

CJ

CUADERNO DE COMERCIO JUSTO

Monográfico sobre el textil

Número 5 | Mayo 2015



COORDINADORA ESTATAL DE
COMERCIO JUSTO

Edición: Coordinadora Estatal de Comercio Justo (www.comerciojusto.org)

Redacción: Carro de Combate y Coordinadora Estatal de Comercio Justo

Traducción: Mondo Agit

Fotografías: CECJ; Creative Handicrafts; CHETNA; “Dhaka Savar Building Collapse” by rijans - Flickr: Dhaka Savar Building Collapse. Licensed under CC BY-SA 2.0 via Wikimedia Commons; SETEM/Carlos Castro y Felipe Adeba; Taller de Solidaridad/Natalia González Mayordomo, Carlos Rodríguez Espin y Ana Silva Romero; UN/Grant McLean, Mark Garten, Ray Witlin y Yutaka Nagata

Maquetación: Masgráfica

Madrid, mayo de 2015

Esta obra se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported (CC BY-NC-SA 3.0).

Para ver una copia de esta licencia, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/legalcode>



Este cuaderno, así como la campaña en el que se enmarca, forman parte de un proyecto financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). El contenido de dicha publicación es responsabilidad exclusiva de sus autores y autoras y no refleja necesariamente la opinión de la AECID.



	TIRA DEL HILO PARA SABER QUÉ HAY DETRÁS DE LA ROPA QUE TE PONES	4
1	INTRODUCCIÓN. BREVE RECORRIDO HISTÓRICO SOBRE EL ALGODÓN	5
	King Cotton	6
	El caso de España	7
2	EL MERCADO GLOBAL DEL TEXTIL Y SUS DESEQUILIBRIOS COMERCIALES	9
	Especulación y subsidios	11
	El sector textil en cifras	11
	Concentración del sector	12
3	LA CADENA DE PRODUCCIÓN	13
	La extracción de las fibras	14
	La preparación	15
	El taller de costura	15
4	LAS CONDICIONES LABORALES	16
	Salarios indignos	16
	Trabajo esclavo	17
	El textil y la feminización de la pobreza	18
	Trabajo infantil en el sector de la moda	18
	Impacto en la salud	19
	Hostigamiento a los sindicatos	21
5	EL COMERCIO JUSTO COMO ALTERNATIVA	22
	¿En qué se traducen los principios que defiende el Comercio Justo?	23
	¿Cómo contribuye la compra de un producto de Comercio Justo a la mejora de las condiciones de vida de las y los productores? Un ejemplo práctico	24
	¿Cómo saber que un producto es de Comercio Justo?	25
	¿Dónde puedo encontrar productos textiles de Comercio Justo?	25
	¿Quién produce el textil de Comercio Justo?	25
	Algunas organizaciones productoras de algodón	26
	Organizaciones que confeccionan ropa y otros artículos de textil	26
	Dos experiencias de ropa de Comercio Justo	27
	Ellos y ellas nos cuentan qué aporta el Comercio Justo	28
6	BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS	29

Tira del hilo para saber qué hay detrás de la ropa que te pones

En nuestro país, cada persona gasta en torno a 437 euros en ropa al año, pero ¿qué sabemos, en realidad, sobre las prendas que nos ponemos...?

Las grandes marcas se han especializado en el diseño y la distribución. Para abaratar costes, la confección se subcontrata con talleres textiles del Sudeste asiático, la India o Marruecos donde las trabajadoras –en su mayoría mujeres– cosen las prendas por sueldos miserables durante jornadas laborales que se extienden durante 12, 14 e incluso 16 horas diarias en talleres sin las mínimas condiciones de seguridad e higiene.

Así pues, las etiquetas de nuestra ropa nos informan sobre su composición, origen, instrucciones de lavado... pero hay muchas cosas que no dicen. Sólo cuatro ejemplos:

- 21 millones de personas en todo el mundo trabajan en condiciones de trabajo forzoso en las diversas formas que adopta la **esclavitud moderna**, como la servidumbre por deudas. El textil y el trabajo agrícola son los dos sectores en que esta explotación extrema está más generalizada.
- **Producir unos vaqueros requiere casi 7.000 litros de agua.**
- India, Uzbekistán, China, Bangladesh, Egipto, Tailandia y Pakistán son los países en los que hay una mayor **presencia de menores a lo largo de la cadena de producción** del textil.
- **Muerte y confección** son un binomio frecuente por las pésimas condiciones de los talleres textiles. Un edificio conocido como Rana Plaza, que alojaba cuatro fábricas de ropa en Bangladesh, se derrumbó en 2013 causando 1.130 víctimas mortales y más de 1500 personas heridas.

Por este motivo, este cuaderno te invita a *tirar del hilo* de las injustas realidades que esconde gran parte del textil convencional y a elegir Comercio Justo, porque representa una **alternativa** que no solo garantiza unos ingresos adecuados a los trabajadores y trabajadoras, sino que aporta muchos más beneficios a nivel individual, social y medioambiental.

La Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ)

Es la plataforma que agrupa a 29 organizaciones vinculadas al Comercio Justo y que realizan tareas de importación, venta final y/o sensibilización en el Estado español. Su trabajo se centra en potenciar este sistema comercial alternativo y solidario, y dar servicio a las entidades miembro. La CECJ forma parte de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO).

La finalidad de la CECJ es la transformación de la realidad social y las reglas del comercio internacional a través de la incidencia en las políticas públicas, la sensibilización y movilización de la sociedad y el fortalecimiento del sector de Comercio Justo.

Día Mundial del Comercio Justo 2015

Esta publicación forma parte de los materiales elaborados por la CECJ para conmemorar el Día Mundial del Comercio Justo, que se celebra el 9 de mayo. En 2015 hemos decidido centrarnos en el sector textil porque consideramos imprescindible tirar del hilo de las injusticias que se esconden tras la ropa que nos ponemos y reivindicar formas de producción alternativas a las actuales, donde se respeten los derechos laborales de las personas trabajadoras y el medio ambiente. ●

1. Introducción. Breve recorrido histórico sobre el algodón

La vestimenta ha sido una necesidad humana desde hace miles de años. Las pieles de los animales fueron la primera materia prima utilizada para cubrirse el cuerpo, pero poco a poco los seres humanos fueron experimentando con nuevos materiales y técnicas que permitieron obtener tejidos más resistentes y cómodos. A las pieles se añadieron fibras obtenidas de la lana de animales, del cáñamo o de la seda de las orugas.

Sin embargo, probablemente la fibra que más revolucionó la vestimenta, y que hoy sigue siendo una de sus principales materias primas, fue el algodón. En el año 443 antes de Cristo, el historiador griego Herodoto dejaba reflejado en sus *Historias* la existencia de unas maravillosas plantas “que en vez de fruta llevan una especie de lana, que no sólo en belleza sino también en bondad aventaja a la de las ovejas, y sirve a los indios para tejer sus vestidos”¹. El algodón era entonces una planta extraña en Europa, aunque había sido utilizado durante siglos en lugares tan remotos como México o Pakistán. Su uso se iría extendiendo poco a poco, pero sin demasiado brío, pues el procesamiento de esas esponjosas flores resultaba extremadamente laborioso por la dificultad de separar las fibras de las semillas. Aún habrían de pasar varios siglos antes de que se convirtiera en la fibra común que es hoy en día.

El punto de inflexión vendría de la mano de Eli Whitney, un precoz inventor estadounidense, que revolucionaría el sector a finales del siglo XVIII con una máquina que separaba de forma sencilla las fibras de algodón de las vainas y de sus semillas. La desmotadora de Whitney supondría también un nuevo impulso en la cultura esclavista de los recién nacidos Estados Unidos, donde esta industria se sustentó en el sometimiento de la población negra, hasta el punto de que, en las principales zonas algodoneras, los esclavos supondrían hasta un 50% de la población total².

Al mismo tiempo, en Inglaterra se desarrollaba rápidamente la industria textil, con la introducción de impor-



@CHETNA

tantes avances, como diferentes versiones de la hiladora, que multiplicarían la capacidad de producción de las fábricas británicas. Inglaterra se convertiría así en el principal demandante del algodón norteamericano, en una industria que se abastecía en un 80% de algodón cultivado por esclavos³.

1. Herodoto. *Historias*, Libro III, 106.

2. Oyangen, Knut. Iowa State University. Department of History. *The Cotton Economy Of The Old South*. <http://rickwoten.com/CottonEconomy.html>

3. Sherwood, Marika. Institute of Historical Research. University of London. *Britain, slavery and the trade in enslaved Africans*. www.history.ac.uk/ihr/Focus/Slavery/articles/sherwood.html

King Cotton

Durante la Guerra Civil Americana (1861-1865), el algodón se convirtió en un importante elemento aglutinador de los estados esclavistas del Sur que creían que el “King Cotton” (Rey Algodón) les permitiría independizarse de los estados del Norte, más industrializados y opuestos a la esclavitud, y no caer en la bancarrota. Su derrota en esta contienda, con la subsiguiente abolición de la esclavitud, se sumó a varias plagas que dejaron gravemente dañado el sector algodonero; entonces, los países europeos empezaron a mirar a sus colonias asiáticas, y especialmente africanas, para abastecerse de algodón. Así fue cómo el esquema de trabajo forzado que había caracterizado los campos estadounidenses que se replicó en las colonias, sobre todo en el África Occidental.



Incendio de la fábrica Triangle Shirtwaist en Nueva York.

La explotación en el sector no se limitó al cultivo del algodón. Las fábricas encargadas de convertir las fibras en telas y ropas también sufrían duras condiciones laborales. En los primeros años de la Revolución Industrial, la mano de obra favorita de los propietarios de las fábricas inglesas era la infantil, comparable en productividad a la adulta, pero mucho más barata⁴. En 1788, hasta dos tercios de la mano de obra en fábricas en Inglaterra y Escocia era infantil⁵. Habría que esperar hasta 1833 para que se prohibiera trabajar a los menores de 9 años y a los menores de 18 desempeñar oficios nocturnos. Tanto para ellos como para las personas adultas, las jornadas eran de al menos 10 horas diarias y alcanzaban a menudo las 14 horas a cambio de salarios de subsistencia. También en Estados Unidos, las condiciones de las fábricas textiles eran muy duras y se produjeron varios desastres que impulsaron la lucha por los derechos laborales en el país. Entre ellos destaca el incendio de la fábrica Triangle Shirtwaist en Nueva York, el 25 de marzo de 1911, en el que murieron 146 trabajadores, de los que 123 eran mujeres. La mayoría eran personas inmigrantes recién llegadas de Europa.

Tras la Segunda Guerra Mundial, comenzó el declive de la industria textil británica, acelerado en parte por el boicot de la India a sus telas, y el sector comenzó a conformarse según los parámetros actuales de deslocalización y subcontratación en países pobres. En un intento de salvar lo que quedaba de sus industrias textiles, Estados Unidos y la Comunidad Europea, junto con otros países industrializados, firmaron en 1974 el Acuerdo Multifibras, que establecía cuotas máximas de importación de ropa de los países en desarrollo hacia los desarrollados. El acuerdo iba dirigido a combatir la competencia que suponían las industrias surgidas en países como China, pero en vez de proteger las industrias locales, las desplazó a otros países que no estaban incluidos en el Acuerdo como Sri Lanka, Filipinas, Tailandia, Indonesia o Bangladesh. Este último, que se ha convertido hoy en el segundo exportador mundial de textil pero también en uno de los países con las peores condiciones laborales en el sector, vio florecer su industria gracias a este acuerdo.

En los años 90, con el Acuerdo Multifibras aún en vigor, el sector textil experimentó la transformación definitiva. La progresiva desregulación laboral en los países del Norte, unida a la liberalización del comercio, las finanzas a nivel global y al abaratamiento de los costes del transporte marítimo, permitieron un intenso proceso de des-

4. Galbi, Douglas A. Centre for History and Economics, King's College, Cambridge. *Child Labour and the Division of Labour in the Early English Cotton Mills*.

5. *Ibidem*.

En 2013, la moda supuso un 2,7% del PIB español

localización de la producción que, si bien es transversal a todos los sectores de la economía, en el textil ha sido especialmente marcado.

La tendencia se aceleró cuando el sector terminó de liberalizarse en 2005, cuando expiró el Acuerdo Multifibras que en 1995 había pasado a llamarse, tras algunas modificaciones, Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido (ATV). Esto puso fin a las cuotas de importación, aunque China aún se vio sometida a limitaciones en el incremento de sus exportaciones hacia Estados Unidos y Europa⁶. El textil se ha convertido, desde entonces, en una mercancía fundamental del comercio internacional.

El caso de España

El nacimiento de la industria en España, como en la mayoría de los países europeos, estuvo fuertemente ligado al sector textil. Durante décadas, fue el motor de la modernización y del crecimiento económico, especialmente en Cataluña. Hoy en día, el textil ha disminuido su importancia en el panorama económico nacional, pero sigue siendo una de las principales industrias del país. Así, en 2013, la moda supuso un 2,7% del PIB español⁷. En términos de empleo, esta aportación es aún mayor, con el 4,2% de los puestos de trabajo activos en el mercado laboral, según el estudio. En la industria, el peso de los trabajadores vinculados a la moda representa el 7,6% del total; en la distribución, alcanza el 18% de los puestos de trabajo.

La tendencia es, sin embargo, a la baja. Al igual que en el resto del mundo, en las últimas décadas la evolución del sector español del textil y la confección se ha caracterizado por la deslocalización, la subcontratación de la producción y el cierre progresivo de las pequeñas empresas, debido al incremento en las importaciones de productos textiles procedentes mayoritariamente de los países asiáticos⁸. No

obstante, a partir de 2012 se ha observado un ligero aumento de la producción industrial del sector como consecuencia de la reducción de los costes laborales en España⁹.

La mayor parte de las empresas que han cerrado durante los últimos años eran pequeñas y medianas. Pero al mismo tiempo, en España están ubicados algunos de los mayores grupos de distribución textil del mundo, como Inditex y Mango, y también cuenta con firmas de calzado de relevancia internacional, como Camper. Con una facturación de casi 16 mil millones de euros en 2012, el Grupo Inditex no sólo es la empresa líder del mercado en España y en el mundo, sino también un modelo empresarial innovador y exitoso, basado en el ahorro de costes de la distribución y en el concepto conocido como *Fast Fashion*, la moda rápida. Fueron los creativos de Inditex los que decidieron aumentar la rotación de las prendas: si el consumidor sabe que mañana tal vez esa prenda no esté más en la tienda, aumentará su tentación a la compra compulsiva. Eso mismo alimenta la diversidad de las firmas y colecciones, que incluye líneas baratas.

Inditex también innovó en su política publicitaria: sustituyó el gasto en anuncios de prensa y televisión por una apuesta decidida por la presencia en lugares céntricos y emblemáticos de las ciudades, con grandes escaparates que les sirven como la mejor publicidad. Una *historia de éxito* con un protagonista, Amancio Ortega, que en algunos círculos se presenta como un modelo a seguir.

En lo referido al consumo, cada persona gasta aproximadamente 437 euros en ropa al año, según el informe *El sector textil y el gasto en prendas de vestir en España 2014*¹⁰. Sin embargo, estamos lejos del gasto medio registrado en otros países. Así, en Italia, por ejemplo, el gasto asciende a casi 1492 euros per cápita, mientras que en Estados Unidos, Alemania y el Reino Unido se superan los 966 euros¹¹.

Cada persona gasta aproximadamente 437 euros en ropa al año

6. Ingeborg Wick (2009). *The social impact of the liberalised world market for textiles and clothing. Strategies of trade unions and women's organisations*. OBS-Workbook 62. A study commissioned by the Otto Brenner Foundation. http://www.otto-brenner-shop.de/uploads/tx_mplightshop/AH62_en_01.pdf

7. Modaes.es con la colaboración del Centro de Información Textil y la Confección (Cityc) y Amicca. *Informe Económico del Negocio de la Moda en España 2014*.

8. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2007). *El Comercio Textil en España*.

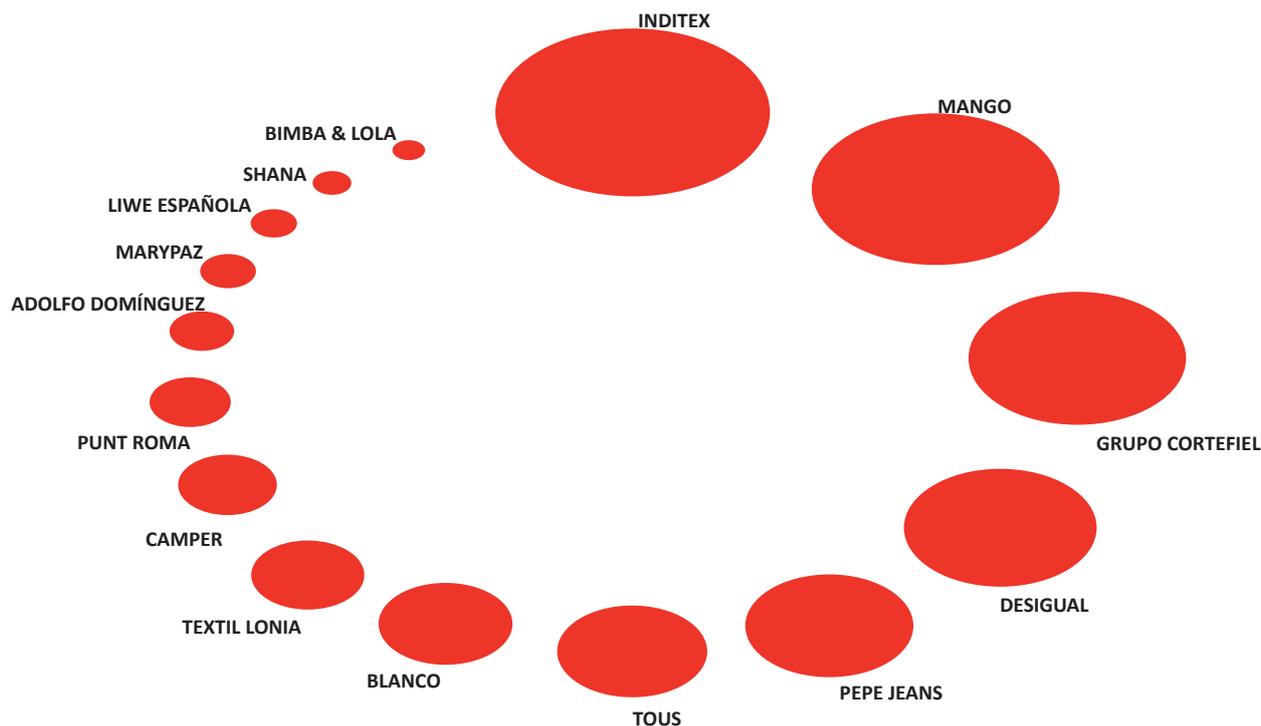
9. Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2014). Presentaciones sectoriales. Sector Textil y Confección.

www.minetur.gob.es/es-ES/IndicadoresyEstadisticas/Presentaciones%20sectoriales/Textil%20y%20confeccion/C3%B3n.pdf

10. Informe elaborado por la escuela de negocios EAE Business School, 2014.

11. OECD (2010). *Final consumption expenditure of households, Detailed National Accounts (database)*. Conversión de dólares a euros calculado según el cambio de divisas a 13 de febrero de 2015.

Las principales empresas españolas de la moda¹²



INDITEX

Cadenas: Zara, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Pull&Bear, Oysho, Zara Home
Facturación 2012: 15.946 M€
Tiendas: 6.009
Sede: A Coruña
Otros datos: Cotiza en bolsa

MANGO

Cadenas: Mango, He by Mango, Mango Touch...
Facturación 2012: 1.691 M€
Tiendas: 2.600 puntos de venta
Sede: Barcelona
Otros datos: Controlada por Isak Andic

GRUPO CORTEFIEL

Cadenas: Cortefiel, Women'secret, Springfield, Pedro del Hierro
Facturación 2011: 955 M€ (ejercicio cerrado en febrero de 2012)
Tiendas: 1.900 puntos de venta
Sede: Madrid
Otros datos: Propiedad de CVC, Pai y Permira

DESIGUAL

Cadenas: Desigual
Facturación 2012: 700 M€
Tiendas: 330
Sede: Barcelona
Otros datos: Controlada por Thomas Meyer

PEPE JEANS

Cadenas: Pepe Jeans, Hackett
Facturación 2012: 463 M€ (ejercicio cerrado en marzo de 2012)
Tiendas: Más de 300
Sede: Barcelona
Otros datos: Participada por Torreal, Artá Capital y L Capital

TOUS

Cadenas: Tous
Facturación 2011: 326 M€
Tiendas: 400
Sede: Barcelona
Otros datos: Propiedad de la familia Tous

BLANCO

Cadenas: Blanco y Blanco Accessories
Facturación 2012: Cerca de 300 M€
Tiendas: 240 (proceso de cierres) **Sede:** Madrid
Otros datos: En preconcursos de acreedores

TEXTIL LONIA

Cadenas: CH, Purificación García
Facturación 2011: 252.45 M€
Tiendas: 70 (PG) y 100 (CH)
Sede: Ourense
Otros datos: Propiedad de la familia Domínguez

CAMPER

Cadenas: Camper, Camper Together
Facturación 2012: Más de 200 M€
Tiendas: 150
Sede: Mallorca
Otros datos: Propiedad de la familia Fluxá

PUNT ROMA

Cadenas: Punt Roma
Facturación 2011: Más de 200 M€
Tiendas: Más de 200
Sede: Barcelona
Otros datos: Empresa familiar

ADOLFO DOMÍNGUEZ

Cadenas: Adolfo Domínguez, U
Facturación 2012: 148,45 M€
Tiendas: 695
Sede: Ourense
Otros datos: Cotiza en bolsa

MARYPAZ

Cadenas: MaryPaz
Facturación 2012: 176 M€
Tiendas: Más de 400
Sede: Sevilla
Otros datos: Propiedad de la familia Aguaded

LIWE ESPAÑOLA

Cadenas: Inside, Inside Shoes
Facturación 2012: 111,1 M€
Tiendas: 294
Sede: Murcia
Otros datos: Cotiza en bolsa

SHANA

Cadenas: Shana, Double Agent
Facturación 2012: 100 M€
Tiendas: Más de 200
Sede: Barcelona
Otros datos: Propiedad de Julián Imaz

BIMBA & LOLA

Cadenas: Bimba & Lola
Facturación 2012: 70 M€
Tiendas: 160
Sede: Vigo
Otros datos: Propiedad de la familia Domínguez

12. Modaes.es. El Mapa de la Moda (I): Los grandes grupos de moda en España

www.modaes.es/back-stage/20130515/el-mapa-de-la-moda-i-los-grandes-grupos-de-moda-en-espana.html

2. El mercado global del textil y sus desequilibrios comerciales

El término globalización es, según Gisela Notz¹³, un invento de las escuelas de administración americanas que “sugiere que tan sólo sobreviven las empresas que se adecúan a tiempo y sin contemplaciones a una nueva competencia global”, como si sólo pudiera sobrevivir la empresa que ingresa en ese juego de la globalización del capital. En los últimos 30 años, las transnacionales se han consolidado como actores protagonistas del sistema económico, con creciente influencia política; los grandes *holdings* verticales –esto es, los grupos empresariales que encadenaban los diferentes momentos de la cadena de producción– han ido evolucionando hacia firmas que conservan para sí sólo las actividades más rentables de cada sector y externalizan todo lo demás a través de densas redes de subcontratas. Si esto es así en toda la economía, el textil es uno de los sectores en el que esto ha sucedido de manera más generalizada y visible. Muchas grandes firmas no poseen un solo taller de costura. Se han especializado en el diseño y la distribución y la confección se deja a empresas subcontratadas que tienen su base en países con costes laborales muy bajos. De esta forma, se quedan con lo más lucrativo del negocio, que es la distribución, limitan su intervención en la cadena de producción y, al mismo, tiempo se internacionalizan, hasta componer grupos de distribución textil cada vez mayores y presentes en las calles de todo el mundo globalizado.

En la práctica, lo que se ha llamado globalización es una nueva forma de organización de la producción y la distribución de la riqueza global, que congrega dos fenómenos de calado y alcance universal: la deslocalización de la producción y la creciente importancia de las empresas transnacionales (ETNs). La interacción de ambos procesos ha llevado, como veíamos, a una disolución de las responsabilidades, una bajada internacional de los salarios y la consolidación del poder corporativo, con una influencia política cada vez mayor.

A día de hoy, el textil es, tal vez, el sector de la economía global en el que se reproduce de manera más gráfica la

©JUN-YUTAKA NAGATA



estructura de producción y comercialización del sistema económico capitalista en su fase de la globalización. El algodón y otras fibras viajan a los talleres textiles del sudeste asiático, la India o Marruecos donde las trabajadoras, en su gran mayoría mujeres, cosen las prendas en lamentables condiciones laborales, de seguridad e higiene. Los dueños de los talleres venden las prendas a las grandes firmas de la moda internacional, que comercializan sus exclusivos diseños en los escaparates de París, Madrid o Milán, en una cadena que a menudo antepone

Muchas grandes firmas se han especializado en el diseño y la distribución y la confección se deja a empresas subcontratadas

13. Notz, Gisela (2006). *Género en el trabajo sindical. Globalización o la feminización del trabajo*.



© UN-GRANT M'CLEAN

una alta rentabilidad económica por encima de cualquier otra consideración social o medioambiental.

El sector textil y del calzado ha terminado por conformar un mercado global en el que sobresalen un puñado de corporaciones multinacionales, cada vez más concentradas, y una diáspora de maquilas; es decir, talleres ubicados en países en vías de desarrollo, que aprovechan las ventajas de la mano de obra barata y que se vinculan a las multinacionales del sector a través de redes de subcontratación a veces complejas. La fase de producción se deslocaliza en los países del Sur, sobre todo del sudeste asiático, donde los bajos sueldos baten récords. Bangladesh conserva ese triste honor con un salario mínimo de 50 euros al mes, aun tras la importante subida del 77%, que se produjo después del terrible derrumbe del edificio Rana Plaza, donde operaban varios talleres textiles, que se saldó con 1.130 muertes y más de 1.500 personas heridas¹⁴.

Ante las subidas de salarios en Asia, la industria comienza a desplazarse a África, a países como Etiopía y Sudáfrica¹⁵. Mientras, los gigantes de la distribución y la moda como Inditex, Gap y H&M luchan por hacerse con nuevos mercados a través de detallados planes de expansión internacional.

Estas condiciones laborales que hemos señalado son fruto, en buena parte, de los desequilibrios comerciales que se dan en la industria del textil, que ha sufrido un importante proceso de liberalización durante las últimas décadas que ha llevado a deslocalizar la producción a países pobres, mientras que las actividades más ren-

tables siguen controladas por grandes multinacionales europeas y estadounidenses. En este sentido, la Organización Mundial del Comercio (OMC) define el sector textil de la siguiente manera:

“El sector textil es al mismo tiempo una industria intensiva en trabajo y con bajos salarios y un sector innovador, según en el segmento del mercado en el que uno se centre. En el mercado de la moda de alta calidad, la industria se caracteriza por la tecnología moderna, los trabajadores y diseñadores relativamente bien pagados y un alto grado de flexibilidad [...]”¹⁶.

Esta definición del informe de la OMC pone de manifiesto las grandes diferencias que se dan dentro de la propia industria textil. Así, el 60% de la producción mundial de prendas de vestir se concentra en Asia, pero las grandes pasarelas aún siguen siendo París, Nueva York, Milán y Londres. No obstante, organizaciones internacionales como el Fondo Monetario Internacional (FMI) o el Banco Mundial han defendido durante décadas la bonanza del sector textil a la hora de reducir la pobreza en aquellos países en los que se instala. Varios estudios han señalado, por ejemplo, cómo el sector ha contribuido a reducir el porcentaje de personas bajo el umbral de la pobreza en Camboya. Sin embargo, los sindicatos del país denuncian que las estadísticas apenas se han actualizado y no se ha incluido el aumento de los precios registrado durante los últimos años. En 2008, el periódico local *Phnom Penh Post* publicó que cerca de 30.000 mujeres habían dejado sus puestos de trabajo en las fábricas en apenas seis meses para trabajar en burdeles o establecimientos similares, debido a la inflación¹⁷.

Por otra parte, como señala Albert Sales i Campos en su *Guía para vestir sin trabajo esclavo*¹⁸, hay un denominador común entre los países que albergan grandes cen-

***En el caso del algodón,
el papel de los agentes
especuladores es más
importante que en
otras materias primas***

14. El País. internacional.elpais.com/internacional/2013/06/14/actualidad/1371225314_748245.html

15. Modaes.es www.modaes.es/entorno/20140721/etiopia-y-sudafrica-las-nuevas-bangladesh.html

16. Hildegunn Kyvik Nordås. *The Global Textile and Clothing Industry post the Agreement on Textiles and Clothing*.

17. *Phnom Penh Post* (2008). *Inflation driving women out of the factories into beer gardens*. www.phnompenhpost.com/national/inflation-driving-women-out-factories-beer-gardens

18. Sales i Campos, Albert. Setem Catalunya (2013). *Guía para vestir sin trabajo esclavo*.

Deslocalización

ALGODÓN*							
Países productores		Países exportadores		Países consumidores		Países importadores	
China	27,2	EE. UU	31	China	39,92	China	25
India	25,7	India	16	India	17,69	Bangladesh	13
EE. UU	10,7	Australia	8	Pakistán	9,34	Turquía	10
Pakistán	7,8	Uzbekistán	8	Turquía	4,80	Vietnam	9
Brasil	6,6	Brasil	7	Brasil	3,90	Indonesia	8

Fuente: elaboración propia a partir de los datos extraídos de la web http://es.cottoninc.com/MonthlyEconomicLetter_ES/#3

*Porcentaje respecto del total

tros de producción textil: todos ellos están fuertemente endeudados con la banca privada y con las instituciones internacionales, como el FMI y el Banco Mundial, que han impuesto a estos países planes de ajuste orientados a la exportación y la mejora de la competitividad. Algo muy provechoso para las élites locales pero que tiene a los trabajadores entre sus principales perdedores.

Especulación y subsidios

En el caso del algodón, entran en juego también los mercados financieros que desestabilizan los precios. En estos mercados, las materias primas pueden venderse en tiempo presente –hoy compro, hoy recibo– pero, en general, suelen comercializarse bajo la forma de futuros o de opciones. En el primer caso, comprador y vendedor se comprometen a intercambiar una mercancía en el futuro, pero al precio de mercado del día en el que se ha llegado al acuerdo. En el segundo, el comprador obtiene un derecho a comprar una mercancía, pero no tiene la obligación de hacerlo.

Estos mercados de futuros son en realidad plazas de especulación y los contratos rara vez se materializan: según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en el 98% de los casos no hay transacción de la mercancía y el contrato se cancela o revende antes¹⁹. Como ocurre con tantas otras materias primas que también cotizan en estos mercados, la acción de los especuladores hace casi imposible para los pequeños agricultores y agricultoras prever los precios de antemano y calcular así sus ingresos y costes. En el caso del algodón, además, el papel de los agentes especuladores es más importante que en otras materias primas, según apunta el Banco Mundial. Así, mientras que para otros productos se han desarrollado

mercados paralelos donde se compran las materias primas directamente a los productores, en el caso del algodón²⁰ estos mercados siguen jugando un papel fundamental debido a los altos costes de transacción²¹.

A esto se añaden los subsidios al cultivo de algodón, especialmente en Estados Unidos, que han mantenido los precios bajos durante años, lo que ha afectado fundamentalmente a quienes se dedican a su cultivo en países africanos, según la FAO. Este organismo asegura que la eliminación del apoyo a la producción de algodón en todo el mundo incrementaría los precios de este producto hasta un 11%²².

El sector textil en cifras

En la actualidad, los principales productores mundiales de algodón son China e India, seguidos de Estados Unidos, Pakistán y Brasil²³. Tanto China, como India y Pakistán, y en menor medida Brasil, procesan sus cosechas mayoritariamente en el mismo país y las utilizan para alimentar sus propias industrias. Sin embargo, Estados Unidos, exporta su producción subsidiada, como ya hemos apuntado, fundamentalmente a China, Turquía, Vietnam y México²⁴. Al igual que sucede con otras mercancías, el sector ha sufrido la competencia desleal de las políticas comerciales de los Estados Unidos que, al beneficiar a sus exportadores con subsidios gubernamentales, presionan los precios a la baja y compiten de forma desleal.

Entre los principales países importadores se encuentran, además, los países del sudeste asiático, que no producen algodón pero sí tienen una fuerte industria textil, como Bangladesh, Vietnam o Indonesia.

19. FAO (2010). *Price surges in food markets. How should organized futures markets be regulated? Policy Brief*.

20. Banco Mundial. *Priorities for Sustainable Growth: A Strategy for Agriculture Development in Tajikistan. Technical Annex 2. Cotton Sector in the Global Context*.

21. Los costes de transacción son los costes implícitos en un intercambio económico. Estos costes varían según el país pero incluyen, entre otros, las comisiones de los intermediarios, los costes de transporte, la burocracia o la incertidumbre relacionada a la volatilidad de los precios.

22. FAO (2005). *El estado de los mercados de productos básicos agrícolas 2004*.

23. Egipto no aparece en el ranking de productores, pero su algodón es el más cotizado. Se le considera el de mayor calidad del mundo. Se cultiva en el valle del Nilo, un entorno que propicia el crecimiento de bolas de algodón más grandes, de las que se obtienen fibras de mayor longitud que las habituales. El resultado es un hilo más fino y delicado, al tiempo que resistente y duradero, que llega a ser considerado un bien de lujo.

24. National Cotton Council of America (2015).

PRINCIPALES EXPORTADORES ²⁵				PRINCIPALES IMPORTADORES ²⁶			
Textil		Prendas de vestir		Textil		Prendas de vestir	
China	33,1	China	38	UE	24,5	UE	38,5
India	5,3	Italia	5	EE. UU.	8,6	EE. UU.	19,9
Alemania	5,1	Bangladesh	5	China	6,6	Japón	7,7
EE. UU.	4,7	Alemania	4	Vietnam	3,0	Canadá	2,1
Italia	4,6	Turquía	3	Japón	3,0	Rusia	2,10

Fuente: elaboración propia a partir de datos del año 2012 ofrecidos por la OIT y la OMC. Porcentaje respecto al total

Especialmente llamativo por sus dimensiones es el caso de China. No solamente es el primer país productor de algodón del mundo, sino también el primer importador. Con ambas referencias, podemos hacernos una idea de la cantidad ingente de algodón que necesita para abastecer su industria textil, punto que veremos a continuación.

La Organización Mundial del Comercio distingue en sus estadísticas entre *textil* –aquellos productos terminados o no en cuya composición intervienen materias textiles en su totalidad o en parte–, y las *prendas de vestir* –productos textiles, excluidos de la primera categoría, que están destinados a la vestimenta de las personas–. Así, según datos de este organismo internacional, en 2012 se exportaron 708.000 millones de dólares en textil, de los que 423.000 millones de dólares correspondían a prendas de vestir. En términos relativos, los textiles suponen un 1,6% de las exportaciones mundiales y un 2,5% en el caso de las manufacturas, mientras que las prendas de vestir suponen un 2,4% (3,7% para las manufacturas). En cuanto a la tendencia, el ritmo de producción textil y de confección ha crecido en el mundo a un promedio anual aproximado del 1,2%, pero se ha concentrado en los países en desarrollo, donde ha crecido al 2,7% anual y, más en concreto, en los países asiáticos en desarrollo, con un 3,6% anual²⁷. China es, desde 2010, la principal exportadora de textil, con un 33% del total del mercado de textiles y un 38% para las prendas de vestir.

El espectacular crecimiento económico de China durante los últimos años ha cambiado sustancialmente el mercado internacional de prendas de vestir. A pesar de la subida de salarios en el país, China se ha adaptado con la mecanización de sus centros de producción, pero buena

parte de la producción de menor calidad se ha trasladado al sudeste asiático. Por otra parte, el incremento del nivel de vida ha supuesto un aumento considerable de la demanda del sector textil y las importaciones desde el exterior se han incrementado durante los últimos años de forma continua, procedentes precisamente de países menos desarrollados, como Bangladesh, Camboya o Myanmar²⁸. Así, el esquema de desigualdad de esta industria se reproduce de nuevo, pero en este caso lejos del clásico modelo Norte-Sur.

Concentración del sector

Por otra parte, resulta especialmente llamativo el acelerado proceso de concentración e internacionalización de las empresas de este sector, especialmente en los mercados occidentales. Así, según un estudio de la Comisión Europea, aunque la tasa de concentración del sector minorista de moda en Europa varía según el país, las grandes marcas controlan al menos un 40% del mercado en el caso de los países mediterráneos y llegan a acaparar hasta el 80% en Inglaterra y en los países nórdicos²⁹.

El grupo gallego Inditex, el sueco H&M y el estadounidense Gap se reparten buena parte del pastel. En 2013, Inditex, el grupo fundado por el gallego Amancio Ortega, que tiene en Zara su firma insignia, mantuvo el liderazgo mundial con una cifra de negocio de 16.724 millones de euros y 6.340 tiendas repartidas por 88 países. Le sigue H&M, con una cifra de negocio de 14.497 millones de euros y 3.132 tiendas, y la otra gran competidora, Gap, que alcanzó en 2013 la cifra de 11.708 millones con su red de 3.450 tiendas³⁰. El rubro también incluye firmas de calzado y ropa deportiva, como Nike y Adidas, y las firmas de lujo, como *Christian Dior*³¹. ●

25. Organización Internacional del Trabajo (2014). *Salarios y tiempo de trabajo en los sectores de los textiles, el vestido, el cuero y el calzado*.

www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_300643.pdf

26. Organización Mundial del Comercio (2014). *Estadísticas del comercio internacional 2013*. www.wto.org/spanish/res_s/statistics/its2013_s/its13_merch_trade_product_s.pdf

27. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2007). *El Comercio Textil en España*. www.portaldelcomercioicm.com/publicaciones/El%20Comercio%20Textil%20en%20Espa%F1a.pdf

28. International Trade Centre (ITC) 2011. *The Chinese Market for Clothing*.

29. Comisión Europea (2010). *On Retail Services in the Internal Market. Accompanying document to the Report on Retail Market Monitoring: "Towards more efficient and fairer retail services in the Internal Market for 2020"*. Commission Staff Working Document.

30. Modaes.es (2014). *Inditex bate en su peor año a H&M y Gap en ventas comparables*.

www.modaes.es/empresa/20140324/inditex-bate-en-su-peor-ano-a-hm-y-gap-en-ventas-comparables.html

31. Modaes.es. *Las veinte mayores empresas de moda del mundo*. www.modaes.es/back-stage/20120419/las-20-mayores-empresas-de-moda-del-mundo.html

3. La cadena de producción



© UN-YUITAKA NAGATA

Como apuntábamos en la introducción de este cuaderno, la industria textil es uno de los sectores que mejor representa la tendencia a la deslocalización y a la subcontratación o tercerización que se ha consolidado a nivel internacional durante las últimas décadas. Eva Kreisler, de SETEM/Campaña Ropa Limpia³², señala que mediante las cadenas de subcontratación las multinacionales “deslocalizan la producción y también deslocalizan el riesgo; subcontratan responsabilidades”. Las empresas no poseen los centros de producción y las subcontratas tienen que competir por conseguir los pedidos, lo que ha supuesto una dura competición en precios, con el consecuente empeoramiento de las condiciones sociales y medioambientales.

A estos proveedores se les exigen, a menudo, duras cláusulas en las que tienen que asegurar producciones cambiantes, almacenamiento e incluso transporte con unos márgenes de beneficio para las fábricas cada vez más reducidos. Ante esta creciente presión, las pequeñas factorías han ido cerrando en favor de centros más

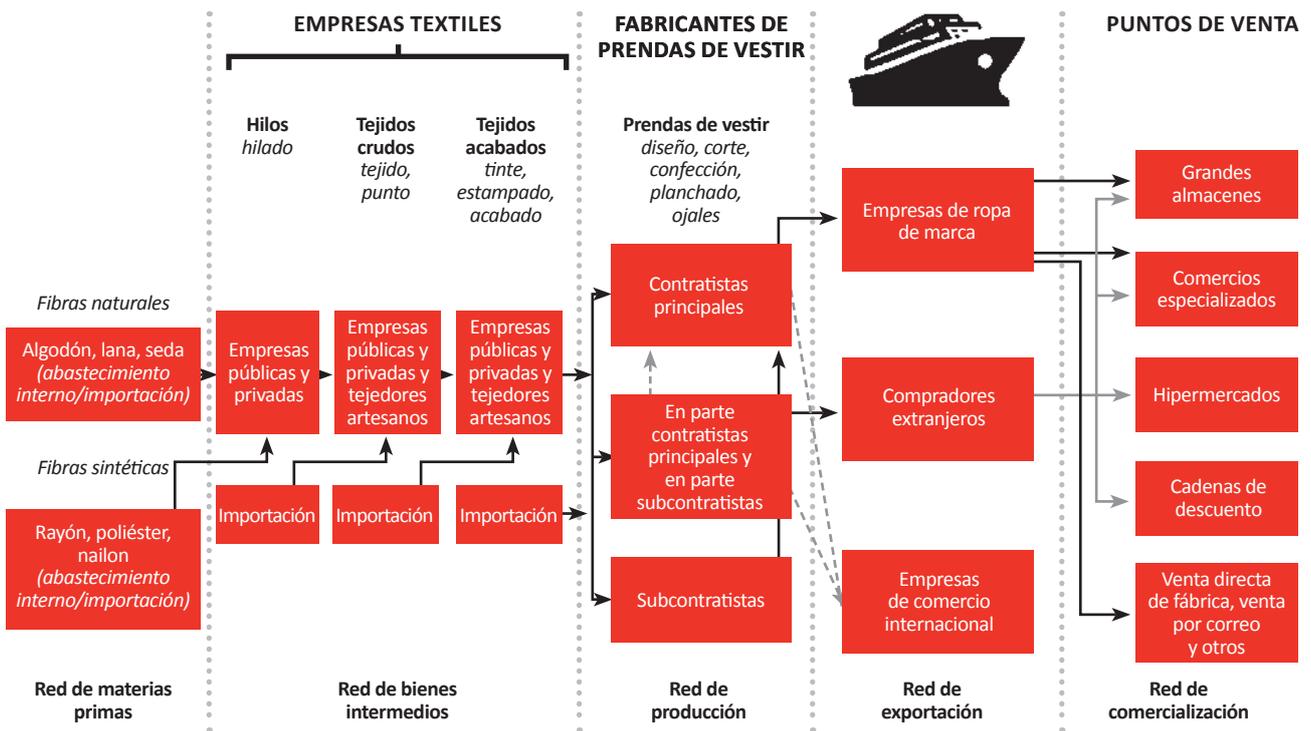
grandes y los proveedores han pasado, por una parte, a ser más dependientes de las grandes multinacionales de distribución –puesto que estas a su vez también se han concentrado– al mismo tiempo que han reforzado su posición como actores en la cadena de suministro³³. Así, la mayor parte de las multinacionales han reducido el número de proveedores, al menos en teoría, con el objetivo de reducir costes. Sin embargo, en la práctica, estos centros de producción siguen recurriendo a talleres ilegales y al trabajo en los hogares para satisfacer los exigentes pedidos de la industria. En este sentido, en muchos casos, sobre todo en países como Camboya o China, las condiciones laborales de los centros de producción legales han mejorado, pero la presión se ha trasladado a los trabajadores y trabajadoras informales que operan en la sombra, como veremos más adelante.

Esta lógica de subcontratación y falta de transparencia no es exclusiva de los talleres de costura y afecta a toda la cadena de producción, desde la obtención de las materias primas a la distribución y el consumo.

32. La Campaña Ropa Limpia (CRL) es una red internacional de defensa de los derechos humanos en la industria de ropa y calzado deportivo. Desde 1989, trabaja por el respeto de los derechos fundamentales y por el empoderamiento de los trabajadores y las trabajadoras. Las organizaciones miembros incluyen sindicatos y ONGs que cubren un amplio abanico de perspectivas e intereses, como derechos humanos, incidencia política o reducción de la pobreza. En Europa está presente en 17 países y, a nivel mundial, colabora con una red formada por más de 250 organizaciones y sindicatos en los países productores de ropa y con organizaciones de defensa de derechos laborales en Estados Unidos, Canadá y Australia. www.cleanclothes.org. En España, SETEM es la organización coordinadora de la misma. www.ropalimpia.org

33. Ingeborg Wick (2009). *The social impact of the liberalised world market for textiles and clothing. Strategies of trade unions and women's organisations*. OBS-Workbook 62. A study commissioned by the Otto Brenner Foundation. www.otto-brenner-shop.de/uploads/tx_mplightshop/AH62_en_01.pdf

Cadena de suministro de los sectores de los textiles y el vestido



Fuente: Organización Internacional del Trabajo. www.oit.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_300643.pdf

La extracción de las fibras

Tradicionalmente, la industria textil se expandió vinculada a fibras naturales como la lana, el lino o la seda. Sin embargo, en los últimos años se ha extendido el uso de fibras artificiales que proceden del petróleo, como poliamida, poliacril, viscosa, elastán, nailon, rayón o poliéster. Este tipo de materiales ya representan alrededor de la mitad de la demanda mundial. Sin embargo, existe una

materia natural que conserva su protagonismo en el textil contemporáneo: el algodón.

El cultivo intensivo de algodón trae aparejados importantes impactos sociales y ambientales. Para empezar, porque es un gran consumidor de agua. Además, es una de las plantas que más productos químicos absorbe. Según FEM Internacional³⁴, el algodón supone el 2,4% del área cultivable en el mundo, pero acumula el 25%



El algodón supone el 2,4% del área cultivable en el mundo, pero acumula el 25% de los insecticidas y el 10% de los pesticidas

34. FEM es una organización no gubernamental fundada en Canadá en 2005 que, según su página web, ayuda a las mujeres en el mundo a independizarse como "individuos, ciudadanas, empresarias y líderes de sus comunidades". Sus proyectos se centran en industrias con una fuerte presencia de empleo femenino, como la industria textil, la moda o la artesanía.

Producir unos vaqueros requiere casi 7.000 litros de agua si se suman los recursos necesarios para el cultivo, el blanqueo del algodón, el teñido y el prelavado

de los insecticidas y el 10% de los pesticidas. Los riesgos aumentan con el avance del algodón transgénico Bt³⁵, alterado genéticamente para producir una toxina insecticida. Los impactos sociales del algodón transgénico son similares a los de otros OGM (organismos genéticamente modificados). De un lado, requieren un uso más intensivo de agroquímicos, algunos de ellos, peligrosos para la salud³⁶. Por otro lado, el algodón transgénico resulta rentable para los grandes monocultivos y no tanto para los pequeños productores, que deben hacer inversiones en tecnología y comprar semillas más caras —las Bt son mucho más costosas que las semillas convencionales—. Esto provoca que los campesinos terminen por endeudarse y, muchas veces, se vean obligados a abandonar sus tierras³⁷.

La preparación

Una vez obtenidas las fibras, queda por delante un largo proceso hasta que el tejido esté listo para la costura: preparación de las fibras, hilado y tejeduría, gaseado y descolado, tintado, estampación —con uso de colorantes a veces tóxicos—, etcétera. La mayoría de esos pasos resulta contaminante para el medio ambiente y tóxico para la salud de quienes trabajan. Así, el desmote, que es el siguiente paso después de la recogida del algodón, produce muchos desperdicios y la exposición al polvo

de algodón puede provocar enfermedades respiratorias graves, como la bionosis. El lavado de los tejidos suele suponer un abundante uso de detergentes, suavizantes y otras sustancias que a menudo son tóxicas. Lo mismo sucede con el blanqueo y teñido de las telas, que provoca un importante consumo de agua y su contaminación, cuando no se realiza en condiciones óptimas. Según FEM Internacional, producir unos vaqueros requiere casi 7.000 litros de agua si se suman los recursos necesarios para el cultivo, el blanqueo del algodón —que de forma natural es beige—, el teñido y el prelavado característico de estas prendas. Eso, por no hablar de ciertas técnicas de teñido que resultan muy agresivas para la salud de los trabajadores, como el *sandblasting*³⁸, que analizaremos más adelante.

El taller de costura

En el sector textil, la explotación laboral es la norma más que la excepción. Según el informe *Salarios Dignos*³⁹ de la Campaña Ropa Limpia, ninguna de las 50 compañías líderes del sector textil en el mundo garantizan salarios dignos, a pesar de que así lo recojan en sus manuales de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). La estructura de poder global ha permitido, como veíamos, que las empresas del sector, reducidas a las labores de diseño, distribución y comercialización, encarguen la producción allí donde los salarios son más reducidos y las condiciones de sindicación, más precarias. Los países del sudeste asiático han atraído las inversiones del sector textil por brindar los salarios mínimos legales más bajos del mundo, con países como Bangladesh y Vietnam al frente. Lo trataremos ampliamente en el próximo capítulo. ●

Ninguna de las 50 compañías líderes del sector textil en el mundo garantizan salarios dignos

35. Greenpeace (2010). *¿Qué cosecha de algodón?* www.greenpeace.org/espana/es/reports/que-cosecha-de-algod-n/

36. Según Greenpeace, hasta 26 plaguicidas químicos diferentes, algunos de ellos clasificados como Extremadamente o Altamente Peligrosos por la Organización Mundial de la Salud. Además, la situación empeora con el paso del tiempo, pues las plagas se van haciendo más resistentes y es necesario utilizar cada vez más agroquímicos.

37. Documental *Nero's Guest*, sobre los suicidios de campesinos en la India: www.youtube.com/watch?v=4q6m5NgrCJs

38. El *sandblasting* es la técnica más utilizada para desteñir vaqueros y darles un aspecto desgastado. Consiste en aplicar chorros de arena a presión sobre la tela. Como veremos más adelante, esta técnica provoca serios casos de silicosis en los trabajadores que pueden provocar la muerte en pocos años.

39. Setem-Campaña Ropa Limpia (2014). *Salarios Dignos. ¿El salario que pagan las marcas a las personas que confeccionan nuestra ropa es suficiente como para costearse la vida?*

4. Las condiciones laborales



© UN-GRANT MICLEAN

La industria textil es una de las más señaladas en lo que respecta a las condiciones laborales: el salario medio en el mundo globalizado es de 6 euros diarios para quienes confeccionan nuestra ropa en un sector que mueve diariamente 34.000 millones de euros sólo en Europa⁴⁰. El 80% de los trabajadores de textil y confección son mujeres⁴¹, y cada vez más de ellas viven en los países del sudeste asiático y la India, que atraen las inversiones del sector con su “ventaja comparativa”: los bajos salarios, las jornadas extenuantes y unas pésimas condiciones de seguridad e higiene. En Camboya, manifestaciones de cientos de miles de trabajadoras exigen mejoras salariales, en tanto que en Bangladesh reclaman mejoras en

seguridad. Viven situaciones críticas mientras las grandes empresas del sector acumulan beneficios millonarios.

Salarios indignos

Durante los últimos años, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) ha empezado a llamar la atención sobre un fenómeno cada vez más extendido en los centros de producción de medio mundo: el de los “trabajadores pobres”. Es decir, aquellas personas que, aun teniendo un empleo, viven con menos de un dólar diario por cada miembro de su familia. Según la OIT, un 30% de la fuerza de trabajo mundial, 910 millones de trabajadores y trabajadoras⁴² entrarían dentro de esta definición. Son, por ejemplo, quienes trabajan en las llamadas *sweatshops* (maquilas que atraen a las multinacionales por sus bajos costos). De ahí la necesidad de hablar de “salario digno” que, según la definición de la OIT, sería aquel que permite ganar suficiente dinero para que la persona trabajadora y su familia escapen de la pobreza, no solo de forma temporal sino permanente.

El informe de *Salarios Dignos*⁴³ de la Campaña Ropa Limpia subraya cómo, a pesar de enfrentar jornadas de 12 y 14 horas, las trabajadoras del sector obtienen salarios que están muy lejos de ayudarlas a salir de la pobreza. En el caso de Camboya, el reciente incremento del salario mínimo a 128⁴⁴ dólares mensuales queda aún lejos de

El salario medio en el mundo globalizado es de 6 euros diarios para quienes confeccionan nuestra ropa

40. Según el citado informe *Salarios Dignos*.

41. *Ibidem*.

42. OIT (2012). *Global Employment Trends 2012*.

43. *Op. cit.*

44. Anunciado a mediados de noviembre 2014 www.cleanclothes.org/ua/2014/cases/cambodia-wage-struggle

los 283 dólares que la Asia Floor Wage Alliance⁴⁵ calcula que serían necesarios para cubrir las necesidades de las y los trabajadores. La Campaña Ropa Limpia repasa la actuación de las empresas líderes del sector, entre ellas las españolas, y concluye que marcas como Inditex, Mango y Desigual deben desarrollar parámetros que garanticen el pago de un salario digno y publicar información al respecto. Estas condiciones laborales se mantienen gracias a la debilidad o inexistencia de los sindicatos, como veremos más adelante.

No obstante, el problema no es exclusivo de los países del Sur. Los países industrializados también sufren la dureza del sector en sus cadenas de producción. Según el Worker Rights Consortium⁴⁶, hasta un 43% de los trabajadores y trabajadoras del sector en Estados Unidos no cobran el mínimo estipulado y un 71% no cobran por las horas extras realizadas. Los datos de la Fair Labor Association, que incluyen también los centros textiles europeos, son igualmente alarmantes: un 58% de los proveedores no pagan el mínimo y un 68% rehúsa remunerar las horas extraordinarias⁴⁷.

En los últimos años, la sociedad civil ha denunciado este tipo de situaciones. Sin embargo, los intentos por mejorar la situación chocan con una realidad: la globalización provoca que el sector de la moda busque siempre los costos más bajos, y por tanto, quien eleve los salarios mínimos se expone a perder las inversiones extranjeras, que migran a países vecinos que ofrecen las condiciones más “ventajosas”. Las empresas viven en contradicción constante entre la lógica de competitividad en el mercado y sus códigos de Responsabilidad Social Corporativa, que plantean todo lo que la empresa debería hacer para ser socialmente responsable, pero sin ninguna obligación legal.

Trabajo esclavo

Allí donde los salarios no son lo bastante bajos como para atraer las inversiones globales, el recurso de los emprendedores del textil radica en la clandestinidad. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) calcula que alrededor de 21 millones de personas en todo el mundo trabajan en condiciones de trabajo forzoso en las diversas formas que adopta la esclavitud moderna, como la

**La globalización
provoca que el sector
de la moda busque
siempre los costos
más bajos, y por
tanto, quien eleve
los salarios mínimos
se expone a perder
las inversiones
extranjeras**

servidumbre por deudas. El textil y el trabajo agrícola son los dos sectores en que esta explotación extrema está más generalizada.

En Argentina, por ejemplo, el textil emplea al 78% de los trabajadores y trabajadoras en negro del país, según la propia Cámara de la Industria Indumentaria. En la mayoría de los casos, se trata de migrantes y la mayoría de ellos son de origen boliviano. Muchas veces, son captados en su país de origen, por conocidos o familiares. Fue el caso de Delia, cuyo testimonio se aproxima más a una situación de esclavitud que de explotación laboral⁴⁸. Fue captada mediante engaños con la promesa de dólares fáciles y, una vez en Buenos Aires, se le retuvieron los documentos y fue obligada a trabajar gratis, hasta 16 horas diarias, para cubrir los gastos del viaje y de la alimentación.

La situación es muy parecida en São Paulo, donde también es la migración boliviana la que sostiene la productividad del sector textil, gracias a talleres clandestinos que proveen a grandes marcas. Cada año, las autoridades han desmantelado este tipo de talleres y han “liberado” a quienes trabajan ahí, en su mayoría, bolivianos o peruanos.

45. La Asia Floor Wage Alliance, o Alianza por un Salario Digno en Asia, en su traducción al castellano, es una red de sindicatos, organizaciones laborales y de derechos humanos y otras asociaciones que trabaja para calcular y exigir un salario mínimo vital para los trabajadores en Asia. Tienen miembros en India, Bangladesh, Camboya, Indonesia, Sri Lanka, Tailandia, China y Hong Kong

46. Worker Rights Consortium es una organización independiente que vigila el cumplimiento de los derechos de los trabajadores para combatir las llamadas *sweatshops*.

47. Miller, Doug. School of Design. University of Northumbria. *Towards Sustainable Labour Costing in the Global Apparel Industry: Some evidence from UK Fashion Retail*.

48. Relato completo en: Colectivo Simbiosis Cultural y Colectivo Situaciones, De chuequeistas y overlockas. Una discusión en torno a los talleres textiles, Tinta Limón, Buenos Aires, 2011. tintalimon.com.ar

Por su parte, en Asia destaca el caso de India, donde está extendido, fundamentalmente en el sur del país, el sistema de *Sumangali*, un esquema de empleo infantil en el que las jóvenes, casi siempre menores de 18 años, trabajan entre 3 y 5 años en talleres textiles para poder pagar luego su dote⁴⁹. Tal y como denunció SOMO⁵⁰ en su reciente estudio *Flawed Fabrics (Telas imperfectas)*⁵¹, las condiciones de trabajo son tan duras –con jornadas de 60 horas semanales, e incluso más, y a menudo con una restricción total de los movimientos de las aprendices, y la paga tan escasa–, que ha sido considerado como una forma de esclavitud moderna.

El textil y la feminización de la pobreza

El sector textil es uno de los más intensivos en fuerza de trabajo y uno de los más feminizados: el 80% son mujeres y la mayoría son jóvenes. A pesar de ello, y tal como señala la Campaña Ropa Limpia en sus estudios, “en la mayor parte de los sitios ganan menos que los hombres, incluso por el mismo trabajo de operario cualificado”⁵². Así, si a nivel general las mujeres cobran entre un 10% y un 50% menos que a los hombres por realizar trabajos similares o de valor comparable, esa brecha salarial es especialmente marcada en el sector de la confección.

Esta discriminación salarial implica que las mujeres “tienen mayor probabilidad de estar desnutridas y carecerán de un hogar decente, acceso a asistencia médica y

El sector textil es uno de los más intensivos en fuerza de trabajo y uno de los más feminizados: el 80% son mujeres y la mayoría son jóvenes

servicios comunitarios como agua limpia y condiciones de salubridad”⁵³. Además, como se ven obligadas a trabajar más para llegar a final de mes, es común que sufran agotamiento y lesiones causadas por el estrés y la sobrecarga de trabajo

El textil es, por tanto, un buen ejemplo de cómo la globalización ha provocado la feminización de la pobreza (Notz, 2006), como lo demuestra que un 70% de las personas en situación de pobreza en el mundo sean mujeres y niñas. En el caso de la confección, esa pobreza aparece vinculada a la condición de migrantes de muchas trabajadoras, que se desplazan desde las zonas rurales a las ciudades, dentro de su propio país, y también al extranjero para encontrar un trabajo para poder mantener a sus familias. Dichos empleos suelen ser ilegales, por lo que estas mujeres carecen de protección legal y, si se atreven a protestar, se les amenaza con la deportación. Separadas de sus familias y su comunidad, estas mujeres –en su mayoría adolescentes– suelen vivir hacinadas con otras trabajadoras como ellas para poder enviar dinero a casa.

Las mujeres representan varias *ventajas* para las empresas. En primer lugar, consideran que sus manos son más ágiles para la costura, corte y confección. A menudo cuentan con menos organización sindical y es más fácil contratarlas por un breve espacio de tiempo y un salario muy bajo, pues se asume que el ingreso familiar principal es el del varón. Pero no siempre es así. Los estudios demuestran (Notz, 2006 cita a Mies, 1996) que, a nivel mundial, son las mujeres, cada vez en mayor medida, quienes asumen la responsabilidad del sostenimiento de las familias. En términos económicos, se ocupan no sólo de las tareas de reproducción –el trabajo doméstico, el cuidado–, sino también de la producción, y para ello desarrollan creativos modos de organizar su supervivencia.

Trabajo infantil en el sector de la moda

La Organización Internacional del Trabajo establece los 15 años como la edad mínima para empezar a trabajar y solo en casos excepcionales podrá reducirse a los 14 años. En el caso de “*todo tipo de empleo o trabajo que*

49. Aunque el sistema del pago de dotes es ilegal en la India desde los años 60, socialmente sigue vigente en muchas áreas.

50. El Centro para la Investigación de Corporaciones Multinacionales (SOMO) es una ONG de origen holandés que investiga el impacto de las empresas multinacionales desde 1973.

51. SOMO (2014). *Flawed Fabrics*.

52. Campaña Ropa Limpia (2005). “El textil y la feminización de la pobreza”. www.cleanclothes.org/resources/publications/translations/fabricado-por-mujeres.pdf

53. *Ibíd.*

por su naturaleza o las condiciones en que se realice pueda resultar peligroso para la salud, la seguridad o la moralidad de los menores no deberá ser inferior a dieciocho años” (artículo 3, Convenio sobre la edad mínima, 1973)⁵⁴. Sin embargo, el trabajo infantil está presente a lo largo de toda la cadena de producción del textil, desde el cultivo del algodón, a la fabricación de telas, terminando en los talleres y fábricas de corte y confección.

No hay, sin embargo, datos concretos sobre cuántas niñas y niños trabajan en esta industria. Según SOMO, India, Uzbekistán, China, Bangladesh, Egipto, Tailandia y Pakistán son los países en los que hay una mayor presencia de menores a lo largo de la cadena de producción del textil⁵⁵. El último estudio del Departamento de Trabajo de los Estados Unidos⁵⁶ añade, además, los casos de Argentina, Brasil y Camboya, un país que no había sido incluido en informes anuales anteriores.

Uno de los escenarios más dantescos es el de la recogida de algodón. Uzbekistán es el mejor ejemplo de ello. Cada mes de septiembre, mientras niños y niñas de medio mundo comienzan sus clases, las y los jóvenes uzbekos dejan las aulas y se adentran en los campos. Durante horas, son obligados a recoger kilos de algodón que acaban en su mayoría en Europa. La recolecta del *oro blanco* está organizada desde el mismo gobierno, que consigue con su venta una de sus principales fuentes de ingresos. En este gran campo de trabajo forzado no sólo participan niños y niñas. También, empleados del gobierno, como médicos o profesores, son amenazados con perder sus trabajos si no trabajan en la campaña. Aproximadamente un millón de personas⁵⁷ son reclutadas cada año.

En India, el uso de mano de obra infantil en este sector también es habitual. Así en los estados de Gujarat, Andhra Pradesh, Tamil Nadu y Karnataka, que suponen el 90% de la producción total del país, casi 400.000 menores de 18 años participaron en la campaña de recogida en el año 2010. La mitad, tenían menos de 14 años. No obstante, el número se había reducido en un 25% desde la campaña de 2006⁵⁸.

La presencia de menores en las fábricas ha disminuido notablemente con los años, especialmente desde que,

El trabajo infantil está presente a lo largo de toda la cadena de producción del textil

en la década de los 90, diversas informaciones hicieran público el hecho de que firmas deportivas como Nike o Adidas empleaban mano de obra infantil, a través de proveedores contratados en países del sudeste asiático. Desde entonces, se han generalizado las inspecciones y auditorías a estas fábricas. No obstante, los propietarios consiguen a menudo esconder su presencia a los auditores, al mismo tiempo que no comprueban de forma correcta las identificaciones de los trabajadores y trabajadoras, que a menudo mienten sobre su edad. Es algo habitual en países con más control, como Camboya.

Por otra parte, muchas de estas fábricas siguen recurriendo a talleres clandestinos o trabajo casero, donde la supervisión sobre la presencia de menores es inexistente. En Marruecos, miles de niñas se incorporan durante los periodos vacacionales a los talleres textiles como supuestas aprendices, según un informe de la Campaña Ropa Limpia publicado en 2011⁵⁹. Éstas terminan realizando el mismo trabajo que las adultas pero cobrando sólo un 40% del salario mínimo.

Impacto en la salud

El 24 de abril de 2013, el Rana Plaza, un edificio de ocho plantas que albergaba talleres textiles se derrumbó en Savar, una localidad cercana a la capital de Bangladesh, Dacca. Murieron 1.130 personas, en una crónica ya anunciada. En Bangladesh no sólo los costes salariales son ínfimos, sino que las condiciones laborales de seguridad e higiene son pésimas.

Pronto se supo que las empresas locales del Rana Plaza eran proveedoras de firmas internacionales y el impacto

54. OIT www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_INSTRUMENT_ID:312283

55. SOMO (2014). *Fact Sheet, Child labour in the textile & garment industry, Focus on the role of buying companies.*

56. US Department of Labour (2013). *Findings on the Worst Forms of Child Labor.*

57. Cotton Campaign (2013). *Review of the 2013 Cotton Harvest in Uzbekistan: State Forced-Labour System Continues.*

58. India Committee of the Netherlands (2010). *Seeds of child labour. Signs of hope. Child and Adult Labour in Cottonseed Production in India.*

59. Sales, Albert y Piñeiro, Eloísa. Campaña Ropa Limpia (2011). *La moda española en Tànger. Condiciones de vida y supervivencia de las obreras.*

www.ropalimpia.org/adjuntos/noticias/materiales/Moda-espanola-en-Tanger.pdf

El derrumbe del Rana Plaza abrió un debate internacional sobre las condiciones laborales en la industria textil

internacional de la noticia obligó a varias marcas a reunirse y anunciar mejoras en las condiciones de seguridad. Tras una intensa campaña internacional impulsada por sindicatos y organizaciones de defensa de los derechos humanos⁶⁰, 190 empresas de países de la Unión Europea y Asia, así como Canadá, Estados Unidos y Australia firmaron el Acuerdo sobre seguridad en edificios y prevención de incendios, mientras que 17 firmas estadounidenses, entre ellas Gap y Wal-Mart, anunciaron que crearían su propio plan. Por su parte, el Gobierno de Bangladesh anunció el aumento del salario mínimo y aprobó una nueva legislación laboral que incluye la legalización de los sindicatos.

El derrumbe del Rana Plaza abrió un debate internacional sobre las condiciones laborales en la industria textil y visibilizó la relación directa entre estos talleres y las firmas de la moda global. Casi todas las grandes marcas estaban conectadas, de forma directa o indirecta, con las fábricas siniestradas. Cuando la vinculación era directa, las marcas se vieron obligadas a prometer compensacio-

nes a las víctimas, pero no todas las firmas han cumplido ese compromiso.

Además de las pésimas condiciones en los talleres, en algunas ocasiones los trabajadores y trabajadoras deben utilizar técnicas peligrosas para tratar los tejidos. Es el caso del *sandblasting*, una de las técnicas más utilizadas en el mundo para el decolorado de vaqueros, a fin de darles apariencia de envejecidos. El método consiste en aplicar chorros de arena a alta presión sobre la tela, a menudo sin ningún tipo de protección, lo que puede generar en pocos meses graves enfermedades pulmonares como la silicosis, la enfermedad de los mineros. La diferencia es el tiempo. Los mineros suelen contraer la enfermedad tras décadas de trabajo. Sin embargo, en el textil, con un año es suficiente.

A principios de la década de 2000, la industria de confección de vaqueros comenzó a concentrarse en Turquía. El *sandblasting* se mudó con ella. Pocos años después, en 2005, un médico observó una relación entre los trabajadores/as en este tipo de fábricas y los problemas respiratorios. Las complicaciones eran tales que muchos morían. El Comité de Solidaridad con los Trabajadores del Sandblasting⁶¹ calcula que, desde que se detectaron los primeros casos hasta junio de 2010, al menos 46 personas del sector fallecieron por silicosis, y todas la habían desarrollado mientras trabajaban en el *sandblasting*. En el año 2009, en Turquía se prohibió el uso de sílice y la industria se trasladó a otros países como Bangladesh, Egipto, China o Jordania⁶². Sin embargo, la Campaña Ropa Limpia⁶³ ha comprobado sobre el terreno que el empleo de esa técnica no se ha erradicado. Existen otros métodos, como el uso de químicos, de lavado con piedra o láser, pero todos son más caros que el *sandblasting*. No obstante, no parece que ninguno de ellos esté exento de impactos sanitarios en los trabajadores y trabajadoras.



© RIJANS-FLICKR

El ‘sandblasting’ es una técnica peligrosa para tratar los tejidos que afecta a trabajadoras y trabajadores

60. www.cleanclothes.org/resources/background/history-bangladesh-safety-agreement

61. El Comité de Solidaridad con los Trabajadores del Sandblasting es una organización turca fundada en junio de 2008 para luchar contra el uso del *sandblasting* en la industria textil.

62. Riddselius, Christopher. Fair Trade Center (2010). *Fashion Victims. A report on Sandblasting Denim*.

63. www.nosandblasting.org

La ropa no sólo deja a su paso un reguero de consecuencias sociales y ambientales: también puede afectar a la salud de quien usa la prenda

La ropa no sólo deja a su paso un reguero de consecuencias sociales y ambientales: también puede afectar a la salud de quien usa la prenda. En su estudio *Moda sin tóxicos*, Greenpeace detalla los peligros que conllevan algunos tejidos y químicos que utiliza la industria indumentaria. Esta organización alerta de que las sustancias sintéticas artificiales están “fuera de control” y de que ciertas investigaciones científicas “relacionan el aumento de algunas enfermedades del sistema reproductor y endocrino, el cáncer, las alergias o el asma con nuestra exposición diaria a este *cocktail químico*”⁶⁴. Convivimos, advierte Greenpeace, con 100.000 sustancias químicas. Una tercera parte de ellas son auténticas desconocidas.

Frente a los impactos ambientales de las fibras procedentes del petróleo o de fibras naturales como el algodón, se ha propuesto el empleo de “telas ecológicas” que utilizan algodones reciclados e hilados elaborados con fibras de soja y bambú. Pueden ser opciones interesantes, aunque toda alternativa termina siendo un problema si no se ve acompañada por una racionalización del consumo.

Hostigamiento a los sindicatos

Los problemas en la representación laboral por parte de los sindicatos suele ser transversal a todos los sectores de un país y suele depender más de la legislación nacional y de los controles realizados a nivel estatal para que estas leyes sean puestas en práctica de forma efectiva. No obstante, en general, los centros de producción textil suelen localizarse en países donde la existencia de sindicatos y los procesos de negociación colectiva no están asegurados.

Bangladesh era un buen ejemplo de esto antes del derrumbe del Rana Plaza. En Bangladesh, los sindicatos

antes del desastre eran supuestamente legales, pero su registro era una odisea. Apenas tres semanas después, el gobierno anunció un cambio en la legislación, facilitando su legalización y muchos ya han empezado a organizarse en varios centros de producción. No obstante, aún hay denuncias de represalias por pertenecer a sindicatos.

En el primer productor mundial de textil, China, la representación sindical está fuertemente controlada por el aparato estatal a través de la All-Chinese Federation of Trade Unions/ACFTU, un sindicato único que controla todo el movimiento obrero del país. Así, las leyes permiten la elección de representantes en las fábricas, pero su actividad debe ser reportada al ACFTU, lo que dificulta, de facto, cualquier posibilidad de conseguir mejoras laborales.

En el departamento de Antioquia, en Colombia, uno de los países suramericanos con una industria textil más fuerte, los sindicatos han sufrido un hostigamiento constante. Según la Central Unificada de Trabajadores (CUT), el sindicato del sector, Sintratextil, era en los años 90 una institución reconocida por su beligerancia ante las violaciones de los derechos de las personas trabajadoras de este sector. Sin embargo, la presión contra los sindicatos, que incluyó intimidaciones y amenazas, contribuyó a empeorar las condiciones de las y los trabajadores del textil: se fueron acabando los contratos a tiempo indefinido, que se sustituyeron por trabajo temporal y precario. Muchos sindicalistas fueron apartados de sus empleos. Algunos recibieron recompensas económicas a cambio de abandonar la lucha sindical. El resultado fue la imposición de las maquilas y el trabajo en casa, en condiciones de sobreexplotación y carencia absoluta de seguridad laboral⁶⁵. ●

Los centros de producción textil suelen localizarse en países donde la existencia de sindicatos y los procesos de negociación colectiva no están asegurados

64. Op. cit.

65. Para más información, véase: cut.org.co/el-antisindicalismo-y-la-pauperizacion-laboral-destruyeron-la-industria-textil-en-antioquia-2/

5. El Comercio Justo como alternativa



La ropa es, seguramente, uno de los productos en torno a los que existe mayor conciencia social sobre las duras condiciones laborales y, también, sobre los excesos de la ideología del consumo, que tiene su máxima expresión en las rebajas. Son muchas las organizaciones sociales que han hecho campaña para combatir el trabajo esclavo asociado a la moda, como la Campaña Ropa Limpia (en España coordinada por SETEM) o las iniciativas de Oxfam Intermón, ambas organizaciones históricas en la defensa de los principios y valores que promueve el Comercio Justo.

Existen multitud de resistencias globales, desde las que se centran en la denuncia hasta las que proponen medi-

das de boicot, como las campañas contra Nike o Adidas, si bien lo cierto es que, hablando de grandes marcas, la práctica totalidad de ellas utiliza estrategias similares, por lo que de poco sirve intercambiar el consumo de una por otra.

Paralelamente, y para ofrecer distintas posibilidades a cada vez más capas de la población que se suman a lo que denominamos como *consumo responsable*, han ido surgiendo diferentes alternativas al mercado convencional.

Pero bajo el concepto de lo llamado *socialmente responsable* entran multitud de definiciones, sensibilidades y formas de entender la responsabilidad social que, en ocasiones, muy poco tienen que ver unas con otras.

Para empezar a distinguir estas alternativas, una buena forma sería saber quién está detrás, quién promueve esas iniciativas, certificaciones y sellos en la industria de moda sostenible. Veríamos, por ejemplo, que algunas son impulsadas por las propias multinacionales que están denunciadas por las prácticas ya explicadas en este cuaderno y cuyas certificaciones defienden unos criterios tan laxos que, con frecuencia, más que una garantía real de la defensa de una responsabilidad social y medioambiental, sirven de reclamo publicitario.

Pero también están surgiendo iniciativas muy interesantes que merecen nuestra atención. Entre ellas, destacamos el movimiento *Slow Fashion* (Moda Lenta) surgido por oposición al concepto de *Fast Fashion* y que pone el acento en los aspectos sociales y medioambientales bajo los que se ha elaborado la ropa. En 2011 nació en España la plataforma *Slow Fashion Spain* con el objetivo de “introducir los criterios de la sostenibilidad a lo largo de todo el ciclo del producto: desde la extracción de la materia prima hasta la distribución, pasando por la transformación y confección de las prendas⁶⁶”.

66. El Periódico. “No creo que las grandes marcas puedan ser sostenibles”.

www.elperiodico.com/es/noticias/tendencias-sostenibles/creo-que-las-grandes-marcas-puedan-ser-sostenibles-3401537

También en España, la web *Moves to Slow*⁶⁷ pretende servir de plataforma para poner en contacto a personas consumidoras y productoras que comparten interés por consumir/producir ropa, calzado o bisutería con criterios ecológicos, éticos y de proximidad.

No es, sin embargo, objetivo de este trabajo analizar las debilidades y fortalezas de cada una de las iniciativas que existen en la actualidad en la moda sostenible. Lo que sí nos parece importante destacar, además de su heterogeneidad en cuanto a quien las impulsa, son los aspectos sobre los que inciden. No todas cuidan los mismos criterios ni con el mismo grado de exigencia. Así, algunas certificaciones pretenden fiscalizar la huella ecológica, en tanto que otras inciden en la producción ecológica o la ausencia de sustancias nocivas.

De todas estas iniciativas, el Comercio Justo destaca por ser una de las alternativas más sólidas, tanto por su visión holística en el conjunto de criterios que defiende, y que tienen que ver tanto con cuestiones sociales, económicas y medioambientales, como por el rigor en la aplicación y la transparencia de los procesos.

¿En qué se traducen los principios que defiende el Comercio Justo?

El Comercio Justo promueve la justicia social, económica y medioambiental y esto se concreta en unas prácticas comerciales que se caracterizan, entre otros aspectos, por:

- **El establecimiento de unos salarios dignos:** Los trabajadores y trabajadoras reciben un salario que les permite vivir con dignidad, cubriendo sus necesidades básicas.
- **Condiciones laborales adecuadas y protección de la salud de las y los trabajadores:** Las condiciones de trabajo son seguras y no se pone en peligro la salud de las personas trabajadoras. Por ejemplo, hablando del algodón, su cultivo es orgánico, sin el uso de sustancias químicas, y su procesamiento a través de técnicas ecológicas y “limpias” evita el desarrollo de enfermedades a agricultores y personas trabajadoras.
- **Ausencia de explotación infantil:** El Comercio Justo asegura el cumplimiento del Convenio de las Naciones Unidas en materia de los Derechos del Niño, especialmente en lo referido a la ausencia de explotación infantil.
- **Autonomía y mejora de la condición social de las mujeres:** La promoción de la mujer es otro de los ejes principales en el Comercio Justo. Concretamente, en el sector textil de Comercio Justo, una amplia mayoría de las personas trabajadoras son mujeres. Su trabajo les proporciona una mejora de su situación económica y además favorece su independencia y autoestima, mejorando así su consideración social. Se les ofrece, como al resto de trabajadores, formación técnica, profesional y de gestión económica, pero también en aspectos como derechos humanos y laborales, igualdad de género, empoderamiento, etc. lo que refuerza aún más su desarrollo personal y autonomía. Este es un aspecto especialmente importante si tenemos en cuenta la situación de marginación que viven las mujeres en países de Asia, África o América Latina.
- **Protección del medio ambiente:** las organizaciones de Comercio Justo trabajan a través de procesos que no dañan el entorno natural. En el caso de los cultivos de algodón, se trata de una producción ecológica, que no utiliza abonos químicos, pesticidas o herbicidas. Por otro lado, la confección es semiartesanal, no industrial, con lo que el impacto medioambiental disminuye considerablemente.
- **Gestión democrática:** gran parte de las organizaciones textiles de Comercio Justo adoptan formas jurídicas propias de la economía social, es decir, asociaciones o cooperativas. En ellas los trabajadores y trabajadoras participan en la toma de decisiones.
- **Pre-financiación de la producción:** Teniendo en cuenta las desventajas económicas a las que se enfrentan los productores y para evitar que estos se endeuden con terceros, se establece un prepagado de al menos un 50% a los grupos artesanales de Comercio Justo.
- **Relaciones comerciales a largo plazo:** Las organizaciones productoras e importadoras mantienen una relación de largo plazo basada en la solidaridad, confianza, y respeto mutuo que contribuyen al crecimiento y la promoción del Comercio Justo.
- **La prima social:** un añadido sobre el precio previamente pactado para invertirlo en aspectos que, de forma democrática, se hayan definido como prioritarios para mejorar la calidad de vida de la comunidad.

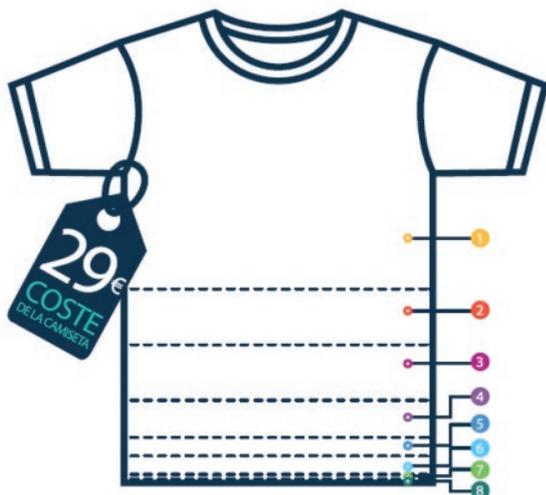
67. *Moves to Slow*. www.movestoslow.com/

¿Cómo contribuye la compra de un producto de Comercio Justo a la mejora de las condiciones de vida de las y los productores? Un ejemplo práctico

Aunque como hemos visto, el Comercio Justo es mucho más que un sueldo digno, una de las preguntas más recurrentes es cómo se concreta específicamente en los salarios, o dicho de otra forma, cuánto va a las personas productoras y qué diferencia hay con el comercio convencional. Pondremos, pues, un caso.

Veamos cómo se distribuyen los gastos en una camiseta, según el Informe *Salarios Dignos* de SETEM-Campaña Ropa Limpia⁶⁸.

DESGLOSE DE LOS GASTOS DE UNA CAMISETA



*Incluye todos los costos del comercio, incluido el personal, alquileres, beneficio de la tienda, IVA, etc.

68. Op. cit.

69. Fairtrade International. www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2013-Fairtrade-Monitoring-Scope-Benefits_web.pdf

70. Fairtrade Ibérica. www.sellocomerciojusto.org/es/productores/algodon/

71. Fair Trade Advocacy Office. fairtrade-advocacy.org/about-fair-trade/the-fair-trade-movement

De 29 euros del coste total de esta camiseta del comercio convencional, apenas 0,18 irían al pago del trabajador o trabajadora que la elaboró. A continuación, veremos una comparativa de ese desglose aplicado en una camiseta de una marca del grupo Inditex (Massimo Dutti) y a una de Comercio Justo. Concretamente, de la colección de ropa de Comercio Justo *Veraluna* de Oxfam Intermón.

	CAMISETA CONVENCIONAL (ROPA LIMPIA)	Massimo Dutti POLO MASSIMO DUTTI (INDITEX)	VERALUNA Comercio Justo POLO VERALUNA CJ	DIFERENCIA
Materia prima	3,40 €	2,69 €	3,30 €	23%
Mano de obra	0,18 €	0,14 €	1,96 €	1272%
Gastos generales	0,27 €	0,21 €	1,27 €	492%
Benef. de fábrica	1,15 €	0,91 €	0,17 €	-81%
Intermediarios	1,20 €	0,95 €	0,00 €	-100%
Transportes	2,19 €	1,73 €	2,61 €	51%
Benef. de marca	3,61 €	2,86 €	0,99 €	-65%
Minorista	11,97 €	9,47 €	10,29 €	9%
IVA	5,03 €	3,98 €	4,32 €	9%
Precio final	29 €	22,95 €	24,90 €	8%

Fuente: Juanjo Martínez, de Oxfam Intermón, a partir del escandalo de la tabla anterior.

Como podemos ver, el dato más llamativo son los costes laborales. Estos representan un 1272% más en una camiseta de Comercio Justo en comparación con los destinados al mismo capítulo en una camiseta del comercio convencional.

De los impactos positivos del Comercio Justo se benefician de manera directa los trabajadores y trabajadoras de las organizaciones productoras. Según datos de Fairtrade International, solo en la producción de algodón certificado de Comercio Justo trabajan 73.400 personas en todo el mundo⁶⁹, cifra relativamente pequeña si la comparamos con los casi 100 millones de hogares que participan de la cosecha del algodón⁷⁰. Sin embargo, aunque la cifra a nivel cuantitativo puede parecer pequeña, no podemos olvidar el impacto cualitativo para cada una de esas personas, sus familias y su comunidad.

Esta cifra también es relativamente baja cuando la comparamos con los dos millones de personas productoras y trabajadoras de las casi 1000 organizaciones de la red del Comercio Justo⁷¹. El textil todavía tiene un peso menor dentro del Comercio Justo pero, sin duda, su peso específico irá creciendo en la medida en que se vayan incorporando consumidores conscientes al sector de la moda, que reclamen una ropa limpia de esclavitud y explotación.

Solo en la producción de algodón certificado de Comercio Justo trabajan 73.400 personas en todo el mundo

En España, el protagonismo de la alimentación, que está detrás de 9 de cada 10 compras de Comercio Justo, deja poco margen al sector de la artesanía, donde se incluye el textil. Apenas el 1,7% de la facturación total registrada en 2013 (31 millones de euros) corresponde a productos textiles⁷² pero, a diferencia de otros productos englobados dentro de esa categoría, esta cifra va creciendo paulatinamente.

Si bien es cierto que la oferta es limitada, esperamos acercarnos poco a poco a la situación de otros países europeos donde es posible cubrir todas las necesidades de vestimenta, desde ropa interior hasta para ir a la oficina, con textiles de Comercio Justo. Esta aún escasa oferta de ropa de Comercio Justo en nuestro país, se explica por un retraso de más de 20 años de desarrollo e implementación de este modelo comercial alternativo con respecto a Europa, brecha que cada año vamos acortando.

Somos, pues, optimistas en cuanto al crecimiento y presencia del textil de Comercio Justo en nuestro país. Así, lo indica también la encuesta del *Eurobarómetro* de septiembre de 2014, que concluye que un 45% de los españoles estarían dispuestos a pagar más por productos de Comercio Justo⁷³.

¿Cómo saber que un producto es de Comercio Justo?⁷⁴

Según la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO)⁷⁵, la entidad más representativa de este movimiento a nivel global y de la que la Coordinadora Estatal de Comercio Justo forma parte, un producto es de Comercio Justo si:

- Ha sido elaborado por alguna organización miembro de la Organización Mundial del Comercio Justo.

- Cuenta con alguna de las certificaciones de Comercio Justo reconocidas por la WFTO: Fairtrade International, Ecocert, IMO-Fair for Life, Naturland, Fundeppo.

¿Dónde puedo encontrar productos textiles de Comercio Justo?

Por lo que hemos explicado anteriormente, en el caso de España, existe una amplia gama de productos textiles de Comercio Justo (fulares, manteles, delantales...), si bien es cierto que en lo referido a la ropa, la oferta todavía es limitada.

No es el caso de otros países, por ejemplo, en Reino Unido, con organizaciones como People Tree⁷⁶, entidad de Comercio Justo especializada en ropa y referente en el sector. En el caso de España, podrás encontrar productos textiles de Comercio Justo en las tiendas y puntos de venta gestionados por las organizaciones miembro de la CECJ. Hay más de 140 en todas las comunidades autónomas. Consulta las direcciones aquí: www.comerciojusto.org/tiendas

¿Quién produce el textil de Comercio Justo?

La ropa y otros productos textiles de Comercio Justo que compramos en España están elaborados, fundamentalmente, por organizaciones de países asiáticos como India, Bangladesh, Nepal, Sri Lanka o Filipinas, y en menor medida de América Latina como Perú o Bolivia.

Un 45% de los españoles estarían dispuestos a pagar más por productos de Comercio Justo

72. CECJ. *El Comercio Justo en España 2013. Diagnósticos y alternativas en clave europea*. comerciojusto.org/publicacion/el-comercio-justo-en-espana-2013-diagnosticos-y-alternativas-en-clave-europea/

73. Fairtrade Ibérica. www.sellocomerciojusto.org/news/es_ES/2015/01/14/0001/45-de-los-espanoles-pagarian-mas-por-productos-que-ayudan-a-paises-en-vias-de-desarrollo

74. CECJ. *¿Cómo saber si un producto es justo?* comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/¿como-garantizo-que-un-producto-es-de-comercio-justo/

75. WFTO. www.wfto.com

76. People Tree. www.peopletree.co.uk/

Algunas organizaciones productoras de algodón

AGROCEL (INDIA)

Organización sin ánimo de lucro, que agrupa a más de 20.000 personas trabajadoras. Fue formada por un grupo de agricultores en 2005, quienes decidieron comenzar a producir cultivos orgánicos y de Comercio Justo. Sus métodos de cultivo son naturales, no utilizan productos químicos ya que además de costosos, son nocivos para la tierra y la salud de las y los agricultores. La organización además de pagar un precio digno por la producción (superior al del algodón convencional), les permite el acceso a mercados internacionales, facilita el material de cultivo y ofrece asesoría y apoyo a los campesinos. Las y los trabajadores, además, reciben un seguro de salud, pensión, y, en el caso de las madres, una maternidad remunerada.

www.agrocel.co.in/new/index.html

Organizaciones que confeccionan ropa y otros artículos de textil

RAJKLASHMI COTTON MILLS (INDIA)

Cuenta con dos fábricas en las que trabajan 250 personas que realizan las tareas de tejido, tinte, confección y serigrafiado. Los trabajadores desarrollan su producción en unas condiciones laborales seguras y dignas y adecuadas. Además de trabajar bajo los criterios de Comercio Justo, los beneficios obtenidos se utilizan para distintas iniciativas como infraestructuras para llevar el agua potable a las comunidades, una escuela de formación técnica para las y los campesinos o el impulso a la creación de grupos de autoayuda entre las familias. La organización cuenta con las certificaciones ECOCERT y FLO. El algodón con el que confeccionan las prendas lo compran a la asociación Chetnai Organic Farmers, una entidad que agrupa a 6500 pequeños grupos de campesinos que cultivan algodón orgánico y de Comercio Justo en cuatro estados de India.

www.rcm-organic.com

MAHAGUTHI (NEPAL)

Organización que produce, comercializa y exporta artículos de textil y artesanía, realizados según técnicas tradicionales. Reúne a unos 1200 artesanos, la mayoría mujeres, organizadas en pequeños grupos. Muchas de ellas viven en zonas aisladas y montañosas. La organización tiene como objetivo garantizar unas condiciones de trabajo seguras y dignas y favorecer la conservación de la tradición cultural, artística y artesanal. Además de la venta en mer-



© FELIPE ADEBA SETEM

cados internacionales en las redes de Comercio Justo, cuenta con tres tiendas en el valle de Katmandú. Los beneficios que se generan en las ventas se destinan a Ashram Tulsi Mehar Mahila, organización donde se asiste a las mujeres y niños-as en condiciones de vida más difíciles. Allí, se les ofrece ayuda en alimentación, ropa, vivienda, salud y educación, y formación profesional para trabajos que les aseguren su manutención. Mahaguthi es miembro fundador de Fair Trade Nepal Group. www.mahaguthi.org

SELYN (SRI LANKA)

Organización que comenzó en 1991 con 12 mujeres y hoy da trabajo a 700 personas, la mayoría mujeres, y que produce materiales infantiles y juguetes con algodón y otras materias primas naturales. Además de la protección del medio ambiente, uno de sus objetivos es mejorar la calidad de vida de las mujeres más pobres y lograr su autonomía. Cuentan con cuatro talleres y dos unidades de producción. La elaboración de los artículos es artesanal (en telar y a mano). Los beneficios obtenidos son reinvertidos en programas sociales. Uno de los más importantes ha sido la creación de una escuela de primaria y secundaria. También se ofrecen becas para los estudiantes más desfavorecidos y apoyo para la construcción de viviendas. Además del salario, la entidad ofrece seguro de salud, pago de gastos médicos, créditos sin interés, alojamiento y comida para personas que viven alejadas, transporte, etc. Selyn es miembro de la Organización Mundial de Comercio Justo.

www.selyn.lk

CIAP (CENTRAL INTERREGIONAL DE ARTESANOS DE PERÚ)

Organización de Comercio Justo que se dedica a la comercialización y exportación de artesanías. Nació en 1983 a partir de la necesidad de los artesanos y artesanas de mejorar su situación económica y social debido a las condiciones que imponían los intermediarios y a las condiciones inhumanas de producción. Engloba a unas

700 personas organizadas en 21 grupos de base de distintas regiones del país. El trabajo de la entidad se basa en valores como la responsabilidad, la transparencia, la solidaridad y la superación del individualismo. El espíritu comunitario es otra de sus señas de identidad. Una parte importante de los beneficios se emplea en formación para las y los artesanos en temas como diseño, tendencias de mercado, liderazgo, calidad o contabilidad. Además han creado una cooperativa de ahorro y crédito. Las y los trabajadores cuentan con un seguro de salud, pensiones, gratificaciones y vacaciones. Desde 1995 pertenece a la Organización Mundial del Comercio Justo.

www.ciap.org

SADHNA (INDIA)

Es una cooperativa, miembro de WFTO, donde se confeccionan textiles hechos a mano utilizando técnicas de bordado y patchwork. Además, brinda capacitación continua a las mujeres artesanas para mejorar sus habilidades a la vez que crea una red de apoyo para ellas y sus comunidades.

Entre otros productos, comercializan camisas y vestidos para niños.

www.sadhna.org

Dos experiencias de ropa de Comercio Justo

FUNDACIÓN OXFAM INTERMÓN: VERALUNA COMERCIO JUSTO

Colección de ropa de Comercio Justo promovida por Oxfam Intermón con la colaboración inicial de la firma española Hoss Intropia y confeccionada en India por cooperativas que trabajan bajo los principios del Comercio Justo⁷⁷, entre las cuales están: Creative Handicrafts, EMA, CRC y Rajklashmi

cotton Mills. La colección *Veraluna Comercio Justo* incluye prendas de vestir para mujer, hombre e infantil, pijamas y complementos, elaboradas con algodón orgánico.

Creative Handicrafts⁷⁸, una de las organizaciones que elabora las prendas de la colección *Veraluna Comercio Justo*, es una cooperativa que agrupa a unas 270 mujeres. En momentos puntuales, la organización contrata a unas 400 personas más. Su objetivo es mejorar su calidad de vida y lograr su autonomía. Las trabajadoras proceden de los grupos sociales más desfavorecidos. Con su oficio, no sólo obtienen un salario digno sino también una mayor autoestima y consideración social. La organización proporciona además un seguro médico y una pensión por jubilación, algo fundamental si se considera que estas coberturas no existen en la India. También ha impulsado centros de educación para menores, programas de becas, así como microcréditos para apoyar iniciativas de las mujeres. Su producción se realiza de manera semiartesanal (a mano y a máquina) con algodón y otros productos de la zona.

www.oxfamintermon.org

FUNDACIÓN TALLER DE SOLIDARIDAD: ROPA DEPORTIVA HECHA CON AMOR

Colección de ropa deportiva de Comercio Justo promovida por Taller de Solidaridad y confeccionada en el taller de Mandaluyong (Filipinas), perteneciente a la red Talleres de Nazaret, integrada por seis centros, tres de los cuales manufacturan textiles de Comercio Justo en ese país (además de Mandaluyong, los talleres de Quezón City y Cebú). La colección Hecha con Amor incluye camisetas y ropa deportiva para correr, baloncesto, tenis y fútbol. También elaboran chándales y equipaciones para centros educativos o asociaciones deportivas.



© CREATIVE HANDICRAFTS



© TALLER DE SOLIDARIDAD

77. Oxfam Intermón. www.oxfamintermon.org/es/comercio-justo/noticia/nueva-coleccion-otono-invierno-2014-2015-de-veraluna

78. Creative Handicrafts. www.creativehandicrafts.org/

En el taller de Mandaluyong trabajan mujeres en riesgo de exclusión. Algunas de ellas son jóvenes sin recursos para poder estudiar, otras son mujeres con dificultades para encontrar empleo debido a la desigualdad de oportunidades existente en la sociedad. También hay mujeres que han dejado a sus familias en las zonas rurales con la esperanza de encontrar un futuro mejor, y la mayoría son madres de familia que carecen de ingresos suficientes para vivir. En el taller reciben formación profesional y también sobre los derechos laborales y derechos de las mujeres. Este taller pertenece a la Organización Mundial del Comercio Justo. www.ropahechaconamor.com

Ellos y ellas nos cuentan qué aporta el Comercio Justo

Johny Joseph, director de Creative Handicrafts

“Una de las claves fundamentales del cambio en las mujeres es la dignidad. Cuando ellas se incorporan a Creative no tienen nada, no tienen autoestima, ni un futuro por delante ni un medio de vida. Y el hecho de entrar en la organización, a partir del proceso de formación, hace que puedan empezar a adquirir una serie de habilidades, y a hablar en la sociedad. El ser capaces de conseguir ingresos y elaborar productos, hace que empiecen a ver que hay un futuro, que su vida puede ser de otra manera y, por supuesto, consigue elevar su autoestima.

Son mujeres que vienen de una sociedad opresiva, en el que no hay lugar para ellas, y, cuando comienzan a trabajar en la organización se dan cuenta de que ellas son iguales a los hombres y tienen derechos; entonces,

empiezan a cuestionar cómo las tratan en sus familias, como tratan a sus hijas o a otras mujeres. Todo esto despierta un deseo de trabajar y luchar por la igualdad. En definitiva lo que se consigue es que tengan una visión del mundo diferente a la que tenían antes, un mundo en el que entienden que tiene que haber igualdad, justicia social, y que deben trabajar por ella”.

Ruth de la Cruz (CIAP, Perú)

“El Comercio Justo, sobre todo, les ha servido para organizarse, convertirse en un grupo de mujeres que pueden apoyarse entre ellas mismas y apoyar a su comunidad. Esto es muy importante para ellas.

Desde que yo ingresé en la CIAP, la posición de las mujeres era muy fuerte aportando ideas y opiniones. Creo que es una actitud que les nace a ellas y dentro de la organización se va perfeccionando ya que aquí obtienen nuevos conocimientos sobre asociacionismo, manejo de presupuestos, autoestima...”.

Sunil Chitrakar, director de Mahaguthi⁷⁹

“La pregunta que nos tenemos que hacer es ¿qué énfasis ponemos en las personas? ¿cómo cuidas de ellas? Nosotros (el Comercio Justo) hacemos negocios para las personas, por lo que las ponemos siempre por delante, esa es sin duda la principal diferencia. Esas empresas tratan a las personas como herramientas para conseguir un beneficio económico y para nosotros son el único y más importante fin. En el Comercio Justo hacemos lo que decimos y lo que decimos lo hacemos. A otras compañías se les puede llenar la boca con promesas sobre su funcionamiento y sobre cómo tratan a sus empleados, nosotros simplemente lo cumplimos”. ●



De izquierda a derecha, Johny Joseph, Ruth de la Cruz y Sunil Chitrakar.

79. El Salmón Contracorriente. “El comercio justo no es sólo un gasto, es una inversión para todos”. www.elsalmoncontracorriente.es/?El-comercio-justo-no-es-solo-un

6. Bibliografía y referencias

- Banco Mundial. *Priorities for Sustainable Growth: A Strategy for Agriculture Development in Tajikistan. Technical Annex 2. Cotton Sector in the Global Context.*
- Campaña Ropa Limpia. www.ropalimpia.org
– “El textil y la feminización de la pobreza”. www.cleanclothes.org/resources/publications/translations/fabricado-por-mujeres.pdf
- CECJ.
– *El Comercio Justo en España 2013. Diagnósticos y alternativas en clave europea.*
www.comerciojusto.org/publicacion/el-comercio-justo-en-espana-2013-diagnosticos-y-alternativas-en-clave-europea/
– ¿Cómo saber si un producto es justo?
comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/%C2%BFcomo-garantizo-que-un-producto-es-de-comercio-justo/
- Comisión Europea (2010). *On Retail Services in the Internal Market. Accompanying document to the Report on Retail Market Monitoring: “Towards more efficient and fairer retail services in the Internal Market for 2020”.* Commission Staff Working Document.
- Cotton Campaign (2013). *Review of the 2013 Cotton Harvest in Uzbekistan: State Forced-Labour System Continues.*
- Creative Handicrafts. www.creativehandicrafts.org/
- Documental *Todo menos caro*. www.youtube.com/watch?v=cl5PY5zx84M
- Documental *Nero’s Guest*, sobre los suicidios de campesinos en la India: <https://www.youtube.com/watch?v=4q6m5NgrCJs>
- Fairtrade Ibérica.
– www.sellocomerciojusto.org/es/productores/algodon/
– www.sellocomerciojusto.org/news/es_ES/2015/01/14/0001/45-de-los-espanoles-pagarian-mas-por-productos-que-ayudan-a-paises-en-vias-de-desarrollo
- Fairtrade International. www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2013-Fairtrade-Monitoring-Scope-Benefits_web.pdf
- Fair Trade Advocacy Office. fairtrade-advocacy.org/about-fair-trade/the-fair-trade-movement
- FAO (2010). *Price surges in food markets. How should organized futures markets be regulated? Policy Brief.*
- FAO (2005). *El estado de los mercados de productos básicos agrícolas 2004.*
- Galbi, Douglas A. Centre for History and Economics, King’s College, Cambridge. *Child Labour and the Division of Labour in the Early English Cotton Mills.*
- Greenpeace (2005). *El tratamiento de textiles y sus repercusiones ambientales.*
- Greenpeace (2010). ¿Qué cosecha de algodón? www.greenpeace.org/espana/es/reports/que-cosecha-de-algodon-n/
- Greenpeace. *Moda sin tóxicos*: www.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/other/moda-sin-t-xicos.pdf
- Herodoto. *Historias, Libro III*, 106.
- Hildegunn Kyvik Nordås. *The Global Textile and Clothing Industry post the Agreement on Textiles and Clothing.*
- Ingeborg Wick (2009). *The social impact of the liberalised world market for textiles and clothing. Strategies of trade unions and women’s organisations.* OBS-Workbook 62. A study commissioned by the Otto Brenner Foundation.
http://www.otto-brenner-shop.de/uploads/tx_mplightshop/AH62_en_01.pdf
- India Committee of the Netherlands (2010). *Seeds of child labour. Signs of hope. Child and Adult Labour in Cottonseed Production in India.*
- Intermón Oxfam (2004). *Moda que aprieta.* 2004. www.uv.es/ipla/archivos/articulos/0_3001_090204_Moda_que_aprieta.pdf
- International Trade Centre (ITC) 2011. *The Chinese Market for Clothing.*
- Miller, Doug. School of Design. University of Northumbria. *Towards Sustainable Labour Costing in the Global Apparel Industry: Some evidence from UK Fashion Retail.*
- Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2014). Presentaciones sectoriales. Sector Textil y Confección.
<http://www.minetur.gob.es/es-ES/IndicadoresyEstadisticas/Presentaciones%20sectoriales/Textil%20y%20confecci%C3%B3n.pdf>
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2007). *El Comercio Textil en España.*
www.portaldelcomercioiclm.com/publicaciones/El%20Comercio%20Textil%20en%20Espa%F1a.pdf
- Modaes.es con la colaboración del Centro de Información Textil y la Confección (Cityc) y Amicca. *Informe Económico del Negocio de la Moda en España 2014.*
- Notz, Gisela (2006). Grupo de Proyecto de Política de Desarrollo, División de Cooperación Internacional al Desarrollo, Fundación

- Friedrich-Ebert, Digitale Bibliothek. *Género en el trabajo sindical. Globalización o la feminización del trabajo, Género en el trabajo sindical: experiencias y retos.*
- OECD (2010). *Final consumption expenditure of households, Detailed National Accounts (database).*
 - Organización Internacional del Trabajo (2014). *Salarios y tiempo de trabajo en los sectores de los textiles, el vestido, el cuero y el calzado.* www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_300643.pdf
 - OIT (2012). *Global Employment Trends 2012.*
 - Organización Mundial del Comercio (2014). *Estadísticas del comercio internacional 2013.* www.wto.org/spanish/res_s/statistics/its2013_s/its13_merch_trade_product_s.pdf
 - Oyanger, Knut. Iowa State University. Department of History. *The Cotton Economy Of The Old South.* www.rickwoten.com/CottonEconomy.html
 - Oxfam Intermón. www.oxfamintermon.org/es/comercio-justo/noticia/nueva-coleccion-otono-invierno-2014-2015-de-veraluna
 - Riddselius, Christopher. Fair Trade Center (2010). *Fashion Victims. A report on Sandblasting Denim.*
 - Sales i Campos, Albert. Setem Catalunya (2013). *Guía para vestir sin trabajo esclavo.*
 - Sales, Albert y Piñeiro, Eloísa. Campaña Ropa Limpia (2011). *La moda española en Tánger. Condiciones de vida y supervivencia de las obreras.* www.ropalimpia.org/adjuntos/noticias/materiales/Moda-espanola-en-Tanger.pdf
 - Sherwood, Marika. Institute of Historical Research. University of London. *Britain, slavery and the trade in enslaved Africans.* www.history.ac.uk/ihr/Focus/Slavery/articles/sherwood.html
 - Setem-Campaña Ropa Limpia (2014). *Salarios Dignos. ¿El salario que pagan las marcas a las personas que confeccionan nuestra ropa es suficiente como para costearse la vida?*
 - SOMO (2014). *Flawed Fabrics.*
 - SOMO (2014). *Fact Sheet, Child labour in the textile & garment industry, Focus on the role of buying companies.*
 - US Department of Labour (2013). *Findings on the Worst Forms of Child Labor.*
 - WFTO. www.wfto.com

RECURSOS WEB

- Eldiario.es. *La moda que no se derrumba.* www.eldiario.es/economia/moda-derrumba_0_252675028.html
- El País. *Los escombros de la tragedia.* internacional.elpais.com/internacional/2013/06/14/actualidad/1371225314_748245.html
- El Periódico. *“No creo que las grandes marcas puedan ser sostenibles”.* www.elperiodico.com/es/noticias/tendencias-sostenibles/creo-que-las-grandes-marcas-puedan-ser-sostenibles-3401537
- *El Salmón Contracorriente.* *“El comercio justo no es sólo un gasto, es una inversión para todos”.* www.elsalmoncontracorriente.es/?El-comercio-justo-no-es-solo-un
- **Modaes.es.**
 - *Las veinte mayores empresas de moda del mundo.* www.modaes.es/back-stage/20120419/las-20-mayores-empresas-de-moda-del-mundo.html
 - *El Mapa de la Moda (I): Los grandes grupos de moda en España* www.modaes.es/back-stage/20130515/el-mapa-de-la-moda-i-los-grandes-grupos-de-moda-en-espana.html
 - *Etiopía y Sudáfrica, ¿las nuevas ‘Bangladesh’?* www.modaes.es/entorno/20140721/etiopia-y-sudafrica-las-nuevas-bangladesh.html
 - *Inditex bate en su peor año a H&M y Gap en ventas comparables (2014).* www.modaes.es/empresa/20140324/inditex-bate-en-su-peor-ano-a-hm-y-gap-en-ventas-comparables.html
- *Moves to Slow.* www.movestoslow.com/
- People Tree. www.peopletree.co.uk/
- *Phnom Penh Post* (2008). *Inflation driving women out of the factories into beer gardens.* www.phnompenhpost.com/national/inflation-driving-women-out-factories-beer-gardens

Sobre el algodón:

- Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (2012). *El algodón se la juega. Cotton put at risk.* www.coag.org/rep_ficheros_web/3d3f04eabd37e760e15af8cbdc37ff56.pdf
- Cotton Incorporated (2012). Mercado del algodón de EUA. es.cottoninc.com/MonthlyEconomicLetter_ES/
- FAO (2004). *Perspectivas a plazo medio de los productos básicos agrícolas Proyecciones al año 2010.* www.fao.org/docrep/007/y5143s/y5143s15.htm
- FAO (2005). *Los subsidios al algodón en los países ricos significan precios bajos en todo el mundo* www.fao.org/newsroom/es/focus/2005/89746/article_89759es.html

“El Comercio Justo es un sistema comercial 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.”

Definición de la Organización Mundial del Comercio Justo



Síguenos en:



www.facebook.com/CEComercioJusto



[@CEComercioJusto](https://twitter.com/CEComercioJusto)



www.linkedin.com/company/coordinadora-estatal-de-comercio-justo



[CEComercioJusto](https://www.youtube.com/CEComercioJusto)

Con el apoyo de:



cooperación
española

www.comerciojusto.org