

CJ

CADERNO DE COMERCIO XUSTO

Monográfico sobre o téxtil

Número 5 | Maio 2015



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

Redacción: Carro de Combate e Coordinadora Estatal de Comercio Xusto

Traducción: Mondo Agit

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

Maquetación: Masgráfica
Madrid, maio de 2015

Esta obra atópase baixo unha Licenza Creative Commons Recoñecemento-NonComercial-CompartirIguual 3.0 Unported (CC BY-NC-SA 3.0).
Para ver unha copia desta licenza, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/legalcode>



Este caderno, así como a campaña na que se enmarca, forman parte dun proxecto financiado pola Axencia Española de Cooperación Internacional para o Desenvolvemento (AECID). O contido da devandita publicación é responsabilidade exclusiva dos seus autores e autoras e non reflicte necesariamente a opinión da AECID.



	TIRA DO FÍO PARA SABER QUE HAI DETRÁS DA ROUPA QUE POS	4
1	INTRODUCCIÓN. BREVE PERCORRIDO HISTÓRICO SOBRE O ALGODÓN	5
	King Cotton	6
	O caso de España	7
2	O MERCADO GLOBAL DO TÉXTIL E OS SEUS DESEQUILIBRIOS COMERCIAIS	9
	Especulación e subsidios	11
	O sector téxtil en cifras	11
	Concentración do sector	12
3	A CADEA DE PRODUCCIÓN	13
	A extracción das fibras	14
	A preparación	15
	O taller de costura	15
4	AS CONDICIÓNIS LABORAIS	16
	Salarios indignos	16
	Traballo escravo	17
	O téxtil e a feminización da pobreza	18
	Traballo infantil no sector da moda	18
	Impacto na saúde	19
	Fustrigación aos sindicatos	21
5	O COMERCIO XUSTO COMO ALTERNATIVA	22
	En que se traducen os principios que defende o Comercio Xusto?	23
	Como contribúe a compra dun produto de Comercio Xusto á mellora das condicións de vida das e dos produtores?	
	Un exemplo práctico	24
	Como saber que un produto é de Comercio Xusto?	25
	Onde podo atopar produtos téxtiles de Comercio Xusto?	25
	Quen produce o téxtil de Comercio Xusto?	25
	Algunhas organizacións produtoras de algodón	26
	Organizacións que confeccionan roupa e outros artigos de téxtil	26
	Dúas experiencias de roupa de Comercio Xusto	27
	Eles e elas cóntannos que achega o Comercio Xusto	28
6	BIBLIOGRAFÍA E REFERENCIAS	29

Tira do fío para saber que hai detrás da roupa que pos

No noso país, cada persoa gasta arredor 437 euros en roupa ao ano, pero que sabemos, en realidade, sobre a roupa que poñemos?

As grandes marcas especializáronse no deseño e a distribución. Para abaratar custos, a confección subcontrátase con talleres téxtiles do sueste asiático, A India ou Marrocos, onde os traballadores –na súa maioría mulleres– cosen as pezas por soldos miserables durante xornadas laborais que se estenden durante 12, 14 e mesmo 16 horas diarias en talleres sen as mínimas condicións de seguridade e hixiene.

Así pois, as etiquetas da nosa roupa infórmanos sobre a súa composición, orixe, instrucións de lavado... pero hai moitas cousas que non din. Só catro exemplos:

- 21 millóns de persoas en todo o mundo traballan en condicións de traballo forzoso nas diversas formas que adopta a **escravitude moderna**, como a servidume por débedas. O téxtil e o traballo agrícola son os dous sectores en que esta explotación extrema está máis xeneralizada.
- **Producir uns vaqueiros require case 7000 litros de auga.**
- A India, Uzbequistán, A China, Bangladesh, Exipto, Tailandia e Paquistán son os países nos que hai unha maior **presenza de menores ao longo da cadea de produción** do téxtil.
- **Morte e confección** son un binomio frecuente polas pésimas condicións dos talleres téxtiles. Un edificio coñecido como Rana Plaza, que aloxaba catro fábricas de roupa en Bangladesh, derrubouse en 2013 e causou 1130 vítimas mortais e máis de 1500 persoas feridas.

Por este motivo, este caderno convídase a tirar do fío das inxustas realidades que agocha gran parte do téxtil convencional e a elixir Comercio Xusto, porque representa unha **alternativa** que non só lles garante uns ingresos adecuados aos traballadores e traballadoras, senón que achega moitos máis beneficios no ámbito individual, social e ambiental.

A Coordinadora Estatal de Comercio Xusto

É a plataforma que agrupa 29 organizacións vinculadas ao Comercio Xusto e que realiza tarefas de importación, venda final e/ou sensibilización no Estado español. O seu traballo céntrase en potenciar este sistema comercial alternativo e solidario e en darlles servizo ás entidades membro. Forma parte da Organización Mundial do Comercio Xusto (WFTO).

A finalidade da Coordinadora é a transformación da realidade social e das regras do comercio internacional a través da incidencia nas políticas públicas, a sensibilización e a mobilización da sociedade e o fortalecemento do sector de Comercio Xusto.

Día Mundial do Comercio Xusto 2015

Esta publicación forma parte dos materiais elaborados pola Coordinadora para conmemorar o Día Mundial do Comercio Xusto, que se celebra o 9 de maio. En 2015 decidimos centrarnos no sector téxtil porque consideramos imprescindible tirar do fío das inxustizas que se agochan tras a roupa que poñemos e reivindicar formas de produción alternativas ás actuais, onde se respecten os dereitos laborais das persoas traballadoras e o medio. ●

1. Introducción. Breve recorrido histórico sobre o algodón

A vestimenta foi unha necesidade humana desde hai miles de anos. As peles dos animais foron a primeira materia prima utilizada para cubrir o corpo, pero pouco a pouco os seres humanos foron experimentando con novos materiais e técnicas que permitiron obter tecidos máis resistentes e cómodos. Ás peles engadíronse fibras obtidas da la de animais, do cânabo ou da seda das eirugas.

Non obstante, probablemente a fibra que máis revolucionou a vestimenta, e que hoxe segue sendo unha das súas principais materias primas, foi o algodón. No ano 443 antes de Cristo, o historiador grego Herodoto deixaba reflectido nas súas *Historias* a existencia dunhas maravillosas plantas “que no canto de froita levan unha especie de la, que non só en beleza senón tamén en bondade avantaxa á das ovellas, e que lles serve aos indios para tecer os seus vestidos”¹. O algodón era entón unha planta estraña en Europa, aínda que fora utilizado durante séculos en lugares tan remotos como México ou Paquistán. O seu uso írriase estendendo aos poucos, pero sen demasiado brío, pois o procesamento desas esponxosas flores resultaba extremadamente laborioso pola dificultade de separar as fibras das sementes. Aínda haberían pasar varios séculos antes de se converter na fibra común que é hoxe en día.

O punto de inflexión viría da man de Eli Whitney, un precoz inventor estadounidense que revolucionaría o sector a finais do século XVIII cunha máquina que separaba de forma sinxela as fibras de algodón das vaíñas e das súas sementes. A descarozadora de Whitney supoñería tamén un novo impulso na cultura escravista dos acabados de nacer Estados Unidos, onde esta industria se sustentou no sometemento da poboación negra, ata o punto de que, nas principais zonas algodoceiras, os escravos supoñerían ata un 50 % da poboación total².

Ao mesmo tempo, en Inglaterra desenvolvíase rapidamente a industria téxtil, coa introdución de importan-



tes avances, como diferentes versións da fiadora, que multiplicaría a capacidade de produción das fábricas británicas. Inglaterra converteríase así no principal demandante do algodón norteamericano, nunha industria que se abastecía nun 80 % de algodón cultivado por escravos³.

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

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

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

King Cotton

Durante a Guerra Civil americana (1861-1865), o algodón converteuse nun importante elemento aglutinador dos estados escravistas do Sur que crían que o *King Cotton* (Rei Algodón) lles permitiría independizarse dos estados do Norte, máis industrializados e opostos á escravitude, e non caer na bancarrota. A súa derrota nesta contenda, coa subseguinte abolición da escravitude, sumouse a varias pragas que deixaron gravemente danado o sector algodoeiro; entón, os países europeos empezaron a mirar para as súas colonias asiáticas, e especialmente africanas, para abastecerse de algodón. Así foi como o esquema de traballo forzado que caracterizara os campos estadounidenses se replicou nas colonias, sobre todo na África Occidental.



Incendio da fábrica Triangle Shirtwaist en Nova York.

A explotación no sector non se limitou ao cultivo do algodón. As fábricas encargadas de converter as fibras en teas e roupas tamén sufrían duras condicións laborais. Nos primeiros anos da Revolución Industrial, a man de obra favorita dos propietarios das fábricas inglesas era a infantil, comparable en produtividade á adulta, pero moito máis barata⁴. En 1788, ata dous terzos da man de obra das fábricas en Inglaterra e Escocia era infantil⁵. Habería que esperar ata 1833 para que se lles prohibise traballar aos menores de 9 anos, e aos menores de 18 desempeñar oficios nocturnos. Tanto para eles como para as persoas adultas, as xornadas eran de polo menos 10 horas diarias e alcanzaban a miúdo as 14 horas a cambio de salarios de subsistencia. Tamén nos Estados Unidos as condicións das fábricas téxtiles eran moi duras e producíronse varios desastres que impulsaron a loita polos dereitos laborais no país. Entre eles destaca o incendio da fábrica Triangle Shirtwaist en Nova York, o 25 de marzo de 1911, no que morreron 146 traballadores, dos que 123 eran mulleres. A maioría eran persoas inmigrantes que acababan de chegar de Europa.

Tras a Segunda Guerra Mundial, comezou o declive da industria téxtil británica, acelerado en parte polo boicot da India ás súas teas, e o sector comezou a conformarse segundo os parámetros actuais de deslocalización e subcontratación en países pobres. Nun intento de salvar o que quedaba das súas industrias téxtiles, Estados Unidos e a Comunidade Europea, xunto con outros países industrializados, asinaron en 1974 o Acordo Multifibras, que establecía cotas máximas de importación de roupa dos países en desenvolvemento cara aos desenvolvidos. O acordo ía dirixido a combater a competencia que supoñían as industrias xurdidas en países como A China pero, no canto de protexer as industrias locais, desprazounas a outros países que non estaban incluídos no acordo como Sri Lanka, Filipinas, Tailandia, Indonesia ou Bangladesh. Este último, que se converteu hoxe no segundo exportador mundial de téxtil pero tamén nun dos países coas peores condicións laborais no sector, viu florecer a súa industria grazas a este acordo.

Nos anos noventa, co Acordo Multifibras aínda en vigor, o sector téxtil experimentou a transformación definitiva. A progresiva desregulación laboral nos países do Norte, unida á liberalización do comercio, as finanzas no ámbito global e o abaratamento dos custos do transporte marítimo permitiron un intenso proceso de des-

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

5. *Ibidem*.

En 2013, a moda supuxo un 2,7% do PIB español

localización da produción que, aínda que é transversal a todos os sectores da economía, no téxtil foi especialmente marcado.

A tendencia acelerouse cando o sector terminou de liberalizarse en 2005, ao expirar o Acordo Multifibras que en 1995 pasara a chamarse, tras algunhas modificacións, Acordo sobre os Téxtiles e o Vestido (ATV). Isto puxo fin ás cotas de importación, aínda que A China aínda se viu sometida a limitacións no incremento das súas exportacións cara a Estados Unidos e Europa⁶. O téxtil converteuse, desde entón, nunha mercadoría fundamental do comercio internacional.

O caso de España

O nacemento da industria en España, coma na maioría dos países europeos, estivo fortemente ligado ao sector téxtil. Durante décadas foi o motor da modernización e do crecemento económico, especialmente en Cataluña. Hoxe en día, o téxtil diminuíu a súa importancia no panorama económico nacional, pero segue sendo unha das principais industrias do país. Así, en 2013, a moda supuxo un 2,7 % do PIB español⁷. En termos de emprego, esta achega é aínda maior, co 4,2 % dos postos de traballo activos no mercado laboral, segundo o estudo. Na industria, o peso dos traballadores vinculados á moda representa o 7,6 % do total; na distribución, alcanza o 18 % dos postos de traballo.

A tendencia é, con todo, á baixa. Do mesmo xeito ca no resto do mundo, nas últimas décadas a evolución do sector español do téxtil e a confección caracterizouse pola deslocalización, a subcontratación da produción e o peche progresivo das pequenas empresas, debido ao incremento nas importacións de produtos téxtiles procedentes maioritariamente dos países asiáticos⁸. Con

todo, a partir de 2012 observouse un lixeiro aumento da produción industrial do sector como consecuencia da redución dos custos laborais en España⁹.

A maior parte das empresas que pecharon durante os últimos anos eran pequenas e medianas. Ao mesmo tempo, en España están situados algúns dos maiores grupos de distribución téxtil do mundo, como Inditex e Mango, e tamén conta con firmas de calzado de relevancia internacional, como Camper. Cunha facturación de case 16 mil millóns de euros en 2012, o Grupo Inditex non só é a empresa líder do mercado en España e no mundo, senón tamén un modelo empresarial innovador e de éxito, baseado no aforro de custos da distribución e no concepto coñecido como *fast fashion*, a moda rápida. Foron os creativos de Inditex os que decidiron aumentar a rotación da roupa: se o consumidor sabe que mañá talvez esa peza non estea máis na tenda, aumentará a súa tentación á compra compulsiva. Iso mesmo alimenta a diversidade das firmas e coleccións, que inclúe liñas baratas.

Inditex tamén innovou na súa política publicitaria: substituíu o gasto en anuncios de prensa e televisión por unha aposta decidida pola presenza en lugares céntricos e emblemáticos das cidades, con grandes escaparates que lle serven como a mellor publicidade. Unha **historia de éxito** cun protagonista, Amancio Ortega, que nalgúns círculos se presenta como o modelo que hai que seguir.

No referido ao consumo, cada persoa gasta aproximadamente 437 euros en roupa ao ano, segundo o informe *El sector textil y el gasto en prendas de vestir en España 2014*. Non obstante, estamos lonxe do gasto medio rexistrado noutros países. Así, en Italia, por exemplo, o gasto ascende a case 1492 euros por persoa, mentres que nos Estados Unidos, Alemaña e o Reino Unido se superan os 966 euros¹⁰.

Cada persoa gasta aproximadamente 437 euros en roupa ao ano

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

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

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

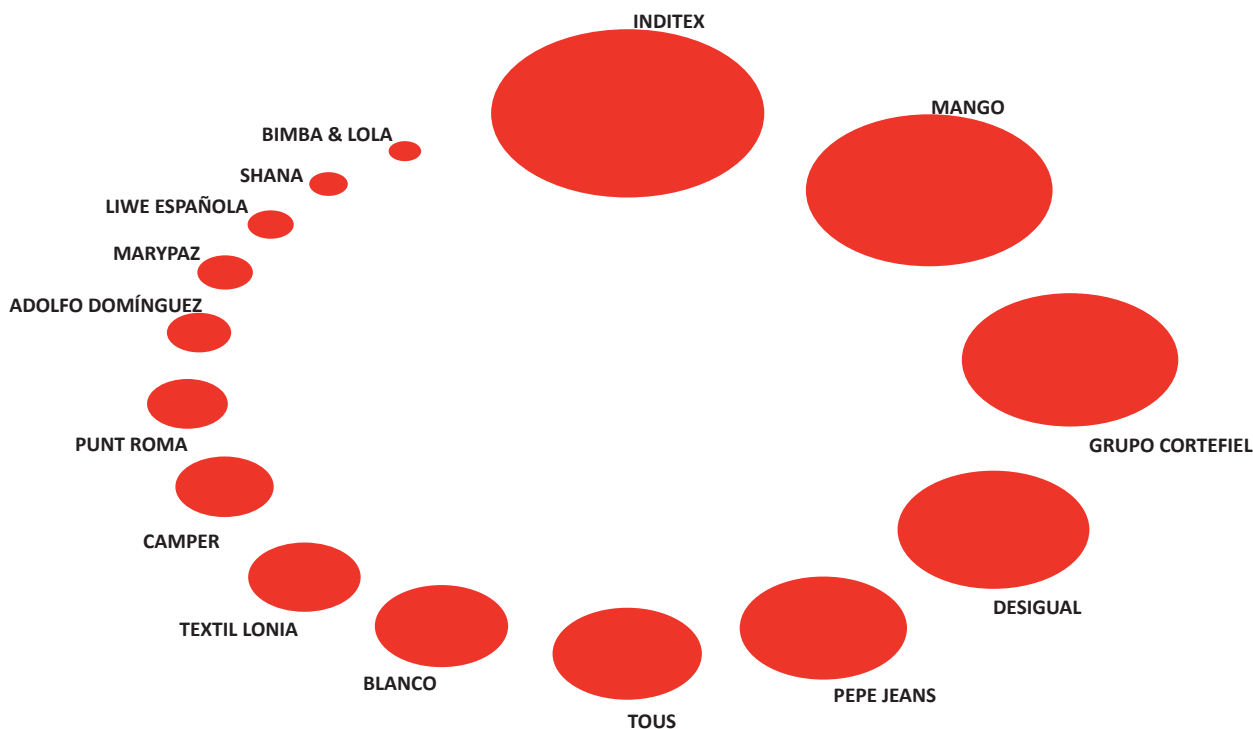
9. Ministerio de Industria, Enerxía e Turismo (2014). Presentaciones sectoriales. Sector Textil y Confección.

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

10. Informe elaborado pola escola de negocios EAE Business School, 2014.

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

As principais empresas españolas da moda¹²



INDITEX

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

MANGO

Cadeas: Mango, He by Mango, Mango Touch...
Facturación 2012: 1.691 M€
Tendas: 2.600 puntos de venda
Sede: Barcelona
Outros datos: Controlada por Isak Andic

GRUPO CORTEFIEL

Cadeas: Cortefiel, Women'secret, Springfield, Pedro del Hierro
Facturación 2011: 955 M€ (ejercicio pechado en febrero de 2012)
Tendas: 1.900 puntos de venda
Sede: Madrid
Outros datos: Propiedade de CVC, Pai e Permira

DESIGUAL

Cadeas: Desigual
Facturación 2012: 700 M€
Tendas: 330
Sede: Barcelona
Outros datos: Controlada por Thomas Meyer

PEPE JEANS

Cadeas: Pepe Jeans, Hackett
Facturación 2012: 463 M€ (ejercicio pechado en marzo de 2012)
Tendas: Máis de 300
Sede: Barcelona
Outros datos: Participada por Torreal, Artá Capital e L Capital

TOUS

Cadeas: Tous
Facturación 2011: 326 M€
Tendas: 400
Sede: Barcelona
Outros datos: Propiedade da familia Tous

BLANCO

Cadeas: Blanco y Blanco Accessories
Facturación 2012: Cerca de 300 M€
Tendas: 240 (proceso de peches)
Sede: Madrid
Outros datos: En preconcuro de acredores

TEXTIL LONIA

Cadeas: CH, Purificación García
Facturación 2011: 252.45 M€
Tendas: 70 (PG) y 100 (CH)
Sede: Ourense
Outros datos: Propiedade da familia Domínguez

CAMPER

Cadeas: Camper, Camper Together
Facturación 2012: Máis de 200 M€
Tendas: 150
Sede: Mallorca
Outros datos: Propiedade da familia Fluxá

PUNT ROMA

Cadeas: Punt Roma
Facturación 2011: Máis de 200 M€
Tendas: Máis de 200
Sede: Barcelona
Outros datos: Empresa familiar

ADOLFO DOMÍNGUEZ

Cadeas: Adolfo Domínguez, U
Facturación 2012: 148,45 M€
Tendas: 695
Sede: Ourense
Outros datos: Cotiza en bolsa

MARYPAZ

Cadeas: MaryPaz
Facturación 2012: 176 M€
Tendas: Máis de 400
Sede: Sevilla
Outros datos: Propiedade da familia Aguaded

LIWE ESPAÑOLA

Cadeas: Inside, Inside Shoes
Facturación 2012: 111,1 M€
Tendas: 294
Sede: Murcia
Outros datos: Cotiza en bolsa

SHANA

Cadeas: Shana, Double Agent
Facturación 2012: 100 M€
Tendas: Máis de 200
Sede: Barcelona
Outros datos: Propiedade da Julián Imaz

BIMBA & LOLA

Cadeas: Bimba & Lola
Facturación 2012: 70 M€
Tendas: 160
Sede: Vigo
Outros datos: Propiedade da familia Domínguez

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

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

2. O mercado global do téxtil e os seus desequilibrios comerciais

O termo globalización é, segundo Gisela Notz¹³, un invento das escolas de administración americanas que “suxire que tan só sobreviven as empresas que se adecúan a tempo e sen contemplacións a unha nova competencia global”, coma se só puidese sobrevivir a empresa que ingresa nese xogo da globalización do capital. Nos últimos 30 anos, as transnacionais consolidáronse como actores protagonistas do sistema económico, con crecente influencia política; os grandes *holdings* verticais –isto é, os grupos empresariais que encadeaban os diferentes momentos da cadea de produción– foron evolucionando cara a firmas que conservan para si só as actividades máis rendibles de cada sector e externalizan todo o demais a través de densas redes de subcontratas. Se isto é así en toda a economía, o téxtil é un dos sectores no que isto sucedeu de maneira máis xeneralizada e visible. Moitas grandes firmas non posúen un só taller de costura. Especializáronse no deseño e a distribución e a confección déixase a empresas subcontratadas que teñen a súa base en países con custos laborais moi baixos. Desta forma, quedan co máis lucrativo do negocio, que é a distribución, limitan a súa intervención na cadea de produción e, ao mesmo tempo, internacionalízanse, ata compoñer grupos de distribución téxtil cada vez maiores e presentes nas rúas de todo o mundo globalizado.

Na práctica, o que se chamou globalización é unha nova forma de organización da produción e da distribución da riqueza global, que congrega dous fenómenos de calado e alcance universal: a deslocalización da produción e a crecente importancia das empresas transnacionais (ETN). A interacción de ambos os procesos levou, como vimos, a unha disolución das responsabilidades, unha baixada internacional dos salarios e a consolidación do poder corporativo, cunha influencia política cada vez maior.

A día de hoxe, o téxtil é, talvez, o sector da economía global no que se reproduce de maneira máis gráfica a

©JUN-YUTAKA NAGATA



estrutura de produción e comercialización do sistema económico capitalista na súa fase da globalización. O algodón e outras fibras viaxan aos talleres téxtiles do sueste asiático, A India ou Marrocos, onde os traballadores, na súa gran maioría mulleres, cosen a roupa en lamentables condicións laborais, de seguridade e hixiene. Os donos dos talleres véndenlles a roupa ás grandes firmas da moda internacional, que comercializan os seus exclusivos deseños nos escaparates de París, Madrid ou Milán, nunha cadea que a miúdo antepón unha alta

Moitas grandes firmas especializáronse no deseño e a distribución e a confección déixase a empresas subcontratadas

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



© UN-GRANT MCFEAN

rendibilidade económica por encima de calquera outra consideración social ou ambiental.

O sector téxtil e do calzado terminou por conformar un mercado global no que sobresaen un puñado de corporacións multinacionais, cada vez máis concentradas, e unha diáspora de maquías; é dicir, talleres situados en países en vías de desenvolvemento, que aproveitan as “vantaxes” da man de obra barata e que se vinculan ás multinacionais do sector a través de redes de subcontratación ás veces complexas. A fase de produción deslocalízase nos países do Sur, sobre todo do sueste asiático, onde os baixos soldos baten récords. Bangladesh conserva esa triste honra cun salario mínimo de 50 euros ao mes, malia a importante subida do 77 % que se produciu despois do terrible derrubamento do edificio Rana Plaza, onde operaban varios talleres téxtiles, que se saldou con 1130 mortes e máis de 1500 persoas feridas¹⁴.

Ante as subidas de salarios en Asia, a industria comeza a desprazarse a África, a países como Etiopía e Sudáfrica¹⁵. Mentres, os xigantes da distribución e da moda como Inditex, Gap e H&M loitan por facerse con novos mercados a través de detallados plans de expansión internacional.

Estas condicións laborais que sinalamos son froito, en boa parte, dos desequilibrios comerciais que se dan na industria do téxtil, a cal sufriu un importante proceso de liberalización durante as últimas décadas que levou a deslocalizar a produción a países pobres, mentres que as actividades máis rendibles seguen controladas por grandes multinacionais europeas e estadounidenses. Neste

sentido, a Organización Mundial do Comercio (OMC) define o sector téxtil da seguinte maneira:

“O sector téxtil é ao mesmo tempo unha industria intensiva en traballo e con baixos salarios e un sector innovador, segundo o segmento do mercado no que un se centre. No mercado da moda de alta calidade, a industria caracterízase pola tecnoloxía moderna, os traballadores e deseñadores relativamente ben pagados e un alto grao de flexibilidade [...]”¹⁶.

Esta definición do informe da OMC pon de manifesto as grandes diferenzas que se dan dentro da propia industria téxtil. Así, o 60 % da produción mundial de roupa concéntrase en Asia, pero as grandes pasarelas aínda seguen sendo París, Nova York, Milán e Londres. Con todo, organizacións internacionais como o Fondo Monetario Internacional (FMI) ou o Banco Mundial defenderon durante décadas a bonanza do sector téxtil á hora de reducir a pobreza naqueles países nos que se instala. Varios estudos sinalaron, por exemplo, como o sector contribuíu a reducir a porcentaxe de persoas baixo o limiar da pobreza en Cambodja. Non obstante, os sindicatos do país denuncian que as estatísticas apenas se actualizaron e non se incluíu o aumento dos prezos rexistrado durante os últimos anos. En 2008, o xornal local *Phnom Penh Post* publicou que preto de 30.000 mulleres deixaran os seus postos de traballo nas fábricas en apenas seis meses para traballar en bordeis ou establecementos similares, debido á inflación¹⁷.

Por outra banda, como sinala Albert Sales i Campos na súa *Guía para vestir sin trabajo esclavo*¹⁸, hai un denominador común entre os países que albergan grandes centros de produción téxtil: todos eles están fortemente endebedados coa banca privada e coas institucións internacionais, como o FMI e o Banco Mundial, que lles

***No caso do algodón,
o papel dos axentes
especuladores é máis
importante ca noutras
materias primas***

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

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

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

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

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

Deslocalización

ALGODÓN*							
Países produtores		Países exportadores		Países consumidores		Países importadores	
A China	27,2	EUA	31	A China	39,92	A China	25
A India	25,7	A India	16	A India	17,69	Bangladesh	13
EUA	10,7	Australia	8	Paquistán	9,34	Turquía	10
Paquistán	7,8	Uzbequistán	8	Turquía	4,80	Vietnam	9
O Brasil	6,6	O Brasil	7	O Brasil	3,90	Indonesia	8

Fonte: elaboración propia a partir dos datos extraídos da web http://es.cottoninc.com/MonthlyEconomicLetter_ES/#3

*Porcentaxe respecto do total

impuxeron a estes países plans de axuste orientados á exportación e á mellora da competitividade. Algo moi proveitoso para as elites locais pero que ten aos traballadores entre os seus principais perdedores.

Especulación e subsidios

No caso do algodón, entran en xogo tamén os mercados financeiros que desestabilizan os prezos. Nestes mercados, as materias primas poden venderse en tempo presente –hoxe compro, hoxe recibo– pero, en xeral, adoitan comercializarse baixo a forma de futuros ou de opcións. No primeiro caso, comprador e vendedor comprométese a intercambiar unha mercadoría no futuro, pero ao prezo de mercado do día no que se chegou ao acordo. No segundo, o comprador obtén un dereito para comprar unha mercadoría, pero non ten a obriga de facelo.

Estes mercados de futuros son, en realidade, prazas de especulación e os contratos rara vez se materializan: segundo a Organización das Nacións Unidas para a Alimentación e a Agricultura (FAO), no 98 % dos casos non hai transacción da mercadoría e o contrato cancelase ou revéndese antes¹⁹. Como ocorre con tantas outras materias primas que tamén cotizan nestes mercados, a acción dos especuladores fai case imposible para os pequenos agricultores e agricultoras prever os prezos de antemán e calcular así os seus ingresos e custos. No caso do algodón²⁰, ademais, o papel dos axentes especuladores é máis importante ca noutras materias primas, segundo apunta o Banco Mundial. Así, mentres que para outros produtos se desenvolveron mercados paralelos onde se lles compran as materias primas directamente aos produtores, no caso do algodón estes mercados seguen xo-

gando un papel fundamental debido aos altos custos de transacción²¹.

A isto engádense os subsidios ao cultivo de algodón, especialmente nos Estados Unidos, que mantiveron os prezos baixos durante anos, o que afectou fundamentalmente a quen se dedica ao seu cultivo en países africanos, segundo a FAO. Este organismo asegura que a eliminación do apoio á produción de algodón en todo o mundo incrementaría os prezos deste produto ata un 11%²².

O sector téxtil en cifras

Na actualidade, os principais produtores mundiais de algodón son A China e A India, seguidos dos Estados Unidos, Paquistán e O Brasil. Tanto A China como A India e Paquistán e, en menor medida, O Brasil²³ procesan as súas colleitas maioritariamente no mesmo país e utilízanas para alimentar as súas propias industrias. Non obstante, os Estados Unidos exporta a súa produción subsidiada, como xa apuntamos, fundamentalmente á China, Turquía, Vietnam e México²⁴. Ao igual que sucede con outras mercadorías, o sector sufriu a competencia desleal das políticas comerciais dos Estados Unidos que, ao beneficiar os seus exportadores con subsidios gubernamentais, empuñan os prezos á baixa e compiten de forma desleal.

Entre os principais países importadores atópanse, ademais, os países do sueste asiático, que non producen algodón pero si teñen unha forte industria téxtil, como Bangladesh, Vietnam ou Indonesia.

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

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

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

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

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

24. National Cotton Council of America (2015).

PRINCIPAIS EXPORTADORES ²⁵				PRINCIPAIS IMPORTADORES ²⁶			
Téxtil		Pezas de roupa		Téxtil		Pezas de roupa	
A China	33,1	A China	38	UE	24,5	UE	38,5
A India	5,3	Italia	5	EUA	8,6	EUA	19,9
Alemaña	5,1	Bangladesh	5	A China	6,6	O Xapón	7,7
EUA	4,7	Alemaña	4	Vietnam	3,0	Canadá	2,1
Italia	4,6	Turquía	3	O Xapón	3,0	Rusia	2,10

Fonte: elaboración propia a partir de datos do ano 2012 ofrecidos pola OIT e a OMC. Porcentaxe respecto do total

Especialmente rechamante polas súas dimensións é o caso da China. Non soamente é o primeiro país produtor de algodón do mundo, senón tamén o primeiro importador. Con ambas as referencias, podemos facernos unha idea da cantidade inxente de algodón que necesita para abastecer a súa industria téxtil, punto que veremos a continuación.

A Organización Mundial do Comercio distingue nas súas estatísticas entre “téxtil” –aqueles produtos terminados ou non en cuxa composición interveñen materias téxtiles na súa totalidade ou en parte– e “pezas de vestir” –produtos téxtiles, excluídos da primeira categoría, que están destinados á vestimenta das persoas–. Así, segundo datos deste organismo internacional, en 2012 exportáronse 708.000 millóns de dólares en téxtil, dos que 423.000 millóns de dólares correspondían a pezas de roupa. En termos relativos, os téxtiles supoñen un 1,6 % das exportacións mundiais e un 2,5 % no caso das manufacturas, mentres que a roupa supón un 2,4 % (3,7 % para as manufacturas). En canto á tendencia, o ritmo de produción téxtil e de confección incrementouse no mundo a unha media anual aproximada do 1,2 %, pero concentrouse nos países en desenvolvemento, onde medrou ao 2,7 % anual e, máis en concreto, nos países asiáticos en desenvolvemento, cun 3,6 % anual²⁷. A China é, desde 2010, a principal exportadora de téxtil, cun 33 % do total do mercado de téxtiles e un 38 % para a roupa.

O espectacular crecemento económico da China durante os últimos anos cambiou substancialmente o mercado internacional de roupa. A pesar da subida de salarios no país, China adaptouse coa mecanización dos seus centros de produción, pero boa parte da produción

de menor calidade trasladouse ao sueste asiático. Por outra banda, o incremento do nivel de vida supuxo un aumento considerable da demanda do sector téxtil e as importacións desde o exterior incrementáronse durante os últimos anos de forma continua, procedentes precisamente de países menos desenvolvidos, como Bangladesh, ou Myanmar²⁸. Así, o esquema de desigualdade desta industria reproducíase de novo, pero neste caso lonxe do clásico modelo Norte-Sur.

Concentración do sector

Por outra banda, resulta especialmente rechamante o acelerado proceso de concentración e internacionalización das empresas deste sector, especialmente nos mercados occidentais. Así, segundo un estudo da Comisión Europea, aínda que a taxa de concentración do sector comerciante retalista de moda en Europa varía segundo o país, as grandes marcas controlan polo menos un 40 % do mercado no caso dos países mediterráneos e chegan a acaparar ata o 80 % en Inglaterra e nos países nórdicos²⁹.

O grupo galego Inditex, o sueco H&M e o estadounidense Gap repártense boa parte do pastel. En 2013, Inditex, o grupo fundado polo galego Amancio Ortega, que ten en Zara a súa firma insignia, mantivo o liderado mundial cunha cifra de negocio de 16.724 millóns de euros e 6340 tendas repartidas por 88 países. Ségueno H&M, cunha cifra de negocio de 14.497 millóns de euros e 3132 tendas, e a outra gran competidora, Gap, que alcanzou en 2013 a cifra de 11.708 millóns coa súa rede de 3450 tendas³⁰. O título tamén inclúe firmas de calzado e roupa deportiva, como Nike e Adidas, e as firmas de luxo, como Christian Dior³¹. ●

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

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

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

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

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

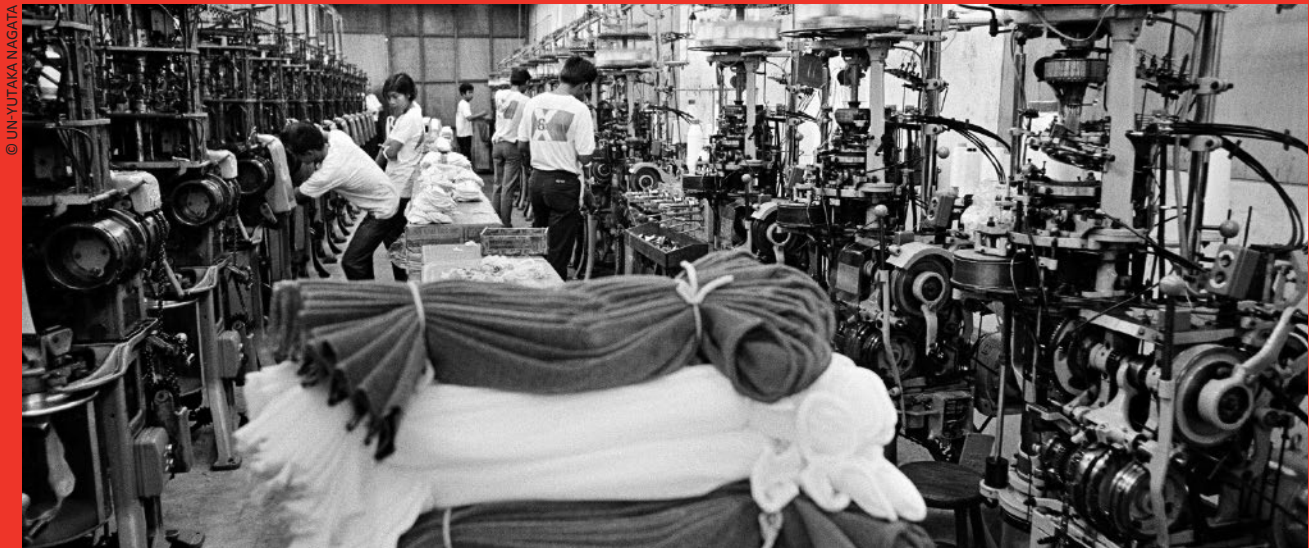
29. Comisión Europea (2010). *On Retail Services in the Internal Market. Accompanying document to the Report on Retail Market Monitoring: “Towards more efficient and fairer retail services in the Internal Market for 2020”*. Commission Staff Working Document.

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

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

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

3. A cadea de produción



© UN-YUITAKA NAGATA

Como apuntabamos na introdución deste caderno, a industria téxtil é un dos sectores que mellor representa a tendencia á deslocalización e á subcontratación ou tercerización que se consolidou no ámbito internacional durante as últimas décadas. Eva Kreisler, de SETEM/Campaña Roupas Limpas³², sinala que mediante as cadeas de subcontratación as multinacionais “deslocalizan a produción e tamén deslocalizan o risco; subcontratan responsabilidades”. As empresas non posúen os centros de produción e as subcontratas teñen que competir por conseguir os pedidos, o que supuxo unha dura competición en prezos, co consecuente empeoramento das condicións sociais e ambientais.

A estes provedores esixénselles, a miúdo, duras cláusulas nas que teñen que asegurar producións cambiantes, almacenamento e mesmo transporte, cunhas marxes de beneficio para as fábricas cada vez máis reducidas. Ante esta crecente presión, as pequenas factorías foron pechando en favor de centros máis grandes e os prove-

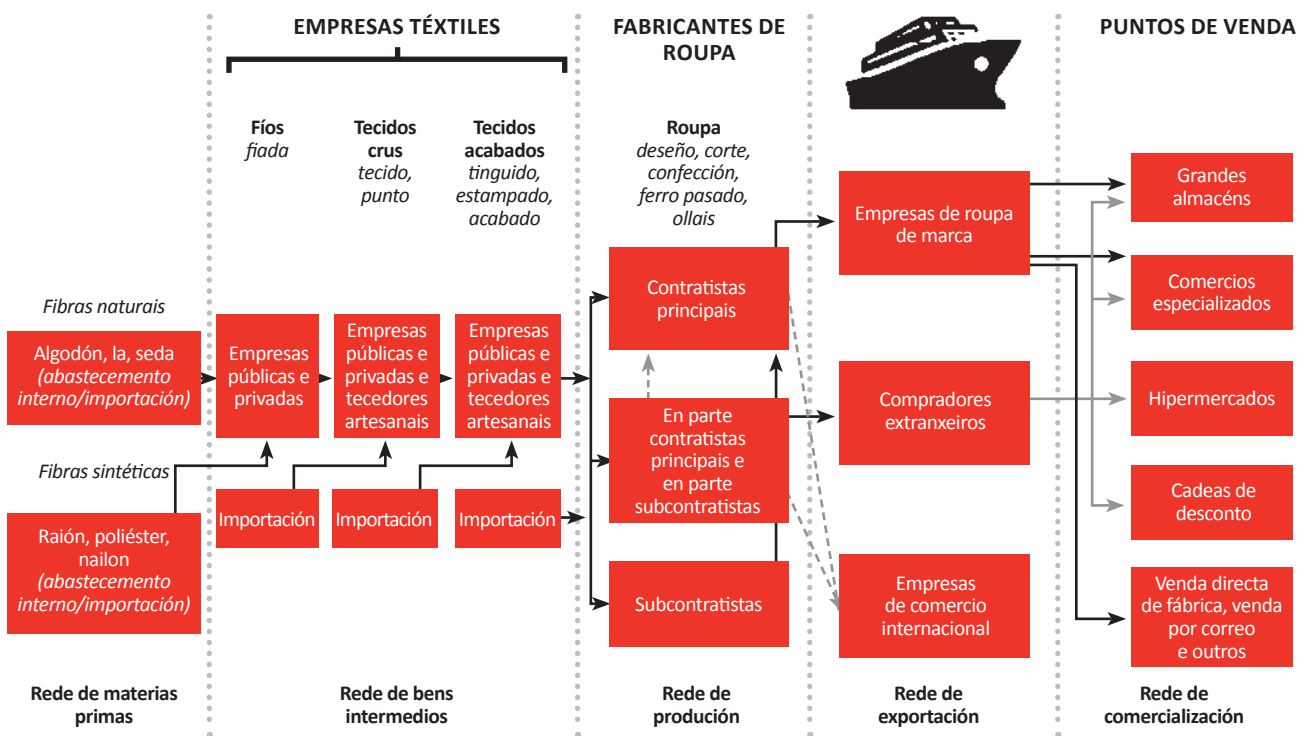
dores pasaron, por unha banda, a ser máis dependentes das grandes multinacionais de distribución –posto que estas, pola súa vez, tamén se concentraron– ao mesmo tempo que reforzaron a súa posición como actores na cadea de subministración³³. Así, a maior parte das multinacionais reduciu o número de provedores, polo menos en teoría, co obxectivo de reducir custos. Non obstante, na práctica, estes centros de produción seguen recorrendo a talleres ilegais e ao traballo nos fogares para satisfacer os esixentes pedidos da industria. Neste sentido, en moitos casos, sobre todo en países como Camboja ou A China, as condicións laborais dos centros de produción legais melloraron, pero a presión trasladouse aos traballadores e traballadoras informais que operan na sombra, como veremos máis adiante.

Esta lóxica de subcontratación e falta de transparencia non é exclusiva dos talleres de costura e afecta a toda a cadea de produción, desde a obtención das materias primas á distribución e o consumo.

32. A Campaña Roupas Limpas (CRL) é unha rede internacional de defensa dos dereitos humanos na industria da roupa e calzado deportivo. Desde 1989, traballa polo respecto dos dereitos fundamentais e polo empoderamento dos traballadores e das traballadoras. As organizacións membro inclúen sindicatos e ONG que cobren un amplo abano de perspectivas e intereses, como dereitos humanos, incidencia política ou redución da pobreza. En Europa está presente en 17 países e, no ámbito mundial, colabora cunha rede formada por máis de 250 organizacións e sindicatos nos países produtores de roupa e con organizacións de defensa de dereitos laborais nos Estados Unidos, Canadá e Australia. www.cleanclothes.org. En España, SETEM é a súa organización coordinadora. www.ropalimpia.org

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

Cadea de subministración dos sectores dos téxtiles e o vestido



Fonte: Organización Internacional do Traballo. www.oit.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_300643.pdf

A extracción das fibras

Tradicionalmente, a industria téxtil expandiuse vinculada a fibras naturais como a la, o liño ou a seda. Non obstante, nos últimos anos estendeuse o uso de fibras artificiais que proceden do petróleo, como poliamida, poliacril, viscosa, elastán, nailon, raión ou poliéster. Este tipo de materiais xa representa ao redor da metade da demanda mundial. Con todo, existe unha materia natural

que conserva o seu protagonismo no téxtil contemporáneo: o algodón.

O cultivo intensivo de algodón supón importantes impactos sociais e ambientais. Para empezar, porque é un gran consumidor de auga. Ademais, é unha das plantas que máis produtos químicos absorbe. Segundo FEM Internacional³⁴, o algodón supón o 2,4 % da área cultivable no mundo, pero acumula o 25 % dos insecticidas e o



O algodón supón o 2,4 % da área cultivable no mundo, pero acumula o 25 % dos insecticidas e o 10 % dos praguicidas

34. FEM é unha organización non gobernamental fundada en Canadá en 2005 que, segundo a súa páxina web, axuda as mulleres no mundo para independizarse como "individuos, cidadás, empresarias e líderes das súas comunidades". Os seus proxectos céntranse en industrias cunha forte presenza de emprego feminino, como a industria téxtil, a moda ou a artesanía.

Producir uns vaqueiros require case 7.000 litros de auga se se suman os recursos necesarios para o cultivo, o branqueo do algodón, a tinguidura e o prelavado

10 % dos praguicidas. Os riscos aumentan co avance do algodón transxénico Bt³⁵, alterado xeneticamente para producir unha toxina insecticida. Os impactos sociais do algodón transxénico son similares aos doutros OXM (organismos xeneticamente modificados). Dun lado, requiren un uso máis intensivo de agroquímicos, algúns deles perigosos para a saúde³⁶; doutra banda, o algodón transxénico resulta rendible para os grandes monocultivos e non tanto para os pequenos produtores, que deben facer investimentos en tecnoloxía e comprar sementes máis caras –as Bt son moito máis custosas ca as sementes convencionais–. Isto provoca que os campesiños terminen por endebedarse e, moitas veces, se vexan obrigados a abandonar as súas terras³⁷.

A preparación

Unha vez obtidas as fibras, queda por diante un longo proceso ata que o teci do estea listo para a costura: preparación das fibras, fiado e tecido, gaseado e desenrollado, tinguidura, estampación –con uso de colorantes ás veces tóxicos– etcétera. A maioría deses pasos resulta contaminante para o medio e tóxico para a saúde de quen traballa. Así, o descarozo, que é o seguinte paso despois da recollida do algodón, produce moitos refugallos e a exposición ao po de algodón pode provocar enfermidades respiratorias graves, como

a bisinose. O lavado dos tecidos adoita supoñer un abundante uso de deterxentes, suavizantes e outras substancias que a miúdo son tóxicas. O mesmo sucede co branqueo e tinguidura das teas, que provoca un importante consumo de auga e a súa contaminación cando non se realiza en condicións óptimas. Segundo FEM Internacional, producir uns vaqueiros require case 7000 litros de auga se se suman os recursos necesarios para o cultivo, o branqueo do algodón –que de forma natural é beixe–, a tinguidura e o prelavado característico destas pezas. Iso, por non falar de certas técnicas de tinguidura que resultan moi agresivas para a saúde dos traballadores, como o *sandblasting*³⁸, que analizaremos máis adiante.

O taller de costura

No sector téxtil, a explotación laboral é a norma máis ca a excepción. Segundo o informe *Salarios dignos*³⁹ da Campaña Roupas Limpas, ningunha das 50 compañías líderes do sector téxtil no mundo garante salarios dignos, a pesar de que así o recollan nos seus manuais de responsabilidade social corporativa (RSC). A estrutura de poder global permitiu, como viamos, que as empresas do sector, reducidas aos labores de deseño, distribución e comercialización, encarguen a produción alí onde os salarios son máis reducidos e as condicións de sindicación, máis precarias. Os países do sueste asiático atraeron os investimentos do sector téxtil por brindar os salarios mínimos legais máis baixos do mundo, con países como Bangladesh e Vietnam á fronte. Tratarémolo amplamente no próximo capítulo. ●

Ningunha das 50 compañías líderes do sector téxtil no mundo garante salarios dignos

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

36. Segundo Greenpeace, ata 26 praguicidas químicos diferentes, algúns deles clasificados como extremadamente ou altamente perigosos pola Organización Mundial da Saúde. Ademais, a situación empeora co paso do tempo, pois as pragas vanse facendo máis resistentes e é necesario utilizar cada vez máis agroquímicos.

37. Documental *Nero's Guest*, sobre os suicidios de campesiños na India: www.youtube.com/watch?v=4q6m5NgrCJs

38. O *sandblasting* é a técnica máis utilizada para destinguir vaqueiros e darlles un aspecto desgastado. Consiste en aplicar chorros de area a presión sobre a tea. Como veremos máis adiante, esta técnica provoca serios casos de silicose nos traballadores que poden provocar a morte en poucos anos.

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

4. As condicións laborais



© UN-GRANT M'CLEAN

A industria téxtil é unha das máis sinaladas no que respecta ás condicións laborais: o salario medio no mundo globalizado é de 6 euros diarios para quen confecciona a nosa roupa, nun sector que move diariamente 34.000 millóns de euros só en Europa⁴⁰. O 80 % dos traballadores do téxtil e confección son mulleres⁴¹, e cada vez máis delas viven nos países do sueste asiático e A India, que atraen os investimentos do sector coa súa “vantaxe comparativa”: os baixos salarios, as xornadas extenuantes e unhas pésimas condicións de seguridade e hixiene. En Cambodja, manifestacións de centos de miles de traballadoras esixen melloras salariais, en tanto que en Bangladesh reclaman melloras en seguridade. Viven si-

tuacións críticas mentres as grandes empresas do sector acumulan beneficios millonarios.

Salarios indignos

Durante os últimos anos, a Organización Internacional do Traballo (OIT) empezou a chamar a atención sobre un fenómeno cada vez máis estendido nos centros de produción de medio mundo: o dos “traballadores pobres”. É dicir, aquelas persoas que, aínda tendo un emprego, viven con menos dun dólar diario por cada membro da súa familia. Segundo a OIT, un 30 % da forza de traballo mundial, 910 millóns de traballadores e traballadoras⁴², entraría dentro desta definición. Son, por exemplo, quen traballan nas chamadas *sweatshops* (maquías que atraen as multinacionais polos seus baixos custos). De aí a necesidade de falar de “salario digno” que, segundo a definición da OIT, sería aquel que permite gañar suficiente diñeiro para que a persoa traballadora e a súa familia escapen da pobreza, non só de forma temporal senón permanente.

O informe de *Salarios dignos*⁴³ da Campaña Roupa Limpa subliña como, a pesar de enfrontar xornadas de 12 e 14 horas, as traballadoras do sector obteñen salarios que están moi lonxe de axudalas a saír da pobreza. No caso de Cambodja, o recente incremento do salario mínimo a 128⁴⁴ dólares mensuais queda aínda lonxe dos 283 dóla-

O salario medio no mundo globalizado é de 6 euros diarios para quen confecciona a nosa roupa

40. Segundo o citado informe *Salarios Dignos*.

41. *Ibíd.*

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

43. *Op. cit.*

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

res que a Asia Floor Wage Alliance⁴⁵ calcula que serían necesarios para cubrir as necesidades das e dos traballadores. A Campaña Roupas Limpas repasa a actuación das empresas líderes do sector, entre elas as españolas, e conclúe que marcas como Inditex, Mango e Desigual deben desenvolver parámetros que garantan o pagamento dun salario digno e publicar información respecto disto. Estas condicións laborais mantéñense grazas á debilidade ou inexistencia dos sindicatos, como veremos máis adiante.

Non obstante, o problema non é exclusivo dos países do Sur. Os países industrializados tamén sofren a dureza do sector nas súas cadeas de produción. Segundo o Worker Rights Consortium⁴⁶, ata un 43 % dos traballadores e traballadoras do sector nos Estados Unidos non cobra o mínimo estipulado e un 71 % non cobra polas horas extras realizadas. Os datos da Fair Labor Association, que inclúen tamén os centros téxtiles europeos, son igualmente alarmantes: un 58 % dos provedores non paga o mínimo e un 68 % négase a remunerar as horas extraordinarias⁴⁷.

Nos últimos anos, a sociedade civil denunciou este tipo de situacións. Con todo, os intentos por mellorar a situación chocan cunha realidade: a globalización provoca que o sector da moda busque sempre os custos máis baixos e, polo tanto, quen eleve os salarios mínimos exponse a perder os investimentos estranxeiros, que migran a países veciños que ofrecen as condicións máis “vantaxosas”. As empresas viven en contradición constante entre a lóxica da competitividade no mercado e os seus códigos de responsabilidade social corporativa, que expoñen todo o que a empresa debería facer para ser socialmente responsable, pero sen ningunha obriga legal.

Traballo escravo

Alí onde os salarios non son o bastante baixos como para atraer os investimentos globais, o recurso dos empregadores do téxtil radica na clandestinidade. A Organización Internacional do Traballo (OIT) calcula que ao redor de 21 millóns de persoas en todo o mundo traballan en condicións de traballo forzoso nas diversas formas que adopta a escravitude moderna, como a servidume por

A globalización provoca que o sector da moda busque sempre os custos máis baixos e, polo tanto, quen eleve os salarios mínimos exponse a perder os investimentos estranxeiros

débedas. O téxtil e o traballo agrícola son os dous sectores en que esta explotación extrema está máis xeneralizada.

Na Arxentina, por exemplo, o téxtil emprega o 78 % dos traballadores e traballadoras en negro do país, segundo a propia Cámara da Industria Indumentaria. Na maioría dos casos, trátase de migrantes e a maioría deles é de orixe boliviana. Moitas veces son captados no seu país de orixe por coñecidos ou familiares. Foi o caso de Delia, cuxo testemuño se aproxima máis a unha situación de escravitude ca de explotación laboral⁴⁸. Foi captada mediante enganos coa promesa de dólares fáciles e, unha vez en Buenos Aires, retivéronlle os documentos e foi obrigada a traballar gratis, ata 16 horas diarias, para cubrir os gastos da viaxe e da alimentación.

A situación é moi parecida en São Paulo, onde tamén é a migración boliviana a que sostén a produtividade do sector téxtil, grazas a talleres clandestinos que provén a grandes marcas. Cada ano, as autoridades desmantelaron este tipo de talleres e “liberaron” a quen traballa aí, na súa maioría, bolivianos ou peruanos.

45. A Asia Floor Wage Alliance, ou Alianza por un Salario Digno en Asia, na súa tradución ao galego, é unha rede de sindicatos, organizacións laborais e de dereitos humanos e outras asociacións que traballa para calcular e esixir un salario mínimo vital para os traballadores en Asia. Teñen membros na India, Bangladesh, Cambodja, Indonesia, Sri Lanka, Tailandia, A China e Hong Kong

46. Worker Rights Consortium é unha organización independente que vivía o cumprimento dos dereitos dos traballadores para combater as chamadas *sweatshops*.

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

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

Pola súa banda, en Asia destaca o caso da India, onde está estendido, fundamentalmente no sur do país, o sistema de Sumangali, un esquema de emprego infantil no que as mozas, case sempre menores de 18 anos, traballan entre 3 e 5 anos en talleres téxtiles para poder pagar despois o seu dote⁴⁹. Tal e como denunciou SOMO⁵⁰ no seu recente estudo *Flawed Fabrics (Teas imperfectas)*⁵¹, as condicións de traballo son tan duras –con xornadas de 60 horas semanais, e mesmo máis, e a miúdo cunha restrición total dos movementos das aprendices–, e a paga tan escasa que foi considerado como unha forma de escravitude moderna.

O téxtil e a feminización da pobreza

O sector téxtil é un dos máis intensivos en forza de traballo e un dos máis feminizados: o 80 % son mulleres e a maioría son novas. A pesar diso, e tal como sinala a Campaña Roupa Limpa nos seus estudos, “na maior parte dos sitios gañan menos ca os homes, incluso polo mesmo traballo de operario cualificado⁵²”. Así, se no ámbito xeral as mulleres cobran entre un 10 % e un 50 % menos ca os homes por realizar traballos similares ou de valor comparable, esa brecha salarial é especialmente marcada no sector da confección.

Esta discriminación salarial implica que as mulleres “teñen maior probabilidade de estar desnutridas e caerán dun fogar decente, acceso a asistencia médica

O sector téxtil é un dos máis intensivos en forza de traballo e un dos máis feminizados: o 80% son mulleres e a maioría son novas

e servizos comunitarios como auga limpa e condicións de salubridade⁵³”. Ademais, como se ven obrigadas a traballar máis para chegar a final de mes, é común que sufran esgotamento e lesións causadas pola tensión e a sobrecarga de traballo.

O téxtil é, polo tanto, un bo exemplo de como a globalización provocou a feminización da pobreza (Notz, 2006), como o demostra que un 70 % das persoas en situación de pobreza no mundo sexan mulleres e nenas. No caso da confección, esa pobreza aparece vinculada á condición de migrantes de moitas traballadoras, que se desprazan desde as zonas rurais ás cidades, dentro do seu propio país, e tamén ao estranxeiro para atopar un traballo para poder manter as súas familias. Estes empregos adoitan ser ilegais, polo que estas mulleres carecen de protección legal e, de atrevérense a protestar, son ameazadas coa deportación. Separadas das súas familias e da súa comunidade, estas mulleres –na súa maioría adolescentes– adoitan vivir amoreadas con outras traballadoras coma elas para poder enviar diñeiro á casa.

As mulleres representan varias “vantaxes” para as empresas. En primeiro lugar, consideran que as súas mans son máis áxiles para a costura, corte e confección. A miúdo contan con menos organización sindical e é máis fácil contratalas por un breve espazo de tempo e un salario moi baixo, pois asúmese que o ingreso familiar principal é o do home. Pero non sempre é así. Os estudos demostran (Notz, 2006 cita a Mies, 1996) que, no ámbito mundial, son as mulleres, cada vez en maior medida, as que asumen a responsabilidade do sostemento das familias. En termos económicos, ocúpase non só das tarefas de reprodución –o traballo doméstico, o coidado–, senón tamén da produción, e para iso desenvolven creativos modos de organizar a súa supervivencia.

Traballo infantil no sector da moda

A Organización Internacional do Traballo establece os 15 anos como a idade mínima para empezar a traballar e só en casos excepcionais poderá reducirse aos 14 anos. No caso de “todo tipo de emprego ou traballo que pola súa natureza ou as condicións en que se realice poida resul-

49. Aínda que o sistema do pagamento de dotes é ilegal na India desde os anos sesenta, socialmente segue vixente en moitas áreas.

50. O Centro para a Investigación de Corporacións Multinacionais (SOMO) é unha ONG de orixe holandesa que investiga o impacto das empresas multinacionais desde 1973.

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

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

53. Ibídem.

tar perigoso para a saúde, a seguridade ou a moralidade dos menores non deberá ser inferior a dezaoto anos” (artigo 3, Convenio sobre a idade mínima, 1973)⁵⁴. Non obstante, o traballo infantil está presente ao longo de toda a cadea de produción do téxtil, desde o cultivo do algodón á fabricación de teas, terminando nos talleres e fábricas de corte e confección.

Non hai, con todo, datos concretos sobre cantas nenas e nenos traballan nesta industria. Segundo SOMO, A India, Uzbequistán, A China, Bangladesh, Exipto, Tailandia e Paquistán son os países nos que hai unha maior presenza de menores ao longo da cadea de produción do téxtil⁵⁵. O último estudo do Departamento de Traballo dos Estados Unidos⁵⁶ engade, ademais, os casos da Arxentina, O Brasil e Cambodja, un país que non fora incluído en informes anuais anteriores.

Un dos escenarios máis dantescos é o da recollida de algodón. Uzbequistán é o mellor exemplo diso. Cada mes de setembro, mentres nenos e nenas de medio mundo comezan as súas clases, a mocidade uzbeca deixa as aulas e vai aos campos. Durante horas, é obrigada a recoller quilos de algodón que acaban na súa maioría en Europa. A colleita do “ouro branco” está organizada desde o mesmo goberno, que consegue coa súa venda unha das súas principais fontes de ingresos. Neste gran campo de traballo forzado non só participan nenos e nenas; tamén empregados do goberno, como médicos ou profesores, son ameazados con perder os seus traballos se non traballan na campaña. Aproximadamente un millón de persoas⁵⁷ é recrutado cada ano.

Na India, o uso de man de obra infantil neste sector tamén é habitual. Así, nos estados de Gujarat, Andhra Pradesh, Tamil Nadu e Karnataka, que supoñen o 90 % da produción total do país, case 400.000 menores de 18 anos participaron na campaña de recollida no ano 2010. A metade tiña menos de 14 anos. Porén, o número reduciuse nun 25 % desde a campaña de 2006⁵⁸.

A presenza de menores nas fábricas diminuíu notablemente cos anos, especialmente desde que, na década dos noventa, diversas informacións fixesen público o feito de que firmas deportivas como Nike ou Adidas em-

O traballo infantil está presente ao longo de toda a cadea de produción do téxtil

pregaban man de obra infantil, a través de provedores contratados en países do sueste asiático. Desde entón, xeneralizáronse as inspeccións e auditorías a estas fábricas. Non obstante, os propietarios conseguen a miúdo esconderlles a súa presenza aos auditores, ao mesmo tempo que non comprobando de forma correcta as identificacións dos traballadores e traballadoras, que a miúdo menten sobre a súa idade. É algo habitual en países con máis control, como Cambodja.

Por outra banda, moitas destas fábricas seguen recorrendo a talleres clandestinos ou traballo caseiro, onde a supervisión sobre a presenza de menores é inexistente. En Marrocos, miles de nenas incorpóranse durante os períodos vacacionais aos talleres téxtiles como supostas aprendices, segundo un informe da Campaña Roupas Limpas publicado en 2011⁵⁹. Terminan realizando o mesmo traballo ca as adultas pero cobrando só un 40 % do salario mínimo.

Impacto na saúde

O 24 de abril de 2013, o Rana Plaza, un edificio de oito plantas que albergaba talleres téxtiles derrubouse en Savar, unha localidade próxima á capital de Bangladesh, Dacca. Morreron 1130 persoas, nunha crónica xa anunciada. En Bangladesh non só os custos salariais son ínfimos, senón que as condicións laborais de seguridade e hixiene son pésimas.

Pronto se soubo que as empresas locais do Rana Plaza eran provedoras de firmas internacionais e o impacto internacional da noticia obrigou a varias marcas a reunirse e anunciar melloras nas condicións de seguridade. Tras unha intensa campaña internacional impulsada por sindicatos e organizacións de defensa dos dereitos huma-

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

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

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

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

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

59. Sales, Albert e Piñeiro, Eloísa. Campaña Roupas Limpas (2011). *La moda española en Tángier. Condiciones de vida y supervivencia de las obreras.*

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

O derrubamento do Rana Plaza abriu un debate internacional sobre as condicións laborais na industria téxtil

nos⁶⁰, 190 empresas de países da Unión Europea e Asia, así como de Canadá, Os Estados Unidos e Australia asinaron o Acordo sobre seguridade en edificios e prevención de incendios, mentres que 17 firmas estadounidenses, entre elas Gap e Wal-Mart, anunciaron que crearían o seu propio plan. Pola súa banda, o Goberno de Bangladesh anunciou o aumento do salario mínimo e aprobou unha nova lexislación laboral que inclúe a legalización dos sindicatos.

O derrubamento do Rana Plaza abriu un debate internacional sobre as condicións laborais na industria téxtil e fixo visible a relación directa entre estes talleres e as firmas da moda global. Case todas as grandes marcas estaban conectadas, de forma directa ou indirecta, coas fábricas sinistradas. Cando a vinculación era directa, as marcas víronse obrigadas a prometer compensacións para as vítimas, pero non todas as firmas cumpriron ese compromiso.



© RIJANS-FLICKR

Ademais das pésimas condicións nos talleres, nalgunhas ocasións os traballadores e traballadoras deben utilizar técnicas perigosas para tratar os tecidos. É o caso do *sandblasting*, unha das técnicas máis utilizadas no mundo para a descoloración de vaqueiros, co fin de darlles aparencia de envellecidos. O método consiste en aplicar chorros de area a alta presión sobre a tea, a miúdo sen ningún tipo de protección, o que pode xerar en poucos meses graves enfermidades pulmonares como a silicose, a enfermidade dos mineiros. A diferenza é o tempo. Os mineiros adoitan contraer a enfermidade tras décadas de traballo. Non obstante, no téxtil, cun ano é suficiente.

A principios da década de 2000, a industria de confección de vaqueiros comezou a concentrarse en Turquía. O *sandblasting* mudouse con ela. Poucos anos despois, en 2005, un médico observou unha relación entre os traballadores neste tipo de fábricas e os problemas respiratorios. As complicacións eran tales que moitos morrían. O Comité de Solidariedade cos Traballadores do Sandblasting⁶¹ calcula que, desde que se detectaron os primeiros casos ata xuño de 2010, polo menos 46 persoas do sector faleceron por silicose e todas desenvolvían a enfermidade mentres traballaban no *sandblasting*. No ano 2009, en Turquía prohibiuse o uso de sílice e a industria trasladouse a outros países como Bangladesh, Exipto, A China ou Xordania⁶². Non obstante, a Campaña Roupas Limpas⁶³ comprobou sobre o terreo que o emprego desa técnica non se erradicou. Existen outros métodos, como o uso de químicos, de lavado con pedra ou láser, pero todos son máis caros ca o *sandblasting*. Con todo, non parece que ningún deles estea exento de impactos sanitarios nos traballadores e traballadoras.

O “sandblasting” é unha técnica perigosa para tratar os tecidos que lles afecta a traballadoras e traballadores

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

61. O Comité de Solidariedade cos Traballadores do Sandblasting é unha organización turca fundada en xuño de 2008 para loitar contra o uso do *sandblasting* na industria téxtil.

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

63. www.nosandblasting.org

A roupa non só deixa ao seu paso un regueiro de consecuencias sociais e ambientais: tamén pode afectar a saúde de quen usa a peza

A roupa non só deixa ao seu paso un regueiro de consecuencias sociais e ambientais: tamén pode afectar a saúde de quen usa a peza. No seu estudo *Moda sin tóxicos*, Greenpeace detalla os perigos que supoñen algúns tecidos e químicos que utiliza a industria indumentaria. Esta organización alerta de que as substancias sintéticas artificiais están “fóra de control” e de que certas investigacións científicas “relacionan o aumento dalgunhas enfermidades do sistema reprodutor e endócrino, o cancro, as alerxias ou a asma coa nosa exposición diaria a este cóctel químico⁶⁴”. Convivimos, advirte Greenpeace, con 100.000 substancias químicas. Unha terceira parte delas son auténticas descoñecidas.

Fronte aos impactos ambientais das fibras procedentes do petróleo ou de fibras naturais como o algodón, propúxose o emprego de “teas ecolóxicas” que utilizan algodóns reciclados e fiados elaborados con fibras de soia e bambú. Poden ser opcións interesantes, aínda que toda alternativa termina sendo un problema se non vén acompañada por unha racionalización do consumo.

Fustrigación aos sindicatos

Os problemas na representación laboral por parte dos sindicatos adoita ser transversal a todos os sectores dun país e adoita depender máis da lexislación nacional e dos controis realizados no ámbito estatal para que estas leis sexan postas en práctica de forma efectiva. Non obstante, en xeral, os centros de produción téxtil adoitan localizarse en países onde a existencia de sindicatos e os procesos de negociación colectiva non están asegurados.

Bangladesh era un bo exemplo disto antes do derrubamento do Rana Plaza. En Bangladesh, os sindicatos

antes do desastre eran supostamente legais, pero o seu rexistro era unha odisea. Apenas tres semanas despois, o goberno anunciou un cambio na lexislación e facilitou a súa legalización e moitos xa empezaron a organizarse en varios centros de produción. Porén, aínda hai denuncias de represalias por pertencer a sindicatos.

No primeiro produtor mundial de téxtil, A China, a representación sindical está fortemente controlada polo aparato estatal a través da All-Chinese Federation of Trade Unions/ACFTU, un sindicato único que controla todo o movemento obreiro do país. Así, as leis permiten a elección de representantes nas fábricas, pero a súa actividade debe ser reportada á ACFTU, o que dificulta, de facto, calquera posibilidade de conseguir melloras laborais.

No departamento de Antioquía, en Colombia, un dos países suramericanos cunha industria téxtil máis forte, os sindicatos sufriron unha fustrigación constante. Segundo a Central Unificada de Traballadores (CUT), o sindicato do sector, Sintatextil, era nos anos noventa unha institución recoñecida pola súa belixerancia ante as violacións dos dereitos das persoas traballadoras deste sector. Non obstante, a presión contra os sindicatos, que incluíu intimidacións e ameazas, contribuíu a empeorar as condicións das e dos traballadores do téxtil: fóronse acabando os contratos a tempo indefinido, que se substituíron por traballo temporal e precario. Moitos sindicalistas foron apartados dos seus empregos. Algúns recibiron recompensas económicas a cambio de abandonar a loita sindical. O resultado foi a imposición das maquíns e o traballo na casa, en condicións de sobre explotación e carencia absoluta de seguridade laboral⁶⁵. ●

Os centros de produción téxtil adoitan localizarse en países onde a existencia de sindicatos e os procesos de negociación colectiva non están asegurados

64. Op. cit.

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

5. O Comercio Xusto como alternativa



A roupa é, seguramente, un dos produtos ao redor dos que existe maior conciencia social sobre as duras condicións laborais e, tamén, sobre os excesos da ideoloxía do consumo, que ten a súa máxima expresión nas rebaixas. Son moitas as organizacións sociais que fixeron campaña para combater o traballo escravo asociado á moda, como a Campaña Roupa Limpa (en España coordinada por SETEM) ou as iniciativas de Oxfam Intermon, ambas as organizacións históricas na defensa dos principios e valores que promove o Comercio Xusto.

Existen multitude de resistencias globais, desde as que se centran na denuncia ata as que propoñen medidas

de boicot, como as campañas contra Nike ou Adidas, aínda que o certo é que, falando de grandes marcas, a práctica totalidade delas utiliza estratexias similares, polo que de pouco serve intercambiar o consumo dunha por outra.

Paralelamente, e para lles ofrecer distintas posibilidades a cada vez máis capas da poboación que se suman ao que denominamos como “consumo responsable”, foron xurdindo diferentes alternativas ao mercado convencional.

Pero baixo o concepto do chamado “socialmente responsable” entran multitude de definicións, sensibilidades e formas de entender a responsabilidade social que, en ocasións, moi pouco teñen que ver unhas con outras.

Para empezar a distinguir estas alternativas, unha boa forma sería saber quen está detrás, quen promove esas iniciativas, certificacións e selos na industria de moda sustentable. Veríamos, por exemplo, que algunhas son impulsadas polas propias multinacionais que están denunciadas polas prácticas xa explicadas neste caderno e cuxas certificacións defenden uns criterios tan laxos que, con frecuencia, máis que unha garantía real da defensa dunha responsabilidade social e medioambiental, serven de reclamo publicitario.

Pero tamén están a xurdir iniciativas moi interesantes que merecen a nosa atención. Entre elas, destacamos o movemento *Slow Fashion* (moda lenta), xurdido por oposición ao concepto de *fast fashion* e que pon o acento nos aspectos sociais e ambientais baixo os que se elaborou a roupa. En 2011 naceu en España a plataforma *Slow Fashion Spain* co obxectivo de “introducir os criterios da sustentabilidade ao longo de todo o ciclo do produto: desde a extracción e da materia prima ata a distribución, pasando pola transformación e confección da roupa⁶⁶.”

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

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

Tamén en España, a web *Moves to Slow*⁶⁷ pretende servir de plataforma para poñer en contacto a persoas consumidoras e produtoras que comparten interese por consumir/producir roupa, calzado ou bixutería con criterios ecolóxicos, éticos e de proximidade.

Non é, con todo, obxectivo deste traballo analizar as debilidades e fortalezas de cada unha das iniciativas que existen na actualidade na moda sustentable. O que si nos parece importante destacar, ademais da súa heteroxeneidade en canto a quen as impulsa, son os aspectos sobre os que inciden. Non todas coidan os mesmos criterios nin co mesmo grao de esixencia. Así, algunhas certificacións pretenden fiscalizar a pegada ecolóxica, en tanto que outras inciden na produción ecolóxica ou na ausencia de substancias nocivas.

De todas estas iniciativas, o Comercio Xusto destaca por ser unha das alternativas máis sólidas, tanto pola súa visión holística no conxunto de criterios que defende, e que teñen que ver tanto con cuestións sociais, económicas e ambientais, como polo rigor na aplicación e a transparencia dos procesos.

En que se traducen os principios que defende o Comercio Xusto?

O Comercio Xusto promove a xustiza social, económica e ambiental e isto concrétase nunhas prácticas comerciais que se caracterizan, entre outros aspectos, por:

- **O establecemento duns salarios dignos:** os traballadores e traballadoras reciben un salario que lles permite vivir con dignidade, cubrindo as súas necesidades básicas.
- **Condições laborais adecuadas e protección da saúde das e dos traballadores:** as condicións de traballo son seguras e non se pon en perigo a saúde das persoas traballadoras. Por exemplo, falando do algodón, o seu cultivo é orgánico, sen o uso de substancias químicas, e o seu procesamento a través de técnicas ecolóxicas e “limpas” evítalles o desenvolvemento de enfermidades a agricultores e persoas traballadoras.
- **Ausencia de explotación infantil:** o Comercio Xusto asegura o cumprimento do convenio das Nacións Unidas en materia dos dereitos do neno, especialmente no referido á ausencia de explotación infantil.
- **Autonomía e mellora da condición social das mulleres:** a promoción da muller é outro dos eixes principais no Comercio Xusto. Concretamente, no sector téxtil de Comercio Xusto, unha ampla maioría das persoas traballadoras son mulleres. O seu traballo proporciónalles unha mellora da súa situación económica e ademais favorece a súa independencia e autoestima, mellorando así a súa consideración social. Ofréceselles, como ao resto de traballadores, formación técnica, profesional e de xestión económica, pero tamén en aspectos como dereitos humanos e laborais, igualdade de xénero, empoderamento etc., o que reforza aínda máis o seu desenvolvemento persoal e autonomía. Este é un aspecto especialmente importante se temos en conta a situación de marxación que viven as mulleres en países de Asia, África ou América Latina.
- **Protección do medio:** as organizacións de Comercio Xusto traballan a través de procesos que non danan o ámbito natural. No caso dos cultivos de algodón, trátase dunha produción ecolóxica, que non utiliza abonos químicos, praguicidas ou herbicidas. Doutra banda, a confección é semiartesanal, non industrial, co que o impacto ambiental diminúe considerablemente.
- **Xestión democrática:** gran parte das organizacións téxtiles de Comercio Xusto adoptan formas xurídicas propias da economía social, é dicir, asociacións ou cooperativas. Nelas os traballadores e traballadoras participan na toma de decisións.
- **Prefinanciamento da produción:** tendo en conta as desvantaxes económicas ás que se enfrontan os produtores e para evitar que estes se endebeden con terceiros, establécese un prepagamento de polo menos un 50 % aos grupos artesanais de Comercio Xusto.
- **Relacións comerciais a longo prazo:** as organizacións produtoras e importadoras manteñen unha relación de longo prazo baseada na solidariedade, confianza, e respecto mutuo que contribúen ao crecemento e a promoción do Comercio Xusto.
- **A prima social:** un engadido sobre o prezo previamente pactado para investilo en aspectos que, de forma democrática, se definiron como prioritarios para mellorar a calidade de vida da comunidade.

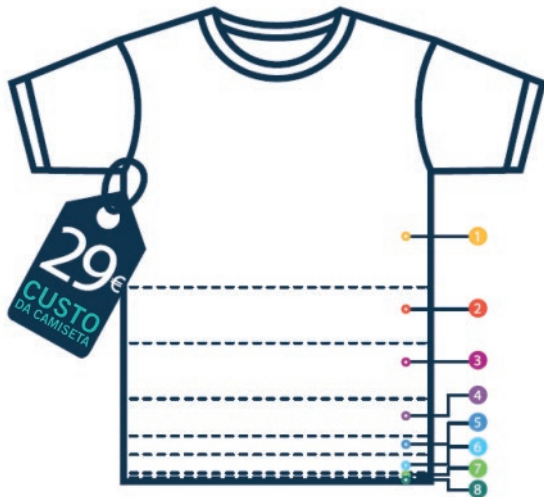
67. *Moves to Slow*. www.movestoslow.com/

Como contribúe a compra dun produto de Comercio Xusto á mellora das condicións de vida das e dos produtores? Un exemplo práctico

Aínda que como vimos o Comercio Xusto é moito máis ca un soldo digno, unha das preguntas máis recorrentes é como se concreta especificamente nos salarios, ou dito doutro xeito, canto vai ás persoas produtoras e que diferenza hai co comercio convencional? Poñeremos, pois, un caso.

Vexamos como se distribúen os gastos nunha camiseta, segundo o informe *Salarios dignos* de SETEM-Campaña Roupa Limpas⁶⁸.

DESAGREGACIÓN DOS GASTOS DUNHA CAMISETA



*Inclúe todos os custos do comercio, incluído persoal, alugamentos, beneficio da tenda, IVE etc.

De 29 euros do custo total desta camiseta do comercio convencional, apenas 0,18 irían ao pagamento do traballador ou traballadora que a elaborou. A continuación, veremos unha comparativa desa desagregación aplicada a unha camiseta dunha marca do grupo Inditex (Massimo Dutti) e a unha de Comercio Xusto. Concretamente, da colección de roupa de Comercio Xusto Veraluna de Oxfam Intermon.

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

Fonte: Juanjo Martínez, de Oxfam Intermon, a partir do escandallo da táboa anterior.

Como podemos ver, o dato máis rechamante son os custos laborais. Estes representan un 1272 % máis nunha camiseta de Comercio Xusto en comparación cos destinados ao mesmo capítulo nunha camiseta do comercio convencional.

Dos impactos positivos do Comercio Xusto benefíciense de maneira directa os traballadores e traballadoras das organizacións produtoras. Segundo datos de Fairtrade International, só na produción de algodón certificado de Comercio Xusto traballan 73.400 persoas en todo o mundo⁶⁹, cifra relativamente pequena se a comparamos cos case 100 millóns de fogares que participan da colleita do algodón⁷⁰. Non obstante, aínda que a cifra no ámbito cuantitativo pode parecer pequena, non podemos esquecer o impacto cualitativo para cada unha desas persoas, as súas familias e a súa comunidade.

Esta cifra tamén é relativamente baixa cando a comparamos cos dous millóns de persoas produtoras e traballadoras das case 1000 organizacións da rede do Comercio Xusto⁷¹. O téxtil aínda ten un peso menor dentro do Comercio Xusto pero, sen dúbida, o seu peso específico irá medrando na medida en que se vaian incorporando consumidores conscientes ao sector da moda, que reclamen unha roupa limpa de escravitude e explotación.

68. Op. cit.

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

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

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

Só na produción de algodón certificado de Comercio Xusto traballan 73.400 persoas en todo o mundo

En España, o protagonismo da alimentación, que está detrás de 9 de cada 10 compras de Comercio Xusto, déixalle pouca marxe ao sector da artesanía, onde se inclúe o téxtil. Apenas o 1,7 % da facturación total rexistrada en 2013 (31 millóns de euros) corresponde a produtos téxtiles⁷² pero, a diferenza doutros produtos englobados dentro desa categoría, esta cifra vai medrando paulatinamente.

Aínda que é certo que a oferta é limitada, esperamos achegarnos aos poucos á situación doutros países europeos onde é posible cubrir todas as necesidades de vestimenta, desde roupa interior ata para ir á oficina, con téxtiles de Comercio Xusto. Esta aínda escasa oferta de roupa de Comercio Xusto no noso país explícase por un atraso de máis de 20 anos de desenvolvemento e implantación deste modelo comercial alternativo con respecto a Europa, brecha que cada ano imos acurtando.

Somos, pois, optimistas en canto ao crecemento e presenza do téxtil de Comercio Xusto no noso país. Así o indica tamén a enquisa do Eurobarómetro de setembro de 2014, que conclúe que un 45 % dos españois estaría disposto a pagar máis por produtos de Comercio Xusto⁷³.

Como saber que un produto é de Comercio Xusto?⁷⁴

Segundo a Organización Mundial do Comercio Xusto (WFTO)⁷⁵, a entidade máis representativa deste movemento no ámbito global e da que a Coordinadora Estatal de Comercio Xusto forma parte, un produto é de Comercio Xusto se:

- Foi elaborado por algunha organización membro da Organización Mundial do Comercio Xusto.

- Conta con algunha das certificacións de Comercio Xusto recoñecidas pola WFTO: Fairtrade International, Ecocert, IMO-Fair for Life, Naturland, Fundeppo.

Onde podo atopar produtos téxtiles de Comercio Xusto?

Polo que explicamos anteriormente, no caso de España, existe unha ampla gama de produtos téxtiles de Comercio Xusto (fulares, manteis, mandís...), aínda que é certo que, no referido á roupa, a oferta aínda é limitada.

Non é o caso doutros países, por exemplo, o Reino Unido, con organizacións como People Tree⁷⁶, entidade de Comercio Xusto especializada en roupa e referente no sector. No caso de España, poderás atopar produtos téxtiles de Comercio Xusto nas tendas e puntos de venda xestionados polas organizacións membro da Coordinadora Estatal de Comercio Xusto. Hai máis de 140 en todas as comunidades autónomas. Consulta os enderezos aquí: www.comerciojusto.org/tiendas

Quen produce o téxtil de Comercio Xusto?

A roupa e outros produtos téxtiles de Comercio Xusto que compramos en España están elaborados, fundamentalmente, por organizacións de países asiáticos como A India, Bangladesh, Nepal, Sri Lanka ou Filipinas e, en menor medida, de América Latina como O Perú ou Bolivia.

Un 45 % dos españois estaría disposto a pagar máis por produtos de Comercio Xusto

72. CEJ. *El Comercio Justo en España 2013. Diagnósticos y alternativas en clave europea.*

comerciojusto.org/publicacion/el-comercio-justo-en-espana-2013-diagnosticos-y-alternativas-en-clave-europea/

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

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

75. WFTO. www.wfto.com

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

Algunhas organizacións produtoras de algodón

AGROCEL (A INDIA)

Organización sen ánimo de lucro que agrupa a máis de 20.000 persoas traballadoras. Foi formada por un grupo de agricultores en 2005, o cal decidiu comezar a producir cultivos orgánicos e de Comercio Xusto. Os seus métodos de cultivo son naturais, non utilizan produtos químicos xa que, ademais de custosos, son nocivos para a terra e a saúde das e dos agricultores. A organización, ademais de pagar un prezo digno pola produción (superior ao do algodón convencional), permítelles o acceso a mercados internacionais, facilita o material de cultivo e ofrécelles asesoría e apoio aos campesiños. As e os traballadores, ademais, reciben un seguro de saúde, pensión e, no caso das nais, unha maternidade remunerada.

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

Organizacións que confeccionan roupa e outros artigos de téxtil

RAJKLASHMI COTTON MILLS (A INDIA)

Conta con dúas fábricas nas que traballan 250 persoas que realizan as tarefas de tecido, tinguidura, confección e serigrafiado. Os traballadores desenvolven a súa produción nunhas condicións laborais seguras, dignas e adecuadas. Ademais de traballar baixo os criterios de Comercio Xusto, os beneficios obtidos utilízanse para distintas iniciativas como infraestruturas para levar a auga potable ás comunidades, unha escola de formación técnica para as e os campesiños ou o impulso á creación de grupos de autoaxuda entre as familias. A organización conta coas certificacións ECOCERT e FLO. O algodón co que confeccionan as roupa cómpranllo á asociación Chetnai Organic Farmers, unha entidade que agrupa a 6500 pequenos grupos de campesiños que cultivan algodón orgánico e de Comercio Xusto en catro estados da India.

www.rcm-organic.com

MAHAGUTHI (O NEPAL)

Organización que produce, comercializa e exporta artigos de téxtil e artesanía, realizados segundo técnicas tradicionais. Reúne a uns 1200 artesáns, a maioría mulleres, organizados en pequenos grupos. Moitas delas viven en zonas illadas e montañosas. A organización ten como obxectivo garantir unhas condicións de traballo seguras e dignas e favorecer a conservación da tradición cultural, artística e artesanal. Ademais da venda en mercados internacionais nas redes de Comercio Xusto, conta con tres



© FELIPE ADEBA SETEM

tendas no val de Katmandú. Os beneficios que se xeran nas vendas destínanse a Ashram Tulsi Mehar Mahila, organización onde se asiste ás mulleres e nenos/as en condicións de vida máis difíciles. Alí, ofréceneselles axuda en alimentación, roupa, vivenda, saúde e educación, e formación profesional para traballos que lles aseguren a súa manutención. Mahaguthi é membro fundador de Fair Trade Nepal Group.

www.mahaguthi.org

SELYN (SRI LANKA)

Organización que comezou en 1991 con 12 mulleres e hoxe dá traballo a 700 persoas, a maioría mulleres, e que produce materiais infantís e xoguetes con algodón e outras materias primas naturais. Ademais da protección do medio, un dos seus obxectivos é mellorar a calidade de vida das mulleres máis pobres e lograr a súa autonomía. Contan con catro talleres e dúas unidades de produción. A elaboración dos artigos é artesanal (en tear e á man). Os beneficios obtidos son reinvestidos en programas sociais. Un dos máis importantes foi a creación dunha escola de primaria e secundaria. Tamén se ofrecen bolsas para os estudantes máis desfavorecidos e apoio para a construción de vivendas. Ademais do salario, a entidade ofrece seguro de saúde, pagamento de gastos médicos, créditos sen xuro, aloxamento e comida para persoas que viven afastadas, transporte etc. Selyn é membro da Organización Mundial de Comercio Xusto.

www.selyn.lk

CIAP (CENTRAL INTERREGIONAL DE ARTESÁNS DO PERÚ)

Organización de Comercio Xusto que se dedica á comercialización e exportación de artesanías. Naceu en 1983 a partir da necesidade dos artesáns e artesás de mellorar a súa situación económica e social debido ás condicións que impoñían os intermediarios e ás condicións inhumanas de produción. Engloba unhas 700 persoas organizadas en 21 grupos de base de distintas rexións do país. O traballo da entidade baséase en valores como

a responsabilidade, a transparencia, a solidariedade e a superación do individualismo. O espírito comunitario é outro dos seus sinais de identidade. Unha parte importante dos beneficios emprégase en formación para as e os artesáns en temas como deseño, tendencias de mercado, liderado, calidade ou contabilidade. Ademais crearon unha cooperativa de aforro e crédito. As persoas traballadoras contan cun seguro de saúde, pensións, gratificacións e vacacións. Desde 1995 pertence á Organización Mundial do Comercio Xusto.

www.ciap.org

SADHNA (A INDIA)

É unha cooperativa, membro de WFTO, onde se confeccionan téxtiles feitos á man utilizando técnicas de bordado e patchwork. Ademais, bríndalles capacitación continua ás mulleres artesáns para mellorar as súas habilidades, á vez que crea unha rede de apoio para elas e as súas comunidades.

Entre outros produtos, comercializan camisas e vestidos para nenos.

www.sadhna.org

Dúas experiencias de roupa de Comercio Xusto

FUNDACIÓN OXFAM INTERMON: VERALUNA COMERCIO XUSTO

Colección de roupa de Comercio Xusto promovida por Oxfam Intermon coa colaboración inicial da firma española Hoss Intropia e confeccionada na India por cooperativas que traballan baixo os principios do Comercio Xusto⁷⁷, entre as cales están: Creative Handicrafts, EMA, CRC e Rajklashmi cotton Mills. A colección Veraluna Comercio

Xusto inclúe roupa para muller, home e infantil, pixamas e complementos, elaborada con algodón orgánico.

Creative Handicrafts⁷⁸, unha das organizacións que elabora a roupa da colección Veraluna Comercio Xusto, é unha cooperativa que agrupa a unhas 270 mulleres. En momentos puntuais, a organización contrata a unhas 400 persoas máis. O seu obxectivo é mellorar a súa calidade de vida e lograr a súa autonomía. As traballadoras proceden dos grupos sociais máis desfavorecidos. Co seu oficio, non só obteñen un salario digno senón tamén unha maior autoestima e consideración social. A organización proporciona, ademais, un seguro médico e unha pensión por xubilación, algo fundamental se se considera que estas coberturas non existen na India. Tamén impulsou centros de educación para menores, programas de bolsas, así como microcréditos para apoiar iniciativas das mulleres. A produción realízase de maneira semiartesanal (á man e á máquina) con algodón e outros produtos da zona.

www.oxfamintermon.org

FUNDACIÓN TALLER DE SOLIDARIEDAD: ROPA HECHA CON AMOR

Colección de roupa deportiva de Comercio Xusto promovida por Taller de Solidariedad é confeccionada no taller de Mandaluyong (Filipinas), pertencente á rede Talleres de Nazaret, integrada por seis centros, tres dos cales manufacturan téxtiles de Comercio Xusto nese país (ademais de Mandaluyong, os talleres de Quezón City e Cebú).

A colección HECHA CON AMOR inclúe camisetas e roupa deportiva para correr, baloncesto, tenis e fútbol. Tamén elaboran chándales e equipamentos para centros educativos ou asociacións deportivas.



© CREATIVE HANDICRAFTS



© TALLER DE SOLIDARIEDAD

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

78. Creative Handicrafts. www.creativehandicrafts.org/

No taller de Mandaluyong traballan mulleres en risco de exclusión. Algunhas delas son mozas sen recursos para poder estudar, outras son mulleres con dificultades para atopar emprego debido á desigualdade de oportunidades existente na sociedade. Tamén hai mulleres que deixaron as súas familias nas zonas rurais coa esperanza de atopar un futuro mellor, e a maioría son nais de familia que carecen de ingresos suficientes para vivir. No taller reciben formación profesional e tamén sobre os dereitos laborais e dereitos das mulleres. Este taller pertence á Organización Mundial do Comercio Xusto.

www.ropahechaconamor.com

Eles e elas cóntannos que achega o Comercio Xusto

Johny Joseph, director de Creative Handicrafts

“Unha das claves fundamentais do cambio nas mulleres é a dignidade. Cando elas se incorporan a Creative non teñen nada, non teñen autoestima, nin un futuro por diante, nin un medio de vida. E o feito de entrar na organización, a partir do proceso de formación, fai que poidan empezar a adquirir unha serie de habilidades e a falar na sociedade. O ser capaces de conseguir ingresos e elaborar produtos fai que empecen a ver que hai un futuro, que a súa vida pode ser doutra maneira e, por suposto, consegue elevar a súa autoestima.

Son mulleres que veñen dunha sociedade opresiva, na que non hai lugar para elas, e, cando comezan a traballar na organización, decátanse de que elas son iguais aos homes e teñen dereitos; entón, empezan a cuestionarse

como as tratan nas súas familias, como tratan as súas fillas ou a outras mulleres. Todo isto esperta un desexo de traballar e loitar pola igualdade. En definitiva, o que se consegue é que teñan unha visión do mundo diferente á que tiñan antes, un mundo no que entenden que ten que haber igualdade, xustiza social, e que deben traballar por ela”.

Ruth da Cruz (CIAP, O Perú)

“O Comercio Xusto, sobre todo, serviulles para organizarse, converterse nun grupo de mulleres que poden apoiarse entre elas mesmas e apoiar a súa comunidade. Isto é moi importante para elas.

Desde que eu ingresei na CIAP, a posición das mulleres era moi forte achegando ideas e opinións. Creo que é unha actitude que lles nace a elas e dentro da organización se vai perfeccionando porque aquí obteñen novos coñecementos sobre asociacionismo, manexo de orzamentos, autoestima...”.

Sunil Chitrakar, director de Mahaguthi⁷⁹

“A pregunta que nos temos que facer é que énfase pos nas persoas?, como coidas delas? Nós (o Comercio Xusto) facemos negocios para as persoas, polo que as poñemos sempre por diante; esa é, sen dúbida, a principal diferenza. Esas empresas tratan as persoas como ferramentas para conseguir un beneficio económico e para nós son o único e máis importante fin. No Comercio Xusto facemos o que dicimos e o que dicimos facémolo. A outras compañías pódeseles encher a boca con promesas sobre o seu funcionamento e sobre como tratan os seus empregados, nós simplemente cumprímolos”. ●



Johny Joseph, Ruth de la Cruz e Sunil Chitrakar.

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

6. Bibliografía e referencias

- Banco Mundial. *Priorities for Sustainable Growth: A Strategy for Agriculture Development in Tajikistan. Technical Annex 2. Cotton Sector in the Global Context.*
- Campaña Roupas Limpas. www.ropalimpia.org
– “El textil y la feminización de la pobreza”. www.cleanclothes.org/resources/publications/translations/fabricado-por-mujeres.pdf
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo.
– *El Comercio Justo en España 2013. Diagnósticos y alternativas en clave europea.*
comerciojusto.org/publicacion/el-comercio-justo-en-espana-2013-diagnosticos-y-alternativas-en-clave-europea/
– *¿Cómo saber si un producto es justo?*
comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/%C2%BFcomo-garantizo-que-un-producto-es-de-comercio-justo/
- Comisión Europea (2010). *On Retail Services in the Internal Market. Accompanying document to the Report on Retail Market Monitoring: Towards more efficient and fairer retail services in the Internal Market for 2020.* Commission Staff Working Document.
- Cotton Campaign (2013). *Review of the 2013 Cotton Harvest in Uzbekistan: State Forced-Labour System Continues.*
- Creative Handicrafts. www.creativehandicrafts.org/
- Documental *Todo menos caro*. www.youtube.com/watch?v=cl5PY5zx84M
- Documental *Nero's Guest*, sobre os suicidios de campesinos en India: <https://www.youtube.com/watch?v=4q6m5NgrCJs>
- Fairtrade Ibérica.
– www.sellocomerciojusto.org/es/productores/algodon/
– www.sellocomerciojusto.org/news/es_ES/2015/01/14/0001/45-de-los-espanoles-pagarian-mas-por-productos-que-ayudan-a-paises-en-vias-de-desarrollo
- Fairtrade International.
www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2013-Fairtrade-Monitoring-Scope-Benefits_web.pdf
- Fair Trade Advocacy Office. fairtrade-advocacy.org/about-fair-trade/the-fair-trade-movement
- FAO (2010). *Price surges in food markets. How should organized futures markets be regulated? Policy Brief.*
- FAO (2005). *El estado de los mercados de productos básicos agrícolas 2004.*
- Galbi, Douglas A. Centre for History and Economics, King's College, Cambridge. *Child Labour and the Division of Labour in the Early English Cotton Mills.*
- Greenpeace (2005). *El tratamiento de textiles y sus repercusiones ambientales.*
- Greenpeace (2010). *¿Qué cosecha de algodón?* www.greenpeace.org/espana/es/reports/que-cosecha-de-algodon/
- Greenpeace. *Moda sin tóxicos*: www.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/other/moda-sin-toxicos.pdf
- Herodoto. *Historias, Libro III*, 106.
- Hildegunn Kyvik Nordås. *The Global Textile and Clothing Industry post the Agreement on Textiles and Clothing.*
- Ingeborg Wick (2009). *The social impact of the liberalised world market for textiles and clothing. Strategies of trade unions and women's organisations.* OBS-Workbook 62. A study commissioned by the Otto Brenner Foundation.
www.otto-brenner-shop.de/uploads/tx_mplightshop/AH62_en_01.pdf
- India Committee of the Netherlands (2010). *Seeds of child labour. Signs of hope. Child and Adult Labour in Cottonseed Production in India.*
- Intermon Oxfam (2004). *Moda que aprieta.* 2004. www.uv.es/ipla/archivos/articulos/0_3001_090204_Moda_que_aprieta.pdf
- International Trade Centre (ITC) 2011. *The Chinese Market for Clothing.*
- Miller, Doug. School of Design. University of Northumbria. *Towards Sustainable Labour Costing in the Global Apparel Industry: Some evidence from UK Fashion Retail.*
- Ministerio de Industria, Energía e Turismo (2014). “Presentaciones sectoriales. Sector Textil y Confección”. www.minetur.gob.es/es-ES/IndicadoresyEstadisticas/Presentaciones%20sectoriales/Textil%20y%20confeccion%3%B3n.pdf
- Ministerio de Industria, Turismo e Comercio (2007). *El comercio textil en España.*
www.portaldelcomercioiclm.com/publicaciones/El%20Comercio%20Textil%20en%20Espa%F1a.pdf
- *Modaes.es* coa colaboración do Centro de Información Textil y la Confección (Cityc) e Amicca. *Informe económico del negocio de la moda en España 2014.*
- Notz, Gisela (2006). Grupo de Proyecto de Política de Desarrollo, División de Cooperación Internacional al Desarrollo, Fundación

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

RECURSOS WEB

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

Sobre el algodón:

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

“O Comercio Xusto é un sistema comercial baseado no diálogo, a transparencia e o respecto, que procura unha maior equidade no comercio internacional prestando especial atención a criterios sociais e medio ambientais. Contribúe ao desenvolvemento sostible ofrecendo mellores condicións comerciais e asegurando os dereitos de produtores/as e traballadores/as desfavorecidos, especialmente no Sur.”

Definición da Organización Mundial do Comercio Xusto



Seguídenos en:



www.facebook.com/CEComercioJusto



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



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



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

Co apoio de:



cooperación
española

www.comerciojusto.org