



CAMPAÑA ROPA LIMPIA

La Campaña Ropa Limpia (CRL) nació en 1989 Holanda para denunciar la precaria situación laboral del sector textil. En la actualidad, opera en 14 países europeos y sus acciones de sensibilización, denuncia y lobby reúnen hoy a miles de activistas.

En 1989, el germen de una manifestación en Ámsterdam, que denunciaba las condiciones laborales de los trabajadores del textil en Filipinas, creció hasta convertirse en una campaña internacional llamada Campaña Ropa Limpia, www.ropalimpia.org, www.cleanclothes.org. Su principal objetivo es mejorar y sensibilizar sobre las condiciones laborales en el sector textil.

Esta formada por una coalición de sindicatos, ONGs, y organizaciones de consumidores, de investigación, organizaciones de mujeres ... en cada uno de ellos. Las diferentes campañas trabajan de forma autónoma a nivel nacional, y se unen para trabajar conjuntamente a nivel europeo. La red de campañas europea se apoya en una red internacional aún mayor, que incluye sindicatos, ONGs y personas de los países en donde se fabrican las prendas y artículos deportivos (Asia, África, Europa del este y Centroamérica). La CRL también colabora con otras campañas similares de Estados Unidos, Canadá y Australia.

A nivel estatal la CRL esta coordinada por SETEM desde 1997 y se han creado redes regionales en diferentes comunidades autónomas, contando con el apoyo de numerosas entidades.

Ámbito de actuación:

Actualmente, la CRL agrupa su actividad en 4 grandes ámbitos de trabajo cuyo objetivo principal es contribuir a mejorar las condiciones laborales en la industria textil. Estos ámbitos se concretan en:

- Concienciar y movilizar a los consumidores,
- Presionar a las compañías para que produzcan en condiciones laborales dignas,
- Apoyar, construir redes y alianzas con trabajadores, sindicatos y ONGs;
- Presionar a los gobiernos para que hagan cumplir los estándares laborales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

El poder del consumidor!!

La CRL aprovecha el poder que tenemos como consumidores para provocar mejoras sociales. Recoge información y la presenta a los consumidores para que conozcamos las condiciones de producción (salarios bajos, muchas horas de trabajo, represión de los derechos sindicales, discriminación sexual, explotación infantil...) Nos invita a realizar acciones de presión, como las acciones de calle, recogida de firmas, ciberactivismo que conduzcan a mejorar las condiciones laborales. Las empresas comienzan a hacerse eco de ello a través de su publicidad y marketing pero también a través de sus políticas de compras.

Empresas

La CRL, exige a las empresas y a sus proveedores que adopten prácticas laborales basadas en los estándares de la OIT. Presiona para que sus códigos de conducta establezcan la implantación de dichos estándares, su control y la verificación independiente, adoptando prácticas comerciales éticas.

Denuncias e investigación

El seguimiento de las peticiones de asistencia que recibe la CRL en relación a la violación de los derechos laborales es otro de los frentes en los que desarrolla activamente su labor, dando mayor publicidad a las que provienen de los propios trabajadores/as. También lleva a cabo investigaciones, programas de intercambio y seminarios internacionales que ayudan a crear espacios en los que las estrategias para mejorar las condiciones laborales internacionales pueden debatirse y desarrollarse.

Lobby

Pero, sin duda, el trabajo de lobby o presión a los gobiernos es el que puede ejercer mayores cambios. La CRL cree que los gobiernos tienen un papel imprescindible para exigir a las empresas el cumplimiento de los estándares laborales de la OIT. En este sentido, investiga las vías legales que se pueden utilizar para mejorar las condiciones laborales y generar una legislación más efectiva que proteja los derechos del trabajador y del consumidor.

Setem

DINÁMICA: LAS ZAPATILLAS

DURACIÓN : 50 -60 minutos aproximadamente

NÚMERO DE PARTICIPANTES: Mínimo 18, máximo 30 personas

EDAD RECOMENDADA : De 12 a 18 años. Con posibilidad de adaptarla para niños/as de hasta 10 años.

MATERIAL:- Tarjetas donde aparece escritas las 6 áreas de trabajo (de 5 colores diferentes, representando 5 empresas). Para los más pequeños se puede incluir un dibujo que las identifica.

- Anexo 1: Tabla. Áreas de trabajo y Coste real de unas zapatillas

- Anexo 2: Áreas de la empresa

- Anexo 3: Criterios Consumo Responsable de ropa.

ESPACIO: Sala

SÍNTESIS : Juego de rol que propone al grupo convertirse en una fabrica donde se confeccionan zapatillas. Cada uno en su papel reflexiona sobre el coste real de unas zapatillas y el reparto de los ingresos obtenidos. Acerca la realidad de los trabajadores del sector textil y calzado deportivo a algo tan normal y cotidiano como es la ropa y calzado que vestimos.

OBJETIVOS:

- Descubrir las diferentes áreas de trabajo que intervienen en la fabricación de un producto y el reparto de los ingresos obtenidos en cada área.

- Potenciar el sentido crítico y rechazo antes situaciones injustas de explotación laboral y salarios indignos.

- Favorecer una actitud positiva hacia el consumo responsable y solidario.

DESARROLLO DE LA DINÁMICA:

- Se les pide que miren en sus zapatillas donde se han fabricado para situar en un lugar del mundo la fábrica. Con toda seguridad el país más frecuente será algún país asiático (Asia, Indonesia, Vietnam), por tratarse de los principales productores del mercado europeo. Situamos pues la fábrica en el país mayoritario.
- Se les pregunta por las áreas de trabajo implicadas en la fabricación de unas zapatillas. Se les ayuda si hace falta hasta que salen las 6 áreas de trabajo: empresario, responsable suministro, trabajador /a de la fabrica, responsable publicidad e investigación, transportista, comerciante.
- Se explica que, por un momento, van a ser "empleados y empleadas de una marca muy conocida" y que les han contratado para elaborar unas zapatillas que cuestan PVP=100€. Cada uno va asumir un rol.
- Se les divide en las 6 áreas de trabajo, para ello utilizaremos unas tarjetas de colores y con dibujos en el caso del grupo tener entre 10 y 12 años. Cada grupo estará representado con un dibujo que representa su función dentro de la fabricación y venta de una zapatilla (ej: camión → transportista), el color determinará a la empresa a la cual pertenece.
- En un primer momento se hacen grupos por funciones o áreas de trabajo. Les explicamos en qué consiste el trabajo de cada función. (**Anexo 2**). Tras la lectura, cada equipo deberá decidir, la parte de esos 100 euros creen que les corresponde por su trabajo. Se deja unos minutos.
- El dinamizador les pregunta la cantidad a cada uno de los grupos, que apunta en la primera columna de la tabla de la pizarra (**Anexo 1**). Tendremos realizado este cuadro en la pizarra para que todos lo visualicemos. Se realiza la suma (normalmente suele ser un precio superior a los 100€, se puede tantear si hay algún grupo dispuesto a bajar lo que le corresponde. Si el valor es inferior no importa.

- A continuación, se les vuelve a juntar por grupos, pero esta vez por empresas de colores (de tal forma que en cada grupo estará representada cada una de las áreas de trabajo). Se les da un tiempo para que, habiendo visto lo que han propuesto los demás, hagan otra estimación más ajustada. Esta vez no deberán pasar de 100 euros y justificar porqué han subido o bajado el valor (se apunta en la segunda casilla del cuadrante y se vuelve a sumar).
- Se dan las cifras reales, última columna de la tabla. Se deja la casilla de los trabajadores/as para el final y que sean ellos que saquen el valor.

ANÁLISIS, REFLEXIÓN FINAL Y BÚSQUEDA DE SOLUCIONES

Tras pedir sus opiniones y conclusiones se les hace reflexionar especialmente sobre las diferencias encontradas:

- **Comerciantes:** Son los mayores gastos debido a los intermediarios, comisiones, impuestos y demás gastos de aduanas. En el caso de querer aportar más información se puede desglosar ese 47% en 3: coste vendedor 18 %, impuestos 17 %, gastos almacenaje 12 %.

- **Publicidad:** Se les comenta los grandes contratos que la empresa realiza con los deportistas famosos y las cantidades astronómicas que cobran en comparación con la misera de los salarios.

- **Empresarios:** los altos beneficios exclusivos para ellos. Es un dinero que entra limpio de la venta de cada par de zapatillas.

- **Trabajadores/as fábrica:** bajo coste debido a los bajos salarios de los países asiáticos, donde se ha llevado la producción. En general los costes salariales son inferiores al 5% del pvp de una prenda de ropa. condiciones laborales muy duras: horas extras no remuneradas, condiciones higiénicas malas, presencia de trabajo infantil, etc. Podemos utilizar para ayudarnos de algunos datos reveladores (**Anexo 3**).

Es muy importante reflexionar sobre qué podemos hacer como consumidores y presentar alternativas como las propuestas por **Campaña Ropa Limpia** www.ropolimpia.org . Conviene aclarar que el boicot no siempre es una buena opción, pues puede dejar sin trabajo a las personas que trabajan para las grandes marcas en el Sur. Se debe incidir en la importancia del consumo responsable en el norte. Utilizar criterios para un Consumo Responsable de ropa (**Anexo 4**).

ANEXOS

ANEXO 1. Coste real de unas zapatillas

AREA DE PRODUCCIÓN	1a PUESTA EN COMUN (por áreas de trabajo)	2a PUESTA EN COMUN (por empresas)	REALIDAD
EMPRESARIO			16 %
RESPONSABLE SUMINISTRO			10 %
RESPONSABLE PUBLICIDAD E INVESTIGACIÓN			21,50 %
COMERCIANTES			47 %
TRANSPORTISTA			5 %
TRABAJADOR/A FÁBRICA			0,50 %
TOTAL		(atención: realizaremos en esta segunda puesta tantas columnas como empresas-colores tengamos)	100 €

ANEXO 2. Áreas de la empresa

1. GRUPO DE EMPRESARIOS: Personas que han invertido su dinero para la fabricación de las zapatillas, las que se llevan los beneficios de la empresa. Accionistas.
2. EQUIPO RESPONSABLES DE SUMINISTRO: Personas encargadas de la compra de materias primas para hacer las zapatillas y del pago de los costes de producción de la fábrica (agua, luz, maquinaria, etc.).
3. EQUIPO RESPONSABLE DE PUBLICIDAD e INVESTIGACIÓN: Personas encargadas de hacer los anuncios y contratar a las personas que van a prestar su imagen para la firma, de realizar los estudios de mercado, los diseños de las zapatillas, las investigaciones necesarias para mejorar la calidad del producto.
4. EQUIPO TRANSPORTISTAS: Personas encargadas del transporte de las zapatillas desde el país de fabricación hasta el país de venta.
5. EQUIPO COMERCIANTES
Personas encargadas de la venta al público de las zapatillas, del pago de los impuestos tanto en el país de fabricación como en el país de origen, y de las tasas de almacenaje del producto una vez terminado.
6. TRABAJADORES/AS: Son las personas que trabajan en la fábrica. En la mayoría de los casos son empresas subcontratadas localizadas en países del sur.



ANEXO 3. Algunos datos reveladores.

- Se estima que hasta el 90% de los trabajadores de este sector son mujeres y que 3 de cada 5 de éstas trabajan sin contrato ni cobertura social de ningún tipo.
- Un trabajador de una fábrica china proveedora de Nike tendría que trabajar 4.500 años con su sueldo actual para ganar tanto como ganó en 2006 Mark Parker, el director de Nike.
- China posee el 30% de mercado de exportaciones de ropa.
- El 75% mercado de exportaciones de ropa es consumido por Europa, EEUU y Japón.
- Las exportaciones de ropa suponen para Bangladesh el 76.6% del total de las exportaciones del país, el 70% para Camboya, el 85% para Haití.
- Bangladesh: a pesar del incremento salarial de 2006 (tras 10 años de congelación salarial y dramáticas revueltas) el sueldo mensual es 22 €. En términos reales, inferior al de 1995. Insuficiente para pagar 3 comidas diarias. La semana laboral supera las 80h.

ANEXO 4. Criterios para un Consumo Responsable de Ropa

1. Preguntarnos si aquello que queremos comprar va satisfacer realmente una necesidad o deseo, o si se trata de una compra "compulsiva" .
2. Buscar alternativas para disminuir la explotación de nuevos recursos o materias primas, como los intercambios, la ropa de segunda mano, reparación y reutilización, etc.
3. Plantearnos qué tipos de comercios, empresas o marcas estamos favoreciendo con nuestras compras. No todos son iguales.
4. Comprar productos de calidad, de cara a conseguir ropa más saludable, respetuosa con el medio ambiente y duradera.
5. Informarnos sobre las consecuencias sociales y ambientales que tiene el proceso de fabricación de la ropa y calzado que compramos.
6. Ejercer nuestro derecho como consumidor para evitar abusos o reclamar información.
7. Hacer un buen mantenimiento de nuestra ropa para alargar su tiempo de vida.
8. Cuando la ropa se estropea y acaba su vida útil, tirarla de manera selectiva para que se pueda reciclar el material del que está hecha.

Setem

EQUIPO COMERCIANTES:

Personas encargadas de la venta al público de las zapatillas, del pago de los impuestos tanto en el país de fabricación como en el país de origen, y de las tasas de almacenaje del producto una vez terminado.

EQUIPO TRANSPORTISTAS:

Personas encargadas del transporte de las zapatillas desde el país de fabricación hasta el país de venta.

PERSONAS TRABAJADORAS:

Son las personas que trabajan en la fábrica. En la mayoría de los casos son empresas subcontratadas localizadas en países del sur.

EQUIPO RESPONSABLES

SUMINISTRO:

Personas encargadas de la compra de materias primas para hacer las zapatillas y del pago de los costes de producción de la fábrica (agua, luz, maquinaria, etc.).

EQUIPO RESPONSABLE PUBLICIDAD e INVESTIGACIÓN:

Personas encargadas de hacer los anuncios y contratar a las personas que van a prestar su imagen para la firma, de realizar los estudios de mercado, los diseños de las zapatillas, las investigaciones necesarias para mejorar la calidad del producto.

GRUPO PERSONAS

EMPRESARIAS:

Personas que han invertido su dinero para la fabricación de las zapatillas, las que se llevan los beneficios de la empresa.
Accionistas.

MERKATARIEN TALDEA:

Zapatilak publikoari saltzeaz, fabrikazio-herrialdean nahiz jatorriko herrialdean zergak ordaintzeaz eta produktua amaitu ondoren biltegiratzeko tasak ordaintzeko arduratzen diren pertsonak.

GARRAIOLARIEN TALDEA:

Zapatilak fabrikazio-herrialdetik salmenta-herrialderaino garraiatzeaz arduratzen diren pertsonak

LANGILEAK:

Lantegian lan egiten duten pertsonak dira. Gehienetan hegoaldeko herrialdeetan kokatutako enpresa azpikontratatuak dira

HORNIDURA-

ARDURADUNEN TALDEA:

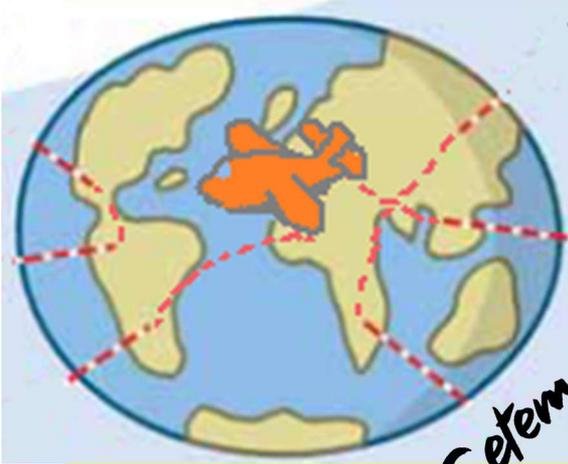
Zapatilak egiteko lehengaiak erosteko eta fabrikako ekoizpen-kostuak (ura, argia, makineria, etab) ordaintzeko ardura duten pertsonak.

PUBLIZITATEAZ ETA IKERKETAZ ARDURATZEN

DEN TALDEA: Iragarkiak egiteaz eta beren irudia emango duten pertsonak kontratatzeaz arduratzen diren pertsonak, sinadurarako, merkatu-azterketak, zapatilen diseinuak eta produktuaren kalitatea hobetzeko beharrezko ikerketak egiteaz arduratzen direnak.

ENPRESABURUEN TALDEA:

Zapatilak egiteko dirua inbertitu duten pertsonak, enpresaren irabaziak eramaten dituztenak. Akziodunak.



Setem



Setem



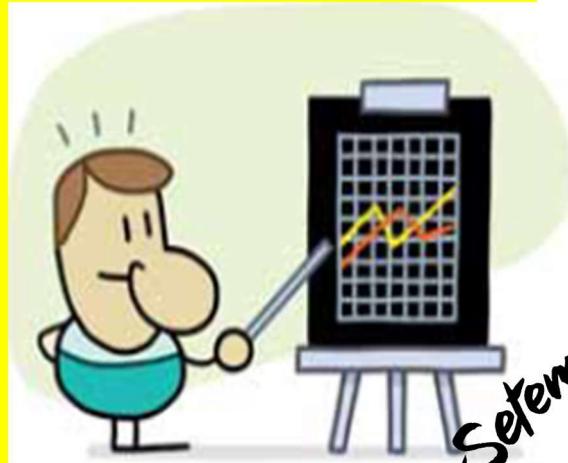
Setem



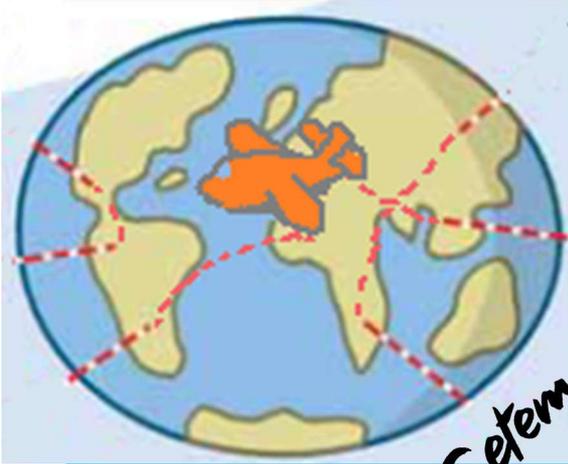
Setem



Setem



Setem



Setem



Setem



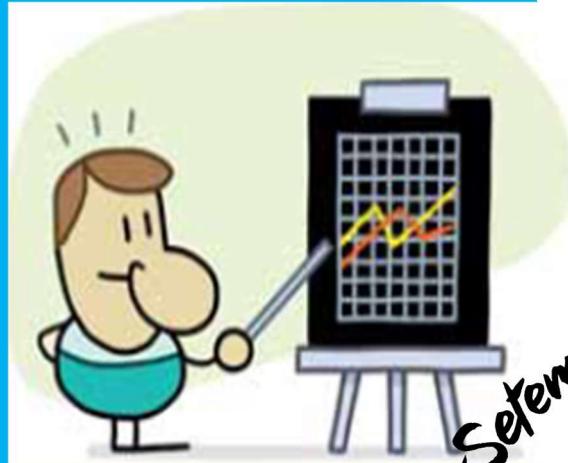
Setem



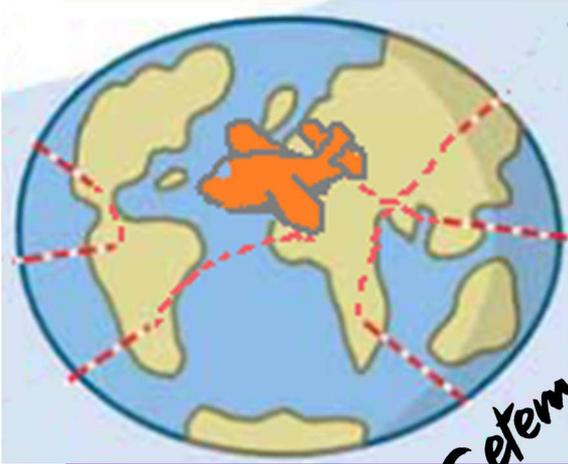
Setem



Setem



Setem



Setem



Setem



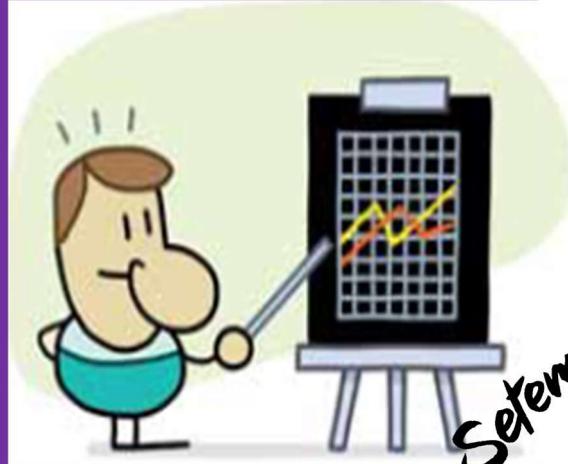
Setem



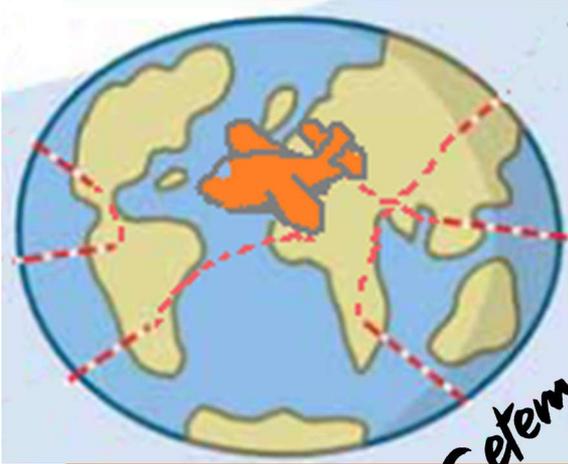
Setem



Setem



Setem



Setem



Setem



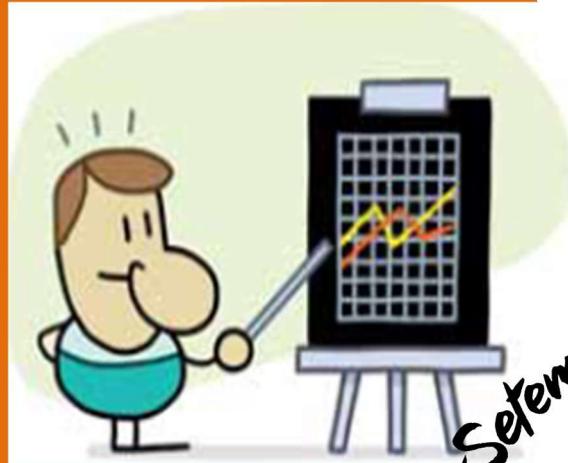
Setem



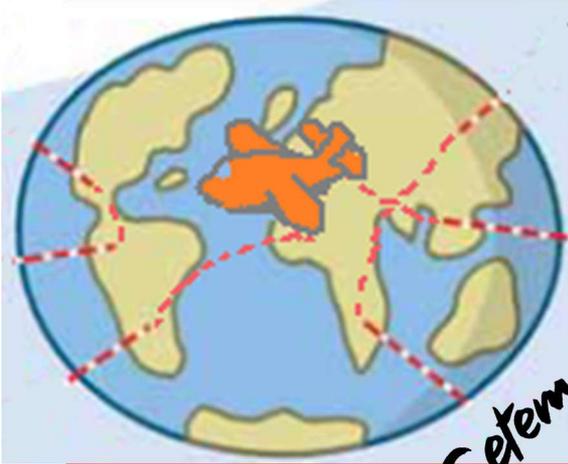
Setem



Setem



Setem



Setem



Setem



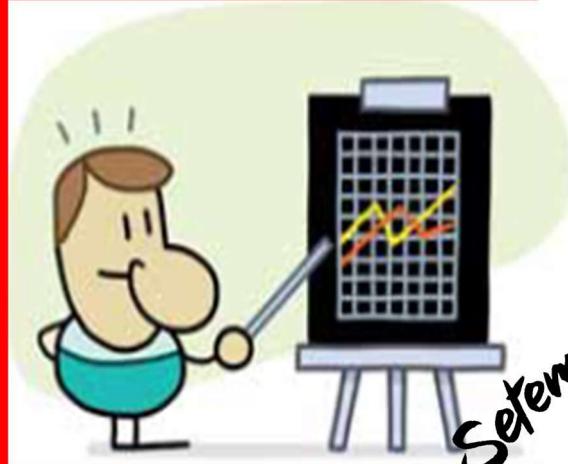
Setem



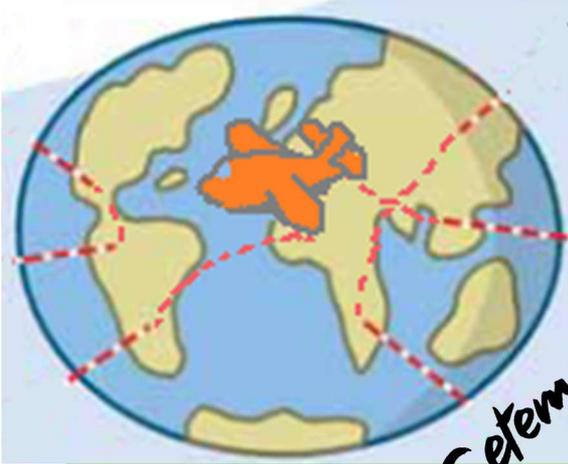
Setem



Setem



Setem



Setem



Setem



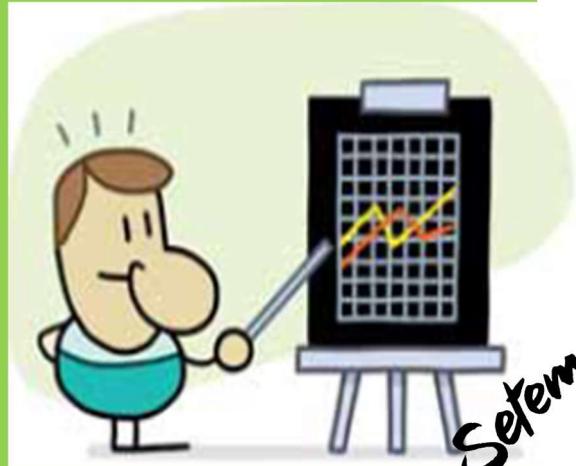
Setem



Setem



Setem



Setem