

El Verdadero objetivo. Ganar dinero

La explotación dentro de la industria textil y nuestra
responsabilidad como consumidores

Teresa Velayos Clemente

Jacinto Merino

Bachillerato 2018-2019

Índice

1. Resumen y Objetivos.	3
2. De la revolución industrial hasta la actualidad	4
3. Informe situación-industria textil	7
4. Hipótesis y planteamiento de la parte práctica.	11
5. Análisis de los resultados	11
5.1. ¿Cuántas veces al mes compras ropa?	11
5.2. ¿Qué tiendas/marcas son las que más consumes en ropa?	13
5.3. Indica las principales razones por las que consumes estas marcas/tiendas	14
5.4. ¿Tienes en tu armario ropa que no usas?	15
5.5. ¿De media cuánto crees que te dura un pantalón o un jersey?	16
5.6. ¿Qué haces con la ropa que no usas?	18
5.7. Si tiras ropa. ¿Por qué lo haces?	19
5.8. ¿Alguna vez miras la etiqueta de la ropa que compras para comprobar su procedencia?	20
5.9. ¿Conoces las condiciones a las que están expuestos los trabajadores que hacen la ropa que compras?	21
5.10. ¿Te parece importante el dónde y el cómo se haga la ropa que compras?	22
5.11. ¿Alguna vez te has planteado dejar de comprar ropa en tiendas como inditex?	22
5. Conclusiones generales y reflexión final.	23
6. Bibliografía	25
7. Anexo I - solución y propuesta	30
8. Anexo II - Gráfica con Resultados parte práctica	33

Agradecimientos:

Todo este proyecto ha sido posible gracias a la supervisión y tutorización de Jacinto Merino, y a la apuesta del Colegio Montserrat por los trabajos e iniciativas de investigación, no solo por su propuesta, sino por el apoyo y compromiso con ellos. También un especial agradecimiento a María Velayos por la obra que ilustra la portada.

1. Resumen y Objetivos.

El siguiente proyecto trata la explotación textil y sus consecuencias humanas y medioambientales, y la responsabilidad de los consumidores respecto a ella, haciendo un

análisis de nuestro sistema económico, y valorando nuestra conciencia sobre el.

Para ello, partiremos de parte teórica, centrada en una introducción que recorre nuestras

sociedades desde la revolución industrial hasta la actualidad; y en un análisis de la situación

laboral en la industria textil, exponiendo las consecuencias ecológicas, económicas y humanas.

Para valorar a los consumidores, hemos realizado una serie de preguntas a una muestra de

la población española, 120 personas comprendidas entre los 15 y los 17 años, procedentes

de la ciudad de Madrid y de un nivel económico medio.(Esta información es importante pero no es especialmente determinante ya que en el siguiente documento se expone la gran

similitud entre esta pequeña muestra y el resto de la población joven española, en cuanto a

consumo textil.) El objetivo de la encuesta es confirmar nuestra hipótesis; y ver qué conocimiento tienen los encuestados sobre su uso de la ropa y sobre la industria textil en

general. También compararemos percepciones de las propias personas sobre su consumo

con datos reales sobre el mismo.

Las preguntas de la encuesta son las siguientes : ¹

1. ¿Cuántas veces al mes compras ropa?

2. ¿Qué tiendas/marcas son las que más consumes en ropa?
3. Indica las principales razones por las que consumes estas marcas/tiendas
4. ¿Tienes en tu armario ropa que no usas?

¹ comprobar los resultados en el anexo II - resultados de la encuesta

3

5. ¿De media cuánto crees que te dura un pantalón o un jersey?
6. ¿Qué haces con la ropa que no usas?
7. Si tiras ropa. ¿Por qué lo haces?
8. ¿Alguna vez miras la etiqueta de la ropa que compras para comprobar su procedencia?
9. ¿Conoces las condiciones a las que están expuestos los trabajadores que hacen la ropa que compras?
10. ¿Te parece importante el dónde y el cómo se haga la ropa que compras?
11. ¿Alguna vez te has planteado dejar de comprar ropa en tiendas como inditex ?
12. Anexo - solución propuesta ¿Alguna vez has comprado ropa de segunda mano?

Este proyecto tiene como objetivos, exponer la realidad de la explotación textil; analizar el

sistema capitalista y sus prioridades, y principalmente, denunciar la inactividad e indiferencia

de los consumidores como principales responsables de la situación textil actual. También

propone una alternativa de consumo y unas posibles medidas de cambio.

2. De la revolución industrial hasta la actualidad

¿En qué mundo vivimos? ¿cuáles son las dinámicas y valores que alimentan y rigen

nuestras

sociedades? ¿Quién o qué decide que es importante? Estas son algunas de las preguntas

que nos podemos hacer si de verdad buscamos comprender el funcionamiento de la actualidad. Pero como la gran mayoría de grandes preguntas, no hay una única respuesta

válida. Existen miles de formas de abordar estas cuestiones, pero tal vez deberíamos dejar

de intentar encontrar respuestas en nuestra época, y hacer un pequeño viaje al pasado. Tal

vez, para comprender lo que sucede ahora mismo tenemos que analizar ¿por que ha llegado

a ser lo que es? ¿qué sucesos han condicionado nuestra realidad actual?...; es decir, podremos entender ,mejor lo que nos ha tocado vivir, si conocemos su origen.

El inicio de nuestro mundo actual también está sometido a multitud de estudios y distintas

opiniones. Científicos, paleontólogos, historiadores, filósofos, geólogos... todos tienen una

teoría de cómo empezó el mundo, de que momentos definen nuestra realidad, de porque el

hombre es hombre...; todas ellas igual de posibles y reales, pero distintas entre sí.

¿Pero qué es realmente lo que define nuestro mundo? ¿Cual es el verdadero motor de nuestra sociedad?. Si encontramos este elemento, y su origen, podremos al menos comprender muchas cosas de nuestro presente. Para ello, tenemos que fijarnos de nuevo

en nuestra sociedad, y en las dinámicas que la mueven. Actualmente, hay un elemento que

sostiene nuestra realidad y del cual dependen prácticamente nuestras vidas (en el mundo

que hemos construido). El dinero. Nos guste o no, el dinero mueve el mundo, y por lo tanto

nuestro sistema económico, será el que defina y pauté el uso de ese dinero. De modo que

podemos encontrar muchas bases de nuestra actualidad estudiando el origen de nuestro

sistema económico. Estudiando el inicio del capitalismo.

El Capitalismo, un sistema económico nacido de una idea de liberalización y que se ha

convertido en el paradigma total con el que comprendemos el mundo y con el que nos

relacionamos en él y con los demás.

Para analizar el nacimiento del capitalismo, utilizaremos uno de los momentos de mayor

desarrollo y cambio de la historia de la humanidad, la revolución industrial.

5

La revolución industrial comenzó en el siglo XVIII y es un proceso que reconvierte todo nuestro paradigma respecto a la industria y la producción. Se destierra la artesanía, ahora

obsoleta, y es sustituida por una industria mecanizada cuya productividad es mucho mayor,

a veces incluso más que la propia demanda. Pero sus consecuencias van mucho más lejos

que un cambio en la concepción de la economía.

La mejora de la industria produce un abaratamiento de los productos que de repente se vuelven mucho más asequibles para la mayoría de la población. Además las nuevas factorías

suponen una enorme fuente de riqueza, y la burguesía pasa a ser la clase más poderosa.

Formada por todos aquellos propietarios de los medios de producción y grandes empresarios, que a su vez, también dan empleo a una gran cantidad de obreros; la burguesía invierte parte de su capital en el desarrollo de las grandes ciudades. Así, aparecen

mejores y más eficaces medios de transporte, mejora la medicina (inversiones en investigación farmacológica), aumenta la eficacia en la ganadería y agricultura (investigaciones de cultivo) y en general se desarrollan casi todas las ciencias. Por lo tanto la

bajada de los precios, la oferta de trabajo y las inversiones en investigación, producen un

notable aumento en la calidad de vida, traducido en una mayor longevidad y un incremento

demográfico. La población crece y comienza a vivir más y mejor.

Pero la revolución industrial tiene dos caras. Para producir grandes cantidades a buen precio, necesitas un gran número de obreros que trabajan muchas horas por poco dinero.

Así en el comienzo de la revolución industrial se dan jornadas de 12,14 y 16 horas, sueldos

miserables, explotación, trabajo infantil...; y con todos ellos nacen los sindicatos. Estas asociaciones proletarias (inspiradas por el marxismo), tratan de defender al trabajador, consiguiendo victorias como la fiesta del 1 de mayo o las jornadas máximas de 8 horas (vigentes en la actualidad). Sin embargo la revolución industrial instaura un nuevo orden

global enfocado al aumento del capital, en el que la lucha por la justicia queda relegada a un

segundo plano.

Cogiendo un poco de perspectiva sobre lo que hasta ahora hemos analizado, podemos determinar dos cosas. **La revolución industrial supuso una nueva concepción de la producción y el consumo, y un gran avance tecnológico que permitió a la burguesía**

amasar grandes fortunas y produjo un incremento demográfico y una mejora en la calidad

de vida global. Pero todos estos avances y mejoras solo fueron posibles gracias a las

6

abusivas condiciones a las que la gran mayoría de la población fue expuesta, y que pagaron

el precio de mantener este sistema en el cual el bienestar social no era más que un efecto

secundario (casi de rebote) del **el verdadero objetivo principal. Ganar dinero.**

Este mundo movido centrado únicamente en el capital y en el aumento del mismo, cada vez

se va pareciendo más a nuestra sociedad actual, pero nos falta un último ingrediente.

El

neocolonialismo. Si miramos nuestros países occidentales y buscamos explotación, trabajo

infantil o condiciones laborales esclavas, probablemente no encontremos nada (podemos

encontrarlas pero como caso aislado), y entonces, podemos pensar que nada tenemos ya

que ver con esa sociedad de la revolución industrial, pero nada más lejos de la realidad.

Actualmente y gracias al famoso, y antes nombrado neocolonialismo, hemos elevado

estas antiguas dinámicas al orden global. En nuestro mundo, la vida acomodada de los

países occidentales, sólo es viable si la mantienen el resto de países en vías de desarrollo. **El**

conocido (y mal llamado) tercer mundo, supone la mano de obra necesaria que permite

una producción rápida, masiva y barata que actualmente se sitúa como la base de nuestra

sociedad. Así, Occidente se convertiría en la burguesía del mundo que bajo la idea

salvadora de dar trabajo y mejorar la calidad de vida, explotaría al resto del globo con el

objetivo de continuar enriqueciéndose a su costa.

La antigua revolución industrial que tan pasada creíamos que era, supone el actual orden

económico y social del mundo. Lo único que hemos hecho es trasladar a todos esos obreros,

la mano de obra, fuera de nuestras fronteras, de manera que al no ver las condiciones las

que están expuestos, se nos haga más fácil ignorar el hecho de que ellos pagan por nuestro

nivel de vida. Reduciendo el valor de continentes enteros, (África, latinoamérica y Asia) a su

capacidad de producción (materias primas y mano de obra).

Así es como la revolución industrial se convierte en origen y motor del capitalismo, y por lo

tanto de nuestra actualidad.

7

3. Informe situación-industria textil

Para analizar la actual situación de la industria textil, es necesario explicar el concepto de la

deslocalización, y entender cómo esta ha afectado a la producción de la ropa.

La deslocalización es una estrategia de mercado llevada a cabo por las empresas a principios de los 70 por la cual se empezaron a trasladar las fábricas desde los países occidentales hasta países con un menor desarrollo (hemos hablado de ello con el neocolonialismo). En la búsqueda del máximo beneficio, estas empresas llevaron su

producción allí donde los salarios eran más bajos, las condiciones laborales más precarias y

donde más deficientes o incluso inexistentes fueran las leyes de protección del medio ambiente. Consiguiendo así esconder en estos países, y bajo una ineficaz y dudosa legalidad,

una producción basada en la explotación y la violación de los derechos humanos.

En la industria textil, este fenómeno de la deslocalización se masificó a gran velocidad, consiguiendo el actual panorama. A principios de los 70, con la primera oleada de deslocalización, la producción textil fue trasladada principalmente a países como : Corea del

Sur, Taiwán, Singapur, Hong Kong y Túnez. Sin embargo como ya hemos dicho y ha gran

velocidad, a partir de los 80 las principales firmas de ropa comenzaron la subcontratación de

su producción a países empobrecidos, de forma masiva, con el fin de abaratar los costes

laborales. De modo que al llegar los 90, la deslocalización había quedado consolidada en

todas las grandes compañías textiles.

Esta explotación “al margen de la legalidad”, se esconde bajo lemas e ideales liberales que

afirman que la llegada de estas industrias favorece el desarrollo de todos estos países, ya

que realmente suponen una gran fuente de trabajo para personas poco cualificadas. Sin

embargo, aunque aparentemente pueda parecer que la deslocalización es beneficiosa para

las personas de los países receptores, nada más lejos de la realidad. Estas fábricas colaboran

y contribuyen a la expansión de la miseria, la creación masiva de puestos de trabajo abusivos y explotadores, además de suponer una de las mayores fuentes de contaminación

a nivel global. Simplemente tenemos que observar los datos ofrecidos por la marca de ropa

sostenible *xiroeco.com* sobre los salarios mínimos de los principales países receptores de la

producción textil, para comprobar que esta estrategia de mercado solo impulsa la desigualdad y la injusticia:

8

Salarios mínimos de los trabajadores de la industria textil: ²

Bangladesh **54€/mes**

Camboya **126€/mes**

Bulgaria **184€/mes**

China **208€/mes**

Pierde mucha credibilidad la excusa del empresario del aumento del desarrollo en estos

países cuando los sueldos y las condiciones a los que están expuestos estos trabajadores son

estas. Además hablando de una industria que en su mayoría explota a mujeres y niños en

condiciones precarias y a menudo muy perjudiciales para la salud.

Prueba de esto es el famosísimo caso del derrumbe de la fábrica Rana Plaza en

Bangladesh

que acabó con la vida de 1130 personas, o la muerte de 111 trabajadores en noviembre de

2012, la mayoría mujeres, a causa de un incendio en una fábrica de ropa cercana a la capital.

Aquel día en el periódico de *el mundo* podíamos leer datos tan aterradores como estos:

“El derrumbe de un edificio ayer en Bangladesh, que albergaba cinco talleres de confección,

acabó con la vida de al menos 300 personas y causó unos 1.000 heridos. En el día de hoy, 62

personas han sido rescatadas con vida de entre los escombros, pero se calcula que al menos

400 personas podrían seguir atrapadas”. o “Algunos de los trabajadores del edificio Plaza

Rana Savar cobraban 28 euros al mes, haciendo ropa para la asequible marca irlandesa

'Primark', entre otras empresas.”

3

Pero si leemos sobre el trato y las indemnizaciones que recibieron estos trabajadores por

parte de las empresas (entre todas las empresas que producían en este edificio se encuentran marcas españolas como *Mango* o *El corte inglés*), en una entrevista al mismo

periódico 5 años después, ponemos cara a ese gran desarrollo y progreso que lleva

Occidente a todos estos países, y del que hablábamos antes.

"Tengo una deuda de más de 200.000 takas (unos 2.000 euros) y mi pierna empeora cada

día. No sé cómo pagar mis préstamos porque no puedo trabajar", afirma al diario 'Dhaka

Tribune' Nilufa Begum, que conserva una enorme cicatriz en su pierna derecha desde que

sobrevivió al desastre. "Mi hijo dejó de ir a la escuela por mi tratamiento, ya no sé qué opciones me quedan".⁴

² <https://xiroeco.com/deslocalizacion-una-realidad-indigna/> ³

<https://www.elmundo.es/elmundo/2013/04/25/internacional/1366885756.html> ⁴

<https://www.elmundo.es/internacional/2018/04/24/5adf0ca6e2704e18538b461a.html>

9

Pero por desgracia, el caso de del derrumbe de la fábrica Rana Plaza en Bangladesh no es un

accidente aislado y puntual, sino que encabeza una larga lista de tragedias ocasionadas en

las fábricas textiles; el incendio en Ali Enterprises en Pakistán, que tuvo alrededor de 300

muerdos, el accidente en la fábrica Tazreen Fashion en Dhaka que dejó 124 muertos, el incendio en la galería Nicolini en la zona de Las Malvinas ...

Este modelo de negocio que aumenta el beneficio a costa de las personas y el medio ambiente, solo es beneficioso para un reducido número de empresarios los cuales se enriquecen de la miseria que producen. No es una forma de acelerar el crecimiento económico de países en vías de desarrollo, es explotación.

Además de ser una industria basada en la explotación, el sector textil también supone uno

de los más perjudiciales para el medio ambiente, principalmente por dos motivos. El primero es debido a nuestro concepto de *Fast fashion*, estamos constantemente produciendo ropa de baja calidad que usaremos un número de veces cada vez menor, y ⁵

que después tiraremos, consiguiendo así un tremendo volumen de residuos. El segundo, se

corresponde con las materias primas y su producción, las sustancias químicas tóxicas utilizadas y los vertidos a ríos y océanos. Todo esto sumado con un altísimo consumo de

agua y energía, y empleo de materiales de embalaje no biodegradables, hacen de esta industria, la segunda industria más contaminante del mundo.

La ONU declara como emergencia global la *Fast Fashion*, manejando datos como que solo

en EEUU cada año se desechan 15 millones de toneladas de ropa, que termina sin tratamiento alguno en vertederos y el mar. Pero, para entender porqué estos residuos son

tan perjudiciales, veamos de qué está hecha la ropa que usamos. ⁶

En su campaña Detox, Greenpeace enumera un total de once sustancias químicas tóxicas

utilizadas en esta industria. Entre algunas de estas sustancias encontramos, colorantes azoicos, prohibidos por la Unión Europea por liberar sustancias químicas; compuestos orgánicos de estaño, (persisten en el medio ambiente y afectan al sistema inmunológico y

reproductivo; clorobencenos, (relacionados con afecciones al hígado, tiroides y sistema nervioso central); disolventes clorofenoles, (altamente tóxicos para los seres humanos y que

pueden afectar a muchos órganos); y las parafinas cloradas de cadena corta (PCCC),

⁵ Análisis de los resultados obtenidos, pregunta 4.5 ⁶

<https://consumoresponsable.sipv.org/industria-textil-e-impacto-ambiental/>

10

(altamente tóxicos para los organismos acuáticos, no se degradan y tienden a acumularse en

organismos vivos). ⁷

Además de todas estas sustancias químicas, las dos principales materias primas de la industria textil, son el algodón y el poliéster.

El poliéster es una fibra plástica derivada del petróleo, que posee altas propiedades de elasticidad, es versátil, y fácilmente teñible. Pero como todo combustible fósil es altamente

contaminante. No sólo su proceso de fabricación sino también durante su uso.

Al lavar prendas hechas de poliéster, se desprenden pequeños plásticos de tamaño microscópico que son transportados por el agua hacia los océanos. Una vez estos microplásticos llegan al océano, son ingeridos por la fauna marina e incluso llegan a afectar

a la salud humana (cuando comemos estos animales). Además al igual que todo plástico,

expuesto a temperaturas altas, también liberan químicos que contribuyen al efecto invernadero. Se estima que se utilizan más de 70 millones de barriles de petróleo para su

fabricación, y tiene una durabilidad de más de 200 años antes de acabar

descomponiéndose.

Entonces, podemos pensar que con el algodón, no habría problema, ya que es una fibra

natural y tarda entre 6 meses y 1 año en degradarse, pero no es tan sencillo. Las plantaciones de algodón son uno de los principales contaminantes del planeta. La industria

del algodón, que ocupa el 3% de la superficie cultivada en el planeta, consume el 23% de los

pesticidas usados y el 10% de los productos químicos, tanto durante su cultivo como en su

posterior tinte. Además, según datos de la compañía *Traxco*, la huella hídrica del cultivo del

algodón sería inmensa, ya que son necesarios entre 5.000 y 10.000 litros de agua para producir un kilo de algodón (Un kilo de trigo exige 1.500 litros y 3.500 litros un kilogramo de

arroz.) . Además es importante considerar las condiciones de laborales de los trabajadores ⁸

de estos cultivos, ya que esta industria cuenta con uno de los mayores desastres industriales

de la historia, con el escape de gas de la planta de la empresa norteamericana Union Carbide en Bophal (India), cuyo número de víctimas asciende a las 25.000 (contando con los

posteriores afectados por las sustancias químicas) ⁹

⁷ <http://archivo-es.greenpeace.org/espana/es/news/2016/Julio/La-campana-Detox-de-Greenpeace-muestra-como-si-quieren-las-marcas-pueden-eliminar-los-toxicos-de-sus-prendas/> ⁸

<https://www.traxco.es/blog/produccion-agricola/algodon>

4. Hipótesis y planteamiento de la parte práctica.

Hasta ahora, hemos analizado las raíces del capitalismo y el neocolonialismo, hemos expuesto la dura situación a la que se enfrentan los trabajadores de la industria textil en los

países no occidentales, y hemos visto cómo son consecuencia uno del otro, y lo difícil que es

romper con todo ello.

Sin embargo la idea de este proyecto no trata exactamente sobre todo esto (aunque también), sino que va de ti. De ti, de mí y de todos los que consumimos esta ropa. **No nos**

importa la explotación textil o las inhumanas condiciones de las fábricas, esa es realmente

la hipótesis planteada. Comprobar nuestra indiferencia hacia esta realidad tan lejana a la

nuestra, y tratar de explicar porque ocurre.

Para ello, hemos realizado una encuesta a 120 jóvenes españoles de entre 15 y 17 años de

clase media de Madrid en la cual se valora su conciencia sobre el consumo textil.

5. Análisis de los resultados

Una vez vistos las preguntas y resultados, las analizaremos una por una junto con los datos

obtenidos:

5.1. ¿Cuántas veces al mes compras ropa?

Número de participantes: 121

Resultados:

69 (57.0%): Menos de 1 vez al mes 2 (1.7%): 3 veces al mes

37 (30.6%): 1 vez al mes 6 (5.0%): 4 veces o más

7 (5.8%): 2 veces al
mes

Análisis:

Comprobando estos datos, podemos afirmar que los encuestados no van mucho de compras, de hecho, quitando una pequeña minoría de ellos, el 87% compra ropa una vez al

mes o incluso menos. Sin embargo, este dato no es realmente un índice de un menor consumo, ya que si observamos el gasto medio de ropa que se hace en España, y en general

en Europa, vemos que, al contrario de lo que podría parecer observando los datos obtenidos, este ha aumentando. De hecho, según *El informe textil 2018* elaborado por EAE

Business School, la media europea familiar de consumo textil, se sitúa actualmente en máximos históricos habiendo experimentado un aumento cuantitativo en los últimos 10 años, desde los 451,1 € en 2009, hasta los 510,9 € de 2017.

A pesar de que España esta lejos de los primeros países europeos en cuanto al consumo de

ropa, podemos ver como este gasto va consolidando un ligero pero constante aumento.

“España con un 4,4% del presupuesto familiar destinado a la ropa ocupa una posición intermedia en el concierto europeo, curiosamente por delante de países tan desarrollados

como Finlandia, Bélgica o Dinamarca”.

¹⁰

Los resultados obtenidos, también se pueden explicar recurriendo al fenómeno del probador virtual. Con el aumento del consumo on-line, cada vez existen más modelos de consumo basados en la compra de una gran cantidad de productos en internet, los cuales cada cliente se probará en su casa y decidirá allí cual quiere quedarse y cual devuelve. De esta manera, solo tenemos conciencia de haber comprado una única vez, aunque esta haya

¹⁰ *El informe textil 2018* elaborado por EAE Business School

13

supuesto un enorme desembolso, y sea equivalente a comparar dos o tres veces en una

tienda convencional. Este modelo de negocio, actualmente en auge, no solo lo encontramos

en la industria textil sino en cualquier otro sector (por ejemplo amazon)

Además, gran parte de nuestro consumismo se debe a la publicidad a la que todos estamos

expuestos. En nuestro sistema, existe una constantemente producción, que muchas veces

hace que esta supere la demanda, de manera que las empresas se ven obligadas a generar,

en la población, necesidades ficticias de forma artificial para cubrir ese exceso de población

(la publicidad).

Conclusión : La publicidad genera en la población una constante necesidad de comprar ropa.

Así, el consumo de ropa se sitúa en un constante y progresivo aumento que no parece llegar

a su fin, con el cual la industria textil adquiere cada vez más fuerza y más importancia en el

panorama económico global. Además, gracias al comercio online cada vez, observamos un

consumo igual o mayor de ropa, pero una menor conciencia sobre el mismo.

5.2. ¿Qué tiendas/marcas son las que más consumes en ropa?

Número de participantes: 120

Resultados:

30 (25.0%): Zara 38 (31.7%): Nike

39 (32.5%): HyM 25 (20.8%): Adidas

49 (40.8%): Pull and Bear 10 (8.3%): Brandy Melville

21 (17.5%): Primark 16 (13.3%): El corte inglés

16 (13.3%): Stradivarius 4 (3.3%): The north face

6 (5.0%): Springfield 7 (5.8%): Ninguna de las anteriores

1 (0.8%): Asos 13 (10.8%): Otro

39 (32.5%): Bershka

Análisis:

En esta pregunta, les pedimos a los encuestados, que marquen sus preferencias en cuanto al

consumo de ropa, y que nos indiquen cuales son las tiendas en las que normalmente compran, hasta un máximo de tres.

Las marcas Stradivarius, Zara, Pull and Bear y Bershka suman más de un 100%. De modo que

todas las personas encuestadas marcan alguna de estas cuatro tiendas (o incluso varias)

14

como sus habituales. El grupo Inditex supone la mayor compañía de distribución de moda de

España y una de las mayores del mundo. Esta enorme empresa se compone de ocho marcas,

Zara , Pull&Bear , Massimo Dutti , Bershka , Stradivarius , Oysho , Zara Home y Uterqüe . Inditex

vende en 202 mercados a través de su plataforma online o de sus más de 7.000 tiendas en

96 mercados llegando a tener 2.256 tiendas exclusivamente de Zara ; y colocando a su

11

fundador como la sexta persona más rica del mundo con una fortuna de 56.438 millones de

euros . ¹²

Conclusión: La gran mayoría de los encuestados españoles compran en tiendas pertenecientes al grupo de Inditex

5.3. Indica las principales razones por las que consumes estas marcas/tiendas

Número de participantes: 118

Resultados:

97 (82.2%): Me gusta el diseño y van acorde con mi estilo

37 (31.4%): Son baratas

33 (28.0%): La calidad es muy buena y duran mucho

21 (17.8%): Tienen el estilo de la moda actual (lo lleva la mayoría de la gente)

7 (5.9%): Son las marcas que conozco, no sabría dónde comprar quitando estas tiendas

3 (2.5%): Lo llevan las personas a las que admiro (personajes públicos)

1 (0.8%): Otro

Análisis:

En esta pregunta, les pedimos a los encuestados, que marquen sus motivaciones en cuanto

al consumo de ropa, es decir, que nos indiquen porque compran en las tiendas que han marcado en la pregunta anterior (hasta un máximo de dos)

Viendo los datos podemos ver cuatro principales motivaciones. La principal y mayoritaria,

con un 80%, es el diseño y el estilo, la estética de estas tiendas. Compramos la ropa que

compramos por una cuestión de gusto.

¹¹ Datos de Inditex

<https://www.inditex.com/web/guest/quienes-somos/inditex-en-el-mundo#continent/000> ¹² Dato del

Las otras tres opciones más elegidas se dividen entre una cuestión de precio, calidad y sociedad. Buscamos ropa barata que nos vaya a durar mucho y que además vaya acorde con

la moda actual.

Sin embargo, hasta ahora, la encuesta no nos ha demostrado más que evidencias propias

del sentido común. La compra de la ropa se rige por la estética, la calidad, el precio y la moda, ninguna sorpresa. Si nos fijamos, lo que es realmente interesante, no es ver cuáles

han sido los números más altos, sino los bajos. Analicemos las opciones menos marcadas.

Un 3% ha optado por la opción que afirma que llevamos aquella ropa que las personas a las

que admiramos llevan. Es curioso ver este dato tan bajo, mientras que un 18% ha optado

por el factor de moda actual. ¿Quién decide cual es esta moda? ¿Qué personas son las que

tienen verdadera influencia en la sociedad, y por lo tanto en cómo nos vestimos?. Son los

personajes públicos y famosos a los que admiramos, los que deciden y modelan la estética

de la sociedad, así podemos nombrar a la cantante *Rosalía* con la marca *Pull and Bear*, la ¹³

influencer *Dulceida* y Zara o la actriz Penélope Cruz y Mango . .Así que podíamos decir

que realmente estas dos opciones representan una misma idea, una misma motivación social de encajar e ir acorde con tu generación.

Pero el dato que realmente nos interesa, es el 94% de personas que no se identifican con la

quinta opción, todos aquellos que compran en estas tiendas (que como ya hemos dicho son

mayoritariamente Inditex), por una cuestión de elección y no de falta de alternativas. A la

mayoría de los encuestados no les supone una dificultad encontrar otras opciones de consumo de ropa, por lo tanto podemos afirmar que la mayoría hacen un consumo consciente y elegido y que sobre todo no esta atado a un desconocimiento o a una ignorancia de otras posibles opciones.

Aparentemente, esto puede parecer irrelevante, pero es de gran importancia de cara al

análisis de las siguientes preguntas.

Conclusión: Compramos la ropa por cuestiones de estética precio calidad y moda. Además

lejos de ser un consumo atado a la falta de alternativas, compramos la ropa que queremos y

dónde queremos de una forma consciente. El consumo de moda es una opción elegida.

¹³ <https://www.pullandbear.com/es/mujer/editorials/pull%26bear-by-rosal%C3%ADa/colecci%C3%B3n-c1030165024.html> ¹⁴ <https://www.merca2.es/zara-famosas-prendas-que-han-saltado-estrellato/> ¹⁵

5.4. ¿Tienes en tu armario ropa que no usas?

Número de participantes: 118

Resultados:

105 (89.0%): sí

13 (11.0%): no

Análisis:

Esta pregunta tiene un análisis muy sencillo y muy visual, ya que nos afirma y nos demuestra

que todos o casi todos tenemos ropa en nuestro armario que hemos comprado y que no

usamos.

Actualmente vivimos en unas sociedades en la que se hacen virales los programas y las

personas que hablan de tener únicamente las cosas que necesitas para ser feliz, y se las

estudia como un fenómeno extraño y exótico. Series, basadas en ir descubriendo armarios

en los que se amontonan miles de productos que alguien ha comprado y cuyo único

propósito está siendo el de ser acumulados y ocupar espacio.

Los datos obtenidos en esta pregunta nos demuestran que vivimos sometidos a un

consumismo absurdo responsable de que compañías como Inditex o HyM, y en general el

capitalismo, funcionen a la perfección.

Pero sin duda lo que da verdadero miedo, no son ya únicamente los datos, sino la poca importancia que le damos a estos. Esta sencilla pregunta que casi todos respondemos

con

un Sí, se ha convertido en rutina en nuestras sociedades occidentales. ¿Quién no tiene en su

armario alguna cosilla que ni usa ni le gusta? a todos nos pasa, es algo normal. Pues bien, el

simple hecho de que lo consideremos algo insignificante, nos demuestra lo peligroso que

puede llegar a ser.

Conclusión: La gran mayoría de los encuestados, un 90%, tienen en sus armarios ropa que

han comprado y que no usan.

17

5.5. ¿De media cuánto crees que te dura un pantalón o un jersey?

Número de participantes: 118

Resultados:

- (0.0%): 1 mes o menos

2 (1.7%): 2 meses

3 (2.5%): 3 meses

18 (15.3%): 4-6 meses

26 (22.0%): 1 año

69 (58.5%): Más de 1 año

Análisis:

Según los datos que hemos obtenido en esta encuesta, la mayoría (80%) afirman que un

jersey o un pantalón les dura mínimo un año o incluso más. Estas respuestas son las percepciones individuales que cada uno de nosotros tiene sobre la calidad y la duración de

nuestra ropa, y si leemos estos datos podríamos afirmar que la mayoría de nosotros compra

ropa de mucha calidad. Sin embargo, como ya hemos dicho, esto son sencillamente percepciones, ¿Realmente dura tanto este tipo de ropa?

Un informe realizado por La Fundación Ellen MacArthur, nos presenta los datos sobre el

número de veces que usamos una prenda antes de tirarla, y su evolución a lo largo de las

décadas: *“La Fundación Ellen MacArthur, una de las organizaciones más volcadas en investigar nuevos modelos de negocio que sean más inteligentes y menos consumidores de*

recursos, ha estudiado la evolución de cuántas veces nos ponemos una prenda antes de

*tirla a la basura: ha disminuido un 36,3% en todo el mundo entre 2002 y 2016.”*¹⁶

Esta disminución en el número de usos y duración de la ropa, se debe a lo que hoy conocemos como *fast fashion*. Este fenómeno es explicado en el documental *The True Cost*:

“La industria de la moda cada vez va más rápido, por eso se conoce a la moda

convencional

como fast fashion. Antes las marcas de moda presentaban sus colecciones de ropa dos veces

al año, en la temporada primavera-verano y en la de otoño-invierno. Ahora las temporadas

se han multiplicado, basta mirar las tiendas online de Zara, Pull and Bear o cualquier marca

¹⁶ https://www.eldiario.es/ballenablanca/365_dias/tirlarla-Europa-veces-China-EEUU_0_877712972.html

18

de fast fashion para ver que tenemos productos nuevos entre los que elegir todas las semanas.”¹⁷

También nos habla de este fenómeno el diseñador Domenico Dolce en una entrevista para

El País, en el que se expone la respuesta de la industria textil a el voraz consumismo de

nuestras sociedades. Cada vez se produce, se consume y se desecha más rápido.

“Domenico Dolce, la mitad de la firma italiana Dolce & Gabbana, lo explica así en un correo

electrónico: “Hace unos años, cuando empezamos a hablar de precolecciones, su objetivo

era ofrecer un producto nuevo que pudiera hacer de puente entre una colección y la

siguiente”. “Pero en las últimas temporadas”, continúa su colega Stefano Gabbana, “se han

hecho más y más grandes para satisfacer las necesidades crecientes de nuestros clientes, que

quieren encontrar algo nuevo cada vez que entran en la tienda". "Y, por supuesto, las de un

sistema de la moda más y más voraz", remata Dolce." ¹⁸

La industria textil, al igual que cualquier otra en este sistema, ha evolucionado hacia el aumento de beneficio y la pérdida de humanidad. El capitalismo camina hacia el crecimiento

sin límites, con la acumulación de capital como único objetivo; y olvidando, que esta sujeto

a un planeta y a unas personas limitadas, y no al revés. Esto traducido a la ropa supone que

se priorice tener nuevas prendas en tienda cada semana, aunque de baja calidad; por encima de la calidad de esa ropa (y de las condiciones de los trabajadores que la realizan).

Además es el juego perfecto del empresario, novedades cada semana, de una ropa que cada

vez se usa menos, y que obliga al cliente a volver a comprar la semana siguiente.

Conclusión: Estos datos demuestran que cada vez hacemos un mayor consumo y de una

peor calidad. Pero ya no solo es una llamada de atención hacia nuestro consumo, sino hacia

la conciencia que tenemos de él. De nuevo debemos poner el foco de atención en lo mucho

que ignoramos nuestros propios gastos.

La mayoría de personas afirman comprar en tiendas de Inditex, y además con una duración

de más de un año. Sin embargo, como hemos visto estas dos afirmaciones son incompatibles, ya que la realidad es que cada vez compramos más ropa de peor calidad y que nos dura menos.

¹⁷ <https://unarmarioconbuenfondo.com/the-true-cost/> ¹⁸

https://elpais.com/diario/2008/01/02/sociedad/1199228401_850215.html

19

5.6. ¿Qué haces con la ropa que no usas?

Número de participantes: 117

Resultados:

5 (4.3%): La tiro a la basura

54 (46.2%): La heredan mis hermanos/primos/amigos

45 (38.5%): La dono

10 (8.5%): La guardo al fondo del armario

3 (2.6%): Otro

Análisis:

El análisis de estos datos es realmente sencillo. La gran mayoría de los encuestados, un 87%,

cuando tienen ropa que no usan le dan una segunda vida, ya sea donándola o pasándosela a

algún amigo o familiar. Ninguno o casi ninguno la tira.

Conclusión: La gran mayoría de los encuestados le dan una segunda vida a su ropa, y por lo

tanto también suponemos que ellos mismos visten también ropa que ya ha sido usada por

sus familiares o amigos.

4.7. Si tiras ropa. ¿Por qué lo haces?

Número de participantes: 116

Resultados:

4 (3.4%): Ya no me gusta

21 (18.1%): Ya no me vale

61 (52.6%): Está rota

30 (25.9%): Nunca tiro ropa

Análisis:

En relación con la anterior pregunta, en esta, nos preguntamos por el motivo de tirar ropa.

Prácticamente nadie lo hace por una cuestión estética, y una pequeña minoría lo hace por

cuestión de tallaje. La mayoría lo hacen por que la ropa se acaba rompiendo, es decir, que

agotan al máximo su uso (la usan hasta que se rompe).

Aparentemente esto podría ser algo bueno de cara a un consumo responsable de ropa, solo

tirlarla cuando se rompa. Pero como hemos podido comprobar en preguntas anteriores, hay

que recordar que la ropa esta diseñada para romperse. La obsolescencia programada

tan 20

presente en la tecnología, también tiene cabida en la industria textil. Ya no se produce ropa

de calidad que vaya a durar un largo periodo de tiempo, sino que se produce mucha más

cantidad de ropa para un periodo de tiempo mínimo. Por ejemplo en vez de comprar una

camiseta blanca buena que te dure un par de años, comprarías 6 o 7 camisetas que te duren

dos meses. La primera opción conllevaría un menor gasto y un ahorro en producción y materiales; sin embargo la segunda produce mucho más beneficio a la larga, y como el capitalismo siempre nos recuerda, el beneficio es lo que cuenta.

Por último, quedaría un grupo que supondría un 25%, y que optaría por no tirar nunca la

ropa, para esto, debemos suponer que es una ropa de calidad, y que en vez de tirarse se le

daría una nueva vida (donación o familiares). Esta sería la mejor opción de cara a un buen

consumo, el aprovechar al máximo la ropa y cuando ya no nos valga darle una segunda vida

o utilizarla como paños de cocina o para limpieza. Sin embargo para hacer esta opción posible, es necesario hacer un consumo de ropa de calidad, por lo tanto tendríamos que

dejar fuera a todo tipo de compañías del corte de Inditex (marcas más consumidas), lo que

supondría un cambio radical en nuestra compra.

Conclusión: La mayoría de los encuestados, solo tira la ropa que esta rota y no puede seguir

utilizándose, cosa que en un sistema como el nuestro ocurre constantemente. Nuestro modelo de producción textil basado en la obtención de grandes beneficios, produce millones de toneladas de residuos textiles consecuencia de esta obsolescencia programada.

5.8.¿Alguna vez miras la etiqueta de la ropa que compras para comprobar su procedencia?

Número de participantes: 117

Resultados:

8 (6.8%): Sí

62 (53.0%): No

28 (23.9%): A veces

19 (16.2%): Casi nunca

Análisis:

Como ya hemos comentado antes, a causa de la deslocalización, y con el objetivo de abaratar costes, las grandes compañías textiles han trasladado sus fábricas a países con

peores condiciones para el trabajador y menos restricciones medioambientales.

Consiguiendo así que la mayoría de ropa que consumimos esté producida en países del

Sudeste asiático, la India y Europa del Este.

Mirando los datos de nuestra encuesta y exceptuando a un 20% de los encuestados que

miran las etiquetas de la ropa que han comprado, la mayoría ni se molesta en hacerlo.

Las condiciones de la industria textil o la procedencia de nuestra ropa se convierten así en

uno más de todos esos problemas que hay en el mundo, y que conocemos (resultados pregunta 9), pero que realmente no nos interesan. Situaciones que sentimos anecdóticas y

lejanas, y por las que ponemos cara de pena durante unos segundos y continuamos con

nuestra vidas.

Conclusión: A pesar de que conocemos la situación (resultados pregunta 9), casi ninguno de

nosotros se para a leer la inscripción de “made in Bangladesh” que lleva escrita en toda su

ropa.

5.9. ¿Conoces las condiciones a las que están expuestos los trabajadores que hacen la ropa

que compras?

Número de participantes: 117

Resultados:

72 (61.5%): sí

45 (38.5%): no

Análisis:

A pesar de la aparente ignorancia demostrada en la pregunta anterior, cuando preguntamos

por las condiciones generales a las que están expuestos los trabajadores de la industria

textil, descubrimos que mayoritariamente, la respuesta es un Sí. Al principio puede parecernos sorprendente comparándola con la anterior, pero realmente si hacemos un análisis profundo, descubrimos el sentido de ambas respuestas.

Las condiciones de explotación de la industria textil son un tema mediático, con tragedias

como los que veíamos anteriormente, todas estas injusticias se ponen encima de la mesa, se

convierten en temas virales tanto en redes sociales como en los medios de comunicación.

Las condiciones de los trabajadores de la producción de la ropa suponen un tema del que la

gran mayoría de personas ha oído hablar, y que más o menos conocen.

22

Entonces... ¿por qué ninguno mira las etiquetas? La respuesta a esta pregunta es

tristemente sencilla, que creamos conocer algo no significa que ese algo nos interese ni lo

más mínimo. Mirar las etiquetas demuestra una inquietud, una duda respecto al consumo

de ropa, un mínimo interés y una crítica hacia la producción de esta; cosa, que como hemos

comprobado no ocurre prácticamente.

Conclusión: La gran mayoría de encuestados conoce las terribles condiciones a las que están

expuestos los trabajadores que producen la ropa que ellos consumen

5.10. ¿Te parece importante el dónde y el cómo se haga la ropa que compras?

Número de participantes: 117

Resultados:

91 (77.8%): sí

26 (22.2%): no

Análisis (I):

De nuevo los resultados de esta pregunta aparentemente chocan con las anteriores conclusiones. La mayoría de los encuestados afirma que para ellos/as el lugar de procedencia y las condiciones de los trabajadores es algo importante. Sin embargo es clave

recordar que estas respuestas son las impresiones personales de los encuestados y no tienen porque coincidir con la realidad. De hecho para ilustrar un poco mejor esto, tenemos

que analizar junto con esta ,la siguiente pregunta:

5.11. ¿Alguna vez te has planteado dejar de comprar ropa en tiendas como inditex ?

Número de participantes: 114

Resultados:

38 (33.3%): No, nunca

56 (49.1%): Sí, pero no lo he llegado a hacer

20 (17.5%): Sí

Análisis (II):

Viendo estos datos también, podemos hacernos una mejor idea de esta percepción de importancia que reflejaban los encuestados en la anterior pregunta. Más de un 80% de las 23

personas encuestadas afirma no haber hecho absolutamente nada respecto a su consumo

de ropa en tiendas como Inditex.

Como ya expusimos antes, la explotación en la industria textil es una cuestión de vital importancia y que aparentemente esta en conocimiento de la gran mayoría de nosotros; y

aun así sigue suponiendo una de las mayores injusticias permitidas actualmente. Pero precisamente ocurre porque nosotros, los consumidores, lo permitimos. Nosotros somos la

base de que la explotación sea rentable, nosotros somos responsables de que se obtenga

beneficio de la miseria de otros. **El sistema capitalista en el que vivimos, solo tiene un fallo**

para los empresarios, y es la conciencia del consumidor. Nosotros somos los que tenemos

el poder en el libre mercado, podemos decidir que consumir y porque. De modo que

tenemos el poder de decidir qué tipo de producción estamos dispuestos a aceptar y cual

es intolerable. El sistema nos ha repartido un voto a cada uno de nosotros, en forma de

consumo, cada uno de nosotros tiene la elección de depositar su voto en donde considere,

de consumir en las empresas que considere, por lo tanto somos responsables.

Sabiendo esto, comprendemos mejor porque la importancia que afirman dar los encuestados a las condiciones laborales es una importancia vacía. En un sistema que te

permite castigar con la falta de consumo, atacando directamente la base del mismo mercado, el capital (el beneficio), continuar consumiendo en este tipo de compañías, solo

demuestra que realmente no existe una importancia real y preocupada por la explotación

textil, sino una simple y vacía pena hacia esta crisis humanitaria que de vez en cuando sale en

el telediario.

Conclusión preguntas 10 y 11: La mayoría de encuestados expresa tener una gran preocupación por las condiciones laborales a las que están expuestos los trabajadores de la

industria textil, que sin embargo parece flaquear a la hora de actuar. Esa misma mayoría

que afirma estar preocupada por estas condiciones, es la misma que afirma no haber hecho

nada para evitarlo, demostrando, como temíamos, que para la mayoría de lo encuestados la

producción textil es un problema del que hablar desde la comodidad del sillón, fuera de

toda implicación activa y real que suponga un esfuerzo y un cuestionamiento del sistema en

el que vivimos.

24

6. Conclusiones generales y reflexión final.

Podemos resumir las conclusiones de la parte experimental en las siguientes afirmaciones:

1. El consumo de la ropa del tipo Inditex está en aumento en los países occidentales.
2. Tenemos muy poca conciencia sobre el uso que hacemos de nuestra ropa antes de tirarla.

A pesar de lo que creemos, la ropa que compramos cada vez es de peor calidad y nos dura

menos, *fast fashion* .

3. Nuestro consumo textil es una opción libre y personal, no se debe a una falta de alternativas o desconocimiento.
4. Conocemos y somos conscientes parcial o totalmente de las condiciones laborales a las que están expuestos los trabajadores de la industria textil, y es algo que nos preocupa.

5. Nunca o casi nunca nos hemos planteado reducir o eliminar nuestro consumo en tiendas del tipo Inditex.

Estas conclusiones, demuestran nuestra hipótesis inicial. **Somos indiferentes a la realidad**

de aquellas personas que producen la ropa que llevamos.

Esta dura afirmación puede parecer que defienda la idea de que todos los consumidores de

ropa son personas inhumanas que buscan el mal, pero todos sabemos que no es así, los

consumidores de ropa son personas corrientes, somos tu y yo.

La filósofa Hannah Arendt, en los juicios Nuremberg, afirma que los que los grandes conflictos y problemas de nuestro mundo (como en su momento fue el holocausto nazi) realmente no se deben a un grandísimo número de personas malas, sino a sociedades enteras de personas corrientes siguiendo órdenes ciegamente. Esto mismo ocurre en nuestra sociedad de consumo, los consumidores no apoyan la explotación, de hecho la mayoría somos conscientes de lo que ocurre, lo condenamos, pero simplemente no lo sentimos como nuestra responsabilidad. Hemos eludido por completo nuestra responsabilidad respecto a la realidad del mundo. La explotación textil nos queda muy lejos,

y aunque sabemos que existe, no nos consideramos los causantes de ella, lo vemos como

algo externo e inalcanzable, nada podemos hacer. **Pero somos nosotros los que hemos**

decidido eludir nuestra responsabilidad. En nuestro mundo, las personas corrientes,

hemos dejado escapar la capacidad de cambio de nuestras manos, y la hemos depositado

en las de políticos y grandes empresas.

Así, bajo el “yo no puedo hacer nada para cambiar esto” y el “no es mi culpa que las grandes empresas exploten”, seguimos consumiendo con nuestra conciencia tranquila, alimentando y siendo cómplices de un sistema que prioriza los beneficios por encima de la vida humana.

Este estudio, pretende ser una llamada de atención sobre nuestra sociedad, nosotros

somos responsables del mundo que estamos construyendo, si nuestro nivel de vida se

sostiene sobre la miseria de otros, somos responsables. Por lo tanto, que no nos de miedo

enfrentar a un sistema cada vez más global que pretende acabar con nuestra conciencia,

luchemos contra ello. Hagámonos responsables.

7. Bibliografía

Documentales:

Morgan,A. (2015). *The true Cost* . Producción de Morgan's Untold Creative con Life is

My

Movie Entertainment. (1h 32min)

McIlvride,D.,Williams,R.(2016) *Riverblue* . Producción de Angelo,M., Williams, R. (1h 35min)

Libros:

Chomsky,N. (2003). *El beneficio es lo que cuenta neoliberalismo y orden global*. Madrid

28029: Voz de los sin voz.

Estudios:

Irastorza,E. (2019, enero),. *El sector textil en 2018.Análisis internacional, nacional y autonómico. La moda en tendencias. .* EAE Business School ,49. 2009-2017, De Euromonitor,

INE.,Observatorio de la Moda en España, Statista Base de datos.

Sitio web:

http://marketing.eae.es/prensa/SRC_SectorTextil.pdf

Inditex. (2019, enero 31). *Resultados Consolidados Ejercicio 2018*. Inditex.es,16. 2018, febrero 31- 2019, enero 20, De Inditex Base de datos. Sitio web:

<https://www.inditex.com/documents/10279/588133/Resultados+ejercicio+2018.pdf/305c3>

[78d-f5c9-e882-0965-faef8e05b86a](https://www.inditex.com/documents/10279/588133/Resultados+ejercicio+2018.pdf/305c3)

Naciones Unidas. (1998). *PROTOCOLO DE KYOTO DE LA CONVENCION MARCO DE LAS*

NACIONES UNIDAS SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO . Naciones Unidas, 25. Sitio web:

<https://unfccc.int/resource/docs/convkp/kpspan.pdf>

Artículos de periódicos:

Collado,N.. (2016, marzo 06). *¿Cómo compran ropa las españolas?*. El País.

Sitio web:

<https://smoda.elpais.com/moda/100103965/>

Lista Forbes. (2018, marzo 07). *Lista Forbes de los 10 más ricos del mundo: Amancio Ortega*

cae al sexto lugar. La Vanguardia. Sitio

web:

<https://www.lavanguardia.com/economia/20180307/441332048182/forbes-lista-ricos-amancio-ortega.html>

[ncio-ortega.html](https://www.lavanguardia.com/economia/20180307/441332048182/forbes-lista-ricos-amancio-ortega.html)

Acosta,S. (2019, marzo 14). *Cuántas veces se usa de media la ropa antes de tirarla: en*

Europa 95, en China 62 y en EEUU 34 . eldiario.es, Sitio

web:

https://www.eldiario.es/ballenablanca/365_dias/tirlarla-Europa-veces-China-EEUU_0_87771

[2972.html](https://www.eldiario.es/ballenablanca/365_dias/tirlarla-Europa-veces-China-EEUU_0_87771) .

27

De la Torriente,E. (2008, enero 2). *Estrenar ropa dura segundos*. el País,

Sitio web:

https://elpais.com/diario/2008/01/02/sociedad/1199228401_850215.html

.

M.Osorio,V. (2018, septiembre 29). *Inditex: ¿dónde fabrica el gigante textil?* .

Expansión,

Sitio Web:

<https://www.expansion.com/empresas/distribucion/2018/09/29/5baf99b0e2704e3a9e8b4>

[57d.html](#) .

El mundo.es. (2013, abril 26). *La tragedia en Bangladesh destapa 'los talleres de la miseria'*.

El Mundo, Sitio web:

<https://www.elmundo.es/elmundo/2013/04/25/internacional/1366885756.html>

.

M. Olazábal,V. *Cinco años del derrumbe del Rana Plaza: logros y cuentas pendientes en la*

industria textil de Bangladesh . 2018, abril 24. el Mundo, Sitio Web:

<https://www.elmundo.es/internacional/2018/04/24/5adf0ca6e2704e18538b461a.html>

l .

Galarraga,N. (2013, abril 28). *El derrumbe en Bangladesh eleva la presión sobre firmas*

textiles occidentales. El País, Sitio web:

https://elpais.com/internacional/2013/04/26/actualidad/1366975651_363207.html

.

Ortiz,A. (2015, abril 23). *Las empresas no han indemnizado a las víctimas tras dos años del*

derrumbe de Bangladesh . eldiario.es, Sitio web

https://www.eldiario.es/desalambre/indemnizado-victimas-derrumbamiento-Rana-Plaza_0

[_380412964.html](#) .

Desconocido. (2015, mayo 1). *El dueño de la fábrica Rana Plaza de Bangladesh, acusado de*

asesinato por la muerte de 1.100 trabajadores. eldiario.es, Sitio web:

https://www.eldiario.es/economia/Rana-Plaza-acusadas-asesinato-trabajadores_0_394060

909.html .

Díaz de Sarralde,A. (2018, abril 15). *"Si compras ropa barata no está ganando la*

trabajadora, sino la compañía que hace negocio con ella". eldiario.es, Sitio web

https://www.eldiario.es/norte/euskadi/trabajadoras-siquiera-cuesta-prenda-fabricado_0_760125243.html .

60125243.html .

Ferrando, J. (2014, diciembre 3). *Bhopal, una noche que dura ya 30 años*. El País, Sitio web:

https://elpais.com/elpais/2014/12/03/planeta_futuro/1417610543_153774.html

.

Lores, A. (2016, abril 17). *¿Cuánta gente cae por el camino para que usted tenga montañas*

de ropa? . El Pais,

https://elpais.com/elpais/2016/04/11/buenavida/1460386226_262369.html

.

28

Artículos web:

Irastorza,E.. (2019, enero 31). *Cada español gastó una media de 429 euros en ropa en 2018*.

2019, marzo 28, de EAE Business School Sitio web:

<https://www.eae.es/categorias-de-actualidad/faculty-research/cada-espanol-gasto-una-me>

[dia-de-429-euros-en-ropa-en-2018](https://www.eae.es/categorias-de-actualidad/faculty-research/cada-espanol-gasto-una-me-dia-de-429-euros-en-ropa-en-2018)

Desconocido. (2018, junio 20). *El gasto en moda por persona crece un 4,53% y recupera los*

600 euros por primera vez desde 2010 . 2019, abril 15, de modaes.es

Sitio web:

<https://www.modaes.es/entorno/el-gasto-en-moda-por-persona-crece-un-453-y-recupera-l>

[os-600-euros-por-primera-vez-desde-2010.html](https://www.modaes.es/entorno/el-gasto-en-moda-por-persona-crece-un-453-y-recupera-l)

Desconocido. (2018, junio 20). *El comercio de moda cierra 2017 con una subida del 0,47%, el*

menor avance tras la crisis. 2019, abril 17, de modaes.es Sitio

web:

<https://www.modaes.es/entorno/el-comercio-de-moda-cierra-2017-con-una-subida-del-04>

[7-el-menor-avance-tras-la-crisis.html](https://www.modaes.es/entorno/el-comercio-de-moda-cierra-2017-con-una-subida-del-04)

Página web oficial de la compañía *Inditex*. Sitios web:

<https://www.inditex.com/es/home>

<https://www.inditex.com/web/guest/quienes-somos/inditex-en-el-mundo#continent/000>

<https://www.inditex.com/es/quienes-somos/nuestra-historia>

<https://www.inditex.com/es/comprometidos-con-las-personas/nuestros-proveedores>

<https://www.inditex.com/comprometidos-con-las-personas>

<https://www.inditex.com/comprometidos-con-el-medio-ambiente>

<https://www.inditex.com/un-modelo-sostenible/right-to-wear>

Pull&Bear. *Colección Pull&Bear by Rosalía* .2019, abril 17, de Pull&Bear Sitio

web:

<https://www.pullandbear.com/es/mujer/editorials/pull%26bear-by-rosal%C3%ADa/colecci>

[%C3%B3n-c1030165024.htm](#)

|

Caro,S. (2019, abril 06). *Zara y las famosas: prendas que han saltado al estrellato* . merca2.

Sitio Web:

<https://www.merca2.es/zara-famosas-prendas-que-han-saltado-estrellato/>

Quién. (2015, enero 16). *7 colaboraciones de famosos en el mundo de la moda* .
Quién.

Sitioweb:

<https://www.quien.com/espectaculos/2015/01/16/colaboracion-de-famosos-en-el-mundo-de-la-moda>

Llera,A. (2016, octubre 25). *THE TRUE COST – EL DOCUMENTAL SOBRE MODA QUE TIENES*

QUE VER. 2019 , abril 25, de Un_Armario_Con_Buen_Fondo Sitio web:

<https://unarmarioconbuenfondo.com/the-true-cost/>

29

XIRO. (2015, junio 25). *Deslocalización: una realidad indigna*. 2019, abril 25, de XIRO

ATLANTIC DENIM Sitio web:

<https://xiroeco.com/deslocalizacion-una-realidad-indigna/>

BBC Mundo. (2018, octubre 8). *Por qué 2030 es la fecha límite de la humanidad para evitar*

una catástrofe global. 2019, mayo 10, de BBC Sitio web:

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-45785972>

Krause, J. (2019, abril 22). *PLANETA TIERRA* . 2019, mayo 10, de Noticias ONU

Sitio web:

<https://news.un.org/es/tags/planeta-tierra>

Naciones Unidas. *Cambio climático* . 2019, mayo 10, de Naciones Unidas (Base de datos IPCC

- Quinto Informe de Evaluación La Cumbre del Clima 2019 Objetivo de Desarrollo Sostenible

13: Acción por el Clima) Sitio

web:

<https://www.un.org/es/sections/issues-depth/climate-change/index.html>

Limonade. (2018, enero 18). *¿Qué consecuencias tiene la fabricación de nuestra ropa?*.

2019, mayo 10, de Limonade vintage Sitio web: Sitio

web:

<https://limonadevintage.com/2018/01/18/que-consecuencias-tiene-la-fabricacion-de-nuest>

[ra-ropa/](#)

Desconocido. (2016, febrero 23). *Un modelo para medir el impacto ambiental de la industria*

textil. 2019, mayo 12, de SINC La ciencia es noticia Sitio

web:

<https://www.agenciasinc.es/Noticias/Un-modelo-para-medir-el-impacto-ambiental-de-la>

[industria-textil](#)

Desconocido.. *EL COSTO DE LA ROPA* . 2019, mayo 12, de safell.wordpress

Sitio web:

<https://safell.wordpress.com/category/blog>

Desconocido. (2019). *La industria textil y el medio ambiente*. 2019, mayo 20, de SB.Madrid

Sitio web:

<https://sustainablebrandsmadrid.com/blog/la-industria-textil-y-el-medio-ambiente/>

Traxco,S.A.. (2012, abril 27). *El cultivo del algodón* . 2019, mayo 20, de Traxco, S.A. Sitio web:

<https://www.traxco.es/blog/produccion-agricola/algodon>

Desconocido. (2019, marzo 6). *Industria textil e impacto ambiental* . 2019, mayo 23, de

Generalitat Valenciana, #consumoresponsable Sitio web:

<https://consumoresponsable.sipv.org/industria-textil-e-impacto-ambiental/>

Abarca,R. (2009, noviembre 3). *La industria del algodón, uno de los mayores contaminantes*

del planeta. 2019, mayo 23, de eco13 Sitio web:

30

<http://eco13.net/2009/11/la-industria-del-algodon-uno-de-los-mayores-contaminantes-del-planeta/>

LA network. (2018, octubre 6). *The True Cost y la explotación humana vestida de moda*.

2019, mayo 27, de LA network Sitio web:

<https://la.network/the-true-cost-explotacion-humana/>

8. Anexo I - solución y propuesta

Ante todo este conflicto que supone el consumo de textil, decidí desde junio de 2018 (hace

1 año y medio) intentar dejar de comprar ropa en tiendas del corte *Inditex* . Durante este

tiempo, no he encontrado ninguna solución real para escapar de consumir productos que

provengan de la explotación (no es viable viviendo en un mundo capitalista). Sin embargo, sí

he podido comprobar cómo ciertos cambios en mi vida diaria generaban una gran

concienciación en mi entorno, y se empezaba a generar un cambio. Por lo tanto, añadí esta

última pregunta en la encuesta, para analizarla y poder abandonar la sensación de que

todos estos problemas son demasiado grandes y que nada podemos hacer. Sí podemos

cambiar las cosas, podemos elegir dónde y qué consumir. En un mundo en el que solo importa el dinero, se nos ha dado voz a cada uno de nosotros, con nuestro consumo.

Nosotros decidimos.

El análisis de esta última pregunta ofrece una propuesta de cambio de consumo.

12. ¿Alguna vez has comprado ropa de segunda mano?

Número de participantes: 116

Resultados:

55 (47.4%): sí

61 (52.6%): no

Análisis:

Esta pregunta la cual está dividida casi al 50%-50%, entre sí y no; supone un primer acercamiento a lo que consideramos como la única opción real de consumo de ropa sin explotación.

Existen muchas marcas distintas de ropa ética, que prometen una producción local, libre de

explotación y con condiciones laborales de acuerdo con los derechos humanos. Incluso encontramos tiendas que aseguran una producción ecológica, pero aún así sigue siendo

producción.

Entonces ... ¿qué pasa?, ¿hay que estar en contra de toda la producción?, ¿Incluso de la

ecológica?

32

Hemos llegado a un punto de inflexión en la economía de nuestro planeta, la globalización

ha traído multitud de cosas buenas y ha mejorado incomparablemente nuestra calidad de

vida, pero también, ha creado un monstruo indestructible e insostenible. El capitalismo.

Si mantenemos nuestros ritmos de producción y de consumo de recursos, hay estudios de

que hablan que a partir de 2030 habremos sobrepasado la fecha límite para revertir las consecuencias del cambio climático. Estos estudios publicados por la ONU y por la BBC,

hablan de consecuencias devastadoras en relación a la pérdida total de los arrecifes, la desaparición casi total de los casquetes polares, inundaciones masivas para más de 10 millones de personas, un aumento de la pobreza mundial y un repunte de enfermedades

como la malaria o el dengue.

19

Estas catastróficas consecuencias son los frutos de un sistema que parece creerse por encima de los límites físicos de nuestro planeta, e incluso de los propios seres humanos.

Por lo tanto ante un problema tan radicalmente urgente, se necesitan soluciones radicalmente diferentes, a nivel político y global, se necesitan propuestas mucho más ambiciosas que el Protocolo de Kyoto , actual medida de reducción de emisiones de gases ²⁰

de efecto invernadero a nivel internacional. Tenemos que dejar de considerar el cambio climático como un problema del futuro, y empezar a responsabilizarnos de nuestro planeta.

Pero la clave para un cambio real y profundo en las sociedades actuales, no está en grandes

políticos o medidas, sino en el pueblo. Los consumidores somos los primeros que podemos

empezar a tomarnos en serio este problema. Tenemos que mandar un claro mensaje a las

grandes empresas, no estamos dispuestos a seguir consumiendo a costa de otras personas y

del planeta Tierra. Sin embargo para lograr esto no valen “importancias vacías” o intenciones, hay que tomar medidas.

Por todo esto, una reducción considerable del consumo parece la única opción viable

para

crear un cambio real. Producimos mucho más de lo que realmente necesitamos, no hay que

producir más, hay que aprender a aprovechar mejor lo que ya hemos producido. Se trata de

un cambio en las personas y en las sociedades, no tanto en las empresas o gobiernos. La

¹⁹ <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45785972>
<https://www.un.org/es/sections/issues-depth/climate-change/index.html> ²⁰
<https://unfccc.int/resource/docs/convkp/kpspan.pdf>

33

historia nos lo ha demostrado multitud de veces, cuando el pueblo cambia y lucha el poder

cambia de lado, y empieza a estar con la gente.

Sabiendo todo esto, es necesario pasar por una fase de reducción de consumo, de empezar

a comprar ropa de segunda mano, a prestar y dejar nuestra ropa, antes de cambiar la producción. Obviamente el futuro de la humanidad va a depender de una producción, y es

nuestra responsabilidad que esa futura producción sea respetuosa con el medio ambiente y

con los derechos humanos. Pero de poco sirve hablar de una futura producción ética y ecológica si no hay futuro.

Conclusión

Final:

Cambiar nuestros hábitos de consumo y reducir la producción es una responsabilidad que

recae en todos nosotros. Aunque muchos no están familiarizados con el consumo de ropa

de segunda mano, es importante que este debate vuelva a nuestras sociedades. No

tenemos que esperar a que un gobierno o una ONG ecologista nos salve, el cambio empieza

desde abajo desde la gente como tu o como yo. Nosotros somos los que decidimos como

actuar ante esta crisis medioambiental y humanitaria, es nuestra elección dejar de comprar

ropa en este tipo de compañías, dejar de aumentar los beneficios de Inditex, dejar de colaborar con la explotación. Este no es un problema de otros, un problema lejano, es un

problema del ahora del que tú eres responsable.

La explotación y el cambio climático son dos de las mayores crisis de nuestro mundo actual.

No podemos seguir siendo cómplices de este sistema que destruye el planeta y a las personas que viven en él. La urgencia y la gravedad de esta realidad exigen una actuación

inmediata y de vital importancia, se nos acaba el tiempo.

De nosotros depende el mundo, esta pequeña gran revolución empieza en cada uno de nosotros, en nuestras decisiones cotidianas.

9. Anexo II - Gráfica con Resultados parte práctica

Esta encuesta se ha realizado con una muestra de la población española, 120 personas

comprendidas entre los 15 y los 17 años, procedentes de la ciudad de Madrid y de un nivel

económico medio.(Esta información es importante pero no es especialmente determinante

ya que en el siguiente documento se expone la gran similitud entre esta pequeña muestra y

el resto de la población joven española, en cuanto a consumo textil.)

1. ¿Cuántas veces al mes compras ropa?

Número de participantes: 121

69 (57.0%): **Menos de 1 vez al mes**

37 (30.6%): **1 vez al mes**

7 (5.8%): **2 veces al mes**

2 (1.7%): **3 veces al mes**

6 (5.0%): **4 veces o más**

2. ¿Qué tiendas/marcas son las que más consumes en ropa?

Número de participantes: 120

30 (25.0%): **Zara** 38 (31.7%): **Nike**

39 (32.5%): **HyM** 25 (20.8%): **Adidas**

49 (40.8%): **Pull and Bear** 10 (8.3%): **Brandy Melville**

21 (17.5%): **Primark** 16 (13.3%): **El corte inglés**

16 (13.3%): **Stradivarius** 4 (3.3%): **The north face**

6 (5.0%): **Springfield** 7 (5.8%): **Ninguna de las anteriores**

1 (0.8%): **Asos** 13 (10.8%): **Otro**

39 (32.5%): **Bershka**

3. Indica las principales razones por las que consumes estas marcas/tiendas (marca hasta 2 razones)

Número de participantes: 118

97 (82.2%): **Me gusta el diseño y van acorde con mi estilo**

37 (31.4%): **Son baratas**

33 (28.0%): **La calidad es muy buena y duran mucho**

21 (17.8%): **Tienen el estilo de la moda actual (lo lleva la mayoría de la gente)**

7 (5.9%): **Son las marcas que conozco, no sabría dónde comprar quitando estas tiendas**

3 (2.5%): **Lo llevan las personas a las que admiro (personajes públicos)**

1 (0.8%): **Otro**

4.¿Tienes en tu armario ropa que

no usas?

Número de participantes: 118

105 (89.0%): **sí**

13 (11.0%): **no**

37

5. ¿De media cuánto crees que te dura un pantalón o un jersey?

Número de participantes: 118

(0.0%): **1 mes o menos**

2 (1.7%): **2 meses**

3 (2.5%): **3 meses**

18 (15.3%): **4-6 meses**

26 (22.0%): **1 año**

69 (58.5%): **Más de 1 año**

6. ¿Qué haces con la ropa que no usas?

Número de participantes: 117

5 (4.3%): **La tiro a la**

basura

54 (46.2%): **La heredan
mis**

hermanos/primos/amigos

45 (38.5%): **La dono**

10 (8.5%): **La guardo al fondo
del**

armario

3 (2.6%): **Otro**

38

**7. Si tiras ropa. ¿Por qué lo
haces?**

Número de participantes: 116

4 (3.4%): **Ya no me
gusta**

21 (18.1%): **Ya no me
vale**

61 (52.6%): **Está rota**

30 (25.9%): **Nunca tiro**

ropa

8. ¿Alguna vez miras la etiqueta de la ropa que compras para comprobar su procedencia?

Número de participantes:

117

8 (6.8%): **Sí**

62 (53.0%): **No**

28 (23.9%): **A veces**

19 (16.2%): **Casi nunca**

9. ¿Conoces las condiciones a las que están expuestos los trabajadores que hacen la ropa que compras?

Número de participantes: 117

72 (61.5%): **sí**

45 (38.5%): **no**

39

10. ¿Te parece importante el dónde y el cómo se haga la ropa que compras?

Número de participantes: 117

91 (77.8%): **sí**

26 (22.2%): **no**

11. ¿Alguna vez te has planteado dejar de comprar ropa en tiendas como Inditex?

Número de participantes:

114

38 (33.3%): **No, nunca**

56 (49.1%): **Sí, pero no lo**

he llegado a hacer

20 (17.5%): **Sí**

40

12. ¿Alguna vez has comprado ropa de segunda mano?

Número de participantes: 116

55 (47.4%): **sí**

61 (52.6%): **no**

