



# Las zapatillas de deporte

Los pies, con un gran número de huesos, músculos, tendones, ligamentos, vasos sanguíneos y nervios, forman el sistema mecánico más complejo de nuestro cuerpo. Con una superficie relativamente pequeña, aguantan todo nuestro peso y nos permiten movernos sobre toda clase de superficies.



Hoy en día el término zapatillas incluye el calzado que usamos para practicar deporte y el que usamos para vestir informalmente, que también se denomina “casual” (en inglés significa *informal*). Como todos los zapatos, una zapatilla tiene dos partes:

- La *suela* sirve para amortiguar y para controlar la pisada. La parte que toca el suelo, el *patín*, es más densa y resistente a la abrasión, y la *entresuela*, la parte que está encima, es más blanda.

- La parte que cubre el pie se llama *cor-te*, y tiene que sujetarlo bien por los lados. La lengüeta y el forro se pueden acolchar para incrementar el confort. Una buena zapatilla tiene que mantener las características propias del pie – sensibilidad, torsionabilidad, estabilidad, flexibilidad y transpirabilidad–, lo tiene que proteger y le ha de ayudar en el impacto con el suelo (el peso del pie se multiplica por siete) y en el impulso para dar un nuevo paso.

## CURIOSIDADES

La producción en serie de calzado y la numeración de los zapatos empezaron en el siglo XVIII. Durante la segunda mitad del siglo XIX la numeración se unificó en todos los países que adoptaron el Sistema Métrico Decimal.

El número da la longitud del pie en *puntos de París*, una medida que equivale a dos tercios de centímetro. Así, calzar un 39 significa que el pie mide 26 centímetros de largo.

## COMO SE HACEN LAS ZAPATILLAS

Cuando miramos una zapatilla vemos un objeto con una imagen moderna, bien acabada, nos podemos imaginar que es fruto de una línea de producción automatizada, sobre todo pensando en las grandes cantidades que se fabrican. Sin embargo en el proceso de elaboración hace falta mucha mano de obra humana.

El diseño de la zapatilla se hace generalmente con la ayuda de un ordenador. El patronista determina las piezas de tejido (piel, ropa, fibra sintética o el llamado “cuero sintético”) que harán falta para obtener el aspecto deseado, y se cortan estas piezas. Puede hacerse de dos maneras:

- Con troqueles: para cada pieza se hace un molde de acero (un troquel) que tiene la forma del contorno de la pieza y una de las aristas cortante. Se ponen varios troqueles sobre un trozo grande de tejido, se hace bajar un peso que los empuja y se corta el tejido. Se pueden poner seis o siete capas de tejido una encima de la otra, de forma que de una sola vez se obtienen varios ejemplares de cada pieza. La piel se tiene que cor-

tar capa por capa, porque hace nudos, vetas, etc., y los troqueles se tienen que poner con cuidado donde haya menos irregularidades. Es por ello que trabajar la piel es más caro que trabajar los otros materiales.

- A máquina: un ordenador memoriza los patrones, calcula cómo disponerlos en el tejido de forma que éste se aproveche al máximo, y genera rayos láser que siguen la forma de los cortes. Un rayo puede cortar una veintena de capas a la vez. Este sistema es poco usual.

Después se hace el *aparado*: se cosen las piezas que forman el corte, con máquinas de coser “de toda la vida”. Algunas piezas que tienen la misma forma en todas las zapatillas, como el emblema de la marca que se suele poner en los laterales, las cose una máquina cuya aguja sigue un recorrido preprogramado. Una vez cosido el corte se repasan los bordes con unas tijeras, con un pincel se pintan los cantos que quedan a la vista, y si hace falta se ponen los ojetes.

Después se hace el *montaje*: el corte se envuelve en una *horma* (un molde con

forma de pie), en la parte de debajo se pone la *palmilla* (una suela delgada), y el conjunto se pone en una máquina que tensa el corte sobre la horma y encola los bordes a la palmilla. Una persona tiene que poner y sacar las zapatillas de la máquina una por una.

### Elaborar zapatillas requiere muchas tareas manuales

El corte y la suela -se compra a un fabricante de suelas- se encolan (en los zapatos se pueden coser, pero en zapatillas no se suele hacer). De nuevo, una persona tiene que poner y sacar una por una las zapatillas de la máquina que encola. También se pueden juntar las dos partes por *inyección directa al corte*: el material de la suela, fundido, se pone junto con el corte en un molde con forma de suela, de manera que los bordes del corte queden incrustados dentro de la suela. Esta técnica no se utiliza demasiado.

Opcionalmente se pueden añadir a la zapatilla algunos elementos, por ejemplo tiras de goma en la puntera.



## LAS ZAPATILLAS Y EL MEDIO AMBIENTE

Durante todo el ciclo de vida de las zapatillas hay una interacción con el medio ambiente, igual que con cualquier objeto. En el caso de las zapatillas no es fácil encontrar las opciones de menor impacto; la mejor opción siempre será reducir el consumo e intentar que nos duren.

### EN LAS ETIQUETAS

Los materiales de que están hechas las zapatillas se indican con estos símbolos:



Piel



Ropa



Fibra sintética



### LOS MATERIALES PARA EL CORTE

El corte puede ser de cuero, ropa, fibra o cuero sintético, o una combinación de estos materiales. Para el calzado deportivo se usa sobre todo piel de vaca y también de canguro, sobre todo para botas de fútbol. En las zapatillas más profesionales aparecen tejidos de alta tecnología como fibras de carbono.

		Ventajas	Inconvenientes
Cuero	La piel se curte para parar el proceso natural de biodegradación para que se pueda utilizar indefinidamente. Hay dos grandes maneras de hacerlo: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>curtido vegetal</i>: es la forma usada desde la antigüedad, y consiste en poner la piel a remojo con trozos de corteza y otros elementos vegetales.</li> <li>• el <i>curtido al cromo</i> se introdujo en el siglo XIX. Además del cromo utiliza productos químicos y elementos como cadmio, aluminio, titanio o zirconio. El cuero queda más fino que con el curtido vegetal.</li> </ul>	Es el material más apreciado por la flexibilidad que tiene, la resistencia a la fricción, la durabilidad y porque permite una buena transpiración.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durante mucho tiempo las curtidorías han vertido a los ríos aguas y residuos sólidos con cromo y otros elementos tóxicos. Últimamente las legislaciones limitan el vertido de contaminantes y el consumo de agua, obligan a reutilizar los baños de cromo y prohíben utilizar unas variedades de cromo que se ha demostrado que son cancerígenas; pero el curtido al cromo sigue siendo una actividad con un gran impacto ambiental.</li> <li>• El curtido vegetal es mucho menos contaminante que el curtido al cromo, pero ningún fabricante de zapatillas lo utiliza. Actualmente es utilizado para suelas, cinturones, correas y zapatos ecológicos.</li> <li>• La organización Viva! (Vegetarian International Voice for Animals, <a href="http://www.savethekangaroo.com">www.savethekangaroo.com</a>) alerta de que el alto volumen de exportación de piel de canguro desde Australia puede llevar a la extinción del animal y denuncia que, si bien la ley australiana ha establecido medidas para controlar el ritmo de caza de los canguros, es habitual que se cacen furtivamente por la noche.</li> </ul>
Fibra o cuero sintéticos	Los materiales sintéticos más usuales son EVA (etilvinilacetato), poliuretano y PVC (policloruro de vinilo).	Facilitan la mecanización en el proceso de producción.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proviene del petróleo.</li> <li>• Durante la síntesis se generan residuos y emisiones tóxicas, y no son biodegradables.</li> <li>• No tienen las cualidades del cuero.</li> <li>• El PVC es muy problemático desde el punto de vista medioambiental (ver las páginas 9 y 10 del número 5 de <i>Opciones</i>).</li> </ul>

### LOS MATERIALES PARA LA SUELA

La suela puede ser de goma o de varios polímeros sintéticos. La goma se distingue porque es más flexible.

		Ventajas	Inconvenientes
Goma	Para obtener goma se tiene que vulcanizar (llevar a temperaturas muy altas) el caucho, natural o sintético, con aditivos químicos que posibilitan la fusión de todos los elementos, dan color, etc. El caucho natural proviene del látex de la hevea, un árbol tropical.	El caucho se puede reciclar. Si es natural se biodegrada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El caucho sintético se obtiene a partir del petróleo.</li> <li>• El uso de algunos aditivos hace que durante la vulcanización se generen compuestos volátiles muy tóxicos como las N-nitrosaminas. Hay sustitutos para estos aditivos, pero todavía no es habitual usarlos.</li> <li>• En una suela de goma es imposible distinguir si contiene caucho natural o sintético.</li> </ul>
Polímeros sintéticos	Los más usados son EVA y varios polímeros termoplásticos.	Los materiales termoplásticos se pueden reciclar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proviene del petróleo.</li> <li>• Durante la síntesis se generan residuos y emisiones tóxicas, y no son biodegradables.</li> </ul>

### EL PROCESO DE MONTAJE

El elemento más problemático desde el punto de vista medioambiental es el uso de colas. Hay cosas que se encolan a mano (por ejemplo algunas piezas del corte) y cosas que se encolan a máquina (el corte con la palmilla y con la suela).

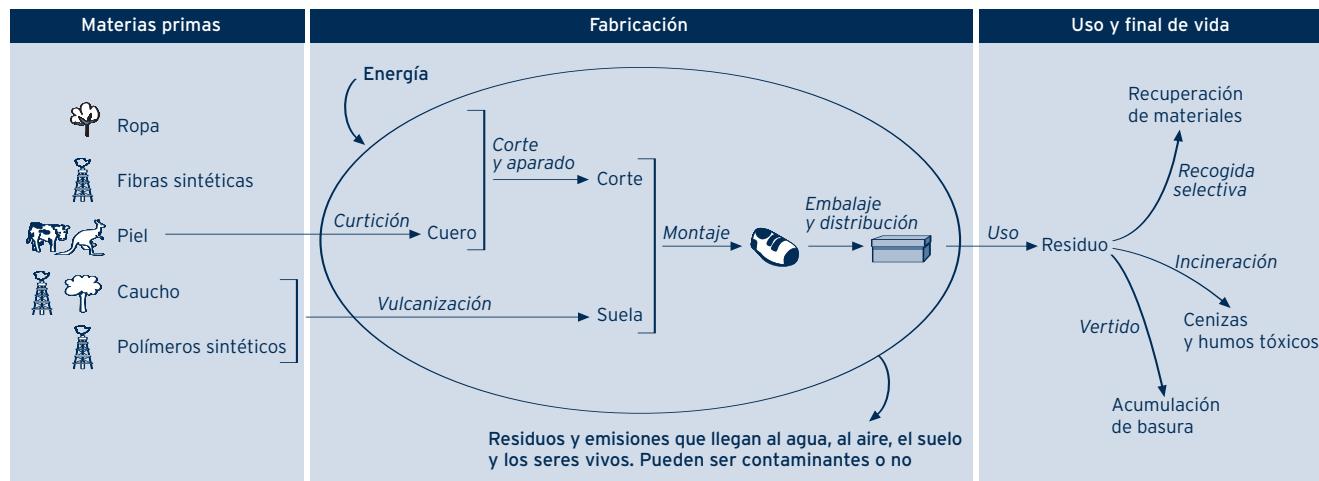
		Ventajas	Inconvenientes
Colas termoplásticas	Se denominan así porque se funden con el calor. Son las que se tienen que usar en los encolados a máquina.	No comportan ningún problema de salud, a no ser que contengan determinados aditivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pueden ser derivadas del petróleo.</li> </ul>
Colas con disolventes orgánicos	Se utilizan para los encolados a mano. Las más usadas son de poliuretano y de policloropreno.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Derivan del petróleo.</li> <li>• Generan compuestos orgánicos volátiles peligrosos para la salud, especialmente los derivados del N-hexano. En el lugar de trabajo debe haber una buena ventilación.</li> </ul>
Colas en base al agua	Se utilizan para los encolados a mano.	No contienen ningún derivado del petróleo y son inocuas.	

En el ámbito de la Unión Europea se ha definido un pliegue de condiciones que debe cumplir el calzado deportivo para que se le otorgue el sello ecológico Ecolabel. Incluye límites más estrictos que los permitidos en la legislación para el proceso de curtido de las pieles, permite el

PVC sólo en las suelas y si es reciclado, prohíbe un número de sustancias químicas y exige un nivel mínimo de durabilidad. Para el embalaje sólo se pueden usar plástico reciclado y cartón reciclado en un 80%, y en las cajas debe decirse que es mejor reparar el zapato que tirarlo.

No hay ningún fabricante de calzado deportivo que tenga el Ecolabel. Por ahora es un sello muy desconocido, tanto para los consumidores como para los productores. Ninguna de las empresas con las que hemos hablado lo conocía.

### EL CICLO DE VIDA DE LAS ZAPATILLAS



# GUÍAS DE EDUCACIÓN AMBIENTAL

Puede solicitarlas en el **Centre de Recursos Barcelona Sostenible**

Nil Fabra, 20 baixos  
Tel. 93 237 47 43  
recursos@mail.bcn.es  
o consultarlas en  
**www.bcn.es/agenda21**

1. Guia del compostatge
2. Fem biogàs
3. La mobilitat sostenible
4. Propostes senzilles per reduir els residus
5. Guia de l'oficina verda
6. Les Festes més sostenibles
7. L'aigua a la ciutat
8. Menys soroll millor
9. De la ciutat a la natura
10. Posem verdes  
les associacions



## LA FABRICACIÓN DE LAS ZAPATILLAS

Es sabido que la mayoría del calzado deportivo que hay en nuestras tiendas, como muchos otros artículos, está fabricado en el Sudeste asiático. Como hemos visto, fabricar unas zapatillas requiere mucha mano de obra. Un operario en China puede ganar unos 70 euros mensuales, mientras que el convenio colectivo español de la industria del calzado establece un sueldo de 696,76 euros mensuales para los trabajadores de menor cualificación. Esta diferencia hace que salga a cuenta subcontratar la manufactura tan lejos, pese a que implique incrementar los gastos de transporte. China es un país muy barato y con una legislación laboral muy laxa, por ello es el preferido para subcontratar la producción. De hecho, algunas marcas tienen producción en otros países sólo porque en algunos mercados (como la Unión Europea) hay una cuota máxima a las importaciones desde China.

Hoy, subcontratar la producción se ha convertido en una norma en el mundo empresarial. Las grandes marcas multinacionales empezaron a trabajar de esta manera en los años 80. Ello, sin embargo, no repercutió en una bajada de los precios de venta al público; el ahorro en mano de obra se destinó en parte a incrementar los beneficios de las empresas, y en parte a invertir en publicidad y marketing (ver el apartado *Mucho más que zapatillas*, en la página 12).

### LA PRODUCCIÓN GLOBAL

En muchos países de mano de obra barata, las fábricas o talleres (*maquilas*) están dentro de áreas delimitadas por muros denominadas *Zonas Francas* o *Zonas de Procesado para la Exportación*. Tanto las empresas que se instalan en ellas como las que las subcontratan tienen que pagar muy pocos impuestos por el uso del suelo y por la entrada y salida de mercancías y capital.

Las zapatillas las fabrican chicos y chicas que suelen venir de zonas rurales, donde vivir de la agricultura cada vez es más difícil (debido en buena parte a las políticas agrarias internacionales). Su vida está dedicada casi exclusivamente a trabajar; comen y duermen, a menudo hacinados, dentro de las zonas francas. Trabajan muchas horas y ganan dinero justo para vivir. Hay talleres mal equipados en cuanto a iluminación, ventilación, salidas de emergencia, asistencia médica, etc., y los puestos de trabajo son inestables porque los contratos suelen ser informales. Aunque no tanto como hace unos años, se siguen dando casos de vio-

lencia por parte de la dirección de las fábricas.

En la mayoría de países de mano de obra barata los sindicatos están permitidos oficialmente, pero en la práctica sólo funcionan unos sindicatos "de empresa" que de hecho dificultan la lucha de los trabajadores por una mejora de las condiciones; es usual que los trabajadores que tratan de organizarse por su cuenta sean despedidos y en ocasiones agredidos. Uno de los atractivos de China y Vietnam es que los sindicatos independientes están prohibidos.

### En nuestra cultura de la imagen, el precio de venta de las zapatillas tiene que cubrir los gastos en marketing

#### Las campañas de presión social

Sin embargo, en global, y aunque lentamente, estas condiciones laborales van mejorando, sin duda merced al trabajo de organizaciones sociales que promueven campañas de presión sobre las empresas y los gobiernos. En Europa existe la Campaña Ropa Limpia ([www.ropalimpia.org](http://www.ropalimpia.org), 91 549 9128), y en otras partes del mundo hay varias ongs y sindicatos, tanto del Norte como de los mismos países baratos, que trabajan conjuntamente. Algunas se dedican a hacer investigación de campo, otras a hacer acciones en la calle para dar a conocer la problemática y organizar envíos masivos de cartas a las empresas, reclamándoles que garanticen que se respeten los derechos humanos de las personas que fabrican sus productos. Se centran en las grandes multinacionales entre otros motivos porque tienen capacidad suficiente como para pagar por unas condiciones laborales



### TRES GENERACIONES DE PAÍSES BARATOS

Cuando en los años 80 se introdujo el modelo de subcontratación de la manufactura, los países escogidos fueron Singapur, Hong Kong, Corea del Sur y Taiwan. Pocos años después, las fábricas de estos países empezaron a subcontratar trabajo a otros países con mano de obra más barata que la suya: Indonesia, Tailandia, Malasia, la zona de la India y América Central; así nació la segunda generación de países baratos. Los de la primera se convirtieron en los famosos "tigres asiáticos", las fábricas prácticamente desaparecieron y se crearon, sobre todo en Corea del Sur y Taiwan, lo que se ha denominado *multinacionales manufactureras*: empresas sin marca pero propietarias de plantas de producción en todo el mundo; algunas tienen facturas superiores a las de sus clientes, las multinacionales de marca.

Cuando en los países de la segunda generación mejoraron un poco las condiciones laborales se empezó a fabricar en China, Vietnam, varios países africanos y del Pacífico, que forman la tercera generación de países baratos.



dignas si quieren. De las empresas locales con las que hemos hablado ninguna conocía la Campaña Ropa Limpia.

### Las condiciones laborales en los países baratos van mejorando lentamente gracias a campañas de presión social como la Campaña Ropa Limpia

Después de años de lucha, han conseguido mejoras lentas pero progresivas en las condiciones laborales, y que hoy en día casi todas las empresas admitan que tienen responsabilidad por la manera como se fabrican sus zapatillas.

#### PRODUCCIÓN LOCAL

En España, sobre todo en Alicante, había habido bastante producción de zapatillas. Pero la cultura de la imagen ha penetrado de una forma tan profunda en la población, especialmente los más jóvenes -principales consumidores de artículos deportivos-, que si una marca no hace márketing de su "imagen" pasa muy desapercibida en el mercado. Por esto muchas empresas locales han seguido la dinámica marcada por las grandes, y hoy subcontratan toda o parte de la producción al Sudeste asiático y dedican muchos esfuerzos a diseñar las webs, los embalajes, las promociones con regalos, etc. En Alicante actualmente hay muchos talleres y trabajadores a domicilio que cortan, cosen, etc., pero trabajan sobre todo para los fabricantes de zapatos, no de zapatillas.

Las empresas locales que mantienen una parte de la producción aquí tienen

algunas ventajas respecto de las multinacionales. Pueden servir pedidos con rapidez, hacer cantidades reducidas de zapatillas con el diseño o los logotipos que quiere el cliente, y los clientes las pueden conocer personalmente.

#### DISTINTAS MANERAS DE ENTENDER LA RESPONSABILIDAD

La empresa indonesia Doson trabajó durante once años y medio sólo para Nike. En septiembre pasado Nike dejó de hacerle pedidos, cosa que llevó al cierre de la empresa y a dejar sin trabajo unas 7.000 personas; los trabajadores creen que Nike tomó esta decisión porque habían hecho una huelga para pedir mejoras laborales, y que está trasladando los pedidos hacia países donde los sindicatos están más perseguidos. El propietario de la fábrica ha pagado sólo la mitad de las indemnizaciones estipuladas por despido; los trabajadores le han demandado judicialmente.

Los trabajadores reclaman a Nike que les ayude a cobrar las indemnizaciones y a pagar el juicio. Según la Campaña Ropa Limpia, Nike dice que no tiene ninguna responsabilidad en el asunto porque Doson es una empresa independiente. Pero los trabajadores argumentan que Nike se ha servido de su trabajo durante años y que ahora tiene la responsabilidad moral de ayudarles, tal y como estaría legalmente obligada a hacerlo si la fábrica subcontratada hubiera sido suya.



**ReHabitat**  
Alternativas para formas de vida más conscientes

Revista de Bioconstrucción, Permacultura, Vida Sostenible, y Consumo Ético.

Puedes encontrarla en tiendas de productos ecológicos. Si quieres recibirla en tu domicilio

**SUSCRÍBETE**  
Por teléfono: 978 78 14 66  
Por e-mail: suscripcionrehabitar@gea-es.org  
En la web: www.gea-es.org

**Energía solar - Medición ambiental**

**www.tiendaelektron.com**

**ELEKTRON**  Trangola, 20 local 08023 Barcelona  
Tlf: 932 190 308 Fax: 932 190 107  
e-mail: consulta@tiendaelektron.com

## MUCHO MÁS QUE ZAPATILLAS

**H**oy, en el mundo de las zapatillas y la indumentaria deportiva en general anunciar un producto consiste en “crear marca”, que quiere decir generar una serie de extras de carácter etéreo que obtenemos de un producto y nos influyen de manera determinante a la hora de escogerlo. Lo que llama la atención del consumidor son las formas modernas, los colores innovadores, los regalos que acompañan a los artículos, los logotipos de diseño, los anuncios atrevidos, las webs llamativas, la indumentaria que visten los ídolos del deporte, incluso el aspecto de las cajas de zapatos.

La influencia de este “diseño de imagen” sobre la población es muy profunda. Uno de los redactores de *Opciones* presenció la escena siguiente en la sala de espera de las visitas de una prisión: una madre con muchos hijos y aparentemente de condición humilde le pidió a otra madre con un niño que apenas empezaba a andar: *¿Dónde has comprado las Nike del niño?* Respuesta: *Me costó mucho encontrarlas tan pequeñas, al final las encontré en [tal sitio]; son muy caras pero es lo que hay.* Responde la primera: *Ya, pero es que me hace ilusión que lleve las Nike...* El entrenador de baloncesto de un equipo infantil del barrio marginal madrileño de Pozo-Entrevías explica que el padre de una de las niñas le animaba durante un partido diciendo: *¡Demuestra que llevas las Nike!*

Hacia la mitad de los años 80, las grandes empresas multinacionales dejaron la fabricación en manos de empresas subcontratadas y pasaron a dedicarse únicamente al diseño y la comercialización. Tener fábricas y plantillas de trabajadores es costoso (maquinaria, naves, salarios...) y trae muchos dolores de cabeza (huelgas, regulaciones medioambientales...). Lo importante es tener un nombre, un “alma”... una marca. El producto pasa a un segundo plano. El presidente de Nike declaró: *Durante años creímos que éramos una empresa productora, y por esto dedicábamos todo nuestro esfuerzo a diseñar y fabricar los productos. Pero ahora hemos entendido que lo más importante es comercializarlos. Ahora decimos que Nike es una empresa orientada al marketing, y que el producto es nuestro instrumento más poderoso de marketing.*

El sector donde la exacerbación de la imagen de marca ha sido más espectacular es seguramente el de la indumentaria deportiva. Ahora no manufactura zapatillas, sino emociones, identidades,

estilos de vida. Según explica Naomi Klein en el libro *No Logo*, entre 1987 y 1993 Nike incrementó la inversión en publicidad en un 830%. Parece que la estrategia le funcionó: entre 1989 y 1993 sus beneficios crecieron un 900%, pese a que fueron cuatro años de recesión económica. Actualmente, un trabajador indonesio tendría que trabajar 139 años para ganar lo que Nike paga al golfista Tiger Woods cada día.

Las marcas exploran constantemente “yacimientos de identidad”, símbolos con los cuales los adolescentes se identifi-

quen para apropiarse de ellos; todo lo que afecta emocionalmente a los consumidores es susceptible de ser asociado a una marca. Por ejemplo, Nike se ha dado cuenta de que muchos jóvenes blancos y asiáticos encuentran atractivo el estilo de los jóvenes negros de barrios bajos, y ha inventado lo que llama *Bro'ing* (deriva de que en estos barrios se saludan diciendo *Hey, brother*). Consiste en ir a los suburbios negros para que los jóvenes prueben sus zapatillas y así se empiecen a “llevar”, y de paso se inspira en los estilos que ve allí para sus futuros diseños.



## EL DEBATE TAL Y COMO LO PLANTEA EL CRIC

### SOBRE COMPRAR ZAPATILLAS Y OTROS ARTÍCULOS FABRICADOS EN LOS PAÍSES DE MANO DE OBRA BARATA

Cuando se habla de la explotación laboral a que están sometidas las personas que fabrican nuestras zapatillas y otros productos, a menudo surge este interrogante: si no compramos estos productos porque no queremos ser cómplices de la explotación, entonces ¿aquella gente de qué vivirá?

Hace veinte años había una producción importante de calzado deportivo en España, especialmente en Alicante, y diez años más tarde casi no quedaba nada. La gente que antes hacía zapatillas ahí, ¿de qué vive? Formular esta pregunta no es tan habitual, porque tenemos bien presente que las circunstancias económicas cambian continuamente y que en todo momento nos adaptamos a los cambios como podemos. ¿Por qué en el caso de los países del Sur sí que nos lo planteamos?

Hay quien se lo plantea porque tiene la visión de que los países del Sur necesitan que intervengamos en su economía para que tengan un desarrollo similar al que hemos seguido en el Norte, puesto que ellos no lo han hecho por su cuenta, por lo menos a la vez que nosotros. Esta visión entiende, claro está, que es bueno que los países del Sur sigan nuestro modelo de desarrollo.

El cuestionamiento también puede surgir de la constatación que, a día de hoy, la economía del Sur es altamente dependiente de las inversiones extranjeras. Buena parte de la población trabaja en fabricar productos para la exportación, y por lo tanto la situación no es la misma que la de los trabajadores de Alicante que hacían zapatillas. Entonces, el debate se traslada hacia esta dependencia.

Si nos parece bien que haya esta relación entre inversores del Norte y países del Sur, no tendríamos por qué dejar de comprar estos productos; si las condiciones laborales no nos gustan podemos participar en las campañas sociales que luchan por que mejoren. Las grandes marcas (y las otras detrás suyo) podrían seguir moviendo la producción a países aún no "emancipados" (ver el recuadro *Tres generaciones de países baratos*, en la página 10), si bien tras las mejoras que se han conseguido hasta ahora se puede esperar que dejen de maltratar a los trabajadores antes de completar "la vuelta explotadora al mundo". También cabe la posibilidad de que los cambios en las circunstancias económicas (costes de vida, cambios de divisas, etc.) hagan que ya no salga a cuenta subcontratar la manufactura allá; en este caso los puestos de trabajo se perderían de todos modos.

También podemos pensar que una dependencia tan fuerte es muy arriesgada y peor que cualquier otra consideración, y que es mejor que se rompa cuanto antes, pese a que ello comporte un periodo de cambio traumático.

Otra respuesta nos la dan los mismos trabajadores: el recuadro *Iniciativas diferentes de las habituales* (p. 17) explica de qué viven algunos ex-trabajadores de una fábrica que cerró.

Al margen de la dependencia económica, podemos considerar el impacto medioambiental del comercio internacional. Esto nos hará decantar claramente por la producción local: la degradación que causan las infraestructuras y la contaminación es incalculable e innegable.

En el caso de plantearnos si compramos o no productos de las grandes multinacionales, un factor a tener en cuenta es que estas empresas son muy poderosas. Tal y como funciona el mundo hoy, intervienen en los gobiernos de todo el planeta para que las políticas que se aplican les sean favorables, y hacen campañas de lavado de imagen y de marketing para que muchos consumidores compren sus productos. Si esta acumulación de poder no nos parece correcta tenemos muchas maneras de trabajar para cambiarla; sin ir más lejos, las mejoras que se están consiguiendo en las condiciones laborales desde la lucha social demuestran que el poder de los ciudadanos no es nada despreciable. Ahora bien, si participamos en esta lucha, ¿tiene sentido que por otro lado favorezcamos con nuestras compras a aquellos que detentan el poder? Porque, en definitiva, lo que les otorga este poder son nuestras compras.




1982-2002  
**20**  
a n y s

*la botiga d'*  
**integral**



**Productos naturales  
y ecológicos**

**Euclides, 11 · Tel. 93 357 78 97 · 08031 Barcelona**



**SEBA**  
Asociación de  
Servicios Energéticos Básicos Autónomos

**Instalaciones Fotovoltaicas  
Autónomas Individuales y Colectivas  
Conectadas a la red eléctrica.  
Instalaciones Solares Térmicas.  
Hacemos el proyecto, tramitamos  
las ayudas y la legalización de las  
instalaciones.  
Instalamos, realizamos el  
mantenimiento y formamos  
a los usuarios.**

**Hipòlit, 48 - 08028 BARCELONA  
Tel. 93 446 10 39  
sebamoc@gruport.org**



## RESUMIENDO:

### CÓMO REDUCIR EL CONSUMO DE ZAPATILLAS

Uno de los principios básicos del consumo responsable es reducir el consumo; en la sección *Porqués* del próximo número explicaremos los motivos. En el caso de las zapatillas, algunas cosas que podemos hacer para reducir el consumo son:

- Si no las necesitamos específicamente para practicar deporte, podemos buscar alternativas entre el calzado de vestir, donde hay producción ecológica y local. Algunas zapatillas son más difíciles de reparar que los zapatos.
- Intentemos no maltratarlas y mantengámoslas en buen estado para que duren más. Dejemos que se sequen bien después de usarlas. Si no dejan transpirar se desaconseja llevarlas dos días seguidos.
- Si se nos descosen o desencolan, llevémoslas a un zapatero remendón para que las repare.

### PUNTOS CALIENTES

- Las fibras sintéticas derivan del petróleo. La más problemática desde el punto de vista medioambiental es el PVC.
- Las colas con disolventes sintéticos contienen compuestos orgánicos volátiles, perjudiciales para la salud; en las zapatillas pueden quedar residuos. Las colas en base al agua son inocuas.
- Se ha denunciado que utilizar piel de canguro puede causar la extinción de este animal.

- Las empresas suelen subcontratar toda o parte de la producción al Sudeste asiático, especialmente China. En España en los últimos diez años ha desaparecido prácticamente toda la industria, que había sido muy importante.
- Esto tiene como consecuencia un incremento en los requerimientos de transporte (y por lo tanto más infraestructuras y aumento de la contaminación).
- Las condiciones laborales en los países de mano de obra barata son malas, sobre todo en China y otros países de tercera generación (ver el recuadro *Tres generaciones de países baratos* en la p. 10).

- Las grandes empresas multinacionales han destinado el ahorro en mano de obra a beneficios y a invertir en publicidad y marketing. Hoy la imagen de las marcas es el factor más determinante para la mayoría de consumidores al comprar. Muchas empresas locales han seguido la misma dinámica con el objetivo de seguir "existiendo" al mercado.

- Tirar las zapatillas a las basuras es desaprovechar materiales utilizables.
- Si acaban en un vertedero acumularán desechos en un espacio natural. Las partes sintéticas no se biodegradarán.
- Si se incineran generarán humos y cenizas tóxicas.

### IDEAS PRÁCTICAS

- En la tabla de Puntos Calientes (p. 20) se indican las colas y los materiales que utilizan las diferentes marcas.
- Todos los zapatos tienen que llevar una etiqueta indicando los materiales de qué están hechas las diferentes partes. El cuero se puede distinguir porque tiene un olor característico, y cuando se dobla hace unas arrugas como las de nuestra piel. El PVC no se puede distinguir del resto de fibras sintéticas.
- La información que no podamos encontrar en las etiquetas ni en *Opciones*, pidámosla al fabricante (en la página 19 encontraréis los contactos); quizás no nos la podrán dar, pero sabrán que la queremos.

- La sección *Argumentos* de este número de *Opciones* ofrece elementos para ayudarnos a valorar el modelo empresarial de subcontratación.
- En la tabla de Puntos Calientes (p. 20) se indica dónde hacen la manufactura las distintas marcas.
- En la etiqueta de la zapatilla encontraremos el "Made in". En ocasiones se han fabricado a medias en varios países; la legislación establece que el país que tiene que constar en la etiqueta es aquel donde se haya producido *la última transformación o elaboración sustancial*.
- Podemos participar en iniciativas como la Campaña Ropa Limpia que luchan por mejorar las condiciones laborales en países de mano de obra barata.

- Al escoger unas zapatillas no nos dejemos convencer por el marketing. Tengamos en cuenta lo realmente importante: el calzado tiene que ser cómodo. Tiene que sujetar bien el pie por los lados, sin apretar ni rozar. Es importante que deje transpirar para evitar problemas de hongos y mal olor, por esto se desaconsejan las fibras sintéticas, especialmente en las partes interiores. Examinemos las juntas, sobre todo si son encolados, para asegurarnos de que sean duraderas.
- Si compramos marcas desconocidas no alimentamos la espiral de imagen y supermarcas.

- Cuando ya no se puedan usar más, llevémoslas a un contenedor de recogida de ropa y calzado usado para que se pueda intentar recuperar los materiales.



# Los fabricantes de zapatillas

**T**iempos atrás, los principales fabricantes de zapatillas estaban en Europa y la producción española era significativa, especialmente en la comarca del Baix Vinalopó (Alicante) que a principios de siglo ya destacaba por la fabricación de alpargatas. La producción industrial de zapatos empezó en los años 50, y se mantuvo en un nivel de importante, tanto de zapatos como de calzado deportivo, hasta finales de los 70.

Desde que las grandes marcas decidieron subcontratar toda la producción en países de mano de obra barata el panorama ha cambiado radicalmente, y hoy China es el país donde se fabrican más zapatillas del mundo. En España queda muy poca fabricación de zapatillas.

## Adidas

La empresa Adidas se fundó en Alemania en 1949. En los años 90 dejó de fabricar para convertirse en una empresa de marketing. En 1997 compró la empresa francesa Salomon. Actualmente tiene 114 filiales y alrededor del 15% de la cuota de mercado de todo el mundo.

En el 2002 tenía 9 plantas propias y 819 proveedores directos, un 35% menos que el 2000 (tiene la política de reducir el número para poder controlarlos mejor). El proveedor principal hace un 14% de la producción de Adidas. Los proveedores directos pueden subcontratar otras empresas por su cuenta.

Uno de los objetivos de Adidas es reducir el tiempo de producción de las zapatillas, tanto en la fase de diseño (dura un año) como en la de fabricación, que ahora dura dos meses (para el 80% de las zapatillas) y en el 2000 duraba cuatro. Esto puede implicar poner más presión sobre los trabajadores que hacen las zapatillas.

## MEDIO AMBIENTE

- Este junio la organización Viva! ha presentado un pleito a Adidas por

vender botas de fútbol de piel de canguero en California; el Código Penal de este estado prohíbe introducir productos derivados del canguero.

## ASPECTOS SOCIALES

- Adidas cree que es responsable de la manera como se fabrican sus zapatillas. Tiene un equipo de formación para subcontratadas que durante 2002 hizo 255 clases para explicarles cómo mejorar las condiciones laborales; la empresa explica que el mismo año rescindió los contratos con 14 fábricas porque las condiciones no eran suficientemente satisfactorias.
- La Campaña Ropa Limpia ha observado mejoras pero considera que todavía queda mucho camino por recorrer. Junto con la ong local Urban Community Mission publicó un informe a principios del 2000 que denunciaba ocho violaciones de la legislación laboral indonesia en una fábrica que hace ropa para Adidas. Dos meses después Adidas manifestó que corroboraba las denuncias y que tomaría medidas para corregirlo. En noviembre del 2000 el Parlamento Europeo convocó una reunión para tratar el caso, pero Adidas no compareció.

Las dos ongs hicieron un seguimiento de la situación en la fábrica y vieron que las condiciones mejoraban progresivamente. Según el último informe, de febrero del 2002, todavía se incumplían dos normativas (se excedía el máximo de horas laborales semanales permitidas y se pagaba menos de lo estipulado por la ley). La fábrica es propiedad de Tuntex, una multinacional manufacturera taiwanesa que también tiene fábricas en Swazilandia, en las cuales las condiciones laborales son mucho más precarias.

## J'Hayber

J'Hayber se fundó en 1973 en Elx. Es un grupo formado por cuatro empresas que se dedican a hacer calzado deportivo, de vestir y de seguridad, y ropa y complementos de deporte. Mantiene un 25% de la fabricación de zapatillas en Elx, por motivos sentimentales.

## Joma

La empresa Joma Sport se fundó en 1965 en Toledo. Actualmente es líder en España en botas de fútbol. Tiene fábrica propia en Portillo de Toledo y filiales comerciales en Alemania, Italia, Estados Unidos, México, Panamá y Hong Kong.

Joma no ha contestado el cuestionario que le hemos enviado.

## Kelme

La producción de la marca Kelme pertenece a Incadesa, un pequeño grupo empresarial de capital español fundado en 1977 que se dedica a hacer calzado, ropa y complementos deportivos. Tiene plantas de producción en Bielorrusia y Bashkortostán, de propiedad compartida con el gobierno de estos países, y filiales comerciales en cuatro países. Desde 1991 subcontrata parte de la manufactura al Sudeste asiático.

## Mates

La empresa Mates es un pequeño taller artesanal fundado por el padre de la actual propietaria (la única maestra zapatera mujer que hay en Cataluña). Desde joven quería hacer atletismo pero no tenía calzado; decidió hacerse él mismo las zapatillas (tenía los conocimientos necesarios porque trabajaba en una fábrica de zapatos) y así nació la empresa.

Para hacer las zapatillas se utilizan las mismas hormas y patrones que el fundador diseñó hace 40 años. A pesar de ello, algunos atletas profesionales prefieren este calzado al de otras marcas.

## INICIATIVAS DIFERENTES DE LAS HABITUALES

Durante el estudio para hacer este número de *Opciones* hemos hablado con varias empresas locales sobre la posibilidad de hacer la manufactura aquí con buenas condiciones laborales, ya sea a nivel individual o todo el sector conjuntamente, y publicitar esto como elemento con un valor social añadido que podría hacer decantar a los consumidores por sus marcas. La mayoría han dicho que sería "muy bonito" pero que es utópico, porque el consumidor lo primero (o único) que mira es el precio. Algunos han comparado la idea con la producción de alimentos ecológicos, que tiene un valor medioambiental añadido pero no llega ni al 1% del mercado. Ahora bien, la agricultura ecológica se incrementó en un 25% el año pasado, y los suscriptores de *Opciones* cada vez somos más.

En Tailandia, un grupo de trabajadores ha emprendido una iniciativa atrevida. El octubre pasado, los trabajadores de la fábrica Bed & Bath encontraron una mañana las puertas de la fábrica cerradas, sin previo aviso. No han vuelto a ver al propietario. Tras meses de lucha, y con el apoyo de la Thai Labor Campaign y organizaciones de todo el mundo, consiguieron que se les pagara una buena parte de la indemnización por despido.

Con esta indemnización y una subvención del Ministerio de Trabajo, una cincuentena de los trabajadores despedidos han puesto en marcha una cooperativa. Hemos decidido montar una cooperativa porque no queremos volver a trabajar en una fábrica; volveríamos a ser explotados, es siempre la misma historia, dicen. Por el momento subcontratan parte de la producción por no perder pedidos, pero esperan fabricar sólo ellos y hacer ropa con su marca, Made in Unity. Hay más información en [www.thailabour.org](http://www.thailabour.org).



### Munich

La familia Berneda fundó una fábrica de zapatos en 1939 en Sant Boi de Llobregat (Barcelona). Más adelante se especializó en calzado deportivo, y hoy hace botas de fútbol y para otros deportes, balones de fútbol y complementos deportivos.

Mantiene un 35% de la producción en la planta propia, que se trasladó a Vilanova d'Espoia, porque valora la empresa familiar.

### Nike

Nike fue una de las multinacionales pioneras en introducir el modelo de empresa de márketing. Entre 1987 y 1993 incrementó en un 830% la inversión en publicidad, cosa que le llevó al liderazgo mundial que hoy comparte con Adidas. Tiene unos 22.000 trabajadores, pero en el mundo hay cerca de un millón de personas que trabajan para Nike, en más de 700 fábricas subcontratadas en una cincuentena de países.

La fundaron en 1962 dos socios, uno de los cuales es el actual presidente;

unos años más tarde le pusieron el nombre de Niké, la diosa griega de la victoria. Tiene 15 centros comerciales, unas 70 tiendas Nike y dos tiendas Goddess ("diosa"), que venden sólo artículos para mujer. Actualmente está negociando la compra de la marca Converse. Su principal cliente es la cadena de tiendas de deporte Foot Locker.

Nike no ha contestado las preguntas que le hemos hecho.

### MEDIO AMBIENTE

- En las cámaras de aire que hay en algunas zapatillas, Nike pone hexafluoruro de azufre, un gas que contribuye al efecto invernadero. Tiene previsto dejar de usarlo en otoño del 2003.
- Recicla más de la mitad del caucho residual de las fábricas.
- En 1993 comenzó un programa de recuperación de materiales. Cada año recoge unos dos millones de pares de zapatillas usadas (de cualquier marca) y obtiene materiales para construir pistas de atletismo, campos de fútbol y baloncesto, etc.

### ASPECTOS SOCIALES

- La multinacional manufacturera surcoreana Mex Mode tiene una fábrica textil en el estado mexicano de Puebla. Desde que se creó a finales de 1999 la mayoría de su producción ha sido para Nike (también trabaja para Naf Naf y Pierre Cardin, entre otros). Inicialmente había un "sindicato de empresa" que defendía más a la dirección de la fábrica que a los trabajadores; firmó un convenio que en vez de estipular una tabla de salarios decía que pagaría el mínimo permitido en el estado de Puebla. Como resultado de algunos despidos imprevistos, en enero del 2001 los trabajadores empezaron movilizaciones que duraron nueve meses, durante los cuales varias ongs de todo el mundo (Workers Support Center, United Students Against Sweatshops, Campaign for Labor Rights y Maquila Solidarity Network entre otras) promovieron campañas de enviar cartas a Nike y a la fábrica. Como resultado de la presión, Nike escribió una carta



a la dirección de la fábrica pidiéndole que resolviera el conflicto, pero la empresa se resistió unos cuantos meses. En marzo los trabajadores montaron un sindicato, Sitemex, que no fue legalizado hasta septiembre (Nike había pedido al estado de Puebla que no demorara la legalización); fue el primer sindicato independiente en las maquilas mexicanas. El 88% de los trabajadores se afiliaron. En abril del 2002 Sitemex y la fábrica firmaron un nuevo convenio que establece mejoras substanciales. El mismo día Nike hizo un pedido a la fábrica.

- Ver el recuadro *Distintas maneras de entender la responsabilidad*, en la página 11.
- Nike dice en su informe anual a inversores que de todos los trabajadores propios que tiene en todo el mundo sólo están sindicados unos 300 en una filial norteamericana y unos 150 en una italiana. Según la ong norteamericana Global Exchange, subcontratadas de Nike en varios países han prohibido sindicatos independientes

sin que Nike haya hecho nada por evitarlo.

- Nike ha sido demandada en California por hacer un anuncio en el que afirma que las condiciones laborales en las fábricas que trabajan para ella son buenas y que la empresa es *un modelo de responsabilidad empresarial*. La primera decisión judicial dio la razón al demandante, y Nike apeló reclamando el derecho constitucional a la libertad de expresión. El caso todavía no está resuelto.

#### LOBBIES

- En la Unión Europea hay una cuota máxima a las importaciones de zapatillas desde China. Hay una serie de condiciones por las cuales algunos productos están excluidos de la cuota, y hasta hoy todo el calzado de Nike lo está (por lo general los que están sometidos a cuota son los más baratos). Actualmente la UE está revisando las definiciones técnicas de algunos productos que dejarían de estar excluidos; Nike dice que no teme que sus productos se tengan que ceñir a cuo-

tas en el futuro porque *participa activamente en las discusiones para revisar los criterios técnicos de definición de los productos*.










- Nike es una de las grandes empresas que participa en el Foro Económico Mundial (FEM) que se reúne cada año en Davos (Suiza). Varias organizaciones sociales han creado la iniciativa Public Eye on Davos, una reunión paralela al FEM, y este año invitaron a los presidentes de Nike y BP a reunirse con ellos para compartir los puntos de vista de la sociedad civil. Ninguno de los dos asistió.

#### Paredes

Paredes es una empresa española que se fundó en 1954; formalmente es un pequeño grupo de dos empresas. Hace calzado deportivo, de montaña, de caza y de seguridad. Según varios artículos publicados en la prensa económica, actualmente exporta a cinco países europeos y está en fase de ampliar las exportaciones.

Paredes no ha contestado el cuestionario que le hemos enviado.

#### PERFIL DE LOS FABRICANTES DE ZAPATILLAS

Marca	Empresa	Tipo	De donde es	Actividades	Propiedad	Trabajadores	Facturación 2002 (miles de euros)
	adidas - Salomon	Multinacional	Alemania	Diseña y vende calzado, ropa y accesorios deportivos	95.000 accionistas	14.700	6.523.000
	Grupo J'Hayber	Mediana	Elx (Alicante)	Diseña y fabrica zapatillas y calzado de vestir y de seguridad y ropa de deporte	Mayoría familia Bernabeu	100	24.000
	Joma Sport	Mediana	Portillo de Toledo (Toledo)	Diseña, fabrica y vende calzado, ropa y accesorios deportivos. Construye edificios y equipamientos urbanos e industriales	Familia López*	150*	25.200*
	Industrias del Calzado y Prendas Deportivas	Mediana	Elx (Alicante)	Diseña, fabrica y vende calzado, ropa y complementos deportivos	Familia Quiles	150	50.000
	Mates	Empresa unipersonal	Barcelona	Diseña, fabrica y vende zapatillas, calzado de vestir y zapatos a medida	Familia Mates	2	No lo revela
	Berneda	Pequeña	Vilanova d'Espoia - La Torre de Claramunt (Barcelona)	Diseña y fabrica botas de fútbol, zapatillas, balones de fútbol y complementos deportivos	Familia Berneda	55	6.000
	Nike	Multinacional	Estados Unidos	Diseña y vende zapatillas, ropa y accesorios deportivos, calzado de vestir y ropa joven	Philip Knight (el presidente) mayoría, resto 19.200 accionistas	22.700	8.838.000
	Deportivos P.U. Especiales i Bruli	Pequeña	Elx (Alicante)	Calzado deportivo, de montaña, de caza y de seguridad	Familia Paredes Coves*	22*	5.085*
	Reebok	Multinacional	Estados Unidos	Diseña y vende calzado, ropa y accesorios deportivos y moda joven	Paul Fireman (el presidente) 13'5%, Phyllis Fireman 10'7%, resto 6.100 accionistas	7.400	2.792.000

Fuente de los datos: las mismas empresas. *No contesta* indica que la empresa no quiere dialogar con nosotros. *No lo revela* significa que prefiere que no se publique el dato. \* Los datos indicados con un asterisco están sacados del Registro Mercantil y corresponden al año 2001.



## NUEVA COLUMNA: LOBBIES

En este número incorporamos esta columna, para dar una visión rápida de la intervención de las empresas en las instituciones que gobiernan el mundo

- Para información sobre el WBCSD (World Business Council on Sustainable Development), ver *Opciones* n. 2 p. 20.
- El Business for Social Responsibility es una agrupación empresarial que, según declara, ayuda a las empresas a mejorar su responsabilidad social. Entre sus miembros, sin embargo, hay empresas que hasta ahora han sido bastante irresponsables, como las principales petroleras y grandes multinacionales como Ford, General Motors, Nestlé o Procter&Gamble.
- Para información sobre el Global Compact, ver *Opciones* n. 4 p. 20.
- El Fórum Económico Mundial es una reunión anual en Davos (Suiza) en la que políticos y empresarios de peso conversan sobre el gobierno del mundo.

Beneficios 2001 (miles de euros)	Plantas de producción	Volumen de produc- ción (pares anuales)	Mercado	Puntos de venta	Otras marcas	Lobbies	Contacto
229.000	9 (5 en Europa, 2 en Asia y 2 en América)	100.000.000	Todo el mundo (49% Europa)	Grandes superficies y cadenas de artícu- los deportivos	Salomon, Mavic, Bonfire, Arc'Teryx, Cliché, TaylorMade, Maxfli	WBCSD, Business for Social Responsibility	corporate.press @adidas.de
No lo han calculado	2 en Elx	No lo revela	80% España, 20% exportación, sobre todo a Europa	Grandes superficies, tiendas de deporte y zapaterías	Berjhay, J'ber, Sporting, Makber, Traxway, Subway		96 545 79 12
662*	1	No contesta	No contesta	No contesta			925 776 006
800	1 en Elx, 1 en Bielorrusia y 1 en Bashkortostán	No lo revela	5% País Valenciano, 50% España, 45% unos 30 países	Tiendas de deporte y zapaterías			96 665 79 00
No lo revela	1 taller en Barcelona	No lo revela	España	Tiendas de deporte			93 421 89 20
600	1 en Vilanova d'Espoia	350.000	16% Cataluña, 60% España, 24% exportación (sobre todo a Europa)	Tiendas de deporte			93 801 11 54
592.126	Ninguna	No contesta	Todo el mundo (53% Estados Unidos)	Grandes superficies y cadenas de artícu- los deportivos	Bauer, ColeHaan, Hurley	Fórum Económico Mundial, Global Compact, WBCSD, Business for Social Responsibility	corp.comm@ nike.com
34*	No contesta	No contesta	No contesta	No contesta			96 663 00 52
112.926	Ninguna	No contesta	Todo el mundo (58% Estados Unidos)	Grandes superficies y cadenas de artícu- los deportivos	Rockport, Weebok, Greg Norman, Ralph Lauren Footwear, Rbk, Logo	WBCSD, Business for Social Responsibility	publicrela- tions@ reebok.com

## Reebok

Los orígenes de esta marca están en una empresa fundada en 1895 en el Reino Unido. En 1958 adoptó el nombre de Reebok, una gacela africana. En 1979 se convirtió en una empresa estadounidense y empezó la expansión internacional. Ocupa el tercer lugar en el ranking mundial del sector de indumentaria deportiva.

Reebok no ha contestado las preguntas que le hemos hecho.

### MEDIO AMBIENTE

- Dice que la política que tiene para decidir qué materiales y sustancias utilizará en las zapatillas es estar al tanto de las reivindicaciones de organizaciones ecologistas europeas. Afirma que sus zapatillas cumplen los requerimientos del Ecolabel, pero no tiene el sello. Dice que reduce el uso de sustancias nocivas, pero no tiene

un informe medioambiental que explique los detalles.

### ASPECTOS SOCIALES










- Reebok explica que de los 7.400 trabajadores que tiene en todo el mundo sólo pertenecen a un sindicato unos 200 en Francia.
- Reebok no tiene un informe sobre las condiciones laborales en las empresas que fabrican sus productos.
- En 1996 decidió concentrar toda la fabricación de balones de fútbol en una sola fábrica en Pakistán, para controlar el proceso de producción. Reebok asegura que no trabajan menores de edad.
- Dita Sari es una trabajadora de la fábrica indonesia Indoshoes, que trabaja para Reebok. En 1995 fue arrestada y torturada por la policía por liderar una huelga de 5.000 trabajadores. En 2001 Reebok le propuso que acep-

tara el Premio Reebok a los Derechos Humanos, y ella rehusó. Estos fueron sus motivos: *Somos muy conscientes de las condiciones de las personas que trabajan para Reebok [...] Los sindicatos hacemos una lucha muy fuerte por conseguir aquello a lo que todas estas personas tienen derecho [...] Las trabajadoras [de las cinco fábricas indonesias que trabajan para Reebok] ganan [1'3 euros] al día, y por esto tienen que vivir en tugurios, en condiciones pobres e insalubres, especialmente para sus hijos. Mientras tanto, Reebok hace millones de dólares de beneficios cada año, conseguidos directamente merced a estas trabajadoras.*

### LOBBIES

- Reebok presiona a la Unión Europea para que no restrinja los productos que están exentos de la cuota máxima de importación desde China. ■

## LOS FABRICANTES Y LOS PUNTOS CALIENTES

Marca	Dónde se hace la producción	Materiales que utiliza para el corte	Tipo de cola en los encolados a mano	Transparencia
	53% en China 22% en Indonesia 20% en Vietnam 4% en Europa 1% en América	Piel de vacuno y canguro, ropa, sintéticos (1% PVC)	Colas en base al agua para las botas de fútbol con suela de caucho y para las zapatillas de ropa. Desde el 2000 ha reducido en un 75% los disolventes orgánicos que se usan en las fábricas de Asia	Correcta
	75%-80% en China, Vietnam y Corea del Sur. 20%-25% en la planta propia Durante picos de producción subcontrata talleres de la zona	50% piel de vacuno 50% sintéticos (incluyendo PVC)	En la planta propia no utiliza cola porque monta las zapatillas por inyección directa al corte	Correcta
	Tiene fábrica propia, pero no nos ha dicho qué porcentaje de la producción se hace ahí	Piel de vacuno y canguro, ropa, sintéticos	No contesta	Deficiente
	50% en Taiwan, China y Vietnam 30% en plantas propias en el extranjero 20% en la planta propia	50% piel de vacuno 10% PVC 40% otros sintéticos, ropa	Con disolventes orgánicos y en base al agua	Correcta
	Taller propio en Barcelona. Ocasionalmente encarga aparado a trabajadores domésticos	100% piel de vacuno	En base al agua	Correcta
	60% en China 35% en la planta propia 5% subcontratado en España	50% PVC 30% piel de vacuno, porcino y canguro, 20% otros sintéticos	Con disolventes orgánicos	Correcta
	38% en China 30% en Indonesia 15% en Vietnam 14% en Tailandia Resto 25 otros países (incluyendo EE. UU.)	Piel de canguro y de otros animales, ropa, sintéticos. No utiliza PVC	Desde 1995 ha reducido en un 88% el uso de colas con disolventes orgánicos.	Deficiente
	No contesta	No contesta	No contesta	Deficiente
	53% en China 27% en Indonesia 13% en Vietnam Resto otros países (incluyendo Estados Unidos)	Piel de canguro y otros animales, ropa, sintéticos, 4% PVC (prevé eliminarlo el 2003)	No contesta	Deficiente

Fuente de los datos: las mismas empresas. *No contesta* indica que la empresa no dialoga con nosotros. *No lo revela* significa que prefiere que no se publique el dato.