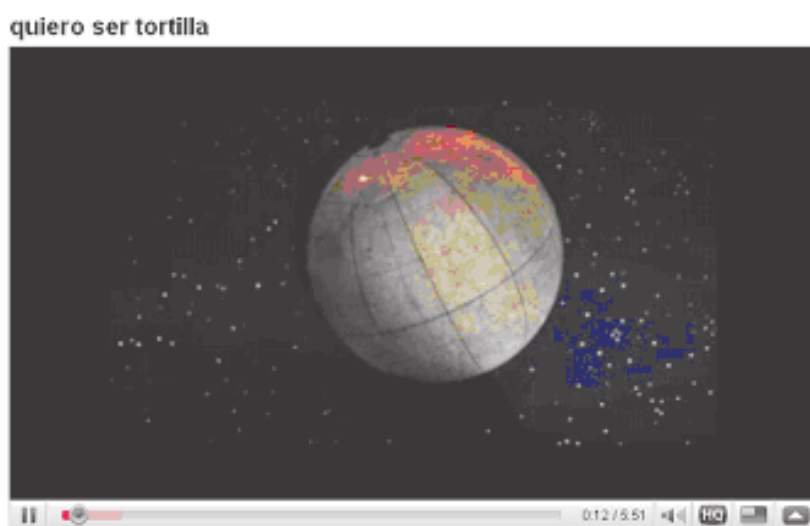
- contaminan los suelos, las aguas y se entrometen en la cadena alimentaria
- matan a insectos útiles como la abeja
- contaminan también las plantas salvajes y los insectos resistentes
- pueden afectar a la salud de los hombres.

¡Después de mí, el diluvio y las moscas... si todavía quedan algunas! Los herbicidas me traen muchos beneficios. En cuanto a la carne, soy el rey de las HCB_r -las hormonas de crecimiento- que convierten a las vacas en seres voluminosos y aumentan su producción de leche. Sin embargo, los europeos no me quieren ya que tendría posibles repercusiones negativas sobre la salud. Así que presenté una denuncia en la OMC para que la vieja Europa abra sus fronteras. En resumen, no es por nada que algunos de mis productos llevan nombres belicosos como "Terminator": ¡Porque lo valgo!

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 2: video “Quiero ser tortilla”

On-line:



<http://www.youtube.com/watch?v=qEku1R2w2MY>

Descarga:

<http://www.bajaryoutube.com/>

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

3.4. VÍDEO FORUM

TEMA	Maquilas, Comercio Internacional, Comercio Justo y Cadena de Alimentación.
EDAD	Mayores de 16 años
Nº PARTICIPANTES	Mínimo 8 personas Máximo 30 personas
DURACIÓN	La duración depende del documental que se quiera trabajar. Duración de documentales: - Oro Negro: 83' - Maquilas: 50' - Tres miradas sobre el comercio justo: incluye tres historias diferentes y en total duran 30'. - La isla de las flores 13' - Nosotros alimentamos al mundo 95' o Resumen 11' Duración debate 30' o 45'
RECURSOS NECESARIOS	Ordenador, cañón y altavoces
ANEXOS	Anexo 1: Resumen, preguntas de debate y video "Oro Negro" Anexo 3: Resumen, preguntas de debate y video "Tres miradas sobre el comercio justo". Anexo 4: Resumen, preguntas de debate y video "La isla de las flores" Anexo 5: Resumen, preguntas de debate y video "Nosotros nos comemos el mundo" Anexo 6: "La isla de las flores" Anexo 7: "Nosotros alimentamos al mundo"
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocer la cadena de alimentación y la situación de las personas productoras del comercio convencional y comercio justo. ▪ Exponer las condiciones de vida de las personas que trabajan en una maquila como ejemplo del mercado convencional. ▪ Promover alternativas al comercio convencional.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Descripción de la actividad:

- La persona responsable del grupo explica la actividad. La actividad se basa en el visionado de diferentes documentales y abrir un debate sobre la información de los vídeos.
- El visionado se puede realizar en 2 sesiones:
 - 1ª sesión: Comercio Internacional ; Oro Negro o Maquilas y Tres miradas sobre el Comercio Justo
 - 2ª sesión: La alimentación y la cadena comercial: La isla de las flores y Nosotros alimentamos al mundo.
- Tras el visionado, la persona responsable del grupo realiza preguntas al grupo de cada video (preguntas en anexo) para abrir el debate.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 1: Resumen, preguntas de debate y video "Oro Negro"

- **RESUMEN:** Oro negro" es un documental sobre el comercio del café. Trata sobre los esfuerzos de varias cooperativas en Etiopía por conseguir un precio justo para su café, reconocido como uno de los mejores del mundo, y los esfuerzos de Tadesse Meskela, representante de la cooperativa, por hacerse un hueco en el mercado mundial. La industria del café es sumamente lucrativa, las compañías multinacionales se embolsan más de 80.000 millones de dólares anuales, lo cual convierte al café en un producto rentable a nivel mundial, como el petróleo.

- PREGUNTAS:

- ¿Qué os ha parecido?
- ¿Conocíais el Comercio Justo?
- ¿Creéis que un camino para crear relaciones comerciales internacionales más justas?
- ¿Creéis que se consumen productos de comercio justos?
- Si no se consumen, ¿por qué no se consumen?
- ¿Qué podemos hacer nosotros y nosotras?

- Cómo conseguir el video:

- Prestamos de material: Emaús Fundación Social y Centro de Recursos Alboan (Bilbo)
- Venta de material: www.blackgoldmovie.com) y tiendas especializadas.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 2: Resumen, preguntas de debate y video “Tres miradas sobre el comercio justo”.

- **RESUMEN:** En este documental dividido en tres pequeñas historias; “Las chicas dulces”, mujeres que producen mermelada de piña, “Los paneleros del Paraíso”, hombres que producen azúcar de caña y “Las pepas de Oro”, personas que producen cacao, las tres dentro del sistema del comercio justo como alternativa al comercio convencional con el que el productor no gana para vivir y vive en unas condiciones pésimas.

- PREGUNTAS:

- ¿Conocíais el comercio justo?
- ¿Qué opináis sobre el comercio justo?
- ¿Es una opción?
- ¿Qué podemos hacer nosotros y nosotras?
- ¿Cómo entiende la sociedad el comercio justo?
- ¿Es una herramienta de cooperación o es una alternativa al comercio habitual?
- ¿Y el Comercio Justo Local? ¿Qué opciones de comercio justo local tenemos?

- **Cómo conseguir el video:**

- Prestamos de material: Emaús Fundación Social y Centro de Recursos de Alboan (Bilbo)
- Solicitud de material: Adsis (el DVD también dispone de material didáctico en su interior).

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 3: Resumen, preguntas de debate y video “La isla de las flores”

- **RESUMEN:** Documental de 10 minutos de duración grabado en 1989 y cuyo director es el brasileño Jorge Furtado, que mantiene su mensaje vigente e intacto, en el que se explica en qué consiste la globalización y las desigualdades que ha generado de una manera muy sencilla y amena.

- **PREGUNTAS:**

- ¿Qué os ha parecido?
- ¿Qué sensación ha dejado el video?
- ¿Qué es lo que más os ha llamado la atención?
- ¿Es una película de 1989, desde entonces hasta hoy en día que ha cambiando en la cadena de consumo?
- ¿El cambio es positivo o negativo?
- ¿Es positivo y negativo para quien?
- ¿Qué podemos hacer nosotras y nosotros?

- **Cómo conseguir el video:**

- You tube: http://www.youtube.com/watch?v=TleU7_yqrpc
- CD - Guía de Educación para el Desarrollo para personas Adultas, Anexo 5.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 4: Resumen, preguntas de debate y video "Nosotros nos comemos el mundo" NOSOTROS ALIMENTAMOS AL MUNDO

- **RESUMEN:** Documental sobre los alimentos y la globalización, sobre los pescadores y los agricultores, sobre los camioneros de larga distancia y los ejecutivos de grandes compañías, sobre la circulación de los alimentos, una película sobre la escasez dentro de la abundancia. "Nosotros alimentamos al mundo" ofrece una visión del proceso de producción de nuestra comida a la vez que responde a la pregunta de qué tiene que ver con todos nosotros el hambre en el mundo.

- PREGUNTAS:

- ¿Qué os ha parecido?
- ¿Qué es lo que más os ha llamado la atención?
- ¿Conocíais las consecuencias de los híbridos y los transgénicos?
- ¿Qué opináis sobre la intervención de Nestlé?
- ¿Qué podemos hacer nosotros y nosotras?
- ¿Qué opciones de Comercio Alternativo tenemos?

- *Cómo conseguir el video:*

- Google Video:
 - Documental entero:

<http://video.google.es/videosearch?hl=es&q=Nosotros%20alimentamos%20al%20mundo&um=1&ie=UTF-8&sa=N&tab=vv#>

- Documental de 11'

[http://video.google.es/videosearch?hl=es&q=Nosotros%20alimentamos%20al%20mundo&um=1&ie=UTF-](http://video.google.es/videosearch?hl=es&q=Nosotros%20alimentamos%20al%20mundo&um=1&ie=UTF-8&sa=N&tab=vv#hl=es&q=Nosotros+alimentamos+al+mundo&um=1&ie=UTF-8&sa=N&tab=vv&start=0)

[8&sa=N&tab=vv#hl=es&q=Nosotros+alimentamos+al+mundo&um=1&ie=UTF-](http://video.google.es/videosearch?hl=es&q=Nosotros+alimentamos+al+mundo&um=1&ie=UTF-8&sa=N&tab=vv&start=0)

[8&sa=N&tab=vv&start=0](http://video.google.es/videosearch?hl=es&q=Nosotros+alimentamos+al+mundo&um=1&ie=UTF-8&sa=N&tab=vv&start=0)

- CD - Guía de Educación para el Desarrollo para personas Adultas, Anexo 6

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 5: "La isla de las flores"

On-line:

La isla de las flores (Jorge Furtado)



http://www.youtube.com/watch?v=TleU7_yqrpc

Descarga:

<http://www.bajaryoutube.com/>

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 6: "Nosotros alimentamos al mundo"

On-line:



DOCUMENTAL:

<http://video.google.es/videoplay?docid=-5363220955116883053&hl=es>



Resumen 11'

<http://video.google.es/videoplay?docid=-8786299799040785995&ei=xJseStjYDZa0-gHMx7CWCA&q=Nosotros+alimentamos+al+mundo&hl=es>

Descarga: <http://video.google.es/>

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

3.5. MADE IN...

TEMA	Comercio Internacional, Deslocalización, Medio Ambiente, Responsabilidad Social.
EDAD	Mayores de 18 años
Nº PARTICIPANTES	Mínimo 8 personas Máximo 20 personas
DURACIÓN	2 horas
RECURSOS NECESARIOS	<ul style="list-style-type: none">• Mapamundi (preferiblemente mapa de Peters)• Rotuladores de colores• Portátil, cañón y altavoces
ANEXOS	Anexo 1: mapa de Peters. Anexo 2: ¿de que esta hecho lo que compramos?- ¿de donde vienen los productos con los que se elabora lo que compramos? Anexo 3: Datos ropa limpia
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">▪ Conocer la cadena de nuestra ropa y reflexionar sobre el tipo de vida que disfrutamos y sobre las condiciones que lo hacen posible.

Descripción de la actividad:

- La persona responsable del grupo muestra el Mapa de Peters y explica la diferencia entre el mapamundi habitual y el mapa de Peters (sino se tiene el mapa de Peter se utiliza un mapamundi de referencia)
- Se divide al grupo en grupos de 4 personas y se reparte a cada grupo un mapa de Peters(anexo 1) y ¿de que esta hecho lo que compramos?- ¿de donde vienen los productos con los que se elabora lo que compramos? (anexos 2).
- Cada grupo va a elegir una prenda de ropa de una persona del grupo y van a dibujar en el mapa de peters (anexo 1) el recorrido que ha realizado la prenda de ropa.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

- Para dibujar el recorrido de la prenda se basará en la etiqueta de la prenda de ropa.
- El recorrido lo realizaremos en los siguientes pasos:
 - 1.- Lugar de origen de la materia prima
 - 2.- Lugar de confección de la prenda (el lugar donde se terminó la prenda made in...)
 - 3.-Lugar de la sede de la empresa o importadora de la empresa
 - 4.-Lugar donde se compra la prenda tienda.
- Se utiliza en mapamundi o mapa de Peters para localizar los países y lugares a localizar.
- Se unen los diferentes puntos mediante flechas.
- Tras terminar cada grupo el recorrido de la prenda seleccionada, se explica al resto del grupo el viaje realizado por cada prenda.
- La persona responsable del grupo da datos de ropa limpia (anexo 3) sobre la situación de las personas que trabajan en las maquilas, explica que es la responsabilidad social corporativa, las consecuencias de descentralización de las empresas y el monopolio de las grandes empresas y desaparición de los pequeños comercios.
- Para finalizar se abre debate sobre las grandes marcas y la situación laboral de las personas que trabajan en las maquilas, que es lo que puede hacer cada persona para hacer frente a esta situación y para fomentar el empleo local...

* Adaptación de la dinámica Desnudémonos del “Fichero de actividades para trabajar la Solidaridad” de Hegoa.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS



Anexo 1: mapa de Peters.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 2: ¿de que esta hecho lo que compramos?

MADE IN...

¿de que está hecho lo que compramos?

- Crudo de petróleo; maquillaje, fibras sintéticas, plástico..
- Bauxita: papel de aluminio, lata de refresco
- Algodón; toallas, ropa, fulares, ropa interior, vendas...
- zapatos: cuero, crudo de petróleo
- servilletas: algodón, crudo de petróleo, papel
- Lana: jersey, guantes, calcetines...

MADE IN...

¿de donde vienen los productos con los que se elabora lo que compramos?

- Petróleo: se utiliza para energía, aceite, plásticos, nylon,... El 50% del petróleo que se importa en el estado español es de procedencia mexicana, nigeriana e iraní.
- Bauxita: es la base de aluminio para latas, automóviles, bicicletas, electrodomésticos, material de montaña,... El 40% de la bauxita mundial la producen Australia y Guinea.
- Cobre: imprescindible para la electricidad y motores eléctricos: cables, dinamos, bobinas, teléfono, pilas. Junto al zinc forma el latón y junto con el estaño, forma el bronce. El 40 % del cobre mundial se produce en Chile y EE.UU.
- Coltán: es la conjunción de 2 minerales. Una materia prima estratégica para el desarrollo de nuevas tecnologías (60% destinado a teléfonos móviles, el resto es para videojuegos, trenes sin ruedas, aparatos de diagnóstico médico, fibra óptica,...)
- Hierro: Utilizado sobre todo para fabricación de automóviles, electrodomésticos, para la construcción inmobiliaria,..). El 55% del hierro mundial se obtiene de los Países del Este, China y Brasil
- Algodón: utilizado para camisetas, vendas, toallas,...El 55% del algodón mundial se obtiene en China, EE.UU. y en los Países del Este.
- Cacao. Para la fabricación de chocolate y bebidas. El 56% del cacao viene de Costa de Marfil, Brasil y Ghana.
- Café: para hacer café, refrescos de cola,.. El 45% del café mundial proviene de Brasil, Colombia e Indonesia.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 3: Datos ropa limpia

http://www.playfair2008.org/index.php?option=com_chronocontact&chronoformname=ioc_for

	2007 beneficio antes de imp.	Aumento de las ganancias 2004-2007
Nike	\$2.2 billion	52%
Adidas	\$1.1 billion	68%
Puma	\$511 million	14%
Yue Yuen	\$386 million	29%
ASICS	\$203 million	215%

JUEGO LIMPIO 2008

REALIDAD LABORAL

*China:

Un par de zapatillas adidas en Shenzhen pueden costar entre 86-171 dólares de los EE.UU. – casi el sueldo de un mes de la persona que las hizo - por lo general jóvenes migrantes, viven 12 mujeres en un dormitorio.

0.53\$ zapatillas deportivas

71/86\$ salario mensual

* India:

En los últimos 5 años el salario ha subido un entre 6,7% y el 10%. Un trabajador de la fabrica de balones de la marca stitcher, dijo: "No tenemos ahorros por lo

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

que estamos en situaciones de emergencia... Una vez incluso alquile mi cilindro de gas de cocina para conseguir algo de dinero porque mi mujer no se encontraba bien de salud. La situación es similar para todos nosotros. Uno de mis amigos llegaron a vender su sangre para obtener dinero extra para hacer frente a una emergencia. "

0.35-0.88 \$ balón de fútbol.

*Pakistán:

El dinero que reciben por pieza no ha cambiado en los últimos 6 años a pesar de que el índice de precios al consumidor aumentó en un 40% durante ese período.

0.65\$ balón de fútbol

*Camboya:

Con el salario que un trabajador de ropa deportiva se paga en Camboya, que sólo puede pagar por su propia comida y una pequeña sala compartida con otros trabajadores si trabaja una gran cantidad de horas extraordinarias. Necesita hacer horas extras para permitirse comprar ropa o atención médica.

70-80\$ salario mensual. Garmenent works

* Vietnam:

Con este nivel de ingresos de un trabajador no puede ni siquiera cubrir sus gastos diarios. En 2007 hubo un 9,5% la tasa de inflación en los productos básicos.

63\$ salario mensual. Nike, zapatillas

* Bangladesh:

En el momento, los sindicatos estiman que un salario es casi tres partes el mínimo. El actual salario mínimo ni siquiera proporcionar suficiente para pagar una persona a tener tres comidas al día.

24.3\$ salario mensual.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

3.6. JUEGO DEL PLÁTANO

TEMA	Comercio Internacional – Comercio Justo.
EDAD	Mayores de 18 años
Nº PARTICIPANTES	5 Mínimo personas 30 Máximo personas
DURACIÓN	1 horas
RECURSOS NECESARIOS	Pizarra Ordenador y cañón.
ANEXOS	Anexo 1: Fichas de juego del plátano Anexo 2: PowerPoint Comercio Justo
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">▪ Conocer cómo funciona la cadena del comercio real así como la desigual distribución de los beneficios de la misma (Comercio injusto o habitual).▪ Asumir las interacciones existentes entre las distintas partes de la cadena.▪ Tomar conciencia de la necesidad de comunicación entre las diferentes partes de la cadena para el desarrollo de un comercio más equitativo y justo.

Descripción de la actividad:

- El responsable divide el grupo en 5 grupos y reparte las fichas descriptivas (anexo 1).
- Cada grupo reflexionará sobre el papel que está asumiendo y planteará una hipótesis sobre cómo debiera ser el reparto real de los beneficios del plátano para cada grupo.
- En una pizarra o papel de estraza grande la persona responsable del grupo dibujará un plátano para cada grupo. La persona responsable escribirá junto al plátano dibujado los beneficios que ha asignado cada grupo.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

- Lo normal es que los grupos no coincidan en el reparto, por lo que tendrán que negociar entre los diferentes grupos para llegar a un consenso. Cada grupo sólo puede negociar con el de su derecha y el de su izquierda. De este modo, las personas productoras y los y las minoristas sólo podrán negociar con un grupo, ya que en el otro lado de la cadena no tienen a nadie.
- Tras realizar la negociación la persona responsable del grupo escribirá en el platano dibujado los nuevos porcentajes. Si aun no se ha llegado a un acuerdo se hará un debate entre todos los grupos y mediante la negociación global deberán llegar a un acuerdo.
- En el debate se realizara una reflexión sobre cómo funciona la cadena del comercio internacional y cuáles han sido los grupos oprimidos o excluidos de las negociaciones.
- Para finalizar la persona responsable del grupo plantear una alternativa al comercio habitual, el Comercio Justo y se realiza el visionado del power point de Comercio Justo (anexo 2).

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 1: Fichas de juego del plátano

PRODUCTOR y PRODUCTORA

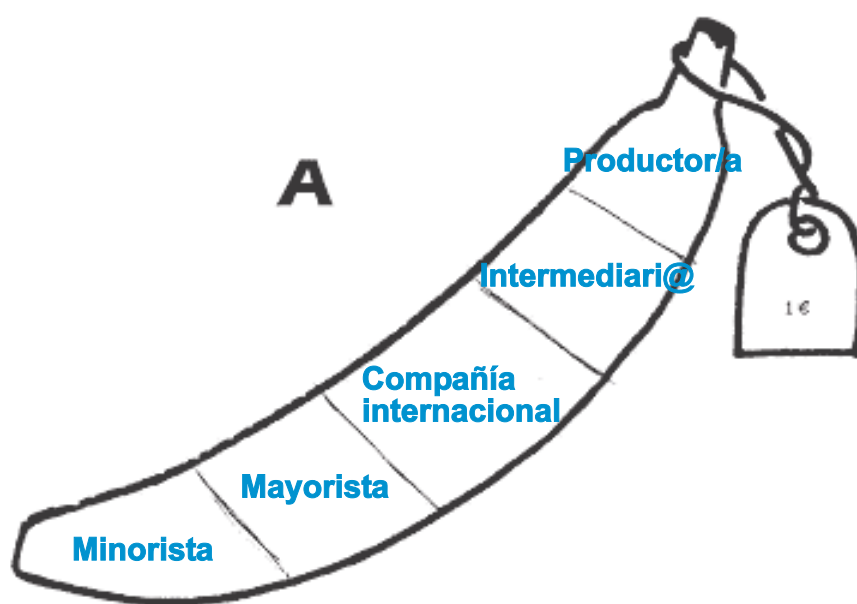
Representáis a una persona campesina.

- Con los árboles que posees, consigues 4-6 producciones al año.
- Para conseguir esa producción trabajas todo el día junto a su hija y tu hijo mayor.
- Vendes tu producción a un intermediario y con el dinero consigues:

Pagar los gastos de abonos, pesticidas,...

Pagar las necesidades básicas de tu familia, alimentación, vivienda, salud, educación...

- Un plátano viene a costar 1 €. Teniendo en cuenta tu, tus gastos..., ¿cuánto crees que te corresponde?

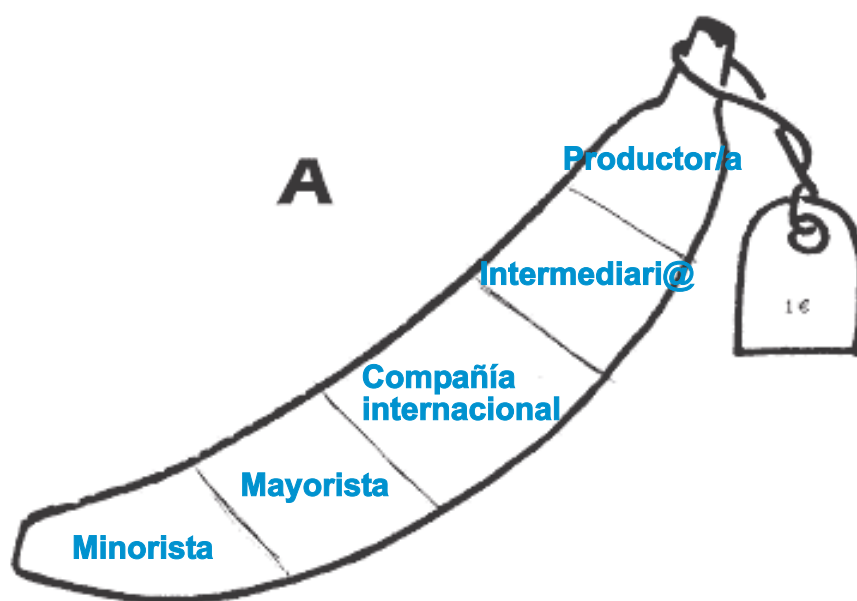


ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

LA INTERMEDIARIA y EL INTERMEDIARIO

Representáis al intermediario o intermediaria.

- Compras los plátanos que recolectan unas 200 personas y los almacenas.
- Para ello tienes tres naves preparadas y vendes el producto a una compañía internacional de alimentación.
- Tienes unos ingresos estables, pero también tienes tus gastos.
- Un plátano viene a costar 1 €. Teniendo en cuenta tus gastos y tu trabajo, ¿cuánto te corresponde?
- Estáis entre la persona productora y la compañía internacional de alimentación, tendréis que negociar.

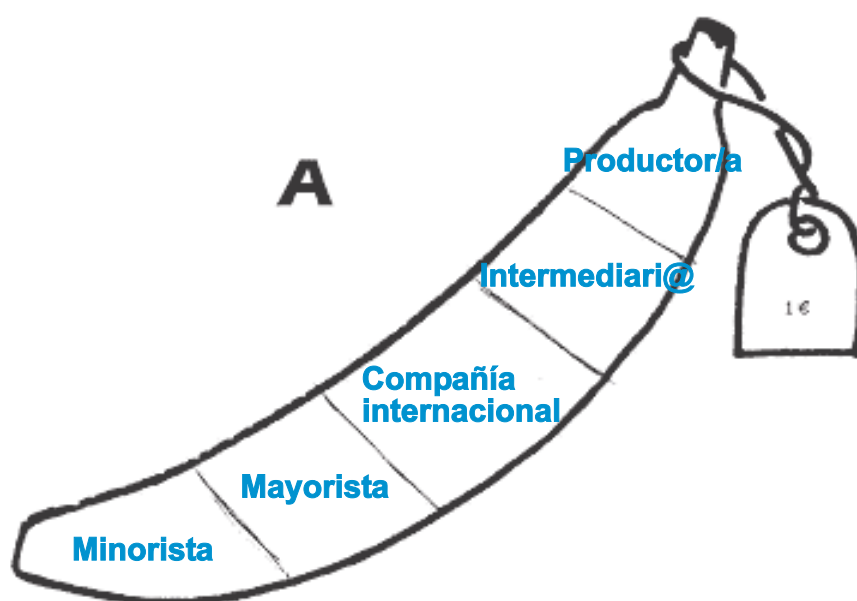


ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

COMPAÑÍA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN.

Representáis a una compañía internacional de alimentación.

- Entre otras cosas trabajáis con plátanos.
- Tenéis grandes plantaciones de plátanos en Ecuador, con personas trabajando a sueldo y conseguís una producción propia que vendéis por todo el mundo.
- Así y todo os interesa comprar más plátanos al intermediario de la zona para dominar más el mercado internacional.
- Un plátano viene a costar 1 €. Teniendo en cuenta tus gastos y tu trabajo, ¿cuánto te corresponde?.
- Estáis entre el intermediario o intermediaria y la mayorista o el mayorista, tendréis que negociar.

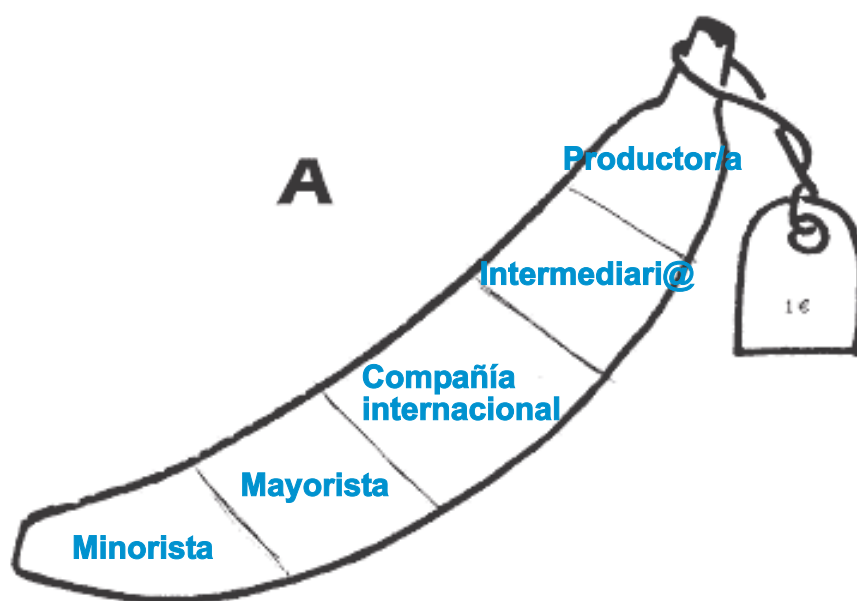


ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

MAYORISTA.

Representáis a una mayorista o un mayorista (Gran tienda)

- Compráis los plátanos a la compañía internacional de alimentación y los vendéis a las tiendas.
- Un plátano viene a costar 1 €. Teniendo en cuenta tus gastos y tu trabajo, ¿cuánto te corresponde?.
- Estáis entre la compañía internacional de alimentación y el minorista o minorista (tienda pequeña), tendréis que negociar.

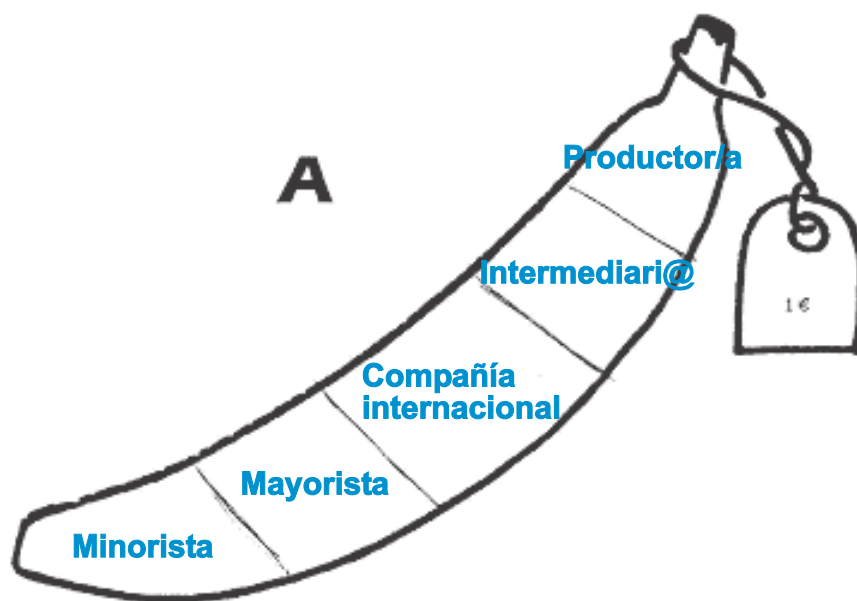


ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

MINORISTA o PEQUEÑA TIENDA

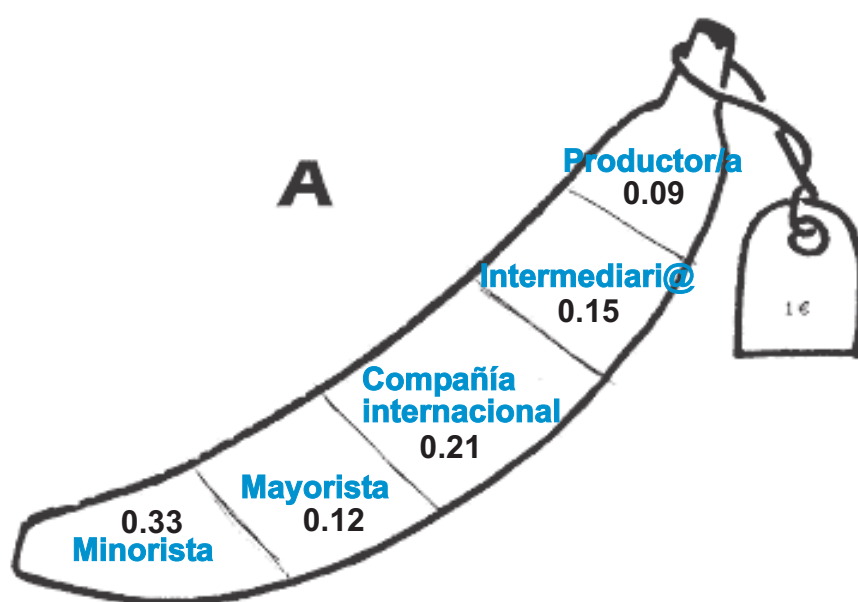
Representáis a una minorista o un minorista.

- Tenéis la tienda del barrio, que compra los plátanos a un mayorista o una mayorista (tienda grande o almacén).
- Las ganancias que tienes que sacar de cada plátano tienen que ser grandes, porque no es mucha la cantidad que vendes.
- Un plátano viene a costar 1 €. Teniendo en cuenta tus gastos y tu trabajo, ¿cuánto te corresponde?



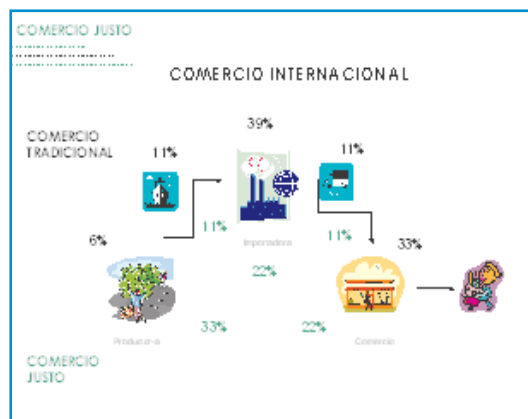
ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

DISTRIBUCIÓN REAL DEL PLÁTANO



ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 2: PowerPoint Comercio Justo (CD)



- COMERCIO JUSTO
- CRITERIOS
- Producciones
 - Igualdad entre hombres y mujeres
 - No explotación infantil
 - Salarios dignos
 - Condiciones de trabajos dignos
 - Funcionamiento de trabajo democrático
 - Proyectos de necesidades básicas en las comunidades de los agricultores.
 - Productos
 - Respeto el medio ambiente
 - Productos de calidad
 - Importadoras - Comercios
 - Información, formación y sensibilización a las personas consumidoras sobre el comercio justo



- COMERCIO JUSTO
- ¿Dónde encontramos productos comercio justo?
- Tiendas Comercio Justo
 - Tiendas on-line
 - Catálogos
 - Supermercados
 - Empresas
- 
- 

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

3.7. TALLER DE CONSUMISMO Y PUBLICIDAD

TEMA	Consumismo, publicidad, contrapublicidad, género.
EDAD	Mayores 20 años
Nº PARTICIPANTES	Mínimo 5 Máximo indefinido
DURACIÓN	1-2 horas (dependiendo de la cantidad de videos que se vean, la participación de la gente...
RECURSOS NECESARIOS	Videos. Ordenador y cañón. Altavoces
ANEXOS	Anexo 1: Anuncios años 60-70-80 Anexo 2: Anuncios actuales Anexo 3: Publicidad y contrapublicidad
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">▪ Analizar la publicidad de antes y ahora y ser tener una visión crítica sobre la información que nos ofrece de la publicidad entre las diferentes partes de la cadena para el desarrollo de un comercio más equitativo y justo.

Descripción de la actividad:

- Se realiza el visionado de anuncios publicitarios de los años 60-70 y 80(anexo 1). Y la persona responsable del grupo realiza las siguientes preguntas, ¿Cómo eran los anuncios de antes?, ¿Que nos vendían? ¿Era necesario o no? ¿Cual era el papel de las mujeres y el de los hombres? ¿Qué nos cuentan de los productos?
- Tras contestar las preguntas se realiza el visionado de anuncios publicitarios actuales(anexo 2) y se realizan las mismas preguntas. Se comparan todos los anuncios publicitarios de antes y ahora sobre la diferencias de información, productos, estereotipos, el papel de la mujer ...

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

- Para trabajar los estereotipos de la mujer se realiza el visionado del video cambio de look (anexo 3).
- Para terminar la persona responsable del grupo hace referencia a la Contrapublicidad, y se realiza el visionado de 2 anuncios y su Contrapublicidad (anexo 3)
- Tras el visionado se recoge las sensaciones y opiniones del grupo.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 1: Anuncios años 60-70-80

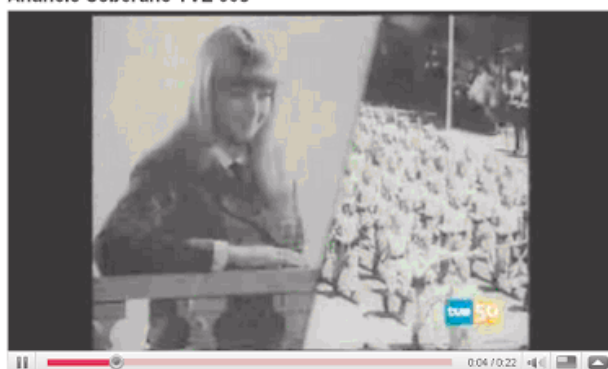
On-line:

Anuncios antiguos



<http://www.youtube.com/watch?v=khILPWzKv9U>

Anuncio Soberano TVE 60s



http://www.youtube.com/watch?v=nj_SocH1ovA

Anuncio machista



<http://www.youtube.com/watch?v=X56kLQOdoJg&NR=1>

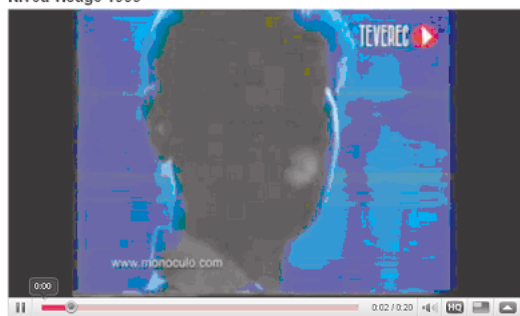
ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anuncio Electrodomésticos Aspes 60s



<http://www.youtube.com/watch?v=zHLYHQ0H4ho&feature=related>

Nivea visage 1999



<http://www.youtube.com/watch?v=4xhWnpMCBw>

Anuncio Maestro Limpio 80s (Mexico)



<http://www.youtube.com/watch?v=DTSNLBsrbpl>

crema hidratante bronze y super bronze



<http://www.youtube.com/watch?v=1vAt64Opo9g>

Descarga:

<http://www.bajaryoutube.com/>

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 2: Anuncios actuales

On-line:

Anuncio lavadoras



<http://www.youtube.com/watch?v=0cQcHa1Dc84>

People Agency anuncio tv Kalia



<http://www.youtube.com/watch?v=eYs68Go11To&feature=related>

anuncio caja madrid



<http://www.youtube.com/watch?v=lZSNF6cq0LI>

Descarga:

<http://www.bajaryoutube.com/>

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 3: Publicidad y Contrapublicidad

On-line:

Male Dove Photoshop Effect



<http://www.youtube.com/watch?v=jGuU3c60B4Y>

Dove evolution - cambio de look



http://www.youtube.com/watch?v=59a-Vuf1p_I

Nueva campaña Endesa, Hijos



<http://www.youtube.com/watch?v=2mGv2g1unpw>

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Contrapublicidad. Endesa, para los hijos de tus hijos



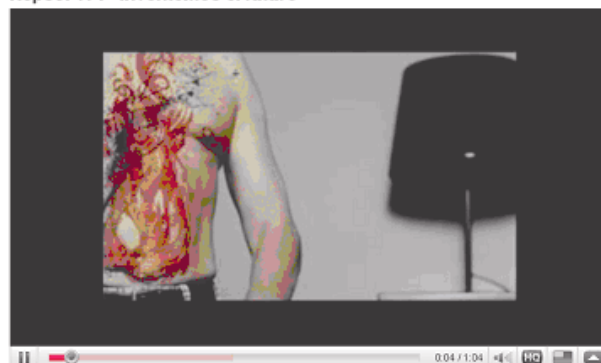
http://www.youtube.com/watch?v=S_pp8tvfndM

Inventamos...



<http://www.youtube.com/watch?v=QKITJK2Y2tM&feature=related>

Repsol YPF 'Inventemos el futuro'



<http://www.youtube.com/watch?v=E69TK0WjM0Q>

Descarga:

<http://www.bajaryoutube.com/>

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

3.8. PROPUESTAS DE CONSUMO

TEMA	- Consumismo - Consumo Responsable
EDAD	Mayores de 18 años
Nº PARTICIPANTES	Mínimo 4-5 personas Máximo 30 personas
DURACIÓN	1 hora y media
RECURSOS NECESARIOS	- Rotuladores - Papel de estraza - Ordenador - Cañón
ANEXOS	Anexo 1: Power Point Consumo Responsable Anexo 2: ideas de consumo por partes
OBJETIVOS	▪ Conocer las opciones que tenemos como personas consumidoras para realizar un consumo responsable ético, crítico y solidario.

Descripción de la actividad:

- La persona responsable del grupo explica que es el consumismo y el consumo responsable. Del mismo modo trabajara las consecuencias que conlleva la práctica del consumismo y del consumo responsable, con la ayuda del Power Point Consumo Responsable (anexo 1).
- Una vez acabada la explicación, la persona responsable del grupo pega papel de estraza en la pared o utiliza la pizarra para dibujar una cabeza.
- Tras dibujar la cabeza la persona responsable pregunta al que aspectos del consumo responsable tienen que ver con las diferentes partes de la cabeza (ojos, boca,

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

orejjas,...). Una persona del grupo o el responsable recoge las propuestas Consumo Responsable del grupo

- Una vez que terminado con las propuestas de la cabeza, se pasa a otras partes del cuerpo: tronco, manos..
- La persona responsable del grupo se puede apoyar en el documento, Ideas de consumo por partes (anexo 2).
- Para finalizar, se realizará un repaso de los conceptos de consumismo y consumo responsable. Y se realiza la lectura de las propuestas recogidas en la actividad par conocer las opciones que tiene cada persona para realizar un consumo responsable ético, critico y solidario.

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 1: Power Point (CD)

CONSUMO RESPONSABLE

¿Qué es el consumismo?

Consumismo es un término que se utiliza para describir los efectos de igualar la felicidad personal a la compra de bienes y servicios o al consumo en general. También se refiere al consumo o desmedido de bienes y servicios en la sociedad contemporánea que impacta seriamente en los recursos naturales y el equilibrio ecológico.

¿ que conlleva el consumismo?

- ▶ Es dañino para el equilibrio ecológico en su totalidad por el excesivo consumo de recursos naturales.
- ▶ Aumento de gastos de forma innecesaria comprando cosas que no necesitamos.
- ▶ Algunas opciones consumistas son menos saludables que las que no lo son.

¿somos consumistas?

¿Por qué?

La alternativa al consumismo es:

EL CONSUMO RESPONSABLE

¿Qué es el consumo responsable?

Entendemos por CONSUMO RESPONSABLE la elección de los productos y servicios no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social, y por la conducta de las empresas que los elaboran.

¿consumimos en base a la calidad?

¿consumimos en base al precio?

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

¿consumimos en base al impacto ambiental?

¿consumimos en base al impacto social?

¿consumimos en base a la conducta de las empresas que la generan?

¿es posible conjugar todos estos factores a la hora de comprar un producto?

¿nuestras acciones diarias entran dentro del modelo del consumo responsable?

¿podemos hacer más?

¿Qué?

CONSUMO RESPONSABLE

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

Anexo 2: ideas de consumo por partes

CABEZA

- OJOS:

Mirar la publicidad de forma crítica
Leer sobre prácticas de consumo responsable
Usar bombillas de bajo consumo para leer

- BOCA:

Consumir alimentos producidos en los países del Norte
Consumir alimentos ecológicos
Consumir productos de comercio justo

- OREJA:

Escuchar la publicidad de una manera crítica

- CEREBRO:

Intentar estar informados y concienciarnos
Cuando compramos algo pensar si de verdad lo necesitamos

TRONCO

- ESTOMAGO:

Consumir productos producidos en los países enriquecidos
Consumir productos ecológicos
Consumir productos de comercio justo
Consumir productos libres de transgénicos
Producir hortalizas en tu balcón

ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO PARA PERSONAS ADULTAS

- VESTIR:

Procurar comprar ropa producida en países enriquecidos y de empresas que practican un mercado justo

- AGUA:

Poner dosificador de agua en todos los grifos

Cerrar los grifos cuando no sea necesaria el agua

Utilizar el agua de la lluvia para regar

- ELECTRICIDAD:

Desenchufar los cargadores cuando no se utilicen

Usar bombillas de bajo consumo

Apagar la luz cuando no sea necesaria

Apagar los pilotos rojos de los diferentes aparatos electrónicos



**ENLACES DE
INTERÉS Y
BIBLIOGRAFÍA**

ENLACES DE INTERÉS Y BIBLIOGRAFÍA

Web y Blog

www.universidadruralpf.org/
www.larebeliondelosproductos.org/
www.opcions.org/cast/
www.consumeycalla.es
www.biolur.net
www.ozonalia.org
www.e-comerciojusto.org
www.viacampesina.org
www.fiare.org
www.notecomaselmundo.org
www.supermercadosnogracias.info
www.greenpeace.es
www.terra.org/
www.ropalimpia.org/
www.consumehastamorir.org
www.nodo50.org/consumirmenosvivirmejor
www.consumesoteconsumen.blogspot.com/
www.consumoresponsable.org
www.attac.es
www.basurama.org
www.veterinariosinfronteras.org
www.ecologistasenaccion.org/spip.php?rubrique202
www.edpac.org

Tiendas on-line

www.solidarte.net
www.olokuti.com
www.adaiwa.com
www.alternativa3.com
www.comerciojusto.com

ENLACES DE INTERÉS Y BIBLIOGRAFÍA

www.consumosolidario.org
www.equimercado.org
www.tiendamundos.com
www.mundosolidario.net
www.kidenda.org
www.ideas.com
www.brujulasur.org
www.mandacaru.es
www.worldofgood.ebay.com
www.intrepidamu.com/
www.sindesperdicio.es
www.nagore.es
www.ecologicaltshirts.com/
www.camisetasolidaria.es/fvf/index.asp

BIBLIOGRAFIA

- TONI LODEIRO, Consumir menos para vivir mejor. Txalaparta, Tafalla, 2008
- MONTAGUT, XAVIER Y VIVAS, ESTHER, Del campo al plato, Icara, Barcelona, 2009
- CANTOS, EDUARD, El porqué del Comercio Justo, Icara, Barcelona, 1998
- HEGOA, Fichero de actividades para trabajar la solidaridad, Hegoa
- MONTAGUT, XAVIER Y VIVAS, ESTHER, Supermercados, no gracia, Icara, Barcelona, 2007
- CELORIO, GEMA y LÓPEZ DE MUNAIN, GEMA, Diccionario de Educación para el Desarrollo, Hegoa, Bilbo.
- FERNÁNDEZ SUCH, FERNANDO, Soberanía Alimentaria, objetivo político de la cooperación al desarrollo en zonas rurales, Icaria, Barcelona, 2006
- INTERED, Juegos Cooperativos de mañana y de hoy, Intered, Donostia, 2004.