

INTRODUCCIÓN

Por ser un premio al que se puede optar personalmente, presento mi candidatura a los premios biodiversidad en la modalidad de liderazgo e innovación basado en mi carrera profesional, de cooperación y fundacional en el sector textil con dos proyectos que lidero y que se complementan el uno al otro: Intrépida Mu y Fundación Fabrics For Freedom.

Intrépida Mu (IM) es un proyecto empresarial nacido el año 2007 con el reto de fomentar a nuestro alrededor tendencias sociales de consumo sostenible, en concreto, en la moda.

Fundación Fabrics For Freedom (FFF) es un proyecto fundacional, el cual lidero, junto con otras personas, desde el año 2008 y que será constituido oficialmente, tras haber conseguido los fondos, durante el mes de agosto de 2009. Su labor ya ha empezado hace meses.

Intrépida MU puso los cimientos de un proyecto de moda ecológica que nació como la primera marca española que veía la luz bajo las condiciones internacionales del comercio justo y las fibras ecológicas certificadas, facilitando ese respeto y responsabilidad, tanto a la propia marca IM, como proporcionando diseño, servicios de consultoría y productos textiles sostenibles a cualquier iniciativa o marca que lo requiera (Intermón Oxfam, VIPs, Hotel OMM, La Mala Rodriguez, Tiendas Natura...). Si con Intrépida MU, siendo muy pequeños, pudimos conseguir desarrollar colecciones totalmente sostenibles, encontrar variedad de fibras ecológicas textiles por todo el mundo y posicionar una marca ética en el mercado de la moda, ¿porqué no poner ese conocimiento y búsqueda al servicio de la industria textil? ¿Qué podríamos conseguir con el respaldo de una fundación que diera credibilidad y confianza y que aglutinara esfuerzos, proyectos y posibilidades?

El segundo proyecto, **fundación Fabrics For Freedom**, refuerza esa misión, la completa y la abre al mercado textil global. A través de ella se canalizan y gestionan proyectos agrícolas de fibras textiles ecológicas, se recuperan fibras naturales indígenas en peligro de extinción y se les da salida comercial, con garantía ecológica y de comercio justo, en formatos y variedades con las que trabaja la industria textil mundial.

El sector de la moda ética goza de un ritmo de crecimiento anual del 30%, repartido dispersamente sin crear una confianza al consumidor. Lo ECO es una mega tendencia: a todo se le apellida eco, pero el consumidor necesita confiar en lo que es de verdad y no en lo que es una mera estrategia de marketing: bajo el paraguas de la Fundación FFF, representado por líderes internacionales del activismo ecológico como la Dra. Vandana Shiva (presidenta de honor de la fundación), se quiere conseguir, por una lado, que la garantía FFF promovida por la Fundación Fabrics For Freedom dé credibilidad a un concepto aglutinador de las diferentes variables y ofertas del textil ético. La fundación FFF provee a cualquier marca del sector textil de infinidad de variedades de hilados, tejidos, tintes y servicios de confección sostenibles, éticos y controlados, en un mundo, el de la moda, portador de las mayores explotaciones y violaciones de los derechos humanos en el mercado internacional. IM, entre otras marcas, compra todas sus fibras de la Fundación FFF, que trabaja con pequeños productores, crea alianzas a largo plazo y reduce los intermediarios, coopera con los países en desarrollo, respeta el medio ambiente y fomenta el desarrollo sostenible. Al mismo tiempo crea tendencia social, estética y de consumo ; moda y complementos que se abran un hueco en los armarios de personas que quieren un mundo mejor.

Nos estamos acercando a un mundo en que la gente quiere saber lo que compra, disfruta cuando lo compra y transmite el mensaje. El nuevo consumo exige un valor añadido, un compromiso social y con el medio ambiente que se ajuste a las ilusiones y pensamientos de los consumidores: las nuevas generaciones, además de consumir productos orgánicos, conducen coches híbridos y reciclan sus deshechos, quieren saber dónde se fabrican los productos y qué materias primas se utilizan: quieren conocer el origen de las prendas pero sin renunciar ni al diseño ni a la moda, que por otro lado es: **SER SOSTENIBLE.**



“No existe belleza en la prenda más bella si produce hambre y sufrimiento”. Ghandi

INTRODUCCIÓN: RAZONES PARA LA CREACIÓN DE LA FUNDACIÓN FFF.

Desde hace siglos, las fibras textiles han tenido gran influencia sobre la agricultura, la industria, la economía y la estabilidad social de mucha gente por todo el planeta. Las fibras textiles han determinado, en muchas ocasiones, la sostenibilidad de comunidades y países. En concreto, el algodón supone la mitad de las fibras textiles –naturales y sintéticas- que se producen globalmente; se produce en 60 países, en los cinco continentes. La supervivencia de millones de personas depende del cultivo y los procesos del algodón y, en menor medida, de múltiples variedades, algunas incluso en proceso de extinción, de fibras textiles naturales.

Desgraciadamente, la producción de las fibras textiles tiene una cara oscura; por un lado se multiplica la producción de fibras sintéticas, derivadas del petróleo, como sustitutas de nuestras preciadas fibras naturales, y por otro lado las fibras naturales sufren leyes de mercado insostenibles: desde prácticas de cultivo destructivas, hasta dependencia de los precios impuestos por el mercado mundial en lugar de precios acorde con las necesidades para la supervivencia del agricultor; desde la utilización de productos químicos tóxicos para el blanqueo, teñidos y acabados finales de hilos y tejidos, hasta la explotación sistemática de los trabajadores, predominantemente mujeres, en cualquiera de los procesos por los que pasa una fibra hasta convertirse en las prendas que llevamos puestas.

El cultivo actual de fibras textiles está provocando serios impactos medioambientales y de salud debido al uso masivo de pesticidas. Estos contaminantes pesticidas destrozan e inutilizan las tierras de cultivo y las aguas del subsuelo, y posteriormente envenenan a los granjeros cuando las consumen en sus aldeas. Solamente el algodón, consume el 10% de los pesticidas utilizados en todos los cultivos agrícolas mundiales, además del 25% de los insecticidas. Concretamente en India (productor del 15% de la producción mundial) el algodón consume el 60% los insecticidas utilizados en el mundo agrícola, mientras ocupa solamente el 5% de la superficie de cultivos. Con la cada vez mayor

resistencia al efecto de los insecticidas y el decrecimiento en las producciones de fibras naturales, las principales multinacionales agroindustriales aparecen con su gran engaño: el Bt. Cotton, un algodón genéticamente modificado “antiplagas”. Desde hace varios años se cultiva comercialmente Bt. Cotton en muchos países, con resultados desastrosos. Las semillas Bt. Cotton, además de ser más caras que las semillas normales, siguen sufriendo plagas todavía mayores, aun y habiendo sido modificadas, según las grandes multinacionales semilleras, con el “gen antiinsectos”. Estas nuevas plagas requieren costosos productos, curiosamente también de estas mismas multinacionales y otras compañías farmacéuticas asociadas, para su erradicación, no siendo esta siempre posible. Las calidades de las fibras son mucho menores de lo prometido por la industria; aun así, las semillas Bt. Cotton siguen siendo protegidas por muchos de los corruptos y sobornados gobiernos del tercer mundo, que penalizan e incluso encarcelan a granjeros que compren otras variedades naturales o seleccionadas en el “mercado negro”.

Los beneficios actuales en el cultivo de algodón y otras fibras naturales son mínimos, los granjeros piden créditos a los grandes vendedores internacionales para poder pagar los insecticidas que antes no necesitaban y, entre el corto beneficio y la devolución de estos créditos con intereses, no encuentran salida a su situación. A diferencia de los países ricos, no gozan de un proteccionismo estatal ni de subsidios en caso de plagas que destruyan la cosecha. En nuestro “libre mercado”, que protege nuestros cultivos defectuosos y saquea los del tercer mundo (se gastaron 4.5 billones de dólares anuales en subsidios para los países ricos productores de algodón, más de lo que facturaron todos los productores del centro y del oeste de África). Se siguen endeudando y muchas veces no encuentran la manera de poder devolver esas deudas, encontrando en el suicidio la única manera de salir de su miseria. Las multinacionales semilleras y algunos gobiernos siguen ocultando, falseando datos y haciendo falsa propaganda sobre los resultados reales de su monopolio de cultivos, pero no pueden esconder los más de mil suicidios anuales (solamente en la India) ni tampoco las cientos de muertes de ovejas y cabras por comer hierba infectada por los pesticidas e insecticidas utilizados en los cultivos de Bt. Cotton.

La biodiversidad de fibras naturales esta en serio peligro. Con el Bt. Cotton, que integra la tecnología llamada por ellos mismos “Terminator”, se pretende erradicar cualquier otra variedad de algodón autóctono. Esta tecnología provee a los machos de estas nuevas semillas de un alcance de fertilización desproporcionado, contamina a las otras variedades a una distancia y velocidad asombrosa y erradica cualquier posibilidad de cultivo orgánico con semillas autóctonas de cualquier variedad.

Las fibras cultivadas ecológicamente y comercializadas bajo las reglas del comercio justo son la alternativa a las diferentes opciones de semillas genéticamente modificadas que requieren sistemas intensivos de pesticidas e insecticidas. La agroindustria y sus defensores no se cansan de repetir lo inviable que son las producciones ecológicas. Pero son una realidad que a corto plazo mejoran tanto las producciones como las calidades y las vidas de las personas que trabajan en los campos de cultivo. Los cultivos ecológicos y el comercio internacional justo, prácticas aun minoritarias, son el irremediable futuro. No será fácil, las multinacionales occidentales refuerzan y perpetúan este sistema lleno de beneficios económicos para ellas mismas y, ante esta situación, la única posibilidad de cambio proviene de las decisiones individuales en nuestro consumo diario. FFF quiere facilitar estas decisiones diarias.

MISIÓN FFF:

Promover la producción y conservación de fibras naturales y ecológicas producidas y comercializadas siguiendo los criterios del comercio justo, garantizando el desarrollo sostenible de las personas y comunidades rurales que las producen, respetando el medio ambiente y sensibilizando a la población mundial de la importancia de un nuevo modelo de consumo.

OBJETIVOS FFFF:

- **Promover la producción y comercialización de fibras textiles naturales, ecológicas y sostenibles** mediante el apoyo o implementación de distintas fases del proceso productivo en

comunidades agrícolas de distintos lugares del mundo, según sean sus productos autóctonos y las capacidades técnicas locales.

- Llevar a cabo y apoyar **programas de acción social y de cooperación al desarrollo** dirigidos a promover las mejores condiciones de vida de comunidades de campesinos de distintas regiones del planeta, tomando especial interés en la mejora de las condiciones de vida de las mujeres.
- **Conseguir que la FFF sea garante de la adecuada producción** ecológica bajo las prácticas del comercio justo. Filtrar bajo la marca FFF la credibilidad de los diferentes sellos internacionales más reconocidos en el ámbito del comercio justo (FLO) y de los procesos y productos ecológicos (Control Union), ofreciendo a las marcas un único distintivo que garantice el cumplimiento de sellos internacionales de Comercio justo y producción ecológica.
- **Crear en el mercado la necesidad de consumo textil sostenible**, comunicar su importancia y cubrir la demanda.
- **Facilitar el acceso a productos textiles sostenibles** y dar apoyo a las marcas y/o empresas interesadas, proporcionando un gran abanico de fibras y formatos: hilados, tejidos y producciones sostenibles: artesanales e industriales.
- Favorecer e impulsar **talleres locales** en origen y en España con grupos de marginación o exclusión social o laboral que puedan dar servicios requeridos en los diferentes procesos de una producción textil.

ACTIVIDAD FFF

Apoyamos y creamos proyectos de cooperación relacionados con las fibras naturales ecológicas, del resultado de ello se producen variedad de fibras naturales ecológicas a las que les damos salida comercial, a través del sello FFF.

A día de hoy la fundación FFF colabora directamente con diferentes proyectos dedicados a la producción y transformación de fibras textiles, estos proyectos están repartidos geográficamente por diferentes lugares del planeta. Priorizando el apoyo a iniciativas ya existentes, FFF se responsabiliza

en dar conocimiento de su existencia, salida comercial a sus productos y fomentar el crecimiento de esos proyectos mediante volumen de ventas y apoyo técnico y económico.

La fundación FFF tiene previsto la creación de otros proyectos en países subdesarrollados que vayan ampliando el abanico actual de fibras textiles ecológicas y den, al mismo tiempo, nuevos modelos económicos sostenibles a muchas comunidades en países subdesarrollados.

Proyectos representativos actuales:

- **Proyectos ecológicos de algodón y alpaca en Perú:**

Algodón Nativo con pigmentación natural en varios tonos. **Algodones blancos** de la variedad Tangüis y Pima, poseen una fibra larga y suave con una excelente resistencia y una capacidad de absorción de tinte sumamente eficiente. Variedades ideales para la fabricación de hilos y tejidos de alta calidad. Este proyecto sustituye plantaciones de coca por plantaciones de algodón ecológico.

Alpaca ecológica, fibra invernal superfina de gran suavidad y múltiples posibilidades de hilado y tejido. De colores naturales o teñidos.

Tejidos con cobre, telas e hilados de algodón y alpaca con porcentajes de cobre. Tejidos patentados como **Copperfina**.

- **Proyecto de SEDA ecológica en Colombia**

La Corporación para el Desarrollo de la Sericultura del Cauca “CORSEDA”, es una organización conformada por cerca de 200 familias productoras de capullo y artesanas de la seda en el área de influencia de la zona centro (Norte del Departamento del Cauca, Colombia, Sur América), cuya actividad se fundamenta en la producción orgánica y ecológica de morera, cría de gusanos de seda, producción de capullo y procesamiento de hilos y tejidos artesanales. La multiplicidad de formas, texturas y demás, es el resultado de la diversidad étnica y cultural de las familias que conforman Corseda. Negros, blancos, mestizos, indígenas de las etnias Páez y Guambiana, trabajan conjuntamente por un solo propósito común: mejorar el nivel de vida de sus familias y ofrecerle al mundo un producto que por la suma de percepciones tan distintas sobre el entorno y la vida misma resulta inimitable. En este proyecto se ha logrado evitar el desplazamiento de las zonas rurales y las familias realizan su actividad en el propio entorno.

- **Proyectos de cultivo de algodón y seda ecológicas en India (Navdanya)**
“de semillas del suicidio a semillas de la esperanza”

La organización no gubernamental NAVDANYA, con sede y labor principal en la India, tiene como objetivos desde su creación en 1970, la conservación, promoción y protección de la biodiversidad y los modos de vida tradicionales del campesinado Indio; su lema es la “democracia de la tierra”. Navdanya basa su labor en la lucha contra los cultivos transgénicos, la defensa de la agricultura ecológica e independiente de las multinacionales por todo el planeta y el respeto a unas normas comerciales que se pueden resumir bajo el concepto “comercio justo”. Su presidenta y fundadora Vandana Shiva, es una activista mundialmente reconocida a favor de estas cuestiones. La Dra. Shiva, además de presidenta de honor de la Fundación FFF, desempeña una labor vital en el marco socio-político actual, dando voz a los campesinos humildes de todo el mundo en las más altas esferas de la política internacional.

FFF financia bancos de semillas que conservan la biodiversidad de la India y las variedades indígenas. Por el momento existen los bancos de semillas de Derhadun y Kalaspur village. Semillas de la esperanza, distribuidas entre el cada vez mayor número de agricultores que CREEN.

A medida que crece la estructura y la capacidad económica y de gestión de la fundación FFF, vamos apadrinando proyectos por todo el mundo que tengan relación con las fibras textiles ecológicas, proporcionándoles soporte económico, técnico y de gestión de sus productos. Además, creamos proyectos partiendo de cero en diferentes comunidades donde la implantación de modelos y fibras concretas pueden ser, a medio plazo, una vía muy útil para su subsistencia y enriquecimiento sostenible.

Un ejemplo claro de implantación desde cero es el proyecto algodonero que estamos desarrollando para **Ghana**: Aprovechando la experiencia personal de años en este país a través de la ONG “**Ghana una sonrisa**”, estamos arrancando este primer proyecto piloto partiendo de cero. Dará a las comunidades locales un sustento seguro, nuevos puestos de trabajo y conocimientos agrícolas especializados.

SERVICIOS COMERCIALES DE FFF

1. Desarrollo de hilados, tejidos, teñidos ecológicos y producto acabado para terceros

De fibras naturales tales como: algodón en punto, plano y knitted, sedas, tejidos de piña, cáñamo, lana de oveja, lana de llama ,lana de alpaca , tejido de flor de loto, yute, tejido de ortigas...

La fundación FFF tiene la misión de potenciar estructuras, para dar estos servicios, tales como:

- Tejidos manuales dentro del movimiento Khadi,
- Artesanía con cooperativas de mujeres que trabajan con microcréditos en todo el mundo.

2. Comercialización:

Ventas y servicios destinados a marcas de moda, grandes superficies, supermercados, hoteles, colegios, uniformes de empresas públicas y privadas. Mediante:

- Presentación en Ferias internacionales o nacionales
- Campaña de comunicación a los fabricantes en el área textil
- Presentación en visita a las mismas

3. Asesoramiento, divulgación y consultoría

La Fundación desarrolla una gestión de asesoría a todos los clientes que así lo necesiten y buscará otros para dar a conocer su filosofía y criterios de las producciones sostenibles. Estos son:

- Tejidos orgánicos disponibles, sus beneficios y sus propiedades.
- Carta de colores en cada uno de ellos.
- Comunicar el concepto de ecología al consumidor.

4. Merchandising:

El objetivo es crear y cubrir la demanda de las empresas que necesiten fabricar artículos promocionales o material corporativo en diferentes áreas: periódicos, empresas de alimentación, revistas de actualidad, eventos puntuales, empresas multinivel, televisiones, conciertos, hospitales, organismos públicos y privados...

Intrépida MU: Ejemplo de una marca sostenible

Llevamos puestas las historias de las personas que hace nuestra ropa.

Intrépida Mu es un modelo de negocio alternativo que busca contribuir al desarrollo social y a la conservación medioambiental a través de la producción y distribución de prendas de moda ética. Nuestra manera de trabajar, más allá de ser una herramienta de cooperación y sostenibilidad, pretende reflejar nuestra manera de vivir y de entender el mundo, y defender la biodiversidad y la supervivencia de estilos de vida tradicionales en zonas rurales del tercer mundo. Intrépida Mu propone un consumo consciente, ético y de calidad sin tener que renunciar a los cánones estéticos imperantes. Preparamos cada colección con los mejores algodones y fibras naturales y ofrecemos prendas cuidadas, bonitas, sencillas y elegantes.

Intrépida Mu nació como la primera marca española que apuesta al 100% por el algodón orgánico y el comercio justo. De la mano de sellos internacionales como *GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD* de Control Union y *FLO fair trade* certificamos tanto el cultivo del algodón como el proceso de elaboración de los tejidos. De la misma manera nos cercioramos que las cooperativas de campesinos a las que compramos fibras naturales cumplen en el intercambio comercial los parámetros del comercio justo. A través de la Fundación *Fabrics for Freedom*, ahora tenemos el filtro y el control adecuados para poder contar con gran variedad de materiales y fibras ecológicas en sus diferentes formatos: hilados, tejidos, tintes naturales y cooperativas locales, tanto para producciones artesanales como industriales en países del tercer mundo. Además, mediante el “símbolo de las tres efes”, certificaremos y daremos credibilidad a nuestras prendas y a todo su sistema de producción.

Creemos que la producción de algodón ecológico y otras fibras naturales locales contribuyen a un desarrollo sostenible que concilia la obtención de materias primas de gran calidad con la conservación de los recursos no renovables y la protección del entorno natural y de comunidades indígenas alrededor del mundo. Este modelo de agricultura respeta los propios mecanismos de la

naturaleza y evita tanto la utilización de productos químicos como la manipulación genética de semillas. De este modo pueden satisfacerse las necesidades de la población actual sin comprometer la capacidad de autoabastecimiento de las generaciones futuras: conservar la fertilidad del suelo, salvaguardar la salud de los trabajadores y mantener la calidad del aire, agua y tierra.

La Empresa

Mosquita Muerta S.L. nace en el año 2007 con el claro objetivo de definir el concepto y diseñar y comercializar su propia marca de moda ética, Intrépida Mu.

Es una iniciativa muy personal que se nutre de valores como la sostenibilidad, el respeto, la ecología o la solidaridad. Su **misión** es conciliar el competitivo mercado de la moda con los valores de la producción ecológica y del comercio justo. Es un proyecto que apuesta por la creatividad, el diseño y las tendencias estéticas del mercado preocupándose por la gente que interviene en la producción de la ropa y por el medioambiente. Además de ofrecer prendas de vestir, queremos que nuestra ropa sea una importante plataforma de información. Conceptos como “comercio justo” o “producción orgánica” son aun demasiado desconocidos, el textil es una buena plataforma para darlos a conocer. Queremos informar sobre estas realidades a través de nuestro producto. Demostrar que este tipo de iniciativas empresariales no están reñidas con la calidad ni con la estética de sus productos.

”Se parte del cambio que queremos ver en el mundo”. (Mahatma Ghandi)