

FICHA FORMATIVA

03. LA ROPA Y LA CIUDADANÍA, LA SOCIEDAD Y LA CULTURA

Área	<i>Ropa</i>										
Nivel	BÁSICO										
Tema	<table border="1"> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>3. Preocupaciones e implicaciones sociales y culturales</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> </table>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	3. Preocupaciones e implicaciones sociales y culturales	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>											
<input type="checkbox"/>											
<input checked="" type="checkbox"/>	3. Preocupaciones e implicaciones sociales y culturales										
<input type="checkbox"/>											
<input type="checkbox"/>											
Módulo	<table border="1"> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>Los ciudadanos como agentes clave del cambio en el consumo de ropa</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> </table>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Los ciudadanos como agentes clave del cambio en el consumo de ropa	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>											
<input type="checkbox"/>											
<input checked="" type="checkbox"/>	Los ciudadanos como agentes clave del cambio en el consumo de ropa										
<input type="checkbox"/>											
<input type="checkbox"/>											
Palabras clave	ropa; preocupaciones sociales y culturales; trabajo justo; moda rápida; condiciones de trabajo; trabajadores; ropa limpia										
Introducción (500-1000 caracteres incluyendo espacios)	El concepto moda rápida o <i>fast-fashion</i> surgió en la década de los 90 de la mano de grandes compañías que comenzaron a producir en masa. Por ello, en la industria textil, existen violaciones de los derechos laborales, que ponen de manifiesto que los trabajadores no son tratados dignamente. Se calcula que esto afecta a una gran cantidad de personas, cerca de 75 millones, que trabajan en esta industria, y es especialmente preocupante en países como Bangladesh, Indonesia, Sri Lanka y Filipinas, donde se han reportado numerosos casos de trabajo infantil y esclavitud moderna. Además, estos trabajadores a										

Con el apoyo del programa Erasmus+ de la Unión Europea. Este documento y su contenido reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en él.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Los consumidores comprometidos con este modelo son personas informadas que quieren contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas que habitan este planeta y de las generaciones futuras.

	<p>menudo son forzados a trabajar largas horas en ambientes inseguros y no cuentan con acceso a atención médica, descansos suficientes o vacaciones remuneradas.</p> <p>El negocio de la moda emplea rutas comerciales rápidas y complejas, con múltiples intermediarios, lo que permite a los consumidores comprar ropa en cualquier momento a través de medios como el comercio electrónico lo que también lleva a un consumo de ropa excesivo, insostenible y poco ético.</p>
<p>Impactos/beneficios económicos (1 000-1 500 caracteres incluyendo espacios)</p>	<p>Los salarios pagados a los trabajadores de la moda representan solo el 0,6% del precio de las prendas, según el sindicato global Trade Union Federation. Para mejorar las condiciones laborales en la industria de la moda, es necesario que el público tenga más información sobre estas prácticas y actúe de manera más consciente y responsable al consumir, ya que, si se toman decisiones más informadas, se pueden desencadenar cambios positivos en las condiciones sociales y laborales de la industria.</p> <p>La conciencia sobre las malas prácticas de trabajo en las fábricas textiles debería incitar un cambio de comportamiento en los consumidores. En lugar de seguir comprando prendas de vestir de marcas que mantienen prácticas explotadoras y de discriminación, los consumidores deben elegir marcas que adopten prácticas más éticas y justas. Un comportamiento de consumo consciente puede ayudar a presionar a las empresas a mejorar las condiciones laborales en la industria de la moda en general.</p> <p>Los consumidores tienen poder para influir en la industria de la moda, es decir que pueden ejercer como palancas para provocar un cambio de actitudes hacia un modelo más ético y responsable. Las marcas que sean capaces mejorar y adaptar las condiciones de trabajo en sus fábricas y en las de sus subcontratistas podrán ser reconocidas por el mercado, lo que traerá</p>

Con el apoyo del programa Erasmus+ de la Unión Europea. Este documento y su contenido reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en él.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Los consumidores comprometidos con este modelo son personas informadas que quieren contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas que habitan este planeta y de las generaciones futuras.

	<p>beneficios en términos económicos y de reputación.</p> <p>Además, el cambio hacia unas condiciones de trabajo más dignas conduce a precios más realistas y justos, que deben provocar que el usuario valore más el producto que adquiere. Por tanto, corresponde a las empresas promover estos cambios y a los consumidores ejercer presión hacia ello, pero también entender por qué es necesario tener consumo más reducido de ropa a unos precios más altos.</p>
Buenas prácticas (1000 -1500 caracteres incluyendo espacios)	<p>Tanto los consumidores como las empresas deben por igual identificar y aplicar buenas prácticas. Los consumidores deben buscar marcas sostenibles que trabajen éticamente y presenten cadenas de valor transparentes, en las que se informe de dónde y cómo se obtienen las materias primas y cómo es su proceso de transformación. También pueden informarse sobre marcas que respetan las certificaciones laborales y medioambientales, disponibles en sitios como la Coordinadora Estatal de Comercio Justo o requiriendo certificaciones de cumplimiento de derechos laborales, como la SA 8000 (su sitio web también presenta información sobre la estrategia de la Unión Europea para garantizar los derechos humanos en textiles sostenibles).</p> <p>Además, las empresas pueden influir en el comportamiento de sus clientes a través de sus campañas de comunicación, como lo hizo Patagonia durante el Black Friday, con su campaña "No compres esta chaqueta", incentivando a sus clientes a no comprar ropa ese día. Este tipo de campañas no solo transmiten los compromisos y valores de la marca al público, sino que también animan a los consumidores a comportarse de forma más sostenible.</p> <p>La Campaña Ropa Limpia es una red global que se extiende por 45 países y conecta a diferentes actores de la industria, como organizaciones cívicas y sindicatos laborales. Su objetivo es asegurar que los derechos fundamentales de los</p>

Con el apoyo del programa Erasmus+ de la Unión Europea. Este documento y su contenido reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en él.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Los consumidores comprometidos con este modelo son personas informadas que quieren contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas que habitan este planeta y de las generaciones futuras.

	trabajadores sean respetados, y para ello educan y movilizan a los consumidores.
Desafíos actuales y futuros (1000 -1500 caracteres incluyendo espacios)	<p>En la industria de la moda, asegurar que la producción no involucre mano de obra esclava o casi esclava es un gran desafío. Es necesario supervisar las condiciones de trabajo en todas las etapas de la cadena de valor para garantizar que los trabajadores no se encuentren en situaciones precarias. Las empresas deben ser responsables y transparentes sobre las condiciones de trabajo de sus empleados, particularmente si son subcontratados y trabajan en campos o fábricas de terceros.</p> <p>Para asegurar que las empresas respeten los derechos laborales, los consumidores tienen un papel importante. Es fundamental mejorar el acceso a una información clara y transparente sobre las políticas laborales, para poder tomar decisiones al comprar, tanto mediante campañas de sensibilización como exigiendo a las empresas mayor transparencia.</p> <p>Sin embargo, el acceso a la información y la presión colectiva son desafíos importantes para los consumidores. Los consumidores pueden y deben presionar a las empresas para que cambien sus políticas hacia estándares laborales más justos y dignos.</p> <p>Es fundamental garantizar el acceso a información veraz y confiable para poder tomar decisiones bien informadas y presionar por un cambio significativo. Organizaciones como Fashion Revolution, que trabajan en la promoción de la sostenibilidad y la justicia social en la industria de la moda, pueden ser una herramienta valiosa para la acción colectiva a nivel global. Uniendo esfuerzos, los consumidores pueden hacer una diferencia real y significativa en la promoción de prácticas laborales justas en la industria de la moda.</p>
<i>Idioma</i>	<i>Español</i>
<i>Socio</i>	<i>UA</i>

Con el apoyo del programa Erasmus+ de la Unión Europea. Este documento y su contenido reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en él.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Los consumidores comprometidos con este modelo son personas informadas que quieren contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas que habitan este planeta y de las generaciones futuras.

Otras referencias

Columbia. Responsabilidad corporativa

<https://www.columbiasportswear.es/ES/c/csr-place>

El portal de la economía solidaria. Moda: industria y derechos laborales. Guía para un consumo crítico de ropa

<https://www.economiasolidaria.org/recursos/biblioteca-moda-industria-y-derechos-laborales-guia-para-un-consumo-critico-de-ropa/>

El País. La otra cara de la industria textil.

<https://elpais.com/planeta-futuro/2023-01-02/la-otra-cara-de-la-industria-textil-me-sangraban-los-dedos-pero-me-obligaban-a-seguir-trabajando.html>

Con el apoyo del programa Erasmus+ de la Unión Europea. Este documento y su contenido reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en él.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Los consumidores comprometidos con este modelo son personas informadas que quieren contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas que habitan este planeta y de las generaciones futuras.