



©CreativeHandicrafts

# NO LES REBAJES

## EL COMERCIO JUSTO: TRANSFORMANDO VIDAS EN LA INDUSTRIA TEXTIL

Cuatro años después, el aniversario del derrumbe del Rana Plaza en Bangladesh sirve para recordar lo mejor y lo peor del comercio de la industria textil y de la confección. Lo peor son las condiciones laborales extremas y la vulneración de derechos que millones de personas sufren en muchos países. Lo mejor es el gran potencial de desarrollo económico, social y humano de esta industria si estas condiciones cambian, y el mejor ejemplo lo encontramos en cómo el comercio justo mejora la vida de las trabajadoras textiles en India. Quienes elegimos consumir comercio justo, tenemos la oportunidad de influir para que las grandes cadenas de la moda adopten condiciones dignas y responsables: con los trabajadores y trabajadoras, con quienes compramos sus productos, y con el planeta.

**Compra justo. No les Rebajes.**

# 1 CUATRO AÑOS TRAS EL DERRUMBE DEL RANA PLAZA

*“Los supervisores me dijeron: no te preocupes, sigue trabajando”. Solo unas horas después, el edificio se derrumbó.”*

*Rosina Akter (War on Want 2014)*

El derrumbe del Rana Plaza en Savar, Bangladesh, y la muerte de 1.134 personas el 24 de abril de 2013, provocó un sentimiento general de indignación e hizo que la opinión pública de todo el mundo se preguntara con intensidad y alarma en qué condiciones se fabrica nuestra ropa.

Esta tragedia fue catalizadora de un cambio. Puso los derechos de las personas y las condiciones de trabajo del sector textil mundial en el punto de mira. Desde entonces, algunas cosas han mejorado. El “Acuerdo para la Seguridad en Edificios y contra Incendios”, de obligado cumplimiento y firmado en 2013 por el Gobierno de Bangladesh con empresas globales y locales, sindicatos y ONGs, hace creer que es posible cambiar un modelo de producción, comercialización y consumo que fomenta condiciones laborales indignas, injustas e ilegales.

Entre otras medidas, este acuerdo incluye regulaciones sobre seguridad laboral y actuación y presencia de los sindicatos en los centros de trabajo. También habla de remuneraciones justas, inspecciones independientes y públicas, o del derecho a rechazar trabajo inseguro.<sup>1</sup>

Desde 2013, algunos Gobiernos de la región asiática, productores textiles, han aumentado los salarios mínimos legales -el Gobierno de Bangladesh aumentó el salario mínimo en un 77%,<sup>2</sup> y Camboya en un 28%-.<sup>3</sup> Son sueldos aún insuficientes, pero que avanzan hacia un salario digno. Además, dos años después de la tragedia y no sin esfuerzo, las familias afectadas recibieron las indemnizaciones debidas, con contribuciones de todos los actores de la cadena de suministro.<sup>4</sup>

Pero los avances son frágiles y, como afirma el reciente informe de seguimiento de la Campaña Rompa Limpia, queda mucho por hacer.<sup>5</sup> La represión severa del movimiento sindical y de las protestas de trabajadores y trabajadoras textiles en Bangladesh en los últimos años, han sido denunciadas por la campaña Ropa Limpia en el ámbito internacional, y apoyadas en cierta medida por algunas cadenas globales del mundo de la moda como Inditex, C&A o H&M.<sup>67</sup>

El Acuerdo para la Seguridad de Bangladesh puede servir de ejemplo para otros casos y países de la región, mejorando derechos, la seguridad y la salud en el trabajo, así como la transparencia de las marcas de moda y las cadenas de suministro.

Este informe muestra cómo un modelo alternativo de comercio justo se basa en condiciones laborales dignas y contribuye a **mejorar la vida de los trabajadores y trabajadoras del sector textil y de la confección, utilizando India como ejemplo**. Varias trabajadoras de la cooperativa Creative Handicrafts reflexionan sobre los cambios que el comercio justo ha traído a sus vidas. Desde hace más de 30 años, Creative Handicrafts trabaja en el área de Andheri East, en Bombay (Maharashtra), y engloba a trece grupos productores. Creative apostó desde sus inicios por el comercio justo y las mujeres más vulnerables.<sup>8</sup>

Este documento apoya la iniciativa ‘**No les Rebajes**’, que apuesta por un modelo de producción, comercialización y consumo sostenible y responsable que pone a las personas en el centro de las decisiones. Un modelo que invita a la **ciudadanía con poder**

*El derrumbe del Rana Plaza y la muerte de 1.134 personas hace 4 años puso al sector textil en el punto de mira y fue el catalizador de algunos cambios en las condiciones laborales y en la opacidad del sector textil y las cadenas globales de la moda.*

**de consumo** a conocer y ejercer opciones más justas y equitativas de compra. Un modelo que invita a **las empresas sensibles** a escuchar esta demanda ciudadana y actuar en consecuencia.

## 2 ¿POR QUÉ EL COMERCIO IMPORTA? ¿POR QUÉ IMPORTA QUE SEA JUSTO?

*"El comercio justo no es ni caridad ni ayuda. Al contrario, es una relación profesional entre quienes producen y quienes compran, basada en el respeto y en la práctica justa de los negocios."*

*Rajlakshmi Cotton Mills Ltd*

Vivimos en un mundo que se enfrenta al reto de la pobreza y la desigualdad. Los más ricos están absorbiendo el crecimiento de los ingresos y la riqueza mundial a un ritmo alarmante. Como resultado, el 1% más rico posee la misma riqueza que el 99% de la población mundial,<sup>9</sup> y las oportunidades de desarrollo económico y social no llegan a todas las personas por igual, ni todas parten de la misma posición para acceder a ellas. El comercio puede ser un importante motor de desarrollo y fuente de riqueza, así como un medio para el crecimiento sostenible y la reducción de pobreza.<sup>10</sup> Pero como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) reconoce, sus beneficios no se reparten equitativamente entre todos los sectores y personas. En particular, no llegan a quienes se encuentran en los últimos eslabones de las cadenas de producción. Son los colectivos más vulnerables -marginados y/o sin cualificación-, quienes quedan fuera de las oportunidades de desarrollo económico, social y humano asociadas al comercio internacional.

*El comercio puede ser fuente de riqueza y de lucha contra la pobreza, pero sus beneficios no se reparten de forma equitativa entre quienes contribuyen a generarlo (OCDE)*

El **comercio justo** es un sistema que intenta fortalecer la posición de quienes están en los últimos eslabones, reequilibrando desigualdades y procurando que más personas tengan mejor acceso a las oportunidades que el comercio genera.<sup>11</sup> "Es un sistema basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional, prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales, y asegurando los derechos de las personas trabajadoras más vulnerables".<sup>12</sup>

En el modelo económico que Oxfam propone para el 99% de la población,<sup>13</sup> el comercio justo es un ejemplo práctico que genera más equidad porque:

- Personas y colectivos tradicionalmente marginados y con serias dificultades para acceder al mercado de trabajo, tienen una puerta de acceso -migrantes, mujeres, castas bajas, personas con baja cualificación-.
- Ofrece condiciones laborales dignas: seguridad y salud en el trabajo, horas y descansos adecuados, mejor remuneración, asociación y libertad sindical, etc.
- Favorece el acceso a mercados y estabilidad en la relación comercial entre proveedor y productor.
- Contribuye a equilibrar las desigualdades de poder en la cadena comercial, a través de la fijación de precios participados, grupos productores democráticos, o combatiendo las desigualdades de género -facilitando acceso de las mujeres

al trabajo, a posiciones de gestión y dirección, o garantizando el mismo pago por mismo trabajo realizado-.



Para cerrar la brecha entre una minoría rica que acumula riqueza y poder y el resto de las personas, y luchar contra la pobreza, es necesaria una economía más inclusiva, con actuaciones decididas por parte de todos los actores implicados. También de las **personas consumidoras**, para ejercer un consumo justo y sostenible, y para presionar a gobiernos y empresas de cara a conseguir políticas comerciales justas.<sup>14</sup>

### 3 UN CASO PRÁCTICO: EL SECTOR TEXTIL EN INDIA

India es un país de ingreso medio-bajo, con una población de 1.311 millones de habitantes, y una economía en crecimiento: un 7,9% de crecimiento anual del PIB en 2015 según el Banco Mundial (BM), y una proyección del 7,6% para 2017.<sup>15</sup>



India ocupa el puesto 131 de 188 en el Índice de Desarrollo Humano de 2016 (IDH). Su IDH es de un 0,624 (2015), habiendo mejorado un 45,7% entre 1990 y 2015. Sin embargo, cuando este dato se ajusta a la desigualdad del país, su índice se reduce hasta un 0,454, pierde un 27,2% de desarrollo y retrocede hasta la posición 135 de 151 países sobre los que se calcula este índice.<sup>16</sup> De hecho, uno de los retos que India afronta es la desigualdad interna. Las diferencias de pobreza entre Estados son importantes: en las regiones menos avanzadas -Uttar Pradesh, Bihar- la tasa de pobreza es cuatro veces mayor que en las más avanzadas -Kerala, Andhra Pradesh-.<sup>17</sup>

En el país que alberga a más de la sexta parte de la población mundial, el 21,2% de las personas viven con menos de 1,90 dólares al día (2011),<sup>18</sup> y un 29,4% de los menores de cinco años sufre desnutrición, con un peso inferior al normal.<sup>19</sup> Y todo ello pese al descenso continuado de las cifras de pobreza desde los años noventa.

*Aunque su economía crece a buen ritmo, 269 millones de personas aún viven en la pobreza en India: el 21,2% de su población, de más de 1.300 millones. Hay grandes desigualdades entre las zonas más ricas y más pobres del país.*

La **inversión pública en derechos sociales esenciales** es muy baja. El gasto en salud fue del 1,4% del PIB en 2014<sup>20</sup> -a modo de comparación, en España es un insuficiente 6,1%-,<sup>21</sup> y de un 3,8% en educación en 2013<sup>22</sup> -frente al 3,7% de España, también insuficiente y donde la meta de parte de la comunidad educativa está puesta en el 7% del PIB-.<sup>23</sup>

**En cuanto al mercado de trabajo**, India tiene una de las tasas de trabajadores y trabajadoras informales más altas del mundo, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT).<sup>24</sup> Entre otras consecuencias, estas personas quedan fuera del sistema de protección y seguridad social, y también de su contribución pública. Los últimos datos de empleo del país apuntan a una tasa del 51,9% en 2016, del cual un 81% es empleo vulnerable, es decir, trabajo autónomo y trabajo familiar no remunerado. El trabajo infantil entre 5 y 14 años alcanza el 12%, con el impacto que puede tener en la escolarización y educación.<sup>25</sup>

*La OIT calcula que India tiene una de las tasas de empleo informal más elevadas del mundo. La tasa de empleo es casi del 52% (2016), con un 12% de trabajo infantil.*

En 2015, el 75% de la fuerza de trabajo estaba formada por hombres, frente al 25% de mujeres.<sup>26</sup> De hecho, solo una de cada cuatro mujeres forma parte del mercado de trabajo en los países del sudeste asiático.<sup>27</sup>

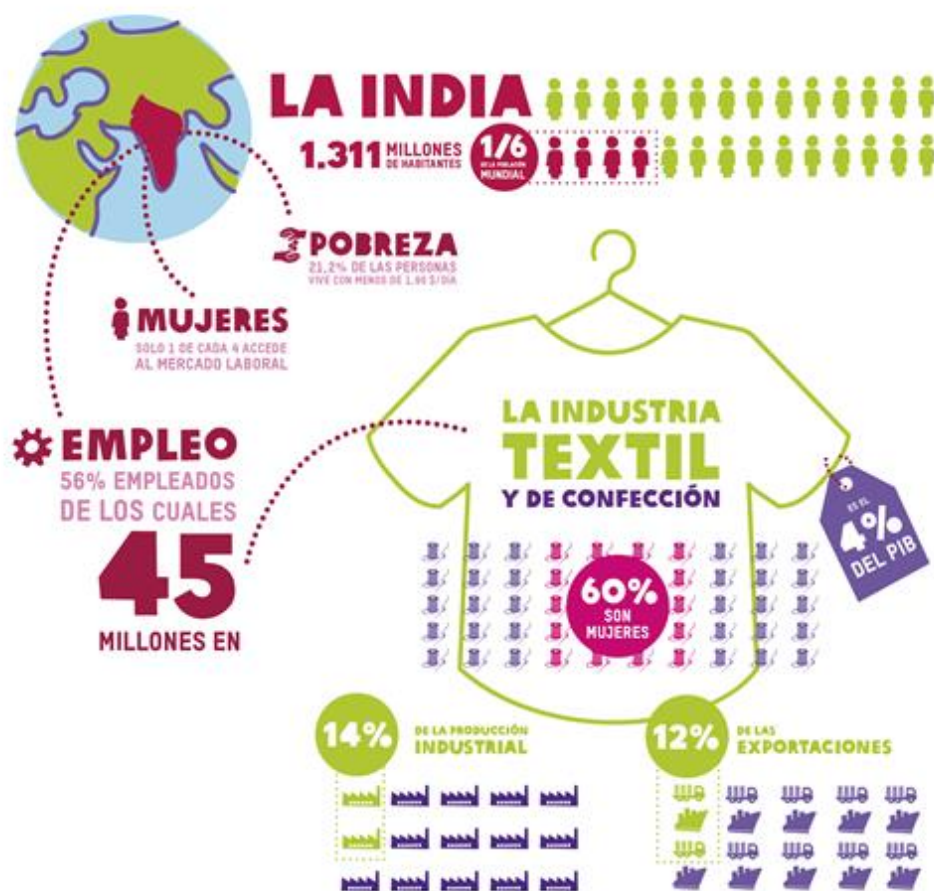
*El 75% de la fuerza de trabajo está formada por hombres, frente al 25% de las mujeres (2015). En el sector textil, las mujeres representan un 60%.*

En este contexto, **la industria textil y de la confección** es un motor importante del desarrollo económico y social. India es el segundo productor textil del mundo y el tercer exportador en 2015.<sup>28</sup> Este sector es uno de los pilares de su economía: representó el 4% de su PIB, el 14% de su producción industrial, y el 12% del total de sus exportaciones en 2014.<sup>29</sup> Se calcula que, en menos de diez años, el volumen del sector textil se duplicará, pasando de los 108 miles de millones de dólares actuales, a 226 miles de millones en 2023. También se prevé que las exportaciones crezcan, partiendo de los 40 miles de millones de dólares de 2015-2016.<sup>30</sup>

Medidas como la creación de las llamadas **Zonas Económicas Especiales** (SEZ en sus siglas en inglés), con incentivos a la producción y la exportación,<sup>31</sup> y el apoyo explícito del Gobierno a través de subvenciones y programas de impulso económico como Make in India,<sup>32</sup> hacen posible estas cifras de crecimiento.

El sector textil y de la confección es el segundo empleador del país, tras la agricultura. La industria textil empleó directamente a 45 millones de personas e indirectamente a

60 millones (2014).<sup>33</sup> De ellos, el 60% son mujeres, aunque las cifras varían dependiendo del estado del que se trate. Este dato no cuenta con los y las trabajadoras de la industria textil informal; un número que se calcula elevado y en aumento, especialmente para trabajadores y trabajadoras que producen desde sus casas.<sup>34</sup>



## ¿Quieres trabajar en el sector textil en India? Estas serán tus condiciones.

Aunque el derrumbe del Rana Plaza dio a conocer de la forma más trágica las condiciones laborales extremas de países como Bangladesh, también en India se producen vulneraciones de derechos en el sector textil. Existen faltas graves de seguridad y salud en los centros de trabajo; limitaciones al asociacionismo sindical -solo un 4% de trabajadores y trabajadoras son miembros de sindicatos-; y fuertes discriminaciones sobre colectivos concretos como mujeres, 'intocables' y migrantes.<sup>35</sup>

Uno de los problemas más graves es el trabajo forzado. Aunque no es frecuente en el sector, aún se produce en la fase de tejido, donde se recluta a mujeres jóvenes a cambio de la promesa de un buen salario. La realidad es que estas trabajadoras soportan horas de trabajo excesivas, sufren casos de acoso y abuso sexual, e incluso violaciones en los centros de trabajo.<sup>36</sup> La ONG READ calcula que 50.000 mujeres se ven afectadas por formas de trabajo esclavo en los 400 talleres de hilado de la región de Tamil Nadu, una de las grandes áreas productoras. En todos estos casos, existen normas internacionales, constitucionales y leyes nacionales que regulan estas materias. El problema es la falta de aplicación y control sobre las mismas.

*Bajos salarios, exceso de horas de trabajo, limitaciones al sindicalismo o discriminaciones a ciertos colectivos son algunos problemas del sector textil en India.*

*Se calcula que 50.000 mujeres están sujetas a trabajo esclavo en la región de Tamil Nadu.*

De acuerdo con un informe elaborado por la OIT sobre condiciones de trabajo en el sector textil indio,<sup>37</sup> basado en las percepciones de trabajadores y trabajadoras entrevistadas en ciudades al norte y sur del país, las principales razones por las que dejarían los talleres serían: *los bajos salarios -que van unidos a hacer horas extras para aumentar los ingresos-, las exigencias de la producción y en general las malas condiciones de trabajo*. En momentos de producción alta, cuando los plazos de entrega son muy limitados, solo un 20% de las personas encuestadas afirmaron no haber visto o vivido nunca una situación de amenazas o abuso. Es decir, un 80% sí han visto o vivido amenazas o abuso en sus fábricas. Este hecho parece indicar que existe cierta cultura de trato irrespetuoso y/o vejatorio entre los niveles de supervisión y las plantillas.

Aunque el 65% de las personas entrevistadas dijo que les gusta trabajar en el sector, el 88% no querían que sus hijas e hijos trabajaran en él.

Por contraposición y por definición, el comercio justo promueve oportunidades de desarrollo y condiciones laborales dignas que respetan los derechos de las personas.

## 4 EL COMERCIO JUSTO CAMBIA VIDAS

El comercio justo ofrece una oportunidad de desarrollo a colectivos vulnerables, mantiene relaciones estables y transparentes con los grupos productores y proveedores, y ofrece condiciones de trabajo legales, seguras y saludables para las personas, con una remuneración ventajosa.

*¿Es esta la experiencia de las personas que trabajan en el comercio justo?* Este documento recoge las vivencias de algunas personas, mujeres, migrantes rurales, sin educación y escasa cualificación, de los slums de Andheri East de Bombay.<sup>38</sup> Trabajan en **Creative Handicrafts** (CH), una organización que ofrece una oportunidad laboral para que tengan independencia económica. Desde ahí, desarrollan autonomía y respeto frente a ellas mismas, sus familias y la sociedad.

En su experiencia, destacan dos palabras: **libertad y poder**. Quizá éste sea el mayor cambio que el comercio justo provoca en sus vidas.

Al menos en las de Shakuntala, Guddiya y Anjali, trabajadoras de Creative Handicrafts.

**Shakuntala-Sanjay** es viuda y tiene una hija de 21 años. Entró con 22 años en Creative Handicrafts, sin haber ido nunca a la escuela ni saber coser. Hoy tiene 44 años y es responsable de un grupo de confección de 18 trabajadoras.

**Guddiya-Subhash** tiene 26 años. Se casó con 15, aunque la edad legal para contraer matrimonio en India son los 18 años. Tiene una hija y dos hijos, y lleva dos años trabajando en CH. Tampoco fue a la escuela, aunque aprendió a coser en el pueblo donde nació. Trabaja en el grupo que Shakuntala coordina, y le gusta coser.

**Anjali Tapkire** representa otra experiencia exitosa de desarrollo personal y colectivo. Entró con 18 años en Creative Handicrafts. Hoy tiene 52 años, ha sido directora de Creative y actualmente coordina uno de los 13 grupos cooperativistas.

*Creative Handicrafts hace posible que mujeres en situación de pobreza y con apenas formación, tengan un trabajo y además digno.*

*Mujeres como Shakuntala o Guddiya sienten que el trabajo y sus ingresos les dan libertad y poder sobre su propia vida.*

De acuerdo con las entrevistas mantenidas, la causa del cambio en sus vidas ha sido el **acceder a un trabajo y, por tanto, a unos ingresos**. Es importante recordar que son mujeres que, por su situación de marginación y pobreza, no tendrían casi ninguna otra posibilidad de trabajar. Es significativo que ellas mismas digan que no conocen a nadie de su entorno que trabaje en las fábricas textiles convencionales. Porque para trabajar ahí se exige una formación y cualificación que ellas no tienen. Sus opciones laborales, si existen, se reducen al sector doméstico -informal, inestable, muy mal pagado-. No hay nada más en Andheri East para ellas: la pobreza absoluta, o Creative Handicrafts.

El comercio justo no solo ofrece un trabajo, sino que además es **digno**. Shakuntala y Guddiya tienen un horario laboral convencional, de 9.30 a 17.30h, con un descanso pautado: tienen una pausa para comer y otra para el té. Cuentan con bajas por enfermedad y un seguro específico de salud -que es lo legal en India, *pero que sea legal no significa que siempre se cumpla*-.<sup>39</sup> Pese a las normas sociales que tienden a mantener a la mujer dentro del hogar, sus maridos están de acuerdo con que ellas trabajen fuera de casa *porque Creative Handicrafts es un lugar seguro*.



Guddiya-Subbash en su puesto de trabajo  
©CreativeHandicrafts

*Organizaciones de comercio justo como Rajlakshmi Cotton Mills Ltd, garantizan condiciones de trabajo dignas.*

*Si desglosamos el precio de una camiseta de comercio justo y de una de comercio convencional, los costes laborales son un 1.200% mayores en la camiseta de comercio justo que en la de comercio convencional (CECJ 2015).*

Condiciones de trabajo similares, seguras y saludables, y remuneraciones beneficiosas están documentadas en otros grupos productores como **Rajlakshmi Cotton Mills Ltd.**, principal proveedor de textil de Oxfam Intermón en España y de la marca Veraluna. Con sede en Calcuta (West Bengal), es una empresa que emplea a 500 personas y utiliza algodón orgánico y de comercio justo en el 80% de su producción.<sup>40</sup> Sus condiciones de remuneración incluyen contribuciones a fondos de pensiones, pago de dietas y gastos de viaje, o facilidades como guarderías y atención médica en los centros de trabajo. Vale la pena recordar que, si desglosamos el precio de una camiseta de comercio justo y lo comparamos con el de una camiseta del comercio convencional, *los costes laborales representan un 1.200% más en la camiseta de comercio justo que en la del comercio convencional*.<sup>41</sup>

El trabajo digno y los ingresos importan porque permiten cubrir necesidades básicas – “las mujeres pueden comer cosas buenas” (Anjali)-, y tener ciertos ahorros: Guddiya empezó hace 6 meses a ahorrar unas 1.000 rupias al mes -unos 14€-, fundamentales para hacer frente a imprevistos. Les permite pedir un préstamo al banco para alquilar una casa mejor, con un aseo, en una zona más limpia, segura y saludable del slum (Shakuntala, Anjali). Les permite “libertad; poder decidir (...), no depender de nadie, ni siquiera de mi marido” (Guddiya). Libertad para decir “no” a un segundo matrimonio tras quedar viuda, y hacer su propia vida con su hija pequeña. “Porque ahora estoy en Creative y tengo mi trabajo y mi dinero (...). No necesito nada más” (Shakuntala).



## “¿EL CAMBIO MÁS IMPORTANTE EN MI VIDA? LA EDUCACIÓN DE MI HIJA”

Pese a la diferencia de edad de Guddiya y Shakuntala, ambas afirman sin dudar que el cambio más importante que el comercio justo y Creative Handicrafts ha supuesto en sus vidas es la educación de sus hijos y, en particular, de sus hijas.

“Todas te dirán lo mismo, porque ninguna ha tenido la oportunidad de ir a la escuela”, dice Jennie Abraham, trabajadora social de Creative Handicrafts, con años de experiencia con grupos de mujeres vulnerables. Shakuntala y Guddiya -y muchas otras mujeres- pertenecen al 37% de mujeres adultas sin estudios ni cualificación en India.<sup>42</sup>

Shakuntala siente que la tristeza de no haber ido a la escuela, le impulsó a garantizar una educación a su hija. Ambas mujeres consideran la educación clave para el desarrollo, especialmente si eres mujer, pues la menor participación de la mujer en el mercado de trabajo se asocia a su bajo nivel educativo: las niñas y mujeres tienen la mitad de años de escolaridad que los hombres (4,8 años frente a 8,2).<sup>43</sup> Y como una de las mujeres comenta, en India solo se invierte en las hijas para casarlas.

*“Creative no te saca necesariamente de la pobreza. Hace que tu familia deje de pasar hambre, o te permite un sitio donde vivir. Pero lo que te saca realmente de la pobreza es tener una educación para tus hijos. Porque eso les permite moverse al siguiente nivel económico”*

(Shakuntala). Estas palabras cobran sentido cuando las pronuncia una mujer que hace veinte años vivía solo con el salario de su marido -0,50 € al día-, que no siempre daba para comer, y que no fue a la escuela, lo que le impidió durante mucho tiempo acceder a un trabajo. Quiere que su hija tengan una vida mejor.



Trabajadora en Creative Handicrafts  
2015 ©OxfamIntermón

*“Lo que te saca realmente de la pobreza es que tus hijos tengan una educación. Porque eso les va a permitir pasar al siguiente nivel económico (...).”*

*Shakuntala-Sanjay  
Bombay, abril de  
2017*

### ¿Cómo es posible este cambio?

- Su propio trabajo e ingresos cubren una parte de los gastos de educación de sus hijas e hijos. “El cambio financiero es muy grande en nuestras vidas. Antes yo no tenía dinero. Tras empezar en Creative, con mi dinero y el de mi marido, pudimos darles una buena vida y educación a nuestros hijos” (Anjali).<sup>44</sup>
- Creative Handicrafts cuenta con un programa específico de apoyo educativo, que facilita becas a las familias para costear la educación básica.
- Cuenta además con una especie de ‘fondo de ahorro’, que concede préstamos para cursar estudios superiores. Shakuntala accedió a uno de estos préstamos para su hija, que luego, una vez que son económicamente independientes, devuelven.

Shirley, la hija de Shakuntala, es hoy profesora y trabaja en uno de los centros de enseñanza más reconocidos de Bombay. Su madre se siente extremadamente orgullosa y feliz.

## “¿EL CAMBIO MÁS IMPORTANTE EN MI VIDA? ENTRISTECERME PORQUE MI HIJA NACIERA MUJER Y, VEINTE AÑOS MÁS TARDE, ALEGRARME DE QUE MI NIETA SEA UNA NIÑA”

“Empoderando mujeres, cambiando vidas” es el lema de Anjali y de Creative Handicrafts.

Es importante, porque India afronta al menos tres grandes retos para erradicar las desigualdades de género: el acceso de las mujeres a la educación y a posibilidades de empleo; las violencias de género; y la participación en los procesos de toma de decisiones públicas.<sup>45</sup>

A pesar de tener los mismos derechos reconocidos en la Constitución, las mujeres afrontan múltiples situaciones de desigualdad, maltrato y abuso. Las normas sociales parecen tolerar la violencia: un 45% de las mujeres piensa que el maltrato puede estar justificado en ciertos casos -frente al 10% de España en 2014-.<sup>46</sup> El 37% de las mujeres ha sufrido violencia física y/o sexual por su pareja en algún momento -frente al 13% en España-.<sup>47</sup> Muchas de estas agresiones no son denunciadas ni perseguibles. La tragedia de la violencia contra las mujeres en India fuera del ámbito de la pareja es bien conocida. Baste decir que el número de violaciones se incrementó en más de un 52% entre 2001 y 2013.<sup>48</sup> Prácticas como el matrimonio infantil, la incidencia de la pobreza y las normas sociales son, con otras muchas, causas de este complejo problema.



Anjali Tapkire, en su visita a España en 2015  
©Oxfam Intermón

*De no saber nada, Anjali Tapkire ha aprendido hindi, inglés, o a viajar sola. Sabe planificar pedidos, entregarlos en plazo, calcular costes y beneficios. Con 50 años, es directiva de una organización de comercio justo que emplea a cientos de mujeres.*

La experiencia de Anjali, Guddiya y otras mujeres muestra cómo el comercio justo contribuye a revertir estos retos:

### 1. Acceso a educación y posibilidades de empleo.

Ya hemos señalado cómo las normas sociales de género y el peor nivel educativo de las mujeres, explican en parte que solo una de cada cuatro acceda a un empleo y cómo Creative es una ventana al mercado de trabajo.

Anjali -como Shakuntala o Guddiya- entró en Creative con una baja cualificación. En estos 32 años, ha aprendido hindi e inglés,<sup>49</sup> a moverse sola o a ir al mercado; ha adquirido capacidad para planificar pedidos, entregarlos en plazo, calcular costes de producción y beneficios.<sup>50</sup> Guddiya ha sido la primera mujer de su familia en trabajar fuera de casa. Es un gran logro: “he empezado algo nuevo en mi familia, incluso aunque ellos no querían. Me siento feliz e independiente”.

## 2. Luchar contra las violencias de género.

“Cuando llegan a Creative Handicrafts, muchas mujeres no tienen confianza en sí mismas. (...) Una de las principales dificultades es afrontar el ego de los hombres (...). Muchos no dejan trabajar a las mujeres fuera de casa, beben mucho, se gastan el dinero... Las mujeres afrontan situaciones muy difíciles” (Anjali, entrevista CECJ).

Muchas mujeres sufren violencia de género en India y Andheri East no es una excepción. Aquí señalamos tres aspectos con los que esta cooperativa de comercio justo contribuye a luchar contra esta lacra:

- a) **Tener un trabajo e ingresos propios reduce los índices de violencia de género y aumenta el poder de decisión de las mujeres dentro de sus hogares.**<sup>51</sup>
- b) **Estar más y mejor informadas sobre sanidad e higiene de la familia, y también sobre la violencia.** Guddiya participó con su marido en un taller de sobre cómo construir una comunidad y un matrimonio libre de violencia en Creative Handicrafts. “Me gustó mucho. A los dos nos gustó mucho. Aprendimos que la violencia no está bien, cómo hacer funcionar un buen matrimonio y cómo hacer el nuestro un matrimonio libre de violencia”. Hace solo 5 años, Guddiya vivía en su pueblo y vestía un sari que la cubría por completo. No podía mostrar su rostro fuera de casa o a otros hombres. Hoy trabaja fuera de casa y su marido se siente bien con ello. “Nunca pensé que pudiera llegar tan lejos”.
- c) **Sentirse acompañadas, entre iguales,** en un proceso difícil de transformación personal, emancipación y construcción de una identidad propia, como mujeres, y no solo como madres o hijas. Además de talleres de empoderamiento, las mujeres trabajan juntas. “Esto es una terapia: hablan, comparten problemas, les ayuda a superarse” (Anjali), a “aprender cosas de la vida” (Guddiya). “Incluso si no dices nada, ellas comprenden (las otras mujeres). Ellas leen tu cuerpo y tu rostro. Ellas comprenden porque han vivido lo mismo. Nunca he vivido este nivel de apoyo. Al fin: no estoy sola” (Lalita Kamble).<sup>52</sup>

*Las mujeres trabajan juntas. Sentirse acompañadas y comprendidas es clave: “Incluso si no dices nada, las compañeras comprenden. Ellas leen tu cuerpo y tu rostro. Ellas comprenden porque han vivido lo mismo. Nunca había sentido este nivel de apoyo. Al fin: no estoy sola”*

*Lalita Kamble (CH)*

## 3. Mayor participación en la vida pública.

También el llamado ‘techo de cristal’ existe en India y de múltiples formas que ya han aparecido a lo largo de este documento: menos posibilidades de trabajar y acceso a puestos bien pagados, menor salario que los hombres, menos mujeres en cargos políticos, o en puestos de dirección empresarial. Solo una de cada 10 compañías indias está liderada por una mujer.<sup>53</sup>

Anjali ha sido directora de Creative Handicrafts y ahora es responsable de uno de sus grupos cooperativistas, Asli Food, que ofrece servicios de comidas y catering. Shakuntala es coordinadora de un grupo de 18 trabajadoras -que protagonizan la portada de este documento-, con responsabilidades de coordinación y gestión de recursos, revisiones de calidad y cumplimiento de entregas y plazos. Sin duda Creative Handicrafts es un entorno muy favorable, en el que 7 de los 9 miembros de la dirección son mujeres, pero desempeñar un puesto de responsabilidad sigue siendo un logro. Porque la participación de las mujeres en la gestión empresarial, en la toma de decisiones de las cooperativas y grupos productores, y la eliminación de la brecha salarial de género, son objetivos específicos del comercio justo.

# EL COMERCIO JUSTO CAMBIA VIDAS



Fuente: elaboración propia basada en revisión de literatura y entrevistas realizadas con Creative Handicrafts

El pasado 8 de marzo, día internacional de la mujer, el Banco Mundial recomendaba impulsar el empoderamiento económico de las mujeres del sudeste asiático, mediante su acceso al mercado laboral, capacitación y desarrollo profesional, mayor inversión en la economía de los cuidados; y facilitando que las mujeres tengan mayor voz y voto en la esfera pública y en sus vidas. **Medidas que el comercio justo ya aplica en su ámbito de actuación.**<sup>54</sup>

Este documento presenta la historia de unas pocas mujeres en un país de millones con una experiencia, por desgracia, muy diferente. Sin embargo, estos logros no son menores. *Son cambios absolutamente radicales en la vida de las personas, que ayudan a construir un proceso de transformación social más profundo y gradual.*

**¿Qué es el cambio?** “El cambio es entristecerme porque mi hija nace mujer y, veinte años después, alegrarme porque mi nieta es una niña” (Anjali). Si hay algunas palabras que suenan en estas mujeres son ‘feliz’, ‘orgullosa’, ‘agradecida’ e ‘independiente’.



# 5 CRECEN LAS VENTAS, MEJORA LA VIDA DE LAS PERSONAS

*"Comprar comercio justo cambia vidas drásticamente. Si el comercio justo sigue adelante, si crece, nosotras salimos adelante. (...) Es mucho más que dinero. (...) Pese a todas las dificultades vividas, jamás pensé que llegaría tan lejos"*

*Shakuntala-Sanjay, Trabajadora de Creative Handicrafts (2017)*

El comercio justo es un sistema comercial solidario y alternativo cuyo objetivo es mejorar el acceso al mercado de las personas productoras más desfavorecidas y cambiar las injustas reglas del comercio internacional, que consolidan la pobreza y la desigualdad mundial. Este movimiento internacional engloba a más de 1.200 organizaciones y 1,65 millones de personas en 75 países.<sup>556</sup> De todas ellas, 250 grupos y organizaciones se dedican al sector textil y la artesanía, y la mayoría de sus integrantes son mujeres.<sup>57</sup>

**El comercio justo crece.** A nivel mundial, las ventas aumentaron un 16% en 2015 respecto a 2014, llegando a los 7.300 millones de euros.<sup>58</sup> También la llamada 'prima de comercio justo' -una suma de dinero adicional que reciben las organizaciones productoras para invertir en la comunidad-, sigue la misma tendencia, en aumento desde 2012 y alcanzando la cifra de 138 millones de euros en 2015 -un 30% más que en 2014-.<sup>59</sup>

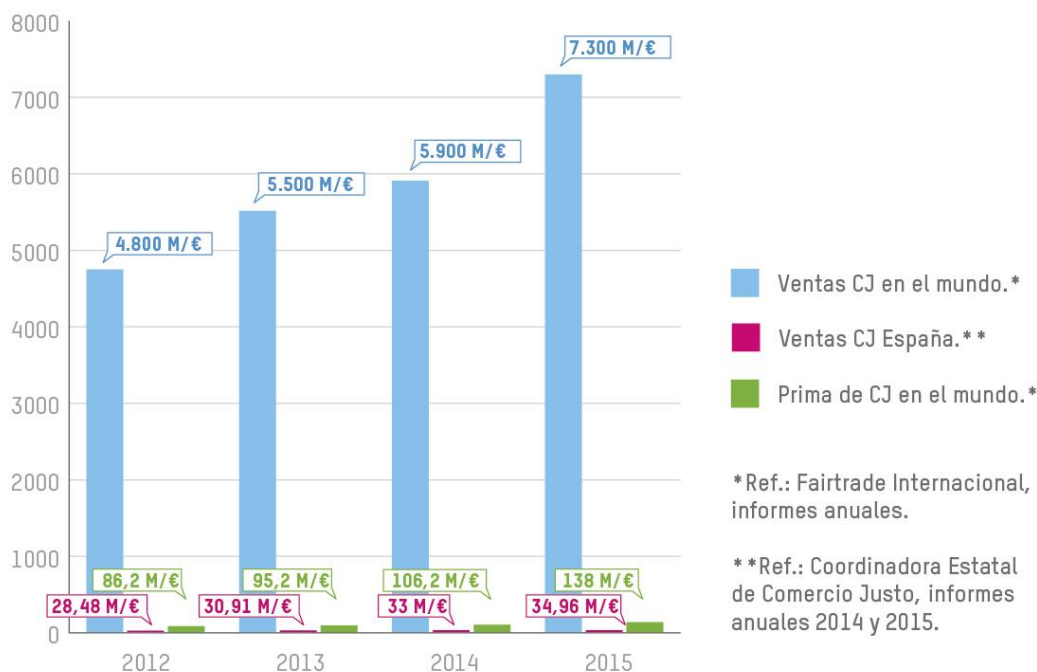
**También en España han crecido las ventas:** en 2015, se vendieron productos por casi 35 millones de euros, un 6% más que en 2014.

*En realidad, el comercio justo no ha parado de crecer en España desde el año 2000.* De acuerdo con los datos de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ), entre 2000 y 2015 las ventas han pasado de apenas 10 millones de euros a casi 35 millones, creciendo a un ritmo casi constante, incluso en la época de crisis económica -la gente gastaba menos, pero nuevos consumidores y consumidoras se incorporaron al mercado de comercio justo-.<sup>60</sup> Este aumento también se debe a que hay más puntos de venta en España: 78 tiendas, 163 puntos de venta, más los productos en tiendas minoristas y, sobre todo, en grandes superficies y en la hostelería.

# VENTAS Y PRIMA

## DE COMERCIO JUSTO 2012

### EN EL MUNDO Y EN ESPAÑA 2015



Aunque España está aún lejos de países de nuestro entorno -nuestro consumo anual de comercio justo es 17 veces menor que el de la UE-, el aumento de las ventas indica que cada vez más personas se preocupan por los productos y la ropa que llevan, y son conscientes de que su decisión de compra afecta a quienes los producen o fabrican. Es el mejor indicador de rechazo social a lo que representa el aniversario del derrumbe del Rana Plaza y a ropa producida vulnerando los derechos de las personas y dañando sus vidas.

*Es el mejor indicador y mensaje para la **industria textil convencional**: cada vez más personas con poder de compra queremos prendas fabricadas en condiciones dignas. ¿Hay mejor oportunidad de negocio?* Una encuesta del Eurobarómetro ya apuntaba en 2014 que el 45% de la ciudadanía española estaría dispuesta a pagar más por productos hechos en condiciones justas.<sup>61</sup> Si el sector textil mundial estableciera progresivamente relaciones de producción, comercialización y consumo más equitativas, las personas beneficiadas, consumidoras y productoras, ya no seríamos miles, sino millones.

En **Oxfam Intermón** trabajamos en comercio justo desde 1994. Más de 76.000 mujeres se benefician de esta relación comercial **directa** con grupos productores de todo el mundo. De ellas, 2.400 mujeres forman parte de grupos textiles.<sup>62</sup> En India, trabajamos con cinco grupos que proveen las tiendas de Oxfam Intermón de productos: Rajlakshmi Cotton Mills Ltd, Creative Handicrafts, Craft Resource Center, Co-optex, y EMA.

Más de **231.000 personas ya son clientes**. Dicen alto y claro, con palabras y con hechos, que les importa lo que su ropa provoca.

## **EFFECTOS** INDUSTRIA DEL COMERCIO JUSTO EN LA **TEXTIL**

### **EFFECTOS de comprar DIRECTOS:** comercio justo



### **EFFECTOS INDIRECTOS:** las mejoras en la cadena de aprovisionamiento convencional como reacción a la demanda creciente por el comercio justo



Por todo ello, son dos las principales **RECOMENDACIONES** que hacemos a las empresas de la industria textil y de la confección:

- **Contribuir a la lucha contra la desigualdad y la pobreza a través de la Agenda 2030 y la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.** El papel de las empresas en el desarrollo local e internacional es clave. Como recomienda la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas,<sup>63</sup> la adopción de medidas concretas en el ámbito de la entidad o en sus relaciones con grupos de interés externos, y también en las cadenas de suministro, pueden

contribuir a reducir la pobreza (ODS1), lograr trabajo decente (ODS8), la igualdad de género (ODS5), o promover la producción y el consumo responsables (ODS12). *¿Se preguntarán las empresas cómo pueden ser más productivas y luchar contra la desigualdad?* Por ejemplo, abriendo nuevos negocios en países emergentes con el prisma de la sostenibilidad, ofreciendo trabajos decentes y seguros a la población local; u ofreciendo formación para empoderar a las mujeres y mejorar sus habilidades laborales (Pacto Mundial 2016). Otras medidas pueden ser mejoras de los sueldos salariales, eliminar la brecha salarial de género, y contribuir adecuadamente a los ingresos públicos pagando la parte justa de impuestos que les corresponde.

- **Ser transparentes en las cadenas de suministro**, dando a conocer los nombres y ubicación de sus proveedores: dónde y cómo se produce su ropa. La transparencia en la cadena de suministro ayuda a garantizar:<sup>64</sup>
  - A la marca, un mejor seguimiento y monitoreo de las condiciones de trabajo de sus proveedores, asegurando que se introducen y se mantienen prácticas saludables y seguras, como las que el comercio justo impulsa.
  - A los trabajadores y trabajadoras locales, conocer mejor sus derechos, y comprobar si su empresa está respetando las condiciones laborales que la marca que compra sus productos espera.
  - A las personas consumidoras, que la marca no tiene nada que ocultar, y que su cadena de suministro cumple o está actuando para cumplir con condiciones adecuadas.

**¿Te unes?**

**No les Rebajes**

[www.nolesrebajes.org](http://www.nolesrebajes.org)

**#NolesRebajes**



**Si quieres conocer y comprar, consulta:**

Puntos de venta de comercio justo en España:

<http://comerciojusto.org/tiendas/>

Comercio justo en Oxfam Intermón:

[www.OxfamIntermon.org/comerciojusto](http://www.OxfamIntermon.org/comerciojusto)

[www.OxfamIntermon.org/tiendas](http://www.OxfamIntermon.org/tiendas)

Información detallada y actualizada del sector textil – Campaña Ropa Limpia:

[www.ropalimpia.org](http://www.ropalimpia.org)

**Si te dedicas a la moda y buscas proveedores, consulta:**

Proveedores de comercio justo, Organización Mundial de Comercio Justo:

<http://wfto.com/find-supplier>

Creative Handicrafts:

[www.creativehandicrafts.org/](http://www.creativehandicrafts.org/)

Rajlakshmi Cotton Mills Ltd:

[www.rcm-organic.com/](http://www.rcm-organic.com/)



# NOTAS

<sup>1</sup> War on Want (2014), Never Again: Making fashion's factories safe, pp.1-9.

<sup>2</sup> Carro de Combate (2015), Informes de Combate: sector textil.

<sup>3</sup> Oxfam Internacional (2014), Towards a living wage, p.10.

<sup>4</sup> Campaña Ropa Limpia (2015), El Fondo Rana Plaza por fin alcanza los 30 millones de dólares para compensar a las víctimas, disponible en:

[www.ropalimpia.org/es/acciones/77/muchas-gracias-por-vuestro-apoyo-a-lo-largo-de-estos-2-a-os-el-fondo-rana-plaza-por-fin-alcanza-los-30-millones-de-usd-para-indemnizar-a-las-victimas](http://www.ropalimpia.org/es/acciones/77/muchas-gracias-por-vuestro-apoyo-a-lo-largo-de-estos-2-a-os-el-fondo-rana-plaza-por-fin-alcanza-los-30-millones-de-usd-para-indemnizar-a-las-victimas)

Clean Clothes Campaign (2016), Rana Plaza: three years on compensation, justice and workers, disponible en:

<https://cleanclothes.org/resources/publications/rana-plaza-three-years-on-compensation-justice-and-workers-safety-full-report>

<sup>5</sup> Clean Clothes Campaign (2017), Four years after Rana Plaza: Steps in the right direction but a lot remains to be done, disponible en:

<https://cleanclothes.org/news/2017/04/resources/publications/four-years-after-rana-plaza>

<sup>6</sup> Campaña Ropa Limpia (2017), #Everydaycounts: campaña por la liberación de los sindicalistas y activistas encarcelado en Bangladesh, disponible en:

[www.ropalimpia.org/es/noticias/461/everydaycounts-campa-a-por-la-liberacion-de-sindicalistas-y-activistas-encarcelados-en-bangladesh-acciones-de-protesta-hacia-las-embajadas-de-bangladesh-en-europa-nete](http://www.ropalimpia.org/es/noticias/461/everydaycounts-campa-a-por-la-liberacion-de-sindicalistas-y-activistas-encarcelados-en-bangladesh-acciones-de-protesta-hacia-las-embajadas-de-bangladesh-en-europa-nete)

[www.ropalimpia.org/es/noticias/460/los-sindicatos-y-la-campa-a-ropa-limpia-exigen-una-revision-del-acuerdo-comercial-entre-europa-y-bangladesh-tras-la-oleada-de-represiones](http://www.ropalimpia.org/es/noticias/460/los-sindicatos-y-la-campa-a-ropa-limpia-exigen-una-revision-del-acuerdo-comercial-entre-europa-y-bangladesh-tras-la-oleada-de-represiones)

<sup>7</sup> Clean Clothes Campaign (2017), Cinco grandes cadenas del mundo de la moda -H&M, Inditex, C&A, Next y Tchibo-, renunciaron a participar en el evento anual nacional del sector de la moda y la confección en Bangladesh en 2017 -Dhaka Apparel Summit-, como muestra de rechazo a las represiones contra el movimiento sindical y protestas del sector textil:

<https://cleanclothes.org/news/2017/02/22/leading-retailers-withdraw-from-bangladesh-garment-industry2019s-annual-showcase-event>

<sup>8</sup> Creative Handicrafts es una cooperativa de grupos productores que nació en 1984, con el objetivo de contribuir a que las mujeres de los slums de Bombay accedieran a una vida digna. Hoy, 290 personas trabajan en ella -puntualmente hasta 800-, y de ellas, unas 200 mujeres fabrican productos textiles en Andheri, Bombay, en el Estado de Maharashtra. En Creative Handicrafts las mujeres aprenden un empleo, se construyen a sí mismas y consiguen una independencia económica. Con este enfoque de abrir oportunidades de desarrollo económico, social y político a las mujeres, su consejo de administración está formado por 7 mujeres y 2 hombres. Aparte del centro de formación y desarrollo personal, Creative Handicrafts promueve grupos de autoempleo, servicios de catering y reparto de comida (Asli Food, dirigido hoy por Anjali Tapkire, presente en este documento), microcréditos, guarderías y escuelas de primaria, entre otras oportunidades profesionales o mejoras laborales. Hoy la componen 13 grupos cooperativistas. Actualmente Creative Handicrafts está dirigida por Johny Joseph:

[www.creativehandicrafts.org](http://www.creativehandicrafts.org)

<sup>9</sup> Oxfam (2017), Una economía para el 99%, es hora de construir una economía más humana y justa al servicio de las personas, disponible en:

[www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file\\_attachments/bp-economy-for-99-percent-160117-es.pdf](http://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file_attachments/bp-economy-for-99-percent-160117-es.pdf)

<sup>10</sup> Hayashikawa, M. OCDE (2008), Trading out of poverty: how aid for trade can help. Policy Dialogue on Aid for Trade, pp.5-7, disponible en:

[www.oecd.org/site/tadpd/41231150.pdf](http://www.oecd.org/site/tadpd/41231150.pdf)

<sup>11</sup> Oxfam Internacional, posicionamiento interno sobre comercio justo y desigualdad, p.1.

Martínez, J. (2011), El Comercio Justo como alternativa global: un recorrido a través de cuatro ondas, en El Comercio Justo en España 2011.

<sup>12</sup> FINE Definition 2001, Organización Mundial de Comercio Justo:

<http://wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade>

<sup>13</sup> Oxfam (2017), obra citada.

<sup>14</sup> Oxfam Internacional, posicionamiento interno sobre comercio justo y desigualdad, p.2.

<sup>15</sup> Banco Mundial (2016), India Country Profile, Data and Overview, Global Economic Prospects, disponible en:

<http://www.worldbank.org/en/country/india>

<sup>16</sup> El **Índice de Desarrollo Humano (IDH)**, elaborado por Naciones Unidas, mide el progreso de un país en torno a tres dimensiones básicas de desarrollo humano: una vida larga y saludable, acceso a conocimiento, y un estándar de vida digna. Disponible en:

<http://hdr.undp.org/en/composite/IHDI> Informe 2016).

El **Índice de Desarrollo Humano ajustado a Desigualdad (IDH-D)** se introdujo en 2010, se calcula sobre 151 países y toma en consideración la desigualdad en las 3 dimensiones del IDH. El IDH es una medición promedio de los progresos básicos realizados por un país en materia de desarrollo humano. Al igual que todos los promedios, el IDH oculta la desigualdad de la distribución del desarrollo humano entre la población. El IDH-D tiene en cuenta la desigualdad al "descontar" al valor medio de cada dimensión del IDH el nivel de desigualdad correspondiente. El IDH-D es básicamente el IDH después de que se le haya descontado la desigualdad. **A medida que aumenta la desigualdad de un país, también aumenta la pérdida de desarrollo humano. Disponible en:**

<http://hdr.undp.org/en/content/inequality-adjusted-human-development-index-ihdi>

Tabla IDH-D: <http://hdr.undp.org/es/composite/IHDI>

<sup>17</sup> Banco Mundial (2017), India Overview, disponible en:

[www.worldbank.org/en/country/india](http://www.worldbank.org/en/country/india)

<sup>18</sup> Datos Banco Mundial, tasa de incidencia de la pobreza sobre la base de \$1,90 por día (2011 PPA) (% de la población, disponible en:

<http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=2&country=IND>

<sup>19</sup> Datos Banco Mundial, porcentaje de niños menores de cinco años con peso inferior al normal, disponible en:

<http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=2&country=IND>

<sup>20</sup> Indicadores Mundiales de Desarrollo Humano, Country Profile India, disponible en:

<http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/IND#>

<sup>21</sup> Eurostat 2014, Database/Gov Finance by function, disponible en:

<http://ec.europa.eu/eurostat/web/government-finance-statistics/data/database>

<sup>22</sup> Datos Banco Mundial, India Country Profile, disponible en:

<http://data.worldbank.org/indicator/SE.XPD.TOTL.GD.ZS?locations=IN>

<sup>23</sup> Polétika (2016), Demandas ante los Presupuestos Generales del Estado 2017, Tiempo de recuperar los derechos de las personas, disponible en:

<https://goo.gl/Aq6LxW>

<sup>24</sup> OIT (2016), India Labour Market Update, disponible en:

[www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---sro-new\\_delhi/documents/publication/wcms\\_496510.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---sro-new_delhi/documents/publication/wcms_496510.pdf)

<sup>25</sup> Índice de Desarrollo Humano 2016 – Perfil por países, India:

<http://hdr.undp.org/es/countries/profiles/IND>

Datos de trabajo infantil, IDH 2016, fuente UNICEF 2016:

<http://hdr.undp.org/en/indicators/112206>

Datos de empleo vulnerable, fuente OIT, ILOSTAT database. <http://www.ilo.org/ilostat>:

<http://hdr.undp.org/en/indicators/43006>

<sup>26</sup> UNCTAD 2016, India – Perfil de país, datos estadísticos generales sobre el año 2015: <http://unctadstat.unctad.org/CountryProfile/GeneralProfile/en-GB/356/index.html>

<sup>27</sup> Dixon, A. (2017), Women can play a greater role in realizing South Asia's potential. Blogs del Banco Mundial. Disponible en:

<http://blogs.worldbank.org/endpovertyinsouthasia/women-can-play-greater-role-realizing-south-asia-s-potential>

<sup>28</sup> Euler Hermes (2017), Global Textile Report 2017:

[www.eulerhermes.com/economic-research/sector-risks/Global-Textile-Report/Pages/default.aspx](http://www.eulerhermes.com/economic-research/sector-risks/Global-Textile-Report/Pages/default.aspx)

<sup>29</sup> Kane, G. (2015?), Facts on India's Garment Industry, Clean Clothes Campaign.

IBEF (2017), Textiles and Apparel, p.11.

<sup>30</sup> Indian Brand Equity Foundation (IBEF), March 2017, Textiles and Apparel.

<sup>31</sup> Las Zonas Económicas Específicas (Specific Economic Zones, SEZ) se crearon en el año 2000. Son zonas geográficas donde se aplica una legislación especial para atraer principalmente inversión extranjera, con facilidades sobre importaciones/exportaciones y el pago o exención de impuestos:

[www.sezindia.nic.in/about-introduction.asp](http://www.sezindia.nic.in/about-introduction.asp)

<sup>32</sup> Make in India es un programa de apoyo y relanzamiento de la economía india actuando sobre 25 sectores industriales, lanzado en 2014 por el Primer Ministro, en un modelo de asociación público-privada: [www.makeinindia.com/home](http://www.makeinindia.com/home)

<sup>33</sup> Datos en IBEF (2017), obra citada, p.11.

Kane, G. (2015), Clean Clothes Campaign, Facts on India's Garment Industry, con datos de la International Trade Division, p.1, disponible en: <https://cleanclothes.org/resources/publications/factsheets/india-factsheet-february-2015.pdf>

Datos oficiales del Ministerio del Textil Indio, Informe anual 2016-2017, Stitch by Stitch, the traditional with the modern, p.7, disponible en: [http://texmin.nic.in/sites/default/files/ar\\_16\\_17\\_ENG.pdf](http://texmin.nic.in/sites/default/files/ar_16_17_ENG.pdf)

Empleo indirecto: <https://fashionunited.in/fashion-industry-statistics-india>

<sup>34</sup> Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing (WIEGO), consideraciones generales del sector textil:

[www.wiego.org/informal-economy/occupational-groups/garment-workers](http://www.wiego.org/informal-economy/occupational-groups/garment-workers)

<sup>35</sup> Veillard, P. (2016), Travail décent et textile équitable. Impact du commerce équitable sur la durabilité des chaînes

textiles. Etude de cas de 4 organisations équitables indiennes. Oxfam-Magasins du Monde, pp. 12-25, disponible en:

<https://goo.gl/WKtLi2>

<sup>36</sup> NGO READ, citada en Veillard, P. (2016), opus citada, p.15.

<sup>37</sup> OIT (2015), Observaciones sobre las condiciones de trabajo en el sector textil y de la confección en India, Resumen Ejecutivo, disponible en:

[www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed\\_norm/@declaration/documents/publication/wcms\\_379775.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_norm/@declaration/documents/publication/wcms_379775.pdf)

<sup>38</sup> Con el fin de contribuir a este documento, se hicieron dos entrevistas con trabajadoras de Creative Handicrafts, Shakuntala-Sanjay y Guddiya-Subhash. Las entrevistas se mantuvieron el 20 de abril de 2017. El idioma originario era hindi y se contó con traducción simultánea hindi-inglés. Todas las personas entrevistadas y la traductora y co-entrevistadora -Jennie Abraham- dieron su consentimiento expreso para ser entrevistadas para la iniciativa No les Rebajes, grabar la entrevista, y para que su nombre e imagen pudieran ser utilizados en este documento y en materiales de comunicación relacionados. Las entrevistas se realizaron por Skype. Este documento también utiliza el testimonio de Anjali Tapkire, ex-directora de Creative Handicrafts, de visita en España en 2015 invitada por Oxfam Intermón.

<sup>39</sup> Datos procedentes de las entrevistas realizadas, del informe Veillard, P. (2016), opus citada, p.34 en adelante; y del informe Oxfam Intermón (2015), Derechos que Penden de un Hilo, p.20-21.

<sup>40</sup> Una característica de RCML es que Chetna Organics es uno de sus principales accionistas. Chetna es una asociación de campesinos y campesinas de algodón orgánico certificado también por Fairtrade (FLO). Cerca de 6.500 productores y productoras de algodón se benefician de esta asociación:

<https://goo.gl/V179hl>

<sup>41</sup> CECJ (2015), Cuaderno de Comercio Justo, Tira del Hilo... Elige Comercio Justo, p.23-24.

<sup>42</sup> UNESCO Institute for Statistics, data 2015, disponible en:

<http://uis.unesco.org/en/country/IN>

<sup>43</sup> Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2017), Informe de Desarrollo Humano 2016, disponible en:

<http://hdr.undp.org/en/2016-report>

<sup>44</sup> Oxfam Intermón (2015), Entrevista interna con Anjali Tapkire, directiva y cooperativista de Creative Handicrafts, en visita a España invitada por Oxfam Intermón.

<sup>45</sup> Dixon, A. (2017), Women can play a greater role in realising South Asia's potential, World Bank blogs, disponible en:

<http://blogs.worldbank.org/endpovertyinsouthasia/women-can-play-greater-role-realizing-south-asia-s-potential>

<sup>46</sup> OECD (2017), Violence against women (indicator). doi: 10.1787/f1eb4876-en (Accessed on 18 April 2017)

<sup>47</sup> OECD (2017), ibidem. El indicador de 'actitud hacia la violencia' se define como el porcentaje de mujeres que consideran justificado que el esposo/pareja golpee a la mujer/pareja en ciertas circunstancias. El índice de 'prevalencia de violencia durante la vida' se define como violencia física y/o sexual experimentada por una pareja íntima en cualquier momento de la vida.

<sup>48</sup> Commonwealth Human Rights Initiative (CHRI), Preliminary Analysis of Some Statistics relating to the Offence of Rape as Reported by the National Crime Records Bureau for the Period 2001- 2013, disponible en:

<http://humanrightsinitiative.org/postoftheday/Rape-NCRBstats-CHRIanalysis-NDelhi-VenkatN-Jul14.pdf>

<sup>49</sup> La mayoría de las mujeres que entran en Creative Handicrafts solo hablan su lengua local. Como dijo Johny Joseph, director de Creative, al ser contactado para este documento, "si las mujeres hablaran inglés, ya no estarían marginadas".

<sup>50</sup> Entrevista con Anjali Tapkire, 29 de junio de 2015, Coordinadora Estatal de Comercio Justo, disponible en:

<http://comerciojusto.org/mas-alla-de-la-estrategia-comercial-lo-que-persequimos-es-la-autonomia-de-las-mujeres/>

<sup>51</sup> Pande, R. and Troyer Moore, C. (2015), Evidence for Policy Design Initiative at Harvard, Why aren't India's women working? The New York Times, disponible en:

[www.nytimes.com/2015/08/24/opinion/why-arent-indias-women-working.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2015/08/24/opinion/why-arent-indias-women-working.html?_r=0)

<sup>52</sup> Testimonio de Lalita Kamble, trabajadora de CH, citada en entrevista con Anjali Tapkire, 26-febrero-2017, en spotlightenglish, Creative Handicrafts: esperanza para las mujeres de Bombay, disponible en:

<http://spotlightenglish.com/listen/creative-handicrafts-hope-for-women-in-Bombay>

<sup>53</sup> Pande, R. and Troyer, C. (2015), The New York Times, Why Aren't India's Women Working? disponible en:

[www.nytimes.com/2015/08/24/opinion/why-arent-indias-women-working.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2015/08/24/opinion/why-arent-indias-women-working.html?_r=0)

<sup>54</sup> Dixon, A. (2017), obra citada.

<sup>55</sup> Fairtrade International (2015), Seventh Edition, Scope and Benefits of Fair Trade, disponible en:

[www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2015-Monitoring\\_and\\_Impact\\_Report\\_web.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2015-Monitoring_and_Impact_Report_web.pdf)

<sup>56</sup> Coordinadora Estatal de Comercio Justo de España (CECJ 2016), El Comercio Justo en España 2015: un movimiento

en auge, p. 5. Disponible en:

<http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2016/09/Informe-CJ-2015.pdf>

<sup>57</sup> CECJ (2016), p.5.

<sup>58</sup> Fairtrade (2016), Impulsar las ventas, Profundizar el impacto. Informe anual 2015-2016. Estas cifras incluyen las ventas realizadas por las certificadoras englobadas en fairtrade.net. Existen otras certificadoras fuera de Fairtrade.net, luego la cifra final de ventas totales a nivel mundial se calcula ligeramente superior a estos 7.300 millones de euros. Disponible en:

<https://annualreport15-16.fairtrade.net/es/>

<sup>59</sup> Fairtrade (2016), ibidem.

<sup>60</sup> CECJ (2016), obra citada, p.9.

<sup>61</sup> Eurobarómetro de Septiembre de 2014, Fairtrade Ibérica, citado en CECJ (2015), Cuaderno de Comercio Justo, Monográfico sobre el Textil, p.25. Disponible en:

<http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2015/04/CUADERNO-TEXTIL-CASTELLANO.pdf>

<sup>62</sup> Oxfam Intermón (2016), Memoria anual 2015-2016, Cambiamos vidas que cambian vidas, p.9. Disponible en:

<https://oxfamintermon.s3.amazonaws.com/sites/default/files/documentos/files/memoria-oxfam-intermon-2015-2016.pdf>

<sup>63</sup> Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas (2016), El sector privado ante los ODS, guía práctica para la acción, disponible en:

[www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/02/Guia\\_ODS\\_PM\\_20170215\\_web.pdf](http://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/02/Guia_ODS_PM_20170215_web.pdf)

<sup>64</sup> Oxfam Australia (2016), Still in the Dark, Lifting the cloak on the global garment trade, disponible en:

[/www.oxfam.org.au/wp-content/uploads/2016/04/Labour-Rights-Still-in-the-Dark-Report.pdf](http://www.oxfam.org.au/wp-content/uploads/2016/04/Labour-Rights-Still-in-the-Dark-Report.pdf)



Este documento ha sido escrito por Ana María Claver Muñoz. Oxfam Intermón agradece a Creative Handicrafts, Carol Gasca, Guddiya-Subhash, Iñigo Macías, Jennie Abraham, Jhony Joseph, Juanjo Martínez, Lara Contreras y Shakuntala-Sanjay las contribuciones a este documento. Forma parte de una serie dirigida a contribuir al debate público sobre políticas humanitarias y de desarrollo.

Para más información sobre los temas tratados en este documento, por favor póngase en contacto con [msambade@oxfamintermon.org](mailto:msambade@oxfamintermon.org)

Esta publicación está sujeta a *copyright* pero el texto puede ser utilizado libremente para la incidencia política y campañas, así como en el ámbito de la educación y de la investigación, siempre y cuando se indique la fuente de forma completa. El titular del *copyright* solicita que cualquier uso de su obra le sea comunicado con el objeto de evaluar su impacto. La reproducción del texto en otras circunstancias, o su uso en otras publicaciones, así como en traducciones o adaptaciones, podrá hacerse después de haber obtenido permiso y puede requerir el pago de una tasa. Debe ponerse en contacto con [msambade@oxfamintermon.org](mailto:msambade@oxfamintermon.org)

La información en esta publicación es correcta en el momento de enviarse a imprenta.

## OXFAM

Oxfam es una confederación internacional de 22 organizaciones que trabajan juntas en más de 90 países, como parte de un movimiento global a favor del cambio, para construir un futuro libre de la injusticia que supone la pobreza:

Oxfam Alemania ([www.oxfam.de](http://www.oxfam.de))

Oxfam América (EEUU) (<https://www.oxfamamerica.org/>)

Oxfam Australia ([www.oxfam.org.au](http://www.oxfam.org.au))

Oxfam Brasil (<https://www.oxfam.org.br/>)

Oxfam-en-Bélgica ([www.oxfamsol.be](http://www.oxfamsol.be))

Oxfam Canadá ([www.oxfam.ca](http://www.oxfam.ca))

Oxfam Corea (<https://oxfam.or.kr/>)

Oxfam Francia ([www.oxfamfrance.org](http://www.oxfamfrance.org))

Oxfam IBIS (Dinamarca) (<http://oxfamibis.dk/>)

Oxfam Gran Bretaña ([www.oxfam.org.uk](http://www.oxfam.org.uk))

Oxfam Hong Kong ([www.oxfam.org.hk](http://www.oxfam.org.hk))

Oxfam India ([www.oxfamindia.org](http://www.oxfamindia.org))

Oxfam Intermón ([www.oxfamintermon.org](http://www.oxfamintermon.org))

Oxfam Irlanda ([www.oxfamireland.org](http://www.oxfamireland.org))

Oxfam Italia ([www.oxfamitalia.org](http://www.oxfamitalia.org))

Oxfam Japón ([www.oxfam.jp](http://www.oxfam.jp))

Oxfam México ([www.oxfamMexico.org](http://www.oxfamMexico.org))

Oxfam Novib ([www.oxfamnovib.nl](http://www.oxfamnovib.nl))

Oxfam Nueva Zelanda ([www.oxfam.org.nz](http://www.oxfam.org.nz))

Oxfam Quebec ([www.oxfam.qc.ca](http://www.oxfam.qc.ca))

Oxfam Sudáfrica (<http://www.oxfam.org.za/>)

Oxfam en Suecia (<https://www.oxfam.se/>)

Para más información, escribir a cualquiera de las organizaciones o ir a [www.oxfam.org](http://www.oxfam.org)

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