

ACERCANDO EL COMERCIO JUSTO
A JÓVENES (12-16 AÑOS)

MANUAL PARA EDUCADORES/AS



EDITA: Coordinadora Estatal de Comercio Justo www.comerciojusto.org

DIRECCIÓN: Marta Lozano Sabroso

REDACCIÓN: Marta Guijarro Ruiz

DISEÑO Y MAQUETACIÓN: José Luis Paniagua

CON FINANCIACIÓN DE: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).



Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) con cargo al proyecto 2018 PRY1294. Su contenido es responsabilidad exclusiva de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo y no refleja necesariamente la opinión de la AECID.

ÍNDICE

¿QUÉ VAS A ENCONTRAR EN ESTE MANUAL?	4
PRIMERA SESIÓN:	
¿Sabes qué es el consumo responsable?	6
SEGUNDA SESIÓN:	
¿Qué hay detrás de una tableta de chocolate?	9
TERCERA SESIÓN:	
¿Qué sabes de la pobreza y las desigualdades?	12
CUARTA SESIÓN:	
El Comercio Justo, otra forma de producir y consumir	15



¿QUÉ VAS A ENCONTRAR EN ESTE MANUAL?

Con este manual queremos facilitar la labor de educadores y educadoras a la hora de acercar conceptos como el consumo responsable y el Comercio Justo a jóvenes de entre 12 y 16 años, y su importancia como respuesta a los problemas y retos más destacados que tenemos como sociedad global actualmente: la pobreza y desigualdad globales y el deterioro medioambiental.

La propuesta se enmarca en la declaración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, adoptados en 2015 por los gobiernos de 193 países y que marcan una agenda clara con metas concretas a cumplir antes de 2030. El Comercio Justo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible comparten la misma finalidad y planteamientos. Ambos se basan en la necesidad de ofrecer una respuesta integral para favorecer el desarrollo sostenible, que va desde lo personal, económico, social y ecológico¹.

El manual **está concebido como una herramienta meramente práctica** para su aplicación en el aula o en espacios de educación no formal. Está **estructurado en 4 sesiones** (de una hora cada una de ellas) que establecen un itinerario formativo completo sobre los aspectos básicos del Comercio Justo y el consumo responsable. Para facilitar la comprensión de los contenidos y acercarlos lo máximo posible al público final destinatario, **hemos centrado las sesiones en un producto concreto, el chocolate**. Este ejemplo permite entender el esquema fundamental de la producción y comercialización mundial de una gran parte de los alimentos y otros artículos que consumimos, y sus consecuencias sociales, humanas y medioambientales. Por otra parte, el cacao es uno de los productos emblemáticos del Comercio Justo, por lo que también a través de este ejemplo podemos dar a conocer los principios de esta alternativa comercial solidaria.

CONTENIDOS:

- Pobreza y desigualdades mundiales.
- Producción y comercio internacional: una aproximación a su funcionamiento a través de un producto concreto, el chocolate.
- Consumo responsable.
- Comercio Justo.

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

El manual va dirigido a educadores y educadoras, tanto de educación formal como de educación no formal, que trabajen con jóvenes de entre 12 y 16 años.

1. Informe Comercio Justo y ODS: <https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2018/09/CUADERNO-CASTELLANO-web.pdf>

TEMPORALIZACIÓN:

El manual está planteado en 4 sesiones, de 1 hora cada una.

OBJETIVOS:

- Sensibilizar sobre la realidad de la pobreza, las desigualdades mundiales, el deterioro medioambiental y sus causas.
- Desarrollar una conciencia crítica ante los valores imperantes en el modelo económico y comercial actual y los hábitos de consumo de nuestra sociedad y sus consecuencias a nivel mundial.
- Conocer el Comercio Justo como alternativa al comercio convencional y como vía de desarrollo económico y social de las poblaciones más desfavorecidas.
- Fomentar el compromiso individual a través del consumo responsable.



PRIMERA SESIÓN

¿SABES QUÉ ES EL CONSUMO RESPONSABLE?

Conceptos clave

El **consumo responsable** se refiere a la actitud reflexiva y crítica en relación a las repercusiones de nuestras decisiones de compra. El consumo responsable se basa en dos premisas fundamentales: por un lado, adecuar nuestras compras a nuestras necesidades reales y a los recursos naturales existentes (no consumir en exceso), y por otro, ser conscientes de los impactos de nuestro consumo en el medio ambiente y en las personas que participan en el proceso de producción. Consumir de manera responsable significa, por tanto, tomar decisiones de compra de manera consciente, crítica, ética, solidaria y sostenible.



Naciones Unidas, en su Declaración de Objetivos de Desarrollo Sostenible señala el consumo y producción responsables como una meta esencial. A través del ODS número 12 busca cambiar el modelo actual de producción y consumo hacia una gestión más ecológica, que disminuya los impactos sobre el medio ambiente, disminuir la generación de desechos y evitar el desperdicio de alimentos.

Objetivos

- Conocer el concepto de consumo responsable.
- Favorecer una actitud crítica y reflexiva ante nuestros hábitos de consumo cotidiano.
- Favorecer una toma de conciencia ante las consecuencias medioambientales, sociales y humanas de nuestras decisiones de compra.

Desarrollo de la sesión

1. Dinámica “Tú eliges”.

Se divide el espacio en dos partes marcándolo con una línea (pintado con tiza o con una cuerda o cinta adhesiva). En una parte del espacio se escribirá SI y en la otra NO.

El dinamizador/a hará una afirmación. Los y las participantes se situarán en la parte del SI o en la del NO según su opinión ante dicha frase. A continuación, cada grupo tendrá 3 minutos para argumentar su posicionamiento.

Una vez terminada, se planteará una nueva afirmación y se repetirá el proceso.

Propuestas de afirmaciones

- Compramos más cosas de las que necesitamos.
- Si tengo dinero para comprar lo que quiero, me lo compro y no me preocupo de nada más.
- Nuestro consumo no tiene ninguna consecuencia en el mundo.
- Es inevitable comprar lo más barato.
- Al comprar algo no pienso en quién ha hecho ese artículo y en qué condiciones.
- Lo que yo piense o haga en mis compras no va a cambiar el mundo.

2. Para ti, ¿qué es el consumo responsable?

Tras la dinámica anterior, proyectar la presentación “¿Sabías que...?” (**Anexo 1**)

A continuación los y las participantes, a modo de lluvia de ideas, responderán a la pregunta ¿Qué es el consumo responsable? Ir anotando las ideas en una pizarra o en post-it en un papel continuo.

Al final de la sesión, como conclusión se proyectará la definición de consumo responsable (incluida al final de la presentación “¿Sabías que...?”)



Temporalización:

Explicación inicial:

5 minutos

Dinámica “Tú eliges”:

20 minutos

Proyección de la presentación “¿Sabías que...?”:

10 minutos

Lluvia de ideas “para ti,
¿qué es el consumo responsable?”:

15 minutos

Definición y conclusiones:

10 minutos

Material necesario:

- Cuerda, cinta adhesiva o tiza
- Ordenador
- Cañón / proyector
- Pizarra o papel continuo

SEGUNDA SESIÓN

¿QUÉ HAY DETRÁS DE UNA TABLETA DE CHOCOLATE?

Conceptos clave

Gran parte de los productos que consumimos de forma cotidiana han pasado un largo y complejo proceso de elaboración, y han recorrido miles de kilómetros desde su origen hasta que llega a la tienda. A menudo este proceso de producción y comercialización genera injusticias, desequilibrios en el reparto de beneficios y ganancias, pobreza y deterioro del medio ambiente. **El chocolate ejemplifica de manera clara el funcionamiento del comercio internacional globalizado**, un producto que genera un negocio millonario pero que mantiene en la pobreza a quienes lo cultivan, lo que alienta fenómenos como la explotación laboral infantil o la deforestación.

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



Naciones Unidas señala en el ODS 8 la necesidad de avanzar hacia el pleno empleo y garantizar condiciones de trabajo dignas, que permitan cubrir las necesidades básicas, y proteger los derechos laborales. En este Objetivo también se incluyen metas relativas a erradicar la explotación laboral infantil y el trabajo forzoso.

Objetivos

- Favorecer una actitud crítica y reflexiva acerca del proceso de producción de los artículos de consumo cotidiano y de todas las personas y empresas que han participado en él.
- Entender los conceptos básicos del funcionamiento de las cadenas de producción globales y de sus consecuencias humanas, sociales y medioambientales.





Desarrollo de la sesión

Se distribuye a los y las participantes en 6 grupos. A cada grupo se le asigna un rol, que representa a uno de los agentes que interviene en la producción de una tableta de chocolate, y se le entrega un papel con las características de éste (**Anexo 2**):

1. Familia campesina de Costa de Marfil, productora de cacao.
2. Empresa intermediaria de Costa de Marfil que compra el cacao (en la capital).
3. Gran empresa multinacional de chocolate.
4. Fábrica de chocolate.
5. Mayorista/gran supermercado.
6. Tienda de barrio.

La persona dinamizadora explica brevemente los agentes que intervienen en la producción de una tableta de chocolate cuyo precio es de 1 euro. A continuación, cada grupo leerá la información de su rol y decidirá qué parte del precio de dicha tableta corresponde a su grupo en función del trabajo realizado y costes asumidos. Después cada grupo dirá en voz alta cuál es el precio que, entienden, les corresponde y se anotará en la pizarra (lo más probable es que sumados las cantidades que cada grupo estima, el precio de la tableta exceda de 1 euro).

A continuación se desarrollará el juego de roles. La dinámica consiste en que cada grupo negocie con el grupo de la cadena comercial que está por encima o por debajo el precio que le corresponde por su trabajo. Es importante recordar que cada grupo solo puede negociar con dichos grupos, no con el resto de la cadena comercial. Cuando hayan terminado las negociaciones, se anotará en la pizarra el nuevo precio acordado tras las negociaciones. Para finalizar se comparan los resultados con los expresados inicialmente.

Después se iniciará un debate, sobre los siguientes aspectos:

- ¿Qué diferencias más destacadas se encuentran entre los dos resultados? ¿qué agente/s han resultado beneficiados? ¿y perjudicados?
- ¿Qué grupo vive una situación de mayor injusticia?
- ¿Qué argumentos ha utilizado cada grupo para negociar?
- ¿Creéis que esta dinámica es un reflejo de la realidad?

Temporalización:

Introducción:

5 minutos

**Lectura de información de cada rol
y estimación de precio inicial:**

15 minutos

Dinámica de roles (negociación):

20 minutos

Debate final y conclusiones:

15 minutos

Material necesario:

- Pizarra
- Fotocopias de explicación
de roles de cada grupo

TERCERA SESIÓN

¿QUÉ SABES DE LA POBREZA Y LAS DESIGUALDADES MUNDIALES?

Conceptos clave

La pobreza es una realidad compleja, generada por causas múltiples y distintas, a menudo interrelacionadas. Sus consecuencias se muestran en varias dimensiones: humana, personal, social, educativa, sanitaria, medioambiental... Las desigualdades generadas por las cadenas de producción y comercialización actuales es una de las causas de la pobreza que afecta, especialmente, a millones de personas en los países del Sur Global.



El primero de los ODS centra sus metas en la erradicación de la pobreza extrema y la reducción de la pobreza relativa. Además busca garantizar la igualdad de acceso a recursos económicos para todas las personas del planeta.



Estrechamente relacionado con el ODS 1 es el número 10 relativo a la reducción de las desigualdades entre los países y al interior de cada uno de ellos, asegurando la igualdad de oportunidades y favoreciendo la inclusión en los distintos ámbitos (social, económico y político).

Objetivos

- Sensibilizar ante la realidad de la pobreza y desigualdades mundiales.
- Facilitar datos e información básica sobre la situación social y económica a nivel mundial.
- Conocer algunos de los factores que provocan o consolidan las injusticias y desigualdades globales.

Desarrollo de la sesión

1. Dinámica ¿Qué sabes de...?

Dar a los y las participantes una fotocopia del cuestionario “¿Qué sabes de...?” (**Anexo 3**). Deberán responderlo por parejas.

Una vez terminado, la persona dinamizadora dirá las respuestas correctas del cuestionario. A continuación, se realizará un diálogo a partir de las siguientes preguntas:

- ¿Qué os ha sorprendido?
- ¿Qué informaciones ya conocíais? ¿Cuáles no conocíais?
- ¿Qué es lo que más os ha impresionado?

2. Un chocolate no muy dulce

La persona dinamizadora proyectará (o mostrará en papel) la secuencia de imágenes “Un chocolate no muy dulce” (**Anexo 4**). A continuación se dividirá a los/as participantes en 4 grupos. A cada grupo le entregará dos imágenes (A y B), sobre las que el grupo deberá escribir:

- Describir la situación que muestra la imagen.
- Quién provoca esta situación.
- Posibles acciones de respuesta.

A continuación, un/a representante de cada grupo expondrá el análisis que han realizado de sus imágenes.

Después, se proyectará la secuencia de imágenes “Un chocolate no muy dulce II” (**Anexo 4**), que incluye las imágenes anteriores junto con datos sobre el comercio internacional del chocolate.



Temporalización:

Introducción y respuesta cuestionario

¿Qué sabes de...?:

15 minutos

Explicación de respuestas correctas y diálogo:

15 minutos

Análisis de imágenes “Un chocolate no muy dulce”:

10 minutos

Exposición de conclusiones y proyección

“Un chocolate no muy dulce II”:

20 minutos

Material necesario:

- Ordenador
- Cañón / proyector
- Fotocopia del cuestionario
“¿Qué sabes de...?”

CUARTA SESIÓN

EL COMERCIO JUSTO, OTRA FORMA DE PRODUCIR Y CONSUMIR

Conceptos clave

El **Comercio Justo** es un sistema comercial alternativo al convencional cuya finalidad es el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza y las desigualdades. Se basa en 10 principios a través de los que se garantizan unas condiciones laborales y salarios adecuados para productores y productoras, el mismo para ellos y ellas por las mismas tareas, no explotación laboral infantil, producción respetuosa con el medioambiente.

El Comercio Justo se originó en los años 60, y hoy constituye toda una red internacional de comercialización, con sus instituciones reguladoras, y que integra a más de 2000 organizaciones productoras, 400 distribuidoras y más de 4000 tiendas solo en Europa. Dentro de la red de Comercio Justo se pueden encontrar productos de alimentación (café, cacao y azúcar son los principales por volumen de producción y venta), ropa, cosmética natural o artículos de artesanía.

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



El Comercio Justo contribuye al avance de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en particular al ODS 12, ya que constituye un modelo de producción y consumo responsable y sostenible, que garantiza el cuidado del medio ambiente y la protección de los Derechos Humanos.

Objetivos

- Conocer el Comercio Justo y los principios en los que se basa.
- Facilitar el acercamiento a alternativas económicas y comerciales al modelo convencional.



Desarrollo de la sesión

Dinámica ¿Conoces el Comercio Justo?

En un papel continuo o pizarra dibujar dos partes: en una de ellas escribir “Comercio injusto” y en la otra “Comercio Justo”. En la parte de Comercio injusto se pegarán las imágenes de la sesión anterior, correspondientes a la dinámica “Un chocolate no muy dulce”.

Dividir a los y las participantes en varios grupos. A cada grupo se le entregarán varias tarjetas. En cada una de ellas, los grupos deben escribir cuáles creen que deberían ser los criterios de un comercio justo. También pueden acompañar cada criterio con un icono o símbolo representativo de cada uno de ellos.

A continuación, cada grupo expondrá los criterios que ha elaborado y los pegará en la parte de Comercio Justo de la pizarra o papel continuo.

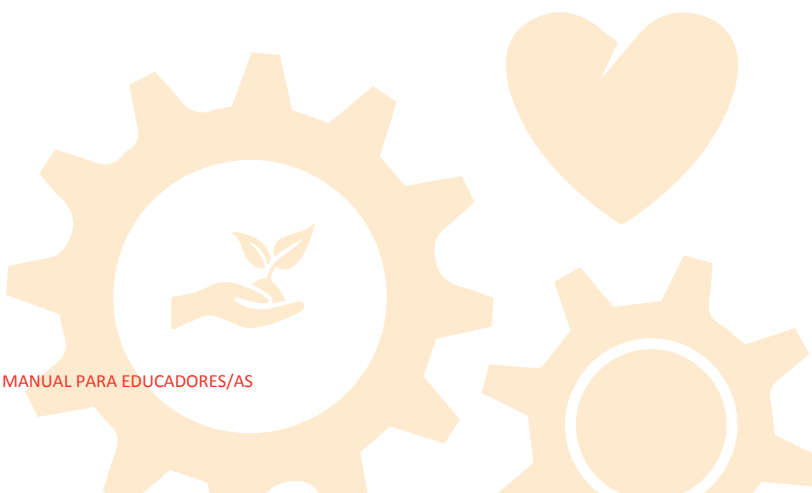
COMERCIO INJUSTO	COMERCIO JUSTO
Poner las fotos de la dinámica de la sesión anterior.	

Después, la persona que dinamiza mostrará (en papel o proyección) los 10 principios del Comercio Justo (**Anexo 5**).

Proyección

A continuación, se proyectará el siguiente video (se pueden proyectar los dos o solo uno de ellos en función del tiempo disponible):

- “El Comercio Justo en 6 pasos”: <https://www.youtube.com/watch?v=cHlxYxkMhnM>
Duración: 5’ 30”
- “Somos Comercio Justo”: <https://www.youtube.com/watch?v=X2W4ckENOqE>
Duración: 1’ 50”



Temporalización:

Trabajo en grupos de la dinámica

¿Conoces el Comercio Justo?:

30 minutos

Puesta en común:

10 minutos

Explicación de los principios del Comercio Justo:

10 minutos

Proyección de vídeo/s:

10 minutos

Material necesario:

- Pizarra o papel continuo
 - Papel (tarjetas)
- Rotuladores o bolígrafos
 - Ordenador
- Cañón/proyector



COORDINADORA ESTATAL DE
COMERCIO JUSTO

C/ Gaztambide, 50
28015 Madrid
91 299 38 60
www.comerciojusto.org



¿SABÍAS QUE...?

ANEXO 1 DEL MANUAL ACERCANDO EL COMERCIO JUSTO A JÓVENES





✓ PARA HACER UNOS VAQUEROS SE NECESITAN
7.000 LITROS DE AGUA.



✓ SI SEGUIMOS AL
RITMO ACTUAL, EN 2050
NECESITAREMOS EL
EQUIVALENTE A
3 PLANETAS PARA
MANTENER NUESTRO
ESTILO DE VIDA.

✓ MIENTRAS
QUE CADA AÑO SE
DESPERDICIAN
3000 MILLONES
DE TONELADAS DE
ALIMENTOS,
CASI 1.000 MILLONES
DE PERSONAS
PADECEN HAMBRE.





✓ SIN UN PLAN PARA
COMBATIR EL CAMBIO
CLIMÁTICO, LA SUPERFICIE
APTA PARA CULTIVAR CAFÉ
SE REDUCIRÁ A LA MITAD
EN 2050.



✓ DEL PRECIO DE VENTA DE UNAS ZAPATILLAS DE DEPORTE,
QUIENES LAS FABRICAN RECIBEN SOLO EL 2%.

✓ NINGUNA DE LAS GRANDES MARCAS DE MODA MUNDIALES PUEDE DEMOSTRAR QUE PAGA UN SALARIO DIGNO A QUIENES FABRICAN LA ROPA.



✓ EL 80% DE
LAS PERSONAS
QUE TRABAJAN EN
EL SECTOR TEXTIL
SON MUJERES.



EL CONSUMO
RESPONSABLE ES:



CONSUMO RESPONSABLE:

ACTITUD REFLEXIVA Y CRÍTICA ANTE NUESTRAS DECISIONES DE COMPRA Y SUS REPERCUSIONES. SE BASA EN:

✓ AJUSTAR NUESTRAS COMPRAS A NUESTRAS NECESIDADES REALES.

✓ SER CONSCIENTES DE LOS IMPACTOS DE NUESTRO CONSUMO EN EL MEDIO AMBIENTE Y EN LAS PERSONAS QUE PARTICIPAN EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN.



LA CADENA COMERCIAL DEL CACAO

ROLES →

Familia campesina de Costa de Marfil, productora de cacao

Vuestro grupo representa a una familia campesina de un pueblo de Costa de Marfil (principal país productor de cacao), formada por padre, madre, y cuatro hijos menores (tres niños de 1, 6 y 8 años, y una niña de 14 años).

Trabajáis una pequeña plantación de 4 hectáreas, principalmente con herramientas manuales, no disponéis de máquinas. Las jornadas de trabajo os ocupan prácticamente todo el día, entre 14 y 16 horas diarias.

Vuestro trabajo consiste en sembrar los árboles del cacao. Hasta la aparición del primer fruto debéis esperar unos 4 años, y para obtener su máxima productividad deben pasar 10 años.

Los principales gastos que tenéis que afrontar para desarrollar vuestro trabajo son la compra de semillas, fertilizantes, productos para evitar plagas, agua para riego, etc.

Durante el año hay dos cosechas: una principal y otra menor. Para la recogida y apertura de los frutos del cacao y para el proceso de fermentación y secado, necesitáis mucha mano de obra.

Una vez preparado el cacao en grano, debéis venderlo a la única empresa intermediaria que existe en vuestra región. No disponéis de espacio para almacenar toda vuestra producción. Desconocéis el proceso que recorre a partir de ahí vuestro producto y el dinero que otros agentes obtienen por ello.

El cultivo del cacao es vuestra única fuente de ingresos, para cubrir las necesidades básicas de vuestra familia (alimentación, agua, vivienda, educación, salud, etc.).





Empresa intermediaria local

Vuestro grupo representa a una empresa intermediaria de Costa de Marfil.

Vuestro trabajo consiste en comprar los granos de cacao secos a las familias productoras de la región, recogerlos, transportarlos y almacenarlos para finalmente llevarlos a los puertos de San Pedro y Abidjan donde los venderéis a las grandes multinacionales.

Los costes de almacenaje y transporte son elevados. Recibís ingresos de manera constante durante todo el año, pero el margen de beneficio que obtenéis no es muy elevado.



Compañía multinacional

Vuestro grupo forma parte de una de las cuatro grandes empresas multinacionales de alimentación. Os dedicáis al cacao y chocolates pero también a otros productos de alimentación.

Vuestra empresa compra cacao en grano a empresas intermediarias de Costa de Marfil y otros países productores de África y América Latina. Con dichas empresas tenéis un gran poder de negociación y obtenéis mucho beneficio de estas compras. Además, poseéis plantaciones en Costa de Marfil, Ghana, Camerún, Ecuador y Bolivia donde tenéis contratadas a muchas personas que cultivan el cacao.

Vuestra compañía también posee un molino de grano de cacao, situado en Holanda donde realizáis los procesos de lavado, tostado y cepillado del cacao para obtener el llamado “licor de cacao” que sirve para conseguir la manteca y pasta de cacao.

Estos productos derivados del cacao (licor, manteca y pasta) son los ingredientes con los que las fábricas elaboran las tabletas de chocolate, chocolatinas y otros productos. Vuestra labor también consiste en vender los productos derivados del cacao a las fábricas (muchas de las cuales pertenecen a vuestra compañía).



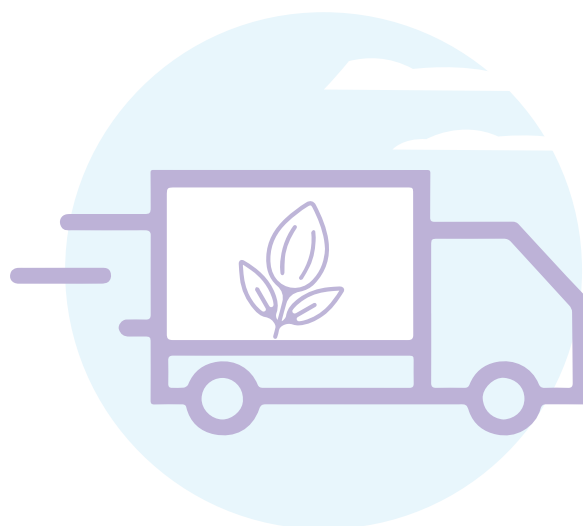
Fábrica de chocolate

Vuestro grupo representa a una famosa fábrica de chocolate de Suiza. Compráis la pasta y manteca de cacao a las empresas multinacionales y elaboráis tabletas de chocolate y chocolatinas.

Elaboráis tabletas de chocolate negro, en las que al menos el 50% de sus ingredientes debe ser pasta de cacao. Y también elaboráis chocolate con leche y chocolatinas, en las que la pasta del cacao es menos del 40% de los ingredientes (el resto son principalmente leche y azúcar).

Vuestra empresa también se encarga del envasado, etiquetado de los productos y de las campañas de publicidad y marketing. El dinero que invertís en publicidad es muy elevado ya que en el mercado del chocolate hay mucha competencia. Vuestra marca es muy conocida por el gran público, pero ante la gran variedad de productos existentes, debéis mantener vuestra posición en el mercado y destacar sobre las otras marcas.

Finalmente vendéis vuestros productos a las empresas mayoristas o distribuidoras.



Mayorista/gran supermercado

Vuestro grupo representa a una empresa mayorista de Madrid. Vuestra función es distribuir los productos de alimentación, en este caso las tabletas de chocolate, a los puntos de venta de todo el país (supermercados de vuestra empresa y pequeñas tiendas).

Compráis volúmenes muy grandes de productos porque vuestra capacidad de venta final es muy potente. Por este mismo motivo, tenéis gran poder de negociación.

Entre vuestros gastos, los principales son los de compra de las mercancías, almacenamiento y conservación, transporte y promoción de vuestro grupo empresarial.



Tienda

Vuestro grupo representa a una tienda de un barrio de Santander. La tienda pertenece a dos hermanas que sois quienes trabajáis en dicha tienda de lunes a viernes de 10:00 a 14:00 y de 16:00 a 20:00, y los sábados de 10:00 a 14:30. La tienda constituye vuestro trabajo, y por tanto, es vuestra principal fuente de ingresos.

En vuestra tienda vendéis chocolates, otros productos de alimentación y dulces típicos de la región. Tenéis una gran variedad de productos, pero poca cantidad de cada uno de ellos.

Entre vuestros gastos principales está el alquiler del local, electricidad, teléfono, agua, compra de los productos, impuestos y seguros sociales.

¿QUÉ SABES DE...?



MARCA CON UNA X LA RESPUESTA CORRECTA:

→ **¿Cuántas personas viven en la pobreza en el mundo? Se entiende como persona pobre quienes viven con menos de 1'9 dólares al día.**

- a) 120 millones de personas
 - b) 780 millones de personas
 - c) 50 millones de personas
-

→ **En el mundo, 152 millones de niños y niñas trabajan. La mitad de ellos/ellas tienen...**

- a) Entre 6 y 11 años
 - b) Entre 12 y 15 años
 - c) Entre 16 y 18 años
-

→ **¿En qué sector hay un mayor número de niños y niñas trabajando?**

- a) Minería
 - b) Agricultura
 - c) Textil
-

→ **¿Hay personas que viven en la pobreza aunque tengan un trabajo?**

- a) Si
 - b) No
-

→ **Si crees que sí, di cuántas crees que son:**

- a) 910 millones de personas
 - b) 350 millones de personas
 - c) 27 millones de personas
-

→ **¿En la actualidad se producen situaciones de esclavitud?**

- a) Si
 - b) No
-

→ **De media en todo el mundo, ¿cuál es la diferencia entre el salario de los hombres y de las mujeres?**

- a) 5%
 - b) 19%
 - c) 24%
-

→ **Si no se toman medidas para avanzar hacia la igualdad de salarios entre hombres y mujeres, ¿cuántos años se tardará en conseguirlo?**

- a) 25 años
 - b) 46 años
 - c) 68 años
-

¿QUÉ SABES DE...?



RESPUESTAS CORRECTAS AL CUESTIONARIO:

→ **¿Cuántas personas viven en la pobreza en el mundo? Se entiende como persona pobre quienes viven con menos de 1'9 dólares al día.**

- a) 120 millones de personas
- b) 780 millones de personas**
- c) 50 millones de personas

Fuente: Naciones Unidas <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/poverty/>

→ **En el mundo, 152 millones de niños y niñas trabajan. La mitad de ellos/ellas tienen...**

- a) Entre 6 y 11 años**
- b) Entre 12 y 15 años
- c) Entre 16 y 18 años

Fuente: Organización Internacional del Trabajo:
<https://www.un.org/es/observances/World-Day-Against-Child-Labour>

→ **¿En qué sector hay un mayor número de niños y niñas trabajando?**

- a) Minería
- b) Agricultura**
- c) Textil

Fuente: Organización Internacional del Trabajo:
<https://www.un.org/es/observances/World-Day-Against-Child-Labour>

→ ¿Hay personas que viven en la pobreza aunque tengan un trabajo?

a) Si

b) No

→ Si crees que sí, di cuántas crees que son:

a) 910 millones de personas

b) 350 millones de personas

c) 27 millones de personas

Fuente: Organización Internacional del Trabajo. Panorama social del Trabajo en el mundo 2019.
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_670542.pdf

→ ¿En la actualidad se producen situaciones de esclavitud?

a) Si

b) No

Fuente: OIT <https://www.ilo.org/global/topics/forced-labour/lang-es/index.htm#:~:text=%20Trabajo%20forzoso%2C%20formas%20modernas%20de%20esclavitud%20y,en%20la%20contrataci%C3%B3n.%20Hay%20232%20millones...%20More%20>

→ De media en todo el mundo, ¿cuál es la diferencia entre el salario de los hombres y de las mujeres?

a) 5%

b) 19%

c) 24%

Fuente: Naciones Unidas. <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-5-gender-equality.html>

→ Si no se toman medidas para avanzar hacia la igualdad de salarios entre hombres y mujeres, ¿cuántos años se tardará en conseguirlo?

a) 25 años

b) 46 años

c) 68 años

Fuente: Foro Económico Mundial Informe de brecha de género. <https://www.weforum.org/reports/gender-gap-2020-report-100-years-pay-equality>

A large, faint, stylized illustration of a cocoa pod is centered in the background. The pod is light brown and has a textured, segmented appearance. The overall background is a solid light brown color with a subtle pattern of small, darker brown dots in the top right and bottom left corners.

UN CHOCOLATE NO MUY DULCE | 1

ANEXO 4 DEL MANUAL ACERCANDO EL COMERCIO JUSTO A JÓVENES



1A



4,04

3,55

1,65



1B



2A



2B



3A



3B



4A



4B



UN CHOCOLATE
NO MUY DULCE | 2



✓ EL MERCADO MUNDIAL DEL CHOCOLATE GENERA
CADA AÑO UNOS 103.000 MILLONES DE DÓLARES.

✓ EN EUROPA SE CONSUME EL 40% DEL CACAO MUNDIAL,
EN ESTADOS UNIDOS EL 20%.



✓ LA MAYORÍA DE LOS ENTRE 5 Y 6 MILLONES DE PERSONAS QUE CULTIVAN CACAO VIVEN EN LA POBREZA.

✓ EN COSTA DE MARFIL (PRINCIPAL PAÍS PRODUCTOR), UNA FAMILIA PRODUCTORA DE CACAO COBRA INGRESOS QUE NO LLEGAN AL 37% DE LA RENTA MÍNIMA.



- ✓ 2'1 MILLONES DE NIÑOS Y NIÑAS TRABAJAN EN EL SECTOR DEL CACAO EN GHANA Y COSTA DE MARFIL.
- ✓ EL 80% DE ELLOS Y ELLAS REALIZAN TAREAS PELIGROSAS COMO LLEVAR CARGAS PESADAS, MANIPULAR PRODUCTOS QUÍMICOS O TRABAJAR CON MACHETES.



✓ LOS TERRENOS DEDICADOS AL CACAO PRODUCEN LA MITAD DE LO QUE DEBERÍAN. ESTO LLEVA A QUE LA PRODUCCIÓN PASA DE UNA ZONA A OTRA **ELIMINANDO BOSQUES.**

✓ EL CULTIVO DEL CACAO ES UNA DE LAS PRINCIPALES CAUSAS DE DEFORESTACIÓN EN GHANA Y COSTA DE MARFIL.

DATOS EXTRAÍDOS DEL INFORME:
“HACIA CADENAS SOSTENIBLES DE SUMINISTRO DE CACAO”
(COORDINADORA ESTATAL DE COMERCIO JUSTO).

<http://comerciojusto.org/un-nuevo-informe-constata-la-disminucion-de-ingresos-de-quienes-producen-cacao-mientras-el-mercado-global-aumenta-su-facturacion>

LOS 10 PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO

1 OPORTUNIDADES
PARA PRODUCTORES
DESAVORECIDOS



2 TRANSPARENCIA Y
RESPONSABILIDAD



3 PRÁCTICAS
COMERCIALES JUSTAS



4 PAGO JUSTO



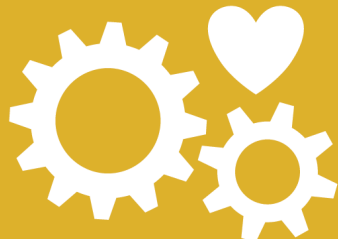
5 NO AL TRABAJO INFANTIL,
NO AL TRABAJO FORZOSO



6 NO A LA DISCRIMINACIÓN,
IGUALDAD DE GÉNERO,
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN



7 BUENAS CONDICIONES
DE TRABAJO



8 DESARROLLO DE
CAPACIDADES



9 PROMOCIÓN DEL
COMERCIO JUSTO



10 RESPETO AL
MEDIO AMBIENTE

