

EL ORIGEN DE LA ROPA

## El desembarco del fast fashion: la última puntada

Uruguay no es ajeno a la cadena de producción poco transparente de indumentaria que invadido el mundo desde comienzos de siglo. Prendas bonitas, baratas, de reposición rápida y mala calidad tomaron el mercado local en los últimos años al tiempo que la industria agona. Unos pocos se resisten.

FOTO



Foto: Fernando Ponsetto.

Vota por esta noticia  
★★★★★ 3 votos  
Me gusta 100

TEMAS

ropa - vestimenta - que pasa - derechos laborales - fast fashion - industria textil

**MARIANA CASTIÑEIRAS** | 16 oct 2016

Propóngase un ejercicio. Elija una de las prendas de ropa que lleva puestas y piense cuánto le costó. Evalúe cuánto la usó y lo poco o mucho que le ha rendido. Recuerde cuánto tiempo hace que la compró y, si puede, mire la etiqueta, ese molesto pedazo de tela que muchos preferimos cortar. ¿Le dice dónde fue fabricada?

Es probable que no tenga más de cinco años en su ropero, que haya sido producida en un país asiático y que usted nunca se haya fijado en la cantidad de kilómetros que recorrió para llegar a cubrir su cuerpo. Y si no es así, pruebe con otra. Seguramente entre la ropa interior y las medias haya algo que confirme la tendencia.

El modelo de "usar y tirar", conocido como "fast fashion" o moda rápida, que se instaló en el mundo con empresas como H&M, Forever 21, Primark y Zara, respondió a los tiempos de 20 años que se origina mucho antes. La reposición debe ser rápida, las prendas modernas y los precios, excesivamente bajos. La calidad será limitada. La mano de obra, mal paga. Y el impacto ambiental, alto.

Lejos de la vidriera quedan todas estas personas que, invisibilizadas y empujadas, dan las puntadas que sostienen a un sistema que se riga por un consumo exacerbado. En Uruguay queda además una producción textil local en peligro de extinción, importaciones a países asiáticos que crecen desde hace más de una década y una pregunta que pocos se hacen: ¿quién hizo lo que lleva puesto y cómo?

**La amenaza del oriente.**  
Un enfermo terminal. Así es como describe Elbio Fuscaldo, secretario de la Cámara Industrial de la Vestimenta, a la industria local. Y si se miran las cifras de la última década, estas parecen darle la razón. Entre 2006 y lo que va de 2016, el volumen de la producción textil cayó 64% y el de la vestimenta 86%. El empleo en ambos sectores se redujo en paralelo.

Desde 2001 las importaciones de productos del sector textil de China —desde abrigos hasta camisetas, calzado o telas y tejidos— se multiplicaron por ocho. Las de Vietnam casi por 60, las de India por 10, de Indonesia por seis y Bangladesh por 14. El total entre estos cinco países asiáticos aumentó nueve veces y hoy se importa por un total de 316 millones de dólares, según datos de Uruguay XXI. La cifra equivale a lo que exporta Uruguay en software en un año, la inversión de la empresa Total en Uruguay para la búsqueda de petróleo o las pérdidas de Ancap en 2014.

El salto a nivel mundial se dio en 2005 con el levantamiento del sistema de cuotas textiles, lo que permitió a China llevar sus productos al resto del mundo con escasas restricciones. A Uruguay llegó un poco más tarde, entre 2007 y 2008.

Los fabricantes locales, ya debilitados tras el declive de la década de 1980, no pudieron competir con los volúmenes de producción de estos países ni con sus métodos. Mucho menos con los precios que resultan de ellos, por lo que la respuesta lógica terminó siendo la importación.

Andrew Rital es director de la empresa de vestimenta Spy y dice que aún no sabe cómo su negocio sigue funcionando. "Aunque parezca mentira, no traemos nada de China". Calcula que un 90% de lo que se vende en indumentaria en el mercado local es producido en el exterior.

Tal vez sea por eso que cada vez se le dificulta más la competencia. "¿Por qué es tan barato? ¿Hacen ocho horas con media de descanso? ¿Tienen 20 días de licencia? ¿Las trabajadoras tienen un día libre para hacerse el PAP?", cuestiona. Si la prenda cuesta \$ 250, resulta lógico pensar que en la cadena de manos que la diseñaron, fabricaron y trasladaron hay alguien que perdió.

Rital cree que la lenta agonía de la producción textil local también se vincula con una economía primaria y de servicios. "Se dice que crece el país pero crece por las zonas francas, servicios y pasteras", argumenta. "No quiero un Uruguay donde solo haya cajeros, reponedores, guardias y el que limpia el piso para vender productos importados".

Fuscaldo concuerda. Cree que es un error pretender que el país deba dedicarse a aquello que sabe hacer e importar lo que no. "El portafolio de producción de un país determina el portafolio social. Poco valor agregado en productos, equivale a una sociedad fragmentada", concluye.

Pero en definitiva, lo que termina marcando el camino son los precios. Entre dos camisas iguales con una diferencia de mil pesos entre cada una, lo más probable es que el cliente elija la más barata.

Esto quedó claro este año, cuando el propio Ministerio del Interior decidió comprar la indumentaria para unos 30.000 uniformes policiales a China, lo que le ahorró cuatro millones y medio de dólares. Las críticas no se hicieron esperar, pero la cartera argumentó que lo único que se hizo fue cortar con los intermediarios locales, que ya traían productos de China.

De todas formas, la pregunta quedó en el aire. ¿Por qué no encomendar la producción de estos uniformes a las pocas empresas que quedan en pie?

**El servicio de la moda.**  
Una vez que las fábricas locales empezaron a desaparecer, el mercado local se reconstruyó. Muchos de los empresarios que tenían el conocimiento del sector, la experiencia y los contactos aprovecharon el insumo para poner un negocio totalmente diferente: las trading. Se trata de empresas que oficinan como intermediarias entre los diseñadores de distintas marcas —locales o regionales— y los productores, en Asia.

Un artículo publicado por la periodista Mariángela Gaiamo en el blog de moda y diseño BioGouture las define como las "off-shore" del diseño. Marca su punto de "crecimiento explosivo" tras la crisis del 2002 y las coloca como mojin laboral inicial para la mayoría de los estudiantes que deciden comenzar una carrera en el mundo de la moda en Uruguay.

Ana Inés Piriz es diseñadora, además de docente de la carrera de Diseño de Indumentaria en la Universidad ORT. En sus más de 10 años de trabajo en el sector lo ha tocado internamente con China en muchas ocasiones tanto para marcas populares como para otras más exclusivas. Asegura que el "mito" vinculado a que aquello "made in China" es de mala calidad quedó en el pasado. Ahora, lo que importa es la impronta de la marca, lo que esté dispuesta a pagar y la calidad que pretenda vender.

"Las trading son de las empresas de moda más desarrolladas en Uruguay", indica. La marca puede comprar una prenda ya desarrollada, modificar una que se le ofrece o presentar sus propios diseños. La trading hace todo el trabajo engorroso y administrativo con el proveedor y se asegura que las prendas lleguen a tiempo para lanzar una nueva colección o reponer las estanterías. También hay empresas, como Parisien, que tienen sus propias trading.

Fuscaldo dice que las vidrieras de hoy reflejan las decisiones de hace un año. En Uruguay las colecciones empiezan a pensarse entre un año y seis meses antes del momento en que terminan en los comercios. Según Piriz, los tiempos de producción duran unos tres meses y a eso hay que agregar los 45 días de barco que tienen las prendas para llegar a destino. "Nosotros decimos que vienen nadando", bromea la diseñadora. Sin embargo, nunca antes hubo tanta oferta como la que hay ahora.

**Usar y tirar.**  
A fines de 2014 se instaló en Uruguay Forever 21, uno de los principales exponentes del fast fashion y se espera que para 2017 desembarque Renner, la cadena de indumentaria brasileña.

Hay quienes creen que con el surgimiento de los movimientos que van a contracorriente de este modelo de producción en Europa y Estados Unidos, conocidos como "slow fashion", las marcas se mueven a nuevos mercados en América Latina. Otros opinan que esto ocurre como parte del proceso de expansión, donde cada vez una cantidad minoritaria de conglomerados saturan mercados y crecen hacia otros nuevos.

"Fast fashion no es necesariamente una mala palabra", dice la coeditora de BioGouture Natalia Jinchuk. La "lógica" de la moda rápida no se puede englobar en una misma bolsa cuando existen marcas como Forever 21, que tienen más rápido recambio y menor calidad y otras como Zara, que tienen un "estándar de calidad un poco más alto", indica Jinchuk entendiendo que tras más de una década de intensificación de este sistema de producción el nivel de conciencia es mayor a otros años, al igual que las resistencias. De hecho, muchos países están revirtiendo el modelo al volver a producir de forma local.

El concepto de fondo no es otro que el de obsolescencia programada, dice. De las marcas locales, las más notorias son Indian, Daniel Cassin o Piece of Cake. El hecho de que funcionen bajo el modelo de moda rápida no quiere decir que sus productos estén hechos en malas condiciones laborales. Sin embargo, tampoco es posible confirmar lo contrario.

Es imposible saber hoy de dónde vienen las prendas que se venden en el mercado, especialmente en centros comerciales. Varias personas vinculadas al sector reptan lo mismo: a las marcas les interesa el precio, y poco más. En el documental The True Cost (disponible en Netflix) se aborda el tema desde una perspectiva global. Allí, la diseñadora de productos de la marca Joe Fresh, Kate Ball Young, fija su postura: "¿Si me molesta que la gente esté trabajando en una fábrica haciendo ropa para los estadounidenses y los europeos y que así es como pasen sus vidas? No. Están haciendo un trabajo, podrían estar haciendo cosas peores".

**La vida de las prendas.**  
"Se dice que con el fast fashion es cómo se democratizó la moda", sostiene Fernando Escuder, diseñador que junto con su pareja Ana Ivoni lleva adelante su marca de ropa desde hace casi 15 años. "Si eso es democracia... ", ironiza el diseñador.

En el atelier de Ana Ivoni no se va a encontrar el producto de última moda ni estanterías llenas de prendas iguales, sino todo lo contrario. Este proyecto de moda lenta surge como una alternativa al comprar y tirar. "No puede ser que una prenda sea más barata de lo que sale el material para hacerla", dice Escuder. "Son filosofías diferentes de trabajo y hay muchos como nosotros que proponen que la trazabilidad del producto sea importante".

La marca llevaba su producto a Estados Unidos gracias a un apoyo de Uruguay XXI, que les permitió fabricar la mitad de los costos. Sin embargo, a partir de este año ya no podrán contar con el dinero por recortes del instituto. "Las grandes empresas son beneficiadas con la exoneración de impuestos, y no hay niveles intermedios para el resto, los aportes y tributos deberían ser graduales según la escala", opina Escuder.

Desde los campos de algodón en India hasta los famosos "sweatshops" de países como Bangladesh, las prendas de ropa llegan a manos del consumidor tras un largo recorrido. La bufanda, camisa, vaquero o campera que usted eligió es parte de una cadena que comienza en rincones tan remotos del mundo que sería imposible trazar un recorrido.

No hay que vivir en Europa o Estados Unidos para pertenecer a ese sistema. Uruguay, con sus tres millones de habitantes y escasa demanda, también es un eslabón de esta cadena opaca. Pero esto no tiene por qué ser así. Sin otros controles que los de las mismas empresas, los responsables de pedir un proceso más transparente serán los consumidores. **Producción: Fabián Tiscornia**

**Transparencia a través de las redes sociales.**  
Era abril de 2013 y 2.500 personas resultaban heridas tras el colapso del edificio del Rana Plaza, una enorme fábrica de ropa de Bangladesh. Más de 1.100 murieron y muchas otras tuvieron que vivir con el trauma de lo ocurrido. Tras la tragedia, surgió Fashion Revolution, una iniciativa que convoca a los cibernautas a increpar directamente a las marcas para saber quién, dónde y cómo se fabricaron las prendas que venden. En su sitio web se pueden encontrar fotografías de decenas de personas mostrando las etiquetas de sus prendas. "¿Quién plantó el algodón? ¿Quién hiló las fibras, tiñó la tela y la cosió?", pregunta la organización. Según sus reportes, solo la mitad de las 87 empresas de vestimenta más grandes hacen público el origen de sus prendas y apenas un 16% publica una lista completa de las fábricas donde se hacen. Menos de un quinto revela de dónde se obtienen los cierres, botones, hilos y telas. La organización también reclama que las empresas hagan accesible la información sobre cuántos trabajadores están sindicalizados, cuántos tienen programas de información sobre derechos y bienestar, además de las maneras en que les permiten hacer llegar los reclamos sin temor a represalias. Por otro lado, piden que se instauren programas para reducir el impacto ambiental de la producción.

**LA INDUSTRIA BATO LA LUPA MUNDIAL. 2013: Bangladesh.**  
El derrumbe de una fábrica que producía para Benetton, Mango, Inditex y Primark en la ciudad de Dacca causó más de 1.100 muertes y 2.500 heridos, muchos de ellos resultaron amputados. Los empleados habían alietado por fallas en el edificio pero se les obligó a trabajar igual con consecuencias trágicas.

**2014: Camboya.**  
La policía camboyaná arremetió a tiros contra un grupo de trabajadores de la industria textil que protestaban por salarios dignos. Hubo al menos tres muertos y varios heridos. Amnistía Internacional publicó en 2015 un informe sobre las restricciones a los derechos de los trabajadores, entre ellos a asociarse sindicalmente.

**2016: África.**  
En marzo, Kenia, Uganda, Tanzania, Burundi y Ruanda propusieron prohibir las importaciones de ropa y calzado usados provenientes de los países más ricos. Se trata de un problema que data de 1980 y cuyas consecuencias impiden el crecimiento de las industrias locales ya que mucho de lo que se dona termina vendido.

**Manos del Uruguay: el proyecto que permite subsistir a la producción artesanal.**  
En pleno Centro de Montevideo está el corazón de Manos del Uruguay. Esta organización social sin fines de lucro con casi medio siglo de trayectoria permite que entre 200 y 300 artesanos del interior del país puedan trabajar desde sus localidades, con el edificio de la capital como centro de prueba y diseño de los productos. Las bufandas, ruanas, sacos y otras prendas de la organización llegaron a las estanterías de marcas internacionales como Burberry, así como a manos de miles de turistas que visitan sus locales en busca de productos originales de Uruguay.

Aunque el proyecto se autosustenta, la supervivencia no es fácil, explica su gerente general, Rodolfo Gioscia. "Nosotros lo que queremos es llevar el trabajo a donde está la artesana, a donde está la mujer, su familia y su contexto", sostiene. El producto viaja por diferentes puntos del interior, donde están ubicadas las 25 cooperativas que conforman a la organización, y eso hace que su costo se incremente.

El gerente de Manos prefiere no precisar la cantidad de dinero que ganan las artesanas. Para algunas, generalmente las tejedoras, el salario puede rozar el mínimo nacional y para otras, como aquellas que trabajan en el tejido de la materia prima, puede ser superior. Gioscia explica que el funcionamiento de la empresa también favorece el crecimiento personal de las artesanas dentro de la organización. La comisión directiva, por ejemplo, está formada por estas mujeres.

"Antes el producto barato era feo. Ahora lo barato tiene diseño atractivo, eso ha hecho que la gente se vuelque más a esas compras para las que no hay que pensar", dice la diseñadora de la empresa, Cecilia Lalanne. "Manos trabaja con fibras naturales, que van a durar, con un diseño y calidad que va a hacer que permanezcan en el tiempo", explica. En las etiquetas va impreso el nombre de quien trabajó con esa prenda. "Obrigamos salen más caros", aclara, pero añade que hay un valor agregado en calidad, supervivencia de los oficios y fomento de la producción nacional que va de acuerdo con lo que consume un sector de la población.

### COMENTARIOS

Comentarios (2)

#2 | **estupenda** | 16/Octubre/2016 | 19:23  
Una fabrica china trabaja media hora más por míes y queda tapado el mercado uruguayo. No hay gente y el mercado de consumo es practicamente inexistente. Quiero poner una fabrica de bolitas en China

#1 | **duoyfe** | 16/Octubre/2016 | 15:42  
Acá todo es demasiado caro... las telas están regatadas por lo tanto us an las telas importadas  
Un ruado de pantalón te cobran 200 pesos hay que pensar dos veces como se funda la gente es más  
Las calidades no son tan malas según donde se compran y el mismo pantalones que en Uruguay a 30 dólares en Uruguay lo cobran 80 dólares exactamente el doble.  
Es decir que igual que lo que perdí Ancap en solo el 2014 corresponde a toda la importación de un año ??  
Acá como trabajan saldamente pueden darse el lujo de cobrar los combustibles más caros e igual dar pérdidas ...

Para comentar las noticias debes iniciar sesión con el usuario y contraseña elegidos al momento de registrarte.  
Si no estás registrado todavía, puedes hacerlo ingresando a **Regístrate de Usarios**

**Iniciar Sesión** para comentar  
¿Olvidó su contraseña?

Si no recordas tu contraseña? puedes acceder al **Reseteo de Usarios** y solicitar que te la envíemos a tu email como recordatorio.

### OPINIONES

EDITORIAL DE HOY

#### El gasto en Juventud: otro déficit

Tenemos un problema serio con respecto a las generaciones jóvenes, sobre todo las de las clases populares, que no logran obtener empleos que les permitan cierto progreso social.

Hebert Gallo	Juan Orbe Steiner
El Frente Amplio según Autori	Más profundo
Marín Aguirre	Carlos Alberto Montaner
Una duda razonable	La corrupción y la historia

### ÚLTIMO MOMENTO

Últimas noticias

**Tini Stoessel, una estrella de la televisión en el mundo** La cantante argentina es una de las 20 más influyentes del mundo de la televisión. 12:59

**El descargo de Araceli González por los femicidios** La actriz se explayó en twitter sobre la situación que vive Argentina. 12:54

**Karina Marczewska sufrió un accidente en la rambra** La "Polaca Charrúa", quien acompañó a Omar Gutiérrez años atrás, sufrió un accidente este domingo en. 09:59

### GALLITO

Automotores | Inmuebles  
Trabajo | Clasificados

### EDICION IMPRESA



EL PAÍS  
17 de Octubre de 2016  
Descargar PDF

### NOTICIAS DE HOY

RECONOCIMIENTO <b>Tini Stoessel, una estrella de la televisión en el mundo</b>	REDES <b>El descargo de Araceli González por los femicidios</b>	TRÁNSITO <b>Karina Marczewska sufrió un accidente en la rambra</b>	VENEZUELA <b>‘Tintori denunció que Jarrara del PSUV ordenó torturas a Leopoldo López</b>
---	--	---	---

tvshow  
MIRÁ EL VIDEO  
**SECRETARIA HOT**  
Conocida vedette cambió de rol

Casa de Gobierno

ESCUCHA EL AUDIO  
**Mafia italiana ofreció a Maxi López vengarse de Mauro Icardi**

TRAS 29 AÑOS  
**Histórica aparición de la hija de Susana en su programa**

OVACION  
**DIARIO DEPORTIVO**

URUCUAYO ANTE SUD AMÉRICA

**Nacional volvió a ganar de la mano de Ligüera**

PERUAN  
El triunfo fue con la estrategia y el sello de Curuchet

SUD AMÉRICA  
"Por mí, que venga Guardiola" dijo Fuentes, que dejó a estar el DT