

(#280). SLAVE TO FASHION: HISTORIAS DE ESCLAVITUD MODERNA

[MONOTEMA] Slave to fashion nos muestra de una forma muy gráfica y directa la situación de esclavitud (ahora tonificada con el apelativo de “moderna”) que viven millones de trabajadores de la industria textil en todo el mundo.

Después de tanto que [he escrito en este blog](#) sobre la problemática laboral (y también medioambiental) de la industria de la confección, no podía dejar pasar la oportunidad de referirme a este libro, como una prueba más de una realidad que, aunque da fogonazos de luz, sigue siendo tristemente oscura.

La autora, Safia Minney, es probablemente la emprendedora social más reconocida en este sector, y tras sus más de 25 años de experiencia, viajes, proyectos y gestión de su propia marca, People Tree, una auténtica pionera.

Esas vivencias en primera persona son, sin duda, lo que dota de valor añadido a esta obra, y lo que incrementa su interés por conocer historias de sufrimiento pero también de esperanza. Un cóctel de sentimientos encontrados se dan cita en el libro, aunque cualquiera que lo lea con una mirada honesta sentirá indignación al conocer vivencias tan duras.

En este post voy a comentar algunos de los aspectos más destacados del libro, con el fin (como siempre) de ayudar a su comprensión e incentivar su lectura.



La autora

Safia Minney trabajó en sus inicios como publicista, y de sus viajes por Asia y de sus inquietudes sociales nació a comienzos de los años 90 [People Tree](#), una marca textil de comercio justo que se ha convertido en auténtica referencia en el sector.

Nacida en Gran Bretaña en 1964, y con dos hijos, Minney viaja constantemente por medio mundo dando voz a las personas que sufren este sistema de producción-consumo depredador, y volcándose con las alternativas que surgen para intentar darle la vuelta.



Esclavitud moderna

Es una práctica ilegal, sí, pero la realidad es que, bajo diferentes formas, la esclavitud se da en la cadena de suministro textil. Minney culpa a las organizaciones mafiosas y a la disfunción del sistema capitalista de este tipo de prácticas; es el beneficio de unos pocos a costa del sufrimiento de millones.

Trabajo infantil, trabajo forzado, trabajo excesivo y el tráfico de personas se interrelacionan para crear esa esclavitud. En realidad se podría resumir con el concepto de incapacidad de elección; esas personas no pueden elegir otra alternativa que la del trabajo en esas condiciones precarias e inhumanas. Por eso es esclavitud, porque no pueden negarse.

En lo últimos 30 años 1 millón de mujeres y niños han sido movidos por las mafias en Bangladesh. Son a menudo objeto de engaño; se les dice a las familias que van a recibir dinero a cambio de ese trabajo para dejarlos ir, pero luego muchos de ellos no vuelven a dar señales de vida. También ocurre en India y en otros países de la zona, y los inmigrantes son especialmente vulnerables.

Contamos hace algunos meses la [historia de las niñas Sumangali](#) en India, que son obligadas a trabajar en condiciones infrahumanas para ganar su “dote” y así conseguir casarse. Algunas pierden la salud antes de poder hacerlo.

En otras ocasiones se les fuerza a trabajar para pagar préstamos, por lo que el empleado queda en una situación de trabajo forzado, que además suele cubrir de sobra la deuda contraída.

¿Niños trabajando? Claro, aunque cada país tenga una edad mínima para trabajar (14 años en Bangladesh un máximo de 5 horas al día). La triste realidad es que muchos comienzan antes (hay testimonios en el libro) y que trabajan bastante más de esas 5 horas.

Minney pone mucho énfasis en la importancia de la puesta en marcha del Modern Slavery Act del Reino Unido (octubre de 2015), inspirado en el California Transparency in Supply Chains Act (2012). Pero no dejan de ser actos de “buena fe” de compañías grandes (con facturaciones por encima de los \$45 millones en Reino Unido), que simplemente tienen que hacer una declaración sobre cómo están gestionando la cadena de suministro (una especie de declaración sobre balance social). Pero como bien se indica en el libro, esas empresas pueden decir que no pueden garantizar que no hay esclavitud y seguir cumpliendo con el Act. Esta es uno de los motivos por los que resulta pertinente que la [iniciativa vinculante por la regulación del sector textil en la Unión Europea se haga efectiva](#).

Los trabajadores de los países más pobres necesitan más oportunidades de empoderarse en lugar de caridad, al menos eso es lo que destaca Minney en su énfasis en el “Trait, not aid”. Pero la cruda realidad es que la mayoría de las multinaciones que emplea este sistema de deslocalización no lo hace para el desarrollo local, sino para aprovecharse de las condiciones de explotación y del pobre entorno legal y alta corrupción. Las corporaciones tienen más poder que los gobiernos, asevera Minney, y tiene razón.

Es cierto que las iniciativas de comercio justo con una forma de cambiar esta situación. La autora hace referencia a la Fair Trade Foundation y a las marcas que operan bajo el sello de comercio justo.

Múltiples casos de explotación

En una de las partes más duras del libro, Minney pone nombres y caras a espeluznantes testimonios sobre esclavitud en el sector. Cuanta casos en India y China, trabajando 12 horas al día en épocas de mucha demanda, con sólo un día libre al mes, y de 7.30 de la mañana a 3.00 de la madrugada.

En Bangladesh muchos empleados trabajan entre 60 y 77 horas a la semana con 1 o 2 días libres por mes. “*No queremos esta vida*”, dice un joven de 24 años que trabaja 77 horas a la semana en ese país.

En Camboya el empleado medio textil trabaja 72 horas a la semana, pero hay muchos ilegales a los que se les paga sólo \$100 al mes, por debajo del salario mínimo legal, ya de por sí precario (unos \$170). Aunque sean ilegales trabajan como subcontratas de talleres legales.

Niños que comienzan a los 12 años en un taller o en una hilandería, y mujeres (muchas de ellas casi niñas todavía) que son acosadas sexualmente por unos supervisores o jefes que las amenazan con despedirlas o hacerles pasar un infierno (todavía mayor) si no acceden a sus peticiones.

Minney propone que, obviamente, hay que pagar más a los empleados, pero también planificar mejor la producción. Este es un tema importante porque ello daría mucha más estabilidad a los trabajadores, y probablemente reduciría los picos de trabajo (horas extra inhumanas).

¿Un futuro en positivo?

Minney quiere dar un mensaje también de esperanza, nombrando iniciativas como las de [Sre Santhosh Garments](#) en India, que produce para Continental Clothing Co (Reino Unido). Pretenden doblar el salario mínimo legal, con el fin de acercarse a un salario digno, y lo hacen a través de un sistema de reparto de los ingresos obtenidos por cobrar un precio premium como coste al comprador (la marca distribuidora, en este caso). Así, ese precio premium sirve para financiar un sobresueldo a los trabajadores. Pero la realidad (al menos la que admite Minney en el libro) es que aún no han conseguido su objetivo, aunque esperan hacerlo en los próximos años.

La autora comenta varios proyectos e iniciativas para que el consumidor esté más informado sobre lo que hay detrás de lo

que compra, pero aún así, falta mucho camino por recorrer. Por ejemplo, comenta el proyecto [Knowlabel](#), sobre información en el etiquetado para que se puede leer con un *smart phone*, pero aún está en fase de desarrollo.

Precisamente los teléfonos móviles están sirviendo como herramienta para facilitar la denuncia de los trabajadores, y poder hacer un seguimiento y monitorización de esos casos.

Extrañamente, Minney no hacer referencia al caso de [Alta Gracia](#), en la República Dominicana, y su apuesta por pagar un salario digno tres veces superior al salario mínimo. Comentaremos este caso con mucho detenimiento en unas pocas semanas, en un futuro post.

Ciertamente hay muchas personas y muchos proyectos empujando para mejorar la situación laboral y medioambiental en la industria textil. En el libro, otro los aciertos de Minney es darles voz, y así poder conocer, aunque sea brevemente, sus visiones y misiones. No obstante, y pese a ello, el consumidor medio sigue perdido entre información dispersa y a veces contradictoria. Por ejemplo, Minney comenta la labor del Ethical Trade Initiative, pero lo que no dice en el libro es que cuando un consumidor entra en su web y [busca las empresas adheridas](#) se encuentra con algunas como H&M, Inditex o Primark, ejemplos claros de condiciones laborales precarias.

Esa confusión creada (deliberadamente por las grandes marcas) desconcierta al consumidor medio y le hace más vulnerable a la manipulación o al escepticismo. De ahí la importancia de una de las [propuestas de la iniciativa aprobada por el Parlamento Europeo](#) el pasado mes de abril, como ya hemos comentado, por la elaboración de normas de etiquetado sobre productos moda realizada en condiciones dignas y justas.

Conclusión

Safia Minney nos muestra de nuevo una amarga realidad que viven millones de personas esclavas en pleno siglo XXI. Quizá

de manera demasiado políticamente correcta, lo llama “disfunción del sistema capitalista”. En realidad es un horror del que son responsables multinacionales, gobiernos, mafiosos, y también los consumidores. Es cierto que nosotros (consumidores), en mucha menor medida, pero la única forma de desmarcarnos de estos [auténticos psicópatas](#) de la explotación es intentar en nuestro día a día apoyar a las iniciativas que vayan justo en sentido contrario a ellos. Es el poder que [tantas veces hemos comentado](#) que tenemos para cambiar las cosas.

Sin embargo, no cabe duda de que hemos de ir más allá. No sólo con nuestro consumo, sino exigir a los máximos responsables de esta situación (multinacionales y políticos afines a ellas) que paren este sufrimiento. Probablemente te llamen (despectivamente) [radical por ello](#), pero quien te llame así es cómplice de los que explotan a mujeres y a niños para hacer sus camisas; no es muy diferente a ellos.

Y no nos olvidemos de las celebridades, los famosos que están tan vinculados a esta industria con sus contratos de apadrinamiento. Desde [Stars for Workers](#) llevamos un año intentando que se impliquen, más allá de [esporádicas acciones para la galería](#). Y cuánta falta hace que planten cara de una vez a las multinacionales que les pagan por publicitar una ropa teñida de sufrimiento.

Ojalá hubiera muchos más casos como el de Safia Minney, cuyo ejemplo de emprendimiento debería estudiarse en las universidades. La economía y la sociedad necesita de este tipo de mujeres, que son capaces de mejorar la vida de miles de personas.

Todos los posts relacionados

(#266). LOS CONSUMIDORES PAGARÍAN UN SOBREPRECIO POR PRODUCTOS CERTIFICADOS COMO DE TRABAJO JUSTO

REVISIÓN DE ARTÍCULO] Los autores comienzan el artículo haciendo referencia a varios **sucesos de explotación laboral en el sector agrícola en Grecia**. Por ejemplo, en 2013, 33 trabajadores inmigrantes de Bangladesh fueron golpeados y heridos por sus supervisores en una granja de fresas porque protestaban por no recibir su salario en varios meses. Tras el escándalo público, los agricultores argumentaban que no podían pagar un salario mínimo, ni estipular un máximo de horas de trabajo, ni en definitiva dar unas condiciones dignas si querían ser competitivos en el mercado y no tener pérdidas.

El objetivo de esta investigación es **analizar las preferencias de los consumidores por productos que estén certificados como que han sido hechos en condiciones de trabajo justas**, a través del estudio de su intención de pagar más por ellos (WTP – *willingness-to-pay*-). Es importante matizar que el estudio trata sobre certificaciones de trabajo justo y no de comercio justo, ya que los segundos están principalmente enfocados sobre productos exportados por países en desarrollo.

Metodología

Los autores **emplearon el método de valoración contingente (CVM) y el de evaluación inferida (IVM) para estudiar el WTP de un producto concreto, un pack de 500 g de fresas**. Para esta fruta, los costes laborales pesan alrededor de un 50% del precio final del producto, por lo que es un caso atractivo para ser analizado. La diferencia entre preguntar por el método CVM por el método IVM es que en el primero al

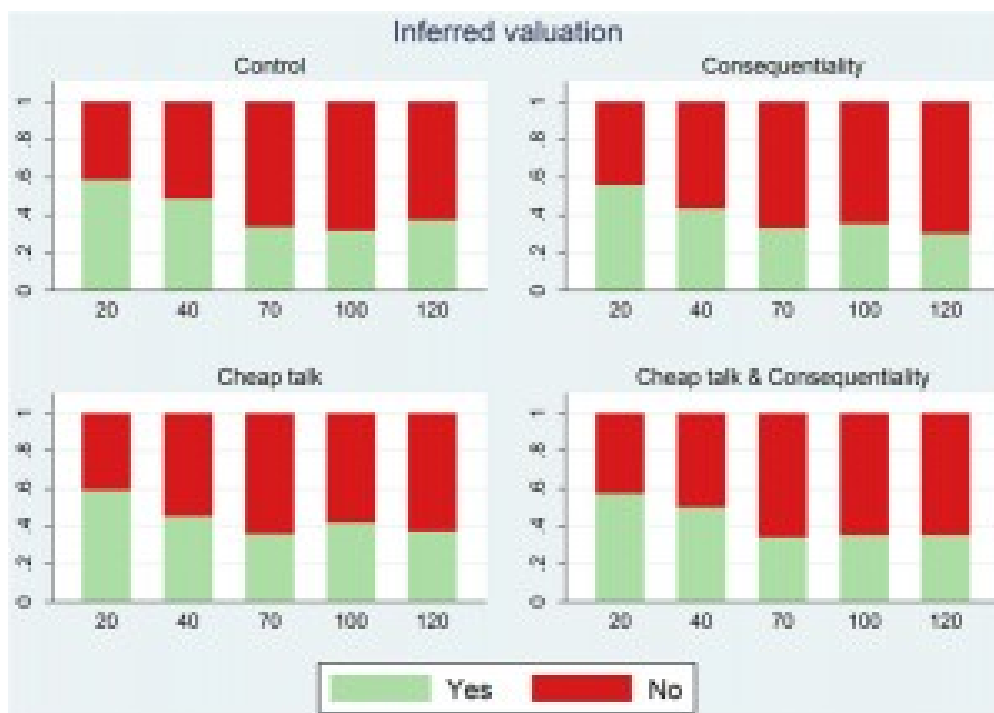
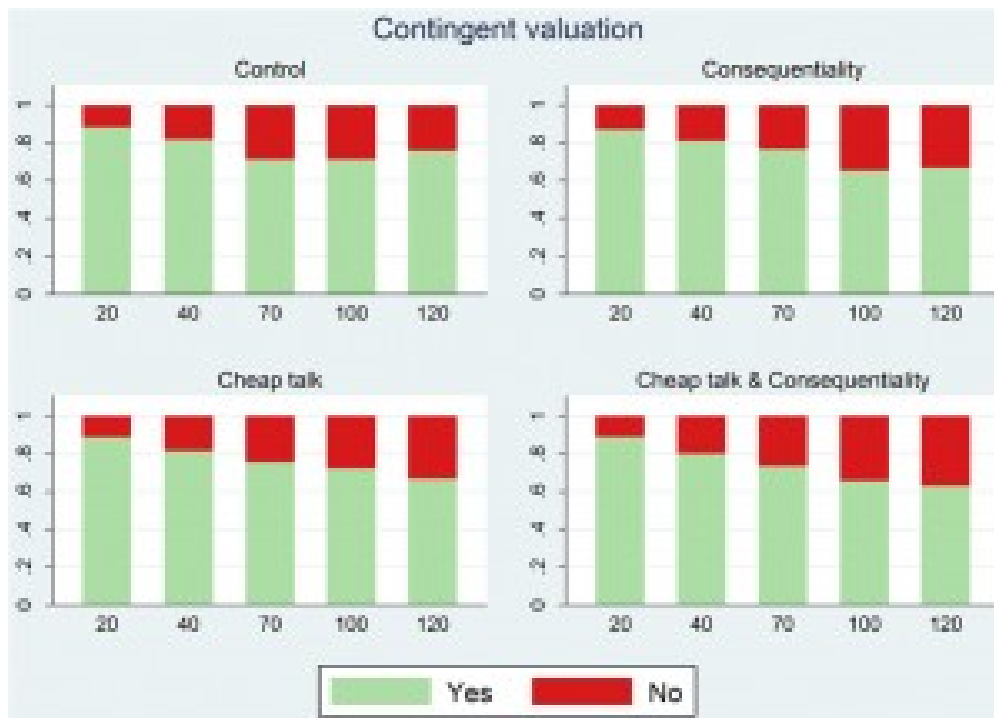
participante se le pregunta directamente por la cuestión de interés, y en el segundo se le pregunta lo que cree que haría otra persona ante la pregunta de interés.

Se realizaron **3825 entrevistas** (sobre un total de 11510 personas a las que se les pidió participar en dos ciudades griegas). Previamente a que contestaran, se les explicaba en qué consistía una certificación de trabajo justo.

Dado que este tipo de estudios están sujetos a un potencialmente importante sesgo de respuesta (presentación favorable), los autores realizaron emplearon un cuidadoso diseño entre sujetos e intra sujetos para tratar de evitarlo. Para ello, realizaron 3 introducciones diferentes que compararon con un grupo de control (sin introducción de texto explicativa). Los investigadores proveían 5 opciones de respuesta para el WTP: 20, 40, 70, 100 y 120 céntimos. Paralelamente, midieron el WTP de manera diferente, tomándolo como pérdida equivalente (se les decía que se les daba un pack de medio kilo de fresas certificadas y si estarían dispuestos a pagar XX céntimos para evitar que se las cambiaran por otras no certificadas). De esta manera, se abordaban **diferentes formas de obtener una información similar**.

Resultados e implicaciones

Existe una diferencia importante entre los resultados del método CVM y los del IVM. Como se puede apreciar en las siguientes figuras, los consumidores son mucho más escépticos cuando piensan cómo actuarán los demás ante la intención de pagar un precio premium por productos con certificación de trabajo justo.



El proveer o no de información sobre la certificación justa (como de forma breve han hecho los autores antes de cada entrevista) no cambia el patrón de respuesta.

Los investigadores estiman que **los consumidores estarían dispuestos a pagar de media hasta 53 céntimos de euro por 500 g de producto, lo que supone un 72.6% del precio modal del equivalente de mercado de las fresas en el periodo de estudio considerado.**

Limitaciones/Comentarios

Pese a que los autores incluyen preguntas sobre condición económica de los entrevistados, su perfil político y sobre el sesgo de presentación favorable, no dejan claro en el artículo cómo lo tienen en cuenta en el modelo.

Además, es extraño que no hayan considerado la opción de que el consumidor de **que los participantes elijan “cero” céntimos**, ya que las alternativas de respuesta comienzan en 20 céntimos de euro. Esto creo que es una limitación importante y probablemente sesgue al alza la valoración media que hacen los autores de la disposición a pagar más.

Tampoco explican la adecuación estadística de su modelo, y sólo basan los resultados en la comparación de los índices AIC y BIC entre especificaciones alternativas.

Por tanto, **prudencia en la interpretación de los resultados**. No obstante, y pese a estas limitaciones, el mero examen gráfico de las respuestas muestra que sí que **hay una tendencia evidente a pagar un sobreprecio**. Sin embargo, **el artículo tampoco deja claro en qué medida ese sobreprecio podría cubrir los costes de un cambio para certificar una explotación agrícola como de trabajo justo**.

LEE EL ARTÍCULO ORIGINAL [AQUÍ](#):

Drichoutis, A. C. (2017). Consumer preferences for fair labour certification. European Review of Agricultural Economics, 44 (3), 455-474

Indicadores de calidad de la revista*

	Impact Factor (2016)	Cuartil	Categoría
Thomson-Reuters (JCR)	1.600	Q2	AGRICULTURAL ECONOMICS & POLICY

Scimago (SJR)	1.08	Q2	ECONOMICS AND ECONOMETRICS
---------------	------	----	-------------------------------

* *Es simplemente un indicador aproximado para valorar la calidad de la publicación*

[Todos los posts relacionados](#)

(#259) . RESEÑA: TU CONSUMO PUEDE CAMBIAR EL MUNDO

[MONOTEMA] Acabo de terminar de leer el último libro de Brenda Chávez: [Tu consumo puede cambiar el mundo. El poder de tus elecciones responsables, conscientes y críticas](#), una agradable sorpresa a la que merece la pena dedicarle una entrada en este blog. No voy a destripar el libro, porque es altamente recomendable su lectura íntegra y pausada; simplemente comentaré algunos aspectos fundamentales que espero inciten a su visionado.

La autora

Brenda Chávez es licenciada en Derecho y Periodismo y ha trabajado como redactora jefe de Vogue y como subdirectora de Cosmopolitan, entre otras revistas, además de colaborar con diversos medios de comunicación. Esos puestos de responsabilidad le han llevado a vivir múltiples experiencias con corporaciones y marcas (anunciantes), algunas de ellas relatadas en el libro, que retratan las deficiencias de un sistema de producción-consumo en el que el marketing se convierte en una forma de maquillar una desagradable realidad.

Chávez ha tenido la gallardía de replantearse la forma de enfocar su consumo cotidiano con el fin de poder contribuir a

dos aspectos fundamentales: castigar a aquellas empresas que lo hacen mal, y premiar a aquellas que lo hacen bien. Este simple razonamiento implica un acto político cada vez que consumimos, una forma de alzar nuestra voz para pedir una sociedad más acorde con la que deseamos. Y aunque pueda parecer un pensamiento demasiado *naif*, los contenidos presentados en el libro demuestran que tiene un poder que debemos emplear.

El libro

La obra se estructura en dos partes. En la primera de ellas Chávez explica el modelo de economía *cowboy* en el que estamos inmersos, término este (*cowboy*) que recurrentemente emplea como forma de representar una especie de mundo sin ley, a la merced de los forajidos de las grandes corporaciones. Y no es exagerado, ni mucho menos. En la segunda de ellas, la autora hace un gran trabajo de exposición sobre lo que estamos consumiendo (que nos hace cómplices de este sistema) y las alternativas que tenemos para intentar darle la vuelta.



Existe un hilo conductor general, y es el postulado de que este sistema es injusto, insostenible, depredador, tóxico, inhumano, impostor...y con las acciones de consumo podemos luchar para cambiarlo. Es la idea central del libro e, insisto, Chávez nos llega a convencer de que no es una utopía transformarlo.

Para concienciarnos la autora propone un ejercicio simple de imaginación, el *flashback* que se produciría al tocar cada producto que está a la venta. Así, podríamos saber todo su recorrido desde la forma en la que se obtuvieron las materias primas, pasando por el proceso de fabricación y distribución, y cómo las personas y el medio ambiente han sido tratadas en ese recorrido. Si pudiéramos hacerlo, seríamos más conscientes de terribles historias, muchas de las cuales están contadas en el libro.

Pese a que la obra está escrita para dar un mensaje final positivo, deja un regusto ácido, un nudo en la garganta al mostrar algunas de las aberraciones cometidas por empresas dentro de este sistema capitalista neoliberal, enfocado en el crecimiento, que Chávez critica sin tapujos, señalando claramente a aquellas corporaciones que alimentan la injusticia, al mismo tiempo que no se deja engatusar pese a los intentos de *greenwashing* de algunas de ellas, ni tampoco por famosos que fallan en implicarse, o lo hacen de manera frívola. En este sentido, Chávez es contundente.

El libro está bien documentado ya que se cimenta en tres pilares fundamentales: (1) La propia experiencia de la autora tras muchos años lidiando con anunciantes y presiones de marcas; (2) Las más de 200 entrevistas realizadas a diferentes actores en esta temática; (3) Un gran número de notas bibliográficas. Es más, al final de cada capítulo se pueden encontrar unas Microguías, consejos sencillos para enfocar el consumo, pero no por ello carentes de trasfondo, ya que se basan en todo el trabajo previamente documentado, y que además se amplían en su web: www.brendachavez.com

Chávez navega con precisión por diferentes sectores de consumo: alimentación, moda, belleza, hogar, transporte, energía, tecnología, medicamentos, banca, consumo infantil, e incluso mascotas y viajes. Por tanto, se hace un dibujo bastante completo de la gran mayoría de decisiones de compra que realizamos.

“Dejemos de frecuentar malas compañías”, como bien indica la autora al final de la obra, y hagámoslo sin obsesionarnos o culparnos por no alcanzar la perfección, algo que es imposible. Así, la dirección correcta la vamos recorriendo nosotros con cada acto de consumo. Sorprende, ciertamente, la cantidad de opciones que en la mayoría de sectores podemos encontrar para ir dando pasos en ese camino correcto. Y este es uno de los puntos fuertes del libro, el mostrar numerosas alternativas hacia donde encaminar nuestras compras.

Al fin y al cabo, el mensaje que envía el libro es que otra economía es posible, y reclamar esto no debería ser objeto de crítica de ningún tipo, ya que estaría en consonancia con lo estipulado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, cuyos artículos emplea Chávez al inicio de cada capítulo para recordarnos que no estamos pidiendo nada que no sean nuestros derechos, y que el actual sistema fomenta que se vulneren constantemente.

Quizá el libro, pese a que emplea cientos de notas bibliográficas, podría haber profundizado en la literatura científica para sustentar algunos de los temas tratados (tóxicos, radiaciones, terapias alternativas, etc.), lo que habría puesto cimientos más sólidos a algunos de los argumentos esgrimidos. Una mayor precisión hubiera sido deseable, particularmente en temas donde las publicaciones en revistas de revisión por pares son numerosas. Este es, a mi juicio, un punto susceptible de mejora, aunque también es cierto que habría alargado bastante más el libro, algo que la autora reconoce perfectamente al comienzo (se ha quedado mucho material fuera para no extender las 688 páginas que ocupa esta primera edición)

Personalmente, y viendo las innumerables tropelías que sufrimos todos los días por parte de corporaciones, medios de comunicación, reguladores y gobernantes, y que son alimentadas por este sistema capitalista neoliberal, no sé si esta situación tiene arreglo sin una gran explosión que haga empezar

todo desde cero. Pero el libro de Brenda Chávez es bastante convincente para mostrarnos que, desde ya, podemos intentar cambiar el sistema usando precisamente su herramienta más determinante: el consumo.

Es un libro para todo tipo de públicos, y debería ser especialmente inspirador para los estudiantes de Administración de Empresas, ya que destila unos valores éticos que hacen de guía para futuros emprendedores, empresarios, trabajadores y consumidores.

Una amplia explicación sobre los contenidos del libro la hace Brenda Chávez en el [podcast de Doble Cara](#):



Cómo citar este artículo: **Martínez, J. A. (2017, julio 30). Reseña: Tu consumo puede cambiar el mundo. Descargado desde www.cienciasinmiedo.es/b259**

