

## Capítulo 3

# El Comercio Justo como alternativa

Durante las últimas décadas han surgido diferentes alternativas al mercado convencional del textil, entre las que destaca el Comercio Justo por su visión holística en el conjunto de criterios que defiende, referidos a cuestiones sociales, económicas y medioambientales, y por el rigor en la aplicación y la transparencia de los procesos.

Los impactos positivos del Comercio Justo benefician de manera directa a los trabajadores y trabajadoras de las organizaciones productoras de ropa y otros productos textiles de Comercio Justo que, en el caso de los 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. Según datos de Fairtrade International, solo en la producción de algodón certificado de Comercio Justo trabajan 73.400 personas en todo el mundo, cifra relativamente baja si se compara con los dos millones de personas productoras y trabajadoras de las casi 1000 organizaciones de la red del Comercio Justo, aunque no podemos olvidar el impacto cualitativo para cada una de esas personas, sus familias y su comunidad. Además, su número crecerá previsiblemente en la medida en que se vayan incorporando consumidores conscientes al sector de la moda, interesados en *tirar del hilo* de la ropa que se ponen y comprometidos en la compra de prendas limpias de esclavitud y explotación.

### Resistencias al mercado convencional del textil

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

¿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

¿Cómo saber que un producto es de Comercio Justo?

¿Dónde puedo encontrar productos textiles de Comercio Justo?

¿Quién produce el textil de Comercio Justo?

Dos experiencias de ropa de Comercio Justo

Ellos y ellas nos cuentan qué aporta el Comercio Justo

## Resistencias al mercado convencional del textil

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 medidas 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 informe 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 prendas<sup>1</sup>”.

También en España, la web *Moves to Slow*<sup>2</sup> 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.

1. 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](http://www.elperiodico.com/es/noticias/tendencias-sostenibles/creo-que-las-grandes-marcas-puedan-ser-sostenibles-3401537)  
2. *Moves to Slow*. [www.movestoslow.com](http://www.movestoslow.com)



©Chetna

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 con-

diciones 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



© Oxfam Intermón. J. Joseph

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.

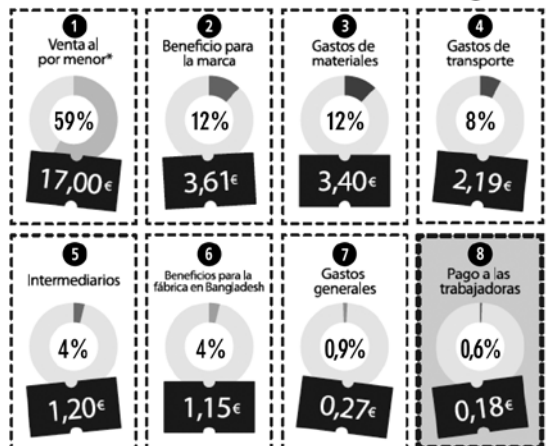
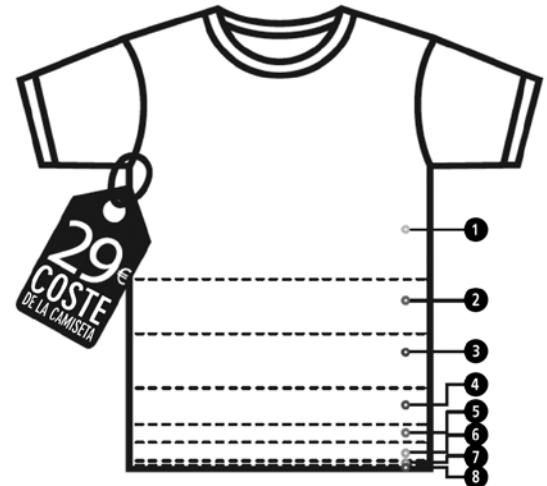
- **Protección del medio ambiente:** las organizaciones de Comercio Justo trabajan a través de procesos que no dañan el entorno natural. En el caso de los cultivos de algodón, se trata de una producción ecológica, que no utiliza abonos químicos, pesticidas o herbicidas. Por otro lado, la confección es 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.

## ¿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 Limpia<sup>3</sup>.

### DESGLOSE DE LOS GASTOS DE UNA CAMISETA



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

3. Op. cit.



	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%
<b>Precio final</b>	<b>29 €</b>	<b>22,95 €</b>	<b>24,90 €</b>	<b>8%</b>

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

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.

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 mundo<sup>4</sup>, cifra relativamente pequeña si la comparamos con los casi 100 millones de hogares que participan de la cosecha

del algodón<sup>5</sup>. 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 Justo<sup>6</sup>. 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.

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 textiles<sup>7</sup> pero, a diferencia de otros productos englobados dentro de esa categoría, esta cifra va creciendo paulatinamente.

4. Fairtrade International. [www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2013-Fairtrade-Monitoring-Scope-Benefits\\_web.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2013-Fairtrade-Monitoring-Scope-Benefits_web.pdf)

5. Fairtrade Ibérica. [www.sellocomerciojusto.org/es/productores/algodon](http://www.sellocomerciojusto.org/es/productores/algodon)

6. Fair Trade Advocacy Office. [fairtrade-advocacy.org/about-fair-trade/the-fair-trade-movement](http://fairtrade-advocacy.org/about-fair-trade/the-fair-trade-movement)

7. 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/](http://comerciojusto.org/publicacion/el-comercio-justo-en-espana-2013-diagnosticos-y-alternativas-en-clave-europea/)



© Manuel Charlón

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 Justo<sup>8</sup>.

## ¿Cómo saber que un producto es de Comercio Justo?<sup>9</sup>

Según la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO)<sup>10</sup>, 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 y Fundeppo.

8. 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](http://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)

9. CEJ. *¿Cómo saber si un producto es justo?* [comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/%C2%BFcomo-garantizo-que-un-producto-es-de-comercio-justo/](http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/%C2%BFcomo-garantizo-que-un-producto-es-de-comercio-justo/)

10. WFTO. [www.wfto.com](http://www.wfto.com)

## ¿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 Tree<sup>11</sup>, 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](http://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.

### 1. 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 tie-

rra 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](http://www.agrocel.co.in/new/index.html)

### 2. 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, 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 Chetna 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](http://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

11. People Tree. [www.peopletree.co.uk](http://www.peopletree.co.uk)



© Ideas

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 mercados 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](http://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](http://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](http://www.ciap.org)

## Dos experiencias de ropa de Comercio Justo

### 1. 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 Justo<sup>12</sup>, entre las cuales están: Creative Handicrafts, EMA, CRC y Rajkashmi cotton Mills. La colección *Veraluna Comercio Justo* incluye prendas de vestir para mujer, hombre e infantil, pijamas y complementos, elaborados con algodón orgánico.

Creative Handicrafts<sup>13</sup>, 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 lo-

grar 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](http://www.oxfamintermon.org)



© Manuel Charlón

12. Oxfam Intermón. [www.oxfamintermon.org/es/comercio-justo/noticia/nueva-coleccion-otono-invierno-2014-2015-de-veraluna](http://www.oxfamintermon.org/es/comercio-justo/noticia/nueva-coleccion-otono-invierno-2014-2015-de-veraluna)

13. Creative Handicrafts. [www.creativehandicrafts.org/](http://www.creativehandicrafts.org/)



© Creative Handicrafts

## 2. Fundación Taller de Solidaridad: ropa deportiva Hecha con Amor

Colección de ropa deportiva de Comercio Justo promovida por Taller de Solidaridad y confeccio-

nada en el taller de Mandaluyong, Filipinas. La colección incluye camisetas y ropa deportiva para correr, baloncesto, tenis y fútbol. También elaboran chándales y equipaciones para centros educativos o asociaciones deportivas.



© Taller de Solidaridad

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](http://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. 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 Mahaguthi<sup>14</sup>**

“La pregunta que nos tenemos que hacer es ¿qué énfasis pones 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.

14. 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](http://www.elsalmoncontracorriente.es/?El-comercio-justo-no-es-solo-un)