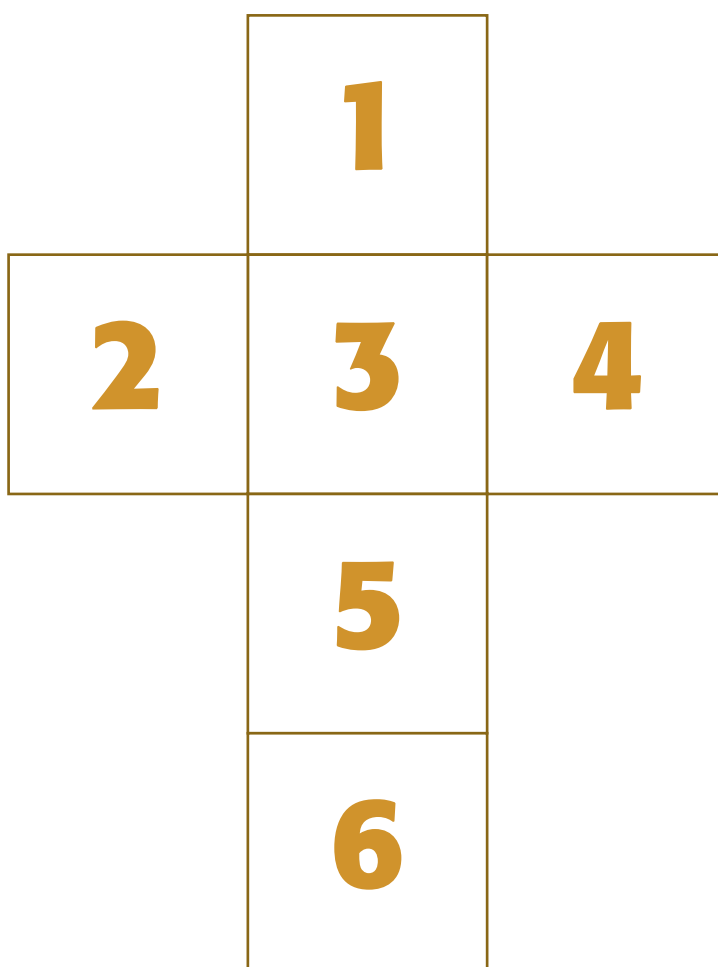


**ACTIVIDADES**

1. Esto es una competición: Gana el equipo que más cubos construya. Los cubos deben cumplir todas las condiciones: Medidas, fabricación, calidad...
2. Se puede negociar durante la actividad, pero sólo a través de un representante. Como habrá varias negociaciones, los miembros del grupo se pueden turnar.
3. Los conflictos los solucionará el Profesor/a, cuyo criterio será inapelable.



ACTIVIDADES

1. Selecciona alguno de los textos propuestos para la reflexión y léelo.
2. Tras ello, interpreta tu papel de: empresario, intermediario o trabajador.
3. Debate y discute durante 10 minutos con otros dos compañeros/as tuyos y alterna los papeles cada 10 minutos.
4. Transcurrido el tiempo, ya en gran grupo, expón lo más llamativo que haya sucedido en cada conversación.

TEXTOS

Texto 1

Quality Garments es el nombre de un fabricante de ropa del polígono industrial de Sonapi, en Puerto Príncipe (Haití). Los trabajadores están hacinados en naves mal iluminadas y sofocantes. El aire está lleno de polvo y desechos de tejidos, no hay ventilación y el suelo está atestado de montones de material. Los trabajadores de semblante triste y cansado se esfuerzan por trabajar bien con unas máquinas de coser que pueden superar los veinte años. Cosen ropa para K-Mart, un distribuidor de Norteamérica, y pijamas de Mickey Mouse y de Pocahontas para Walt Disney.

Los trabajadores de Quality Garments trabajan entre 8 y 10 horas, seis días a la semana. En períodos punta, deben trabajar también el domingo. Trabajadores entrevistados en agosto de 1995 afirmaron haber trabajado siete domingos seguidos. En otras palabras, trabajaron 50 días sin descanso, con un horario semanal que podía llegar a las setenta horas, y eso durante la estación más calurosa del año. En muchos casos, su sueldo es de 15 «gourdes» o 1 dólar al día, una cantidad muy inferior al sueldo mínimo legal de 2,4 dólares al día. A los trabajadores se les paga por prenda cosida. El nivel de producción que les permitiría ganar el sueldo mínimo sobrepasa la capacidad de la mayoría de ellos. Así, una costurera experimentada debería coser 204 bajos de pijamas al día para ganar 40 «gourdes» o sea 2,67 dólares al día. Sin embargo, en 8 horas sólo puede coser 144 prendas, por lo que no recibe más que 28 gourdes, el equivalente de 1,87 dólares. En estas condiciones, un trabajador medio sólo puede ganar la cuarta parte de lo que necesita para satisfacer las necesidades básicas de una familia de cinco personas.

<http://www.eurosur.org/EFTA/2000/textil.html>

Texto 2

En 1992, se acusó a la empresa americana Levi's de vender tejanos confeccionados por inmigrantes chinos trabajando en condiciones próximas a la esclavitud. Levi's reaccionó adoptando un código deontológico y promocionándose como un precursor en este campo, con un gran despliegue de actividad mediática. Se comprometió a escoger los sitios de producción en función de criterios laborales, sociales y medioambientales y a no asociarse a quienes no respeten su código. En la actualidad, el código de conducta de Levi's sigue siendo uno de los más estrictos adoptados de forma voluntaria por una empresa. Después de su adopción, Levi's rompió sus relaciones comerciales con Myanmar (Birmania) y Perú en 1992, y con China en 1993. Actualmente, lleva a cabo una investigación de otros 600 proveedores asiáticos. Según la empresa, esta investigación ha llevado a la ruptura total con el 5% de sus proveedores y a la mejora de las condiciones de trabajo en el 25% de los proveedores visitados.

Puesto que reconocen la responsabilidad de las marcas y de los distribuidores por las prácticas observadas en toda la cadena de producción, los códigos de conducta adoptados por las empresas son una herramienta valiosa para los organismos de defensa del consumidor, los sindicatos, las organizaciones de Comercio Justo y las organizaciones sociales. Sin embargo, su efecto será limitado mientras las multinacionales se nieguen a someter su código a un control independiente, puesto que no pueden garantizar al consumidor el respeto de los derechos humanos en el trabajo.

<http://www.eurosur.org/EFTA/2000/textil.html>

Texto 3

En su código de conducta, Reebok afirma que "no trabajará con empresas que utilizan trabajo forzado". Sin embargo, los trabajadores de la fábrica de Yong Shing que pertenece al grupo industrial Liang Shing (socio de Reebok) sólo pueden salir de noche del recinto de la fábrica los fines de semana. De día, unos guardias vigilan constantemente a los trabajadores que van al comedor o al dormitorio. Una trabajadora dijo: "La fábrica es de hecho un campo de concentración. Somos presos sin ser criminales."

<http://www.eurosur.org/EFTA/2000/textil.html>

Texto 4

La "Clean Clothes Campaign" o el poder del consumidor.

La "Clean Clothes Campaign" tiene por objetivo animar a las marcas y los distribuidores a que adopten un código deontológico que haga referencia a las convenciones fundamentales de la OIT arriba mencionadas, al respeto de unas condiciones mínimas de higiene y seguridad y de una remuneración que tenga en cuenta el sueldo mínimo del país. El código deontológico requiere un sistema de acción judicial y un control independiente. A las marcas y los distribuidores que firmaran un código de este tipo y que lo aplicaran, se les otorgaría un aval que sería una garantía de respeto de los derechos humanos en el trabajo.

La "Clean Clothes Campaign" pretende invitar a las marcas y los distribuidores a que usen de su poder, no para romper con los subcontratistas que violen los derechos del trabajador, sino para mejorar las condiciones de trabajo en cada etapa de la cadena de producción de la ropa que venden.

En la actualidad, esta campaña internacional se lleva a cabo en los Países Bajos, Bélgica, Suecia, España, Alemania, Suiza, Reino Unido e Italia. En cada país, sindicatos, consumidores, organizaciones de Comercio Justo, movimientos de jóvenes y de mujeres, así como ONG de cooperación han constituido coordinadoras y se han hecho acciones conjuntas para concienciar al público y negociar con las empresas del sector de la confección. Las coordinadoras de cada país intercambian información y promueven la creación de redes de organismos de trabajadores y ONG en los países productores. En Francia y Bélgica, las organizaciones de Comercio Justo juegan un papel decisivo en estas coordinadoras.

En mayo de 1997, el Parlamento Europeo elogió esta campaña e invitó a la Comisión a que le diera su apoyo activo. Habrá quizá una oportunidad para dar este apoyo en la primavera de 1998. Gracias a la "Clean Clothes Campaign", el Tribunal permanente de los pueblos celebrará una sesión en Bruselas, para debatir sobre los derechos humanos en el trabajo, haciendo referencia explícita a las violaciones de estos derechos en el sector de la confección.

<http://www.eurosur.org/EFTA/2000/textil.html>

Texto 5

Detrás de las marcas

Yennué Zárate, Punto G. España, mayo del 2005.

Muchas de las marcas que consumimos sacan provecho del trabajo infantil, la explotación laboral, destrucción al medio ambiente y maltrato a animales. Algunas marcas tienen una imagen perfecta, pero a su reverso encontramos malas políticas laborales y ambientales.

Esta mala publicidad rodea muchas empresas, entre ellas: Nike, Gap, McDonald's, Starbucks y la lista es larga. Las acusaciones no son rumores sin fundamento, van más allá, son reportes de organizaciones no gubernamentales prestigiadas, así como investigaciones periodísticas e información de sindicatos. Estas instancias, han sacado a luz las actividades controvertidas de las marcas más deslumbrantes del mercado internacional y han sacudido a los consumidores, originando un nuevo tipo de consciencia en su consumo, más solidario con el otro lado de la cadena de producción.

Las marcas para mantener su prestigio, destinan sus ganancias a millonarias campañas publicitarias, su forma de ahorro son los sueldos de sus trabajadores y sus condiciones de producción. A mediados de los 90, comenzaron a publicar y denunciar los lesivos sistemas de explotación laborales en maquiladoras de Gap, Disney, Mattel, entre otras. Las empresas contrataban niños en plantas de Asia, particularmente Indonesia y China. La empresa Gap, tiene un largo historial de explotación, en sus maquiladoras o "fábricas de sudor" -término acuñado por las condiciones laborales-, las costureras son obligadas a hacer horas extras sin remuneración, son sometidas a pruebas de embarazo y acoso sexual.

De igual forma, la Nike, tiene un problema creciente con la explotación laboral en sus maquiladoras en países en vías de desarrollo, entre ellos Indonesia, China y El Salvador. Sus salarios extremadamente bajos (4 dólares al día), unidos a malas condiciones laborales y la explotación (jornada laboral de 15 horas/7 días por semana), falta de normas de salubridad, acoso sexual y contratación de niños.

Otra de las marcas más controvertidas es McDonald's, puesta al escrutinio público por dos ecologistas británicos que denunciaron a la empresa por diversos abusos, entre ellos desmantelar sindicatos de sus trabajadores y contaminación ambiental. La empresa buscó desacreditar imputaciones y finalmente fue exonerada. Pero, denuncias posteriores no cesaron, y hasta ahora continúan imputaciones por las consecuencias ambientales y ganaderas que ocasiona el consumo industrial de carnes. Así como, paradójicamente los juguetes de la 'cajita feliz' son fabricados por niños en maquiladoras chinas.

A la empresa petrolera Shell, le tocó "sufrir" el caso de Ken-Saro-Wiwa. El escritor y ecologista nigeriano, fue encarcelado por organizar protestas por los efectos ambientales devastadores de la extracción de petróleo de la empresa en Nigeria. El gobierno militar nigeriano que lucraba con esta corporación, hizo caso omiso a las exigencias de organizaciones de derechos humanos para su liberación. Por el contrario, en 1995 Saro-Wiwa junto a ocho activistas nigerianos, fueron ejecutados.

Starbucks, marca líder en cafeterías en EEUU y Europa, compra café en países como México y Guatemala, a unos 30 pesos por kilo a los campesinos, y lo vende a 300 pesos al público. Argumentan que pagan mejor que nadie, pero aun así, el porcentaje de ganancia es gigantesco.

En este caso, como en muchos otros, organizaciones promueven el "Comercio Justo" para los productos, que garantiza que el producto que se compra ha sido comercializado bajo las condiciones de este acuerdo internacional de comercialización. Para obtener esta certificación, el importador debe cumplir el criterio internacional de pagar el precio mínimo por libra de \$1.26, proveer crédito necesario a los agricultores y dar asistencia técnica para la transición a la agricultura orgánica.

El Comercio Justo puede ser una alternativa, sobretodo en caso de productos alimenticios, lo único es que por ser una iniciativa relativamente nueva, en México no existen tiendas de este tipo al alcance de muchos.

Toda esta información del otro lado de las marcas ha causado revuelo en la sociedad civil. Se promueve un “consumo consciente”; no se trata de culparnos cada vez de compramos algo, se trata de estar atento y saber qué estamos consumiendo, dónde se hicieron mis pantalones, quién fabricó mi sudadera, de estar al tanto, si hubo niveles de vida dignos en el otro lado de la cadena de producción. Porque no sucede en un lugar lejano: sucede aquí mismo en maquiladoras mexicanas.

http://www.lainsignia.org/2005/mayo/soc_002.htm

Texto 6

La OIT denuncia que en España trabajan 200.000 menores de 14 años, sobre todo en el sector del calzado

350 MILLONES EN TODO EL MUNDO

2006-05-27

EFE

GINEBRA. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) denunció que en España se calcula que hay 200.000 trabajadores menores de 14 años, “muchos de los cuales trabajan en pequeñas empresas en condiciones de subcontratación, especialmente en la industria del calzado”.

Según el informe ‘Un futuro sin trabajo infantil’ presentado en Bruselas, el trabajo infantil no se limita a los países en vías de desarrollo, pues en los países desarrollados también se presenta, en especial, en el sector de las manufacturas. Así, cita expresamente dentro de la UE, además de España, a Portugal e Italia.

En todo el mundo, un total de 246 millones de niños, es decir, uno de cada seis entre 5 y 17 años, trabajan de alguna u otra forma, según este informe, así como que 179 millones de ellos lo hacen en las peores modalidades de este fenómeno aún extendido en todo el globo como la esclavitud, la explotación sexual o la servidumbre.

En Portugal, la cuestión del control de ese problema ha pasado a ocupar un lugar prioritario en el programa del Gobierno “porque se ha descubierto que hay un número considerable de niños que trabajan en las industrias textiles, de las prendas de vestir y del calzado”. En el sur de Italia, cita, “hay niños que trabajan en pequeños talleres industriales o manufactureros sin condiciones de seguridad, por cantidades muy inferiores al salario equivalente de un adulto”. Según la Federación de Sindicatos Italiana, 400.000 niños de entre 11 y 14 años que trabajan, el 10% se dedica a la construcción.

Dentro de la cifra global, la OIT incluye el trabajo realizado por niños que no alcanzan la edad mínima estipulada en la legislación nacional o en las normas internacionales para un tipo especial de trabajo, el trabajo peligroso que puede perjudicar el bienestar físico, mental o moral del niño, ya sea por su naturaleza o por las condiciones en que se realiza, y las formas “incuestionablemente” peores del trabajo infantil, tal y como se definen en el Convenio sobre tales prácticas de 1999 (esclavitud, servidumbre, explotación sexual,...).

Aunque la pobreza es un factor importante que alimenta este fenómeno, existen otras muchas causas como, por ejemplo, la inestabilidad económica y política, la discriminación, la migración, a explotación criminal, las prácticas culturales tradicionales, la falta de trabajo decente para los adultos, una protección social inadecuada, la falta de escuelas y el deseo de bienes de consumo.

Texto 7

Un semanario de Portugal denuncia que una empresa subcontratada por Zara explota a niños

INDITEX DICE QUE INVESTIGARÁ EL CASO

2006-05-27

www.elmundo.es

LISBOA.- La empresa española Inditex propietaria de la marca Zara, dice que investigará la supuesta utilización de niños para coser sus zapatos por una fábrica subcontratada en Portugal, según publica el semanario luso 'Expresso'.

La mencionada revista, que sale los sábados, publica un reportaje sobre el trabajo infantil en Portugal centrado en Carlitos y Miguel, dos niños de 11 y 14 años respectivamente, que cosen en el interior de sus casas zapatos de la marca Zara.

Portada del suplemento 'Única', del semanario 'Expresso', que incluye el reportaje.

Residen en la zona rural de Felgueiras, en el norte de Portugal, una región muy deprimida, en la que antes había fábricas textiles y de calzado que acabaron cerrando.

"Carlitos, 11 años: 0,20 por zapato", titula la portada del suplemento 'Única', del semanario 'Expresso', que incluye el reportaje. En la información, Carlitos cuenta que por cada par que cosen les pagan 40 céntimos, así que, si cosen 50 pares, les darán 20 euros.

Un par de zapatos como el que él cose cuesta 40 euros en una tienda de Oporto, señala la publicación, que destaca que este domingo es el Día Mundial del Niño.

Las páginas interiores muestran imágenes de los niños cosiendo zapatos con el sello de la mencionada marca y con las manos protegidas por gruesos dedos de cuero.

El semanario 'Expresso', en una información adicional al reportaje deja hablar a Inditex sobre el caso denunciado. La empresa española explica a la revista que consiguió averiguar que los zapatos son producidos en una fábrica subcontratada en la región norte del país y que en una auditoría realizada el año pasado a esta empresa no se observó nada sobre explotación infantil.

"Éste es un caso gravísimo. Tenemos un código de conducta muy rígido, que prohíbe el trabajo infantil en nuestras empresas externas", declaran a la publicación responsables del gabinete de comunicación de Inditex. "Vamos a confirmarlo primero, pero, si es verdad, Inditex será implacable. Esa fábrica dejará de trabajar para nuestro grupo", asegura la fuente.



ACTIVIDADES

A partir de alguna de las palabras que se indican a continuación, debéis construir vuestro propio himno para la paz. Lo que cada uno aporte debe estar en armonía con lo que hagan los demás para que el conjunto tenga sentido.

Palabras propuestas:

Solidaridad, acuerdo, concordia.

Justicia. Libertad, formación, Dios.

Respeto, tolerancia, dignidad.

Fraternidad, cooperación, consenso.

Autoestima, perdón, reconciliación. Armonía.

Racismo, xenofobia, terrorismo, fascismo. Enfrentamiento.

Derechos humanos, gratitud, honestidad, compasión, servicio, alegría, compartir, responsabilidad, cooperación, autenticidad

Las fases son:

FASE 1:

Individual.

Debes construir una frase sobre la paz con esa palabra.

FASE 2:

Grupo pequeño.

En grupo, con las frases de cada uno de sus miembros, se elabora una estrofa.

FASE 3:

GLOBAL.

Se unen las estrofas y se eligen los versos más significativos para establecer el estribillo.

FASE 4:

FINAL.

Se recita entre todos. Se puede aprender de memoria. Puede servir de himno de la clase, o de oración para diversas celebraciones.



ACTIVIDADES

Activity 1. Read this text carefully using the vocabulary.

The World Bank and the International Monetary Fund (WB and IMF) constitute, together with the regional banks of *Development*, the denominated Multilateral Financial Institutions. Both saw the light of day at a time, in July 1944, in an International Conference on Monetary and *Financial Matters* convoked by Roosevelt, the North American President(...) at that moment.

The aim of this meeting was to learn from the past, in an attempt to avoid the repetition of the errors of «economic *misgovernment*» committed after World War I (that, followed by the Great Depression and the policies of «*impoverishing the neighbour*», had served as a breeding ground for attitudes that had a lot to do with the outburst of World War II)(...) The meeting aimed at creating a new international economic order, integrated by three main aims: a new monetary and financial system, *a frame to regulate commerce* and lastly, *conditions for economic growth and full employment*. (...)

Although we generally speak of the World Bank as a single institution, in reality it is a group of associated organisations, which constitute the so-called «World Bank Group». (...) The United States have currently 18% of the votes in the IMF, more than the whole of Latin America, western Asia and sub-Saharan Africa put together. In the World Bank, the per capita vote of North American citizens is equivalent to 38 times the vote of Chinese *citizens*, and the G7 as a group has as much as 45% of the votes.

(...) During the more than 50 years that have elapsed since the famous Conference, international economy has gone through radical changes. The world for which the Bank and the Fund were created no longer exists. The influence, however, that they exercise from their headquarters in Washington DC is greater than ever, especially in *developing countries*. (...)

(...) And so, the average growth of per capita income in countries that applied *social adjustment programs* to that «old-fashioned» economic policy not only did not rise but it actually fell 0.5% during the first half of the 1990s. Even in countries that registered higher growth rates, **this growth** on rare occasions **was translated into a significant reduction of poverty**. In a city like Ghana, that obtained an annual growth of 4% at the end of the 1990s, a person on an average level of poverty would have to wait another 30 years before expecting to be less poor.

This fact gives rise to one of **the debates that were produced** between defenders and detractors of the World Bank and the IMF(...).

As far as social indicators are concerned, the pressure exercised in *adjustment programs* in favour of costs recovery (through tax levies designed to get the population to cover part of the expenses that originally was paid for by the State) have also been felt in the access of the poorer people to basic social services.

In Zimbabwe, for example, **expenditure in primary health was reduced** by one-third in the first half of the 1990s. To contribute to the financing of services, the government introduced tax payments which implied the exclusion from health care of the very poor.

Marta Arias and José M^o Vera



ACTIVIDADES

Activity 2. ABBREVIATIONS. Complete:

| English meaning | Spanish meaning |
|-----------------|-----------------|
| WB: | BM: |
| IMF: | FMI: |

Activity 3. Active Voice / Passive Voice

REMEMBER:

Passive Voice = Patient subject + TO BE + Past Participle + BY + Agent

- ◆ Write sentences using the following words in the glossary (Activity 1) and the Passive Voice:

- Economic growth: _____
- Cityzens: _____
- Developing countries: _____
- Poverty: _____

- ◆ Change the underlined sentences in the text into the Active Voice.

- This growth was translated into a significant reduction of poverty
Active: _____
- The debates were produced
Active: _____
- Expenditure in primary health was reduced
Active: _____



ACTIVIDADES

Activity 4. Listening and comprehension

- Watch the videos "Katanga aid airdrops", "Drought in Kenya" and "Ronaldinho's advert" from the World Food Programme (www.wfp.org or SED complementary material CD).
- Brainstorm about the main theme in every one.
- Fill in the gaps. Complete these 2 paragraphs after watching the videos.

From "Katanga aid airdrops" video

"The World Food Programme had to resort the airdrops in DRC, in Katanga, because the logistic _____ to get the food by _____ to this area is very _____".

From "Drought in Kenya" video

"... the situation in north east Kenya and _____ Kenya is deteriorating. It's a slow _____ but it is getting _____".

- Copy the message that appears on "Ronaldinho's advert" video and translate it into Spanish.

Message

Translation:

Activity 5. WRITING.

- ◆ Write a 40 / 50 word paragraph expressing your opinion about this text and the situation that it describes. Did you know all this? Share your opinion with your classmates.



ACTIVIDADES

ENCUESTA INICIAL

- ◆ ¿Qué entendemos por Comercio Justo?

- ◆ ¿Es el mercado un motor de desarrollo para todos?

- ◆ ¿Puede el sistema corregir el aumento de las desigualdades?

- ◆ ¿Puede ser el Comercio Justo una alternativa real de mercado?

- ◆ ¿Cuál es la función de las ONG para promover un comercio Norte-Sur más equitativo?

- ◆ ¿Perdura en nuestros días la división internacional del trabajo?

- ◆ ¿Existen reivindicaciones para la transformación del orden económico?

- ◆ ¿La inoperancia del actual sistema puede favorecer el desarrollo de los países más empobrecidos?

¿El Comercio Justo es viable?

Una de las cuestiones que más preocupan es el impacto real que el Comercio Justo produce sobre las comunidades del Sur. Es cierto que las propias comunidades valoran como positivos estos años de funcionamiento y que el volumen de intercambios no ha dejado de crecer. No obstante, también es verdad que todavía son pocas las comunidades que participan en este tipo de comercio y que éstas sólo comercializan una pequeña parte de su producción a través de los canales del Comercio Justo, aproximadamente entre un 5% y un 10%.



Fuente: INTERMÓN, *Norte y Sur*, PPC, Madrid, 1994

No es raro que, ante estas cifras, surja la pregunta de la viabilidad real del Comercio Justo a largo plazo.

La respuesta no puede ser rotunda.

Así, por un lado, y a pesar de la escasa incidencia de los volúmenes que se mueven en las estadísticas mundiales, las comunidades del Sur consideran que esta forma de hacer las cosas es un signo valioso que muestra cómo se puede actuar en el marco del sistema de mercado con criterios de cooperación que superen la competencia salvaje.

Sin embargo, por otro lado, no podemos olvidar que en la generación de la pobreza inciden factores que son previos y que van más allá del comercio internacional: los sistemas de producción, el reparto de la tierra, la marginación de sectores de población, la dificultad de acceder a los bienes y servicios sociales, etc.

Quizás, hoy por hoy, el Comercio Justo no es una herramienta suficiente para promover el desarrollo y superar la pobreza, pero, de lo que no cabe ninguna duda, es que se trata de una iniciativa con un enorme potencial por desarrollar, tanto en los aspectos económicos como en las cuestiones de sensibilización social.

Ficha del alumno n.º 3

Conclusiones del seminario «Comercio Justo, consumo responsable: nuevas perspectivas de las relaciones comerciales Norte-Sur...»

«Las organizaciones empresariales deben introducir y fomentar entre sus asociados códigos de conducta en sus relaciones con sus productores del Sur, difundir los ejemplos positivos en este sentido y crear conciencia de la responsabilidad empresarial en las condiciones laborales de los países más pobres. Las empresas, a título individual, pueden implantar sus propios códigos de conducta y someterlos a sistemas de auditoría y control, para evitar que se queden en meras operaciones de imagen...»

El precio real de las zapatillas deportivas

Un ejemplo ya clásico es el de las zapatillas deportivas. Las marcas más importantes de este sector apenas producen en el Norte. De hecho, las marcas diseñan el producto y después subcontratan empresas en los países del Sur.

El precio que paga el consumidor del Norte tiene, realmente, poco que ver con el precio de la producción y, mucho menos, con lo que recibe la persona que las fabrica.

Márgenes de beneficio:

- De la marca 49%
- Del vendedor 46%
- Del proveedor de material 4%
- De la mano de obra 1%



Por ejemplo, por cada zapatilla deportiva que cuesta 14.000 pesetas en el mercado español la marca recibe 6.860 pts. de beneficio y el vendedor obtiene una ganancia de 6.440 pts. Por el contrario, el proveedor de material en el Sur sólo gana 560 pts. por cada par de zapatillas y, la mano de obra, 140 pts.

Fuente: «El Comerç Just és cosa de tots», Setem

Ficha del alumno n.º 4

El trabajo infantil⁴

De entrada, cuando hablamos de trabajo infantil no estamos hablando de niños y niñas que echan una mano en los trabajos domésticos, o el que durante el tiempo libre ayudan en el campo o en la tienda artesanal de sus padres. Estos trabajos contribuyen a su formación porque educan el sentido de la responsabilidad y enseñan las actividades manuales útiles para su vida.

Nos referimos a situaciones como las que viven millones de niños y niñas que trabajan en condiciones de esclavitud. Según estimaciones de la OIT recogidas en el informe *El estado mundial de la infancia 2000*, en todo el planeta se calcula que hay 250 millones de niños entre cinco y 14 años que se ven obligados a trabajar. Y, entre 50 y 60 millones de ellos, lo hacen, además, en condiciones peligrosas. Son tan sólo estimaciones basadas en la realidad de los países «ricos» puesto que, en los más pobres, es imposible obtener estadísticas fiables.

El mundo según Nike⁵



4. Centro Nuevo Modelo di Sviluppo, *Sobre la piel de los niños. Su explotación y nuestras complicidades*, Acción Cultural Cristiana, Madrid, 1995.

5. Albareda L., Bertrán D., Montagut X., Navarro E., Scoles R., *Gula educativa para el consumo crítico. Materiales para una acción educativa Sur-Norte. Efectos sociales y ambientales de consumo*, SODEPAZ/SODEPAU, Los libros de la Catarata, Madrid, 1998, pág. 275.



ACTIVIDADES

DOCUMENTO 1

EL CAFÉ



“Diógenes fue apresado y llevado al mercado de esclavos para ser vendido. Cuando llegó, se subió al estrado del subastador y gritó: “¡Un señor ha venido aquí a ser vendido! ¿Hay algún esclavo entre ustedes que quiera comprarlo?”

La actual crisis en el mercado del café está destruyendo el medio de vida de 25 millones de productores en todo el mundo. En tres años el precio del café ha caído por lo menos en un 50 por ciento, llegando a los niveles de hace 30 años. Las previsiones a largo plazo son pesimistas.

Los cultivadores de café de los países en vías de desarrollo, la mayoría pequeños productores, venden sus granos de café a un precio muy inferior al coste de producción. Mientras los agricultores venden el café asumiendo fuertes pérdidas, los cafés de marca se venden al público generando importantes beneficios. Las familias que cultivan este café, se ven obligadas a sacar a sus hijos (especialmente a las niñas) de la escuela, no pueden pagar las medicinas básicas y tienen que reducir su alimentación. Los gobiernos ven como se reducen sus ingresos, lo que afecta a los presupuestos destinados a salud y educación, y les fuerza a seguir endeudándose.

Hace diez años los países productores y exportadores recibían una tercera parte del valor del café en el mercado. Hoy reciben menos del 10 por ciento. En los últimos cinco años, el valor de las exportaciones de café han caído cerca de 4.000 millones de dólares; sólo es necesario comparar esta cifra con los 4.700 millones de dólares de deuda que han amortizado Honduras, Vietnam y Etiopía en 1999 y 2000. Sin embargo, los márgenes de beneficio para las grandes compañías son altos: Nestlé tiene un margen medio de beneficio del 26 por ciento en el café instantáneo. Se estima que los beneficios de Sara Lee son en torno al 17 por ciento, muy altos en comparación con los obtenidos por otras marcas de comida y bebida. Esto no sería ningún problema si todos los integrantes de la cadena de producción resultaran beneficiados. Pero la realidad es que el floreciente negocio de las compañías lo están pagando algunas de las personas más pobres del mundo.

El bajo precio del café hace que algunas de las personas más pobres y con menos poder del mundo, tengan que negociar en un mercado libre con algunas de las más ricas y poderosas. El resultado, nada sorprendente, es que los ricos son cada vez más ricos, y los pobres más pobres.



ACTIVIDADES

Actividad 1

Dario es un agricultor del Salvador que vive en una pequeña cabaña a lado de su pequeña porción de tierra donde siembra café. Con él vive su esposa Lucia y sus hijos Fernando y Daniela. Dario quiere sembrar una pequeña superficie triangular que mide de base 100 metros y de altura 2. Si el precio de la semilla del café le sale a 0,50 euros/Kg o por metro cuadrado ¿Cuánto le costara sembrar todo el terreno?.

A Darío le pagan por su café 0,30 euros por kilogramo recolectado. ¿Cuánto dinero ganará Darío para mantener a su familia?



Actividad 2

Se quiere construir un acueducto para transportar agua potable a tres aldeas cercanas situadas en Brasil, en donde existen varias explotaciones de café y donde viven 80 familias que se dedican exclusivamente a la recolección el grano. Desde el pozo hasta la aldea intermedia hay una distancia vertical de 10 km, mientras que las aldeas extremas están separadas 20 Km ¿Cuántos metros de tubería hay que utilizar para construir el acueducto, de tal manera que el abastecimiento del agua a las aldeas se realice de manera directa desde el pozo?



ACTIVIDADES

DOCUMENTO 2

EL COMERCIO INJUSTO DEL CACAO

A lo largo de esta actividad profundizaremos en el comercio de cacao, cuestión fundamental para entender qué pasa entre el cacao y el chocolate.

Productores y consumidores

Exceptuando Brasil, que consume la quinta parte del cacao que produce, el consumo interno es muy bajo en los demás países productores. La mayor parte del cacao se exporta en grano. Su transformación en el Sur sólo juega un papel en Brasil y Costa de Marfil.

Como pasa con muchos otros productos alimenticios dedicados a la exportación, el Sur produce y el Norte consume.

El consumo de cacao (2004)

| Zona | Toneladas |
|-----------------------|-----------|
| Unión Europea | 867.000 |
| Europa excepto la UE. | 240.000 |
| Norteamérica | 643.000 |
| Asia y Oceanía | 244.000 |
| África | 23.000 |

Fuente: Intermón

Actividad 1

A partir de los datos de la tabla anterior, podéis calcular el porcentaje de consumo de las diferentes regiones del mundo y representarla gráficamente.

Consumo de chocolate por países

| País | Kg. Por habitante y año |
|-------------|-------------------------|
| Suiza | 14,4 |
| Reino Unido | 14,0 |
| Dinamarca | 13,4 |
| Noruega | 12,7 |
| Alemania | 12,6 |
| Irlanda | 12,5 |
| El Salvador | 2,3 |
| Guatemala | 1,8 |

Fuente: Intermón

¿Por qué los países productores de cacao exportan los granos de cacao o productos con un bajo nivel de transformación?

Los países productores son pobres, a menudo faltan medios técnicos y conocimientos suficientes para poder elaborar productos derivados del cacao con un alto grado de transformación. Además los países industrializados para proteger su industria, imponen impuestos muy altos para las importaciones de productos manufacturados.

Este impuesto que grava los productos importados se llama ARANCEL.

Fijaos como aumentan los aranceles cada vez que el producto esta más elaborado:

| PRODUCTO | ARANCEL (%) |
|------------------|-------------|
| Cacao | 3 |
| Manteca de cacao | 12 |
| Cacao en polvo | 16 |

Fuente: Anuario de Comercio Justo 1997 (EFTA)

Además de todo lo explicado anteriormente, los productores de cacao se encuentran con otros inconvenientes y es que la producción depende también de factores climáticos . El cacao no soporta temperaturas bajas, siendo su límite medio anual de temperatura los 21 °C. Las temperaturas extremas muy altas pueden provocar alteraciones fisiológicas en el árbol por lo que es un cultivo que debe estar bajo sombra para que los rayos solares no incidan directamente y se incremente la temperatura. El cacao es una planta sensible a la escasez de agua pero también al encharcamiento.

Actividad 2. Ecuaciones climáticas

Las ecuaciones que rigen el tiempo en cualquier parte del mundo están perfectamente calculadas: son ecuaciones con variables tales como temperatura, presión atmosférica, humedad relativa del aire, velocidad del viento, etc. Todas estas variables se funden en un conjunto de ecuaciones más o menos complejas y que con potentes ordenadores es factible resolver. Pero sigue habiendo un margen alto de errores en predicciones meteorológicas que vayan más allá de unos pocos días. ¿Cual es la razón?

La razón es que las ecuaciones que rigen el tiempo forman un sistema caótico. Un sistema de ecuaciones es caótico cuando una pequeña variación en las condiciones iniciales, produce un resultado totalmente diferente en la solución del problema. Para calcular el tiempo que hará mañana, necesitamos, evidentemente, saber cómo está el tiempo el día de hoy. La temperatura en este instante será un valor inicial que habrá que introducir en las ecuaciones para saber el tiempo que hará mañana.

Para comprobarlo resuelve los siguiente sistemas de ecuaciones:

$$\begin{aligned}5x + 7y &= 0.7 \\7x + 10y &= 1 \\5x + 7y &= 0.69 \\7x + 10y &= 1.01\end{aligned}$$

¿Qué diferencias encuentras en las soluciones?



ACTIVIDADES

DOCUMENTO 3

¿SABES QUÉ ES UNA MAQUILA?



La maquila es una empresa que se dedica a montar piezas, elaborando el producto final. Requiere poca tecnología y mucha mano de obra. Las maquilas trabajan para un contratista del Norte quien les proporciona la materia prima o las piezas para ensamblar.

Las maquilas suelen instalarse en las “zonas francas”, que son zonas industriales creadas por los gobiernos del Sur para atraer las inversiones de las grandes empresas llamadas “multinacionales”. Para ello, los gobiernos ofrecen grandes facilidades económicas a las empresas: las empresas no pagan

impuestos, pueden sacar el dinero del país fácilmente y cuentan con infraestructuras y servicios locales.

En las maquilas el trabajo lo realizan principalmente mujeres jóvenes con poca formación sobre sus derechos laborales. Muchas provienen de la zona rural. Los empresarios prefieren contratarlas porque reciben un sueldo más bajo que los hombres. Seleccionan mujeres solas o madres con hijos porque de este modo ejercen mayor presión para que trabajen más horas extra.





ACTIVIDADES

Actividad 1

Lorena es una trabajadora de una maquila textil. Le ha costado mucho conseguir este empleo porque en Nicaragua hay mucha gente en paro. La ropa que produce se vende en Europa y Estados Unidos con etiquetas de marcas muy conocidas.

Su horario de trabajo es el siguiente: de lunes a viernes de 6,45 a 19.00 y los sábados de 6.45 a 14.00.

Estos días está cosiendo camisetas. Cada uno de los trabajadores del taller hace una costura diferente de la camiseta. La producción de camisetas es de 250 por hora. Hay que trabajar muy rápido y sin distracciones : una costura detrás de otra sin levantar la cabeza de la máquina de coser. Las prendas que no están perfectamente acabadas no son aceptadas y se las descuentan.

Algunos días no llega a cumplir las metas establecidas y se tiene que quedar haciendo horas extras, horas que por lo general, no se pagan.

Por otro lado, el salario que le pagan no alcanza para cubrir las necesidades básicas de su familia. En la fábrica además las condiciones de trabajo no son muy buenas: hay pocos baños y hace muchísimo calor casi todo el año porque no hay ventiladores. Si alguna persona se enferma y falta tres días es despedida inmediatamente. Del mismo modo que si no llegan a los objetivos de producción .

Lorena es una madre soltera y tiene tres hijos. A principios de 2005 se le preguntó cuáles eran sus ingresos y gastos diarios. Son los siguientes:

| | |
|---|-------------------|
| Viaje de ida y vuelta en autobús al trabajo | 1,14 Euros |
| Desayuno y comida | 2,28 Euros |
| Cena para ella y sus hijos | 1,95 Euros |
| Alquiler de la casa compartida | 1,68 Euros |
| Gastos de gas y electricidad | 0,63 Euros |
| Total | 7,68 Euros |

Además paga los gastos escolares de sus tres hijos, de **5,57 euros a la semana**, y extraordinarios como zapatos para los niños (entre 11 y 17 euros el par) y gastos médicos (una visita a la clínica pública cuesta 3,43 euros).

Lorena trabaja todo lo que puede, unas 12 horas diarias, a **0,60 euros la hora**. Se levanta a las 4.30 de la mañana y vuelve a casa a las 20.15 h.

¿Qué puede hacer Lorena para cuadrar las cuentas?



ACTIVIDADES

DOCUMENTO 4

LAS ZAPATILLAS DEPORTIVAS: UN GRAN NEGOCIO



La mayoría de los niños/as y adolescentes europeos y norteamericanos tienen unas zapatillas deportivas, como mínimo un par de ellas. Esto supone un negocio grandioso, y todavía más a los precios que están. A la vez, el sector está controlado por unas pocas empresas (sobre todo Nike, Reebok, Adidas y Puma). Nike controla el 31% del mercado de los Estados Unidos de América y en Europa, una de cada veinte personas calza unas Nike, marca que tuvo unos beneficios de 7500 millones de EUROS. en 2004. Aquel mismo año, Reebok había vendido zapatillas por 70 millones de euros. y Adidas por 52 millones .

INVESTIGACION: Ahora os proponemos que, en grupo, hagáis una pequeña investigación para conocer algunos aspectos relacionados con la moda de las marcas, como por ejemplo los motivos que llevan a escoger unas determinadas marcas, y las ventajas o desventajas de estas marcas para el consumidor. Para ello, centrad la investigación en un producto, por ejemplo las zapatillas deportivas, escoged unos almacenes o una tienda de zapatos y preguntad: Las diversas marcas de zapatillas deportivas que tienen a la venta.

- El país de origen donde se fabrican.
- Los modelos diferentes que ofrece cada marca.
- El precio de las diferentes marcas y de los diversos modelos.
- Los precios de esas zapatillas.



ACTIVIDADES

Actividad 1

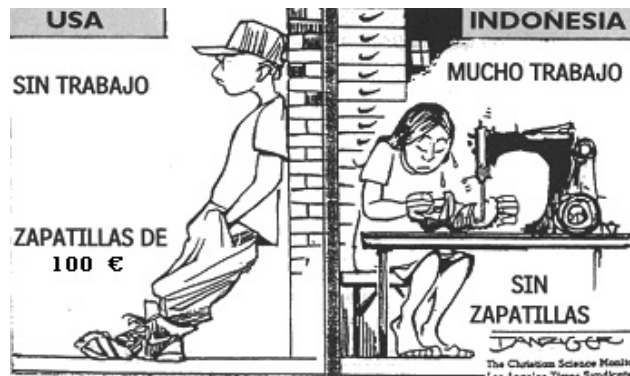
Representar los gráficos obtenidos y exponerlos en un mural.

Todas estas son empresas europeas y norteamericanas, pero su producción está concentrada en el Sudeste asiático para aprovechar sobre todo los bajos costes salariales. A pesar de todo, pocos beneficios quedan en el Sudeste asiático.

Podéis reflexionar sobre este tema a partir de los datos que os proporcionamos.

Reparto de costos del sector de zapatillas deportivas en Euros

| | |
|-----------------------------------|------------------|
| Material | 4,7 euros |
| Mano de obra | 1,3 euros |
| Gastos y beneficios de la empresa | 62 euros |
| Beneficio de los vendedores | 57 euros |
| TOTAL | 125 euros |



Actividad 2

- Calcular los porcentajes del reparto de costos del sector de zapatillas deportivas.
- ¿Qué tanto por ciento del dinero que pagáis por dichas zapatillas se dedica a pagar a los trabajadores que las fabrican?
- Si para Nike la inversión en contratos con deportistas supone entre un 5 y un 7% de sus ingresos, calculad qué os "cobra" Nike por esponsorización al comprar unas zapatillas que valgan 60 euros, por ejemplo. (Recordad que esto no incluye el conjunto de gastos en publicidad, sino sólo los dedicados a la esponsorización)



ACTIVIDADES

DOCUMENTO 5

LA INDUSTRIA TEXTIL

La lógica multinacional: más productividad y costos laborales más bajos



En los años 70 y 80, las grandes marcas han desplazado la confección de los países industrializados europeos a los nuevos países industrializados de Asia y centro América. Este desplazamiento fue motivado por la búsqueda del aumento de la productividad y la reducción de los costes de los salarios,

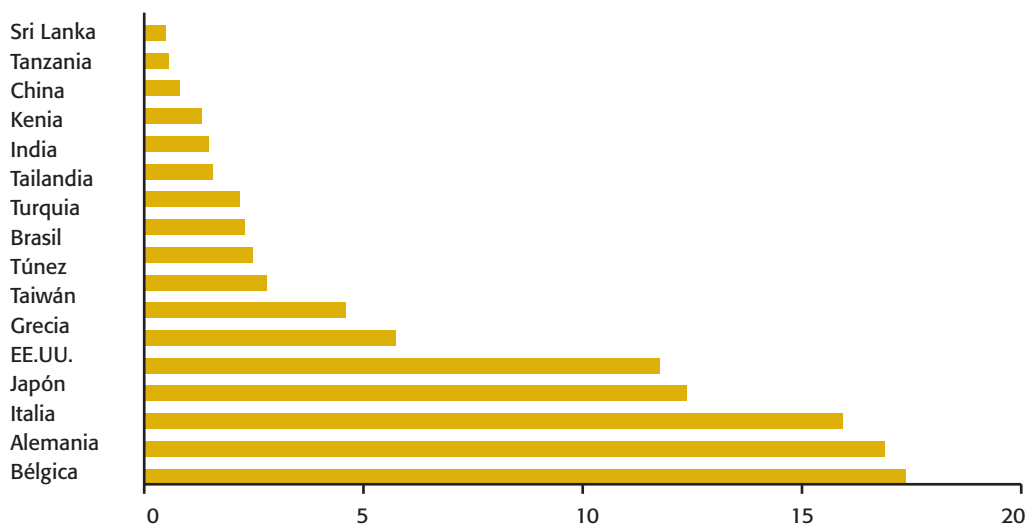
Como consecuencia, el proceso de dispersión de los diferentes pasos de la confección de una prenda ha sido exagerado. Las empresas o los talleres se han especializado en alguno de los pasos: cortar, teñir, coser, poner la etiqueta, empaquetar... Actualmente, una prenda de vestir con etiqueta española puede haber seguido un proceso como este: El algodón de India, hilado en Turquía y tejido en Bangladesh. La tela se estampa en Italia con tintes de Polonia y China. El forro de la prenda es suizo y finalmente se empaqueta en nuestro país.

Empresas multinacionales del sector textil que transfieren la producción en los países del Sur

| Nombre | País origen |
|---------------------|-------------|
| Adlas GI | Francia |
| Baird William | Reino Unido |
| Benetton | Italia |
| Burton Group | Reino Unido |
| Coats Viyella | Reino Unido |
| GAP | EE.UU. |
| Levi Strauss | EE.UU. |
| Phillips Van Heusen | EE.UU. |
| VF Corp | EE.UU. |

Fuente: New Consumer, 2004

Sueldos en la industria textil Dólar USA/hora 2004



Actividad 5.1

Os proponemos que suméis los kilómetros que hay entre la India y Turquía; Turquía y Singapur; Singapur y Guatemala; de Guatemala a Corea del Sur; de Corea del Sur a Londres, y de Londres al Estado español . ¿Si una vuelta al mundo son 40.009 km, cuantas vueltas al mundo han dado tus pantalones?