

**Guía didáctica**

# **Vive el Comercio Justo en las aulas**



Centros educativos por el  
**Comercio Justo**





Guía didáctica

# Vive el Comercio Justo en las aulas



Centros educativos por el  
**Comercio Justo**



## 1. Introducción

### a) Justificación

La guía que te presentamos ha sido elaborada por SETEM MCM dentro del proyecto “Centros Educativos por el Comercio Justo”, financiado por la Agencia Española de Cooperación al Desarrollo (AECID) dentro de su línea específica de Educación para el Desarrollo. Este proyecto se realiza conjuntamente con las ONGs IDEAS y PROYDE, y tiene como objetivo conseguir que los colegios, institutos y otros centros educativos se conviertan en Centros Educativos por el Comercio Justo, mediante la sensibilización de la comunidad educativa, la formación del profesorado implicado, y la movilización en los centros escolares a favor del Comercio Justo.

Esta guía pretende ser una ayuda para el profesorado de Primaria y Secundaria como actor principal de la Educación para el Desarrollo entendida como un *proceso para generar conciencias críticas, hacer a cada persona responsable y activa (comprometida), a fin de construir una nueva sociedad civil, tanto en el Norte como en el Sur, comprometida con la solidaridad, entendida ésta como corresponsabilidad –en el desarrollo estamos todos embarcados, ya no hay fronteras ni distancias geográficas–, y participativa, cuyas demandas, necesidades, preocupaciones y análisis se tengan en cuenta a la hora de la toma de decisiones políticas, económicas y sociales.*<sup>1</sup>

Con este material didáctico pretendemos informar y sensibilizar a la comunidad educativa sobre las injustas relaciones comerciales Norte-Sur y proporcionarles las herramientas necesarias para fomentar procesos educativos que ayuden al alumnado a comprender tales injusticias y a su vez, introducir el Comercio Justo y el Consumo Responsable en los Centros Educativos, como herramientas para promover un desarrollo sostenible humano, económico, social y medioambiental.

---

1. Grupo de trabajo de Educación para el Desarrollo, Coordinadora de ONG para el Desarrollo-España “Educación para el desarrollo, estrategia imprescindible para las ongd”, <http://guiarecursos-epd.coordinadoraongd.org/>. Último acceso 02 Febrero 2012.



Las reglas del juego del comercio mundial, marcadas por los países ricos y las empresas multinacionales, marginan a las comunidades campesinas y pequeños productores. Por ejemplo, en muchos países del Sur, los ingresos de millones de familias dependen de la exportación de café, cacao, azúcar, algodón... pero los precios que reciben por sus productos no les permiten vivir dignamente de su trabajo.

Otros muchos hombres y mujeres de los países empobrecidos se ven obligados a realizar trabajos en fábricas o talleres en condiciones de explotación. La competitividad y el máximo beneficio económico se convierten en la norma, sin importar el coste social y ambiental: pobreza, aumento de las desigualdades y de la exclusión (tanto en el Sur como en el Norte), agotamiento de los recursos naturales, contaminación...

**La expansión del comercio mundial en el contexto de la globalización ha tenido pésimos resultados para la reducción de la pobreza.** Las desigualdades entre ricos y pobres están aumentando, tanto entre países como dentro de ellos. Según un informe de Oxfam Internacional (2002), los países de renta alta, con solo el 14% de la población mundial, acaparan el 75% del PIB mundial, y hay 1.100 millones de personas condenadas a sobrevivir con menos de un dólar al día. Las desigualdades en el comercio están intensificando estas diferencias. De cada dólar generado por las exportaciones en el sistema internacional de comercio, a los países de renta baja les llegan sólo tres céntimos.<sup>2</sup>

Frente a estas injusticias, queremos transmitir al alumnado, docentes y sus familias que **otro comercio es posible: el Comercio Justo es una alternativa en la que la producción y el comercio están al servicio de las personas.** Hace posible el desarrollo de las poblaciones más desfavorecidas porque, además de los criterios económicos, tiene en cuenta valores éticos que abarcan aspectos laborales, sociales y ambientales.

Tenemos pues, al alcance de nuestra mano un **modelo de relaciones estables que provee de oportunidades a los colectivos más desfavorecidos**, presidido por la puesta en valor de la dignidad del ser humano, (con la persona como centro de los beneficios del sistema), la distribución equitativa de los beneficios y la sostenibilidad

---

2. "El ABC del Comercio Justo. El Comercio Justo como Herramienta de Cooperación al Desarrollo" Coordinadora Estatal de Comercio Justo.

de las comunidades productoras como fuente de desarrollo, equidad y empoderamiento. En definitiva, un modelo de comercio que se adapta a las necesidades y posibilidades tanto de los productores y productoras como de los consumidores y las consumidoras.

También con el trabajo sobre el modelo de Comercio Justo en los colegios e institutos estamos contribuyendo a conseguir que las comunidades educativas se impliquen en actividades escolares que fomenten la participación, la solidaridad y el sentimiento de pertenencia afectiva al centro, a la vez que contribuyen a construir una ciudadanía transformadora y comprometida.

### b) ¿Qué se va a tratar?

El tema central de este material didáctico es el **Consumo Responsable** y el **Comercio Justo**, como eje fundamental de la Educación para el Desarrollo y que se enmarca, a su vez, dentro de la Educación en Valores que se pretende tanto desde la educación formal (en los últimos cursos de la Educación Primaria y Secundaria) como en la Educación no formal.

Creemos vital trabajar con el alumnado temas esenciales **para favorecer un consumo responsable**, que sea consciente de las repercusiones sociales y ambientales de nuestro consumo, consecuencias directas de nuestras decisiones como consumidores y consumidoras. Para ello trabajaremos sobre sus **hábitos de consumo, la influencia de la publicidad, la capacidad de elección del consumidor, así como otros temas que nos hagan entender qué es el comercio justo**: las desigualdades en el proceso comercial, el coste real de los productos, y los criterios de Comercio Justo (prácticas comerciales justas, no explotación infantil, compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical), cuidado del medio ambiente, beneficios a la comunidad, salarios dignos, productos de calidad, etc.)



### c) ¿A quién va dirigido?

Educadores y educadoras de los ámbitos formales y no formales, centros educativos, centros cívicos, asociaciones...

El público destinatario final son los **educandos**, alumnado de primaria y secundaria y su entorno cercano familia y personas con las que interaccionan fuera del aula.

### d) ¿Cómo se puede usar?

Los materiales aquí incluidos pueden ser utilizados de muy diversas formas. Los contenidos pueden tratarse **de modo transversal** desde distintas asignaturas (como ejercicios de comprensión lectora, de expresión oral, combinándolos con contenidos de Conocimiento del Medio o Ciencias Sociales...), trabajándolos **directamente en tutorías**, o bien **como contenidos de asignaturas específicas** como Religión, Educación para la Ciudadanía, Ética, etc. El grado de profundización que se alcance en cada caso dependerá de la madurez del grupo con el que se trabaja, el tiempo disponible y los objetivos que se pretendan.

Los contenidos  
de esta  
guía pueden  
tratarse de  
modo  
transversal



## 2. Marco teórico sobre el Comercio Justo

### a) ¿Qué entendemos por Comercio Justo?

El Comercio Justo es un **sistema comercial solidario y alternativo** al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos y la **lucha contra la pobreza**. En este modelo, la producción y el comercio están al servicio de las personas y hace posible el desarrollo de las poblaciones más desfavorecidas porque, además de los criterios económicos, tiene en cuenta valores éticos que abarcan aspectos laborales, sociales y ambientales, mostrando que otro comercio es posible.

“El Comercio Justo está basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente en el Sur”.<sup>3</sup>

### b) ¿Qué criterios sigue el Comercio Justo?

La Organización Mundial del Comercio Justo establece 10 criterios que deben ser **cumplidos por las organizaciones que trabajan en Comercio Justo**:

#### 1. Creación de oportunidades para grupos productores con desventajas económicas.

Se establece una relación a largo plazo con los grupos productores y se les garantiza una parte del pago por adelantado. Estas condiciones favorecen que las comunidades puedan planificar su desarrollo sin tener que endeudarse con prestamistas locales, lo que dificultaría

---

3. Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO, ¿Qué es el Comercio Justo?  
[http://www.wfto.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1&Itemid=13](http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1&Itemid=13)

su progreso posterior. Su objetivo es que puedan pasar de la pobreza y la inseguridad de los ingresos a una autosuficiencia económica y propia.

## **2. Transparencia y responsabilidad.**

La organización debe ser transparente en su gestión y en sus relaciones comerciales.

## **3. Prácticas comerciales justas.**

La organización comercializa con preocupación por el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores marginados y no maximizan sus ganancias a expensas de ellos. El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores como lo reflejan en sus diseños artesanales, productos alimentarios y otros servicios relacionados.

## **4. Pago de un precio justo.**

Un precio justo es aquel que ha sido establecido de mutuo acuerdo por todos a través del diálogo y la participación, que proporciona un pago justo a los productores y también puede ser sostenido por el mercado. Pago justo significa la provisión de una remuneración socialmente aceptable (en el contexto local) considerado por los propios productores como justos, y que tenga en cuenta el principio de igual pago por igual trabajo entre mujeres y hombres.

## **5. Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso.**

La organización se adhiere a la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, y a la ley nacional/local sobre el empleo de los niños. La organización asegura que no hay trabajo forzoso en su mano de obra y/o miembros o trabajadores a domicilio.

## **6. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical).**

La organización no discrimina en la contratación, remuneración, acceso a la capacitación, promoción, termina-

ción o jubilación por motivos de la raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, unión de membresía (afiliación sindical), afiliación política, HIV/Sida, estatus o edad. La organización proporciona oportunidades para las mujeres y los hombres a desarrollar sus habilidades y fomenta activamente las solicitudes de las mujeres para puestos de trabajo y para los cargos de liderazgo en la organización.

#### **7. Asegurar buenas condiciones de trabajo.**

La organización proporciona un entorno de trabajo seguro y saludable para los empleados y/o miembros. La organización cumple, como mínimo, con las leyes nacionales y locales y convenios de la OIT sobre salud y seguridad.

#### **8. Facilitar el desarrollo de capacidades.**

La organización tiene por objeto aumentar los efectos positivos de desarrollo para los pequeños productores marginados a través del Comercio Justo.

#### **9. Promoción del Comercio Justo.**

La organización crea conciencia sobre el objetivo del Comercio Justo y de la necesidad de una mayor justicia en el comercio mundial a través del Comercio Justo. Aboga por los objetivos y las actividades de Comercio Justo de acuerdo con el ámbito de alcance de la organización.

#### **10. Respeto por el medio ambiente.**

Las organizaciones que producen productos de Comercio Justo maximizan el uso de materias primas de forma sustentable en sus áreas de distribución, comprando a nivel local cuando sea posible. Utilizan las tecnologías de producción que buscan reducir el consumo de energía. Tratan de minimizar el impacto de sus residuos sobre el medio ambiente.

### c) ¿Qué sucede cuando consumimos productos de Comercio Justo?

Al consumir este tipo de productos:

- Adquirimos productos de calidad.
- Podemos recibir información sobre su procedencia, la cooperativa que los ha elaborado, de qué están hechos, etc.
- Tenemos la garantía de que se han producido en condiciones dignas y respetando los derechos de las personas.

### d) ¿Qué productos puedo adquirir?

#### Alimentos

Café, té e infusiones, frutos secos, cacao, azúcar, cereales, arroz, chocolate, galletas, bebidas, mermeladas, pastas, ron, vino, vinagre, salsas, miel, especias, dulces...



#### Textiles

Ropa, bufandas, chales, tapices, pañuelos, delantales, manteles, toallas, colchas, mochilas, alfombras, cortinas...



#### Artesanía

Bisutería, marroquinería, bolsos, cestas, carteras, jabones, inciensos, útiles de cocina, artículos para el hogar, figuras talladas, máscaras, cerámica y otros objetos decorativos...



#### Muebles

Mesas, sillas, espejos, vitrinas, recibidores, estanterías, armarios, espejos, cómodas, revisteros...



#### Juguetes

Balones de fútbol, móviles, juegos de mesa, muñecos, instrumentos, marionetas...

### Material de papelería

Lápices, bolígrafos, estuches, álbumes de fotos, cuadernos, cajas, marcapáginas, pisapapeles, postales de Navidad...

### Cosmética

Productos naturales para la higiene y el cuidado personal como cremas, jabones, aceites, desodorantes.

### Productos de limpieza

Detergentes y otros jabones.



## e) ¿Cuáles son los eslabones de la cadena del Comercio Justo?

En el Comercio Justo se eliminan todos los intermediarios innecesarios, así como la compra y venta con carácter especulativo, tan habitual en el comercio tradicional.

Entre el productor y el consumidor están por regla general una organización importadora y la tienda

## f) Grupos productores

Pueden ser familias, pequeñas cooperativas, grupos de mujeres, talleres para minusválidos o cooperativas de mayor tamaño que engloban a pequeños grupos de productores. En su mayoría, se encuentran en las zonas más empobrecidas de América Latina, África y Asia.

Se trata de grupos de población que por razones económicas, socio-políticas, geográficas, falta de experiencia o de recursos no tienen acceso al mercado o, en caso de tenerlo, no obtienen un precio suficiente.

**COOPERATIVA: MAHAGUTHI.**

**País: Nepal.**

**Producto: Papel de Lokta, ropa...**

Trabaja principalmente en la rehabilitación de las mujeres más desprotegidas, especialmente las madres con niños pequeños a su único cargo, viudas y sin casta, proporcionándoles formación y condiciones de trabajo dignas, da empleo en la actualidad a más de 150 grupos de pequeñas productoras de acuerdo con criterios de Comercio Justo. Además, muchos de sus diseños descienden de patrones muy antiguos en la tradición religiosa, de la escultura y arquitectura. *Mahaguthi*, trabaja desde hace más de 14 años en el mantenimiento de estos diseños tradicionales, también como manera de preservar el rico patrimonio cultural nepalí.







**COOPERATIVA:  
CREATIVE HANDICRAFTS.**

País: India.

Producto: Textil.

El centro de acogida y formación de autoempleo para mujeres *Creative Handicrafts* fue creado en 1984 en el área de Mahakali - Bombay. Allí las condiciones de pobreza de las mujeres analfabetas y de los niños de barrios marginales son extremas.

El objetivo fundamental de *Creative Handicrafts* es formar a las mujeres en la producción de artesanía útil y organizar después su propio autoempleo en el centro o en sus propias casas.

Desde 1984 *Creative Handicrafts* ha estado enseñando a mujeres marginadas a producir juguetes artesanales, ornamentos y otros productos textiles. Sin embargo, enseñar a hacer negocios a las mujeres es sólo el primer paso para Productores para *Creative* en su relación con estas comunidades. Su objetivo central es proporcionar los conocimientos necesarios en materia de educación, sanidad, asuntos legales, etc que pueda proporcionarles un desarrollo sostenible.

En la actualidad las mujeres de *Creative Handicrafts* son las propietarias de la organización y sus productos representan el talento creativo del colectivo más perjudicado social y económicamente en Mumbai.



**COOPERATIVA: KAGERA COOPERATIVE UNION (KPG).**

**País: Tanzania.**

**Producto: Café.**

*Kagera Coop* es una cooperativa de Comercio Justo de Tanzania que agrupa a unos 60.000 socios incluyendo a 96 “Sociedades Primarias” productoras de café. Y es que en Tanzania, la producción, elaboración y comercialización del café se gestiona por un sistema de “Sociedades Primarias” o “Cooperativas de Aldeas”, a las que se unen pequeños campesinos organizados en cooperativas.

La principal actividad de *Kagera* es la comercialización del café y otros productos agrícolas, el sostenimiento técnico y financiero a los pequeños agricultores y su formación profesional continua.

Tanzania es uno de los principales exportadores de café de África, y el de más peso si nos referimos a la variedad “Robusta”.

## COOPERATIVA: SINDYANNA OF GALILEE.

País: Palestina.

Producto: Producen aceite de oliva, jabón de aceite de oliva, especias y artesanía local.

Se trata de una organización de Comercio Justo situada en Galilea, que opera en el contexto del conflicto israelí-palestino y en una sociedad étnicamente dividida en dos grupos: judíos y árabes. Trabajan mano a mano, unidos por su visión común. Su objetivo es crear una sociedad en que todas las personas tengan acceso a los mismos derechos y oportunidades, con un énfasis en los derechos de la mujer y su derecho al trabajo. Esta visión está estrechamente conectada con la posibilidad de alcanzar la paz entre las dos partes que están en conflicto y de acuerdo con la legislación internacional.

*Sindyanna*, activa desde hace 10 años, trata de crear condiciones que favorezcan el desarrollo y puestos de trabajo para mujeres árabes. Invierten sus recursos en cultivos autóctonos, producción de artesanías y jabón, para mantener y hacer revivir esos productos nativos. Hacen esto siendo fieles a su nombre, *Sindyanna of Galilee* (“roble de Galilea” en castellano) árbol símbolo de firmeza y fuerza.



### **g) Las Importadoras**

**Las importadoras compran los artículos a los grupos productores y los distribuyen a las Tiendas de Comercio Justo, a las que además facilitan información sobre los productos: de dónde vienen, de qué materiales están hechos, quién los ha elaborado, cómo están organizados los productores, etc.**

Las importadoras distribuyen también a otros puntos de venta como herbolarios, tiendas de productos ecológicos, grupos de consumo, centros de trabajo, instituciones públicas, cafeterías de universidades, supermercados, etc.

Normalmente realizan también actividades de difusión y sensibilización, y participan en campañas.

La relación comercial entre el grupo productor y la importadora está basada en el trato directo y el respeto mutuo. Las condiciones (precio, forma de pago, etc.) son acordadas por ambas partes. Se establece una relación comercial a largo plazo y una parte del pago se efectúa por adelantado. Estas dos últimas condiciones son tan fundamentales como el pago de un precio justo, ya que dan a los productores seguridad y confianza para poder planificar su futuro.

### **h) ¿Qué se entiende por un precio justo?**

Un precio justo debe cubrir todos los costes de producción y permitir a los productores tener una vida digna y reservar un margen para fines sociales: escuela, salud, vivienda..

### **i) Las tiendas**

Muchas de las tiendas están gestionadas por distintas ONGs con experiencia sobre la problemática que viven los países empobrecidos, bien porque gestionan proyectos en países del Sur o bien porque llevan a cabo campañas de sensibilización o actividades de Educación para el Desarrollo, aquí en el Norte.

El Comercio Justo se plantea como un paso más para acabar con las relaciones de injusticia entre el Norte y el Sur.

## j) ¿Qué hacen las tiendas?

Realizan actividades de:

- Sensibilización para dar a conocer la situación que se vive en los países de origen y las condiciones de injusticia que sufren millones de campesinos y productores en todo el mundo.
- Difusión del Comercio Justo, de sus objetivos y posibilidades.
- Campañas de incidencia con el fin de promover los cambios necesarios, tanto en el ámbito político como en el empresarial, para acabar con las condiciones de explotación y lograr unas relaciones comerciales más justas.

## k) Los precios

¿Son similares a los del comercio convencional?

Sí, son similares. Siempre, claro está, que la comparación se haga con productos equivalentes, ya que los artículos de Comercio Justo son de muy buena calidad, cuidando tanto las materias primas como la forma de elaboración. En cualquier caso, la comparación nunca podrá hacerse con los artículos de las tiendas especializadas en precios bajos, en las que además de cuestionar la calidad hay que preguntarse cuál es el coste humano –en forma de explotación laboral– que se esconde detrás de esos precios. El Comercio Justo, además de la calidad de sus productos, garantiza unas condiciones dignas de trabajo.





### 3. Objetivos generales de la guía

#### Objetivos generales:

1. Fomentar el consumo responsable en la comunidad educativa.
2. Reflexionar acerca del papel del comercio en la sociedad y conocer las consecuencias que se derivan del actual sistema de comercio internacional.
3. Establecer relaciones entre el consumo de la población del Norte y la vulnerabilidad económica de las personas trabajadoras, campesinos y artesanos del Sur.
4. Desarrollar la capacidad crítica de análisis ante la realidad del consumo que nos ayuden a reconocer nuestra implicación en la desigualdad mundial, y ver cómo podemos poner soluciones.
5. Reflexionar acerca del papel de la educación en la eliminación de la pobreza.
6. Respetar las diferencias y valorar las riquezas de los distintos pueblos y culturas.

#### Objetivos educativos que pretenden cumplirse con relación al Comercio Justo:

1. Conocer y entender el Comercio Justo como alternativa al comercio tradicional y como vía de desarrollo económico y social de las poblaciones más desfavorecidas.
2. Proporcionar materiales, herramientas y recursos de apoyo al profesorado en materia de Comercio Justo y Consumo Responsable para desarrollar la capacidad crítica de análisis ante la realidad del consumo
3. Facilitar el conocimiento de las consecuencias que tienen nuestras acciones cotidianas para, a través del Comercio Justo y el Consumo Responsable, cambiar actitudes que contribuyan a hacer cambios activos en la construcción de un mundo más justo y solidario.
4. Adoptar compromisos para ser más responsables en los actos cotidianos en relación al consumo, el respeto al medio ambiente y la defensa de los derechos humanos.



## 4. Contenidos

### CONCEPTOS

- Necesidades básicas, diferencias entre lo necesario y lo superfluo
- Relación entre el salario y las necesidades de la persona
- Relación entre hombres y mujeres en la vida laboral
- Igualdad de derechos y conquista de los derechos de las mujeres (trabajo remunerado, igualdad de trato y oportunidades...)
- Características del consumo responsable
- Identificación de diferentes actitudes frente al consumo
- Reconocimiento del consumismo
- Oscurantismo en la información sobre los productos que el consumidor/a adquiere
- Consecuencias sociales, económicas y medioambientales de las diferentes opciones de consumo
- El agua como recurso fundamental y limitado
- Diferencias en las formas de producción de los productos.
- Intercambios comerciales
- Colectivos implicados en la cadena comercial: productor, intermediario/a local, transnacional, mayorista y minorista.
- Multinacionales
- Creación de riqueza
- Distribución de las ganancias y grandes inversiones en publicidad
- Desigualdad Norte-Sur
- El índice global de hambre
- El desigual reparto de alimentos en el mundo
- Relación entre población, riqueza y desigualdad
- Economía actual y explotación
- Comercio Justo
- Diferencias entre Comercio Justo y comercio internacional
- Condiciones de trabajo y características de las personas que trabajan en Comercio Justo
- Características de productos de Comercio Justo
- Criterios del Comercio Justo

## **PROCEDIMIENTOS**

- Búsqueda activa de información
- Análisis y comparación de diferentes fuentes de información
- Reflexión y argumentación lógica
- Elaboración y exposición de argumentos propios razonados
- Preparación y realización de un debate
- Práctica del diálogo como estrategia para abordar los conflictos de forma no violenta.
- Habilidades de toma de decisiones.
- Trabajo en equipo
- Extrapolación de una situación vivenciada a la realidad
- Expresión y escucha activa de opiniones y emociones
- Análisis de productos y datos socioeconómicos
- Lectura de imágenes
- Participación en el centro educativo y en actividades sociales que contribuyan a posibilitar una sociedad justa y solidaria

## **ACTITUDES**

- Reflexión crítica
- Responsabilidad ante el hecho del consumo
- Valoración del Comercio Justo como una forma de consumo responsable
- Sensibilidad hacia las condiciones de vida y trabajo de los productores del Sur
- Solidaridad y empatía
- Compromiso e implicación para mejorar la realidad
- Participación
- Coordinación con otras personas

Nuestro trabajo fundamentalmente mejorará las competencias relacionadas con el conocimiento y la interacción con el mundo físico; la competencia social y ciudadana y la autonomía e iniciativa personal. Con esta unidad didáctica pretendemos de forma general contribuir a mejorar la alfabetización del alumnado en conocimientos, destrezas y valores sociales para que sean capaces de recabar información, de analizarla, de identificar problemas, de interpretar y valorar información y propuestas, de establecer interrelaciones entre las causas y las consecuencias, de escuchar, dialogar, comunicar, proponer soluciones y trazar planes personales de actuación coherentes y responsables consigo, con la sociedad próxima y con el conjunto de la humanidad.

La relación de esta unidad al desarrollo de las competencias básicas se concreta de la siguiente forma:

- **Social y ciudadana (C5)**
  - Ser capaz de ponerse en el lugar del otro y comprender su punto de vista aunque sea diferente del propio.
  - Aceptar y practicar normas de convivencia acordes con los valores democráticos.
- **Aprender a aprender (C7)**
  - Tomar conciencia de las propias capacidades.
  - Ejercitar la participación y el trabajo en equipo.
  - Practicar la síntesis de ideas propias y ajenas.
  - Iniciarse en la argumentación.
  - Identificar y confrontar información, conocimiento y opinión.
- **Autonomía e iniciativa personal (C8)**
  - Ejercitar la planificación, la toma de decisiones y la asunción de responsabilidades.
  - Desarrollar la construcción de un pensamiento propio.
- **Comunicación lingüística (C1)**
  - Expresión oral y escrita.
  - Valoración crítica de mensajes explícitos e implícitos de diferentes fuentes.
  - Adquisición de vocabulario.

## Conexión con otras áreas

Los contenidos de esta unidad nos remiten necesariamente al área de Ciencias Sociales. Ya que hay un acercamiento a la sociedad actual (conflictos, inmigración, etc.) y se ven las cuestiones relativas a la organización política y las desigualdades.

También al área de Tutoría pues entre otras actividades se pretende favorecer los procesos de madurez personal, de desarrollo de la propia identidad y del sistema de valores y de la progresiva toma de decisiones a medida que los alumnos han de ir adoptando opciones en su vida. Además el tutor/a también contribuye a la relación de los integrantes de la comunidad educativa: profesores, alumnos y padres, así como de la comunidad educativa y el entorno social. Además se puede incluir la relación con la asignatura de Lengua Castellana y Literatura pues a través de las diferentes actividades se favorece el desarrollo de las habilidades lingüísticas básicas de comunicación y expresión en su doble vertiente oral y escrita.



## 5. Metodología

### Principios y estrategias metodológicas

Nuestra intención es trabajar sobre el área de la Educación en Valores y por lo tanto entendemos que, para facilitar el proceso de enseñanza aprendizaje, es necesario trabajar de modo combinado, equilibrado y de manera abierta y plural distintos aspectos desde tres dimensiones

**Dimensión cognitiva:** proponemos un trabajo de los aspectos teóricos, que faciliten el acceso a información y al análisis de aspectos relacionados con el conocimiento de las desigualdades existentes en el reparto de la riqueza y del poder, la comprensión de sus causas y consecuencias tanto en el Norte como del Sur y el papel de este último en construir un mundo más justo. Para ello es necesario promover la adquisición de una estructura conceptual elemental que incluya conocimientos básicos sobre comercio internacional, trabajo infantil, Derechos Humanos, Comercio Justo, desigualdad Norte-Sur, reparto de la riqueza, equidad de género, medio ambiente, etc.

**Dimensión procedimental:** pretendemos fomentar en el alumnado la adquisición de habilidades como la capacidad de análisis crítico, la capacidad de argumentar, el trabajo en equipo, de descodificar imágenes y mensajes, el acceso a la información, estrategias para la toma de decisiones, etc.

**Dimensión actitudinal:** promoviendo valores y actitudes relacionadas con la empatía, la solidaridad, la justicia social, los Derechos Humanos,... que son esenciales para entender, pero sobre todo para cambiar las actitudes actuales hacia aquellas que permitan tomar conciencia de relaciones entre nuestras decisiones diarias personales y sus consecuencias a nivel global.

## Papel del educador

Su principal función es la de ser modelo de referencia principalmente en cuanto al desarrollo de actitudes, opiniones y comportamientos que se van a trabajar y transmitir, que den una visión coherente a todo el proceso. También deberá crear un clima de relación adecuado, un ambiente democrático y seguro donde se puedan expresar las opiniones y conflictos sin temor, donde se refuercen los comportamientos participativos, creativos, tolerantes y de convivencia.

Función suya también es la organización del grupo, favorecer los procesos de organización plurales y alejarse de los modelos autoritarios o “laissez faire”.

Propondrá las tareas y actividades (ejercicios, discusiones, dinámicas de grupo, debates...) que faciliten la reflexión y los cuestionamientos personales y grupales.

En estas actividades el educador ha de ser el que devuelva al grupo la síntesis de lo trabajado, el que facilite al alumnado el ponerse en la situación del otro, el que proponga preguntas que aclaren e interroguen posturas inamovibles, centrará cuestiones que se salgan del debate y que aclaren ante el interlocutor qué quiere hacer, qué quiere decir, en que qué quiere participar, de qué forma, cuándo y cómo.

En resumen, el papel del adulto ha de consistir en:

- Asegurarse de haber conseguido los factores previos (actitud confianza, respeto, escucha, comunicación, ...)
- Impulsar la motivación del grupo.
- Presentación de las actividades de forma que promuevan la reflexión individual y grupal a través de la discusión en grupos pequeños o gran grupo.
- Resumir las posturas, soluciones, argumentos, conclusiones.
- Hacerles recapacitar sobre la aplicación a sus vidas.
- Proponer tareas a realizar fuera del aula



## Secuenciación de las actividades y temas

### **1.- Consumo responsable: analizamos cómo es nuestro consumo**

- Homo consumus vs homus responsabilis
- ¿Qué hay detrás de mis galletas?
- ¿Qué hay detrás de mi camiseta de algodón?

### **2.- Proceso comercial: comercio tradicional-comercio justo**

- La ropa que llevamos

### **3.- Desigualdad norte-sur en el comercio internacional**

- Dinámica de los cubos
- La merienda (in)solidaria: El hambre y la mala nutrición
- Juego de las sillas: ¿cómo está repartido nuestro mundo?

### **4.- Coste real de los productos**

- ¿Qué hay detrás del precio de un plátano?

### **5.- Capacidad de elección: nuestro poder**

- Tu consumo decide: El consumismo y el poder de los consumidores/as

### **6- Publicidad**

- ¿Quién paga la publicidad?

### **7.- ¿Cuáles son los criterios de comercio justo?**

- Salario digno. Valora tus necesidades básicas
- Equidad de género. Ponle cara al comercio justo. Un reloj de 24 horas.
- Respeto por el medio ambiente: El agua que consumimos.
- Anuncio de un producto de comercio Justo para ver todos los criterios en conjunto

### **8.- Cambiando actitudes, no hay excusas**

- ¿Estás de acuerdo?



## 8. Para ampliar información

### Recursos en Internet:

En Deuda: <http://directorio-guia.congde.org/guiaderecursos/todos.php>

EduAlter: <http://www.edualter.org/material/consumo/index.htm>

Dolceta. Tema Consumo. [http://www.dolceta.eu/espana/Mod4/spip.php?article55&var\\_recherche=comercio%20justo](http://www.dolceta.eu/espana/Mod4/spip.php?article55&var_recherche=comercio%20justo)

Coordinadora Estatal de Comercio Justo: Listado de materiales disponibles <http://comerciojusto.org/centro-de-recursos>

Coordinadora de ONGD-España: <http://guiarecursos-epd.coordinadoraongd.org/>

TICambia: <http://www.ticambia.org/>

<http://www.setem.cat/consum/ccurricular.php> (en català)

<http://www.oxfam.org/es/campaigns/trade>

### Recursos en internet en inglés

The Fair Trade Foundation: <http://www.fairtrade.org.uk>

Just Business: [www.jusbiz.org](http://www.jusbiz.org)

Dubble: [www.dubble.co.uk](http://www.dubble.co.uk)

Banan link: Working towards a fair and sustainable banana and pineapple trade: [www.bananalink.org.uk](http://www.bananalink.org.uk)

Christian Aid: [www.christianaid.org.uk/learn/schools](http://www.christianaid.org.uk/learn/schools)

Labour behind the label: [www.labourbehindthelabel.org](http://www.labourbehindthelabel.org)

Global Footprints: [www.globalfootprints.org/teachers/matrix.htm](http://www.globalfootprints.org/teachers/matrix.htm)

## Materiales Didácticos:

IDEAS. (2007). *El Comercio Justo como herramienta de consumo responsable*. Cuadernos Bakeaz n.º 84, Madrid:

Monográfico sobre el Comercio Justo, dentro de la colección de los cuadernos Bakeaz (publicación bimestral que intenta proporcionar a aquellas personas u organizaciones interesadas estudios breves y rigurosos elaborados desde el pensamiento crítico y desde el compromiso con esos problemas).

IDEAS. (2008). *El viaje del cacao. Guía didáctica*. Madrid : .

Guía didáctica para profesores y formadores para sensibilizar acerca del Comercio Justo como herramienta de lucha contra la pobreza usando el cacao como ejemplo para entender, conocer como funciona el comercio internacional y la alternativa de Comercio Justo.

IDEAS. (2009). *Manual para la capacitación en el Consumo Responsable y Comercio Justo*, Madrid:

Guía didáctica sobre Comercio Justo, Consumo Responsable y Economía Solidaria.

IDEAS. (2010). *Viaje al Centro del Hambre. Descubriendo las responsabilidades y posibles soluciones desde el movimiento de Comercio Justo*. Madrid:

Dossier sobre la crisis alimentaria mundial y las alternativas desde el Comercio Justo y la soberanía alimentaria.

IDEAS. (2011). *Manual de Acción Responsable. Comercio Justo y Turismo Responsable*. Madrid:

Guía dirigida a responsables de las autoridades públicas para la promoción y la inserción del Comercio Justo y el Turismo Responsable.

INTERED (2012) pretende fomentar la reflexión sobre en qué sociedad vivimos, y plantea generar un cambio que promueva un nuevo modelo de desarrollo basado en la ética del cuidado y el pleno disfrute de los derechos humanos de todas las personas.

<http://www.canalsolidario.org/noticia/actua-con-cuidados-trans-forma-la-realidad/28748>

## VÍDEOS:

**NICOLA MORUZZI Y GIOVANNI POMPILIO (2010).** *Fair Tales.*

Documental sobre el Comercio Justo en el área del Mediterráneo. Dirigido por:. Editado en el marco del proyecto europeo FRAME..

**LAURA SIPÁN. (2009).** *Made in Bangladesh.*

Documental sobre el proyecto de Comercio Justo “Corr The Yute Works” de Bangladesh. Editado y producido por IDEAS.

PROYDE. (2009). *En la Piel de un Productor de Café, Juego Interactivo.*

[http://www.sallep.net/proyde/index.php?option=com\\_content&view=article&id=70&Itemid=159.](http://www.sallep.net/proyde/index.php?option=com_content&view=article&id=70&Itemid=159)

Juego interactivo para entender desde dentro las realidades de los productores de café de Piura (Perú).

PROYDE. (2005)

<http://servidor1.lasalle.es/micompromiso/>

Web para informar sobre los ODM.

SETEM. (2006). – *Guía para el Consumo Responsable de Ropa C. Ropa Limpia.*

Manual para practicar un consumo responsable de ropa.

SETEM. (2005). *Al otro lado de nuestra taza: El café y el Comercio Justo.*

Folleto informativo sobre la alternativa del consumo de café de Comercio Justo frente al café convencional, con recetas culinarias y testimonios de cooperativas cafetaleras.

SETEM. (2010). *Moda: Industria y derechos laborales.*

Guía para un consumo crítico de ropa con información y testimonios de la realidad de las condiciones de vida de las personas que interviene en la producción de muchas prendas.

SETEM. *Comercio Justo, una alternativa ética.*

Tríptico explicativo sobre los criterios del Comercio Justo.

SETEM. (2009). *Preguntas y respuestas sobre Comercio Justo.*

Madrid: SETEM MCM.

Folleto informativo sobre las características del Comercio Justo.

SETEM. (2008). *Cómo vivir sin acabar con el planeta.* Madrid: SETEM.

Guía informativa para reducir nuestra presión sobre el planeta.

SETEM. (2010). *Ponle cara al comercio Justo.* Madrid: SETEM MCM

Campaña educativa para conocer a las personas que hay detrás de los productos de Comercio Justo. Consta de : Material

impreso, una exposición itinerante con paneles desmontables y una web <http://www.ponlecaraalcomerciojusto.org/>.

SETEM. (2010) «*Con los pies en la tierra*». Cataluña. Vídeos para tratar el consumo en escuelas:

<http://vimeo.com/16423673> (mitad castellano, mitad català)

y lo mismo en youtube: [http://www.youtube.com/](http://www.youtube.com/watch?v=VlrfDsu-LM)

[watch?v=VlrfDsu-LM](http://www.youtube.com/watch?v=VlrfDsu-LM)

<http://edualter.org/material/actualitat/consum/cast/index.html>

(castellano, pero del 2008)

AYUDA EN ACCIÓN (2010) *Pablo, ¿nos enseñas a comprar?*

Manual para que los profesores puedan enseñar a sus alumnos de Primaria qué es el consumo justo y responsable

OXFAM (2012) A través de diagramas interactivos se explican las causas y las formas del comercio internacional.

<http://www.oxfam.org/es/campaigns/trade/riggedrules/dumping>

COMERCIO JUSTO EN 6 PASOS (comerciojustoelpaso) Explica de forma sencilla y didáctica el por qué y cómo del comercio justo

<http://www.youtube.com/watch?v=U2JlIrrspnA>

INFANCIA ROBADA (2005) Narrado por la actriz Meryl Streep, desvela cómo en distintas regiones del mundo, se violan los Derechos Humanos de 246 millones de niños y niñas que se ven forzados a trabajar y abandonar sus estudios, en regímenes que rozan la esclavitud.

<http://www.stolenchildhoods.org/mt/index.php> (en inglés)

WALMART – El alto costo de los bajos precios representa una excelente muestra del nuevo frente de batalla en la guerra permanente que los militantes consumidores norteamericanos llevan contra las empresas que probadamente comienzan a abusar de sus poderes monopólicos  
<http://www.walmartmovie.com/> (en inglés)

## **BIBLIOGRAFÍA**

COMERCIO JUSTO PARA TODOS (Taurus Pensamiento) (2007]  
Joseph E. Stiglitz (Autor), Stiglitz & Charlton (Autor)

BLANCO BUENO BUSCA NEGRO POBRE: UNA CRITICA A LOS  
ORGANISMOS DE COOPERACION Y LAS ONG  
Gustau nerin. Roca editorial de libros, 2011

## **FILMOGRAFÍA**

### **El último rey de Escocia**

TÍTULO ORIGINAL: The Last King of Scotland

AÑO: 2006

DURACIÓN: 123 min.

PAÍS: Reino Unido

DIRECTOR: Kevin Macdonald

### **Oro negro**

TÍTULO ORIGINAL: Black Gold

AÑO: 2006

DURACIÓN: 78 min.

PAÍS: Reino Unido

DIRECTOR: Marc Francis, Nick Francis

### **Babel**

TÍTULO ORIGINAL: Babel

AÑO: 2006

DURACIÓN: 142 min.

PAÍS: EEUU

DIRECTOR: Alejandro González Iñárritu



## Diamante de sangre

TÍTULO ORIGINAL: The Blood Diamond

AÑO: 2006

DURACIÓN: 138 min.

PAÍS: EEUU

DIRECTOR: Edward Zwick





La guía didáctica "*Vive el Comercio Justo en las aulas*" se enmarca dentro del proyecto "*Centros Educativos por el Comercio Justo*" financiado por la AECID y coordinado por IDEAS en consorcio con SETEM y PROYDE.

**Edita:** SETEM MCM

**Con la colaboración de :** IDEAS y PROYDE.

**Diseño y Maquetación:** Taller de diseño de traficantes de sueños.

**Impresión:**

Impreso en papel 100% reciclado.

Se autoriza la reproducción sin fines comerciales de los contenidos de esta publicación, citando su origen.

Madrid, Mayo de 2012.

Publicación financiada por:



**SETEM** (Madrid-Castilla La Mancha) somos una ONG para el Desarrollo nacida en 1991 y trabajamos para acabar con las injustas relaciones entre los países del Norte y del Sur, a través de la Educación para el Desarrollo y la Sensibilización, el fomento del Comercio Justo y las Finanzas Éticas y las campañas de Información y Denuncia.

[www.setemmcm.org](http://www.setemmcm.org)

[tdiez@setem.org](mailto:tdiez@setem.org)

Tfno. (+34) 91 549 91 28 - Extensión 26



**IDEAS** (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria) es una Organización de Comercio Justo sin ánimo de lucro, cuya misión es transformar el entorno económico y social en base a unas relaciones comerciales justas y dignas, mediante el desarrollo de actividades de Comercio Justo, Economía Solidaria y Consumo Responsable.

[www.ideas.coop](http://www.ideas.coop)

[ciudadporelcomerciojusto@ideas.coop](mailto:ciudadporelcomerciojusto@ideas.coop)

Tfno. (+34) 91 4074115



**PROYDE** (Promoción y Desarrollo)

La Asociación PROYDE es una ONGD sin afán de lucro, fundada en el año 1988 con un objetivo social prioritario: la promoción y el desarrollo de las personas y comunidades de los países menos desarrollados, mediante la realización de proyectos relacionados con la educación.

[www.proyde.org](http://www.proyde.org)

[comerciojusto@proyde.org](mailto:comerciojusto@proyde.org)

Tfno. (+34)91 356 06 07

