



Observatorio de
Corporaciones
Transnacionales

IDEAS / Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria

Boletín nº 8

El sector del algodón y la industria textil



Foto: ESPLAR/IDEAS

Córdoba, Mayo 2005

Edita: IDEAS / Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria



IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria), es una **Organización de Comercio Justo** cuya misión es transformar el entorno económico y social para construir un mundo más justo y sostenible, desarrollando iniciativas de **Comercio Justo, Economía Solidaria y Consumo Responsable**, tanto en el ámbito local como internacional. Todas las acciones de la organización se fundamentan en principios de igualdad, participación y solidaridad.

Desde hace más de veinte años **IDEAS** es la primera entidad española que desarrolla el **Comercio Justo** con organizaciones del Sur (África, América Latina y Asia) a través de programas de cooperación, asistencia técnica, importación, distribución y venta de productos artesanales y alimenticios. **IDEAS** reconoce el Comercio Justo como una poderosa herramienta para erradicar las causas de la pobreza en las comunidades más desfavorecidas, garantizando los derechos, la dignidad y el desarrollo de todas las partes implicadas.

Consciente del gran impacto económico, ecológico y social derivado de los patrones de consumo occidental, **IDEAS** potencia la capacidad crítica de los ciudadanos/as, empresas e instituciones públicas en su derecho a consumir conscientemente. La organización realiza numerosas actividades de investigación, consultoría, educación y movilización social y también desarrolla herramientas de financiación ética para favorecer modelos de **Consumo Responsable y Economía Solidaria**. Entre estas acciones cabe destacar a **IDEAS** como la coordinadora estatal de los programas europeos **Fair Procura/Compra Pública Ética (CPE)** y **Compra Empresarial Responsable (CER)**, cuyo objetivo es asesorar a las administraciones públicas y al sector empresarial para la integración de criterios éticos y ecológicos en sus compras y contrataciones facilitando así su participación como agentes de desarrollo.

IDEAS también ofrece una herramienta de análisis de conducta empresarial mediante la difusión pública de las investigaciones sobre diferentes sectores económicos y marcas comerciales que realiza el **Observatorio de Corporaciones Transnacionales**.

La organización participa desde sus inicios en el **Foro Social Mundial**, formando parte activa de las **Redes Promotoras de Economía Solidaria**, representando actualmente a **IFAT (Asociación Internacional de Comercio Justo)** y a varias redes de Economía Solidaria en su Consejo Internacional.

IDEAS es miembro de **IFAT** y representante española en su junta directiva europea; socio de **EFTA (Asociación Europea de Comercio Justo)**; miembro fundador de la **CECJ (Coordinadora Estatal de Comercio Justo)**; socio fundador de **REAS (Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria)** y miembro fundador de **RUFAS (Red de Útiles Financieros Alternativos)**. **IDEAS** es una cooperativa sin ánimo de lucro y con objeto social solidario, reconocida e inscrita como ONGD por la **AECI (Agencia Española de Cooperación Internacional)**.

IDEAS/ Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria

Pol. Ind. "Dehesa de Cebrían", Parcela 51-53 14429 – Villafranca de Córdoba (Córdoba, España)

Tel. (+34) 957 42 90 80 / (+34) 647 69 29 43

¿Qué es el Observatorio de Corporaciones Transnacionales?

En los últimos años ha surgido como temática innovadora: la responsabilidad social de las empresas. Este logro debe ser atribuido a las/os consumidoras/es que son cada día más exigentes, cuestionando no solamente la calidad técnica (ingredientes y composición) de los productos sino exigiendo una calidad social y ambiental demostrable. Las empresas venden su actuación empresarial como socialmente responsable, entidades sociales y sindicales presionan para que así sea, y los consumidores hacen preguntas pertinentes.

En este contexto hay que constatar la necesidad de aclarar la difusa línea entre el compromiso socioambiental y el marketing. Hay empresas que están mostrando con su adherencia a criterios de la responsabilidad social y ambiental que un cambio es posible. Lamentablemente, según muestran los análisis, en muchos de los casos se esconde un desmesurado marketing y abuso mercantil en la supuesta responsabilidad social.

Hay documentación abundante sobre la temática de responsabilidad social. Sin embargo, en el Estado español la información en castellano es escasa en cantidad y calidad. A menudo se trata de información no ordenada o no actualizada, en muchos casos no contrastada, y en otros casos es de poca dimensión o poca utilidad práctica. En resumen, la información necesaria no es de fácil acceso. Es por ello que **IDEAS**, con el Observatorio de Corporaciones Transnacionales, se suma a las entidades investigadoras sobre esta temática.

Este Observatorio trabaja con el afán de complementar la información existente, y así poder contribuir a crear un planeta más justo, solidario, igualitario y sostenible. Con este proyecto **IDEAS** intenta ofrecer información veraz para crear una ciudadanía más crítica respecto al funcionamiento de las empresas, exigiéndoles a éstas que cumplan con su responsabilidad social, ética y ambiental.

Contenidos

1. Introducción 3

2. Síntesis y comentarios..... 5

3. Funcionamiento y estructura..... 8

4. Principales marcas 18

5. Rentabilidad económica..... 22

 5.1 Ventas..... 22

 5.2.- Retribución a cada uno de los actores de la cadena del algodón / textil..... 24

6. Impacto social y ambiental de las corporaciones del sector. 26

 6.1.- Derechos Humanos y Laborales 27

 6.2.- Salud..... 32

 6.3.- Medio ambiente 34

 Problemas con los pesticidas..... 34

 Problemas con el agua 35

 Problemas con el algodón genéticamente modificado (GM) 35

 Contaminación en la Industria del algodón y manufacturas 36

7. Su poder y toma de influencia política, económica y social 38

 7.1. El poder económico 38

 7. 2. El poder político 42

 El poder de la industria algodonera. Protección de los cultivos y mercado. 42

 El poder de la industria textil y de manufacturas 44

 7. 3. El poder social. Marketing y publicidad..... 47

8. Algunos números 48

9.- Alternativas 50

10.- Propuestas de Acción: Campañas..... 52

El trabajo de este Observatorio de Corporaciones Transnacionales, al igual que sus investigaciones y ediciones, está patrocinado por el Ayuntamiento de Córdoba y Excm.a. Diputación de Córdoba (España).

IDEAS no necesariamente comparte opiniones y análisis en su totalidad, ni toma partido en los distintos puntos de vista que se presentan en este dossier. El dossier pretende ser una recopilación actualizada de investigaciones e informes realizados por diferentes organizaciones, empresas y/o particulares. De igual modo, IDEAS no puede garantizar la exactitud de los datos y hechos presentados en las distintas fuentes citadas.

 COMMONS DEED Reconocimiento- No comercial - Sin obra derivada. 2.5 España	
<p>Usted es libre de:</p> <ul style="list-style-type: none"> Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra. 	<p>Bajo las siguientes condiciones:</p> <ul style="list-style-type: none">  Reconocimiento: si utiliza parte o la totalidad de esta investigación tiene que especificar la fuente: IDEAS / Observatorio Corporaciones Transnacionales.  No Comercial: No puede utilizar esta obra con fines comerciales.  Sin obra derivada: No se puede alterar ni transformar esta obra para generar obras derivadas. <p> <ul style="list-style-type: none"> Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claros los términos de la licencia de esta obra. Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor. </p> <p>Los derechos derivados de usos legítimos u otras limitaciones reconocidas por la ley no se ven afectados por lo anterior.</p>

1. INTRODUCCIÓN

El algodón es producido como un cultivo del que se aprovecha la fibra, sin embargo su papel como fuente principal de ingreso en el sustento de millones de personas está subestimado. Piensen por un momento, ¿hay algún día de su vida en el que no hayan entrado en contacto con el algodón?

En este boletín trataremos de dar un recorrido por el complejo mundo de la producción de algodón y los entresijos de la industria textil y de manufacturas. Toda la cadena aquí analizada es de una enorme complejidad e intentaremos dar respuesta a algunas de los interrogantes más frecuentes que rodean a este mercado mundial del textil. Así conviene aclarar que cuando hablemos de cultivo nos estaremos refiriendo al cultivo del algodón. Por otro lado, cuando hablemos de industria textil y de manufacturas estaremos refiriéndonos a toda una compleja red compuesta por la industria de la fibra de algodón, pero también de la fibra sintética y de las grandes marcas que dominan el mercado mundial de la ropa, aunque muchas de ellas no sólo se dedican al negocio del textil. Esta complejidad es el hilo subyacente a todo el boletín, aunque hemos tratado en todo momento de simplificar para una adecuada comprensión, sin menoscabo del rigor científico que en todo momento pretendemos que nos acompañe en nuestras investigaciones.

El cultivo del algodón está extendido por una superficie superior a los 35 millones de hectáreas (superficie similar a la de países como Alemania), teniendo un gran impacto sobre las comunidades productoras, los trabajadores rurales y el medio ambiente de las zonas donde se encuentra ubicado.

En esta investigación tratamos de analizar la situación del cultivo en todo el mundo haciendo especial énfasis en las condiciones laborales y de salud de los trabajadores, así como los impactos que dicho cultivo genera sobre el medio ambiente.

La reducción de costes en cada eslabón de la cadena es uno de los objetivos de las grandes compañías transformadoras y productoras de vestido. A este respecto, el desarrollo de variedades híbridas, la mecanización de las tareas agrícolas y la desesperada situación en que viven las comunidades productoras permite disminuir los costes de producción en beneficio de las grandes compañías. La mecanización progresiva de la transformación y la automatización del manejo de la fibra y el tejido permiten abaratar los costes en esta fase. Sin embargo, en las fases de la confección de las prendas (corte, costura, acabado, embalaje), aunque también se van consiguiendo avances significativos en la mecanización de algunas tareas, continúan dependiendo en gran medida del trabajo humano. En esta fase, disminuir los costes de fabricación se traduce en la búsqueda de mano de obra barata, regulaciones laborales precarias o ausentes y una mayor flexibilidad de la producción, capaz de responder rápidamente a las exigencias del mercado¹. Un dato revelador se muestra a continuación: de los 1.153 €² que, de media, una familia estadounidense de 4 miembros gastaba en vestuario en el año 1999³, solamente alrededor de 50 iban a parar a manos de los trabajadores de la industria⁴.

La industria del textil y de la confección es en la actualidad la más universal de todas las industrias de manufacturas y utiliza la mayor fuerza de trabajo de todas las empresas de manufacturas existentes en el mundo. Más de dos millones de personas repartidas por todo el globo en más de 150 países, la mayoría de ellas mujeres jóvenes y adolescentes, trabajan en la

¹ Crabbé, C. (2000): La moda al desnudo. Ed. Icaria. Barcelona. pp. 17

² 1 EUR = 1.19728 USD. Fuente: www.xe.com convertidor universal de divisas, consultado 18/07/2005

³ U.S. Bureau of Labor Statistics, 2001.

⁴ R. Pollin *et al.*, (2001): Global Apparel Production & Sweatshop Labor: Can Raising Retail Prices Finance Living Wages? Univ. of Massachusetts Political Economy Research Inst., Working Paper Series No. 19, Junio 2001.

industria del vestido para las poderosas cadenas de ropa, en unas condiciones, tal como parecen indicar múltiples fuentes, la mayoría de las veces lamentables. Cifras cercanas al 80 % de los trabajadores de la industria del vestido que producen ropa y complementos para las cadenas multinacionales, en su mayoría estadounidenses, están trabajando bajo unas condiciones que son denunciadas frecuentemente por violar sistemáticamente las leyes del trabajo, tanto local como internacionalmente⁵.

Cierto es que los responsables de las grandes marcas de ropa emiten documentos y declaraciones regularmente sobre su responsabilidad social corporativa y su compromiso social y ecológico asegurando la asunción de medidas para poner freno a los enormes problemas detectados, sin embargo desde distintas fuentes se argumenta que la realidad del compromiso corporativo es bien distinta⁶.

Diferentes grupos organizados de la sociedad civil en todo el planeta afirman que en la actualidad son las grandes marcas de ropa presentes en todo el mundo quienes fijan las tendencias, crean y caducan las modas cuando más les conviene y tienen el poder de fijar los precios, tanto de compra a las fábricas y manufacturas (incluso del salario de los trabajadores y las condiciones, en algunos casos), como de venta a los consumidores en las tiendas.

Pero, ¿cómo hemos llegado hasta aquí?

Desde los años 70, el sector de la confección vive una profunda reestructuración y crisis, que va desde el cultivo del algodón en el campo hasta la venta minorista en la tienda, pasando por las manos de miles de trabajadores y trabajadoras que, según diversas fuentes, pueden trabajar bajo condiciones laborales que no respetan los mínimos exigidos internacionalmente e, incluso, padecer situaciones de semi esclavitud.⁷ Una de las consecuencias de esta crisis la constituye el desmantelamiento de la vieja industria de fabricación de prendas de vestir de los países industrializados.

Pero este declive no es capaz por sí mismo de reflejar el alcance y la amplitud del fenómeno: el centro de gravedad del sistema de producción se ha desplazado. Actualmente ya no son los fabricantes, sino los distribuidores y las marcas de ropa quienes poseen el control del sector. Distribuidores y marcas diseñan y venden. La producción se subcontrata, condicionada por la presión comercial (competitividad, plazos de entrega, precios, etc.), la búsqueda del menor costo y de la mayor flexibilidad.

La fórmula utilizada para esto es bien simple: el objetivo es crear una imagen corporativa positiva (imagen de marca), que atraiga a los consumidores occidentales de alto poder adquisitivo inicialmente, mientras que en el resto del mundo el algodón es cultivado y manufacturado, y la ropa procesada y fabricada de la manera más barata posible. Este viaje en pos de menores costes de producción cada año va desde el campo hasta la prenda de vestir, en todos y cada uno de los eslabones que conforman la cadena del textil.

Toda colaboración es valiosa.

Rogamos hacernos llegar comentarios y opiniones, escribiendo al editor:

IDEAS-Observatorio Corporaciones Transnacionales

e-mail: observatorio@ideas.coop

⁵ Behind the Label, "U. S. Retailers: Responsible for the Global Sweatshop Crisis. <http://www.behindthelabel.org/pdf/Retailindus.pdf>

⁶ Behind the Label, *op. cit.*

⁷ Behind the Label, *op. cit.*

2. SÍNTESIS Y COMENTARIOS

“La verdad es que toda la industria del vestido es un único escándalo del que poco se habla”⁸

Hace ya más de 200 años que las comunidades agricultoras y productoras de algodón fueron separadas del textil, cuando el procesado se hizo mecánicamente y llevado a países europeos.

Hoy podríamos tratar de resumir el funcionamiento del sector del algodón y de la industria textil como una suma de problemas que afectan, si bien es cierto que no lo hacen de igual manera ni en la misma medida, a las comunidades productoras de algodón, a las personas que trabajan en la industria textil, al poderoso sector de las grandes marcas de ropa y como no, a los consumidores que fomentamos y consolidamos este modelo de relaciones a lo largo del tiempo.

Estos eslabones se podrían estudiar de la siguiente manera:

- La problemática que gira alrededor del cultivo, analizando las condiciones de vida y trabajo de las comunidades rurales así como el impacto negativo sobre el medio ambiente que este modelo industrial de manejo de los recursos naturales genera.
- Los problemas asociados al eslabón de manufacturado, atendiendo a las condiciones laborales de los empleados y al poder y la responsabilidad sobre esas condiciones que tienen las transnacionales del sector.
- Los problemas vinculados a la cadena comercial, destacando el papel de las agriculturas protegidas de los países industrializados, especialmente Estados Unidos.
- Los problemas asociados al consumo, abogando por un consumo crítico y responsable hacia las consecuencias causadas por el modelo de consumo impregnado por el estilo occidental de vida.

La problemática que gira alrededor del cultivo

El algodón es uno de los cultivos más intensivos. A lo largo y ancho del mundo se usan pesticidas químicos, fertilizantes, estimulantes del crecimiento y defoliantes en grandes cantidades, con importantes consecuencias para los agricultores, sus familias y el medio ambiente. Con respecto a las comunidades productoras el riesgo de envenenamiento es alto sobre todo en los países del Sur. Aunque los países en desarrollo sólo representan el 20% de los pesticidas empleados en el mundo, hasta el 75% de los casos de envenenamiento mortales tienen lugar en los países del Sur⁹.

La situación de los productores de algodón ha ido progresivamente empeorando con el uso cada vez mayor de pesticidas, y el manejo de estos químicos peligrosos a menudo conlleva problemas de salud e incluso la muerte. Unido a este factor, la deuda a la que los productores han de hacer frente (debida a la enorme dependencia de los insumos agrícolas, semillas, químicos, defoliantes y abonos, comercializados por las transnacionales de la agroindustria) conduce a la migración de los productores hacia los cinturones de pobreza de las ciudades, en busca de mejores condiciones de vida.

De otro lado, las propias condiciones sociales de la producción no son mejores ya que en la mayoría de los casos no se trata de hombres y mujeres trabajando en sus propias tierras y obteniendo beneficios de su trabajo. A menudo el trabajo en los cultivos es realizado por temporeros y según diferentes informes hay denuncias de uso de mano de obra infantil, haciendo caso omiso de los convenios de la Organización Internacional del Trabajo, especialmente en las zonas donde el algodón se recoge a mano.

⁸ Ortega, R. (1998): In Sam we trust. Kogan Page. UK. pp. 228

⁹ OIT, Organización Internacional del Trabajo (1994): Informe laboral mundial 1994. Ginebra, Organización Internacional del Trabajo, p. 82

Entre los problemas generados en el medio ambiente destacan la erosión del suelo causada por una excesiva mecanización de las tareas agrícolas y la contaminación de los recursos hídricos debido al uso indiscriminado de pesticidas. Ello conduce a la ruina de recursos naturales imprescindibles y afecta a la salud y a la soberanía y seguridad alimentaria de comunidades agrícolas al completo.

La nueva vuelta de tuerca de las semillas modificadas genéticamente confunde aún más a los agricultores que la mayoría de veces no tienen una idea clara de las repercusiones de esa decisión. Con este último avance de la ciencia las bases bióticas de reproducción de la vida: tierra, agua, aire y biodiversidad se mercantilizan, se convierten en mercancías que se pueden comprar y vender.

Los problemas asociados a la industria

La conversión de la industria textil en los últimos 50 años en producciones globales de bajo precio y moda de masas conduce a que el algodón, a menudo, es mezclado con fibras sintéticas, eliminando el incentivo del incremento de calidad y la posibilidad de mantener los precios. El incremento exponencial de los volúmenes de producción de fibras artificiales en los últimos tiempos y la maquinaria desarrollada para incrementar la producción de este mercado de masas se suma a los problemas del productor rural de algodón. Además esto se combina con el acceso al tercer mundo de las grandes transnacionales del textil que utilizan el trabajo no regulado para incrementar sus beneficios.

Además, los productos químicos se utilizan también en el proceso de transformación de las fibras. En el proceso se blanquea con cloro, se tiñe con metales pesados que causan alergias, y se aderezan los productos con sustancias nocivas para la salud. Todas estas sustancias peligrosas utilizadas a lo largo de la cadena no sólo amenazan la salud de los que trabajan en los campos de cultivo y en el manufacturado, sino en el estado de salud medioambiental y, también, sobre la población consumidora.

Los centros de tejido, costura y teñido se instalan cada vez más en zonas de bajo coste salarial, donde las exenciones impositivas son elevadas y los trabajadores apenas tienen derechos, siendo en muchas de las ocasiones mujeres y jóvenes menores de edad¹⁰. No parece extraño, sabiendo esto, que más del 75% de los procesos de transformación del algodón se lleve a cabo en los países en desarrollo, y esta cantidad sigue subiendo¹¹.

Los problemas vinculados a la cadena comercial

Los productores de algodón sufren de la competencia de los bajos precios de las fibras sintéticas. Hay una volatilidad manifiesta en el precio debida a la creciente globalización de la industria del textil y del mercado de la ropa y a la especulación causada por la elevada concentración del comercio mundial de algodón en unas pocas manos. El resultado son fluctuaciones en los precios del algodón en los intercambios internacionales, creando unas condiciones inciertas para las comunidades productoras a la hora de comercializar sus producciones. A todo esto se suma la existencia de subvenciones al algodón en los países industrializados, contribuyendo con ello enormemente al mantenimiento de unos precios ficticios que, en muchos casos, hacen descender los precios internacionales por debajo del precio de costo de las propias comunidades productoras.

Los problemas asociados al consumo

El consumo que no se basa en una valoración social y ecológica sino que está supeditado a patrones como marca y moda no hace más que agudizar y perpetuar los problemas mencionados. La mayor parte de dichos problemas podrían ser solventados con una actitud

¹⁰ Gabriela Strobel (1999): King Cotton. Pestizid-Aktions-Netzwerk e.V., Hamburg

¹¹ Informe anual del Bremen Cotton Exchange 1999, p. 67

consciente y responsable por parte de los consumidores. Un consumo crítico de las prendas de ropa que utilizamos a diario nos dará la clave para aportar nuestro granito de arena al proceso de cambio necesario en el mercado mundial textil y del vestido.

Tanto es así que un número creciente de iniciativas y campañas piloto, de las que damos buena cuenta en la última sección de nuestra investigación, están demostrando que los productos textiles pueden fabricarse de manera social y ecológicamente justa, beneficiando así tanto a los campesinos y a la naturaleza que nos alimenta como a los trabajadores de las fábricas y a los consumidores. En este punto el Observatorio de Corporaciones Transnacionales quiere agradecer especialmente la valiosa labor de la Campaña Ropa Limpia que ha contribuido a un considerable conocimiento social de las condiciones laborales en el manufacturado del textil.

Es en este contexto donde pretendemos dar una visión, lo más completa posible, del funcionamiento de un sector complicado y en continua evolución como el que nos ocupa, el del algodón, además de abordar con relativa profundidad las desigualdades sociales y los problemas medioambientales y económicos que se reproducen con las grandes transnacionales de la industria textil y las grandes marcas de ropa, que ejercen un control férreo y continuo en todo el sector.

3. FUNCIONAMIENTO Y ESTRUCTURA

Pasamos a continuación a analizar el sector que nos ocupa, comenzando con la propia planta de algodón, el proceso de producción seguido, las zonas y cantidades producidas en todo el mundo, y la cadena de comercialización.

Como ya hemos comentado en un punto anterior, la complejidad que esta investigación pretende abarcar es mucha, así que hemos intentado simplificar en alguna medida las zonas más oscuras y complicadas, tratando en todo momento de facilitar una lectura fácil, interesante y amena, sin menoscabar en medida alguna el rigor científico que acompaña a la investigación.

3.1.- El algodón

El algodón es una planta perteneciente al género *Gossypium*, de la que existe una gran multitud de especies o variedades a medida que su cultivo se ha extendido por todo el planeta. Su altura varía entre 0,8 y 1,5 metros, según variedades y regiones. Excepto en algunas variedades para jardinería, en todas partes la planta del algodón es cultivada con objeto de aprovechar las fibras que envuelven la semilla. El género *Gossypium* se da en todas las latitudes subtropicales. Las características de esta fibra dependen del clima del país donde se cultiva y de la especie de algodnero del que precede¹². Su nombre es de procedencia árabe, al qutn, debido a que, con toda probabilidad, el algodón fue originario de Oriente Próximo y del Valle del Nilo¹³.

La generalización de su uso se debe sobre todo a la facilidad con que la fibra se puede trenzar en hilos. La resistencia, la absorbencia y la facilidad con que se lava y se tiñe también contribuyen a que el algodón se preste a la elaboración de géneros textiles muy variados.

Para la fabricación de tejidos el algodón ya fue utilizado por los hebreos, como consta en pasajes bíblicos, pero resulta difícil datar su antigüedad. Los científicos han atribuido a fibras y fragmentos de bolas de semillas halladas en el valle de Tehuacan, en México, una antigüedad aproximada de 7.000 años. Se sabe con certeza que la planta se cultiva y se utiliza en la India desde hace al menos 5.000 años, probablemente mucho más. La Grecia clásica lo recibe a través de las conquistas llevadas a cabo por Alejandro Magno en Asia y el norte de África. Durante la conquista de América, Hernán Cortés encontró campos de algodón cultivado en México; era una planta que los indígenas llamaban *coyuche* y que se sigue cultivando, de la especie *Gossypium hirsutum*¹⁴.

Las variedades algodneras más importantes¹⁵ son tres: las **de América (*Gossypium hirsutum*, planta de talla media)** que tienen las fibras blancas, finas y largas, las **de Asia (*Gossypium arboreum*, planta de mayor envergadura, llegando a alcanzar 2 m. en algunas regiones)**, en las que las fibras son cortas, el color amarillento y resulta al tacto más áspero que las otras variedades y las **de Egipto (*Gossypium herbaceum*)** y resto de África, que tienen pelo muy largo, suave y muy blanco, y es la de mejor calidad.

Desde el origen del vestido en la humanidad hasta aproximadamente 1950, todos los textiles y la ropa que en cualquier parte del mundo era producida estaba compuesta por fibras naturales, ya fuesen vegetales (algodón o lino), o animales (seda o lana), dejando de manifiesto la importancia de la actividad agraria incluso para el vestido.

¹² Rodríguez, D; Carnero, J. M; (1991): El Algodón. Ed. Mundiprensa. Madrid.

¹³ <http://www.infoagro.com/herbaceos/industriales/algodon.asp>

¹⁴ National Cotton Council of America. Story of Cotton,

<http://www.cotton.org/pubs/cottoncounts/story/upload/The-Story-of-Cotton-Hi-Res-566k-PDF.pdf>

¹⁵ <http://www.portalbesana.es/estaticas/informacion/paginas/algodon.html>

Los productos textiles elaborados con dichas fibras mantuvieron su valor hasta esa época, cuando cambió drásticamente el mercado del textil con la irrupción de las fibras sintéticas elaboradas en el Reino Unido y en Estados Unidos de América (USA). Medio siglo después, las fibras fabricadas por el ser humano han eclipsado la existencia de las fibras naturales, y de manera rápida y aparentemente irreversible han copado los mercados textiles de todo el mundo. Las cifras hablan por sí solas: el algodón ha enfrentado una creciente competencia de las fibras celulósicas sintéticas y no celulósicas como el nylon y el poliéster. Según la FAO el algodón constituye hoy aproximadamente el 41,5% del total del consumo de fibras mundial¹⁶. Por otro lado, según el CIRFS (International Rayon and Synthetic Fibres Committee, Comité Internacional del Rayón y Fibras Sintéticas de Europa), esta cifra disminuye hasta solamente el 35% del consumo mundial, frente al 63% que representan las fibras sintéticas¹⁷. Y menor aún es la presencia de algodón en el consumo de fibras mundiales si atendemos a los datos que se encuentran en el boletín que edita periódicamente la organización inglesa Gossypium¹⁸, en la que afirman que la evolución en los últimos años ha llevado de un consumo de algodón del 55% del total de fibras en la década de los 70, a un consumo de sólo el 17% en el año 2000, frente a un 83% de otras fibras.

3.2.- Cómo se produce

El algodón exige una estación de crecimiento prolongada con abundante sol y agua y clima seco durante la recolección. En general, estas condiciones se dan en latitudes tropicales y subtropicales de los hemisferios norte y sur.

El tamaño de las fincas donde el algodón es producido es muy variable y puede ir desde superficies inferiores a la hectárea, como sucede en muchas zonas asiáticas o africanas, donde predominan pequeñas superficies de finca. Por otro lado, nos encontramos enormes latifundios productivos en los Estados Unidos de América, donde existen fincas superproductivas y muy tecnificadas de gran extensión. La propiedad de la tierra, en la gran mayoría de los casos, está en manos de las comunidades pobladoras de la zona y en algunas ocasiones a nombre de pequeñas o medianas empresas.

El cultivo del algodón suele ser anual; una vez recolectado en aquellos países que cuentan con agriculturas industrializadas, la primera labor es el tronzamiento mecánico de la parte aérea de las plantas; a continuación se entierran estos restos vegetales y se deja descansar el suelo. La época de siembra es muy corta y tras ella, las plantaciones deben ser sometidas a cuidados intensos, ya que estas plantas son muy sensibles al ataque de las malas hierbas y parásitos.

En dichos lugares, las malas hierbas se combaten con ayuda de diversos métodos mecánicos y químicos, que incluyen abundantes pulverizaciones con herbicidas antes y después de la plantación y recogida con máquinas fresadoras mecánicas y provistas de sopletes.

La recolección y la selección se suelen realizar a mano, en especial en países que tienen mano de obra barata; con ello se consigue un algodón de mejor calidad. Sin embargo existen algunos países donde la recolección se lleva a cabo de forma mecánica (Estados Unidos, Israel, España, Australia, etc.). Esta recolección a máquina, con enormes cosechadoras con gran capacidad horaria de trabajo, facilita la cosecha en fincas de gran tamaño muy productivas y tecnificadas, pero también tienen inconvenientes como la peor calidad de la cosecha, la eliminación de mano de obra y los problemas de compactación que generan en el suelo, que a su vez dan lugar a

¹⁶ Araoz, L. (2004): Combate regional a la plaga del picudo del algodón. Proyecto de Cooperación Técnica FAO/TCP 2910.

¹⁷ CIRFS, (2004): World Man-Made Fibres Production.

¹⁸ <http://www.gossypium.co.uk/news.pdf>

otros problemas de dificultades de la penetración del agua de lluvia o de riego, mayores problemas de erosión por arrastre, etc.

Las fluctuaciones en la producción de algodón, incluso dentro de un mismo país, son importantes. Las causas de estas variaciones suelen ser debidas a condiciones ambientales, a condiciones de cultivo como la existencia de parásitos, malas hierbas y enfermedades y a condiciones económicas, como los costes de producción y la competencia de las fibras sintéticas. A pesar de ello, el algodón sigue siendo una materia prima de gran importancia para la industria textil.

La producción mundial a principios de la década de 1990 era de 18,9 millones de toneladas anuales. En la década de 1930, Estados Unidos producía más de la mitad de todo el algodón del mundo; en la actualidad, produce aproximadamente la sexta parte. Los otros grandes productores son China, India, Pakistán, Brasil y algunas repúblicas de la Ex - URSS¹⁹.

Necesidades de Riego

El cultivo del algodón, debido a sus condicionantes fisiológicos, tiene una elevada demanda de agua. Este hecho, unido a su difusión por una amplia geografía que reúne las condiciones de latitud y temperatura necesarias para su crecimiento, pero no las necesidades de humedad de la planta, hace que sea un cultivo que, en muchos de sus lugares de producción, necesita ser irrigado con grandes volúmenes de agua para poder dar un rendimiento estable.

En España, así como en otros ambientes secos y cálidos, las necesidades de riego del cultivo de algodón varían entre los 6000-7000 m³/Ha. recomendables en un sistema de riego por gravedad y las 5000-5500 m³/Ha. recomendables en riego por aspersión. **En el mejor de los casos estaríamos hablando de mas de 1200 litros por Kg. de algodón producido²⁰.**

Así, el sistema de riego utilizado permite un uso más o menos eficaz de la misma. En países de agricultura de gran inversión de insumos y muy tecnificada, como es el caso de España²¹, el sistema de riego por goteo da como resultado un menor consumo de agua, pero necesita de grandes inversiones al inicio de la plantación.

Según otras fuentes, se cifran las necesidades del agua del algodón incluso en 9.000 m³ por hectárea, lo que resulta en que se necesitan cantidades superiores a los 2.000 litros de agua de riego para conseguir un Kg. de algodón bruto²². En estas zonas se llega incluso a tener consumos de agua cercanos e incluso iguales a las necesidades de un campo de golf²³.

En algunos países productores como Senegal, Sudán y Egipto sólo fue posible introducir el cultivo del algodón en el siglo XIX con complejos sistemas de riego. Pero poder cultivar algodón con éxito en climas con pocas precipitaciones a menudo requiere un alto precio. Los sistemas de riego como los utilizados en ciertas regiones de Sudán, Senegal o Uzbekistán, necesitan unos 30.000 litros de agua por cada kilo de algodón producido. Esta agua es retirada de otros usos y, sin los conocimientos técnicos adecuados, esto causa la salinización del suelo y la desertificación de la tierra.

Probablemente el ejemplo más conocido en todo el mundo relativo a la producción convencional intensiva de algodón y su relación con los elevados consumos de agua sea el del Mar de Aral, en

¹⁹ Más información en el punto 2.3.- Dónde se produce, de este mismo dossier

²⁰ Ficha Técnica del Cultivo del Algodón de Dap (Empresa Pública de Desarrollo Agrario y Pesquero de la Junta de Andalucía) <http://www.portalbesana.es/estaticas/informacion/paginas/algodon.html>

²¹ El 80% aprox. del algodón producido en España es bajo condiciones de riego por goteo.

²² Elaboración propia a partir de la Ficha Técnica del Cultivo de Algodón de Dap (Empresa Pública de Desarrollo Agrario y Pesquero de la Junta de Andalucía) y abcgro

²³ Elaboración propia a partir de la Ficha Técnica del Cultivo de Algodón de Dap (Empresa Pública de Desarrollo Agrario y Pesquero de la Junta de Andalucía) y Sanz Magallón, G; Una aproximación al valor económico del agua empleada en los campos de golf en las comarcas de Levante y Sureste. Revista de Estudios Agrosociales y Pesqueros, (2005, próxima aparición).

la República de Uzbekistán, un gran país productor. Las grandes cantidades de agua empleadas para regar los campos de algodón redujeron a un tercio de su tamaño el que era el cuarto mayor lago interior del mundo. El contenido de sal aumentó de 10 a 34 gramos por litro, y hoy en día ya nada queda de la rica flora y fauna original²⁴.

Enfermedades y plagas

Las plagas más importantes que afectan al algodón son causadas por insectos, siendo estimadas las pérdidas de rendimiento a nivel mundial en torno a un 16%²⁵. Ésta es una de las causas esgrimidas para que este cultivo reciba más aplicaciones de plaguicidas por temporada que cualquier otro cultivo, lo que correspondería a por lo menos un cuarto de todos los insecticidas agrícolas utilizados en el mundo. En los principales países productores de algodón, esta proporción es a menudo mucho mayor. En Pakistán, por ejemplo, el algodón consume entre el 70% y 80% de todos los insecticidas agrícolas –y mientras que en 1980, menos de 1000 toneladas de ingredientes activos de plaguicidas se utilizaron en el algodón, desde 1991 ha excedido constantemente las 20.000 toneladas al año²⁶.

Las enfermedades de mayor importancia son las causadas por patógenos del suelo, pudiendo ser las pérdidas de rendimiento entre 15-65%²⁷. La Verticilosis (*Verticillium dahliae*) es la más importante, seguida de Fusariosis (*Fusarium ssp.*) y de la caída de plantas (*Rhizoctonia solani*, *Pythium spp.*, *Fusarium* y *Thielaviopsis basicola*).

De todos los cultivos del mundo, el algodón es en el que se aplican más pesticidas. En él se utiliza más del 10% de los pesticidas (incluso algunos de los más peligrosos) y aproximadamente el 25% de los insecticidas del mundo²⁸. De los 25 insecticidas y acaricidas más comunes (productos tóxicos contra los insectos y los ácaros) que se emplearon en 1991, la Organización Mundial de la Salud clasificó sólo una sustancia como ligeramente peligrosa, 15 moderadamente peligrosas, 4 altamente peligrosas y 2 extremadamente peligrosas²⁹.

En la India más de 17 millones de personas dependen del cultivo de algodón, en su mayoría agricultores pobres que sostienen a sus familias con lo producido en menos de 2 hectáreas de tierra. Aun cuando el algodón es cultivado en tan solo el 5% de la tierra agrícola, más del 55% de todos los plaguicidas utilizados en la India se aplican a su producción³⁰.

En muchos lugares se cultiva algodón año tras año siguiendo el sistema del monocultivo, que crea las condiciones ideales para la reproducción de malas hierbas y plagas. El incremento de esta resistencia a los productos químicos empleados hace que las dosis de aplicación de dichos productos aumenten, generando un círculo vicioso de difícil salida. Incluso estos problemas masivos de resistencia no han provocado aún un cambio de actitud en las autoridades y gobiernos (en buena medida debido al gran poder de influencia de las empresas interesadas del ramo). Se pretende resolver el problema de las resistencias generadas utilizando otro tipo de productos tóxicos (que tarde o temprano, dependiendo de la especie a controlar y la dosis del producto, volverán a causar resistencia) en lugar de optar por métodos libres de pesticidas. Esta es la política que más conviene sin lugar a dudas a las grandes transnacionales de venta de los productos químicos³¹.

²⁴ Hoffmans, S. (2001): Algodón e Industria Textil. Anuario EFTA.

²⁵ López-Bellido, R. (2000): Control integrado de las plagas y enfermedades del algodón Vida Rural nº 103

²⁶ PAN-UK, (1998): Éxito con el MIP aplicado al algodón, en: Reseñas nº 10, noviembre 1998.

²⁷ López-Bellido, R. (2000): *op. cit.*

²⁸ GRAIN, (2002): El algodón entra por la puerta trasera, en: Revista Biodiversidad, Sustento y Culturas. Edición Junio 2002. Número 32.

²⁹ OMS (1994): Clasificación de pesticidas según su riesgo recomendada por la OMS y pautas para su clasificación 1994-1995. Programa internacional de seguridad química, PNUMA, OIT, OMS. Ref.:WHO/PCS/94.2

³⁰ Kuyek, D. (2001): El cartel de los plaguicidas. Revista BioDiversidad: Sustento y Culturas. Edición Enero 2001. Número 27.

³¹ Kuyek, D. (2001): *op. cit.*

El precio de los pesticidas, naturalmente, también ha subido: entre 1945 y 1985 aumentó 195 veces. En Sudán, debido al elevado coste de las inversiones necesarias el rendimiento sólo aumentó 1,04 veces durante el mismo periodo³². En el año 2000 los pesticidas fueron un importante factor a la hora de tener en cuenta el coste de la producción de algodón. En este sentido, el Informe anual del Bremen Cotton Exchange para 1999 sugiere una “reducción en el uso de pesticidas” como posibilidad para reducir los costes de producción considerablemente³³.

Algodón genéticamente modificado (OGM)

Al igual que en el sector alimentario, la ingeniería genética está haciendo su entrada en la producción de fibras. El objetivo de estas nuevas variedades genéticamente modificadas es conseguir ciertas características en las plantas, como por ejemplo la resistencia o tolerancia a los pesticidas. En 1994, después de haber realizado diversos experimentos al aire libre con semillas de algodón genéticamente manipuladas en varios países, se otorgó la primera licencia para comercializar semillas de algodón resistentes a los herbicidas a la empresa estadounidense Calgene.

El cultivo de algodón, debido a la forma como se lleva a cabo, presenta varios problemas de plagas, las mismas que son controladas con plaguicidas, lo que ha causado serios problemas de salud en los trabajadores algodoneros³⁴. Como alternativa se ha desarrollado el llamado algodón Bt. Este es un algodón al que se le ha introducido el gen de una bacteria, *Bacillus thuringiensis* (*Bt*) que produce toxinas letales a varios grupos taxonómicos de insectos.

El algodón, cultivo transgénico por excelencia

El *algodón Bt* ha sido promocionado como el cultivo transgénico más exitoso, especialmente en países del Sur. Sin embargo hay muchas evidencias que, a pesar de las promesas hechas por las empresas biotecnológicas, dibujan una realidad muy distinta. Esto se explica porque además de que el comportamiento del cultivo no es óptimo, el algodón Bt promueve un modelo agrícola que hace dependientes a los agricultores. Esta dependencia se basa en un paquete tecnológico compuesto por semillas patentadas y alto uso de insumos agrícolas, además de un modelo de producción destinado a la exportación³⁵.

El algodón fue uno de los primeros cultivos en ser manipulados genéticamente por la industria y también uno de los cultivos transgénicos más rápidamente adoptado desde su debut comercial en 1996. En esa fecha, en Estados Unidos sólo 0,72 millones de hectáreas estaban plantadas con algodón transgénico, 30.000 hectáreas en Australia y 2.000 hectáreas en México. Cuatro años después, las plantaciones de algodón transgénico crecieron a un estimado de 5,3 millones de hectáreas en 7 países (superior a la superficie de países como Holanda o Dinamarca), ocupando el 16% de la superficie mundial dedicada al algodón³⁶. El aumento más significativo en el uso del algodón transgénico ha sido en Estados Unidos, donde se estima que en el 2000 alcanzó el 60% de la superficie total de algodón. Otras fuentes aseguran que en la actualidad el algodón genéticamente modificado ya sobrepasa el 75% del total algodonero estadounidense³⁷.

A nivel mundial, el algodón se ubicó en el **tercer lugar en términos de superficie cubierta por cultivos transgénicos**, por debajo de la soja y el maíz³⁸. El gigante de la agricultura estadounidense, Monsanto, controla alrededor del 90% de la producción comercial de algodón genéticamente modificado, y DuPont y Aventis controlan el restante 10%.

³² Weber, C. (1991): “Créditos para pesticidas” en: Seguridad alimenticia mundial pesticidas : ¿Hay alguna relación?, PAN; Hamburgo.

³³ Informe anual del Bremen Cotton Exchange 1999, p. 24

³⁴ Kuyek, D. (2001): *op. cit.*

³⁵ Pengue, W. (2003): El glifosato y la dominación del ambiente. Revista BioDiversidad: Sustento y Culturas. Edición Julio 2003. Número 37.

³⁶ PAN – UK (2002): Genetically Modified Cotton: implications for small-scale farmers. PAN-UK. London

³⁷ <http://www.gossypium.co.uk/news.pdf>

³⁸ GRAIN, (2001): *op. cit.*

La introducción de estas nuevas variedades, no resuelve el problema de plagas, pues estas son el resultado de malas prácticas agrícolas: monocultivos intensivos, sin rotación, sin descansos, etc. de manera que más pronto que tarde al mismo cultivo suelen atacarle otras muchas plagas, y la aplicación de plaguicidas que resulta es, en muchas ocasiones, superior a la que se realiza en cultivos convencionales en la misma región³⁹.

Tanto los partidarios como los detractores de la modificación genética del algodón ven confirmadas sus previsiones. Por una parte, los partidarios afirman que la ya amplia distribución del algodón genéticamente modificado está produciendo beneficios y permite ahorrar en pesticidas. Por otro lado, las voces críticas hablan de los problemas crecientes de resistencia, de las previsiones de cosechas que no se han hecho realidad, y de las promesas incumplidas de proteger mejor el medio ambiente.

En un estudio llevado a cabo por la Red de Acción contra los pesticidas en el Reino Unido (Pesticides Action Network – UK), acerca del cultivo del algodón modificado genéticamente en todo el mundo, concluye así: *“la evidencia indica que el algodón genéticamente modificado no beneficiará a los pequeños productores, los más empobrecidos o aquellos que producen orgánicamente. Los mayores costes de las semillas, la dependencia de las compañías agroquímicas que les abastecen de semillas y químicos y el potencial de aparición de resistencias de las plagas frente al algodón Bt, convierte a este cultivo en una opción muy arriesgada especialmente en el largo plazo”*⁴⁰.

3.3.- Dónde se produce

Debido a los condicionantes fisiológicos de la planta, ésta necesita de un período cálido de crecimiento, con abundante sol y mucha agua, condiciones que generalmente se suelen dar en ambos hemisferios en zonas subtropicales.

Del área total que se puso bajo cultivo de algodón en la campaña agrícola 2004-2005 con un total superior a los 35 millones de hectáreas (un área similar a la de Alemania), la zona de mayor superficie de cultivo es la comprendida entre China e India, que ocupan el 41% del total (porcentaje que sube al 50% si añadimos a Pakistán), seguidas de EEUU con el 15% y los países de África Occidental, con un 7% de la superficie total. En cuanto a la producción mundial los países asiáticos, con China, India y Pakistán a la cabeza contribuyen con el 48% del total, y los Estados Unidos de América con el 20%, que si nos referimos a países, son el segundo productor en el mundo⁴¹. 5 países en conjunto (China, USA, India, Pakistán y Uzbekistán) son responsables del 71 % de la producción y consumen el 61% del algodón mundial.

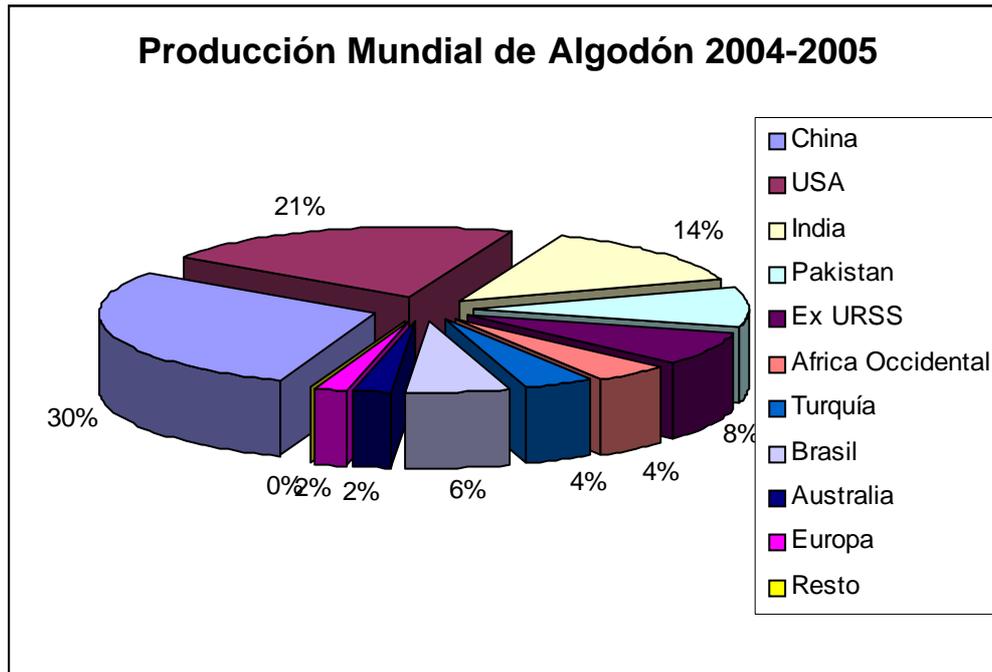
En Europa se cultiva el 2% de la superficie total mundial destinada al algodón, lo que supone para la campaña 2004-2005 unas 465.000 ha. De esta superficie unas 375.000 ha son cultivadas en Grecia y unas 90.000 en el Estado español. En cuanto a la producción, que en la campaña 2004-2005 ascendió a 446.000 toneladas, corresponde en un 75% a Grecia, y el 25% restante al Estado español⁴².

³⁹ Gianessi, (2002) y Secretariat for the 61st Plenary Meeting of the International Cotton Advisory Committee, *Report on Production Practices*, Cairo, Egypt, October 2002

⁴⁰ PAN – UK (2002): *op. cit.*

⁴¹ USDA, (2004): Cotton: World Markets and Trade. Circular Series FC-10-04. October 2004 pg. 10

⁴² USDA, (2004): *op. cit.*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Cotton: World Markets and Trade. USDA. Circular Series FC-10-04. October 2004.

3.4.- La cadena de producción

Podríamos preguntarnos qué es lo que ocurre con el algodón una vez cosechado en los campos, que procesos se siguen para que una flor se convierta en una prenda lista para comprar en un estante en cualquier ciudad del mundo, quién forma parte de este proceso, cómo y dónde. Según Susan Hoffmans en su trabajo Algodón e Industria Textil: *“el camino desde el campo hasta el armario es largo. En el caso de unos pantalones vaqueros puede ser de hasta 19.000 km: el algodón se cultiva en Kazajstán, se hila en Turquía, se teje en Taiwán, se tiñe en Francia, se imprime en China, se transforma en Bulgaria y se comercializa en el Reino Unido”*.

El precio es el que determina en última instancia el camino que debe tomarse, influido por los costes de mano de obra y funcionamiento, los requisitos y las regulaciones medioambientales, subvenciones a la transformación, exenciones fiscales, impuestos, legislación laboral flexible o inexistente, etc. En medio de todo este sistema mundial de circulación, ¿dónde quedan los aspectos ecológicos y sociales?

Debido a que el sector textil está orquestado a escala mundial, prácticamente ninguno de los pasos necesarios para fabricar una prenda se realiza en el mismo lugar. Incluso si sólo consideramos la principal cadena de producción, el algodón pasa por muchas etapas antes de convertirse en una camiseta o unos pantalones. El algodón en bruto es desmotado; luego las fibras limpias se hilan y tejen para formar telas, que son lavadas, blanqueadas, teñidas o impresas, pretratadas, aderezadas y manufacturadas. Sean cuales sean estos lugares, surgen muchos problemas ecológicos y sociales⁴³.

⁴³ Hoffmans, S. (2001): *op. cit.*

Estructura básica de la cadena

Un proceso común en la cadena de producción del algodón es el siguiente: Producción-Desmotado-Transformación Sector Textil-Grandes marcas de ropa

Para explicar la cadena de Textiles empecemos por el primer eslabón, **la producción**

Los sistemas de cultivo del algodón son muy variados: desde los cultivos a pequeña escala, típicos de muchos países con menos disponibilidad de tecnología, a la producción a gran escala del latifundio, muy mecanizada, propia de empresas especializadas de EE.UU. Australia, Uzbekistán y Sudán. También los métodos para cosechar son diferentes: el trabajo puede realizarse a mano o mecánicamente. En EE.UU., Israel y Australia el proceso está totalmente mecanizado, mientras que en Grecia sólo lo está en un 90%; este porcentaje baja hasta un 80% en Sudáfrica y a un 10% en Uruguay. En China, el primer productor de algodón, un 5% del algodón se recoge mecánicamente, y en muchos países como Bolivia, Benin, Egipto y Tanzania el trabajo se realiza a mano por completo⁴⁴.

La cosecha mecánica tiene dos inconvenientes: por un lado, el fruto recogido no tiene el mismo grado de maduración, y por otro, las hojas de la planta no son eliminadas por completo. El cultivo convencional usa defoliantes (químicos) sintéticos para que las flores maduren de modo homogéneo y las hojas se marchiten. De este modo se crean las condiciones idóneas para la cosecha mecanizada.

La calidad del algodón se mide básicamente por el largo, grosor y resistencia de la fibra, en este eslabón se requiere que además la fibra sea entregada al próximo eslabón con una determinada calidad en cuanto a textura, color y en el tiempo pactado⁴⁵.

Una etapa intermedia es la del **desmotado del algodón**, que consiste en extraer la fibra del capullo de algodón. El papel del desmotado ha cambiado enormemente en los últimos 50 años debido a los avances técnicos en la industria algodonera. En un principio, su única función era separar la fibra de la semilla. Hoy en día las desmotadoras, muchas veces participadas por grandes empresas industriales, deben también secar y limpiar la fibra y compactarla en balas para entregarla a la industria textil. A partir del desmote del algodón bruto, la fibra posee básicamente dos destinos: por un lado la industria nacional, y por otro la exportación. Se debe considerar que la industrialización no está, en general, radicada en las principales zonas productoras.

Pasamos a continuación a considerar el eslabón siguiente, **Transformación y Sector Textil**, copado por empresas (muy grandes en algunos casos), que funcionan a base de contratos de producción demandados por las grandes marcas de ropa, y que agrupa algunos procesos fundamentales:

- El hilado: aquí se procesa la fibra, se la hila para convertirse en insumo del próximo eslabón. Es importante recalcar que en España buena parte del algodón utilizado es importado.
- El próximo eslabón lo conforman las tejedoras, que pueden ser de punto o plano.
- El último eslabón industrial es el de las confecciones, es en esta etapa se producen las camisas y blusas, los pantalones y el resto de prendas de vestir y confección.
- En la mayoría de los casos, la propiedad de estas fábricas es de medianas empresas de países como India, China, etc que producen ropa para las grandes transnacionales de la industria textil.

⁴⁴ Informe Anual del Bremen Cotton Exchange (1996): Cotton Varieties by Countries (Variedades de algodón por países)

⁴⁵ <http://www.infoagro.gov.bo/algodon/panorama.htm#up>

3.5.- La cadena comercial

Cada vez para más países, el algodón juega un papel importante como cultivo de fibra renovable y como materia prima industrial. Según el Informe Anual del Bremen Cotton Exchange, este sector da trabajo a más de 100 millones de campesinos y procesadores y sirve de motor del crecimiento económico en los países industrializados y en desarrollo. De esta forma se convierte en un producto agrícola y una materia prima industrial al mismo tiempo, lo que resulta en un enorme impacto en los sectores agrícola e industrial del comercio internacional⁴⁶.

El procesador más importante de algodón es China, seguido de India, Pakistán y EE.UU. Los mercados internacionales han mostrado una tendencia creciente a llevar la producción textil a los países menos industrializados, donde ya tiene lugar el 75% de la transformación del algodón⁴⁷. En los países industrializados mientras tanto, los niveles de algodón procesado no paran de disminuir año tras año. Sólo en los EE.UU. el nivel de algodón transformado ha bajado en los últimos cuatro años más de un 50%⁴⁸, dejando claro los beneficios que las empresas buscan en la deslocalización.

En comparación con otras ramas de la industria, el mercado de la confección viene muy determinado por la división internacional del trabajo. Los productos textiles son uno de los principales productos comercializados internacionalmente, y representan un 10% de ellos⁴⁹. Ha habido una recolocación sustancial de las industrias textiles. Países como el Reino Unido, Japón y EE.UU., antes importantes productores, han perdido sus cuotas en el mercado mundial. Por otro lado, los países en desarrollo del mundo textil han ganado posiciones en más de un 40%, con un volumen total que también ha aumentado⁵⁰.

La importancia de la industria de la confección puede observarse claramente con el ejemplo de Bangladesh: en sólo diez años el país fue capaz de aumentar diez veces sus exportaciones de productos textiles. Hoy en día las exportaciones de prendas de vestir representan más del 77% de las exportaciones nacionales.⁵¹

Los Estados Unidos dominan el comercio de algodón en la New York Stock Exchange. La especulación llevada a cabo en estos mercados de intercambio de acciones da como resultado que los precios pueden variar un mismo día incluso un 30%. El mercado del algodón ha pasado de ser un mercado convencional de artículos de consumo (comodities) a ser un mercado financiero. El 30% del algodón mundial está siendo comercializado sólo por cinco compañías comerciales, lo que resulta en un mayor control sobre los precios⁵². Es pues en este eslabón de la cadena donde se aprecia un mayor control por parte de los gigantes multinacionales.

Hemos podido ver pues como en el sector productivo dominan las producciones en monocultivo y en muchas ocasiones en latifundios, tanto en el Norte como en el Sur, causando múltiples problemas a nivel social, laboral y ambiental. Por otro lado queda de manifiesto que el sector de la transformación del algodón no está ubicado generalmente en las zonas productoras, dejando el valor añadido en zonas del norte, más industrializadas y tecnificadas. Y por último vemos como la elaboración final de las prendas de ropa es contratada por las grandes marcas transnacionales a empresas que están ubicadas, en la mayoría de los casos, en países del sur, donde la mano de obra es más barata, las regulaciones menos estrictas y las exenciones impositivas más fáciles de conseguir.

⁴⁶ Informe anual del Bremen Cotton Exchange 1999, p. 22

⁴⁷ USDA, (2004): *op. cit.* pp. 7

⁴⁸ USDA, (2004): *op. cit.* pp. 8

⁴⁹ Windfuhr, M; (1996): Importancia internacional de la cadena textil. En: Ropa mortal. ¿A qué precio?, Romero (Ed.) pp.15-18

⁵⁰ Campaña Ropa Limpia, (1999): *Deshaciendo la madeja*. Colección milenrama. Ed. Icaria. Barcelona.

⁵¹ Hoffmans, S; (2001): *op. cit.*

⁵² <http://www.gossypium.co.uk/news.pdf>

Movimientos de las precios del algodón 1954-2004					
Precios \$ por libra de peso					
	Precio Medio (Inicio)	Precio Medio (Fin)	Alto	Bajo	Variación
1954/1964	34	31	34	30	4
1964/1974	31	43	45	22	23
1974/1984	43	59	75	43	32
1984/1994	59	72	72	52	20
1994/2004*	72	65	77	54	22
*2004 precios medios del 01/01 al 20/10 2004					
Fuente: Cotton Outlook & ICAC 2004. & Bruce Evans of Cotnet					

- **Importaciones:** Los principales importadores a nivel mundial eran en 1999 la Unión Europea (17%) y Asia (16%). En la campaña 2000/01, como consecuencia del crecimiento de la economía mundial y la aplicación del Acuerdo sobre textiles y el vestido (ATC), los países importadores asiáticos incrementan sus importaciones mientras que la Unión Europea las disminuye. En la campaña 2003/04 China es ya el primer importador del mundo, con más del 25% del total importado en el mundo, seguida de Turquía con casi el 7%.
- **Exportaciones:** Estados Unidos aumenta paulatinamente sus exportaciones desde un 26% del total exportado a nivel mundial en 1999 hasta casi un 40% en la campaña 2003/04. Lo sigue la República de Uzbekistán (10%), Australia y la Unión Europea.
- **Consumo:** China, India y Pakistán, además de ser tres de los cuatro mayores productores, mantienen el 56% del consumo mundial de algodón⁵³.

Para el análisis de la cadena del algodón se debe considerar detenidamente la crisis internacional de los precios de algodón, que dio lugar a una reducción del orden del 30% del precio en la etapa 1991 – 2000. Las causas predominantes de este suceso son los subsidios gubernamentales a la producción y en menor grado a la exportación de los países productores industrializados⁵⁴, como señalan estudios llevados a cabo por Oxfam Internacional: *“Mientras Estados Unidos defiende el libre mercado y la apertura de los mercados en los países en desarrollo, sus subsidios destrozan los mercados de los agricultores más vulnerables”*⁵⁵.

Casi el 50% de la producción mundial, en al menos 5 países, se está realizando con la asistencia de algún tipo de subsidio directo a la renta del productor o al precio. De estos subsidios apenas el 14% son realizados por países “en desarrollo”, mientras que el restante 86% (4,2 billones de dólares), son realizados por los gobiernos de Estados Unidos de América, China y Unión Europea.

Sólo EE.UU. realiza el 50% de los subsidios a la producción y el 90% de los subsidios a las exportaciones, con gran impacto en los precios internacionales debido a que este país es responsable del 38% de las exportaciones mundiales⁵⁶.

Los países productores de algodón en todo el mundo han de competir en los mercados internacionales con el algodón de los Estados Unidos, fuertemente subsidiado, y en menor medida, con el proveniente de la Unión Europea. Esto hace que, en muchos casos, los

⁵³ Elaboración propia con datos de Cotton: World Markets and Trade. USDA. Circular Series FC-10-04. October 2004 pp. 7 y Ficha Técnica del Cultivo del Algodón de Dap (Empresa Pública de Desarrollo Agrario y Pesquero de la Junta de Andalucía)

⁵⁴ Araoz, L; (2004): *op. cit.*

⁵⁵ Oxfam, (2002): Cultivando pobreza: el impacto en África de los subsidios al algodón en USA. Oxfam International.

⁵⁶ Cultivando pobreza: *op. cit.* pp. 2

productores de algodón (al igual que los agricultores dedicados a otras muchas producciones agrícolas, como el café, etc), tengan que vender en los mercados internacionales una producción a precios incluso inferiores que el coste que generó en sus fincas, de manera que cada día más se están fomentando prácticas agrarias más dañinas con el medio ambiente, una población rural cada vez más pobre, hambrienta y descontenta y una seguridad alimentaria que brilla por su ausencia, en un mercado globalizado cada vez más dominado por las multinacionales de la alimentación y de la agricultura⁵⁷.

⁵⁷ Más acerca de los impactos de los subsidios en el punto 6.2.- Poder político de las transnacionales, en este mismo dossier.

4. PRINCIPALES MARCAS

*“Yo estaba en cuarto año de primaria cuando los vaqueros ajustados eran la última moda, y junto con mis amigos me pasaba el tiempo observando los traseros de los demás para ver de qué marcas eran (...). Hacia la misma época, Romi, la Farrah Fawcett de nuestro colegio, hacía sus rondas entre las filas de bancos de las aulas dando la vuelta al cuello de nuestros jerséis y nuestros polos. No le bastaba con ver la figura de un caimán o de un hombre a caballo; podía ser una falsificación. Quería ver la etiqueta que había tras el logo. Sólo teníamos ocho años, pero el terror de las marcas ya había comenzado”.*⁵⁸

Hasta la gran recesión de los años 80, en la que algunas de las mayores fábricas del mundo comenzaron a resquebrajarse, el proceso de generación de productos en cantidad y calidad era la principal preocupación de las grandes industrias.

Poco después, el crecimiento exponencial de la riqueza y la influencia social de algunas corporaciones transnacionales en los últimos 20 años se basa en un cambio de perspectiva, inofensiva en inicio, que las empresas de éxito han de producir ante todo marcas y no productos.

No tardaron en llegar a la conclusión: las corporaciones transnacionales que operan por todo el mundo son demasiado grandes, tienen demasiados empleados, demasiadas posesiones y un apartado de costes fijos que había que lograr disminuir. Según Naomi Klein: *“llegó a parecer que el proceso mismo de producción (gobernar la fábrica y responsabilizarse de decenas de miles de empleados fijos y a tiempo completo), ya no era la ruta del éxito, sino un estorbo intolerable”.*

Así se comenzó a plantear la posibilidad de que de que la producción de bienes es sólo un aspecto secundario de sus operaciones, y que perdía importancia a pasos agigantados. Las nuevas empresas estaban en condiciones de fabricar sus productos por medio de otros, ayudadas por la cada vez mayor liberalización del comercio y una legislación laboral menos exigente. Su principal labor deja de ser producir cosas y pasa a ser la gestión de la imagen de marca, la imagen de la empresa global.

Surge una nueva labor, más a la moda y más moderna, que no mancha las manos al fabricar y enriquece al comercializar, con un gran éxito que lanza a las grandes marcas de ropa en una carrera hacia la ingravidez *“la que menos cosas posee, la que tiene la menor lista de empleados y produce las imágenes más potentes, y no productos, es la que gana.”*

Un ejemplo ilustrativo lo compone Tommy Hilfiger. Lo único que hace es otorgar licencias comerciales a un grupo de empresas ajenas a la suya. La ropa interior la fabrica Jockey International, los vaqueros son de Pepe Jeans London, las camisas son hechas por Oxford Industries y las zapatillas deportivas por la Stride Rite Corporation. Esta corporación y algunas otras son el referente claro de la empresa moderna dedicada a la gestión de la marca en exclusividad, y que deja la fabricación, al completo, en otras manos.

De hecho existe un ensayo de la nueva teoría del marketing, que asegura que hasta los más ínfimos recursos naturales, si se procesan bien, pueden desarrollar identidades de marca, permitiendo así aumentar su precio. Se titula *“Cómo comercializar la arena”*⁵⁹

⁵⁸ Klein, N; (2001): No logo: el poder de las marcas. pp. 55. Ed. Paidós. Barcelona

⁵⁹ Hill, McGrath y Dayal, (1988): “How to Brand Sand”, en: Strategy & Business.

Marcas más importantes del sector textil de capital español

Empresa	Marcas más conocidas
Inditex	
Cortefiel	
Mayoral	
Adolfo Domínguez	
El Corte Inglés	

Marcas más importantes del sector textil de capital internacional

Empresa	Logos y marcas más conocidas
Polo Ralph Lauren	
Lacoste (Francia)	
Benetton (Italia)	
Diesel (Italia)	
H&M (Hennes & Mauritz) Suecia	
Sara Lee Corp USA	
The Gap USA	

Adidas Alemania	
Nike USA	
Puma Alemania	
Reebok USA	
C&A Bélgica	
Levis USA	
Tommy Hillfigger USA	
Bloomingdales USA	

5. RENTABILIDAD ECONÓMICA

A continuación detallamos las cifras encontradas sobre las principales empresas del sector textil y de la confección, haciendo énfasis en las diferencias existentes entre los salarios de los trabajadores de las subcontratas en los países del sur y de los altos ejecutivos que ostentan la dirección de la empresa.

5.1 Ventas

Empresa	Marcas más conocidas	Ventas (miles de millones de €)	Empleados directos
El Corte Inglés		14 ⁶⁰ (año 2003)	72.000 (año 2003)
Inditex		3.97 (año 2003)	32.500 (año 2002)
Cortefiel		0.85 (año 2002)	5.400 (año 1999)
Mayoral		0.1 (año 2001)	500 (año 2002)
Adolfo Domínguez		0.09 (año 2001)	1.000 (año 2001)
TOTAL		19.01	111.400

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Transnationale, www.transnationale.org abril 2005 y de los sitios Web de las distintas corporaciones, consultados entre los meses de febrero y abril de 2005.

⁶⁰ No todo pertenece al sector textil

	Empresa	Ventas miles de millones de €(2003)	Empleados (2003)
	Sara Lee Corp (USA)	17.6 ⁶¹ (2004)	140.000 (2004)
	The Gap (USA)	14.45	170.000
	Bloomingdale's (USA)	13.2	113.000
	Nike (USA)	10.7	23.300
	Adidas (Alemania)	6.27	14.000
	C&A (Bélgica)	5.7 (1999)	40.000 (1999)
	H&M (Hennes & Mauritz) Suecia	4.8	28.500
	Levis (USA)	4.07 (2004)	10.000 (2004)
	Reebok (USA)	3.13 (2002)	7.400 (2002)
	Polo Ralph Lauren	2.44	10.800
	Tommy Hilfigger (USA)	1.89	5.500
	Benetton (Italia)	1.85	7.000
	Puma (Alemania)	1.27	2400
	Lacoste (Francia)	0.9	
	Diesel (Italia)	0.61	2.000
TOTAL		86.44	573.900

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Transnationale, www.transnationale.org abril 2005 y de los sitios Web de las distintas corporaciones, consultados entre los meses de febrero y abril de 2005.

Las ventas totales de todas las corporaciones analizadas en este dossier suman más de 105 mil millones de euros, cantidad que es superada solamente por el PIB de los 35 países de mayor riqueza del planeta. Así esta cantidad sería superior al PIB de Argentina (129 mil millones de US dólares) o Israel (103 mil millones de US dólares) entre otros⁶².

⁶¹ Tuvo ventas de alimentación en 2003 que ascendieron a 9.87 miles de millones de dólares. Fuente: Food Processing, Vol. 65(8), August 2004.

⁶² World Development Indicators Database, World Bank, September 2004.

5.2.- Retribución a cada uno de los actores de la cadena del algodón / textil

Debido a la liberalización progresiva de los mercados mundiales y la escasa o nula reglamentación laboral existente en un gran número de países que tratan de atraer la inversión de grandes compañías y la generación de empleo (aunque sea precario), los propios gobiernos publicitan mano de obra barata como cebo para las grandes transnacionales. Éste es uno de los factores que hacen que la transformación del textil sea uno de los eslabones de la cadena más conocidos en lo que a las condiciones laborales, la salud y a los bajos salarios se refiere. En este sentido agradecemos desde el Observatorio de Corporaciones Transnacionales a la Campaña Ropa Limpia por la inestimable labor realizada durante mucho tiempo en la divulgación y la sensibilización de las condiciones laborales imperantes en el sector textil.

Sin embargo, en el primer eslabón de la cadena las condiciones no son mejores. Las comunidades encargadas del trabajo del cultivo del algodón, hombres y mujeres, luchan diariamente por la supervivencia en un cultivo cada día más difícil. Por ejemplo, en Madagascar, trabajadores del sector del algodón están por debajo de la media de ingresos anual del país, recibiendo menos de 270 US\$ al año (una media de 0.73 dólares diarios)⁶³. En la industria textil de exportación, por otro lado, los salarios medios anuales que se están recibiendo rondan los 600 US\$ (menos de dos dólares diarios). Con estos y otros muchos datos queda de manifiesto que, si bien los salarios y las condiciones laborales de los trabajadores de la industria textil son lamentables, los de los trabajadores rurales del cultivo del algodón son aún peores en muchos casos.

Las condiciones que ofrecen los gobiernos citadas anteriormente a la industria textil se traducen en un enorme éxito de convocatoria, atrayendo a las empresas maquiladoras locales que luego son contratadas por las grandes multinacionales para su suministro de ropa. En Guatemala, según la propaganda lanzada por el propio gobierno, una transnacional puede encontrar mano de obra barata pagada a 0.69 centavos de dólar la hora. En Honduras, 0.48 centavos de dólar la hora; 0.46 en Nicaragua; 0.88 en Costa Rica; 0.56 en El Salvador o 1 dólar con 23 centavos en Panamá, es decir, mano de obra barata⁶⁴.

En Bangladesh, según Amin Amirul Haque, representante de la Federación Nacional de la Confección de Bangladesh, la ley nacional de su país estipula un salario mínimo para el sector textil, que está fijado desde el año 1984 en unos 20 dólares al mes. La realidad es que, veinte años después, en lugar de haberse realizado una actualización de ese salario de acuerdo a las nuevos tiempos, las personas que trabajan en el sector textil cobran, en el mejor de los casos, un salario de 13 dólares al mes⁶⁵.

A continuación se muestran algunos ejemplos más:

El presidente de Bloomingdale, James M Zimmerman, cobró en 2003, 2.7 millones de dólares.⁶⁶

Sara Lee en el período 2003-2005, pagó a uno de sus altos cargos, Steven McMillan, la cantidad de 6.8 millones de dólares en concepto de salario más 1.4 en "stock options"⁶⁷. Hillfiger en 2003 pagó a Joel Horowitz, su presidente, 8.3 millones de dólares⁶⁸.

⁶³ Cotton Board, (2001): Cotton News from Sub-Saharan Africa: Malawi, Swaziland and Madagascar. Cotton Importer Update. Cotton Board .December 2001 <http://www.cottonboard.org/index.asp?Cat=6&sub=&cid=378>

⁶⁴ Campaña Ropa Limpia, (1999): *op. cit.*

⁶⁵ Amin Amirul Haque en: Deshaciendo la madeja, (1999): Ed. Icaria. Barcelona. pp.. 78

⁶⁶ <http://www.transnationale.org/fiches/1727702250.htm>

⁶⁷ AFP (Agencia France Press) 10-02-2005. Sara Lee abandonne vêtements et charcuterie en Europe, change de PDG

⁶⁸ <http://www.transnationale.org/fiches/97.htm>

The Gap, la mayor compañía de venta al público de ropa en los Estados Unidos, pagó a su CEO, Millard Drexler un salario anual de 8 millones de dólares, más otros 12 en “*stock options*”⁶⁹. Por otra parte, según el sitio Web de *Behind the Label*, el salario de un trabajador de Gap en Cambodia asciende a 21 céntimos de dólar la hora. Esto da como resultado que el cargo más alto de la empresa cobra, sin tener en cuenta el extra en “*stock options*”, una cantidad similar a la de 12.000 trabajadores de la empresa en Cambodia.

Ann Taylor es la empresa de ropa número 18 en el ranking del sector en los Estados Unidos de América. En el año 1999, su CEO Patrick Spainhour’s obtuvo una compensación anual de 3 millones de dólares⁷⁰, cifra que contrasta con los 14 céntimos de dólar por hora que recibe un trabajador de la empresa en China⁷¹.

⁶⁹ Behind the Label, *op. cit.* pg 8

⁷⁰ Behind the Label, *op. cit.* pg. 5

⁷¹ National Labor Committee, (1998): Made in China: Behind the Label. New York.

6. IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL DE LAS CORPORACIONES DEL SECTOR. ÉTICA EMPRESARIAL, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y CÓDIGOS DE CONDUCTA.

“Hombres y mujeres trabajadoras afirmamos que el código de conducta de Disney es una ficción hecha a medida de los consumidores”⁷².

Códigos de conducta, ¿sinceridad o publicidad?

Navegando en un mercado dominado por la publicidad que obliga, según sopla el viento, a renovar la identificación del consumidor con el producto, las grandes cadenas de distribución de ropa y las marcas son muy sensibles a la opinión de los consumidores. Asimismo, este sector se vio afectado en los últimos tiempos por múltiples denuncias hechas por diferentes actores sociales (institutos de investigación, ONGs, sindicatos) referente a precarias condiciones laborales y medioambientales, que incumplían según las mismas denuncias gravemente los DDHH y laborales básicos, recogidos en la Declaración Universal de DDHH y en convenios de la OIT.

Todas estas críticas, denuncias públicas y campañas contribuyeron a que las transnacionales del sector del algodón y el textil sean de las primeras empresas transnacionales que se han dotado de códigos de conducta para confirmar su adhesión al respeto de los criterios éticos en sus cadenas de producción. Sin embargo, existen diferentes opiniones a este respecto.

Veamos las denuncias y las reacciones del sector, con la adaptación de códigos de conducta.

En 1992, Levi Strauss & Co, es acusado de vender pantalones vaqueros fabricados por trabajadores chinos inmigrados reducidos a condiciones que se aproximan a la esclavitud. Temiendo el impacto en las ventas de un posible escándalo público, Levi´s reacciona adoptando un código de conducta. Con un importante despliegue de medios informativos, la empresa se compromete a escoger sus lugares de producción y sus subcontratantes según criterios de respeto de los derechos humanos, sociales, laborales y ambientales. Otras muchas grandes corporaciones, que tienen presupuestos destinados a publicidad similares a los de Levi´s (17% de su facturación), se fueron uniendo paulatinamente al mundo de los códigos de conducta.

Es de dominio público que en la Bolsa de Nueva York actualmente el 30% del valor de las acciones de una empresa están relacionadas con su imagen pública, y también sabemos que el 2-3% de los compradores de acciones de Europa se basan sobre todo en el comportamiento social de la empresa. Si atacamos a su imagen desde los consumidores, sus acciones caen en picado⁷³.

El mínimo que debe exigirse a un código de conducta es el cumplimiento con la legislación vigente, referente a derechos laborales básicos. El código de conducta habrá de ser un paquete total de derechos laborales básicos y debe estipular que no haya explotación laboral infantil, que se respete el derecho a la contratación y a los convenios colectivos; debe especificar también el número de horas trabajadas y regulaciones sobre la seguridad en el puesto de trabajo y sobre el salario mínimo⁷⁴. Estos mínimos están regulados internacionalmente por convenios de la OIT.

Es importante destacar en este contexto que cumplir con la legislación en temática laboral no es un paso innovador, sino el mínimo legal exigible, lejos de ser un código de conducta aceptable que pretenda ir más allá de los mínimos y permita fiscalización externa e independiente.

⁷² Artemise Jean, trabajadora haitiana. *Deshaciendo la madeja*, (1999): Ed. Icaria. pp.. 160

⁷³ *Deshaciendo la madeja*, (1999): *op. cit*

⁷⁴ Janneke van Eijk, representante de la campaña Ropa Limpia en los Países Bajos. *La moda al desnudo*, (2000): Ed. Icaria. Barcelona.

Uno de los factores que ayudan a pensar en que las empresas utilizan los códigos de conducta como mero lavado de imagen es el bajo nivel de los estándares laborales expresado en los códigos de conducta, que no suelen superar los mínimos legales. Si a ello añadimos la ausencia de mecanismos para implantar los códigos eficazmente, y la falta de monitoreo y control y fiscalización externa e independiente, los códigos se convierten en mecanismos de poca eficacia, y de dudoso valor ético.

Otro de los factores que nos dan una idea de este hecho es el nivel de conocimiento de los propios empleados de las fábricas de que tienen un código de conducta al cual pueden acogerse. Según testimonios de Emilia Yanti, presidenta de la Asociación de Trabajadoras del Textil en Indonesia, en la empresa en la que ella trabajaba en el año 1999, que producía ropa para Levi's, *“de las 2000 trabajadoras de la fábrica, nadie conocía el código de conducta de la empresa Levi's. Cuando se realizaban visitas del concesionario de Levi's, sólo examinaban el área por la limpieza y la calidad de la producción. Los directivos escogían a trabajadores “de confianza” para las entrevistas con los compradores. La directiva expone en los tabloneros de anuncios las necesidades diarias de los compradores, y cuelga carteles que hablan de la diligencia de la empresa y de la calidad. Pero ninguno de esos obreros ha oído nunca hablar del código de Levi's”*⁷⁵.

Para avanzar en el contexto de los códigos de conducta y la supuesta responsabilidad social corporativa hace falta un conjunto de medidas. El cumplimiento del mínimo legal es requisito básico, el estándar debe de ser internacional, es absolutamente imprescindible superar los mínimos legales, implementar medidas complementarias y monitoreo y seguimiento y garantizar control y fiscalización externa e independiente.

Varios actores tendrán que trabajar en conjunto para avanzar: las empresas, las maquilas, los trabajadores, organizaciones de Derechos Humanos y laborales y ONGs locales. Asimismo los obreros y obreras deberían estar implicados en confección e implementación del código de conducta, ya que son las personas directamente afectadas, y además debería estar expuesto en un lugar accesible para ellos y en su propia lengua.

Todo este conjunto de actores y medidas tendría el fin de garantizar una implementación eficaz de códigos de conducta más ambiciosos, el monitoreo y el control externo, generando información fidedigna y transparente. Por el bien de trabajadoras y trabajadores, y como garantía para los consumidores.

6.1.- Derechos Humanos y Laborales

*“En Bangladesh sufrimos la explotación de la patronal de la industria textil y consideramos que las empresas transnacionales son la causa principal de nuestras condiciones de trabajo”*⁷⁶.

“Estimado empresario:

*Si tienes problemas con tu negocio, si no puedes pagar mano de obra, tenemos la solución, países del Este, un trabajador cobra 10.000 pesetas / mes. Trasladamos sus máquinas desde aquí. Teléfono;”*⁷⁷

Según diferentes informes, el sector de algodón, y el manufacturado de textil se caracterizan por importantes problemas laborales, desde la salud y seguridad hasta condiciones laborales y económicas caracterizadas por gran precariedad. Estos problema pueden ser detectados,

⁷⁵ Emilia Yanti, presidenta de la Asociación de Trabajadoras del Textil en Indonesia. Extraído de *Deshaciendo la madeja*, (1999): Ed. Icaria. Barcelona.

⁷⁶ Amin Amirul Haque, representante de la Federación Nacional de la Confección de Bangladesh. Extraído de *Deshaciendo la madeja*, (1999): Ed. Icaria. Barcelona. pp.. 80.

⁷⁷ Diario PUNT de Venda Girona.

según las mismas fuentes, tanto en el sector relativo al cultivo como en el sector industrial y de manufacturas.

Entre los problemas mencionados, fomentados por la deslocalización de las grandes empresas, destacan los problemas de salud y derechos humanos y laborales en el cultivo del algodón, y falta de seguridad e higiene en el trabajo, precariedad laboral, etc. en el sector industrial.

La confección textil es uno de los pilares económicos del crecimiento industrial de muchos países. La fuerte presión de la lógica de mercado, basada en la competitividad entre los actores económicos, no permite que la actividad económica sea fuente de desarrollo, sino que parece empeorar las condiciones de trabajo y presiona sobre los logros sociales y los derechos fundamentales de los y las trabajadoras.

Uno de los principios sobre los que se basa la lógica competitiva de mercado, y uno de los artifices de las condiciones laborales en las fábricas textiles, es el fenómeno de la deslocalización. Las grandes marcas de ropa y sus conglomerados de empresas están ocupados en diseñar marcas e imágenes capaces de captar a un público de alto poder adquisitivo, tanto en el Norte como en las élites económicas del Sur. Debido a este interés, las tareas menores de la producción son encargadas a subcontratistas, cuya tarea fundamental es servir los pedidos a tiempo y a bajo coste. Este proceso sucede generalmente en países del tercer mundo, donde los sueldos son bajos, las leyes muy volubles y las exenciones de impuestos están al orden del día para las grandes empresas que allí posan su inversión.

De esta manera cada vez en mayor medida la producción textil se está moviendo hacia estos países donde es más barata y fácil, y paulatinamente va desapareciendo de los países del Norte.

Cifras reveladoras de cambio en el empleo en distintos países del mundo son mostradas en la tabla a continuación:

Porcentajes de cambio en el empleo en los sectores textil, de la vestimenta y el calzado, 1980 – 1993

País	% de cambio	País	% de cambio
Finlandia	-71.7	Mauricio	344.6
Suecia	-65.4	Indonesia	177.4
Noruega	-64.9	Marruecos	166.5
Austria	-51.5	Jordania	160.8
Polonia	-51.0	Jamaica	101.7
Siria	-50.0	Malasia	101.2
Francia	-45.4	México	85.5
Hungría	-43.1	China	57.3
Holanda	-41.7	Irán	34.0
Reino Unido	-41.5	Turquía	33.7
Nueva Zelanda	-40.9	Filipinas	31.8
Alemania	-40.2	Honduras	30.5
España	-35.3	Chile	27.2
Australia	-34.7	Kenia	16.1
Argentina	-32.9	Israel	13.4
USA	-30.1	Venezuela	7.9

Fuente: Oficina Internacional del Trabajo, citado en Klein, N. 2001. p. 518

Así, la situación laboral de los trabajadores y trabajadoras de la industria textil es especialmente grave en las fábricas situadas en las llamadas zonas francas: las maquilas. Las empresas prefieren establecer allí sus fábricas no sólo por la exención de impuestos sino porque también obtienen otro tipo de ventajas, como la ausencia de leyes sociales y laborales o la prohibición de los sindicatos. Para atraer inversiones y capital extranjeros, los gobiernos hacen publicidad de las ventajas que ofrecen estas zonas en las cuales no hay prácticamente ningún control

gubernamental, frecuentemente incluso situaciones de complicidad por parte de las autoridades locales, y los trabajadores se encuentran a merced de los propietarios⁷⁸.

Asimismo, cuando las empresas encuentran zonas más convenientes en las que trasladar su producción, dejan al país en una enorme crisis. En Centroamérica, debido al progresivo abandono de la producción textil en beneficio de los países asiáticos, se está comenzando a producir un fenómeno peligroso: las empresas que contrataban a miles de personas comienzan a realizar ajustes de personal, dejando a muchos trabajadores sin empleo y sin ningún tipo de compensación. En la región centroamericana, donde unas 1000 factorías emplean más de 500.000 personas, una vez que el Acuerdo Multi Fibra deja de estar en vigor y las cuotas ya no existen⁷⁹, las grandes marcas de ropa europeas y estadounidenses prefieren producir allí donde es más barato (casi siempre en Asia). En los dos primeros meses de 2005 según las autoridades, 18 plantas de producción textil han sido cerradas en Guatemala, Honduras, Costa Rica y la República Dominicana, perdiendo en el proceso su empleo más de 10.000 personas⁸⁰.

A continuación analizamos diversas situaciones en todo el mundo que nos dan una idea de las condiciones laborales imperantes en el sector textil.

Condiciones laborales y humanas en el cultivo de algodón

Tal como se puede deducir de múltiples investigaciones e informes existentes sobre el sector, el cultivo y aprovechamiento del algodón por las grandes empresas está basado en un régimen laboral injusto que ata en muchos casos a los productores a un círculo de deuda y dependencia.

El principal problema en el cultivo atañe a la seguridad y salud. Los problemas de salud y los envenenamientos se dan sobre todo en zonas donde los cultivadores son analfabetos o no son conscientes del peligro, no disponen del equipamiento adecuado o no pueden permitírselo, donde el agua potable escasea y la atención médica está muy lejos y es demasiado cara. Esto es lo que ocurre en muchos países empobrecidos del Sur. Otra amenaza, que a menudo no se tiene en cuenta, es el uso de los envases de pesticidas para transportar y almacenar alimentos y agua destinada al consumo humano. La mayoría de personas que utilizan estas sustancias no tienen los conocimientos mínimos ni los medios técnicos que los expertos consideran necesarios para aplicar estas sustancias. De esta forma, la introducción del modelo agrícola que conlleva los pesticidas, abonos químicos y semillas mejoradas, generado por la revolución verde allá en la década de los 50, es una mera cuestión de eficiencia mercantilista: no se tienen en absoluto en cuenta los aspectos sociales, económicos y culturales de las comunidades donde se introduce.

Los salarios y las condiciones laborales en las que trabajan las comunidades rurales dedicadas al cultivo del algodón en todo el mundo no son mejores. Por ejemplo, en Madagascar, trabajadores del sector del algodón están por debajo de la media de ingresos anual del país, recibiendo menos de 270 US\$ al año (una media de 0.73 dólares diarios)⁸¹.

Otra denuncia frecuente, según las fuentes consultadas, es la existencia de trabajo infantil. Cerca de 84.000 niños trabajan en "*horrendas condiciones*" en campos de cultivo de semilla de algodón en el Estado indio de Andhra Pradesh, al servicio de empresas locales o de filiales de multinacionales como Monsanto, Bayer y Unilever, según denuncia el documento 'Trabajo infantil en la producción de algodón híbrido en Andhra Pradesh', que ha sido elaborado por el Comité Indio de Países Bajos (ICN) y la ONG estadounidense Fondo Internacional por los Derechos Laborales⁸². Este documento se completa con una segunda investigación relativa a la situación

⁷⁸ KLJB (1998): Öko-fair tragen. Kleidung für eine nachhaltige Zukunft (Prendas ecológicas y justas. Ropa para un futuro sostenible), p. 28.

⁷⁹ Bussey, J. (2004): Goodbye To Textile Quotas And Hello To Uncertainty. Tallahassee Democrat, 29/12/ 2004.

⁸⁰ Thompson, G. (2005): El Salvador: Fraying of the Textile Industry. *New York Times*, March 25th, 2005.

⁸¹ Cotton Board, (2001): Cotton News from Sub-Saharan Africa: Malawi, Swaziland and Madagascar. Cotton Importer Update. Cotton Board .December 2001 <http://www.cottonboard.org/index.asp?Cat=6&sub=&cid=378>

⁸² Ventkateswarlu, D (2004): 'Child labour in Hybrid cotton seed production in Andhra Pradesh: recent developments', Utrecht: India Committee of the Netherlands.

en los Estados de Gujarat y Karnataka, donde unos 117.000 menores de 15 años se encuentran en la misma situación.

Según las mismas fuentes un 70 por ciento de los niños trabajan para pagar adelantos o deudas contraídas por sus padres. Algunos son víctimas del tráfico de personas desde otras localidades y viven en los propios campos de cultivo. Los informes denuncian jornadas laborales de nueve o diez horas al día en la temporada normal y entre 11 y 13 en la alta, "*expuestos a pesticidas y a condiciones meteorológicas extremas*".

Los informes argumentan que las transnacionales ejercen un gran nivel de influencia y control sobre el proceso de producción de semilla de algodón, mediante la concesión de créditos a los agricultores, consejos y asesoramiento técnico y mediante el control de calidad que ellos mismos estipulan. Representantes de las corporaciones hacen visitas regulares a los grupos productores asegurándose de que sus estándares están siendo seguidos y para aconsejar sobre el uso de pesticidas⁸³. Se sospecha igualmente que la muerte de muchos niños y jóvenes es debida al envenenamiento con pesticidas y un grupo local de la sociedad civil, la MV Foundation, está actualmente investigando 36 muertes de este estilo entre la población juvenil⁸⁴.

Condiciones laborales en el manufacturado del textil

En este apartado queremos de nuevo hacer especial mención a la Campaña Ropa Limpia como máximo conocedor de la problemática laboral en el manufacturado y como una de las campañas mundiales de mayor calado y que lo han hecho especialmente visible.

Las condiciones laborales en las fábricas contratadas por las grandes multinacionales son muy similares en todo el mundo. En un estudio llevado a cabo por Setem enmarcado en la campaña Ropa Limpia tras un año de investigaciones en decenas de talleres textiles en Marruecos, la organización ha denunciado que determinadas firmas españolas subcontratan con talleres que violan gravemente importantes derechos humanos y laborales. Según Setem, el 60 % de los talleres de Tánger que contratan trabajadoras en condiciones "sociolaborales totalmente precarias e inaceptables", producen para marcas españolas conocidas. Entre ellas, el 25 % para Inditex (Zara), el 25 % para Mayoral y otro 15 % para El Corte Inglés⁸⁵. Setem afirma que lo investigado es sólo "la punta del iceberg" y que sus datos "se podrían extrapolar a los más de 500 talleres informales de la zona de Tánger".

Según un informe publicado por Oxfam⁸⁶ al menos 11 fábricas situadas en Tánger reciben pedidos para el Corte Inglés y otros distribuidores de ropa españoles. Todas las fábricas contactadas declararon que los precios habían bajado cerca de un 30% en tres años y que los plazos de entrega habían pasado de 14 días a 5 ó 7 días.

La presión del mercado se convierte en presión sobre las fábricas y tiene consecuencias en la propia política de producción de estas empresas contratadas. Según este mismo informe en temporada alta, las trabajadoras realizan entre 12 y 13 horas diarias, llegando en ocasiones a las 16 horas en una jornada. Por ley, las horas extraordinarias deben remunerarse un 25% más que las ordinarias pero no ocurre así. En una de las fábricas, las trabajadoras hicieron 89 horas extras durante el mes de julio. Habrían ganado 300 euros y solo recibieron 150 ó 180 euros. Estas mujeres sufren multitud de dolencias debidas al trabajo y en todas las fábricas está restringido y vigilado el uso de los lavabos con los consiguientes problemas renales y psicológicos.

⁸³ Venkateswarlu, D (2004): *op. cit.*

⁸⁴ *The Hindu*, 'Pesticide exposure claims another child labourer's life', 29 June 2004; Ann McFerran interview for ActionAid, August 2004

⁸⁵ Setem, (2002): La responsabilidad de las empresas textiles españolas en las condiciones sociolaborales en los pequeños centros de producción del norte de Marruecos. Setem. Campaña Ropa Limpia.

⁸⁶ Oxfam, (2004): Más por menos: El trabajo precario de las mujeres en las cadenas de producción globalizadas. Oxfam Internacional.

Además, y siempre citando las mismas fuentes, sin vigilancia ni apoyo, muchos de los hijos de las trabajadoras de la confección abandonan la escuela. Niños de 10 años intentan emigrar a Europa entrando por el Estado español debajo de los camiones y autobuses turísticos, y las hijas empiezan a trabajar en la industria del vestido a los 13 años. Este es el panorama que sufren muchas trabajadoras y trabajadores de la industria textil del Norte de África debido a las presiones ejercidas por las empresas españolas del sector.

Otra investigación llevada a cabo por Oxfam en Marruecos, hace hincapié en la importancia de las transnacionales españolas en las condiciones laborales de los trabajadores del textil en el país africano, principalmente las mujeres⁸⁷. Los testimonios de este documento proceden de gerentes, trabajadoras y sindicatos y la patronal marroquí del textil (AMITH). Permisos de ir al baño una vez al día, un porcentaje elevado de mujeres sin contrato, amenazas, o que no existe la cobertura médica ni la seguridad social son algunas de las afirmaciones que declaran los testimonios de esta investigación. El informe presenta la vinculación entre la política comercial de las grandes firmas que deslocalizan parte de su producción, y la precariedad laboral de los trabajadores y trabajadoras que están al final de la cadena. También alerta a los gobiernos y empresarios de los países ricos y pobres, y a los organismos internacionales, de su responsabilidad en el cumplimiento de los estándares laborales internacionales.

En base a acusaciones sobre la utilización de explotación laboral y trabajo infantil en la producción de su calzado deportivo, iniciado por un consumidor, Nike aceptó pagar en el año 2003 la cantidad de 1.5 millones de dólares. Todo el proceso comenzó cuando la empresa Nike Inc. hizo ciertas afirmaciones relativas a sus buenas prácticas en fábricas que eran propiedad de subcontratistas en la China, Vietnam e Indonesia. Sin embargo, noticias aparecidas a mediados de los años 90 sobre estas mismas fábricas sostenían que los trabajadores ganaban menos que el salario mínimo, trabajaban horas extras sin paga, estaban expuestos a productos químicos perjudiciales y sufrían abusos verbales, físicos y sexuales.

Al detectar estos testimonios cuestionables, un consumidor decidió demandar a la empresa, ya que según una ley de protección al consumidor de California, cualquiera puede demandar judicialmente a una empresa por falsa propaganda. Y así lo hizo Mark Kasky, al entender que la empresa mentía en sus declaraciones de buenas prácticas⁸⁸. Posteriormente, en el 2001, Nike admitió haberse equivocado con respecto al empleo de mano de obra infantil en la elaboración de sus productos de ropa deportiva, pero inmediatamente añadió que será una práctica difícil de erradicar en el futuro⁸⁹.

Trabajo Infantil

Pese a la labor realizada por organizaciones de trabajadores, ONGs y algunos patronos, el trabajo infantil continúa estando muy extendido tanto en el cultivo del algodón como en el sector de la confección textil. Dos buenos ejemplos ilustran esta realidad. Según la CBG, en la India, miles de niños trabajan en la producción de algodón para transnacionales. En Indonesia, casi 2,7 millones de niños de 10 a 14 años trabajan en la industria textil⁹⁰.

En lo referente al cultivo del algodón, CBG, una asociación alemana que documenta los peligros de la multinacional alemana BAYER, en coordinación con Global March, Amnistía Internacional Holanda y Oxfam Países Bajos, documentaba cómo los consorcios internacionales de semillas se benefician del trabajo infantil. En el estudio se especificaba que la filial de Bayer en India, ProAgro, empleaba a dos mil niños de entre seis y 14 años. Tras conocerse el informe, un portavoz de Bayer aseguró que se tomarían las medidas oportunas para acabar con esa

⁸⁷ Oxfam, (2004): Moda que aprieta: La precariedad de las trabajadoras de la confección y la responsabilidad social de las empresas.

⁸⁸ Noticias Solidaridad. <http://www.solidaridad.net/impriminoticia.asp?noticia=610>

⁸⁹ Boggan, S. (2001): Nike admits to mistakes over child labour. The Independent. 20 October 2001

⁹⁰ Crabbé, C. (2000): *op. cit.*

situación. Sin embargo, investigaciones recientes demuestran que la situación apenas ha cambiado en ProAgro. El pasado año 1650 niños trabajaban aún en empresas subsidiarias de la filial de Bayer. Eso contraviene las normas de la OIT, OCDE y la ONU⁹¹.

En el sector de la industria textil, también existen denuncias por parte de diferentes organizaciones en todo el mundo. Los mecanismos de explotación del trabajo infantil no son responsabilidad única de los contratadores (fábricas locales contratadas por transnacionales de fuera), y están cada vez menos en manos de las comunidades locales o incluso nacionales. La presión que ejercen las grandes transnacionales del sector textil sobre las fábricas contratadas en los países del Sur (sobre todo en lo referente a precios y plazos de entrega), hace que éstas subcontraten a otras fábricas menores, con todavía peores salarios y condiciones de salud, laborales, etc.

Sin, por supuesto, negar la responsabilidad de las autoridades implicadas, existe una clara corresponsabilidad de las instituciones multilaterales, mediante los programas de ajuste estructural y las corporaciones transnacionales, obligando a los proveedores a disminuir cada vez más sus costes, que tienen gran parte de responsabilidad en esta cuestión que forja el destino de millones de niños y niñas en todo el mundo.

Durante una investigación sobre la explotación infantil en la India y Bangladesh, Nick Buckley, un periodista del Mail on Sunday, encontró conexiones tanto con la empresa internacional de la confección C&A como con el fabricante de tejanos Levi Strauss. Buckley comenta: *‘Desde que estuve allí, para mí el trabajo infantil significa niños y niñas de once, doce o trece años que trabajan de las 8 de la mañana hasta la medianoche, en una fábrica, lejos de sus padres. Por la noche, comparten con tres o cuatro niñas una chabola hecha de bambú de tres por tres. Reciben dos raciones de arroz cada día, una vez con algo de verdura, y un poco de carne, quizá una vez a la semana. La mayoría de los niños que vimos no ganaban ni siquiera cincuenta peniques al día.*⁹²

6.2.- Salud

“La responsabilidad principal debe recaer en los fabricantes de los pesticidas.

Durante los últimos 50 años, las empresas de productos agroquímicos han definido en gran medida, la tecnología disponible para el control de plagas, tanto en la agricultura como en el uso no agrícola. A través de su influencia política, promueven y protegen sus intereses, asegurándose de que las normativas en pro de la salud y la seguridad públicas se vean limitadas.

*Los fabricantes de pesticidas tienen la capacidad de prevenir la intrusión de estas sustancias en nuestros cuerpos, y el público espera que se responsabilicen por las consecuencias de sus productos”.*⁹³

El cuerpo humano no está diseñado para tolerar los pesticidas sintéticos, sin embargo todos nosotros llevamos dentro del cuerpo una mezcla de sustancias químicas fabricadas con el fin de matar insectos, malezas y otras plagas agrícolas y del hogar. Según la OMS, entre 500.000 y dos millones de personas aproximadamente son víctimas de las sustancias utilizadas para proteger a las plantas; de ellas, hasta 40.000 son víctimas mortales⁹⁴.

De todos los cultivos del mundo, el algodón es en el que se aplican más pesticidas. En él se utiliza más del 10% de los pesticidas (incluso algunos de los más peligrosos) y aproximadamente el 25% de los insecticidas del mundo⁹⁵. Entre los pesticidas más conocidos utilizados en el cultivo

⁹¹ CBG, (2003): 'Trabajo infantil en la producción de algodón en India'. GBG Network. <http://www.cbgnetwork.org/150.html>

⁹² FNV, Een baan om de aarde, 1995.

⁹³ PAN, (2004): Los Intrusos Químicos, Pesticide Action Network, mayo de 2004

⁹⁴ Olivera, S; y Rodríguez-Iturralde, D; (2002): Pesticidas, Salud y Ambiente. Investigadores del Laboratorio de Neurociencia Molecular (PEDECIBA) Departamento de Neurobiología, Instituto Clemente Estable. PEDECIBA. Uruguay.

⁹⁵ GRAIN, (2002): El algodón entra por la puerta trasera, en: Revista Biodiversidad, Sustento y Culturas. Edición Junio 2002. Número 32.

del algodón están los grupos de los piretroides y los fosfatos orgánicos. Se utilizan más de 100 fosfatos orgánicos en todo el mundo, sobre todo como insecticidas. Son conocidos como neurotoxinas y suelen ser muy tóxicos.

Actúan bloqueando la enzima colesterasa, cosa que puede provocar serios defectos en el sistema nervioso central e incluso la muerte⁹⁶. Precisamente en la campaña 1999-2000 el insecticida endosulfán fue reintroducido en el África francófona. El endosulfán es efectivo, pero no sólo con los organismos perjudiciales a la agricultura: niños, mujeres y hombres cayeron víctimas del insecticida. En la región de Benin, por ejemplo, hubo 73 casos de envenenamiento reconocidos oficialmente, de los cuales 37 fueron mortales. Pero según organizaciones locales como OBEPAB (Organisation Béninoise pour la Promotion de l'Agriculture Biologique), las cifras reales son mucho mayores⁹⁷. De esta manera, además de soportar la enorme presión que las transnacionales de los insumos agroquímicos ejercen sobre las comunidades agrícolas del planeta, estas se convierten en una de sus víctimas primeras⁹⁸.

Para no dañar a los cultivos durante la aplicación de químicos pesticidas a los campos se desarrollaron las plantas tolerantes a herbicidas, de forma que se puede aplicar el herbicida con una garantía de que eliminará a las plantas no deseadas pero dejará intactas a las que nos interesa cosechar más adelante. De esta manera el uso de algodón tolerante a herbicidas, genéticamente modificado, conlleva el uso de un herbicida en combinación con el cultivo. Si el uso de dichos químicos herbicidas se incrementa (cosa que ocurre muy frecuentemente ya que los propios agricultores no temen la aplicación de herbicida en exceso en estas circunstancias, ya que al ser tolerantes es más difícil perjudicar al cultivo), así lo hará a su vez la exposición de los trabajadores, de igual manera que la probable presencia de residuos en el producto final, lo cual a su vez podría incrementar la exposición del consumidor final⁹⁹. Actualmente existen dos cultivos comerciales de algodón genéticamente modificado tolerante a herbicidas. Uno es tolerante a glifosato propiedad de Monsanto, causante de irritaciones de ojos, problemas respiratorios, de presión arterial, etc. con el que existe peligro si su exposición es continuada y a dosis altas¹⁰⁰. El otro es tolerante a bromoxinil, considerado por la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos como un posible cancerígeno que afecta a los seres humanos, malformaciones al nacimiento, etc.

No es esta una situación aislada del sector de la producción del algodón. En el sector de la transformación y la confección textil, las condiciones insalubres de trabajo están a la orden del día: en los molinos de desmotado e hilado el aire está lleno de pequeñas fibras y polvo que contienen pesticidas, de manera que son bastante frecuentes las enfermedades respiratorias. Por otro lado, en los centros de teñido los trabajadores absorben sobre todo los disolventes, fijadores y tintes a través de los pulmones y de la piel. El sector de la confección tampoco está exento de productos químicos. Elevadas temperaturas, mala iluminación y salidas de emergencia bloqueadas o inexistentes suelen ser características corrientes de las fábricas¹⁰¹.

De esta forma, la enorme presión que gobiernos, organismos multilaterales y, sobre todo, las corporaciones transnacionales del sector textil ejercen sobre los productores y los trabajadores del textil, no sólo hace que éstos tengan que vender su trabajo casi gratuitamente en condiciones laborales y humanas más que lamentables al estar muy por debajo de estándares mínimos de la Organización Internacional del Trabajo, sino que además pueden acabar pagando cara la elección (aunque no está muy claro que tengan donde elegir) con su salud, e incluso, con su vida.

⁹⁶ Haffmans, S; (2000): Algodón: oro blanco a lo largo del tiempo. En: GAA-Journal pp. 33-35.

⁹⁷ Haffmans, S; (2000): 73 envenenados y 37 muertos por los pesticidas del algodón en Benin. EN: Pestizid-Brief, mayo-junio 2000, pp. 3-5.

⁹⁸ Kuyek, D. (2001): *op. cit.*

⁹⁹ PAN – UK; (2002): *op. cit.*

¹⁰⁰ Pengue, W; (2003): *op. cit.*

¹⁰¹ Crabbé, C. (2000): *op. cit.* pp. 17-35

6.3.- Medio ambiente

Problemas con los pesticidas

El gran aumento en el rendimiento (de 200 Kg. aprox. a casi 600 Kg./ha¹⁰² desde la década de los 30) ha sido posible, entre otras cosas, gracias a las grandes cantidades de pesticidas químicos, fertilizantes, estimulantes del crecimiento y defoliantes utilizados en los campos de todo el mundo, que han tenido graves consecuencias sobre el ser humano y el medio ambiente. Sin embargo ha posibilitado al mismo tiempo un gran incremento en las pérdidas en los rendimientos debido a la aparición de plagas cada vez más agresivas.

La pérdida anual en rendimientos debida a plagas en muchos cultivos (que en la mayoría llega hasta el 30 por ciento), a pesar del aumento sustancial en el uso de pesticidas (alrededor de 500 millones de Kg. de ingrediente activo en todo el mundo), es un síntoma de la crisis ambiental que afecta la agricultura. Las plantas cultivadas que crecen como monocultivos genéticamente homogéneos no poseen los mecanismos ecológicos de defensa necesarios para tolerar el impacto de las poblaciones epidémicas de plagas¹⁰³.

Los costos cada vez mayores de los productos químicos y la caída de los precios del algodón en el mercado mundial han sumido a los agricultores en progresivas espirales de endeudamiento. Enfrentados a la humillación y la presión resultantes de crecientes deudas y pérdida de cultivos, numerosos agricultores indios (se dice que más de 500 en 1998) no soportaron la situación y pusieron fin a sus vidas consumiendo esos mismos productos químicos¹⁰⁴.

El uso progresivo de algodón genéticamente modificado (GM), así como otros cultivos transgénicos, podría afectar a la biodiversidad debido al uso de mayores cantidades de productos químicos para el cultivo. El incremento en el uso del glifosato, un herbicida de amplio espectro de la empresa transnacional estadounidense Monsanto, hace que muchas hierbas, potenciales alimentos de insectos y aves beneficiosos para los cultivos (polinizadores, insectos depredadores de otros insectos perjudiciales, etc.) sean eliminadas de manera mucho más fácil y eficaz, lo cual tiene un papel importante en el compromiso actual con la biodiversidad.

Así, se había previsto que el cultivo de grandes cantidades de algodón genéticamente modificado reduciría considerablemente el uso de pesticidas, pero según un estudio reciente de la World Wide Fund for Nature (WWF), esto no se ha cumplido¹⁰⁵. Ni el algodón GM (que representa ya más del 50% del algodón estadounidense) ha causado una disminución digna de mención en el uso de los insecticidas, ni se ha reducido el uso de herbicidas mediante variedades de algodón resistentes a ellos. Aunque la superficie de cultivo de algodón resistente a los herbicidas casi se ha doblado en EE.UU., la cantidad de herbicidas aplicados apenas ha disminuido. Bien al contrario, ha aumentado: el uso del Glifosato, el elemento activo del herbicida total "Roundup", de la empresa Monsanto, ha subido de 0,9 a 1,2 kg/ha en los tres últimos años¹⁰⁶. Parecería más un gran éxito para esta transnacional que un avance en la protección del medio ambiente.

Las corporaciones, tomando parte del control de las Universidades y los centros públicos de investigación mediante los contratos de patrocinio y la financiación de numerosos proyectos de investigación, fomentan aquellos estudios que más convienen a sus intereses, contribuyendo cada vez más al alejamiento de la producción agrícola de los sistemas naturales y artificializando su evolución. De esta manera se consigue que la naturaleza cada vez se tecnifique más, de manera que los problemas generados por la técnica sólo podrán ser solventados mediante el uso de más técnica, y promueven que las plagas cada vez sean tratadas con mayor cantidad de

¹⁰² Frank, D. (1996): Cotton Connection: Hacia una producción sostenible del algodón, Pesticides Action Network, Alemania, Hamburgo

¹⁰³ Altieri, M.A. (1994) Biodiversity and Pest Management in Agroecosystems. New York: Haworth Press.

¹⁰⁴ GRAIN, (2001): *op. cit.*

¹⁰⁵ WWF Suiza (2000): *op. cit.*

¹⁰⁶ Thalmann, P. (2000): No se han cumplido las expectativas en el algodón genéticamente modificado, en: Pesticid-Brief Nov./Dec.

aplicaciones de productos químicos, en vez de con menos¹⁰⁷. Aún así, incluso los problemas de resistencia masivos no han provocado un cambio de actitud: todavía se pretende resolver el problema de la resistencia usando otros tipos de productos tóxicos en lugar de optar por los métodos libres de pesticidas.

Problemas con el agua

La investigación llevada a cabo por la ONG WWF-International: "Cotton and Freshwater" expone que el algodón es uno de los cultivos más influyentes a la hora de considerar el impacto de la agricultura sobre el uso del agua y los ecosistemas en todo el mundo. Según sus investigaciones, el cultivo del algodón utiliza mayor cantidad de pesticidas que cualquier otra área de producción agrícola en el mundo. La contaminación de agua corriente debido al elevado uso de pesticidas y fertilizantes, el uso abusivo de agua y la salinización de las misma son considerados como los problemas más relevantes¹⁰⁸.

De todos los casos sucedidos en el mundo relativos a este tema, quizás el mejor ejemplo sea el del Mar de Aral, en lo que es hoy en día Uzbekistán. Las grandes cantidades de agua empleadas para regar los campos de algodón redujeron a un tercio de su tamaño el que era el cuarto mayor lago interior del mundo. El contenido de sal aumentó de 10 a 34 gramos por litro, y hoy en día ya nada queda de la rica flora y fauna original.

El Mar de Aral tenía un efecto moderador sobre el clima de la región, que ahora se ha hecho más continental¹⁰⁹. Las tormentas de polvo y de arena registradas desde 1975 han aumentado el doble o el triple, llevando así los pesticidas más lejos todavía. Además de todo esto se detectan problemas en los seres humanos, como enfermedades hereditarias, del estómago y aparato respiratorio, así como un incremento en la mortalidad infantil.

Problemas con el algodón genéticamente modificado (GM)

Otra de las circunstancias importantes a tener en cuenta con el impacto medioambiental (aunque también es un problema social y de salud) del cultivo del algodón es la aparición de los cultivos transgénicos. El algodón GM (modificado genéticamente), fue cultivado comercialmente por primera vez en 1996, y ya en el año 2000, más de 5 millones de hectáreas (superficie similar a la de la Comunidad Autónoma de Aragón y superior a países como Holanda o Dinamarca) fueron cultivadas en todo el mundo.

La biotecnología se está usando para intentar poner freno a los problemas causados por previas tecnologías agroquímicas (resistencia a los pesticidas, polución, degradación del suelo, etc.) desarrolladas por las mismas compañías que ahora lideran la biorrevolución. Los cultivos transgénicos creados para el control de plagas siguen de cerca el paradigma de usar un solo mecanismo de control (un pesticida) que ha demostrado repetidas veces su fracaso frente a insectos, patógenos y plagas¹¹⁰. El promocionado enfoque «un gen - una plaga» será fácilmente superado por plagas que continuamente se adaptan a nuevas situaciones¹¹¹.

La agricultura desarrollada con cultivos transgénicos favorece los monocultivos que se caracterizan por niveles peligrosamente altos de homogeneidad genética, que a su vez conducen a una mayor vulnerabilidad de los sistemas agrícolas ante situaciones de estrés biótico y abiótico¹¹². Cuando se promueve el monocultivo también se inhiben los métodos agrícolas

¹⁰⁷ Guzmán Casado, G. *et. al.* (2000): Introducción a la agroecología como desarrollo rural sostenible. Madrid: Mundi-Prensa.

¹⁰⁸ WWF International, (1999): The impact of Cotton on fresh water resources and ecosystems. www.panda.org/about_wwf/what_we_do/freshwater/problems/agriculture/cotton/transgenic_intro.cfm

¹⁰⁹ Becker, P. (1992): Herencia envenenada. Problemas sociales y ecológicos en Uzbekistán, en: Der Überblick 2/92, pp. 43-46

¹¹⁰ National Research Council (1996): Ecologically Based Pest Management. Washington, DC. National Academy of Sciences.

¹¹¹ Robinson, R.A. (1996): Return to Resistance: Breeding Crops to Reduce Pesticide Resistance. Davis, California: AgAccess

¹¹² Robinson, R.A. *op. cit.*

ecológicos, como las rotaciones y los cultivos múltiples, exacerbando así los problemas de la agricultura convencional¹¹³.

En el año 2001 se cultivaba en 7 países –Argentina, Australia, China, Indonesia, México, Sudáfrica y los Estados Unidos. Esta utilización del algodón GM posee riesgos para el medio ambiente y la salud humana. En países tropicales, especies de algodón autóctonas (que aún sobreviven como plantas silvestres), ya están experimentando transferencia de genes con aquellas plantas cultivadas comercialmente, polinización que se considera inevitable¹¹⁴.

La naturaleza novedosa de los cambios que pueden darse lugar en un organismo logrado mediante manipulación genética, unida a la complejidad del funcionamiento de los ecosistemas, hacen que una predicción sobre el impacto ecológico de los cultivos de algodón genéticamente modificados sea muy difícil. Se estimaba en el año 2001 que el 10% del área de algodón existente en el mundo estaba ya sembrada con algodón GM¹¹⁵. Monsanto controla alrededor del 90% de la producción comercial de algodón GM, y DuPont y Aventis controlan en restante 10%. Además, Según un informe de la entidad financiera internacional Rabobank, el incremento de la utilización de variedades de algodón OMG llegará en la campaña 06/07 a que más de la mitad del algodón del mundo sea procedente de variedades transgénicas. Actualmente, según la misma fuente, este porcentaje es del 35%¹¹⁶.

Otro de los problemas detectados es el enorme coste de esta tecnología. Como sucede con otros cultivos genéticamente modificados, las transnacionales de semillas de algodón transgénico cobran a los agricultores honorarios adicionales por el costo de su tecnología. Estos precios varían de país a país. Por ejemplo: las semillas Bollgard tienen honorarios adicionales en EE UU de U\$S 79 por hectárea. Ese precio en Australia es de U\$S 98, en India de U\$S 60, en África del Sur U\$S 60 y en Argentina de US\$ 78. De esta manera, las grandes corporaciones transnacionales se hacen dueñas del mercado agroalimentario casi en su totalidad, ya que el sistema agroalimentario depende de ellas en todas las etapas de la producción (semillas, productos fitosanitarios, maquinaria agrícola), la distribución y la comercialización¹¹⁷.

Etiquetado

La normativa europea de etiquetado establece un umbral máximo de 0.9% de presencia de un ingrediente modificado genéticamente para que sea obligatoria su aparición en la etiqueta del envase en los alimentos. Un problema más es que el algodón transgénico, al no ser un cultivo alimentario, no entra dentro de la normativa de etiquetado de productos modificados genéticamente, de manera que mucha de la ropa que los consumidores del norte y del sur están en la actualidad consumiendo proviene de algodón transgénico, sin que los movimientos de los consumidores puedan hacer nada por evitarlo, debido al desconocimiento y a la falta de información.

Contaminación en la Industria del algodón y manufacturas

Es una de las industrias que utiliza más productos que contaminan y destruyen el medio ambiente. La industria textil blanquea el algodón utilizando cloro, para que esté quede del color blanco. El cloro genera compuestos organoclorados, que se vierten en las aguas de los alrededores generando residuos altamente tóxicos y con una peligrosa capacidad de persistir y

¹¹³ Altieri, M.A. (2000): The ecological impacts of transgenic crops on agroecosystem health. *Ecosystem Health* 6:13-23.

¹¹⁴ PAN – UK, (2002): *op. cit.*

¹¹⁵ World transgenic cotton area 10 percent in 2001. Reuters, 18th September 2001.

¹¹⁶ Bloomberg, (2005): Half the world's cotton may come from GM crops. Bloomberg.com Consultado el 7/7/05

http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=10000086&sid=a5A1ygCQjxeY&refer=latin_america

¹¹⁷ GRAIN, (2004a): El algodón transgénico invade África Occidental. Seedling Review.

acumularse en los seres vivos. Entre sus efectos en la salud de las personas y animales, destaca el cáncer, las alteraciones del sistema inmunológico y problemas en la reproducción¹¹⁸.

Otro producto químico que se utiliza para la elaboración de la ropa son los tintes sintéticos. Entre sus efectos en los seres humanos encontramos irritación de piel, ojos, nariz y garganta. En USA y Europa, la industria del tinte produjo los primeros cánceres a mediados del siglo pasado. Debido a ello, su uso ha descendido notablemente en los países industrializados¹¹⁹. Pero, sin embargo, las industrias que los fabrican se han trasladado a Asia, donde se ha producido una rápida expansión del uso de tintes sintéticos en los talleres de confección.

¹¹⁸ Fuga de Cloro en DPC Enterprises, 2004. Comisión de Seguridad e Investigación de Peligros Químicos de los Estados Unidos.

¹¹⁹ Prevención de la Contaminación en la Pequeña y Mediana Industria, (1995): Proyecto para la prevención de la contaminación ambiental Hagler Bailly Consulting, Inc.

7. SU PODER Y TOMA DE INFLUENCIA POLÍTICA, ECONÓMICA Y SOCIAL

Como se ha visto en el capítulo anterior, las corporaciones del sector de algodón y de la industria textil y las grandes marcas de ropa, tienen un gran poder sobre el sector agro-industrial. De la misma manera es posible ver el enorme poder de las transnacionales de la agroindustria sobre nuestra vida cotidiana. Sin embargo su influencia va mucho más allá y actúa no sólo a nivel económico sino sobretodo en el ámbito político y en lo social. Vemos a continuación un análisis de cada uno de los dos sectores mencionados.

Primero centraremos nuestro análisis en el poder de las grandes corporaciones de insumos agronómicos necesarios hoy día para el cultivo del algodón (principalmente semillas, químicos, fertilizantes, insecticidas y funguicidas) y posteriormente en aquellas transnacionales más influyentes en el sector de la confección y la industria textil, como son las grandes marcas de ropa.

7.1. El poder económico

Más de la mitad de la población que habita en los países en vías de desarrollo se mantiene aún en el mundo rural, y alrededor de 2.500 millones de personas dependen de la agricultura para su subsistencia. Aunque la cadena de alimentación como un todo produce muchos beneficios, las cantidades que corresponden a los productores primarios van decayendo progresivamente año tras año y el vacío existente entre los precios al productor y los precios finales al consumidor no para de crecer. Así, los productores de pequeña escala se encuentran excluidos de los mercados de alto valor añadido y teniendo que hacer frente a la crisis global de la agricultura¹²⁰.

Destaca una extremadamente alta concentración del mercado en manos de pocos actores económicos. En primer lugar, corporaciones transnacionales tales como Monsanto, Cargill, Nestlé o Wal-Mart han llegado a dominar la cadena de abastecimiento de productos agroalimentarios, como el algodón, desde la semilla hasta el producto. Más de dos décadas de liberalización económica en todo el mundo ha posibilitado que las transnacionales de la agroalimentación (todas las transnacionales en general) se expandan enormemente en tamaño, poder e influencia, sobre todo en los países denominados "en vías de desarrollo". Una ola de fusiones, alianzas empresariales y compras de unas corporaciones por otras ha resultado en una concentración de poder espectacular en manos de unas pocas empresas cada vez más mundiales¹²¹.

Entre los defensores de esta globalización de las corporaciones y del aumento del tamaño de las empresas están los que aseguran que el empleo mundial se beneficia, afirmando que las grandes corporaciones transnacionales son uno de los agentes que más empleo genera en todo el mundo, y por lo tanto mayor bienestar y posibilidades de generación de ingresos. Sin embargo un dato interesante es el siguiente, las ventas combinadas de las 500 corporaciones más importantes del mundo en 2002 equivalieron al 43% del Producto Interno Bruto mundial y sin embargo dieron empleo a solo 1.6% de la fuerza de trabajo en el planeta¹²².

¹²⁰ Vorley, B. (2003): Food Inc. Corporate Concentration from farm to consumer. London, UK Food Group.

¹²¹ Action Aid International, (2005): Power Hungry, six reasons to regulate global food corporations. Action Aid International.

¹²² El cálculo de la Organización Internacional del Trabajo de la fuerza de trabajo mundial es alrededor de tres mil millones de personas. Las 500 corporaciones más grandes del mundo dieron empleo a 46 millones 492.660 personas en 2002, según la base de datos de *Fortune Global 500*.

Algunos ejemplos reveladores se muestran a continuación:

- De las doce corporaciones que controlaban en el año 1994 el 75-80% del mercado de pesticidas global, han pasado a ser sólo seis diez años después (BASF, Bayer, Dow, DuPont, Monsanto y Syngenta)¹²³.
- DuPont y Monsanto juntos dominan el mercado mundial de semillas del maíz (65%), y de la soja (44%)¹²⁴.
- Monsanto controlaba el 91% del mercado global de semillas modificadas genéticamente en el 2001¹²⁵ y adquirió más del 60% del mercado brasileño de semillas de maíz convencional en el transcurso de dos años (1997-1999)¹²⁶.
- Bayer controla el 22% del mercado de pesticidas de la India¹²⁷.
- Las diez mayores corporaciones de procesamiento de alimentos cuentan con el 37% de las ventas de las 100 mayores compañías del sector¹²⁸.
- Tres corporaciones controlan el 85% del mercado mundial del té, y Unilever es la compañía mundial líder en el abastecimiento de té en todo el mundo¹²⁹.
- Nestlé ha establecido un auténtico monopolio del mercado de leche en Pakistán¹³⁰, y controla cerca del 80% de la producción de leche del Perú¹³¹.

Industria de semillas

Las 11 corporaciones de semillas mayores del mundo en el año 2002

Compañía	ventas en millones de US dólares
Dupont (Pioneer) Estados Unidos	\$2,000
Monsanto (Estados Unidos)	\$1,600
Syngenta (Suiza)	\$937 ¹³²
Seminis ¹³³ (Estados Unidos)	\$453 ¹³⁴
Advanta (Holanda)	\$435 ¹³⁵
Groupe Limagrain (Francia)	433 ¹³⁶
KWS AG (Alemania)	\$391 ¹³⁷
Sakata (Japón)	\$376 ¹³⁸
Delta & Pine Land (Estados Unidos)	\$258 ¹³⁹
Bayer Crop Science (Alemania)	\$250 ¹⁴⁰
Dow (Estados Unidos)	\$200

Fuente: ETC Group

¹²³ Dinham, B. (2005): 'Corporations and pesticides', in Pretty, J *The Pesticides Detox: towards a more sustainable agriculture*, London: Earthscan Publications, 2005.

¹²⁴ ETC Group (2003): 'Oligopoly, Inc. – concentration in corporate power: 2003', Communiqué, issue 82, November- December 2003

¹²⁵ ETC Group, (2002): 'Ag biotech countdown: vital statistics and GM crops', update, June 2002

¹²⁶ Wilkinson, J. *et al.* (2002): 'Verticalization of the seed industry in Brazil', Rio de Janeiro: ActionAid Brasil

¹²⁷ Greenpeace India: <http://www.greenpeaceindia.org/nopesti.htm>

¹²⁸ ETC Group (2003): *op cit*

¹²⁹ Oxfam (2001): 'The tea market: a background study', Oxford: Oxfam.

¹³⁰ Vorley, B. (2003): *op cit*

¹³¹ Vorley, B. (2003): *op cit*

¹³² http://www.syngenta.com/en/ar2002/sales_overview.aspx

¹³³ Savia SA vendió el 75% de sus acciones de Seminis al grupo de inversionistas Fox Paine & Co. en junio del 2003 por casi US \$225 millones.

¹³⁴ Resultados del reporte fiscal de Seminis del 2002, 16 de enero, 2003.

¹³⁵ <http://www.advantaseeds.com/>

¹³⁶ www.hoovers.com/free

¹³⁷ Reporte anual de KWS 2001/02 en US \$.

¹³⁸ Información en línea de Hoover, ventas del 2002 US \$375.7 millones.

¹³⁹ D&PL, FY resultados financieros al final del 2002, comunicado de prensa, 15 de octubre del 2002.

¹⁴⁰ <http://www.press.bayer.com/News/News.nsf/id/C65A003D6A59FACAC1256D950044129E>

En lo que al mercado del algodón se refiere, en el año 1999 la compañía líder en el mercado mundial de distribución y venta de semillas de algodón fue Delta & Pine Land (EEUU)¹⁴¹, situada en los niveles globales de ventas en el noveno lugar del mundo.

Las 10 corporaciones de semillas más poderosas tuvieron ingresos combinados por más \$ 7,000 millones de dólares en el 2002, casi una tercera parte (31%) de las ventas mundiales, con valor de \$23,000 millones de US dólares¹⁴².

Industria agroquímica

Las 10 empresas de agroquímicos mayores del mundo en el año 2002

Compañía	Ventas en millones de dólares
Syngenta (Suiza)	\$5,260
Bayer (Alemania)	\$3,775
Monsanto (Estados Unidos)	\$3,088
BASF (Alemania)	\$2,787
Dow (Estados Unidos)	\$2,717
DuPont (Estados Unidos)	\$1,793
Sumitomo Chemical (Japón)	\$802
Makhteshim-Agan (Israel)	\$776
Arysta LifeScience (Japón)	\$662
FMC (Estados Unido)	\$615

Fuente: Agrow World Crop Protection News¹⁴³

El mercado global de agroquímicos en 2002 fue de \$27,800 millones de US \$¹⁴⁴.

Las seis firmas de plaguicidas más importantes del mundo tienen el 70% del mercado global, y las 10 más importantes controlan el 80% de las ventas globales de agroquímicos.

De esta forma, si sumamos las cantidades derivadas del mercado mundial del semillas y del de insumos necesarios para la agricultura, resulta una cantidad de más de 50.000 millones de dólares en el año 2002, equivalente a cinco veces la inversión que calcula necesaria la ONU para garantizar la educación básica de todas las niñas y niños del mundo (10 mil millones).¹⁴⁵

De todo esto se podría deducir fácilmente que la ola de fusiones que se produjo en el mundo de las empresas y que resulta en gigantes corporativos presentes en un sinfín de actividades distintas en todo el mundo, es un fenómeno engañoso: *“cuando los gigantes unen sus fuerzas, solo parece que se agrandan mas. La verdadera clave para comprender estos cambios es que en muchos aspectos esenciales (aunque no el de los beneficios, por supuesto), estas empresas fusionadas son en realidad más pequeñas. Su gigantismo aparente es sencillamente la ruta mas corta hacia su objetivo real: retirar sus inversiones del mundo de las cosas”*¹⁴⁶.

¹⁴¹ RAFI, (2000): Seed giants, who owns who. RAFI, Rural Advancement Foundation International.

¹⁴² Según la Federación Internacional de Semillas, el valor estimado del mercado comercial de semillas en 49 países es de \$24,000 millones de dólares. <http://www.worldseed.org/statistics.html>. El Grupo ETC utiliza la figura más conservadora: \$23, 000 millones de dólares.

¹⁴³ “Japanese consolidation impacts top 20 ranking,” en *Agrow World Crop Protection News*, 22 de agosto del 2003, no. 430, p. 1. <http://www.agrow.co.uk>

¹⁴⁴ Allan Woodburn Associates, citado en Kerri Walsh, “Weather Rains on Agchem Demand,” en *Chemical Week*, 5de marzo del 2003, p. 23.

¹⁴⁵ Elaboración propia con datos de Banco Mundial, 2002 y ETC Group, 2002.

¹⁴⁶ Naomi Klein, (2001): No logo: el poder de las marcas. Ed. Paidós. Barcelona. pp.. 32

Poder económico de la industria textil y las grandes marcas de ropa

Empresas de capital español

Empresa	Ventas (miles de millones de €)	Empleados directos
El Corte Ingles	14 ¹⁴⁷ (año 2003)	72.000 (año 2003)
Inditex	3.97 (año 2003)	32.500 (año 2002)
Cortefiel	0.85 (año 2002)	5.400 (año 1999)
Mayoral	0.1 (año 2001)	500 (año 2002)
Adolfo Domínguez	0.09 (año 2001)	1.000 (año 2001)
TOTAL	19.01	111.400

Empresas de capital multinacional

Empresa	Ventas miles de millones de €(2003)	Empleados (2003)
Sara Lee Corp (USA)	17.6 ¹⁴⁸	140.000 (año 2004)
The Gap (USA)	14.45	170.000
Bloomingdales (USA)	13.2	113.000
Nike (USA)	10.7	23.300
Adidas (Alemania)	6.27	14.000
C&A (Bélgica)	5.7 (año 1999)	40.000 (año 1999)
H&M (Hennes & Mauritz) Suecia	4.8	28.500
Levis (USA)	4.07 (año 2004)	10.000 (año 2004)
Reebok (USA)	3.13 (año 2002)	7.400 (año 2002)
Polo Ralph Lauren	2.44	10.800
Tommy Hillfigger (USA)	1.89	5.500
Benetton (Italia)	1.85	7.000
Puma (Alemania)	1.27	2400
Lacoste (Francia)	0.9	
Diesel (Italia)	0.61	2.000
TOTAL	86.44	573.900

Las ventas totales de todas las corporaciones analizadas en los cuadros anteriores suman más de 105 mil millones de euros, cantidad que es superada solamente por el PIB de los 35 países de mayor riqueza del planeta. Así esta cantidad sería superior al PIB de Argentina (129 mil millones de US dólares) o Israel (103 mil millones de dólares) entre otros¹⁴⁹.

¹⁴⁷ Sólo parcialmente pertenece al sector textil.

¹⁴⁸ Tuvo ventas de alimentación en 2003 de 9.7 miles de millones de dólares. Fuente: Food Processing, Vol. 65(8), August 2004.

¹⁴⁹ World Development Indicators Database, World Bank, September 2004.

7. 2. El poder político

*"Le dije a la gente, si me dais la oportunidad de ser el próximo Presidente, nosotros no trataremos a nuestra industria agraria como un ciudadano de segunda en lo que se refiere a la apertura de los mercados. Con esto quiero decir que... La Nueva Ley Agrícola (Farm Bill) es crucial... Esta ley facilitará la independencia de los agricultores y preservará el modo de vida rural. Ayuda a los agricultores americanos y, por tanto, ayuda a América."*¹⁵⁰

*"Los americanos saben que con sus subsidios, están matando numerosas economías en los países en vías de desarrollo"*¹⁵¹

El poder de la industria algodonera. Protección de los cultivos y mercado.

Es en este contexto de agroindustria global y corporaciones cada vez mayores donde entra en juego la agricultura subvencionada de los países del Norte, mediante la cual se hace mucho daño a las agriculturas de subsistencia de los países del sur, ya que se arrojan al mercado mundial productos a precios que, a veces, incluso están por debajo de los costes de producción. Los países de la OCDE invierten más de \$300,000 millones de dólares en subsidios agrícolas cada año. Los subsidios para la industria del algodón en Estados Unidos suman más de lo triple de la cantidad que el gobierno de ese país destina para ayudar al África Subsahariana¹⁵².

Se podría afirmar que los Estados Unidos han sido los responsables principales del desplome del precio mundial del algodón, causada por el tremendo poder político que manejan algunos lobbies agrarios, apoyados desde arriba por las grandes corporaciones de la agroindustria, hacen que el nivel de apoyo público a los 25.000 productores de algodón de EEUU sea asombroso. Según las estimaciones del Comité Consultivo Internacional del Algodón (CCIA), basándose en su Modelo de Demanda Mundial Textil, indica que la eliminación de los subsidios al algodón de EEUU provocaría un aumento del precio del algodón de 11 centavos de dólar (por libra de peso), es decir, un 26 por ciento¹⁵³.

El Farm Bill del 2002 de los Estados Unidos extendió los programas de apoyo al algodón por otros cinco años. Estados Unidos produjo en 2002 el 36% de las exportaciones de algodón, y sus agricultores recibieron un subsidio de 3,6 mil millones de dólares¹⁵⁴.

Un buen ejemplo lo constituye que **las pérdidas económicas ocasionadas por el programa de subsidios al algodón de EEUU han sido muy superiores a los beneficios de su ayuda.** Veamos el ejemplo de Mali. Este país recibió 37 millones de US dólares en concepto de ayuda al desarrollo en 2001, pero perdió 43 millones por el descenso de sus ingresos por exportación. El programa de ayudas al algodón también ha minado la Iniciativa de los Países Pobres Altamente Endeudados (PPAE), ya que los costes para Benin, Burkina Faso y Chad han sido muy superiores a lo que han recibido en concepto de condonación de deuda¹⁵⁵.

En la zona del África subsahariana, el algodón es un cultivo de importancia primordial a todos los niveles, económico, social y medio ambiental. Sólo en Burkina Faso, cerca de dos millones de familias dependen directamente de su cultivo, frente a las 25.000 en los EEUU. *"El algodón aquí, lo es todo. Construye nuestros colegios y nuestros hospitales. Dependemos totalmente de él. Si*

¹⁵⁰ Declaraciones del Presidente de Estados Unidos George W Bush durante la firma de la *Farm Bill*, La Casa Blanca, Oficina de Prensa, 13 de mayo de 2002.

¹⁵¹ M. Diallo, representante de una organización campesina de Mali, extraído del Wall Street Journal del 26 de junio bajo el título original : U.S. Subsidies Create Cotton Glut That Hurts Foreign Cotton Farms (por Roger Throw y Scott Kilman)

¹⁵² UNDP, "Millennium Development Goals: A compact among nations to end human poverty," en *Human Development Report 2003*. Disponible en internet: www.undp.org/hdr2003/

¹⁵³ Oxfam, (2002): Cultivando pobreza: el impacto en África de los subsidios al algodón en USA. Oxfam Internacional

¹⁵⁴ CAPDB, (2004): Did Bt Cotton fail A.P. Again in 2003 – 2004?. Results of a growing season. Coalición de Andhra Pradesh por la Defensa de la Diversidad.

¹⁵⁵ Oxfam, (2002): *op. cit.* pp.. 2

los precios siguen tan bajos no tenemos ninguna esperanza para el futuro", dice un cultivador de algodón de Burkina Faso¹⁵⁶.

También las condiciones de su producción son muy diferentes: las granjas, en las que se realiza el trabajo manual, ocupan una media de entre 0.5 y 1.5 hectáreas, mientras que en EEUU las granjas son de entre 200 y 800 hectáreas. La producción en África es muy baja, la media ronda los 450 Kg. por hectárea comparados con los 1.100 de Brasil y los 800 de EEUU. Pese a que la producción es menor se contradice el viejo mito de que las pequeñas fincas son poco competitivas frente a los grandes latifundios ya que el coste de producción de algodón en África Central y Occidental es uno de los más bajos del mundo (1.1 US \$ por Kg. de media), tres veces más bajo que el de USA, muy alejados del nivel al que podrían competir rivales exportadores si no fuera por los subsidios.

Sin embargo, Neal Gillen, vicepresidente de la American Cotton Shippers Association, aduce que las subvenciones estadounidenses responden a una pura lógica electoralista en la medida en que los grandes Estados productores de algodón : Tejas, Georgia y Carolina, actúan tradicionalmente como árbitros en favor de una o otra mayoría en el seno del Congreso (cámara baja del parlamento) americano. Las subvenciones "*no son lógica, son política. No hay ni voluntad política, ni petición pública para suprimirlas.*" expone Neal Gillen¹⁵⁷.

Así, la única ventaja comparativa clara de EE.UU. en la producción del algodón se basa en el empleo de los subsidios. La UE, por otro lado, con sólo el 2% de la producción mundial de algodón y un elevado consumo, no tiene un efecto impactante sobre el mercado mundial, si bien es cierto que también existen elevados subsidios a la producción.

El nivel de apoyo público a los 25.000 productores de algodón de EEUU es asombroso, lo que refleja el peso político que tienen algunos lobbies agrarios. Cada acre (0.4047 hectáreas, aproximadamente la mitad de un campo de fútbol) de algodón cultivado en EEUU absorbe un subsidio de 230 dólares. En la campaña agrícola 2001/02 los productores de los Estados Unidos consiguieron una de las mejores cosechas de subsidios en años (3.900 millones de US dólares, el doble que el nivel alcanzado en 1992). Este aumento de los subsidios es una ruptura de la "Cláusula de Paz" incluida en el Acuerdo sobre Agricultura de la OMC, lo que ha derivado en una reclamación de Brasil frente a la OMC (Organización Mundial del Comercio).

En junio del 2004, el tribunal de resolución de disputas de la OMC tomó una decisión en contra de los subsidios estadounidenses al algodón en una querrela presentada por Brasil. Según el Ministerio de Relaciones Exteriores Brasileño, los Estados Unidos subsidian el 89,5% de su producción de algodón, lo que causa perjuicios graves por la depresión de los precios y el ilegítimo aumento de la participación estadounidense en el mercado¹⁵⁸.

La administración Bush respondió que la mejor manera de abordar el tema de las distorsiones en el comercio mundial agrícola, era a través de negociación, no de litigación, y que Estados Unidos estaba dispuesto a apelar. Cuatro países de África Occidental: Benin, Malí, Burkina Faso y Chad lanzaron en la última conferencia Ministerial en Cancún la llamada "iniciativa del algodón", demandando a Estados Unidos y otros países a eliminar los subsidios sobre este cultivo¹⁵⁹.

Mientras que los subsidios protegen a los productores de los Estados Unidos y otros países de la caída de los precios, ellos acentúan generalmente esta caída alentando la superproducción y, por el hecho mismo, perjudican a los agricultores de los países menos subvencionados¹⁶⁰. Mientras

¹⁵⁶ Sawadogo, C; Documental: "Algodón africano: la amenaza viene del Norte". SEDELAN. *Koudougou – Burkina Faso*

¹⁵⁷ Labey, A. (2002): ¡El algodón : un cultivo reservado a los ricos! En: *Afrique agriculture*, nº 302, abril 2002.

¹⁵⁸ Triunfo brasileño en la OMC Alia2 Caracas - Venezuela <http://www.redvoltaire.net/article917.html> 17 de Mayo 2004 consultado 7-3-2005

¹⁵⁹ GRAIN, (2001): *op. cit.*

¹⁶⁰ Throw, R. y Kilman. S; (2002): U.S. Subsidies Create Cotton Glut That Hurts Foreign Cotton Farms . En: *Wall Street Journal* del 26 de junio.

tanto, los agricultores del Sur tendrán que competir con un algodón subsidiado, producido con semillas que los ata a un círculo de deuda y dependencia.

A pesar de las constantes referencias a la “agricultura familiar” por parte de los políticos de los Estados Unidos, los subsidios agrarios están diseñados para recompensar y promover la producción empresarial a gran escala. EE UU destina casi 4.000 millones de dólares anuales a subsidiar el sector del algodón. Esta cantidad equivale al PIB de Burkina Faso, donde 2 millones de personas viven en la pobreza. El 10% de las plantaciones más grandes reciben el 79% de las ayudas. Más de la mitad de las explotaciones medianas y pequeñas no reciben ningún tipo de ayuda¹⁶¹.

Brasil, con su demanda ante la OMC, ha puesto de manifiesto el doble rasero de las grandes instituciones financieras con los países ricos y pobres en sus políticas de liberalización comercial. Mientras que para los países pobres aceptar la liberalización es parte de la condicionalidad de los préstamos, para los países ricos es un mero consejo¹⁶².

El poder de la industria textil y de manufacturas

“Tener acceso significa poder llamar a Helmut Kohl y recomendarle que se lea un informe. O que llame John Major para agradecer a la ERT sus puntos de vista, o comer con el primer ministro sueco justo antes de que Suecia decida solicitar su entrada en la Comunidad Europea.”¹⁶³

A continuación tratamos de dar una idea del poder que las grandes transnacionales que más influyen en la industria textil tienen sobre las decisiones políticas al más alto nivel. Comenzaremos viendo algunos de los grupos más influyentes a nivel internacional y posteriormente veremos otros grupos que afectan al nivel político en los Estados Unidos de América o en la Unión Europea.

Grupos de lobby a nivel internacional:

TABD (*Transatlantic Business Dialogue*): El diálogo trasatlántico de negocios, formado por las principales corporaciones de los Estados Unidos y de Europa. Su objetivo es “*la creación de un verdadero mercado trasatlántico mediante un plan de acción para eliminar los obstáculos a los flujos de inversión y comercio a través del Atlántico*”¹⁶⁴.

WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*): es una coalición de unas 200 corporaciones transnacionales que dicen defender el desarrollo sostenible a través del crecimiento económico, el progreso social y el balance ecológico. Forman parte, entre otros Coca-Cola, Chevron Texaco, Cargill, Dow Chemical, Adidas, Bayer, etc. corporaciones que están acusadas de graves delitos sociales, ambientales, etc en todo el mundo¹⁶⁵.

ITMF (*Federación Textil Internacional*): que agrupa a organizaciones nacionales y particulares que trabajan en el sector del algodón y las fibras sintéticas, como por ejemplo CIRFS en Europa, u organizaciones de tremendo poder en los Estados Unidos, como el Consejo Nacional del Algodón Americano, el Consejo del Algodón Internacional o ACSA (American Cotton Shippers Association), todas ellas implicadas en la existencia de los tremendos subsidios a la producción de algodón que copan los mercados mundiales con un producto de baja calidad y bajo precio. En España esta representado por el **Centro Algodonero Nacional** y **AITPA (*Asociación Industrial*)**

¹⁶¹ Oxfam (2004): La crisis enterrada. Estudios Intermon Oxfam 14. Noviembre 2004.

¹⁶² Triunfo brasileño en la OMC Alia2 Caracas - Venezuela <http://www.redvoltaire.net/article917.html> 17 de Mayo 2004 consultado 7-3-2005

¹⁶³ Keith Richardson, antiguo secretario general de la ERT. Citado en CEO, (2002): Europa, S. A. La influencia de las multinacionales en la construcción de la UE. Ed. Icaria. Antrazyt. Barcelona. pp. 45.

¹⁶⁴ TABD, (1996): Chicago Declaration, 9 November 1996. pp. 3.

¹⁶⁵ Para más información sobre esta organización ver el libro Europa S.A: La influencia de las multinacionales en la construcción de la UE. 2002. Belén Balanyà, et. al. Ed. Icaria. Barcelona.

Textil del Proceso Algodonero), que se encargan de defender los intereses de la asociación en los foros europeos e internacionales.

Tras el nivel internacional, los Estados Unidos de América, al igual que hemos visto en el sector productivo del cultivo de algodón, son el principal escenario en el que las acciones de lobby se dan lugar, debido entre otras razones a que es el país sede de la mayoría de las corporaciones con mayor poder y cuota de mercado. Según el Center for Responsive Politics, la industria textil y de manufacturas estadounidense ocupó en las pasadas elecciones presidenciales del 2004 el puesto número 74 en el ranking de las donaciones a los partidos políticos, con un total superior a 1.600.000 dólares, un 62 % de los cuales fueron a parar al partido republicano. Por su parte, las industrias de venta al por menor de ropa ocuparon el puesto número 25, con más de 15 millones de US dólares invertidos en la causa. Por otro lado, la industria de manufacturas del textil aportó casi 2 millones de dólares.

Todo ello hace un total superior a los 20 millones de US dólares de los cuales un porcentaje superior al 60% fue destinado a financiar la campaña del partido republicano encabezado por George W. Bush. Esto nos da una idea del poder real que dichas corporaciones de la industria textil y las grandes marcas de ropa tienen a la hora de influir en las políticas de su interés.

A continuación mostramos algunos de los grupos de presión política más influyentes en los Estados Unidos en el sector que nos ocupa.

Business Roundtable: Está compuesta por los dirigentes de 150 de las compañías transnacionales más poderosas e influyentes de los Estados Unidos de América, y trata al más alto nivel de profundizar y coordinar las acciones conjuntas de la industria y sus instrumentos de influencia sobre los estamentos políticos y administrativos, sobre todo en temas de regulación y comerciales.

Otras organizaciones de importancia en este sector son **la Cámara de Comercio de los Estados Unidos** y el **USCIB (US Council For International Business – Consejo para los Negocios Internacionales)**, muy activos en todas las reuniones políticas sobre temas relativos a la liberalización del comercio mundial y los tratados de libre comercio con países de todo el mundo.

El poder de lobbying del sector no se limita a EEUU. En los últimos tiempos un emergente poder, surgido de las alianzas de algunas de las mayores empresas del continente europeo, está afectando a las políticas que influyen a sus intereses al más alto nivel. Agencias de relaciones públicas y profesionales específicamente contratados para influir sobre políticas de gran calado están en la nómina de las mayores empresas europeas¹⁶⁶.

Algunas de las organizaciones que más peso tienen en Europa sobre las decisiones políticas que tengan que ver con el algodón y la agricultura son las siguientes:

ERT (European Roundtable of Industrialists), es la Mesa Redonda de Industriales y ha sido una de las principales fuerzas políticas en Europa durante más de una década. Según Corporate Europe Observatory su libre acceso a los más altos cargos políticos nacionales y europeos ha sido la clave de su éxito para ayudar a diseñar la agenda política de la UE¹⁶⁷.

El **CEFIC (European Chemical Industry Council – Consejo Europeo de la Industria Química)** se encarga de proteger los intereses de al menos 29.000 empresas europeas del ramo, que cuentan con más de la tercera parte de la producción de químicos de todo el mundo.

¹⁶⁶ CEO, (2002): Europa, S. A. La influencia de las multinacionales en la construcción de la UE. Ed. Icaria. Antrazyt. Barcelona.

¹⁶⁷ CEO, (2002): *op. cit.*

EUROPABIO es la Asociación Europea de las Bioindustrias y representa alrededor de 40 compañías miembros que operan en todo el mundo, así como 25 asociaciones nacionales de fomento de la biotecnología. Tras esta organización se encuentra la mayor campaña de implementación de las políticas favorables a los organismos y los cultivos transgénicos en Europa.

EURATEX es la organización europea del textil y el vestido, y tiene como misión promover los intereses de los más de 170.000 compañías que trabajan en el sector en Europa, representados por sus organizaciones nacionales, El **CIE (Consejo Intertextil Español)**, es el representante español. El Consejo Intertextil Español constituye el organismo superior de coordinación y representación, en el ámbito estatal, de las distintas entidades textiles.

CIRFS (International Rayon and Synthetic Fibres Comitee), representa a la industria europea de la fibra sintética, que supone el 73% de la producción de fibra en el continente.

Según informaciones del Observatorio Europeo de las Corporaciones (CEO) de marzo de 2005, la propuesta de la Unión Europea de una regulación mejorada de los plaguicidas y químicos utilizados, ha desembocado en la campaña de lobby más masiva que se recuerda en Europa. Según el CEO, CEFIC (Consejo Europeo de la Industria Química) junto con el gigante alemán BASF tomaron el mando, apoyados por el sector de la industria química de los Estados Unidos y la administración Bush. Este intento de la industria, una vez más, nos da una idea del tremendo poder que las transnacionales de la agricultura y los insumos tienen en nuestra vida diaria¹⁶⁸.

Influencia política de las empresas y su impacto sobre la población

El poder que dichas transnacionales ejercen sobre los gobiernos a la hora de aprobar o desestimar determinadas iniciativas políticas, ha desembocado en que en la actualidad demuestran un poder y un control sin precedentes, que llega incluso a impedir tradiciones tan arraigadas y antiguas en todas las culturas como el intercambio de semillas y el mejoramiento tradicional de variedades por las propias poblaciones campesinas. A continuación mostramos algunos ejemplos de ello.

La corporación transnacional Monsanto mueve en los Estados Unidos un equipo de 75 empleados con un presupuesto anual que supera los 75 millones de dólares, que se ocupan de supervisar los contratos y llevarlos a buen término¹⁶⁹. La compañía ha llevado, siguiendo esta política, a 73 agricultores a juicio en los últimos cinco años y, en Mayo del 2003, un productor de algodón estadounidense fue enviado a la cárcel por un período de ocho meses. Monsanto guarda celosamente listas de aquellos agricultores que se dedican a vender sus semillas o a intercambiarlas, y los monitorea de cerca incluso en los países llamados del Sur, allí donde vende el Algodón Bt, como por ejemplo México y Argentina¹⁷⁰.

Según investigaciones realizadas por el grupo GRAIN (Acción Internacional por los Recursos Genéticos), Monsanto, Syngenta y Dow Agrosiences, tres de las mayores corporaciones de la industria agroalimentaria de todo el mundo¹⁷¹, en colaboración con el USAID (Agencia de Desarrollo Internacional del Gobierno USA) están finalizando planes con el gobierno de Malí y el de Burkina Faso para reconvertir los campos de cultivo de algodón de África Occidental a variedades transgénicas durante los próximos cinco años, antes de que los países generen legislación alguna sobre bioseguridad. Los productores locales de algodón, los científicos y las

¹⁶⁸ Correo electrónico del CEO el día 17-03-2005: Bulldozing REACH - the industry offensive to crush EU chemicals regulation. Más información en: www.corporateeurope.org/lobbycracy/BulldozingREACH.html

¹⁶⁹ Shinkle, P. (2003): "Agriculture giant has won millions in suits against farmers", St-Louis Post-Dispatch, 12 May 2003.

¹⁷⁰ International Cotton Advisory Committee (ICAC), 1999. "Technology Protection Systems", ICAC Recorder, March 1999.

¹⁷¹ Las ventas de las tres corporaciones son superiores a 13.000 millones de dólares en el año 2002, cifra que casi alcanza el doble que el PIB conjunto de Malí y Burkina Faso.

ONGs consultados para el estudio, dicen que sería de lejos más efectivo para las instituciones públicas, localizarse en el apoyo y fomento de los programas para la reducción de pesticidas que ya han tenido resultados positivos y que no dependen de tecnologías foráneas, tales como la aplicación localizada, la aplicación por umbrales y los programas de manejo integrado de la producción y de plagas y enfermedades. Mientras estas maniobras reducen el uso de pesticidas entre un 70% y un 100%, sólo se han practicado en menos del 10% del área algodonera de Malí. Las limitaciones no son técnicas sino financieras; ya que los presupuestos para estos programas continúan siendo recortados. Mientras tanto, el gobierno de los EE. UU. está prometiendo millones de dólares a Malí si se decide a poner en lugar de aquellas a la ingeniería genética¹⁷².

7. 3. El poder social. Marketing y publicidad.

“Al hacer la publicidad de un producto, nunca visitéis la fabrica donde se produce (...) No miréis trabajar a los obreros (...), porque ocurre que cuando sabes la verdad sobre cualquier cosa, su verdad más recóndita, se hace muy difícil crear la palabrería superficial que la vende”¹⁷³

Marketing social

A través de campañas del más alto nivel, las compañías más poderosas del mundo tratan de asociar su marca con valores positivos, como la amistad, el amor o la solidaridad para con los menos favorecidos. Buen ejemplo de ello son las campañas publicitarias que nos ofertan la ropa como algo que va mucho más allá que una prenda. En muchos casos pretenden representarla como el camino perfecto para hacer amigos y tener reconocimiento social, encontrar el amor o la felicidad inmediata. El objetivo es asociar la marca a un valor, a un estilo de vida o a una idea, mucho más allá que el simple objeto de consumo.

Al mismo tiempo estas empresas son cada vez más conscientes del papel que juega la responsabilidad social corporativa dentro de sus estrategias de ventas. Es ya un lugar común encontrar en los sitios Web de las distintas compañías manifiestos en pro de la responsabilidad social y escritos que aseguran su compromiso social y medioambiental en las fábricas en las que operan. Igualmente, cada vez más, están a disposición de los consumidores informes anuales sobre la responsabilidad social de las empresas del sector, detallados documentos donde se explicita las actuaciones que la empresa ha llevado a cabo en distintos sectores, conscientes de la responsabilidad que tienen a lo largo de la cadena de producción. Sin embargo, más allá de los presupuestos asignados a publicitar dichos códigos de conducta hemos visto en este boletín lo limitado de su actuación.

En este sentido hemos visto también en esta investigación como las distintas corporaciones fueron sumándose al mundo de los códigos de conducta éticos, conforme fueron constatando el enorme impacto mediático y de ventas que sufrían aquellas corporaciones que no sostenían unos estándares sociales y ambientales en su funcionamiento diario. Levi's fue la primera. Otras muchas grandes corporaciones, que tienen presupuestos destinados a publicidad similares a los de Levi's (17% de su facturación), se fueron uniendo paulatinamente al mundo de los códigos de conducta.

Polo Ralph Lauren, por ejemplo, también se une a la nueva corriente del marketing social mediante una fundación que lleva su nombre que, profusamente publicitada en su sitio Web y en sus documentos oficiales, colabora con los enfermos de cáncer de los Estados Unidos. Tommy Hillfiger, por su parte, también tiene una fundación que lleva su nombre y trabaja por empoderar a los jóvenes americanos empobrecidos. Entre las iniciativas encontradas destaca la Ronald

¹⁷² GRAIN, (2004a): *op. cit.*

¹⁷³ Ewen, S; (1976): *Captains of Consciousness*, Nueva York, McGraw-Hill, pg. 80

McDonald's House de Nueva York, que ofrece alojamiento, temporalmente y a precios asequibles, a jóvenes pacientes de cáncer y sus familias mientras que reciben tratamiento¹⁷⁴.

Aparte, como respuesta complementaria que contribuye a un lavado de imagen de una empresa, se ve un auge de una política de mecenazgo y marketing social. Mediante esta política las grandes corporaciones tratan de demostrar que como actor social son un elemento muy válido y que tiene un aporte que realizar a la sociedad. Ejemplo de ello es el paso de Reebok de haber constituido una fundación por los derechos humanos que lleva su nombre¹⁷⁵ y colabora con Amnistía Internacional. De esta manera las grandes empresas tratan de asociar sus nombres a colectivos que trabajan históricamente por los derechos humanos y ambientales por todo el mundo, beneficiándose de su buen nombre. Tratan así de crear marcas capaces de trascender más allá de la realidad de los productos que se tratan de vender, capaces de crear una mitología corporativa suficientemente poderosa como para infundir significado a determinados objetos imponiéndoles su nombre¹⁷⁶.

Pinceladas sobre publicidad y marketing

El mundo del marketing siempre esta batiendo record, superando las cifras del año pasado y planificando como hacer lo mismo el siguiente con más anuncios y nuevas formas agresivas para llegar a los consumidores. Esto se refleja claramente en las mediciones bianuales de los gastos totales de publicidad en los Estados Unidos que en 1998 su cifra alcanzaba los 196.500 millones de dólares, calculándose su cifra total en 435 mil millones¹⁷⁷. Esto es producto de la convicción más absoluta de que las marcas necesitan aumentar constantemente la publicidad para mantenerse en la misma posición. David Lubars, un alto ejecutivo del grupo Omnicom, explica el principio rector de la industria con mucha franqueza: *“Los consumidores son como las cucarachas, los rocías una y otra vez hasta que con el tiempo se vuelven inmunes”*¹⁷⁸.

Los gastos en publicidad que se barajan en este sector son asombrosos. Según trabajos realizados por la Red Internacional de Asociaciones en Solidaridad con la maquila, el gasto total en salarios que paga NIKE en Indonesia por todos sus trabajadores/as no llega al contrato que la empresa firmó con Michael Jordan en el año 1992 para publicitar sus productos, que asciende a veinte millones de US\$¹⁷⁹.

¹⁷⁴ Ambas informaciones pueden ser encontradas en las webs de las corporaciones mencionadas, www.polo.com y www.tommy.com.

¹⁷⁵ www.reebok.com/humanrights

¹⁷⁶ Magnusson, P. (2004): Who'll Survive The Textile Trade Shakeout? Business Week, December 17, 2004

¹⁷⁷ Klein, N; (2001): *op. cit.* pp. 37

¹⁷⁸ Ono, Y; (1997): “Marketeers seek the naked truth in consumer psyches”, en: Wall Street Journal, 30 Mayo de 1997, pp. B1.

¹⁷⁹ Thomas, K. (1998): Solventes en la producción de calzado, Red de Solidaridad de la Maquila, julio de 1998.

8. ALGUNOS NÚMEROS

Las ventas combinadas de las 500 corporaciones más importantes del mundo en 2002 equivalieron al 43% del Producto Interno Bruto mundial, y sin embargo dieron empleo a solo 1.6% de la fuerza de trabajo en el planeta¹⁸⁰. Las ventas totales de las corporaciones dedicadas a la moda y el vestido analizadas en este dossier suman más de 105 mil millones de euros, cantidad que es superada solamente por el PIB de los 35 países de mayor riqueza del planeta. Así esta cantidad sería superior al PIB de Argentina (129 mil millones de dólares) o Israel (103 mil millones de dólares) entre otros¹⁸¹.

Los países de la OCDE invierten más de \$300,000 millones de dólares en subsidios agrícolas cada año. Los subsidios para la industria del algodón en Estados Unidos suman más de lo triple de la cantidad que el gobierno de ese país destina para ayudar al África Subsahariana¹⁸².

En Guatemala, según la propaganda lanzada por el propio gobierno, una transnacional puede encontrar mano de obra barata pagada a 0.69 centavos de dólar la hora. En Honduras, 0.48 centavos de dólar la hora; 0.46 en Nicaragua; 0.88 en Costa Rica; 0.56 en El Salvador¹⁸³.

The Gap, la mayor compañía de venta al público de ropa en los Estados Unidos, pagó a su CEO, Millard Drexler un salario anual de 8 millones de dólares, más otros 12 en "stock options"¹⁸⁴. Por otra parte, el salario de un trabajador de Gap en Cambodia asciende a 21 céntimos de dólar la hora. Esto da como resultado que el cargo más alto de la empresa cobra, sin tener en cuenta el extra en "stock options", una cantidad similar a la de 12.000 trabajadores de la empresa en Cambodia. Michael Jordan, el enorme jugador de baloncesto de los Estados Unidos, recibió en el año 1992, 21 millones de dólares por protagonizar una campaña publicitaria de Nike, el equivalente al salario de unos 25.000 trabajadores del textil tailandeses al año¹⁸⁵.

Cerca de 84.000 niños trabajan en "horrendas condiciones" en campos de cultivo de semilla de algodón en el Estado indio de Andhra Pradesh, al servicio de empresas locales o de filiales de multinacionales como Monsanto, Bayer y Unilever,¹⁸⁶. En Indonesia, casi 2,7 millones de niños de 10 a 14 años trabajan en la industria textil¹⁸⁷.

En las mejores condiciones son necesarios más de 1200 litros de agua por cada Kg. de algodón producido¹⁸⁸. Las grandes cantidades de agua empleadas para regar los campos de algodón redujeron a un tercio de su tamaño el que era el cuarto mayor lago interior del mundo.¹⁸⁹

De todos los cultivos del mundo, el algodón es en el que se aplican más pesticidas. En él se utiliza más del 10% de los pesticidas (incluso algunos de los más peligrosos) y aproximadamente el 25% de los insecticidas del mundo¹⁹⁰.

¹⁸⁰ El cálculo de la Organización Internacional del Trabajo de la fuerza de trabajo mundial es alrededor de tres mil millones de personas. Las 500 corporaciones más grandes del mundo dieron empleo a 46 millones 492.660 personas en 2002, según la base de datos de *Fortune Global 500*.

¹⁸¹ World Development Indicators Database, World Bank, September 2004.

¹⁸² UNDP, "Millennium Development Goals: A compact among nations to end human poverty," en *Human Development Report 2003*. Disponible en internet: www.undp.org/hdr2003/

¹⁸³ Campaña Ropa Limpia, (1999): *Deshaciendo la madeja*. Colección milenrama. Ed. Icaria. Barcelona.

¹⁸⁴ Behind the Label, *op. cit.* pg 8

¹⁸⁵ Campaña Ropa Limpia, (1999): *op. cit.* pg. 61.

¹⁸⁶ Ventkateswarlu, D (2004): *op. cit.*

¹⁸⁷ Crabbé, C. (2000): *op. cit.*

¹⁸⁸ Ficha Técnica del Cultivo del Algodón de Dap (Empresa Pública de Desarrollo Agrario y Pesquero de la Junta de Andalucía) <http://www.portalbesana.es/estaticas/informacion/paginas/algodon.html>

¹⁸⁹ Hoffmans, S. (2001): Algodón e Industria Textil. Anuario EFTA.

¹⁹⁰ GRAIN, (2002): El algodón entra por la puerta trasera, en: Revista Biodiversidad, Sustento y Culturas. Edición Junio 2002. Número 32.

9.- ALTERNATIVAS

A continuación detallamos algunas de las alternativas al modelo de consumo imperante: para amplia información y ver otras muchas alternativas a la producción y comercialización textil [haga clic aquí](#).

Consumo Responsable

A nivel personal, desde el consumo responsable, podemos trabajar por un mundo más sostenible y justo, promoviendo mediante nuestro consumo aquellas acciones de asociaciones y empresas sociales y solidarias que trabajan en el Estado español y en toda Europa por el fomento de la producción ecológica, el consumo responsable y el comercio justo.

En el sector del algodón la alternativa más sostenible y socialmente justa desde nuestro punto de vista es la ofrece el movimiento del Comercio Justo. Mediante el consumo de productos de algodón provenientes de un comercio con justicia estaremos fomentando unas condiciones sociales, laborales y ambientales dignas para los grupos productores, así como una menor dependencia de los intermediarios comerciales y las grandes multinacionales del sector.

Entre las distintas asociaciones entidades que trabajan este tema destacamos a:

IFAT (*International Fair Trade Association*). Es la Asociación Internacional del Comercio Justo, que aglutina a más de 270 organizaciones de comercio justo en más de sesenta países, y cuenta con organizaciones de grupos productores del sur y organizaciones exportadoras, organizaciones importadoras del norte, distribuidores, redes nacionales de comercio justo, etc.

Contacto:

IFAT: the International Fair Trade Association
Prijssestraat 24
4101 CR Culemborg
Países Bajos
e-mail: info@ifat.org
www.ifat.org

NEWS (*Network of European WorldShops*). Es la Red Europea de Tiendas del Mundo. Funciona como paraguas de las asociaciones nacionales de tiendas de comercio justo, aglutinando más de 2.500 tiendas de comercio justo en toda Europa.

Contacto:

Christofsstrasse 13
55116 Mainz
Alemania
e-mail: office@worldshops.org
www.worldshops.org

EFTA (*European Fair Trade Association*). Es la Asociación Europea del Comercio Justo, y reúne a las 11 principales importadoras de productos de comercio justo del continente europeo. En España tenemos dos entidades miembro que son, IDEAS e Intermon.

Contacto:

Kerkewegje 1
NL- 6305 BC Schin op Geul
Países Bajos
email efta@antenna.nl
www.eftafairtrade.org

FLO (FairTrade Labelling Organization). Es la Organización encargada de certificar el comercio justo según sus criterios sociales, ambientales y humanos. En la actualidad existen algunas organizaciones de productores del sur que ya cuentan con la certificación concedida por FLO y que garantiza ciertos estándares de producción, comercialización y distribución.

Contacto:

FLO International

Kaiser-Friedrich-Strasse 13
D - 53113 Bonn
e-mail: info@fairtrade.net
www.fairtrade.net

FLO-Cert

Goerrestrasse 30
D - 53113 Bonn
e-mail: info@flo-cert.net
www.fairtrade.net

People's Tree. Organización japonesa, con sucursal en el Reino Unido, que se dedica a reivindicar y sensibilizar acerca de las injusticias del sector textil internacional. Asimismo hace labores de investigación, diseño y venta de ropa con criterios ecológicos y de CJ.

Contacto:

People Tree Ltd,

Studio 7, 8-13 New Inn Street, London,
EC2A 3PY, England
E-mail : sales@ptree.co.uk
Web : www.ptree.co.uk

Igualmente, para más información sobre consumo responsable, comercio justo y economía solidaria, puede acudir a algunas organizaciones que dentro del Estado español trabajan en estas temáticas, incluyendo líneas de productos específicos de textil orgánico y de comercio justo, entre las que destacamos Setem o IDEAS, entre otras.

www.ideas.coop o www.setem.org

Para más información sobre el Comercio Justo, contactar con:

Coordinadora Estatal de Comercio Justo

TEL. y Fax: 943 461 578

Plaza Centenario nº 3 bajo. 20006 Donostia (San Sebastián)

E-mail: coordinadora@comerciojusto.org

Web: <http://www.e-comerciojusto.org>

10.- PROPUESTAS DE ACCIÓN: CAMPAÑAS

Las campañas llevadas a cabo por consumidores para pedir a las empresas que respeten los derechos fundamentales de los trabajadores tienen estos últimos años una popularidad creciente en los países occidentales. Si bien hay algunas que se limitan a acciones de boicot, un número cada vez mayor de estas campañas da preferencia a un enfoque más propositivo. Están dirigidas a hacer adoptar a las empresas un código de buena conducta y a asegurar su aplicación efectiva, poniendo en marcha procedimientos de control independientes. Asimismo se presentan, cada vez más, alternativas desde el consumo responsable de productos textiles. Estas alternativas pretenden dar otras opciones, desde el comercio justo del vestido y la ropa hasta artículos procedentes de fibra de agricultura ecológica, existiendo en la actualidad incluso plantaciones certificadas de algodón ecológico en distintas partes del mundo.

Cada vez más, también desde el Sur, se articulan movimientos de productores que buscan dar salida a sus productos desde otra óptica, tratando de escapar del círculo de deuda y dependencia que los ata a las grandes corporaciones transnacionales. El objetivo de este apartado es dar una idea de algunas de las campañas y alternativas que en todo el mundo existen para consumir productos textiles de otra forma, más responsable y solidaria.

A continuación hacemos un pequeño recorrido por algunas de las campañas actuales más conocidas sobre esta temática:

Clean Clothes Campaign (Campaña Ropa Limpia), es la campaña más conocida en temática reivindicativa sobre sector textil

El objetivo es mejorar las condiciones laborales dentro de la industria textil y dar más poder a los trabajadores. Esto se realiza a través de distintos campos de actividad:

- Concienciar y movilizar a los compradores de ropa (consumidores). La Campaña Ropa Limpia es una campaña de los consumidores y aprovecha el poder de éstos para provocar mejoras sociales. Por lo general, la Campaña Ropa Limpia de cada país en Europa informa a los consumidores acerca de las prácticas laborales de las ramas de la industria que dominan el mercado en su país.
- La campaña presiona a las compañías para que se responsabilicen y se aseguren de que sus productos se fabrican en condiciones laborales dignas. También presiona para que adopten una forma de compra más ética (por ejemplo, en cuanto al precio y a las fechas de entrega), ya que si no, sus proveedores no serán capaces de poner en práctica las mejoras exigidas en las condiciones laborales.

La Campaña Ropa Limpia realiza campañas mundiales de gran impacto, que van desde los actos de denuncia contra transnacionales hasta la realización de campañas enfocadas en un lugar particular. Algunas de ellas son: “Juega limpio en las Olimpiadas”, “Campaña por el salario digno”, “Responsabilidad Social Corporativa”, etc. Para ver una relación de las campañas actuales y las ya realizadas visite: <http://www.cleanclothes.org/campaign.htm>

A través de la [Federación Setem](http://www.setem.org) como coordinadora de la campaña Ropa Limpia en el Estado español, funciona mediante algunas acciones concretas actuales y otras ya finalizadas. Para más información visite: <http://www.ropalimpia.org/>

A continuación se da más información sobre algunas campañas que se están desarrollando en todo el mundo.

Global Exchange

Es una organización internacional de Derechos Humanos dedicada a promover la justicia social, política y medioambiental. Desde su fundación en 1988 realizan una serie de campañas de sensibilización y acción, como su [campaña](#) contra el uso abusivo de las maquilas por parte de las grandes transnacionales. Asimismo editan una [guía](#) para la compra limpia de ropa, que da información sobre asociaciones y cooperativas en todo el mundo que trabajan de una forma más justa, sostenible y socialmente responsable.

Co-op America

Es una asociación de los Estados Unidos sin ánimo de lucro que trata de empoderar a los consumidores y a los inversores para que podamos desde abajo trabajar por un cambio real en la sociedad. Entre sus [campañas](#), acerca de la conservación de los bosques, la inversión social o el monitoreo de las transnacionales, encontramos una que trata de dar información relevante acerca de las maquilas y su abuso de poder en las condiciones laborales. Entre otras cosas, en esa campaña se ha elaborado ya la quinta edición de interesante una [guía práctica](#) para acabar con los abusos en las maquilas. Otra de las campañas actuales trata de actuar para que Wal-Mart, el gigante de la venta al público en USA, expulse el trabajo en las maquilas de su cadena de abastecimiento.

Maquila Solidarity Network

Es una red de asociaciones, con origen en Canadá, que trabaja por los derechos humanos y laborales, con grupos latinoamericanos y asiáticos principalmente, en las zonas de exportación y en las maquilas.

Entre sus logros destaca la firma, en febrero de 2005, por parte de la ciudad de Vancouver, del acuerdo de Compra Ética en sus políticas, así como un código de conducta para los abastecedores de productos. Hasta esa fecha, también habían conseguido la firma de 12 universidades canadienses de una política de ropa limpia, así como algunos institutos y otros ayuntamientos. Para ver un avance de sus campañas actuales y sus logros, [haga click aquí](#).

Músicos contra las Maquilas (MASS, Musicians Against Sweatshops)

MASS es una nueva iniciativa de músicos y aficionados que tienen la intención de eliminar las maquilas del negocio del marketing en la industria de la música y darle poder a otros fabricantes de ropa alrededor del mundo para lograr condiciones de trabajo que no explotan a sus trabajadores. El razonamiento es simple: la industria de la moda escucha a la juventud. La juventud escucha música. Juntos, aficionados y músicos pueden hacer que las maquilas, al conseguir que se vuelvan pasadas de moda, se conviertan en negocios no rentables.

Rugmark

Es una organización internacional sin ánimo de lucro que trata acabar con el trabajo ilegal en la industria de las alfombras y ofrece oportunidades de educación a niños y niñas en la India, Nepal y Pakistán.

SweatFree Communités

Es una de las campañas de la organización Behind the Label (Tras la Etiqueta). Promueve el poder colectivo, tanto de los trabajadores de la industria del tejido y el vestido en las maquilas como de los consumidores para acabar con esta forma de explotación.

United Students Against Sweatshops

Es una red de estudiantes organizados a través de más de 200 campus universitarios en los Estados Unidos para promover las políticas de compra universitaria con criterios éticos, expulsando a los productos procedentes de las maquilas de las universidades. Para conocer algunos de sus logros más recientes y las campañas de los años 2004 y 2005, [haga click aquí](#).

Consortio de los Derechos de los Trabajadores (*Worker Rights Consortium*)

Es una organización sin ánimo de lucro creada por universidades, expertos en derechos

laborales, estudiantes, etc. Su objetivo es la promoción de los Códigos de Conducta adoptados por los institutos, Hay en la actualidad más de 100 residencias y universidades afiliadas a esta iniciativa.

BehindTheLabel.org

Es una Web multimedia que trata de cubrir la historia y las demandas de gente que está luchando por los derechos humanos fundamentales y los derechos laborales frente a la industria del vestido y las grandes marcas de ropa. BehindTheLabel.org es una iniciativa de [UNITE HERE](#) para compartir historias de los trabajadores y trabajadoras que fabrican nuestra ropa alrededor del mundo.

Coalición Pro Justicia en Las Maquiladoras (*Coalition for Justice in the Maquiladoras*)

Es una coalición de carácter trinacional que agrupa a gran número de asociaciones de base que trabajan por la justicia social, económica y ambiental dentro de la industria maquiladora.

Fondo Internacional por los Derechos en el Trabajo (*International Labor Rights Fund*)

ILRF es una organización internacional que lucha para la consecución de un trato humano para los trabajadores en todo el mundo. Entre sus acciones existen campañas en pro de los derechos laborales en la industria del vestido y textil.

Comité Nacional del Trabajo (*National Labor Committee*)

La misión del Comité es colaborar en la defensa de los derechos humanos de los trabajadores en la economía global. El NLC investiga y hace públicos los abusos a los derechos humanos y laborales cometidos por las transnacionales de los Estados Unidos que llevan a cabo su producción en los países del Tercer Mundo. Para conocer más información acerca de las numerosas campañas de este comité, [haga click aquí](#).

No Sweat Shop Label and Homeworkers Code of Practice (Australia)

Fomentan los códigos de conducta corporativos para eliminar las condiciones de trabajo abusivas de las fábricas de textil en Australia.

STITCH

STITCH es una red de mujeres organizada que trabaja por la Economía Social, que conecta los intereses de las mujeres Centroamericanas y de los Estados Unidos. Desde esta organización se apoyan los derechos de las mujeres trabajadoras de las maquilas y la industria textil en Latinoamérica. Una relación de sus campañas se puede visitar en: <http://www.stitchonline.org/actions.asp>

Observatorio de la Maquila (*Sweatshop Watch*)

Es una coalición de más de 30 organizaciones que trabajan por la justicia social y comprometidos con la eliminación de la explotación laboral que sucede en la industria textil y las maquilas. Esta coalición, con sede en California (USA), tiene una serie de campañas en marcha que pueden ser visitadas [haciendo clic aquí](#). Algunas de las más interesantes son el observatorio de corporaciones, la campaña por la globalización y la justicia social, un listado de los logros conseguidos con las campañas, etc.

Thai Labour Campaign (Thailand)

La Campaña por los derechos laborales en Tailandia tiene uno de sus referentes en esta organización no gubernamental, que promueve los derechos laborales en el país y un creciente estudio y seguimiento de los problemas derivados de los abusos del trabajo en todo el mundo. Para ver un listado de sus campañas y acciones concretas [haga clic aquí](#).

Intercambio de información sobre Transnacionales en Asia (Sri Lanka). TIE (Transnational Information Exchange)

Ofrecen información sobre las luchas de las asociaciones en el sector textil en Sri Lanka, Bangladesh, Thailand e Indonesia. Para consultar algunas de sus acciones más relevantes, [haga clic aquí](#).

NikeWatch

Es un observatorio de la transnacional Nike puesto en marcha por Oxfam Australia, que trata de vigilar el comportamiento de la corporación en sus actividades en todo el mundo, haciendo hincapié en las condiciones sociales y laborales de sus empleados en las factorías subcontratadas. Para ver una relación de las campañas puestas en marcha [haga clic aquí](#).

La ropa usada

El consumo europeo de textil es de unos 20 Kg. por persona y año, muy por encima de la media internacional, que es de unos 8 Kg.¹⁹¹. Ya pasó la época en que mediante el vestido cubríamos necesidades básicas y nos resguardábamos del frío. Hoy en día la ropa muestra nuestra afiliación a un grupo y nuestro prestigio social, y lo que para unos es una lacra para otros es ocio, diversión y entretenimiento: el acto simple, y a la vez político, de ir de compras. Una vez la ropa ha sido utilizada, puede ser quemada o tirada a la basura (dos tercios del total) con la contaminación que genera, o reutilizada, cosa que también tiene sus inconvenientes: ¿a dónde va parar esa ropa?

Aproximadamente un 20% de la ropa reutilizada termina en campos de refugiados o centros nacionales de recogida, pero el resto es comprada, clasificada y exportada de nuevo por comerciantes de los países del Norte.

Teniendo en cuenta el bajo consumo anual de ropa en los países africanos (en Nigeria de 1 Kg. por persona y año, por ejemplo), no es difícil imaginar el enorme impacto que estas exportaciones tienen sobre los mercados textiles de la zona: las prendas de segunda mano procedentes de Europa y EE.UU., de recolectas públicas por parte de organizaciones comerciales sobre todo, pero también de entidades caritativas, se ofrecen en el mercado local a precios imbatiblemente bajos. Así, las industrias textiles y los numerosos sastres de esos países no pueden hacer más que rendirse ante tal competencia¹⁹².

Con respecto a la ropa usada hay algunas organizaciones que dentro del Estado español colaboran en este ámbito, casi todas relacionadas con el ámbito de la inserción social:

Cáritas Española y Cáritas Diocesanas, entidades cristianas de apoyo a la promoción humana y al desarrollo integral de la comunidad.

Contacto:

Servicios Generales

San Bernardo 99 bis

28015 Madrid

Teléfono: 91.444.10.00

Fax:91.593.48.82

e-mail: correo@caritas.es

www.caritas.es

Traperos de Emaús, organización internacional con algunas delegaciones en el Estado español. Para más información visite la Web:

www.emaus.es

¹⁹¹ El recorrido del hilo: aspectos sociales, ecológicos y sanitarios del consumo textil, (1997): Stiftung Verbraucherinstitut Berlín.

¹⁹² WIB, (1994): La exportación de ropa usada perjudica a la industria textil. WIB 7/94-XXI/148, p. 120

Fundación Deixalles, entidad sin ánimo de lucro constituida en las Islas Baleares.

Contacto:

Carretera Desviament, 48

07100 Sóller

Illes Balears

tel i fax: 971 632555.

e-mail: deixalles-soller@teleline.es

Asociación Reto a la Esperanza, funcionando desde 1986 y con implantación internacional, tiene sedes en casi todo el Estado español.

Contacto:

Sede Central

Barrio de Adarza, 26 A

39011 Santander

www.asociacionreto.org

e-mail: consultas@asociacionreto.org

Fundación Engrunes, constituida en Cataluña en 1982, es una fundación de iniciativa social con gran implantación en Cataluña.

Contacto:

TEMPLE, 13-15

08038 BARCELONA (BARCELONA)

Tfno: 902360387 / 932360387

Fax: 932234989

www.engrunes.org