

Moda: industria y derechos laborales

Guía para un consumo
crítico de ropa



Autor y coordinador

Albert Sales

Cuentos y colaboración

en la redacción

Meritxell Nebot

Ilustraciones

Sònia Pérez

Diseño y maquetación

Pau de Riba

Cosidos y bordados

Eva Caro

Silvia Fernández

Iris González

(Mola Coser)

Entrevistas

Gemma Tadeo

Apoyo en la investigación

de las empresas

Anna Gurney

Agradecimientos

A Marina Reig, Rosa Ortiz, Víctor

Maeso, Iratxe Arteagoitia y Elena

Rabanaque por sus comentarios y

sus aportaciones a los borradores.

A Tat Roset, Rosa Escalé y Cristina

González por compartir sus

experiencias.

Fotos de Bangla Desh

Taslima Akhter /

CleanClothesCampaign

Fotos de acciones de calle

Albert Sales /

Campanya Roba Neta

Publicado por SETEM en enero
de 2011 www.setem.org



Esta obra está bajo una licencia de
Atribución 3.0 de Creative Commons

La Campaña Ropa Limpia (CRL)
trabaja para mejorar las condiciones
laborales y para empoderar a las
trabajadoras de la industria global de
la confección. La CRL está presente
en 14 países europeos con una red
internacional de 250 organizaciones.

SETEM coordina la Campaña Ropa
Limpia en España desde 1997

Con el apoyo de:



5 Introducción

6 **1a parte. ¿De dónde viene la ropa que llevamos?**

6 **Moda, globalización y derechos laborales**

7 La confección en Tángar: ¿un motor de “desarrollo”?

10 Bangladesh: los peligros de una industria letal

12 China: el gigante asiático y los derechos laborales

16 **El día a día de las trabajadoras de la confección**

16 Salarios de miseria

17 Jornadas interminables

18 Represión sindical y dificultades para la negociación colectiva

19 **Las condiciones de trabajo en el otro extremo de la cadena**

21 **El laberinto de la responsabilidad**

25 Responsabilidad social y lavados de cara: el caso de Lidl

27 **¿Qué exigimos a las empresas transnacionales?**

35 **2a parte. Las empresas transnacionales de la ropa: compromisos y realidades**

36 **Las firmas de moda**

60 **La ropa deportiva**

66 **La ropa de las grandes superficies**

70 **3ª parte. Orientaciones para el consumo**

70 **Criterios para un consumo consciente de ropa**

70 ¿Tienes cinco minutos? Reflexiones antes de la compra

71 ¿Qué te mueve? Usar-y-tirar o cubrir necesidades

72 **Pensamiento global, acción local**

73 Ecotendencia: distribuidora de productos éticos y ecológicos

75 Marcelinus: Jerseys creados, tejidos y confeccionados en Olot

77 Aixovar: producción tradicional y ecológica de ropa de hogar

76 **El poder de las redes**

76 **Productos con muchas vidas**

80 **Muévete y exige**

81 ¿Qué puedes hacer?

85 **Bibliografía**

86 **Webs de interés**

Introducción

Desde la revolución industrial, los obreros y las obreras de la confección han luchado contra la explotación exigiendo unas condiciones laborales dignas. Sin embargo, las trabajadoras¹ de la industria de la ropa de todo el mundo siguen sufriendo a diario condiciones de trabajo intolerables. El 8 de marzo de 1857 un grupo de obreras textiles recorrieron los barrios más ricos de Nueva York para protestar por sus condiciones laborales. Entre mediados del siglo XIX y principios del siglo XX, las trabajadoras de los Estados Unidos y Europa reclamaban una jornada laboral de 10 horas, permisos de maternidad y lactancia, la prohibición del trabajo infantil, formación profesional y el derecho a formar parte de un sindicato.

La lucha de las obreras de la confección comportó mejoras en las condiciones de trabajo en las fábricas, sobre todo después de la Segunda Guerra Mundial. Hasta los años 70 la confección era un sector industrial muy importante en los países ricos pero a partir de los años 80 con el empuje de las políticas neoliberales y la fiebre del libre comercio se inició una deslocalización masiva de la producción de ropa. A pesar de las limitaciones a la importación que imponía el Acuerdo Multifibras, las principales firmas de moda y de ropa deportiva fueron pioneras en la subcontratación de su producción a países empobrecidos con el fin de abaratar los costes laborales. Dos hechos facilitaron este proceso: la maquinaria necesaria para poner en marcha una industria de corte y confección no requiere grandes inversiones, y el proceso de formación de las trabajadoras es más corto y sencillo que en otros procesos industriales.

Hoy, mientras las firmas internacionales de moda y las grandes cadenas de distribución seducen a su clientela con la actualización constante de sus diseños y los bajos precios de sus productos, obreras de China, Marruecos, Bangladesh, Honduras o Rumanía, viven rodeadas de prendas que confeccionan durante más de 12 horas diarias, a cambio de salarios que apenas cubren sus necesidades más básicas. ¿Y ahora qué me pongo? Es la pregunta que muchas y muchos nos hemos hecho al conocer las condiciones de vida y de trabajo de estas obreras y obreros que luchan y se organizan para exigir su dignidad.

Esta publicación quiere poner al alcance de todos y todas información, testimonios de esta realidad y una sistematización de las políticas comerciales y de responsabilidad social de las principales empresas distribuidoras de ropa. No se trata de una recopilación exhaustiva de todas las luchas de las personas trabajadoras de la industria de la confección, ni de un análisis de las políticas de todas y cada una de las empresas y de las firmas de moda. Es más bien una recopilación de datos y de reflexiones que resultan del trabajo de denuncia, sensibilización y cooperación, realizado por la Campaña Ropa Limpia en los últimos años.

La Campaña Ropa Limpia (CCC por sus siglas en inglés) es una red internacional de ONG, sindicatos y organizaciones de consumidores que, desde principios de los 90, denuncia las condiciones laborales que sufren las obreras y los obreros de la confección. Actualmente la Campaña está presente en 14 países europeos y trabaja con más de 250 organizaciones de los principales países productores de ropa para la industria global de la moda. En España, la Campaña Ropa Limpia está en marcha desde 1997 liderada por la Federación de ONG SETEM

1. Se estima que un 80% de las personas que trabajan en la industria de la confección son mujeres. Por esta razón, en el texto nos referiremos a menudo a las trabajadoras o a las obreras, entendiendo que ya se incluyen los obreros o trabajadores hombres (en el caso de que los haya).

1ª parte. ¿De dónde viene la ropa que llevamos?

Moda, globalización y derechos laborales

La deslocalización de la producción de ropa a países económicamente empobrecidos se aceleró en los años 90, momento en el que se consolidó un modelo de negocio caracterizado por la subcontratación de proveedores. Las grandes marcas, que en el pasado producían su propia ropa, pasan a ser empresas que diseñan, distribuyen y comercializan prendas fabricadas en todo el mundo, en talleres y fábricas que son propiedad de terceros. Para competir en este sistema, que externaliza los costes laborales en países con mano de obra barata, las pequeñas firmas de moda se asocian y buscan fórmulas para mantener la identidad mientras, paralelamente, adoptan el mismo modelo de negocio. El gran éxito de firmas internacionales como H&M o Zara (del grupo Inditex) no se entendería sin el abaratamiento del coste de sus productos a partir de la deslocalización de buena parte del proceso de manufactura.

La primera gran oleada de deslocalizaciones del sector de la confección tuvo lugar en los 70 y tuvo como países receptores Corea del Sur, Taiwán, Singapur, Hong Kong y Túnez. La entrada de ropa barata en los mercados occidentales motivó que en 1974 se firmara el Acuerdo Multifibras (AMF), que establecía un sistema de cuotas que limitaba el volumen de ropa asiática que podía entrar en los EEUU y en Europa para proteger las industrias de la confección occidentales. Lejos de suponer una limitación a la globalización de la moda, el AMF promovió que las firmas internacionales buscasen proveedores en países que ofrecieran mano de obra barata pero no estuvieran incluidos en el sistema de cuotas. En los años 80, con el AMF en vigor y algunas economías asiáticas convertidas en los “Tigres del Pacífico” (con salarios y niveles de preparación también más altos), los inversores inician la explotación de otros países para llevar a cabo la confección de ropa. En Asia, los nuevos centros de producción se sitúan en Sri Lanka, Filipinas, Bangladesh, Tailandia e Indonesia. En otros continentes, la ausencia de restricciones derivadas del AMF también impulsa el crecimiento del sector y, mientras América Central y México se convierten en áreas clave para proveer de ropa las tiendas estadounidenses, Turquía, Túnez y Marruecos, se convierten en los talleres de costura del mercado europeo. A finales de los 90, entran en escena otros países productores como Botswana, Kenia, Tanzania, Uganda, Camboya, Laos o Birmania.

Los países donde se ha instalado la industria de la confección en los últimos años se caracterizan por estar endeudados con la banca privada y con organismos como el Fondo Monetario Internacional

(FMI) o el Banco Mundial (BM). En la mayoría de los casos, sus gobiernos han recibido el asesoramiento de estas instituciones para aplicar planes de ajuste encaminados a orientar sus economías hacia la exportación, poniendo la competitividad internacional por delante de la situación de las personas trabajadoras. Entre las medidas que figuran en los planes de ajuste destacan la flexibilización de los mercados laborales (reducción de los costes de despido o exenciones en el pago de la seguridad social de los trabajadores y las trabajadoras) y la desaparición de las trabas al comercio internacional y a la movilidad de capitales.

Pero si bien es cierto que la llegada de las fábricas y talleres de confección genera puestos de trabajo, la calidad, la estabilidad y la sostenibilidad de estos nuevos empleos son extremadamente dudosas. En la primera revolución industrial, un sector textil potente podía significar un primer paso hacia una industrialización pesada, de más valor añadido y con mejores condiciones laborales.

Hoy sin embargo, la situación de los países empobrecidos y de los trabajadores y trabajadoras que viven allí no tiene nada que ver con la de las potencias coloniales pioneras en el proceso de industrialización. No controlan todo el proceso de producción y sólo realizan la parte con menor valor añadido en los mercados globales, se mueven en un sistema de acuerdos internacionales en los que son la parte más débil, y sus sindicatos y movimiento obrero deben enfrentarse constantemente a la amenaza de la deslocalización.

La confección en Tánger: ¿un motor de “desarrollo”?

Desde finales de los 80, Marruecos se ha convertido en uno de los principales talleres de costura y confección de España y de gran parte de Europa. Allí se fabrica ropa para todo tipo de empresas, incluidas las grandes firmas con presencia internacional. La primera deslocalización del textil español tuvo como destino prioritario este país por su proximidad a la Península y por las restricciones a la importación de prendas de Asia que imponía el Acuerdo Multifibras (AMF). El crecimiento del empleo industrial en Tánger convirtió esta ciudad en un polo de atracción para las migraciones internas. Trabajadoras y trabajadores de todo el país acudieron y acuden en busca de un trabajo en las cadenas de confección.

En el sector de la confección se han generado muchos miles de puestos de trabajo pero las condiciones de vida de las personas que los ocupan son especialmente duras. Entre 2002 y 2004 la Campaña Ropa Limpia realizó dos investigaciones en colaboración con



organizaciones marroquíes que evidenciaban los abusos y las violaciones de los derechos laborales fundamentales que se producían en las fábricas textiles de Tánger. Jornadas laborales de hasta 14 horas, salarios por debajo del mínimo legal y del mínimo de supervivencia, un altísimo porcentaje de trabajadoras sin contrato ni protección social, o condiciones de trabajo insalubres, son algunas de las deficiencias que se denunciaron en diversas publicaciones e incluso en un documental que con el nombre de “Trapos sucios”, fue emitido en el programa “Línea 900” de Televisión Española.

Las grandes firmas de la moda española han publicitado sus medidas de Responsabilidad Social Empresarial con la intención de convencer a la opinión pública de que los problemas laborales de los países donde se producen sus prendas no afectan a sus proveedores. De una forma u otra, las marcas de ropa más importantes se han dotado de códigos de conducta y sistemas de auditoría social que pretenden ser garantía de su cumplimiento. Sin embargo, existe una gran diversidad en las

metodologías y, sin desmerecer los esfuerzos de las empresas más comprometidas, el grueso de la industria española de la confección no tiene control (voluntaria o involuntariamente) sobre las condiciones que imponen sus proveedores a las trabajadoras y los trabajadores. La mayoría de las auditorías sociales que se realizan de forma apresurada, superficial y con previo aviso a los propietarios de las fábricas, se han mostrado claramente ineficaces para detectar las dobles contabilidades y los fraudes, así como para arrojar algo de luz sobre las largas cadenas de subcontratación.

Las prácticas comerciales de las marcas españolas y europeas no son muy coherentes con los códigos de conducta laborales ni con la supuesta ética empresarial que guía la deslocalización de la producción. Las estrategias “just on time” han permitido que grupos como Inditex puedan congratularse de que el tiempo que ha transcurrido entre la orden de producción de una pieza de ropa y su compra por parte de la persona consumidora sea de apenas 18 días. Para obtener estos resultados se suma a un aparato logístico impresionante, una fuerte presión sobre los proveedores para reducir los plazos de entrega y sus costes de producción. La gran velocidad de los ciclos de producción reduce los costes de almacenamiento y desplaza los riesgos asociados a las variaciones del mercado de la firma transnacional a sus empresas proveedoras. Así, si una colección no obtiene los resultados esperados se puede recortar la producción sin ningún coste para la primera pero obli-



gando a la segunda a mantener una gran flexibilidad en sus cadenas de confección. Esta flexibilidad acaba repercutiendo en la forma de trabajar de las fábricas y de los talleres de confección. Las plantillas fijas se convierten en una carga y se multiplica la temporalidad, se obliga a las obreras a realizar horas extra sin previo aviso cuando urge terminar un encargo, y la subcontratación de pequeños talleres está a la orden del día. Es habitual que los mismos propietarios de las fábricas de primera línea con trato directo con las marcas españolas e internacionales, encarguen parte de la producción a otros talleres también de su propiedad que presentan unas condiciones mucho más duras para las personas trabajadoras.

Debido a esto y a pesar de las medidas de Responsabilidad Social Empresarial, la situación de las trabajadoras en Tánger no ha mejorado mucho en los últimos siete años. Detrás de contadas fábricas ejemplares que superan sin problemas las auditorías sociales, encontramos factorías que siguen siendo totalmente opacas y a las que sus clientes españoles nunca han exigido el cumplimiento de estándares laborales, así como una red de pequeños talleres con instalaciones inseguras e insalubres donde se trabaja en unas condiciones que distan considerablemente de los estándares mínimos laborales reconocidos internacionalmente. En una fábrica de primera línea que esté produciendo directamente para empresas españolas que exigen auditorías previo encargo de producción, la jornada laboral media es de 9 horas diarias de lunes a viernes y 5 horas los sábados, con un salario en torno a los 250 euros al mes. En un centro de producción que no reciba ninguna presión por parte de sus clientes para superar este tipo de auditorías, las horas extras son obligatorias y prolongan la jornada hasta las 11 o 12 horas diarias, seis días a la semana. Estas horas no se suelen remunerar y los salarios no superan los 200 euros mensuales. Gran parte de la plantilla trabaja sin contrato y sin ningún tipo de protección social. En los talleres subcontratados los salarios pueden situarse por debajo de los 100 euros mensuales y los contratos son inexistentes.

Las autoridades se esfuerzan por mantener un discurso oficial que por muy repetido no es más verídico: hay que generar las mejores condiciones para la inversión extranjera, ya que es la solución a los problemas sociales y el único camino para generar empleo. En esta carrera hacia la precariedad que impone la división del trabajo globalizado, generar condiciones para la inversión significa transferir los riesgos del negocio en la parte más débil de la cadena: las trabajadoras y los trabajadores menos cualificados. Gracias a la internacionalización y a esta transferencia de riesgos, las empresas españolas han registrado en los últimos años cifras de negocio astronómicas. Inditex ha sido un claro ejemplo convirtiéndose en el grupo empresarial más grande del mundo en el sector de la moda.

La confección en Tánger se enfrenta a un futuro lleno de incertidumbres. Por un lado, en los últimos tres años ha registrado un descenso de la producción causado por el final del Acuerdo Multifibras y la consecuente deslocalización a China. Por otro, la contracción del consumo en Europa, derivada de la crisis internacional, se está haciendo notar en las ventas de ropa y en los niveles de producción para las grandes firmas internacionales. Serán las obreras y los obreros quienes paguen un precio más alto por las consecuencias del declive del textil. Sin contrato, sin cotización a la seguridad social y sin una alternativa clara de empleo, las trabajadoras ya están sintiendo la presión de los empresarios para producir más cantidad a menos precio para competir con China. La respuesta que dan los patrones a las asociaciones de trabajadoras y a los sindicatos cuando exigen unas condiciones laborales dignas es muy clara: si hay protestas la producción se trasladará a Asia. Todos los indicios nos llevan a pensar que con protestas o sin ellas las empresas de la moda seguirán buscando mano de obra barata y que, con el mercado de la ropa liberalizado por completo, no tardarán en abandonar Tánger para seguir su camino como una plaga de langostas. La respuesta que reciben las trabajadoras chinas, bengalíes o pakistaníes cuando exigen un mínimo respeto a sus derechos laborales es la misma: si hay protestas la producción se llevará a otro centro de producción o a otro país donde se trabaje más por menos.

Bangladesh: los peligros de una industria letal

La confección bengalí comenzó a crecer espectacularmente en los años 90. El país presentaba una ventaja importante sobre sus competidores directos: no estaba afectado por las restricciones derivadas del AMF. Pero, a pesar de que las restricciones desaparecen en 2005, Bangladesh sigue manteniendo un creciente nivel de producción que no se justifica, ni mucho menos, por las innovaciones tecnológicas o las buenas infraestructuras. Más bien al contrario, si de algo se quejan las empresas inversoras extranjeras es de la precariedad en las comunicaciones y los transportes. ¿Cuál es entonces el atractivo de este país asiático?

Bangladesh presenta los salarios y los costes laborales industriales más bajos del planeta. En 2006, después de manifestaciones multitudinarias y fuertes enfrentamientos entre obreras y dispositivos policiales, el gobierno incrementó el salario mínimo mensual en el sector de la confección hasta llegar a los 1.662,50 Taka (aproximadamente 20 euros). Cuando las trabajadoras salieron a la calle para protestar por lo que consideraban un incremento insuficiente, la represión fue mucho más intensa y se encarcelaron varios líderes de las organizaciones de personas trabajadoras.

Pero los costes que las inversoras ahorran en Bangladesh no son sólo los salariales. La extrema precariedad de las fábricas y talleres bengalíes ha convertido la industria de este país en una fuente inago-

table de catástrofes laborales. En 2006, un incendio en la fábrica Chittagong mató 50 trabajadoras y trabajadores e hirió a 100 más. El mismo año, el derrumbe del Phoenix Building, acabó con la muerte de 19 personas y con 50 más heridas a las que habría que añadir las trabajadoras de la factoría del Imam Group, que oyeron la explosión y sufrieron las consecuencias de una fuga desordenada de unas instalaciones no preparadas para este tipo de emergencias. Estos son los últimos capítulos de una larga serie que se inicia en los años 80: 12 personas muertas en Agosto de 2000 en el incendio de Globe Knitting, 48 personas muertas en noviembre de 2000 en el incendio de Sagar Chowdhury Garment Factory (entre ellas 10 niñas y niños), 24 personas muertas y más de 100 heridas en agosto de 2001 en Macro Sweater, 9 personas muertas y más de 50 heridas en Mayo de 2004 en Misc Complex...

La causa directa de estos desastres es la dejadez en las medidas de seguridad en las fábricas y en los alojamientos de las trabajadoras. Las habitaciones donde se amontonan las obreras suelen pertenecer a las empresas y se encuentran pared con pared con los centros de trabajo. No cumplen las mínimas medidas de seguridad ni de salubridad, pero las trabajadoras provienen de las zonas rurales y, sin el apoyo de sus familias, no cobran suficiente para pagar otro tipo de vivienda.

Uno de los casos de hundimiento de fábrica en el que la Campaña Ropa Limpia ha tenido una implicación más importante es el de la fábrica Spectrum, en las afueras de Dhaka. En el año 2002, el propietario de la fábrica decidió añadir un piso al edificio de 4 plantas. Unos días antes del derrumbe, las trabajadoras advirtieron algunas grietas en las paredes del quinto piso y el 11 de abril de 2005 a la una de la madrugada, todo el edificio se derrumbó. El accidente causó la muerte de 64 personas y heridas a otras 70, aunque la inmensa mayoría de ellas terminaban su jornada “oficial” a las seis de la tarde.

La CRL y las organizaciones locales pudieron averiguar que Spectrum trabajaba para la empresa española Inditex (Zara), las alemanas KardstadtQuelle, Steilmann, New Yorker, Kirsten Mode y Bluhmod, las suecas New Wave Group, la holandesa Scapino, la belga Cotton Group, y las francesas Solo Invest y Carrefour. Tras los hechos, las organizaciones de trabajadoras pedían a estas grandes empresas que se implicaran en la creación de un fondo de compensación para las víctimas y sus familias.

Inditex respondió con la contribución de 35.000 euros a una cuenta para paliar las consecuencias directas del derrumbe.



Carrefour por su parte aportó 15.000 euros, la mayor parte en forma de equipamientos para el autoempleo (máquinas de coser y rickshaws). Pero, las familias tardaron ocho meses en recibir las primeras compensaciones para afrontar los gastos médicos. Los hogares de las personas muertas recibieron 1.000 euros de la Asociación de Productores y Exportadores de Ropa de Bangladesh y, algunas de las familias de las heridas ingresaron 266 euros por decisión de los tribunales laborales.

La CRL y la ITGLWF siguieron presionando a las empresas internacionales para que se creara un fondo capaz de pagar una pensión mensual a los hogares afectados, en base a los salarios que habían dejado de ingresar. Hacia abril de 2007 se empezaron a pagar estas pensiones con la contribución de Inditex y KarstadtQuelle.

El resto de empresas implicadas se han negado repetidamente a asumir ningún tipo de responsabilidad más relacionada con este caso aunque la CRL sigue presionando y monitorizando el proceso.



China: el gigante asiático y los derechos laborales

Tras la Revolución Maoísta, la política de “puertas abiertas” diseñada por Deng Xiaoping en 1979 acabó con el aislamiento de China atrayendo inversión extranjera, tecnologías y mano de obra cualificada y cuadros directivos del exterior. Las primeras zonas de industrialización fueron la provincia de Guandong (cerca a Hong Kong) y la provincia de Fuijian. Se implementaron exenciones fiscales, exenciones en las tasas de cambio de divisas, concesiones gratuitas para el uso de suelo industrial y desregulación casi total del mercado laboral.

El sector chino de la confección creció rápidamente gracias a las inversiones taiwanesas, coreanas y de Hong Kong. Las empresas inversoras de los países vecinos vieron una gran oportunidad ejerciendo de intermediarias entre el enorme y barato mercado laboral chino y las firmas internacionales occidentales. En el año 2002, en vigencia de las restricciones del Acuerdo Multifibras (AMF), China produjo más de 20.000 millones de prendas. En 2005, en el primer mes después del final del AMF las exportaciones a EEUU aumentaron un 75% y las dirigidas a Europa un 46%. Mientras en las ciudades, el número de millonarios crece rápidamente y se abren establecimientos de marcas de lujo y concesionarios de automóviles, 200 de los 700 millones de personas que pueblan la china rural viven con menos de un dólar diario. Cuando las hijas de las familias empobrecidas del campo

emigran a las ciudades a buscar trabajo se encuentran con jornadas de 16 horas diarias, salarios de miseria y condiciones de salubridad mínimas. Según cifras oficiales, en el año 2005 se produjeron unas 127.000 muertes laborales en las diferentes industrias del país.

El salario mínimo en China lo marcan las autoridades locales y regionales. Mientras la media salarial en las áreas urbanas más ricas es de unos 170 euros mensuales, el salario medio de una obrera de la confección en la provincia de Guandong es de unos 60 euros mensuales. No sorprenden pues situaciones como la muerte de 3 personas y la hospitalización de 31 más en una aglomeración de gente que entró descontrolada en un establecimiento de Carrefour que había anunciado grandes ofertas en aceite de cocina.

Se estima que en China hay unos 200 millones de migrantes internos, la mayor parte procedentes de áreas rurales o de las empresas públicas cerradas a raíz de la entrada de la economía de mercado. Las personas emigrantes tienen como destino las provincias costeras del sur. La zona del delta del río Guandong ha sido llamada “la fábrica del mundo” y tiene el penoso privilegio de ser la zona más contaminada del planeta.

Yuk Yuk Choi, socióloga, investigadora y miembro de la ONG Worker Empowerment (WE) de Hong Kong describe así el trabajo que realizan con las personas trabajadoras del resto de China:

Nuestro trabajo es necesario porque el único sindicato que está permitido por el gobierno no representa a las personas trabajadoras. Nuestro trabajo es muy difícil. WE es una organización muy pequeña, somos 10 personas.

La mayoría de las trabajadoras que llegan a la zona de Guandong llegan y empiezan a trabajar a los 14 años sin haber acabado la escolarización. Después de unos años sufriendo las condiciones de trabajo en las fábricas, toman conciencia de las injusticias de las que son víctima. En nuestro centro en China continental formamos trabajadoras y trabajadores en materia de legislación laboral y los ayudamos a negociar las indemnizaciones en casos de accidente laboral.

El trabajo a largo plazo consiste en crear capacidad de organización, confianza y redes de relación entre personas trabajadoras. Las empresas chinas y el gobierno no nos quitan los ojos de encima pero seguimos trabajando a pesar de las restricciones. Comparada con la de otros países, la legislación laboral china no es mala y, aunque no se aplica, al menos la podemos utilizar para argumentar nuestras reclamaciones².

2. Fragmento extraído de Sluiter, Liesbeth (2010); *Clean Clothes. A Global Movement to End Sweatshop*. Pluto Press, Londres.

En Noviembre de 2007 una organización asociada a WE fue atacada y uno de sus colaboradores fue apaleado por dos hombres sin identificar. En Julio de 2008, las oficinas fueron reabiertas pero el agredido no ha recuperado el 100% de su movilidad.

Para seguir la actualidad los derechos laborales en China podéis visitar <http://www.clb.org.hk/en/> También recomendamos la película China Blue

Ching Lan

Hace tiempo que el campo no da lo suficiente para vivir. Muchas familias se han ido marchando. Los viejos van muriendo y los jóvenes no quieren seguir ocupándose de las tierras. Demasiado esfuerzo para poco beneficio. Si lo que cultivamos fuera para vivir todo sería diferente, pero ahora casi todos cultivamos para alguien, sólo para vender. Nuestro campo de arroz se ha quedado pequeño. Las hijas del vecino se fueron hará un año. Les debe ir bien. Parece que la ciudad tiene las oportunidades que aquí nos faltan.

Es mi momento. Mi madre llora, pero sé que en el fondo está contenta por mí. Encontraré un trabajo y tendré una oportunidad. Estoy segura. Podré ayudar a mi familia y quizás crear la mía propia. Llevo una bolsa pequeña con el cepillo, ropa limpia y una esterilla para dormir. El abuelo me ha puesto el billete de tren. Dice que ha conseguido un buen sitio, en asiento duro. No nos podemos permitir mucho más. Madre me ha puesto arroz. No es del nuestro. Viene del otro extremo del país. Hoy yo también haré un largo viaje, como el arroz.

Hace un mes que estoy en la fábrica y no he parado de trabajar. Vivo en una habitación encima del taller con 9 chicas más. En la litera de al lado duerme Xiaomei, la hija de los vecinos. Es increíble que hayamos coincidido aquí, ¡esta ciudad es enorme! No habla mucho. Ninguna de nosotras lo hace. Cuando llegamos a la habitación estamos tan cansadas que sólo tenemos ganas de dormir. Hoy por fin he podido salir a la calle. Hace días que necesito un ungüento para las llagas que me han salido en los dedos de coser durante 16 horas cada día.

La gente pasea, cenan en los puestos de comida de la calle. Me encantaría probar algo, dicen que la comida de esta zona es muy picante, pero no puedo gastarme el dinero para el ungüento. No me lo perdonaría ... Debo comprarlo y volver a la fábrica.

Ceno sentada en mi cama. Arroz. Este sí que viene de la zona de donde es mi familia. Les echo mucho de menos. Empiezo a entender por qué las chicas del vecino no volvieron. ¡Pero ellas eran mayores! Yo tengo 13 años, todavía hay tiempo...



El día a día de las trabajadoras de la confección

Las condiciones de trabajo que denunciaba la Campaña Ropa Limpia en los años 90 están desgraciadamente vigentes todavía. Más de 25 años de compromisos públicos por parte de las firmas internacionales no han servido para erradicar la explotación laboral en las largas cadenas de suministro de firmas de moda y de ropa deportiva. El sector global de la confección se nutre del trabajo de millones de personas que viven en la pobreza pese a hacer largas jornadas laborales. Las prácticas de compra de las marcas, derivadas del modelo de producción, consumo y comercio internacional, se encuentran en la raíz de las condiciones de trabajo y de vida de las trabajadoras.

Salarios de miseria

Para las personas que trabajan en la industria de la confección global, cobrar un salario que permita cubrir sus necesidades con un mínimo de dignidad se ha convertido en su mayor preocupación. Tradicionalmente la confección ha sido un sector de salarios bajos en todo el mundo, provocando consecuencias como las largas jornadas de trabajo, la desestructuración familiar, la asunción de deudas impagables, la malnutrición de niños y niñas y de personas adultas y, en definitiva, unos costes incuantificables en forma de sufrimiento humano.

Toda persona que trabaja tiene derecho a una remuneración equitativa y satisfactoria, que le asegure a ella y a su familia una existencia conforme a la dignidad humana. Esta remuneración será completada, en caso necesario por otros medios de protección social.

Artículo 23 (3) de la Declaración Universal de los Derechos Humanos

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) afirma que «el salario mínimo legal debería constituir un elemento clave en las políticas para eliminar la pobreza y asegurar las necesidades de las personas trabajadoras y de sus familias».

Se entiende que las necesidades básicas son la alimentación, la vivienda, la ropa y servicios imprescindibles como la educación, la salud y el transporte. Casi todos los países tienen establecidos salarios mínimos legales pero, con el fin de atraer la inversión extranjera, los gobiernos fijan los salarios mínimos muy por debajo de los niveles de subsistencia. En consecuencia, en algunos países, los salarios mínimos no alcanzan los umbrales de pobreza absoluta internacionalmente aceptados. En Bangladesh no llega a 1 dólar diario, y en la India, Sri Lanka, Vietnam, Pakistán y Camboya, se sitúa entre los 2 y los 4 dólares diarios.

El problema de los bajos salarios se agrava debido al contexto de subida de precios de los productos básicos. El precio de los alimentos ha sufrido incrementos importantes en los últimos años

y la proporción del salario de las trabajadoras de la confección que se dedica a alimentación es extremadamente alta. Aunque los salarios mínimos aumenten, si no lo hacen al mismo ritmo que los precios, la pérdida de poder adquisitivo es inevitable.

Una trabajadora Indonesia que trabajaba para un proveedor de Nike, Reebok y Walmart comentaba en una entrevista realizada en 2009: “Hay aumentos del salario mínimo, pero el coste de la vida aumenta más rápido. Para empeorar la situación, desde hace poco, la empresa ya no nos subvenciona el transporte ni la comida”. En Bangalore, India, hay un sistema tri-anual de revisión salarial pero las personas expertas aseguran que el salario real ha disminuido un 10% en los últimos 15 años. En Tailandia, los salarios aumentaron únicamente 18 bath (38 céntimos de euro) entre 1997 y 2005. En Vietnam y China los sueldos estuvieron congelados durante más de una década.



La peor situación, en este sentido, es la de Bangladesh, donde el salario mínimo fue el mismo entre 1994 y 2006, mientras que el coste de la vida aumentaba un 4 ó 5% cada año. Sólo después de grandes movilizaciones, los trabajadores y las trabajadoras lograron que en 2006 se pasara de un salario mínimo de 900 taka a 1.662,50 taka al mes (€ 16.60 o 24.30 dólares aproximadamente). El aumento del precio del arroz a mediados de 2008, al multiplicarse por dos o por tres en función de la zona, hizo que este incremento fuera inútil y generó una nueva ola de movilizaciones fuertemente represaliadas.

En el Informe Mundial sobre Salarios de la OIT de 2008 se señalaba: Los incrementos en los precios de los alimentos no sólo se traducen en una peor dieta para las familias más pobres, sino que también ocasionan que estas dejen de adquirir otros bienes y servicios básicos para el bienestar de los miembros del hogar. Las mujeres embarazadas y las que están amamantando, así como los niños, son las que sufren las peores consecuencias. Como estrategia para afrontar este problema, las mujeres con salarios bajos, aceptan más horas de trabajo, frecuentemente temporal y en negro, prolongando aún más sus largas jornadas laborales.

Para más información sobre las condiciones salariales en la industria de la confección asiática puede consultar el informe *Tejiendo Salarios Dignos en el Mundo*, escrito por Jeroen Merk y disponible en línea en <http://ropalimpia.org/documentos/publicaciones/SDW-ESP-baja.pdf>

Jornadas interminables

Es una práctica habitual en la industria de la confección alargar las jornadas hasta las 12 o 14 horas. Algunos fabricantes encadenan

varios turnos en momentos de mucho trabajo o para hacer frente a plazos de entrega muy cortos. Las trabajadoras no pueden negarse porque su salario base no es suficiente para cubrir las necesidades más básicas y para mantener una familia. Las trabajadoras, que aceptan esta realidad para poder sobrevivir, pierden la posibilidad de formarse, de dedicarse a la educación de sus hijos, de hacer actividades sociales... y sufren graves impactos sobre su salud.

Después de años trabajando en habitaciones pequeñas, mal iluminadas, sin ventilación, respirando polvo y partículas en suspensión y en posiciones corporales inadecuadas mantenidas durante muchas horas, sufren fatiga visual, lesiones y enfermedades diversas. Las trabajadoras afectadas, además, no suelen disfrutar de ningún seguro médico o subsidio por enfermedad.



En 2009, una investigación realizada en doce fábricas textiles de Bangladesh que producen para marcas holandesas afirmaba que el 76,4% de las personas trabajadoras declaraban que los objetivos de producción eran imposibles dentro del horario habitual. Muchas trabajadoras, al no llegar al objetivo diario fijado por la empresa, se ven obligadas a seguir trabajando y acaban saliendo muy tarde de los centros de trabajo. La mayoría de las mujeres acaban la jornada entre las 8 y las 10 de la noche. Pero la contabilización de las horas extra sólo empieza una vez cumplidos los objetivos de producción

Represión sindical y dificultades para la negociación colectiva

La protección de los derechos laborales es una tarea imposible si los trabajadores y las trabajadoras no tienen la posibilidad de organizarse para defender sus intereses. La libertad de asociación y de negociación colectiva son dos de los derechos fundamentales de todas las personas trabajadoras, establecidos por la OIT y son definidos como «derechos habilitantes» (es decir, que su ejercicio es necesario para que otros derechos sean respetados).

En muchos de los países productores de ropa, los gobiernos restringen, dificultan e incluso prohíben los sindicatos independientes, así como la negociación colectiva. Los empresarios, por su parte, expresan abiertamente una actitud hostil hacia las organizaciones sindicales utilizando la intimidación hacia los trabajadores y trabajadoras que se afilian a través de despidos, listas negras y, a menudo, de violencia física.

Es una práctica muy extendida entre el empresariado de las

zonas productoras la creación de listas de sindicalistas comparativas. El objetivo es que las personas incluidas en estas listas no vuelvan a encontrar trabajo en el sector.

Las jornadas de trabajo excesivas tampoco dejan mucho tiempo para celebrar reuniones y organizarse. El hecho de que las trabajadoras de la confección sean mayoritariamente mujeres agrava este problema porque además de las jornadas maratónicas deben ocuparse de las responsabilidades familiares.

A pesar de las trabas, las trabajadoras buscan maneras de organizarse y luchar para mejorar sus condiciones. La Federación Sindical Internacional de Trabajadores/as del Textil, la Confección y el Cuero (ITGLWF por sus siglas en inglés) cuenta con 217 organizaciones afiliadas de 110 países. Esta no es la cifra total de asociaciones de trabajadoras de la confección que existen. En las zonas donde se restringe la libertad de asociación, las trabajadoras buscan formas alternativas para organizarse.

Pero el contexto internacional ha limitado mucho el poder de negociación de los sindicatos. Los empresarios locales disponen de márgenes muy cortos para aceptar salarios más altos y están sometidos a fuertes presiones de las firmas internacionales. Ante la posibilidad de perder sus beneficios, los empresarios trasladan la presión a las personas trabajadoras. La amenaza de la deslocalización y el cierre de los centros de trabajo es el argumento utilizado más a menudo para la desmovilización.

Las condiciones de trabajo en el otro extremo de la cadena

Aunque la Campaña Ropa Limpia está especializada en dar apoyo a las trabajadoras y los trabajadores de la confección, se ha incluido un breve epígrafe sobre las condiciones laborales de las personas que trabajan en el otro extremo de la cadena de las grandes firmas internacionales: las trabajadoras que dan la cara por estas marcas en la venta al público.

Es por ello que reproducimos un artículo que nos ha hecho llegar una persona que ha ocupado durante muchos años posiciones directivas en el sector y que, después de enfrentamientos con otros directivos de las empresas donde ha trabajado, ha decidido encaminar su vida profesional hacia a otros espacios. Esta persona pidió mantenerse en el anonimato. Por este motivo, las afirmaciones que no podemos documentar con declaraciones propias de la empresa o evidencias documentales no se atribuirán a ninguna firma concreta, aunque esperamos poder profundizar en el tema pronto

Cuando hablamos de políticas laborales dentro de un sector como el de la venta al público, es inevitable esbozar una sonrisa, y no de felicidad precisamente. Las políticas laborales en este sector son muy variadas y cada empresa marca sus propias pautas, de modo que cada empleada,

además de padecerlas, nunca se acostumbrado a ellas, porque en la empresa de al lado serán diferentes. Si nos centramos, por ejemplo, en los procesos de selección y contratación, nos encontramos con un panorama bastante siniestro. No importa que la empresa venda jamones, ropa, lencería o balones de fútbol, cada día quieren gente más joven, más guapa, más delgada (nunca es suficiente) y, por si fuera poco, disponibilidad total y absoluta.

El ejemplo más crudo de esta realidad lo encontramos en la firma estadounidense Abercrombie & Fitch, donde no importan tus años de experiencia ni tus estudios afines: para trabajar en una de sus tiendas debes ser modelo. Y no tienen ningún problema en hacerlo público, si consultas página su web, no existe la opción “Envíanos tu CV”, sino que nos encontramos con una “zona de casting”. Lo curioso de Abercrombie es que sus salarios están muy por encima de la media del sector, fenómeno que la empresa achaca al hecho de que todos los empleados de tienda, en algún momento, serán utilizados para las campañas publicitarias de la marca.



Asimismo, en una de sus tiendas más concurridas, una famosa firma internacional de material deportivo contrata a deportistas no mayores de 30 años. El pretexto es el factor producto, pero la triste verdad que se esconde tras esta estrategia me la explicó un directivo, y es la siguiente (cito textualmente): “La gente que no es deportista por lo general es gorda, y un gordo jamás podría aguantar el ritmo que se necesita para trabajar en esta tienda”. A estos ATLETAS se les paga la extraordinaria suma de 3 euros brutos la hora, y aunque la empresa te ofrece beneficios tales como descuentos en la tienda del empleado, a ella sólo puede acceder el personal indefinido y, qué pena, por política de empresa no se hacen indefinidos (sólo los justos para pasar inspecciones, y a veces ni eso). ¿Qué hace el comité sindical de la empresa? Muy poco: si te animas a pedir cita con alguno de sus miembros, posiblemente tengas que reunirte con ellos de manera cuando menos “clandestina”, y te derivan muy elegantemente a un abogado.

Aun teniendo beneficios millonarios, la firma mantiene el personal mínimo (una cifra ridícula). Por poner un ejemplo, dentro del sector se calcula que lo óptimo para que una superficie de venta esté correctamente atendida es un trabajador cada 10 m²; pues bien: en una planta de 1.000 m² ellos tienen de 2 a 3 personas para todas las tareas relativas al suelo de ventas (reposición, atención al cliente, perfilado del producto), esto es físicamente imposible para el empleado y un verdadero chollo para la empresa. Si das muestras de debilidad, la más mínima, estás fuera. Ejemplo de esto es el caso de una trabajadora que un día

sufrió una crisis de ansiedad. La despidieron. Fin de la historia. Uno de los pocos puntos a favor de esta empresa es que tiene a una persona con discapacidad mental entre sus trabajadores, y es indefinido.

En unos famosos grandes almacenes españoles las cosas no son muy diferentes. No tienen problema alguno porque tengas algún kilo de más o pases de los 30 años, pero tienen algunos reparos de índole étnico. No es que no contraten personal que no tenga rasgos europeos, claro que los contratan, pero sólo los verás si tienes la suerte de recorrer los almacenes de los centros, porque de cara al público jamás. Los empleados que trabajan menos de 40 horas semanales y no tienen la opción de tener un descanso durante su jornada laboral, deben esconderse dentro de los baños para poder comer algo, y rápido, porque si tardas más de lo establecido para ir al servicio, posiblemente tengas problemas con tu jefe de sección.

Y si eres mujer y optas por un puesto de mando intermedio, no te cases ni tengas hijos, por lo menos no hasta que estés confirmada en el puesto; de lo contrario puede que, de un día para el otro, tu desempeño no sea el adecuado para un puesto superior y pierdas la posibilidad de un ascenso. Por otra parte, los empleados que denuncian prácticas abusivas por parte de un superior directo son como mínimo cambiados de sección y sometidos a acosos salvajes por parte de la dirección. Todo esto varía de un centro a otro, dependiendo del tipo de “gestión” que decida llevar el director de cada unidad de negocio. El comité sindical es invisible.

Una empresa italiana con presencia en toda Europa, en su filial española tiene las cosas muy claras en lo que a selección de personal se trata. Si has nacido antes de 1984 no tienes posibilidades de trabajar con ellos. Le he preguntado a un responsable de recursos humanos qué pasa si tienes la indecencia de cumplir años y llegar a los 35. Su respuesta fue (cito textualmente): “No lo sé”.

El laberinto de la responsabilidad

La internacionalización de la confección, las situaciones de explotación laboral y las campañas críticas con la globalización han ido acompañadas por el desarrollo de políticas de responsabilidad social empresarial (RSE) por parte de las grandes marcas. La RSE se ha extendido entre las empresas transnacionales simultáneamente a las denuncias y a los escándalos por situaciones de explotación laboral en sus empresas proveedoras.

En los años 90, la Campaña Ropa Limpia y otros movimientos internacionales exigieron por primera vez a las empresas transnacionales que se responsabilizaran de la situación de las personas que intervenían en toda la cadena de valor de sus productos, a pesar de que estas obreras y obreros no fueran directamente asalariadas de los grandes gigantes de la moda y de la ropa deportiva.

Desde la industria se reaccionó argumentando que las deficiencias en las inspecciones de las condiciones de trabajo en los países productores impedían que las empresas transnacionales controlaran lo que pasaba en los centros de trabajo de las fábricas provee-

Taew

Hagan el favor de callar, señoras. Basta ya de tanta palabrería. Si no les gusta el trabajo ya saben dónde está la puerta. El trabajo debe estar listo a finales de semana, así que no habrá descanso para nadie. Nunca hay descanso, no es ninguna novedad, grita una voz en medio del alboroto. ¡Eso mismo! Otras voces se suman a la denuncia. Este trabajo es así. Nadie te obliga a estar aquí, mujer. Muchas otras estarán encantadas de ocupar tu sitio. No lo creo. Ni estarán encantadas ni se merecen el trato que les daréis. Tenemos derecho a ser escuchadas. ¿Cuál es tu nombre, mujer? No te ha importado nunca mi nombre. ¿Por qué te habría de importar ahora? Tenemos derecho a que nos pague las horas extras trabajadas. Di tu nombre, ¿en qué sección trabajas? No creo que importe si pongo cremalleras, coso bolsillos o remato costuras. Exijo que se respeten nuestros derechos. Otras voces se van añadiendo al griterío. El revuelo es cada vez mayor. ¡Te digo que des tu nombre! Me llamo como todas ellas. Tengo intención de recuperar el trabajo sindical que hace tiempo desapareció de esta fábrica. Quien quiera participar sólo tiene que decirlo. La voz del hombre suena más fuerte. ¡Quien quiera participar ya se puede ir olvidándose del trabajo! Quizá perderemos el trabajo, pero no la dignidad. Muchas mujeres la siguen. Muchas no. Taew. Grita la mujer sin dejar de caminar. Me llamo Taew. Muchas otras gritan su nombre.



doras. Con este argumento se escudaban en la asimetría jurídica que rige las relaciones internacionales. Mientras que el incumplimiento de los tratados que afectan al comercio es sancionable, la violación de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo no implica sanciones para los estados y mucho menos para las empresas en que estos convenios se incumplen, pues estas últimas no son objeto del derecho internacional³.

Sin embargo, las empresas más importantes de los sectores de la moda y de la ropa deportiva consideraron que las denuncias hacia su modelo de deslocalización y el daño que podían provocar a su imagen de marca los escándalos por explotación laboral, merecían cierta atención. Sumando una medida de preocupación por la imagen de marca, una medida de previsión ante posibles regulaciones internacionales de carácter obligatorio y, sólo en algunos casos, una medida de compromiso con las condiciones de vida de las personas trabajadoras, las firmas internacionales iniciaron políticas de Responsabilidad Social Empresarial, poniendo de moda un término que hoy nos resulta muy familiar.

En ausencia de un marco regulador de las relaciones entre empresas transnacionales, empresas proveedoras y personas trabajadoras, la Campaña Ropa Limpia propuso a las primeras la adopción de códigos de conducta laborales que establecieran unos estándares mínimos en toda su cadena de suministro. El código de conducta sugerido por la Campaña Ropa Limpia instaba a las empresas transnacionales a asumir compromisos respecto a los siguientes temas⁴:

- Libertad de asociación y protección del derecho a organizarse
- Derecho a la negociación colectiva
- Prohibición del trabajo forzoso
- Prohibición del trabajo infantil
- Prohibición de cualquier tipo de discriminación
- Limitación de las horas de trabajo
- Salud y seguridad en el trabajo
- Establecimiento de un salario mínimo suficiente para vivir
- Estabilidad y formalidad en el trabajo

Pero disponer de un código no significa que las buenas voluntades allí expresadas deban cumplirse. Es necesario que las empresas transnacionales realicen un seguimiento del cumplimiento de las normas establecidas por el código de conducta en toda la cadena de suministro, que creen medidas correctivas en caso de incumplimiento por parte de una fábrica proveedora, que haya canales reales de comunicación entre las personas trabajadoras y responsables del monitoreo y que existan canales de participación por sindicatos y grupos de interés. En el punto siguiente detallamos qué se exige a las grandes firmas para que su responsabilidad social empresarial resulte creíble y tenga repercusiones reales en las condiciones laborales.

3. Para profundizar en las asimetrías entre legislación comercial internacional y derechos laborales recomendamos la lectura de: Hernández Zubizarreta, Juan (2009), El negocio de la responsabilidad social corporativa de las empresas transnacionales. Icaria, Barcelona

4. Para leer el código modelo de la Campaña Ropa Limpia visitar www.cleanclothes.org/codes/coccode.htm

Las políticas de RSE han recibido muchas críticas desde los movimientos de defensa de los derechos laborales y desde los sindicatos. En la base de las críticas se encuentra el hecho de que en su argumentario “se olvida” que los enormes beneficios de las firmas internacionales y su capacidad de presión hacia sus proveedores se basan, precisamente, en la constante amenaza de deslocalización y en la competencia a la que se somete a trabajadoras de todo el mundo para ofrecer a los inversores internacionales los costes de producción más bajos.

Más de 20 años de RSE han sido insuficientes para acabar con la situación de miseria de las obreras de la confección. Los salarios constituyen un ejemplo concreto y paradigmático de la inoperancia de la RSE y de la falta de interés real por el bienestar de millones de trabajadoras de esta industria. El salario medio de una trabajadora de la confección en Asia se sitúa en los 2 dólares por jornada laboral. Esta jornada, que en teoría es de 8 horas, suele extenderse hasta las 12 horas y, en momentos de picos de trabajo puede superar las 14. Aunque los precios en Bangladesh, la India o China, sean más bajos que en Europa o EEUU, organizaciones y sindicatos calculan que el salario que una obrera bengalí debería cobrar para equiparar su capacidad de compra a la de una obrera media occidental se situaría alrededor de los 8 dólares diarios.

En el año 2009, en ocasión del Día Internacional por un Trabajo Decente (7 de octubre), una extensa coalición de organizaciones asiáticas lanzaron la “Asia Floor Wage Campaign” (Campaña por un Salario Mínimo Asiático) que tiene como objetivo conseguir el establecimiento de un salario mínimo digno en toda la región. Las organizaciones de la Asia Floor Wage Alliance han establecido una metodología para fijar una cifra que, adaptada a las necesidades de cada país, permita a las obreras adquirir una cesta básica de productos y servicios. Esta propuesta tiene como objetivo frenar la competencia a la baja a la que están sometidas las condiciones laborales de las trabajadoras.

Responsabilidad social y lavados de cara: el caso de Lidl

“¡Impulsamos el comercio con justicia! Cada producto tiene una historia. Para nosotros las personas que hay detrás de estas historias son importantes. Lidl apuesta por unas buenas condiciones laborales a nivel global. Por ello, en Lidl, sólo contratamos proveedores seleccionados que pueden demostrar su responsabilidad social. Nos oponemos



categoricamente a cualquier forma de trabajo infantil, y a la violación de los derechos humanos y los derechos laborales en la fabricación de nuestros productos. Garantizamos efectivamente el cumplimiento de estos estándares”.

Folleto publicitario de Lidl, finales de 2009.

A finales del año 2009, la empresa de distribución Lidl publicaba un tríptico informativo dirigido a las personas clientes de sus establecimientos con la declaración del párrafo precedente. La distribución de este papel se enmarca en la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial que lleva a cabo la empresa alemana. Lidl dispone desde hace unos años de un código de conducta laboral aplicable a todas sus fábricas productoras en todo el mundo y forma parte de la iniciativa empresarial Business Social Compliance International (BSCI), asociación de empresas transnacionales que dice trabajar por el cumplimiento de los estándares laborales internacionales.

La realidad en las fábricas que producen para Lidl indica que estas declaraciones y las políticas de responsabilidad de la firma se quedan en el terreno de las buenas intenciones. Diversas investigaciones realizadas por la Campaña Ropa Limpia internacional y el



informe *Pasen por Caja*, muestran que las fábricas proveedoras Lidl mantienen a sus trabajadoras en unas condiciones totalmente inaceptables que no respetan ni los estándares laborales más básicos ni el propio código de conducta de la empresa. El informe presenta los resultados de una investigación realizada en fábricas asiáticas que trabajan para cinco grandes empresas de distribución comercial: Lidl, Aldi, Carrefour, Tesco y Walmart. En ninguna de las 31 fábricas analizadas, situadas en Bangladesh, Sri Lanka, India y Tailandia, se pagaba el salario mínimo legal para una jornada laboral normal. La única manera de acceder a este salario mínimo era realizar un número indeterminado de horas extra. Sin embargo, con horas extra incluidas, los salarios en Bangladesh no superaban los 34 euros mensuales, en India no llegaban a los 54 euros, y en Sri Lanka iban de los 33 a los 60 euros al mes. Ninguno de estos salarios se equipara al coste de la cesta básica de productos de consumo en estos países y en todos los casos son el producto de jornadas extenuantes. Sobre la base de estas situaciones de pobreza y explotación, el informe también pone de manifiesto la persecución a la que están sometidas las iniciativas sindicales en estas fábricas.

Una investigación centrada específicamente en fábricas provee-

doras de Lidl en Bangladesh ha servido a la Agencia de Consumo de Hamburgo, a la Campaña Ropa Limpia alemana y al Centro Europeo para los Derechos Constitucionales y Humanos (ECCHR en sus siglas en inglés) para tomar acciones legales contra Lidl por publicidad engañosa. La investigación demostró que las personas trabajadoras de Bangladesh producían ropa para Lidl en condiciones descritas por ellas mismas como “inhumanas”. Según Khorshed Alam, uno de los principales responsables de la investigación:

“Con esta investigación no sólo se expone el lavado de cara social Lidl, también se demuestra la ineficacia de iniciativas empresariales como el BSCI. Las grandes empresas, sin embargo, siguen utilizando la pertenencia a una iniciativa empresarial como una alternativa a la adopción de medidas concretas para luchar contra la explotación laboral”.

El 14 de abril, Lidl, que anteriormente se había negado a retirar la publicidad, propuso un acuerdo extrajudicial. En el acuerdo se comprometieron a suprimir las afirmaciones referentes a condiciones justas de trabajo en sus anuncios. Como consecuencia del acuerdo, la empresa alemana no podrá hacer referencia a su pertenencia a la Business Social Compliance Initiative (BSCI) en los folletos de su publicidad.

El enfoque de la demanda es innovador en la medida en que se centra en denunciar la manipulación de la información que Lidl ofrece a las personas consumidoras en lugar de poner el énfasis en la denuncia de las condiciones laborales de las trabajadoras, y pone de manifiesto la lamentable asimetría jurídica que permite que millones de personas vivan bajo situaciones de explotación extrema y no haya ningún mecanismo para denunciar y procesar las empresas, locales y transnacionales, que se enriquecen de su sudor.

¿Qué exigimos a las empresas transnacionales?

Los abusos y las vulneraciones de los derechos laborales en las cadenas de producción globales son un problema estructural. La violación de estos derechos es responsabilidad directa de las empresas y de las administraciones públicas locales, pero también de las empresas internacionales que encargan su producción a fábricas distribuidas por todo el mundo. Cualquier empresa de ropa con cadenas de suministro transnacionales necesita adoptar medidas si realmente quiere evitar la explotación laboral en la manufactura de sus productos.

El primer paso que puede dar una empresa transnacional es adoptar un código de conducta que establezca los estándares mínimos que deben cumplir en todos los centros de trabajo que participen de su cadena de producción. Para que un código de conducta resulte serio y creíble, debe cumplir tres condiciones:

→ **Debe ser exhaustivo** y, por tanto, aplicable a todas las personas trabajadoras implicadas en la cadena de suministro. Afecta pues a las que trabajan directamente para la empresa, las que están ocupadas en fábricas proveedoras e, incluso, las personas que trabajan en su domicilio por subcontratación.

→ **Debe basarse en los Convenios Fundamentales** de la Organización Internacional del Trabajo sobre trabajo infantil, trabajo forzoso, discriminación y libertad de asociación. Estas normas forman parte del núcleo duro de los tratados internacionales firmados en el marco de la OIT y que deben respetar y promover todos los Estados miembros. Además, el código debe ser coherente con la Declaración Universal de los Derechos Humanos y obligar a los proveedores a respetar las normativas locales y dar máxima protección a las personas trabajadoras cuando las normas sean contradictorias.

→ **Debe ser transparente** y, por tanto, se dará a conocer a las trabajadoras de la cadena de suministro facilitando copias en sus idiomas. También debe estar a disposición de las personas consumidoras y de las organizaciones sindicales.

Pero el código de conducta, a pesar de ser un primer paso y un gesto de buena voluntad, es un documento que la empresa aprueba de forma unilateral (no hay ningún proceso de negociación colectiva para establecer los estándares que se recogen) y de manera voluntaria. No nace pues de la negociación colectiva y no hay ninguna legislación u organismo internacional que obligue a disponer de este código ni a cumplirlo. No constituye la solución a las problemáticas laborales que hay detrás de las largas cadenas de suministro.

Para una empresa transnacional, disponer de un código de conducta formalmente muy completo, no significa estar exenta de toda sospecha. Hacen falta acciones transparentes de cara a controlar su cumplimiento a través de un monitoreo independiente. Aunque muchas compañías contratan firmas auditoras para la realización de auditorías sociales, en la mayoría de los casos, las metodologías de evaluación son más que ineficaces⁵. En general, se considera que la credibilidad de las auditorías depende de la implicación de todas las partes y eso significa que hay que encontrar el espacio para que las personas trabajadoras y los



5. La Campaña Ropa Limpia internacional realizó durante el 2004 una serie de estudios de caso en diferentes países productores que llevaron a la publicación de *Looking for a quick fix. How weak social audits are keeping workers in sweatshops* un libro en el que se recogen las deficiencias de los procesos de auditoría social.

sindicatos se puedan expresar y comunicar, así como sistemas de queja ante violaciones de los derechos laborales que funcionen a diario y no sólo durante los procesos de auditoría.

Para que los procesos de monitoreo y verificación sean realmente efectivos, hay que buscar la implicación de las organizaciones de trabajadoras y trabajadores. Los equipos auditores pueden realizar su trabajo de manera sistemática y profesional y, sin embargo, no acceder a la información real de lo que pasa en las fábricas. Muchos empresarios adoctrinan a sus trabajadoras convenciéndolas que si son entrevistadas por un equipo de auditoría y los resultados no son correctos, los pedidos internacionales dejarán de llegar y ellas perderán su trabajo. En otros casos, las situaciones de asimetría resultan extremadamente intimidatorias. Sólo hay que imaginar una trabajadora de 17 años recién llegada de una zona rural de China, entrevistada por dos auditores europeos y un traductor (que posiblemente ha sido contratado por el patrón de la fábrica).

Trabajar conjuntamente con las organizaciones de obreros y obreras locales, no sólo es una cuestión de justicia y de dar voz a los interlocutores adecuados, también supone dotar a las auditorías de eficacia, pues estas entidades conocen las personas trabajadoras fuera del entorno del centro de trabajo.

Las llamadas “iniciativas Multi-Stakeholder” agrupan empresas, sindicatos y ONG para trabajar conjuntamente para mejorar las prácticas laborales mediante el establecimiento de códigos de conducta y sistemas de control de su implementación. Las finalidades de estas plataformas son:

- **mejorar la coherencia** entre las disposiciones del código de conducta y las prácticas de verificación,
- **evitar duplicidades** en el control de las fábricas que proveen más de una empresa internacional,
- **compartir conocimiento** y acceso a organizaciones especializadas en acreditar la verificación del cumplimiento del código,
- **crear mecanismos** para recibir y resolver quejas de las personas trabajadoras y sus organizaciones.

Hay que diferenciar entre las iniciativas Multi-Stakeholder, que implican la participación de los actores sociales, de las iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa creadas por el mundo empresarial y que sólo agrupan empresas.

En las iniciativas Multi-Stakeholder (MSI), las empresas, los sindicatos y las organizaciones de defensa de los derechos laborales trabajan conjuntamente para mejorar el control de las cadenas de suministro y para garantizar el cumplimiento de los estándares laborales en la producción. Son MSI:

- Ethical Trading Initiative (ETI), en el Reino Unido
- Social Accountability International (SAI), en EEUU

- Fair Wear Foundation (FWF), en los Países Bajos
- Joint Initiative donde Corporate Accountability and Worker's Rights (YO-IN), internacional

Las iniciativas empresariales de RSC son espacios en los que las empresas trabajan conjuntamente para mejorar las condiciones laborales en su cadena de producción. La participación de sindicatos y ONG, cuando existe, se limita a la consulta. Entre estas iniciativas se encuentran:

- Business Social Compliance Initiative (BSCI)
- Global Social Compliance Programme (GSCP)
- Worldwide Responsible Apparel Production (WRAP)
- Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX)

A pesar de la existencia de estas iniciativas, el número de empresas transnacionales que forman parte de las mismas es todavía muy reducido. Además, aún quedan muchos retos que la más perfecta de las estrategias de Responsabilidad Social debe afrontar, ya que choca directamente con tres grandes incoherencias. En primer lugar, la propia deslocalización de la producción, por “responsable” que sea con los derechos laborales, genera una competitividad a la baja entre países, regiones y fábricas, y una gran volatilidad de las inversiones. La riqueza que se crea con la industria orientada a la exportación se concentra en pocas manos y desaparece rápidamente en segundas oleadas de deslocalización. En segundo lugar, una herramienta de carácter voluntario como la Responsabilidad Social no debería sustituir a las administraciones en materia de inspección de trabajo ni a la jurisdicción pública en el ámbito de la aplicación de normas. Así como el código de conducta, documento unilateral, no debería sustituir a los convenios colectivos. En tercer lugar, las prácticas de suministro de las empresas transnacionales suelen ser de difícil compatibilidad con el respeto a los derechos laborales. La reducción de los plazos de entrega y la irregularidad de los pedidos no permiten una correcta planificación de la producción. Los propietarios de las fábricas no están dispuestos a perder dinero y traspasan los riesgos a las trabajadoras, contratando una plantilla infra-dimensionada a la que se hace trabajar en turnos interminables en momentos de mucho trabajo.



Ante los retos que plantea el sistema de comercio internacional, la Campaña Ropa Limpia ha desarrollado una serie de propuestas para las empresas que se recogen en un documento específico, *Full*

Package Approach to Labour Codes of Conduct. Four mayor steps companies can take to ensure their products are made under humane conditions disponible en www.cleanclothes.org en varios idiomas, que describe los pasos que una compañía que quiera desarrollar una estrategia de responsabilidad creíble debería dar. A continuación presentamos un resumen:

- **Paso 1:** Adoptar un código de conducta exhaustivo, creíble y transparente.
 - Difusión del código y elaboración de un sistema de control de cumplimiento
 - Verificación independiente del cumplimiento
 - Creación y publicación de las medidas correctivas que se llevarán a cabo en caso de violaciones de los derechos laborales
 - Análisis del impacto que las prácticas de compra tienen sobre las normas éticas adoptadas
 - Promoción del cambio y de la cooperación en el sector
 - Aprobación y aplicación de una norma sobre salario mínimo
 - Adopción de medidas específicas para abordar los problemas relacionados con las discriminaciones de género en el entorno laboral
- **Paso 3:** Establecer canales de participación real de las partes interesadas.
 - Participación en una iniciativa “Multi-Stakeholder”
 - Cooperación con proyectos de formación en derechos laborales
 - Presentación de informes a los grupos de interés
 - Inclusión de trabajadoras, organizaciones sindicales locales y grupos de defensa de los derechos laborales, en los procesos de implementación del código
 - Establecimiento de un procedimiento confidencial de quejas en el programa de control y verificación
- **Paso 4:** Adopción de un enfoque positivo hacia la libertad de asociación
 - Garantizar que la negociación colectiva se lleva a cabo con buena fe y transparencia por parte de todos los actores
 - Si una empresa decide buscar proveedores en países donde la ley restringe la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, debe adoptar mecanismos alternativos para garantizar condiciones laborales dignas (en colaboración con las campañas y organizaciones internacionales que tengan conocimiento del terreno).

Nawat

Duerme poco y cuando está en la cama no para de dar vueltas. Ruega a Alá para que dé un mejor futuro a su hija. Mejor que el suyo, claro.

Desde que se separó reza pensando que quizás encontrará otro hombre que la ame lo suficiente para casarse, a pesar de tener 3 hijos. No es sencillo para una mujer divorciada, trabajar, llevar la casa y subir a los niños. Suerte de la niña, la mayor. Es un apoyo y una gran ayuda. Pero cuando la ve con su velo azul cargando agua del pozo, lavando la ropa de sus hermanos, toda sudada, siente una gran pena. Quisiera para ella algo más. Unos estudios, quizá abogada. Defendería los derechos de las trabajadoras de su fábrica, y de todas las mujeres del país. Hacen falta más mujeres al poder, mujeres con empuje... Pero es entonces cuando, en la oscuridad, las imagina todas: abogadas, maestras, médicas, cargando agua del pozo o lavando la ropa de sus hermanos, todas sudadas.

El trabajo en la fábrica es duro y está muy mal pagado. Pero no hay nada más. Necesita el dinero para sacar a todos adelante, pero su salario no es suficiente. Hace unos días que da más vueltas en la cama que de costumbre. Tendrá que llevarse la niña con ella. Quizá mañana. Hoy se tapa con la manta y ruega con todas sus fuerzas: una oportunidad para ella. Alá, te lo ruego.



2ª parte. Las empresas transnacionales de la ropa: compromisos y realidades

En esta sección compartimos la información que la Campaña Ropa Limpia ha ido generando los últimos años sobre las empresas que operan en el sector global de la confección. Partimos de los datos de diferentes investigaciones para recoger, en un solo documento, una serie de pistas dirigidas a las personas que quieran ejercer un consumo más crítico y consciente. No se trata de ofrecer una lista negra o una lista blanca de las marcas porque, dado que la CRL no es una iniciativa de supervisión y evaluación, no podemos mantener información suficientemente exhaustiva ni actualizada a diario.

Las marcas y empresas que se mencionan a continuación no son ni las mejores ni las peores en materia de respeto a los derechos laborales de las personas trabajadoras. Seguro que no hemos podido incluir algunas de gran interés para las personas consumidoras. Esperamos poder hacerlo en próximas ediciones o en otras investigaciones.

Las firmas de moda

A continuación facilitamos los perfiles de 12 empresas del sector global de la moda, muchas de ellas propietarias de varias marcas. La información proviene de un proceso de investigación sobre la responsabilidad social de estas compañías realizado durante el 2010 para nutrir la base de datos de la CRL internacional. Se contactó con las empresas incluidas en la investigación para recabar la información necesaria a través de un extenso cuestionario.

Los perfiles responden al análisis de las respuestas de las propias firmas, de la documentación adjunta aportada y de los documentos que las marcas ponen a disposición de las personas consumidoras a través de sus páginas web corporativas. Algunas empresas no contestaron el cuestionario ni proporcionaron ninguna información a la CRL. En estos casos, la información proviene de la investigación documental realizada por la misma CRL. La fuente de información se especifica en cada perfil.



Adolfo Domínguez

DIRECCIÓN DE LA SEDE: OURENSE, ESPAÑA

AÑO DE FUNDACIÓN: 1973

FACTURACIÓN: LOS PRIMEROS NUEVE MESES DE 2009:

118,37 MILLONES DE EUROS

BENEFICIOS: PÉRDIDAS POR VALOR DE 3,56 MILLONES DE EUROS

PUNTOS DE VENTA EN EUROPA: EN EUROPA: 538

EN TODO EL MUNDO: 603 (INCLUYENDO TIENDAS PROPIAS Y FRANQUICIAS)

PROPIETARIOS: COTIZA EN LA BOLSA DE MADRID

DIRECCIÓN EJECUTIVA: ADOLFO DOMÍNGUEZ FERNÁNDEZ

PRODUCTOS: AD HOMBRE, AD COMPLEMENTOS, U CHICA, U CHICO, AD+, AD NIÑOS, AD MI CASA, AD JOYAS, AD MASCOTAS

PAÍSES / ZONAS DE PRODUCCIÓN: CHINA, INDIA

Transparencia

Adolfo Domínguez contestó la encuesta que le envió la CRL durante 2010.

Los documentos básicos como el código de conducta y la memoria de sostenibilidad están disponibles en la página web corporativa.

Hay información limitada disponible al público sobre la estructura de la cadena de suministro y los países de producción.

La memoria de sostenibilidad no sigue ningún estándar internacional (Global Reporting International).

Adolfo Domínguez facilita a la CRL resultados de las auditorías sociales.

Los productos Adolfo Domínguez aún no incluyen los países de producción en la etiqueta ("Made in...").

Compromiso formal con los estándares laborales

Adolfo Domínguez dispone de código de conducta.

El código de conducta...

→ Indica que en caso de discrepancia entre las leyes locales y los estándares internacionales, prevalece el estándar más alto.

→ Declara que la empresa es responsable de su implementación en toda la cadena de suministro (incluyendo las subcontrataciones).

→ Incluye medidas para la supervisión de las condiciones laborales en los centros de producción.

→ Establece un máximo de 60 horas de trabajo semanales en toda su cadena de suministro (48 horas convencionales más 12 horas extraordinarias) y fija que las horas extraordinarias sólo deben existir de manera ocasional y deben ser remuneradas mejor que las ordinarias.

→ Apela a unas condiciones de trabajo higiénicas y seguras.

→ Exige la formalización de las relaciones laborales entre proveedores y trabajadores a través de los contratos.

→ Hace constar que la empresa se compromete a pagar el salario mínimo legal de cada país.

Pero...

→ No obliga a garantizar un salario mínimo vital durante el horario normal de trabajo, sin horas extras (que debería permitir cubrir las necesidades básicas y un margen de uso discrecional por parte de las personas trabajadoras).

Aplicación de los compromisos y coherencia

Los contratos de suministro incluyen la obligación de cumplir el código de conducta por parte de los proveedores y las fábricas que subcontraten.

Adolfo Domínguez asegura que se llevan a cabo formaciones sobre derechos laborales a las personas trabajadoras o a los directivos de las fábricas proveedoras.

La empresa no tiene planeado implementar medidas para promover el pago de salarios mínimos vitales en su cadena de suministro. Adolfo Domínguez ha declarado haber emprendido acciones para evaluar el impacto de su política de compras en las condiciones laborales en la cadena de suministro. En coherencia con estas evaluaciones declara que se han establecido procedimientos para mejorar la planificación de la producción y evitar la realización de horas extras excesivas en las fábricas proveedoras.

Parte de la producción se realiza en países y zonas donde la libertad de asociación no está garantizada por la ley.

Verificación y diálogo con los actores sociales

Adolfo Domínguez ha facilitado ejemplos de la aplicación de sus procedimientos de corrección de las violaciones de los derechos laborales.

La empresa forma parte de una Iniciativa Multi-Stakeholder, la Ethical Trading Initiative (ETI). ETI no lleva a cabo procesos de verificación independiente a las empresas miembro.

La empresa no ha establecido un canal para vehicular las quejas y las denuncias de las personas trabajadoras (esta medida es especialmente relevante en países donde la libertad de asociación no está garantizada o está prohibida).

Comentarios de la CRL

Hay un diálogo abierto entre la CRL y Adolfo Domínguez.

La empresa ha manifestado su interés por mejorar cuestiones de transparencia y responsabilidad social y, a pesar de la buena disposición, la CRL considera que algunos puntos requieren atención inmediata:

→ En el informe anual de AD no hay información disponible sobre el número de proveedores, el seguimiento de los programas de RSE en sus centros de producción, o de los resultados sobre el cumplimiento de su código de conducta y el derecho internacional a lo largo de la cadena de suministro.

→ La compañía no proporciona información completa y pública sobre los planes de acción correctiva y preventiva en casos de violaciones del código.

→ AD no especifica el país de producción de sus prendas de vestir en las etiquetas ("Made in ...").

Fuentes de información: La mayor parte de la información la ha facilitado la propia empresa a través del cuestionario contestado a principios de 2010



Benetton

DIRECCIÓN DE LA SEDE: BENETTON GROUP SPA, VILLA MINELLI - I - 31050 PONZANO, TREVISO, ITALY

AÑO DE FUNDACIÓN: 1965

FACTURACIÓN: MÁS DE 2.000 MILLONES DE EUROS (2010)

BENEFICIOS: 122 MILLONES DE EUROS

PUNTOS DE VENTA EN EUROPA: MÁS DE 6.000 TIENDAS EN LAS ZONAS COMERCIALES MÁS PRESTIGIOSAS DE LAS CIUDADES EUROPEAS

PROPIETARIOS: EDIZIONE SRL (HOLDING EMPRESARIAL DE LA FAMILIA BENETTON)

DIRECCIÓN EJECUTIVA: LUCIANO BENETTON, ALESSANDRO BENETTON, BIAGIO CHIAROLANZA, FRANCO FURNO

PRODUCTOS: UNITED COLORS OF BENETTON (ROPA DE MUJER, ROPA DE HOMBRE, ROPA INFANTIL Y ROPA INTERIOR), BENETTON BABY, SISLEY, PLAYLIFE.

PAÍSES / ZONAS DE PRODUCCIÓN: EUROPA, AMÉRICA, ASIA Y TÚNEZ

Transparencia

Benetton no contestó la encuesta planteada por la CRL durante el 2010.

El código de conducta está disponible en la página web de la empresa.

La información que se ofrece a las personas consumidoras sobre el origen geográfico de los productos y la estructura de la cadena de suministro es reducida e incompleta.

No hay disponible para el público ningún informe social.

Benetton no facilita resultados de auditorías ni informes de verificación de ninguna iniciativa Multi-Stakeholder.

Compromiso formal con los estándares laborales

Benetton dispone de código de conducta.

El código de conducta...

→ Declara que Benetton es responsable de su implementación en toda la cadena de suministro (incluyendo las subcontrataciones).

→ Incluye medidas para la supervisión de las condiciones laborales en los centros de producción.

→ Compromete a la empresa a respetar los convenios fundamentales de la OIT en toda la cadena de suministro.

→ Pide a los proveedores condiciones de trabajo seguras e higiénicas en las fábricas.

Pero...

→ No indica si prevalece el estándar más alto en caso de discrepancia entre las leyes locales y los estándares internacionales.

→ No incluye ninguna referencia al pago de salarios mínimos vitales ni a la obligación de pagar el salario mínimo legal de cada país de producción. No se obliga por tanto a garantizar un salario mínimo vital para la realización de la jornada convencional (sin contabilizar las horas extraordinarias).

→ No restringe el número de horas de trabajo semanales.

→ No indica la obligatoriedad de pagar las horas extraordinarias a un precio más elevado que las ordinarias.

→ No exige la formalización de las relaciones laborales entre proveedores y trabajadores a través de los contratos.

→ No establece medidas de corrección y transición en favor de los niños y de sus familias en caso de identificar casos de trabajo infantil.

→ No prevé condiciones especiales para las personas trabajadoras menores de 18 años (por ejemplo: planes de formación o prohibición del trabajo nocturno).

→ No menciona la prohibición de penalizaciones arbitrarias ni las sanciones en caso de enfermedad o embarazo

Aplicación de los compromisos y coherencia

Benetton no ha informado sobre las traducciones disponibles de su código de conducta. Desconocemos si los trabajadores y las trabajadoras tienen acceso al código en su propio idioma.

Los contratos de suministro no incluyen la obligación de cumplir el código de conducta por parte de los proveedores y las fábricas que subcontraten.

Benetton no ha aportado ningún indicio de que se lleven a cabo formaciones sobre derechos laborales a las personas trabajadoras o los directivos de las fábricas proveedoras.

De acuerdo con la información disponible, Benetton no tiene ninguna intención de promover el pago de salarios mínimos vitales en su cadena de suministro.

La empresa no ha mostrado ninguna sensibilidad respecto a que sus productos estén manufacturados en países donde la libertad de asociación no está garantizada.

Benetton no ha hecho pública ninguna medida para evaluar el impacto de sus prácticas de compra sobre las condiciones de trabajo de sus proveedores.

No se ofrecen incentivos económicos de ningún tipo para que las fábricas proveedoras mantengan unas buenas condiciones laborales. La producción se realiza en países y zonas donde la libertad de asociación no está garantizada por la ley.

Verificación y diálogo con los actores sociales

La empresa no participa en ninguna iniciativa de supervisión o de Responsabilidad Social Empresarial. Tampoco forma parte de ninguna iniciativa Multi-Stakeholder ni mantiene un diálogo estructurado con los actores sociales. La empresa no ha establecido un canal para vehicular las quejas y las denuncias de las personas trabajadoras (esta medida es especialmente relevante en países donde la libertad de asociación no está garantizada o está prohibida).

Fuentes de información: Benetton se negó a contestar el cuestionario propuesto por la CRL a principios de 2010. La información proviene de investigación propia, realizada por la CRL durante el mismo año.



Bestseller (Jack & Jones i Vero Moda)

DIRECCIÓN DE LA SEDE: BRANDE, DINAMARCA

AÑO DE FUNDACIÓN: 1975

FACTURACIÓN: ENTRE 01/08/2008 Y EL 31/07/2009 - 1.700 MILLONES DE EUROS

BENEFICIOS: ENTRE 01/08/2008 Y EL 31/07/2009 - 147 MILLONES DE EUROS ANTES DE IMPUESTOS

PUNTOS DE VENTA EN EUROPA: 606

PROPIETARIOS: ANDERS HOLCH POVLSEN

DIRECCIÓN EJECUTIVA: ANDERS HOLCH POVLSEN

PRODUCTOS: VERO MODA, ONLY, JACK & JONES, SELECTED HOMME/FEMME, PIECES, OBJECTE, OUTFITTERS NATION, NAME IT, VILA

PAÍSES / ZONAS DE PRODUCCIÓN: EGIPTO, MARRUECOS, TÚNEZ, BANGLADESH, CAMBOYA, CHINA (REPÚBLICA POPULAR DE CHINA), INDIA, INDONESIA, TURQUÍA, VIETNAM, ALBANIA, ITALIA, LETONIA, LITUANIA, MACEDONIA, POLONIA, PORTUGAL, RUMANÍA, UCRANIA

Transparencia

Bestseller contestó la encuesta que le envió la CRL durante 2010.

Los documentos básicos como el código de conducta y la memoria de sostenibilidad están disponibles en la página web corporativa.

Bestseller hace pública información sobre su cadena de suministro y sobre los países donde se fabrican sus productos.

No hay ningún informe social públicamente disponible.

La empresa no publica los resultados de sus auditorías sociales.

Compromiso formal con los estándares laborales

Bestseller dispone de código de conducta.

El código de conducta...

→ Indica que en caso de discrepancia entre las leyes locales y los estándares internacionales, prevalece el estándar más alto.

→ Declara que la empresa es responsable de su implementación en toda la cadena de suministro (incluyendo las subcontrataciones).

→ Establece un máximo de 60 horas de trabajo semanales en toda su cadena de suministro (48 horas convencionales más 12 horas extraordinarias) y fija que las horas extraordinarias sólo deben existir de manera ocasional y deben ser remuneradas mejor que las ordinarias.

→ Apela a unas condiciones de trabajo higiénicas y seguras.

→ Exige la formalización de las relaciones laborales entre proveedores y trabajadores a través de los contratos.

Pero...

→ No obliga a garantizar un salario mínimo vital para la realización de la jornada convencional (sin contabilizar las horas extraordinarias).

→ No exige la formalización de las relaciones laborales entre proveedores y trabajadores a través de contratos.

→ No establece medidas de corrección y transición en favor de los niños y niñas y de sus familias en caso de identificar casos de trabajo infantil.

→ No prevé condiciones especiales para las personas trabajadoras menores de 18 años (por ejemplo: planes de formación o prohibición del trabajo nocturno).

→ No apela públicamente ni toma medidas activas para fomentar el trabajo decente en los países donde la libertad de asociación y la negociación colectiva están limitadas legalmente.

Aplicación de los compromisos y coherencia

El código de conducta está traducido y disponible en los centros de trabajo en las lenguas de los países productores.

Los contratos de suministro incluyen la obligación de cumplir el código de conducta por parte de los proveedores y las fábricas que subcontraten.

Bestseller declara llevar a cabo formaciones sobre derechos laborales a las personas trabajadoras y los directivos de las fábricas proveedoras, incluyendo la libertad de asociación y la negociación colectiva como temas relevantes.

La empresa no tiene planeado implementar medidas para promover el pago de salarios mínimos vitales en su cadena de suministro. Bestseller ha emprendido acciones para evaluar el impacto de su política de compras en las condiciones laborales en la cadena de suministro.

Se han establecido procedimientos para mejorar la planificación de la producción y evitar la realización de horas extras excesivas en las fábricas proveedoras.

No se ofrecen incentivos económicos para que las fábricas proveedoras mantengan unas buenas condiciones laborales.

Parte de la producción se realiza en países y zonas donde la libertad de asociación no está garantizada por la ley.

Verificación y diálogo con los actores sociales

Bestseller no ha facilitado ejemplos de la aplicación de sus procedimientos de corrección de las violaciones de los derechos laborales.

La empresa forma parte de la iniciativa Multi-Stakeholder danesa DIEH (Danish Ethical Trading Initiative). Esta iniciativa no lleva a cabo procesos de verificación independiente.

La empresa no ha establecido un canal para vehicular las quejas y las denuncias de las personas trabajadoras (esta medida es especialmente relevante en países donde la libertad de asociación no está garantizada o está prohibida).

Fuentes de información: La mayor parte de la información la ha facilitado la propia empresa a través del cuestionario contestado a principios de 2010



C&A

DIRECCIÓN DE LA SEDE: BRUSELAS Y DÜSSELDORF

AÑO DE FUNDACIÓN: 1841

FACTURACIÓN: 6.200 MILLONES DE EUROS

BENEFICIOS: NO DISPONIBLE

PUNTOS DE VENTA EN EUROPA: 1353

PROPIETARIOS: COFRES HOLDING AG

DIRECCIÓN EJECUTIVA: MARTIJN BRENNINKMEIJER

PRODUCTOS: C&A, CANADA, YESSICA, YESSICA PURE, ANGELO LITRICO, WESTBURY, YOUR SIXTH SENSE, RODEO, CLOCKHOUSE, HERE AND THERE, PALOMINO, BABY CLUB TEXTILE/SHOES

PAÍSES / ZONAS DE PRODUCCIÓN: CHINA, BANGLADESH, TURKEY, INDIA, INDONESIA, ASIA, EUROPA

Transparencia

C&A aceptó contestar el cuestionario que la CRL le hizo llegar a principios de 2010 y proporcionó documentación adicional.

El código de conducta de C&A está disponible al público a través de su página web oficial y, si se solicita, en las tiendas.

La memoria social anual está disponible al público y su redacción sigue estándares de Global Reporting International (GRI).

C & A proporciona a los actores sociales los resultados de las auditorías.

Compromiso formal con los estándares laborales

C&A dispone de código de conducta.

El código de conducta...

→ Declara que C&A es responsable de su implementación en toda la cadena de suministro (incluyendo las subcontrataciones).

→ Incluye medidas para la supervisión de las condiciones laborales en los centros de producción.

→ Hace constar que la empresa se compromete a pagar el salario mínimo legal de cada país.

→ Apela a unas condiciones de trabajo higiénicas y seguras.

Pero...

→ No indica si prevalece el estándar más alto en caso de discrepancia entre las leyes locales y los estándares internacionales.

→ No hace referencia explícita a todos los convenios fundamentales de la OIT.

→ No expresa ningún compromiso formal con la limitación de las horas de trabajo por semana.

→ No establece la obligatoriedad de garantizar un salario mínimo vital para la realización de la jornada convencional (sin contabilizar las horas extraordinarias).

→ No establece la obligatoriedad de pagar las horas extraordinarias a un precio más elevado que las ordinarias.

→ No exige la formalización de las relaciones laborales entre proveedores y trabajadores a través de contratos.

→ No establece medidas de corrección y transición en favor de los niños y niñas y de sus familias en caso de identificar casos de trabajo infantil.

→ No apela públicamente por unas condiciones laborales dignas en los países donde la libertad de asociación y la negociación colectiva están limitadas legalmente.

→ No prohíbe la retención de salarios y documentación de las personas trabajadoras por parte de los empresarios.

→ No prohíbe explícitamente las penalizaciones arbitrarias ni las sanciones en el caso de enfermedad o embarazo.

Aplicación de los compromisos y coherencia

El código de conducta está traducido a los idiomas de los países donde la empresa tiene proveedores.

Cada contrato de suministro incluye la obligación de cumplir el código de los proveedores y sus subcontrataciones.

C&A asegura que promueve la formación sobre derechos laborales dirigida a directivos y trabajadores y trabajadoras de la cadena de suministro

De acuerdo con la documentación aportada, C&A no tiene planes de impulsar el pago de un salario mínimo vital a las personas que trabajan en su cadena de suministro.

La producción de C&A se realiza en países y zonas donde la libertad de asociación no es garantizada por la ley.

La empresa ha emprendido acciones para planificar la capacidad de producción y prevenir las jornadas excesivas.

Verificación y diálogo con los actores sociales

C&A participa en una iniciativa empresarial de responsabilidad (GSCP).

La empresa dispone de un plan de actuaciones correctivas en caso de violaciones de los derechos laborales. Ha facilitado buenos ejemplos de la aplicación de estos planes.

C&A no se ha involucrado en una iniciativa Multi-Stakeholder para llevar a cabo una verificación independiente del cumplimiento del código de conducta.

La empresa no ha establecido un canal para vehicular las quejas y las denuncias de las personas trabajadoras (esta medida es especialmente relevante en países donde la libertad de asociación no está garantizada o está prohibida).

Violaciones de los derechos laborales y conflictos públicos

C&A está involucrada en la Acción Urgente referente a la fábrica Canon Garments Ltd., de Savari, Bangladesh.

C&A está involucrada en un caso de explotación infantil en Uzbekistán denunciada por la CRL.

Comentarios de la CRL

La participación en una iniciativa empresarial de RSE no da voz a los actores sociales y no puede ser excusa para no involucrarse en una iniciativa Multi-Stakeholder.

Fuentes de información: La mayor parte de la información la ha facilitado la propia empresa a través del cuestionario contestado a principios de 2010



G-Star

DIRECCIÓN DE LA SEDE: AMSTERDAM

AÑO DE FUNDACIÓN: 1989

FACTURACIÓN: ESTA INFORMACIÓN NO SE HA HECHO

PÚBLICA

BENEFICIOS: ESTA INFORMACIÓN NO SE HA HECHO

PÚBLICA

PUNTOS DE VENTA EN EUROPA: 6300 PUNTOS DE VENTA

EN 65 PAÍSES

PROPIETARIOS: NO DISPONIBLE

DIRECCIÓN EJECUTIVA: J.M. VAN TILBURG

PRODUCTOS: MARCAS PROPIAS: G-STAR Y DENIM

PAÍSES / ZONAS DE PRODUCCIÓN: TÚNEZ, PERÚ,

BANGLADESH, CHINA, INDIA, VIETNAM, ITALIA

Transparencia

Los últimos dos años, G-Star ha extendido su programa de RSC. Al mismo tiempo, el diálogo entre la empresa y la Campaña Ropa Limpia ha mejorado y G-Star ha accedido a proporcionar información de primera mano respondiendo el cuestionario administrado por la CRL durante el 2010.

El código de conducta de G-Star está disponible para el público a través de la página web de la empresa.

Las personas consumidoras pueden conseguir algunos datos sobre los países donde produce y la estructura de la cadena de suministro.

G-Star no publica ningún informe social y no facilita los resultados de las auditorías realizadas a sus proveedores.

Compromiso formal con los estándares laborales

G-Star dispone de código de conducta.

El código de conducta...

→ Declara que G-Star es responsable de la implementación del código de conducta en toda la cadena de suministro (incluyendo las subcontrataciones).

→ Incluye medidas para la supervisión de las condiciones laborales en los centros de producción.

→ Expresa el compromiso de pagar el salario mínimo legal de cada país.

→ Establece un máximo de 60 horas de trabajo semanales en toda su cadena de suministro (48 horas convencionales más 12 horas extraordinarias), remarcando que las horas extraordinarias sólo deben producirse de manera ocasional y que se remunerarán con un suplemento.

→ Apela a unas condiciones de trabajo higiénicas y seguras.

→ Exige la formalización de las relaciones laborales entre proveedores y trabajadores a través de los contratos.

Pero...

→ No indica si prevalece el estándar más alto en caso de discrepancia entre las leyes locales y los estándares internacionales.

→ No hace referencia explícita a todos los convenios fundamentales de la OIT.

→ No obliga a garantizar un salario mínimo vital para la realización de la jornada convencional (sin contabilizar las horas extraordinarias).

→ No prohíbe explícitamente las penalizaciones arbitrarias ni las sanciones en caso de enfermedad o embarazo.

Aplicación de los compromisos y coherencia

El código de conducta está traducido a los idiomas de los países donde la empresa tiene proveedores.

Cada contrato de suministro incluye la obligación de cumplir el código por parte de los proveedores y sus subcontrataciones.

No se han presentado evidencias de que la empresa promueva la formación sobre derechos laborales dirigida a directivos y trabajadores y trabajadoras de la cadena de suministro.

De acuerdo con la documentación aportada, G-Star no tiene planes de impulsar el pago de un salario mínimo vital a las personas que trabajan en su cadena de suministro.

La producción de G-Star se realiza en países y zonas donde la libertad de asociación no es garantizada por la ley.

La empresa no ha emprendido ninguna acción para planificar la capacidad de producción y prever las jornadas excesivas.

Verificación y diálogo con los actores sociales

La empresa no participa en ninguna iniciativa de RSC. No ha facilitado ningún documento sobre actividades de monitoreo de la cadena de suministro.

No está involucrada en ninguna iniciativa de verificación independiente o Multi-Stakeholder.

La empresa no ha establecido un canal para vehicular las quejas y las denuncias de las personas trabajadoras (esta medida es especialmente relevante en países donde la libertad de asociación no está garantizada o está prohibida).

Violaciones de los derechos laborales y conflictos públicos

G-Star estuvo involucrada en un conflicto con la Campaña Ropa Limpia cuando uno de sus proveedores denunció a varias investigadoras del CRL y del "Indian Comitee of the Netherlands" por difamación. Las investigadoras habían publicado una investigación donde se detallaban abusos y violaciones de los derechos laborales en la fábrica proveedora en la India.

La mayor parte de la información la ha facilitado la propia empresa a través del cuestionario contestado a principios de 2010



H&M

DIRECCIÓN DE LA SEDE: ESTOCOLMO

AÑO DE FUNDACIÓN: 1947

FACTURACIÓN: 118.697 MILLONES DE CORONAS SUECAS

BENEFICIOS: ESTA INFORMACIÓN NO SE HA HECHO PÚBLICA

PUNTOS DE VENTA EN EUROPA: EN EUROPA: 1677

TIENDAS: AUSTRIA (63), BÉLGICA (61), REPÚBLICA CHECA (19), DINAMARCA (77), ALEMANIA (362), FINLANDIA (38), FRANCIA (135), GRECIA (15), IRLANDA (11), ITALIA (64), LUXEMBURGO (9), PAÍSES BAJOS (103), NORUEGA (92), POLONIA (65), PORTUGAL (20), RUSIA (5), SUECIA (161), SUIZA (73), ESLOVAQUIA (3), ESLOVENIA (10), ESPAÑA (114), HUNGRÍA (10), UK (167).

EN TODO EL MUNDO: 1988 TIENDAS EN 35 PAÍSES

PROPIETARIOS: STEFAN PERSSON (HIJO DEL FUNDADOR ERLIN PERSSON)

DIRECCIÓN EJECUTIVA: KARL-JOHAN PERSSON

PRODUCTOS: MARCAS PROPIAS: H & M MENSWEAR
H & M WOMENSWEAR, LOGGIA, BIG IS BEAUTIFUL (BB),
MAMA, DIVIDED

EMPRESAS EN LAS QUE TIENE PARTICIPACIÓN:
(PROPIETARIA DE WEEKDAY Y MONK)

PAÍSES / ZONAS DE PRODUCCIÓN: EGIPTO, MAURICIO, MARRUECOS, TÚNEZ, BANGLADESH, CAMBOYA, CHINA (REPÚBLICA POPULAR DE CHINA), INDIA, INDONESIA, COREA DEL SUR (REPÚBLICA DE COREA DEL SUR), PAKISTÁN, SRI LANKA, TAILANDIA, TURQUÍA, VIETNAM, BULGARIA, REPÚBLICA CHECA, FRANCIA, GRECIA, ITALIA, LETONIA, LITUANIA, POLONIA, PORTUGAL, RUMANÍA, ESPAÑA, UCRANIA

Transparencia

El código de conducta de H&M está disponible para el público a través de la página web de la empresa. H&M publica un informe social siguiendo los estándares fijados por GRI e incluye un informe de los actores sociales. H&M facilita los resultados de las auditorías realizadas y sigue un proceso de verificación a través de una iniciativa Multi-Stakeholder.

Compromís formal amb els estàndards laborals

H&M dispone de código de conducta.

El código de conducta...

- Declara que H&M es responsable de su implementación en toda la cadena de suministro (incluyendo las subcontrataciones).
- Incluye medidas para la supervisión de las condiciones laborales en los centros de producción.
- Hace referencia explícita a los convenios fundamentales de la OIT.
- Expresa el compromiso de pagar el salario mínimo legal de cada país.
- Establece un máximo de 60 horas de trabajo semanales en toda su cadena de suministro (48 horas convencionales más 12 horas extraordinarias)
- Exige explícitamente la formalización de las relaciones laborales entre proveedores y trabajadores a través de los contratos.

Pero...

- No indica si prevalece el estándar más alto en caso de discrepancia entre las leyes locales y los estándares internacionales
- No menciona que las horas extraordinarias sólo deben producirse de manera ocasional y que se remunerarán con un suplemento.
- No obliga a garantizar un salario mínimo vital durante el horario normal de trabajo, sin horas extras.

Aplicación de los compromisos y coherencia

El código de conducta está traducido a la mayoría de los idiomas de los países donde la empresa tiene proveedores.

Los contratos de suministro incluyen la obligación de cumplir el código de conducta por parte de los proveedores y las fábricas que subcontraten.

Según la empresa, se llevan a cabo formaciones sobre derechos laborales a las personas trabajadoras o a los directivos de las fábricas proveedoras.

La empresa no tiene planeado implementar medidas para promover el pago de salarios mínimos vitales en su cadena de suministro. H&M no ha emprendido acciones para evaluar el impacto de su política de compras en las condiciones laborales en la cadena de suministro. No se han establecido procedimientos para mejorar la planificación de la producción y evitar la realización de horas extras excesivas en las fábricas proveedoras.

No se ofrecen incentivos económicos para que las fábricas proveedoras mantengan unas buenas condiciones laborales.

Parte de la producción se realiza en países y zonas donde la libertad de asociación no está garantizada por la ley.

Verificación y diálogo con los actores sociales

H&M no ha proporcionado ejemplos de cómo se corrigen las violaciones de derechos laborales en su cadena de suministro.

La empresa participa en una iniciativa Multi-Stakeholder coordinada para el Fair Labor Association (FLA).

Violaciones de los derechos laborales y conflictos públicos

H & M ha estado involucrada en la Acción Urgente de la fábrica Garib & Garib de Bangladesh. La empresa no ha reaccionado a las demandas de los trabajadores ni las trabajadoras de la CRL hasta que se ha llevado a cabo una campaña pública de presión.

Fuentes de información: La mayor parte de la información la ha facilitado la propia empresa a través del cuestionario contestado a principios de 2010.



Inditex - Zara

DIRECCIÓN DE LA SEDE: ARTEIXO, A CORUÑA

AÑO DE FUNDACIÓN: LA MARCA ZARA FUE FUNDADA EN EL AÑO 1975. EN 1985 SE FUNDÓ EL GRUPO INDITEX.

FACTURACIÓN: 11.084 MILLONES DE EUROS (2009)

BENEFICIOS: 1.314 MILLONES DE EUROS (2009)

PUNTOS DE VENTA EN EUROPA: 3.756

EN TODO EL MUNDO: 4.607

PROPIETARIOS: AMANCIO ORTEGA, SOCIO FUNDADOR DE INDITEX Y PRESIDENTE DE SU CONSEJO. SOCIEDAD COTIZADA.

DIRECCIÓN EJECUTIVA: PABLO ISLA ÁLVAREZ DE TEJERA.

PRODUCTOS: MARCAS: ZARA, PULL AND BEAR, MASSIMO DUTTI, BERSHKA, STRADIVARIUS, OYSHO, ZARA HOME, UTERQÜE.

PAÍSES / ZONAS DE PRODUCCIÓN: AFRICA, AMÉRICA, ASIA, EUROPA

Transparencia

Inditex contestó la encuesta que le envió la CRL durante 2010.

Los documentos básicos como el código de conducta y la memoria de sostenibilidad están disponibles en la página web corporativa.

La memoria de sostenibilidad sigue la estructura marcada por Global Reporting International.

Compromiso formal con los estándares laborales

Inditex dispone de código de conducta.

El código de conducta...

→ Indica que, en el caso de discrepancia entre las leyes locales y los estándares internacionales, prevalece la norma más favorable a las personas trabajadoras.

→ Declara que Inditex es responsable de la implementación del código de conducta en toda la cadena de suministro (incluyendo las subcontrataciones).

→ Incluye medidas para el supervisión de

las condiciones laborales en los centros de producción.

→ Reconoce el derecho de las personas trabajadoras a recibir un salario que les permita cubrir las necesidades básicas de sus familias.

→ Establece un máximo de 60 horas de trabajo semanales en toda su cadena de suministro (48 horas convencionales más 12 horas extraordinarias).

→ Menciona que las horas extraordinarias sólo deben producirse de manera ocasional y que se remunerarán con un suplemento.

→ Apela a unas condiciones de trabajo higiénicas y seguras.

→ Exige la formalización de las relaciones laborales entre proveedores y trabajadores a través de los contratos.

Pero...

→ No obliga a garantizar un salario mínimo vital durante el horario normal de trabajo, sin horas extras (que debería permitir cubrir las necesidades básicas y un margen de uso discrecional por parte de las personas trabajadoras).

→ No se hace referencia explícita a todos los convenios fundamentales de la OIT.

Aplicación de los compromisos y coherencia

Los contratos de suministro incluyen la obligación de cumplir el código de conducta por parte de los proveedores y las fábricas que subcontraten.

Inditex asegura que se llevan a cabo formaciones sobre derechos laborales a las personas trabajadoras o a los directivos de las fábricas proveedoras.

La empresa no tiene planeado implementar medidas para promover el pago de salarios mínimos vitales en su cadena de suministro. Inditex ha declarado haber emprendido acciones para evaluar el impacto de su política

de compras en las condiciones laborales en la cadena de suministro. En coherencia con estas evaluaciones declara que se han establecido procedimientos para mejorar la planificación de la producción y evitar la realización de horas extras excesivas en las fábricas proveedoras. Parte de la producción se realiza en países y zonas donde la libertad de asociación no está garantizada por la ley.

Verificación y diálogo con los actores sociales

Inditex ha facilitado ejemplos de la aplicación de sus procedimientos de corrección de las violaciones de los derechos laborales.

La empresa forma parte de la iniciativa Multi-Stakeholder ETI. Esta iniciativa no lleva a cabo procesos de verificación independiente.

Los procesos de auditoría de Inditex tienen en cuenta los actores sociales pero habría que mejorar las vías de comunicación con los sindicatos locales.

La empresa no ha establecido un canal para vehicular las quejas y las denuncias de las personas trabajadoras (esta medida es especialmente relevante en países donde la libertad de asociación no está garantizada o está prohibida).

Violaciones de los derechos laborales y conflictos públicos

Entre 2005 y 2010, la CRL ha presentado a Inditex siete casos de violaciones laborales en fábricas proveedoras en Bangladesh y Camboya. La mayoría de esos casos se refieren a vulneraciones de la libertad de asociación y a la falta de condiciones laborales seguras e higiénicas.

Comentarios de la CRL

El grupo Inditex se ha expandido rápidamente y hoy en día es el comercializador de ropa más grande del mundo. La CRL reconoce que Inditex ha mantenido un diálogo fluido con los actores sociales en los últimos años y también valora las medidas correctivas adoptadas por la empresa en los casos de violación de los derechos laborales en su cadena de suministro.

A pesar de que Inditex ha llevado a cabo algunas acciones relevantes en materia de diálogo con los sindicatos (como la firma de un acuerdo marco internacional con la Federación Internacional de Trabajadores de la Industria del Textil, la Confección y el Cuero), los casos antes comentados son un indicador de que no se han hecho los cambios necesarios en su modelo de negocio y en la gestión de la cadena de suministro para garantizar el cumplimiento de su código de conducta.

La CRL valora el acuerdo marco internacional pero insta Inditex a adoptar compromisos sólidos en las siguientes cuestiones:

- el pago de un salario mínimo vital a las personas trabajadoras, tomando como referencia las cifras propuestas por el Asian Floor Wage Campaign,
- la divulgación de su lista de proveedores, los resultados detallados de las auditorías realizadas y de las acciones correctivas acordadas con los proveedores en caso de resultados irregulares,
- la adopción de medidas para garantizar que sus prácticas de compra y de gestión de la cadena de suministro no impactan negativamente sobre los derechos fundamentales de las personas trabajadoras.

Fuentes de información: La mayor parte de la información la ha facilitado la propia empresa a través del cuestionario contestado a principios de 2010



Lee Europa

SEU INTERNACIONAL: GREENSBORO, NORTH-CAROLINA (EEUU). EUROPEA: BORNEM, BÉLGICA

AÑO DE FUNDACIÓN: 1898

FACTURACIÓN: NO HAY INFORMACIÓN

BENEFICIOS: NO HAY INFORMACIÓN

PUNTOS DE VENTA EN EUROPA: 7 TIENDAS PROPIAS: AMSTERDAM, AMBERES, BERLÍN, COLONIA, LONDRES, MOSCÚ, PARÍS

PROPIETARIOS: VF JEANSWEAR-INTERNATIONAL

DIRECCIÓN EJECUTIVA: ERIC C. WISEMAN; PRESIDENTE Y DIRECTOR EJECUTIVO DE VF CORPORATION

PRODUCTOS: ROPA CASUAL DE LA PROPIA MARCA

PAÍSES / ZONAS DE PRODUCCIÓN: AMÉRICA, CHILE, COSTA RICA, REPÚBLICA DOMINICANA, ASIA, EUROPA

Transparencia

Lee Europe contestó la encuesta que le envió la CRL durante 2010.

El código de conducta de Lee está disponible en su página web corporativa.

No se da información satisfactoria sobre su cadena de suministro y sobre los países donde se fabrican sus productos.

No hay ningún informe social públicamente disponible.

Lee no facilita los resultados de sus auditorías sociales ni forma parte de ninguna iniciativa Multi-Stakeholder.

Compromiso formal con los estándares laborales

Lee Europe dispone de código de conducta.

El código de conducta...

→ Indica que en caso de discrepancia entre las leyes locales y los estándares internacionales prevalece el estándar más alto.

→ Hace constar que la empresa se compromete a pagar el salario mínimo legal de cada país.

→ Establece un máximo de 60 horas de trabajo semanales en toda su cadena de suministro (48 horas convencionales más 12 horas extraordinarias).

→ Apela a unas condiciones de trabajo higiénicas y seguras.

Pero...

→ No establece medidas de corrección y transición en favor de los niños y de sus familias en caso de identificar casos de trabajo infantil.

→ No garantiza su implementación en toda la cadena de suministro (incluyendo las subcontrataciones).

→ No hace referencia explícita a todos los convenios fundamentales de la OIT.

→ No exige formalización de las relaciones laborales entre proveedores y trabajadores a través de contratos.

→ No apela públicamente por unas condiciones laborales dignas en los países donde la libertad de asociación y la negociación colectiva están limitadas legalmente.

→ No prohíbe la retención de salarios y documentación de las personas trabajadoras por parte de los empresarios.

→ No establece la obligatoriedad de garantizar un salario mínimo vital para la realización de la jornada convencional (sin contabilizar las horas extraordinarias).

→ No señala que las horas extraordinarias se realizarán de manera ocasional y que se remunerarán con un suplemento.

Aplicación de los compromisos y coherencia

Lee no ha facilitado información sobre los idiomas a los que se ha traducido su código de conducta.

Los contratos de suministro incluyen la obligación de cumplir el código de conducta por parte de los proveedores y las fábricas que subcontraten.

No se llevan a cabo formaciones sobre derechos laborales a las personas trabajadoras o los directivos de las fábricas proveedoras.

La empresa no tiene planeado implementar medidas para promover el pago de salarios mínimos vitales en su cadena de suministro.

No se ofrecen incentivos económicos para que las fábricas proveedoras mantengan unas buenas condiciones laborales.

No se han establecido procedimientos para mejorar la planificación de la producción y evitar la realización de horas extras excesivas en las fábricas proveedoras.

Verificación y diálogo con los actores sociales

La empresa forma parte de una iniciativa empresarial de responsabilidad social: WRAP. Lee no ha facilitado información sobre actividades correctivas en caso de incumplimiento de su código de conducta.

La empresa no forma parte de ninguna iniciativa multi-stakeholder.

La empresa no ha establecido un canal para vehicular las quejas y las denuncias de las personas trabajadoras (esta medida es especialmente relevante en países donde la libertad de asociación no está garantizada o está prohibida).

Comentarios de la CRL

La participación en una iniciativa empresarial de RSE no da voz a los actores sociales y no puede ser excusa para no involucrarse en una iniciativa Multi-Stakeholder.

.....
Fuentes de información: La mayor parte de la información la ha facilitado la propia empresa a través del cuestionario contestado a principios de 2010
.....



MANGO

DIRECCIÓN DE LA SEDE: PALAU- SOLITÀ DE PLEGAMANS, BARCELONA

AÑO DE FUNDACIÓN: 1984

FACTURACIÓN: 1.480 MILLONES DE EUROS (2009)

BENEFICIOS: 148 MILLONES DE EUROS (2009)

PUNTOS DE VENTA EN EUROPA: 583 TIENDAS PROPIAS / 807 FRANQUICIAS

PROPIETARIOS: ISAK ANDIC ERMAY (PRINCIPAL PROPIETARIO)

DIRECCIÓN EJECUTIVA: ENRIC CASI

PRODUCTOS: MARCAS PROPIAS: MANGO MNG HE COLECCIONES: THINK UP, ZUHAIR MURAD, MOMENTS LADIES, GENTS

PAÍSES / ZONAS DE PRODUCCIÓN: MARRUECOS, BANGLADESH, CHINA (REPÚBLICA POPULAR DE CHINA), INDIA, INDONESIA, PAKISTÁN, TURQUÍA, VIETNAM

Transparencia

Mango contestó la encuesta que le envió la CRL durante 2010.

Los documentos básicos como el código de conducta y la memoria de sostenibilidad están disponibles en la página web corporativa.

Mango facilita periódicamente a la CRL los resultados de las auditorías sociales pese a no formar parte de ninguna iniciativa Multi-Stakeholder.

Compromiso formal con los estándares laborales

Mango dispone de código de conducta.

El código de conducta...

→ Indica que, en caso de discrepancia entre las leyes locales y los estándares internacionales, prevalece la norma más favorable a las personas trabajadoras.

→ Declara que Mango es responsable de la implementación del código de conducta en toda la cadena de suministro (incluyendo las subcontrataciones).

→ Incluye medidas para la supervisión de las condiciones laborales en los centros de producción.

→ Hace referencia explícita a los convenios fundamentales de la OIT.

→ Expresa el compromiso de pagar el salario mínimo legal de cada país.

→ Restringe el número de horas de trabajo a la semana.

→ Apela a unas condiciones de trabajo higiénicas y seguras.

Pero...

→ No establece medidas de corrección y transición en favor de los niños y niñas y de sus familias en caso de identificar casos de trabajo infantil.

→ No apela públicamente ni toma medidas activas para fomentar el trabajo decente en los países donde la libertad de asociación y la negociación colectiva están limitadas legalmente.

→ No exige explícitamente la formalización de las relaciones laborales entre proveedores y trabajadores a través de los contratos.

→ No prevé condiciones especiales para las personas trabajadoras menores de 18 años (por ejemplo: planes de formación o prohibición del trabajo nocturno).

→ No obliga a garantizar un salario mínimo vital para la realización de la jornada convencional (sin contabilizar las horas extraordinarias).

Aplicación de los compromisos y coherencia

El código de conducta está traducido y disponible en los centros de trabajo en las lenguas de los países productores.

Los contratos de suministro incluyen la obligación de cumplir el código de conducta por parte de los proveedores y las fábricas que subcontraten.

No se llevan a cabo formaciones sobre derechos laborales a las personas trabajadoras o los directivos de las fábricas proveedoras.

La empresa no tiene planeado implementar medidas para promover el pago de salarios mínimos vitales en su cadena de suministro.

Mango ha emprendido acciones para evaluar el impacto de su política de compras en las condiciones laborales en la cadena de suministro.

Se han establecido procedimientos para mejorar la planificación de la producción y evitar la realización de horas extras excesivas en las fábricas proveedoras.

No se ofrecen incentivos económicos para que las fábricas proveedoras mantengan unas buenas condiciones laborales.

Parte de la producción se realiza en países y zonas donde la libertad de asociación no es garantizada por la ley.

Verificación y diálogo con los actores sociales

Mango no participa en ninguna iniciativa empresarial de responsabilidad social.

Aunque Mango no forma parte de ninguna iniciativa Multi-Stakeholder, publica los resultados de las auditorías en las fábricas proveedoras en su memoria de sostenibilidad anual. Aunque la empresa no ha hecho pública su lista de proveedores, sí que la facilita cada año a la CRL y otros actores sociales.

La empresa no ha establecido un canal para vehicular las quejas y las denuncias de las personas trabajadoras (esta medida es especialmente relevante en países donde la libertad de asociación no está garantizada o está prohibida).

Violaciones de los derechos laborales y conflictos públicos

Mango ha colaborado siempre activamente en la resolución de las Acciones Urgentes que han surgido en países donde tenía proveedores.

Fuentes de información: La mayor parte de la información la ha facilitado la propia empresa a través del cuestionario contestado a principios de 2010



Levi Strauss

DIRECCIÓN DE LA SEDE: SAN FRANCISCO, EEUU

AÑO DE FUNDACIÓN: 1873

FACTURACIÓN: 4.100 MILLONES \$

BENEFICIOS: 152 MILLONES \$

PUNTOS DE VENTA EN EUROPA: 55000 PUNTOS DE VENTA EN 110 PAÍSES

PROPIETARIOS: LOS DESCENDIENTES DE LA FAMILIA DE LEVI STRAUSS Y SUS FAMILIARES. FIDEICOMISARIOS: MIRIAM L. HAAS, PETER E. HAAS JR., ROBERT D. HAAS Y STEPHEN C. NEAL

DIRECCIÓN EJECUTIVA: JOHN ANDERSON

PRODUCTOS: TEJANOS, PANTALONES CASUALES Y DE VESTIR, BLUSAS, FALDAS, CHAQUETAS, CALZADO Y ACCESORIOS RELACIONADOS. MARCAS: LEVI'S, DOCKERS Y PRODUCTOS CON LA FIRMA "BY LEVI STRAUSS & CO."

PAÍSES / ZONAS DE PRODUCCIÓN: EGIPTO, LESOTHO, MADAGASCAR, MAURICIO, MARRUECOS, SUDÁFRICA, TÚNEZ, ARGENTINA, BRASIL, CANADÁ, COLOMBIA, COSTA RICA, REPÚBLICA DOMINICANA, EL SALVADOR, GUATEMALA, HAITÍ, MÉXICO, NICARAGUA, PERÚ, ESTADOS UNIDOS, URUGUAY, BANGLADESH, CAMBOYA, CHINA (REPÚBLICA POPULAR DE CHINA), HONG KONG, INDIA, INDONESIA, JAPÓN, COREA, COREA DEL SUR (REPÚBLICA DE COREA), MALASIA, PAKISTÁN, FILIPINAS, SRI LANKA, TAIWÁN, TAILANDIA, TURQUÍA, TURKMENISTÁN, VIETNAM, BULGARIA, GRECIA, ITALIA, POLONIA, PORTUGAL, RUMANÍA, SUIZA

Transparencia

Levi Strauss & Co. aceptó contestar el cuestionario que la CRL le hizo llegar a principios de 2010 y proporcionó documentación adicional. En 2005, la empresa publicó su lista de proveedores.

El código de conducta de Levi's está disponible para el público a través de la página web de la empresa. Las personas consumidoras pueden conseguir algunos datos sobre los países donde produce y la estructura de la cadena de suministro. Levi's no publica ningún informe social y no facilita los resultados de las auditorías realizadas a sus proveedores.

Compromiso formal con los estándares laborales

Levi Strauss & Co dispone de código de conducta.

El código de conducta...

- Indica si prevalece el estándar más alto en caso de discrepancia entre las leyes locales y los estándares internacionales.
- Declara que Levi Strauss & Co. es responsable de la implementación del código de conducta en toda la cadena de suministro (incluyendo las subcontrataciones).
- Incluye medidas para la supervisión de las condiciones laborales en los centros de producción.
- Incluye la obligación de pagar el salario mínimo legalmente establecido en cada país de producción,
- Compromete formalmente a respetar los estándares internacionales del trabajo,
- Establece un máximo de 60 horas de trabajo semanales en toda su cadena de suministro (48 horas convencionales más 12 horas extraordinarias).
- Apela a unas condiciones de trabajo higiénicas y seguras.
- Exige la formalización de las relaciones laborales entre proveedores y trabajadores a través de los contratos.

Pero...

- No se hace referencia explícita a todos los convenios fundamentales de la OIT.
- No menciona que las horas extraordinarias sólo deben producirse de manera ocasional y que se remunerarán con un suplemento.
- No obliga a garantizar un salario mínimo vital durante el horario normal de trabajo, sin horas extras.
- No menciona explícitamente el compromiso de poner fin a las peores formas de trabajo infantil, con referencia al Convenio 182 de la OIT.

Aplicación de los compromisos y coherencia

El código de conducta está traducido a la mayoría de los idiomas de los países donde la empresa tiene proveedores.

Los contratos de suministro incluyen la obligación de cumplir el código de conducta por parte de los proveedores y las fábricas que subcontraten.

Levi's dice llevar a cabo formaciones sobre derechos laborales a las personas trabajadoras o a los directivos de las fábricas proveedoras, incluyendo la libertad de asociación y la negociación colectiva como temas relevantes.

La empresa no tiene planeado implementar medidas para promover el pago de salarios mínimos vitales en su cadena de suministro. Se han establecido procedimientos para mejorar la planificación de la producción y evitar la realización de horas extras excesivas en las fábricas proveedoras.

No se ofrecen incentivos económicos para que las fábricas proveedoras mantengan unas buenas condiciones laborales.

Parte de la producción se realiza en países y zonas donde la libertad de asociación no es garantizada por la ley.

Verificación y diálogo con los actores sociales

La empresa no participa en ninguna iniciativa empresarial de responsabilidad social. Levi's no facilita los resultados de sus auditorías sociales.

La empresa dispone de planes de corrección de las violaciones de los derechos laborales y de su propio código de conducta en las fábricas proveedoras. Ha proporcionado ejemplos documentados de la aplicación de dichos planes. No forma parte de ninguna iniciativa Multi-Stakeholder.

Violaciones de los derechos laborales y conflictos públicos

Entre 1999 y 2009, Levi's ha estado involucrada en 6 Acciones Urgentes. 5 de ellas relativas a limitaciones de la libertad de asociación en fábricas proveedoras y 1, en Saipan, relacionada con problemas de violaciones muy graves de los derechos laborales.

Recientemente, Levi's ha estado involucrada en una Acción Urgente en México. Las denuncias de las ONG locales se refieren a excesos en la realización de horas extra. La empresa ha reaccionado positivamente y de forma inmediata. También durante el 2010, Levi's ha estado involucrada en una Acción Urgente en Haití sobre acciones contrarias a la libertad de asociación y a la negociación colectiva por parte de una empresa proveedora. La empresa ha reaccionado positivamente y de forma inmediata.

continúa en la página siguiente →

← viene de la página anterior

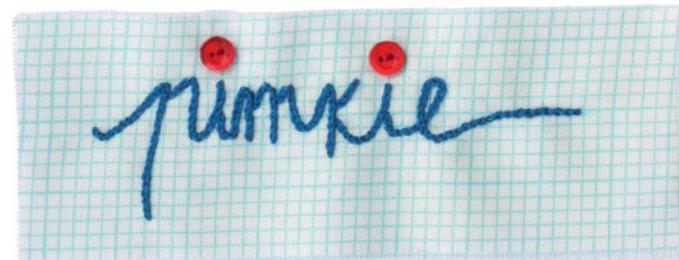
Comentarios de la CRL

Levi Strauss & Co. fue la primera empresa internacional de ropa que redactó su propio código de conducta de prácticas laborales aplicable a toda la cadena de suministro: “Levi Strauss & Co.. Global Sourcing and Operating Guidelines “(1991). Levi’s ha realizado muchos esfuerzos para convertirse en un referente en la implementación de los estándares laborales básicos en toda su cadena de suministro, pero eso no significa que los casos de violaciones de los derechos de las personas trabajadoras y las Acciones Urgentes no se hayan ido sucediendo en los últimos años.

En los 90, la empresa sufrió una fuerte reestructuración y cerró muchas de las fábricas de Europa y los EEUU.

En 1999, Levi’s entró en la Ethical Trading Initiative. Pero en 2007 abandonó la iniciativa debido a discrepancias en el tema de los salarios mínimos. La empresa se negó a incluir referencias al salario mínimo vital en su código de conducta argumentando que se trataba de una aspiración y no de una política concreta y aplicable que se pudiera convertir en norma inmediatamente. La CRL considera que las iniciativas Multi-Stakeholder son el espacio idóneo para que los actores sociales colaboren para conseguir unos salarios suficientes para vivir pero Levi’s decidió quedarse fuera de este proceso.

Fuentes de información: La mayor parte de la información la ha facilitado la propia empresa a través del cuestionario contestado a principios de 2010



Pimkie

DIRECCIÓN DE LA SEDE: WILLSTÄTT, ALEMANYA

AÑO DE FUNDACIÓN: 1971

FACTURACIÓN: NO HAY INFORMACIÓN DISPONIBLE

BENEFICIOS: NO HAY INFORMACIÓN DISPONIBLE

PUNTOS DE VENTA EN EUROPA: 665 TIENDAS

PROPIETARIOS: MULLIEZ CORPORATE GROUP

DIRECCIÓN EJECUTIVA: ERIC VANDENDRIESSCHE

PRODUCTOS: COLECCIONES: MUST HAVE, WEISS IM TREND, SHORTS, IMPRIME, FLEURI, MARIN RETRO, ACCESORIOS.

PAÍSES / ZONAS DE PRODUCCIÓN: LOS PAÍSES DE PRODUCCIÓN NO SE CONOCEN.

Transparencia

Pimkie no contestó la encuesta que le envió la CRL durante 2010.

El código de conducta de Pimkie no está disponible en su web corporativa.

La empresa no facilita información sobre su cadena de suministro ni de los países donde produce.

Compromiso formal con los estándares laborales

No hay ningún documento que comprometa a Pimkie con...

- El respeto a la Declaración Universal de los Derechos Humanos y a las leyes nacionales.
- El respeto a los convenios fundamentales de la OIT en su cadena de producción.
- El pago del salario mínimo legal en los países productores.
- La limitación del número de horas de trabajo por semana.
- La exigencia de un entorno de trabajo seguro e higiénico.
- La exigencia de la formalización de las relaciones laborales entre proveedores y trabajadores a través de los contratos.

Aplicación de los compromisos y coherencia

No se conoce ninguna medida de la empresa para garantizar unas buenas condiciones de trabajo en su cadena de suministro.

Verificación y diálogo con los actores sociales

Pimkie no forma parte de ninguna iniciativa ni ha informado de que tengan relación con otros actores sociales.

Fuentes de información: Investigación documental de la CRL realizada durante el 2010.

promod

Promod

DIRECCIÓN DE LA SEDE: CHEMIN DU VERSEAU 59847 - MARCQ EN BAROEUL, FRANCIA

AÑO DE FUNDACIÓN: 1975

FACTURACIÓN: APROXIMADAMENTE 900 MILLONES DE EUROS

BENEFICIOS: NO DISPONIBLES

PUNTOS DE VENTA EN EUROPA: 600; 800 EN EL RESTO DEL MUNDO

PROPIETARIOS: FRANCIS CHARLES POLLET (PRESIDENTE)

DIRECCIÓN EJECUTIVA: PATRICE LEPOUTRE

PRODUCTOS: MARCA PROPIA: PROMOD

PAÍSES / ZONAS DE PRODUCCIÓN: ISLAS MAURICIO, MARRUECOS, TÚNEZ, BANGLADESH, CHINA (POPULAR REPÚBLICA DE CHINA), INDIA, COREA, COREA DEL SUR (REPÚBLICA DE COREA), FILIPINAS, TAILANDIA, TURQUÍA, VIETNAM, BULGARIA, FRANCIA, ITALIA, LITUANIA, RUMANÍA, ESPAÑA, REINO UNIDO

Transparencia

Promod contestó la encuesta que le envió la CRL durante 2010.

El código de conducta de Promod no está disponible en su web corporativa.

La empresa publica algunas informaciones sobre su cadena de suministro y los países de producción.

No hay ningún informe social públicamente disponible.

Promod no facilita los resultados de sus auditorías sociales ni forma parte de ninguna iniciativa Multi-Stakeholder.

Compromiso formal con los estándares laborales

Promod dispone de código de conducta.

El código de conducta...

→ Declara que es responsable de su aplicación en toda la cadena de suministro (incluyendo las subcontrataciones).

→ Incluye medidas para la supervisión de las condiciones laborales en los centros de producción.

→ Se compromete formalmente a respetar las normas fundamentales del trabajo.

→ Establece un máximo de 60 horas de trabajo semanales en toda su cadena de suministro (48 horas convencionales más 12 horas extraordinarias), remarcando que las horas extraordinarias sólo deben producirse de manera ocasional y que se remunerarán con un suplemento.

Pero...

→ No hace referencia explícita a los convenios fundamentales de la OIT.

→ No se compromete a respetar la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la legislación nacional.

→ No incluye ninguna referencia al pago de salarios mínimos vitales ni a la obligación de pagar el salario mínimo legal de cada país de producción.

→ No exige la formalización de las relaciones laborales entre proveedores y trabajadores a través de los contratos.

→ No establece medidas de corrección y transición en favor de los niños y de sus familias en caso de identificar casos de trabajo infantil.

→ No prevé condiciones especiales para las personas trabajadoras menores de 18 años (por ejemplo: planes de formación o prohibición del trabajo nocturno).

→ No menciona la prohibición de retener los documentos de identidad de las trabajadoras por parte de los empresarios.

→ No menciona la prohibición de penalizaciones arbitrarias o sanciones en caso de enfermedad o embarazo.

→ No menciona la prohibición de abuso físico, amenazas de maltrato físico o castigos inusuales.

→ No menciona la prohibición de cualquier forma de acoso o de intimidación por parte del empresario.

→ No hace referencia explícita al convenio 182 de la OIT sobre la abolición de las peores formas de trabajo infantil.

Aplicación de los compromisos y coherencia

El código de conducta está traducido y disponible en los centros de trabajo en las lenguas de los países productores.

Los contratos de suministro incluyen la obligación de cumplir el código de conducta por parte de los proveedores y las fábricas que subcontraten.

No se llevan a cabo formaciones sobre derechos laborales a las personas trabajadoras o los directivos de las fábricas proveedoras.

La empresa no tiene planeado implementar medidas para promover el pago de salarios mínimos vitales en su cadena de suministro. Promod ha emprendido acciones para evaluar el impacto de su política de compras en las condiciones laborales en la cadena de suministro.

Se han establecido procedimientos para mejorar la planificación de la producción y evitar la realización de horas extras excesivas en las fábricas proveedoras.

No se ofrecen incentivos económicos para que las fábricas proveedoras mantengan unas buenas condiciones laborales.

Parte de la producción se realiza en países y zonas donde la libertad de asociación no es garantizada por la ley.

Verificación y diálogo con los actores sociales

La empresa no forma parte de ninguna iniciativa empresarial de responsabilidad social.

Promod no ha facilitado información sobre actividades correctivas en caso de incumplimiento de su código de conducta.

La empresa no forma parte de ninguna iniciativa Multi-Stakeholder.

La empresa no ha establecido un canal para vehicular las quejas y las denuncias de las personas trabajadoras (esta medida es especialmente relevante en países donde la libertad de asociación no está garantizada o está prohibida).

Fuentes de información: La mayor parte de la información la ha facilitado la propia empresa a través del cuestionario contestado a principios de 2010

La ropa deportiva

La confección de ropa y de material deportivo presenta un contexto idéntico a la producción de moda. De hecho, las grandes firmas deportivas fueron objeto de las primeras campañas globales de denuncia. A mediados de los 90, la publicación de fotografías de niños cosiendo balones de fútbol de la marca Nike, provocó un boicot internacional hacia los productos de la firma estadounidense. Desde entonces, las primeras marcas del mundo del deporte han sido muy activas en el marketing con causa social y en la divulgación de sus políticas de responsabilidad social empresarial.

A pesar de los 15 años de códigos de conducta adoptados por firmas como Adidas, Nike, New Balance, Puma y Asics, los trabajadores y las trabajadoras que confeccionan sus productos siguen enfrentándose a una presión extrema para cumplir con los plazos de entrega, a jornadas excesivamente largas y horas extra no pagadas ni registradas, a abusos verbales, a exposición a sustancias tóxicas, a la falta de protección social y de contrato... En el siguiente cuadro exponemos algunos de estos casos a modo de ejemplo.

Las grandes empresas internacionales de ropa y material deportivo y la materialización de sus «compromisos»

NIKE

2006 Una investigación realizada por Oxfam Internacional durante 2006 detalla cómo los trabajadores y las trabajadoras de una fábrica del oeste de Java (Indonesia) habían recibido presiones y discriminaciones por el hecho de formar parte de un pequeño sindicato local. Según esta investigación, la fábrica estaba produciendo ropa deportiva y gorras para la firma Umbro (propiedad de NIKE). La fábrica había pasado auditorías sociales un tiempo antes, pero en el informe de Oxfam explica cómo la dirección amenazó a las personas trabajadoras para que no hicieran ningún comentario crítico con su situación laboral y cómo se prohibió cualquier conversación espontánea con los extranjeros que visitaban el centro de trabajo. Al conocer el caso, Umbro no emprendió ninguna medida correctiva hasta que grupos de activistas llevaron a cabo acciones de denuncia pública.

Fuente: Connor, Tim; Dent, Kelly (2006) *Fuera de juego*. Derechos laborales y producción de ropa deportiva en Asia. Oxfam Internacional.

2007-2009 Según el propio informe de Responsabilidad Social Corporativa de la empresa, más del 20% de las fábricas proveedoras de Nike en China incumplían su código de conducta en materia de número de horas de trabajo semanales. Los trabajadores y trabajadoras de 110 centros proveedores chinos realizaban jornadas semanales de entre 60 y 72 horas, y 27 centros se trabajaba más de 72 horas cada semana. En el mismo informe se declara que la empresa «ha aprendido que en su cadena de suministro hay problemas en la aplicación de las normativas, vacíos en la gestión e insuficiencias en el control, y que estas son las principales causas de las horas extraordinarias».

Fuente: www.chinacsr.com

2009 En noviembre de 2009, medios de comunicación chinos publicaban el testimonio de un antiguo ejecutivo de Nike que había trabajado en ese país durante los seis años anteriores. El testimonio anónimo contaba con detalle cómo se escondían las irregularidades de las principales fábricas proveedoras de pelotas de fútbol de la marca estadounidense en su zona. Las dos fábricas más importantes mencionadas eran Shanghai Wande Sports Goods Company y Shanghai Bai'en Sports Goods Company. Según Mike (el nombre falso de este ex-directivo) los excesos en los horarios de trabajo y las subcontrataciones no autorizadas deberían ser fácilmente identificables. No es posible que una fábrica de 100 personas trabajadoras, con una producción manual diaria de 5 pelotas por persona, acabe el mes consiguiendo un pedido de 120.000 unidades.

Asimismo, Mike también ponía de manifiesto que las auditorías realizadas en los centros de producción eran muy superficiales y que él, personalmente, había estado preparando centros de trabajo para afrontarlas positivamente.

Fuentes: <http://www.chinacsr.com/en>; <http://www.teamswheat.org>

ADIDAS

2006 En noviembre de 2006 las fábricas PT Spotec y PT Dong Joe de Tangerang (Indonesia) cerraron dejando a 10.500 personas sin trabajo. Una tercera fábrica PT Tong Yang, de la zona industrial de Bekasi (Indonesia), también cerró destruyendo 9.000 puestos de trabajo. Estas fábricas llevaban 15 años de relaciones comerciales con Reebok y 5 años con Adidas (desde que las dos firmas se fusionaron). Adidas argumentó que había roto las relaciones con estas factorías debido a su insostenibilidad financiera. Los sindicatos y las direcciones de las empresas indonesias expusieron que los problemas financieros venían de las deudas contraídas para hacer mejoras en las plantas de producción exigidas por Adidas. Oxfam Australia publicó un informe sobre el caso en el que se explicaba cómo las prácticas comerciales de Adidas estaban en la raíz de los problemas financieros de las fábricas cerradas e instó a la firma alemana a facilitar la reapertura de sus proveedores.

Fuentes: Clean Clothes Campaign newsletter n. 23, mayo 2007

PUMA

2008 En marzo de 2008, China Labor Watch publicó un informe sobre el seguimiento de la situación laboral en Taiway Sports Inc., empresa que tiene como principal cliente Puma. Tres años antes, ya se habían documentado extensamente las condiciones de trabajo en esta fábrica. El nuevo informe volvía a denunciar que las jornadas «oficiales» eran de nueve horas en lugar de ser de ocho y que obligaba a toda la plantilla a hacer tres horas extraordinarias diarias no remuneradas. En el informe de 2005 se detallaban las escasas condiciones de salubridad de las viviendas que la empresa proporcionaba a las personas trabajadoras. En 2008, la empresa, en lugar de mejorar las instalaciones, las ha cerrado, obligando a las obreras a pagarse viviendas más insalubres aún con su escaso sueldo. El informe también documentaba cómo las trabajadoras de Taiwán eran discriminadas y se prefería contratar a inmigrantes procedentes de zonas rurales para evitar la «conflictividad laboral». Aunque Puma afirma que hay copias de su libro de estándares laborales y ambientales en la lengua de las trabajadoras, China Labor Watch declara no haber identificado jamás ningún ejemplar.

Fuentes: www.chinalaborwatch.org

Para mantener la presión sobre estas firmas aprovechando los grandes eventos deportivos, una coalición de grupos de derechos laborales y sindicatos iniciaron la campaña Juega Limpio previamente a los Juegos Olímpicos de 2004. Desde entonces, la campaña se ha mantenido activa, viviendo un momento álgido durante los Juegos de Beijing 2008.

La coalición Juega Limpio, impulsada por la Campaña Ropa Limpia internacional, la Confederación Sindical Internacional (ITUC por sus siglas en inglés) y la Federación Internacional de Trabajadores/as del Textil, la Confección y el Cuero (ITGLWF en sus siglas en inglés) mantiene que son muchos los actores que podrían posicionarse contra la explotación laboral en esta industria y que resultan insensibles a sus demandas. Las empresas de material deportivo, el Comité Olímpico Internacional (COI), los Comités Olímpicos Nacionales, deben tomar medidas activas, públicas y transparentes si quieren hacer creíbles sus declaraciones y compromisos.

En abril de 2008, la coalición Juega Limpio publicó el informe *Salvando obstáculos* que actualiza y sistematiza la información disponible sobre las condiciones de trabajo en las industrias del calzado y de la ropa deportiva. El informe se basa en un trabajo de campo realizado en China, Indonesia, India y

Tailandia, donde varias organizaciones locales, con el apoyo técnico de académicos y de la organización canadiense Maquila Solidarity Network, entrevistaron a 320 personas trabajadoras de fábricas proveedoras de las empresas Adidas, Asics, Nike, New Balance, Puma, Reebok, Yue Yuen, Russell Athletic, VF Corporation, Wilson, Fila, Lotto, Converse, Ecco, Umbro, Mitra, Diadora, Franki, Everlast, Domyos, Spalding, Mikasa, Mizuno, Rawlings y Baden.

El análisis de los casos indica que las situaciones reales de la industria es muy diferente al que los códigos de conducta y los compromisos públicos de las firmas internacionales proclaman. El informe concluye que:

- no se respeta el derecho de los trabajadores y las trabajadoras a afiliarse a sindicatos,
- el despido de dirigentes y activistas sindicales es una práctica habitual,
- las fábricas se niegan a reconocer y negociar con los sindicatos,
- en las fábricas donde las personas trabajadoras consiguen organizarse, a menudo, se reducen drásticamente los pedidos de las firmas internacionales,
- se está dando una transferencia de la producción a zonas donde



- está legalmente restringida la libertad de asociación,
- los “comités de empresa” existentes son seleccionados y promovidos por las direcciones de las empresas,
- se recurre masivamente a la utilización de contratos temporales o por obra y todas las formas de trabajo precario permitidas y no permitidas por las leyes locales.

En los últimos años, las zonas analizadas durante el trabajo de campo han registrado una ola de cierres de centros de trabajo que ha alimentado la idea de que cualquier esfuerzo por mejorar las condiciones laborales sólo puede conducir a la pérdida de puestos de trabajo.

En términos de remuneración, el informe identificaba que los salarios que se pagan son sistemáticamente inferiores a los mínimos establecidos por las leyes locales. El incumplimiento salarial convive con jornadas de trabajo de 12 o 13 horas al día y una fuerte presión para cumplir con las cuotas de producción. Las horas extraordinarias no son registradas y, en la mayor parte de las ocasiones, no son remuneradas.

Todo ello, en un clima de acoso verbal constante hacia las personas trabajadoras, fatiga extrema, exposición a productos tóxicos y violaciones graves de las normas más básicas de seguridad y salubridad en el lugar de trabajo. La mayor parte de las factorías investigadas no cumplen con los estándares que marcan los códigos de conducta de las grandes marcas pero superan las auditorías falsificando los registros y gracias a metodologías de auditoría que excluyen la participación real de las personas trabajadoras en la determinación de las condiciones laborales.

Ante las evidencias que presentaba el informe, la coalición Juega Limpio propuso a las grandes firmas internacionales la adopción de una serie de medidas destinadas a superar los obstáculos que impiden la mejora de las condiciones de las trabajadoras de la industria. Las medidas se agrupan en cuatro grandes bloques: desarrollar un clima positivo para las libertades sindicales y la negociación colectiva, eliminar la utilización de trabajo precario en las cadenas de suministro, disminuir la frecuencia y el impacto de los cierres de fábricas, y dar pasos efectivos para mejorar los ingresos de las trabajadoras, con el objetivo de que lleguen a recibir un salario digno.

En el cuadro siguiente presentamos un resumen de las respuestas de algunas grandes empresas a las propuestas más relevantes de Juega Limpio⁶.



6. Se pueden encontrar las respuestas de Lotto, Mizuno, New Balance y Pentland a www.salvando-obstaculos.org

Respuestas de las grandes firmas deportivas a las propuestas de la coalición Juega Limpio

	Adidas	Nike	Puma	Asics
Exigir a los proveedores que garanticen el derecho a organizarse a las personas trabajadoras	Incluye la libertad de asociación a su código de conducta y a sus auditorías. De difícil aplicación con un 45% de la producción localizada en China y en Vietnam.	Afirma estar explorando mecanismos para que los proveedores incluyan la libertad de asociación en sus propios códigos de conducta.	Asume que debe propiciar un clima no hostil hacia la libertad de asociación. Pero no lleva a cabo ninguna acción explícita para promoverla y la mayoría de su producción se sitúa en países donde está prohibida por ley.	No ha contestado.
Facilitar canales de denuncia y de queja accesibles a las personas trabajadoras	Existe una línea de teléfono y un código postal que deben conocer las trabajadoras de las fábricas proveedoras. Hay un equipo de trabajo de la firma que se dedica a investigar las quejas.	Está de acuerdo con la implantación progresiva de estos canales en el futuro.	Existen líneas de teléfono en los diferentes países proveedores para realizar quejas.	No ha contestado.
Exigir a los proveedores que firmen acuerdos de acceso a los centros de trabajo con los sindicatos	Se declara neutral en la relación entre empresas proveedoras y sindicatos. No se piden acuerdos de acceso que permitan a los sindicatos entrar en las fábricas de los proveedores.	Expresa que «espera que sus proveedores cumplan con la ley».	Dice que «los movimientos sindicales en los países proveedores son inmaduros» y que «es precipitado forzar su acceso a las fábricas».	No ha contestado.
Tomar un compromiso público con el pago de un salario mínimo vital	Su código de conducta dice que «los salarios son esenciales para cubrir las necesidades de las personas trabajadoras». No hay un compromiso firme con un salario mínimo vital.	Afirma que la mayoría de sus proveedores pagan salarios dignos. No hay ningún compromiso al respecto.	La empresa afirma que «no está preparada para incorporar un salario mínimo vital» como estándar obligatorio en su Código de Conducta.	No ha contestado.
Asegurar que los precios de las prendas de vestir en origen permiten el pago de un salario mínimo vital	No está dispuesta a facilitar la información para investigar cuáles deben ser estos precios.	Manifiesta estar dispuesta a iniciar conversaciones con los grupos de interés.	Dice que la empresa «no está preparada para determinar los precios y los salarios a pagar en más de 50 países».	No ha contestado.
Emprender acciones para mejorar los ingresos de las personas trabajadoras	No hay ningún compromiso tangible al respecto.	No hay ningún compromiso tangible al respecto.	No hay ningún compromiso tangible al respecto.	No ha contestado.

Fuente: www.salvando-obstaculos.org. Para más información sobre Juega Limpio se puede visitar la página web www.playfair2008.com Para más información sobre las respuestas de las firmas internacionales de ropa deportiva a las demandas de Juega Limpio puede visitar la página web www.salvando-obstaculos.org/

La ropa de las grandes superficies

Durante las últimas tres décadas, las empresas de distribución comercial se han erigido en actores determinantes en la manera de organizar la producción y el acceso de las personas a los bienes de consumo. Las visitas a los establecimientos de estas corporaciones - supermercados, hipermercados o grandes almacenes - se han convertido en una forma totalmente habitual de comprar comida, ropa, electrodomésticos, aparatos electrónicos y una larguísima lista de productos que incluye, incluso, pólizas de seguros o viajes.

Dos de las tres empresas líderes en la comercialización de alimentos en España (Carrefour y Eroski) son también distribuidoras de ropa y el grupo El Corte Inglés, cuarto operador del mercado alimentario, está al nivel de las firmas de moda más prestigiosas en distribución de ropa y calzado. La relevancia que han adquirido las grandes cadenas de distribución generalistas en el mercado global de la confección, las ha convertido en actores importantes en la definición del sistema de relaciones laborales de uno de los sectores más precarios del planeta. La Campaña Ropa Limpia publicaba a principios de junio de 2010 el informe *Pasen por caja*, sobre la situación de las trabajadoras y los trabajadores de las cadenas de suministro de ropa de Carrefour, Lidl, Aldi, Tesco y Walmart.

Las fábricas y talleres en que se confecciona la ropa que distribuyen estos monstruos empresariales tienen especial presencia en los países asiáticos que ofrecen los costes laborales más reducidos, como Bangladesh, Sri Lanka, India o Tailandia. A pesar de que las grandes empresas de distribución han adoptado códigos de conducta laborales, en los que se comprometen a respetar los derechos laborales básicos, lo cierto es que el informe de la Campaña Ropa Limpia revela que las personas que fabrican la ropa que llega a nuestros híperventas y súper, están muy lejos de disfrutar de las más básicas garantías como trabajadoras.

En las fábricas investigadas en Bangladesh, las trabajadoras debían alargar su jornada oficial para llegar a cobrar unos 34 euros mensuales (el salario base no superaba los 24 euros al mes).



La jornada real que realizaban para lograr este salario empezaba a las 8 de la mañana y terminaba a las 10 de la noche, durante los siete días de la semana. En los centros de trabajo de la India, los salarios oscilaban entre los 45 y los 53 euros mensuales, cuando la alimentación de supervivencia de una familia de 4 personas durante un mes cuesta ya 45 euros. En Sri Lanka, los salarios iban de los 33 euros a 60 euros mensuales mientras, según los cálculos de los sindicatos locales, una familia de 4 personas necesita alrededor de 78 euros al mes para vivir. Pese a que en los países donde se ha llevado a cabo la investigación se reconoce el derecho a formar parte de un sindicato, sólo en 1 de las 31 fábricas analizadas había representante sindical.

Las economías de escala que permiten que los gigantes de la distribución se presenten ante sus clientes con precios extremadamente bajos mientras consiguen beneficios desorbitados, están subsidiadas por millones de personas que trabajan en condiciones de explotación por salarios miserables. Estas condiciones se pueden imponer gracias a la situación de necesidad que viven las trabajadoras y sus familias. En tiempos de crisis, en que la mayoría de las familias del mundo recortan sus gastos, sería razonable preocuparse por el incremento de precios que podría suponer pagar un salario digno a las trabajadoras asiáticas. Sin embargo, el coste laboral representa tan sólo un 3% (como máximo) del precio de las prendas que se venden en Europa. La competitividad a la que están sometidos los fabricantes de los países empobrecidos acaba convirtiéndose en la miseria de las personas trabajadoras.

En el siguiente cuadro resumimos los compromisos que han asumido, a través de sus códigos de conducta, tres de las grandes cadenas de distribución que comercializan ropa en nuestro país.



Los códigos de conducta y la realidad de las cadenas de suministro: Carrefour, LIDL y ALDI

¿Incluyen las empresas internacionales este tema en su propio código de conducta?

¿Qué dice el código Jo-In* sobre horas de trabajo?	CARREFOUR	LIDL**	ALDI **
Cumplir las leyes vigentes o los estándares del sector (el que ofrezca más protección).	Sí	Sí	Sí
La jornada laboral semanal debe venir definida por la ley pero nunca podrá exceder las 48 horas.	No	Sí	Sí
Las personas trabajadoras deben tener al menos un día de descanso después de seis días consecutivos de trabajo y disfrutar de los días festivos y las fechas señaladas.	No	Sí	Sí
Las horas extras deben ser voluntarias, no habituales y pagadas como mínimo por lo que contemple la ley. Nunca deben exceder las 12 horas a la semana.	No	No	No
En los países donde no se regulen las horas extra, deberán pagar al menos una vez y media la paga de una hora regular.	No	No ***	No ***

¿Qué dice el código Jo-In* sobre los Derechos Sindicales?	CARREFOUR	LIDL**	ALDI **
Reconocimiento del derecho de todas las personas trabajadoras a formar parte de un sindicato.	Sí	Sí	Sí
Aproximación positiva de la empresa hacia la representación sindical y las organizaciones de trabajadores.	Sí	Sí	Sí
Prohibición explícita de persecución o intimidación para formar parte de un sindicato.	No	No	No
Facilitar a los representantes sindicales el desarrollo de sus funciones durante su jornada laboral.	No	No	No
Facilitar vías de negociación alternativas cuando los sindicatos estén prohibidos en el país de producción.	No	No	No

¿Qué dice el código Jo-In* sobre los salarios?	CARREFOUR	LIDL**	ALDI **
Reconocimiento del derecho a un salario digno, explicitando que debe poder cubrir las necesidades básicas y un margen adicional.	Sí	Sí	Sí
Respeto a las leyes del país productor o los estándares mínimos del sector.	Sí	Sí	Sí
Reconocimiento del derecho a revisar los salarios a través de la negociación colectiva.	No	No	No
Reconocimiento del derecho de las personas trabajadoras a ser informadas sobre la estructura de su nómina.	No	Sí	Sí
Prohibición de reducciones disciplinarias.	No	Sí	Sí

*Jo-In (Joint Initiative donde Corporate Accountability and Labor Rights) ha establecido un código modelo que recoge los estándares más altos planteados en el sector global de la confección.

**Tanto LIDL como ALDI forman parte del BSCI (Business Social Compliance

International), una iniciativa creada por grandes empresas para compartir conocimiento y recursos sobre Responsabilidad Social Empresarial. Como miembros del BSCI han adoptado su código de conducta modelo

***pero se menciona que hay que pagar más

¿Qué nos dice nuestra investigación sobre la realidad de los centros de trabajo?

Datos: En dos de las fábricas de Bangladesh investigadas, las trabajadoras debían alargar la jornada oficial para llegar a cobrar unos 34 euros mensuales. La jornada habitual real empezaba a las 8 am y terminaba entre las 7 y las 10 pm siete días a la semana. En ninguna de las fábricas analizadas se hacía una jornada real de menos de 60 horas. Las horas extra no quedan registradas para superar las auditorías y para no tener que pagarlas todas a las trabajadoras.

Testimonios: *“Hacemos horas extra cada día.No quedan registradas en ninguna parte. En la hoja de salario sólo ponen una o dos cada semana”.* Trabajadora de una fábrica proveedora de Tesco en Tiripur (India). *“Nos hacen trabajar de las 9 de la mañana a la 1 de la madrugada.Esto puede durar 30 días seguidos”.* Trabajadora de una fábrica proveedora de Carrefour en Tiripur (India).

¿Qué nos dice nuestra investigación sobre la realidad de los centros de trabajo?

Datos: Los cuatro países reconocen las libertades sindicales pero sólo 1 de las 31 fábricas analizadas tenía representación sindical. En Bangladesh el estado de excepción mantiene suspendida la actividad sindical desde hace años. En 2007, el ITUC registró 400 asesinatos de sindicalistas, 5000 detenciones y más de 8000 despidos debido a su actividad.

Testimonios: *“¿Hablas en serio?¿No podemos ni hablar entre nosotros dentro de la fábrica! Es impensable pronunciar la palabra sindicato”* Operario de una fábrica proveedora de Carrefour en Tiripur (India).

¿Qué nos dice nuestra investigación sobre la realidad de los centros de trabajo?

Datos: La mayoría de los 31 centros de trabajo investigados (proveedores de TESCO, WAL-MART, CARREFOUR, ALDI, LIDL o varias de estas empresas) cumplían con el salario mínimo legal. En ninguna de las fábricas el salario permitía cubrir las necesidades básicas. Las fábricas de Bangladesh pagaban un salario base de entre 17 y 24 euros mensuales. Contando las horas extra, las trabajadoras cobraban entre 21 y 34 euros. En la India los salarios oscilaban entre los 45 y los 53 euros mensuales (la alimentación básica de 4 personas durante un mes cuesta unos 45 euros). En Sri Lanka los salarios iban de los 33 euros al mes de las aprendices a los 60 euros al mes (el mínimo vital para una familia de 4 personas es de 78 euros mensuales).

Testimonio: *“Llevo siete años viviendo en una casa con 10 chicas más ... debemos dormir en pequeñas habitaciones de madera sin ventilación.Utilizo el dinero de mi salario para pagar alquiler de la habitación y la comida. Lo poco que me queda el envío a casa para pagar los estudios de mi hermana”* Trabajadora de una fábrica proveedora de Tesco, Wal-Mart y Carrefour en Sri Lanka

Más información específica sobre las grandes superficies: <http://www.cleanclothes.org/betterbargain> y en el informe Pasen por Caja (<http://www.cleanclothes.org/resources/ccp/working-conditions/cashing-in>).

3a parte. Orientaciones para el consumo

Crterios para un consumo consciente de ropa

Como consumidores y consumidoras tenemos el poder de decidir qué queremos comprar y dónde queremos comprarlo. Cuando hablamos del sector de la moda, desgraciadamente, sufrimos una limitación progresiva de la oferta. Las grandes empresas ponen en el mercado la ropa que se llevará y las opciones se concentran en unas pocas marcas a las que llegamos por cada vez menos distribuidores. Esta concentración y control del sector dificultan que podamos elegir, con total libertad, la ropa que queremos comprar y las tiendas donde hacer la compra.

Las grandes firmas del sector de la confección reducen con los costes la calidad de sus productos. Pero en la sociedad “de un solo uso” en la que vivimos no parece que importe demasiado si una prenda durará sólo una temporada. El bajo precio del producto ofrece dos estímulos a las personas consumidoras: todo el mundo lo puede adquirir, por tanto se crea una falsa sensación de bienestar, y si se estropea no hay ningún problema, porque siempre podremos adquirir uno nuevo.

Conocer de dónde proviene la ropa, cuáles son las condiciones de las trabajadoras y trabajadores que la confeccionan, qué empresas obtienen los beneficios de nuestras compras o cuál es el coste social, medioambiental y personal de consumir ropa de un solo uso y precios bajos en lugar de ropa de mayor calidad que nos dure mucho tiempo, son parte de un planteamiento responsable de consumo.

¿Tienes cinco minutos? Reflexiones antes de la compra

Antes de comprar una prenda (o cualquier otro producto) puedes preguntarte si realmente la necesitas, qué uso harás y cuáles son las mejores opciones (tipo de tejidos, durabilidad, comodidad...).

Para hacerte más fácil este proceso te facilitamos las FAQ's-CR (preguntas frecuentes para consumir responsablemente)

- ¿Necesito lo que estoy a punto de comprar?
- ¿Quiero satisfacer un deseo?
- ¿Estoy eligiendo libremente o es una compra compulsiva?
- ¿Tengo más prendas iguales?
- ¿Cuanto lo usaré?
- ¿Cuánto me durará?
- ¿Podría pedir a un amigo o familiar que me deje algo igual?
- ¿Puedo pasar sin?
- ¿Podré mantenerlo, limpiarlo o repararlo yo mismo?
- ¿He buscado información y he comparado con otras piezas?

- ¿Como me desharé del producto cuando termine de usarlo?
- ¿De qué materiales está hecho?
- ¿Hay algo que yo tenga que pueda reemplazarlo?
- ¿Me he informado de quién ha hecho el producto y de cómo lo ha hecho?

¿Qué te mueve? Usar-y-tirar o cubrir necesidades

Sea por motivos ideológicos, medioambientales o económicos, puedes apostar por:

- Comprar piezas de mayor calidad.
 - Observar bien las características de la pieza (tejido, costuras, botones, cremalleras)
 - Comparar con otras piezas de similares características
 - Optar por piezas de utilidad, pensando en la vida que puedan tener y no sólo en la satisfacción de un deseo.
- Conservarlas correctamente para alargar su vida.
 - Leer bien la etiqueta para ver las recomendaciones de conservación.
 - Evitar lavar a temperaturas muy altas y no abusar de lejías ni suavizantes.
 - Tender de manera que la ropa no se deforme, especialmente las prendas de punto.
 - Evitar la exposición prolongada al sol de las piezas de color para evitar su decoloración
 - Reparar pequeños desperfectos (cosiendo o optando por talleres de costura).

La lectura de la etiqueta no siempre es sencilla. A pesar de que la iconografía se ha mejorado para facilitar la información, los iconos de las etiquetas de ropa a menudo no son tan esclarecedoras como debería. Es conveniente saber que la etiqueta nos ofrece información sobre 5 aspectos básicos:

- lavado
- uso de la lejía
- secado
- planchado
- lavado en seco

De cada aspecto encontrarás un icono básico y las variantes de la misma. Si se puede o no planchar (indicado con una cruz de prohibición), temperatura (indicada con más o menos puntos en el interior del icono)... A continuación te ofrecemos una guía rápida de lectura, con algunos iconos estándar.

<p>Lavado Te indican cómo debe ser el lavado, la temperatura aconsejada y si es conveniente lavar la prenda a mano.</p> 	<p>Lejía Te indican si puedes usar lejía o no.</p> 
<p>Secado Te indican si la pieza puede ponerse en la secadora, y la temperatura de secado aconsejada.</p> 	<p>Planchado Indica si se puede planchar o no, la temperatura recomendada y si se aconseja o no el uso de vapor.</p> 
<p>Lavado en seco Te indica si la pieza se puede lavar en seco, si se pueden usar disolventes y cuál es la temperatura recomendable.</p> 	<p>En todos los casos, la cruz indica la recomendación de no hacerlo y los puntos en el interior del icono (.) (..) (...) El grado de temperatura del lavado, secado o planchado.</p>

Pensamiento global, acción local

El consumo de proximidad es un modelo de comercio y consumo coherente que nos ofrece una oferta especializada frente a la oferta diversificada de las grandes marcas o cadenas. Tenemos al alcance tiendas para cada tipo de ropa, que nos pueden aconsejar de manera profesional y facilitan los cambios, reparaciones o consultas postventa. Al mismo tiempo es más sostenible y socialmente más integrado.

Cuando compramos estamos colaborando económicamente en todos los procesos que han hecho posible aquel artículo: desde la trabajadora o trabajador de la fábrica subcontratada por la gran empresa, hasta la campaña publicitaria con que la marca llega al gran público.

Si creemos que nuestra acción a nivel local tiene repercusiones a escala global podemos tomar algunas decisiones que mejoren nuestro entorno más cercano a partir de las siguientes preguntas.

¿Qué tipo de comercio quieres favorecer con tu consumo?

Si apuestas por el comercio local...

→ No tienes que depender de los medios de transporte para ir a comprar, tienes al alcance la mayoría de los productos que necesitas y mejoras la vida en los barrios. Las ciudades sin comercio de proximidad son ciudades muertas. Con nuestras compras colaboramos en la supervivencia de negocios más cercanos y más humanos que los grandes centros comerciales.

→ Favorecemos la recuperación de la red social: el tendero o tendera se convierte en alguien cercano, si éste o ésta necesita

Ecotendencia: distribuidora de productos éticos y ecológicos

Entrevista a Cristina González (Noviembre de 2010)

Cristina: Hacía 10 años que trabajaba en el mundo empresarial, disfrazada de algo que no era, jugando con reglas injustas y con una vida que no me hacía feliz. Necesitaba dedicar mi tiempo a un proyecto que me hiciera vibrar y que fuera coherente con mi forma de pensar y vivir. La idea surgió hace unos 2 años, con la maternidad, y se ha concretado este julio pasado. Al inicio del proyecto estaba yo sola, pero finalmente encontré la mejor persona para acompañarme en esta aventura: mi mejor amiga Chus. De julio a noviembre hemos pasado de ser Ecotendencia.com (www.ecotendencia.com), una tienda on-line de productos éticos y ecológicos, a ser distribuidora para otras tiendas de moda ecológica, con dos marcas de ropa y zapatillas deportivas eco.

Poco a poco, el espacio de almacén se va convirtiendo en un punto de venta visible. Nuestra intención es que se convierta en una tienda en Sants, un espacio de intercambio, un espacio de encuentro para niños y familias, y llegar a ser un punto de referencia en el consumo responsable en Barcelona.

CRL: ¿Tienes conocimiento de algún otro proyecto que ofrezca hoy productos como los que ofrecéis en Ecotendencia?

Hay tiendas que tienen productos ecológicos pero actualmente no hay ningún lugar que distribuya y ofrezca exclusivamente productos que sean a la vez éticos y ecológicos. Este es un punto que tenemos muy claro: sólo queremos contar con una oferta y una alternativa reales a los productos que son necesarios en nuestra vida cotidiana.

¿Con qué productores trabaja?

Principalmente nos interesan productores locales, pero desgraciadamente en España hay muy pocos productores de productos ecológicos fuera de los alimentarios. Por este motivo no nos queda otra opción que distribuir productos franceses y alemanes.

¿Qué criterios utilizáis para determinar los productos a comercializar?

¿Qué garantías buscáis?

Cuando seleccionamos nuestro proveedor siempre:

- Buscamos un sello que garantice que se trata de un producto ecológico certificado
- Priorizamos el producto español o europeo
- En caso de que sea del sur, debe ser comercio justo
- En caso de que no esté certificado, el proveedor debe facilitar por escrito quién, dónde y en qué condiciones fabrican, para poder disponer de la trazabilidad total del producto. En ocasiones, cuando los hago esta pregunta, no me vuelven a contestar nunca más.

¿Qué dificultades estáis encontrando en el desarrollo del proyecto?

El reto es superarse este primer año y crear unas bases sólidas. Estamos contentas porque estamos teniendo muy buena acogida. Acompañamos la venta de una intensa labor de concienciación social. No vendemos un producto generalista por tanto nuestro mercado aún es pequeño. Nos gustaría contar con más apoyo por parte de las administraciones públicas para difundir las formas alternativas de consumo. Por suerte cada vez somos más colectivos y personas que trabajamos por un mundo más solidario, ecológico y justo.

servicios como reparaciones a su negocio, asesoramientos técnicos, etc, podrá recurrir a alguien también del barrio de forma que cada nuevo contacto es una nueva trama de la red local.

→ Facilitas también la «repersonalització» de la acción de consumo: conoces la persona que te atiende, te aconseja y asesora y, en la mayoría de los casos, facilita la elección.

¿A qué tipo de productor quieres favorecer?

Si apuestas por el producto de proximidad...

→ No perjudicas a las trabajadoras de las cadenas globalizadas.

No se trata de ningún boicot que pueda dejarlas sin trabajo. Estás apoyando negocios que se enfrentan a la competencia de las grandes marcas internacionales, que también dan trabajo a mucha gente y que dinamizan la economía local,

→ Apoyas a negocios de tamaño más humano y que, probablemente, no destinen gran parte de sus beneficios a inversiones especulativas,

→ Impulsas un negocio que no tiene capacidad de incidir en los poderes políticos democráticamente elegidos. Las grandes corporaciones ejercen poder político a través de sus oficinas de lobby en torno a las instituciones europeas e internacionales y promueven políticas que les favorecen y que se gestan fuera del control democrático.

¿Dispongo de algún productor artesanal, de pequeño formato o alternativo que pueda satisfacer mi necesidad?

Si apuestas por productores independientes y alternativos...

→ Apoyas un modelo de negocio transformador que permite que los trabajadores y las trabajadoras sean los que determinan sus condiciones,

→ Ayudas a demostrar que otras maneras de producir y de relacionarse con las personas trabajadoras son posibles y viables económicamente,

→ Colaboras en la supervivencia de negocios que quedan excluidos de los mercados por parte de las grandes marcas y las empresas de distribución que monopolizan la relación entre personas consumidoras y empresas o proyectos de producción.

Un ejemplo de producción alternativa que se ha gestado dentro de la red de organizaciones de la Campaña Ropa Limpia es la marca «No Chains»: Dos cooperativas en dos extremos del mundo se han unido para trabajar y luchar para promover formas de trabajo digno. La cooperativa «Dignity Returns», de Tailandia, fue formada por trabajadoras en lucha durante el proceso de cierre de la fábrica donde trabajaban. Pudieron disponer de la maquinaria y han sacado adelante un negocio autogestionado de producción de ropa de algodón. La cooperativa de trabajo «20 de diciembre» (La Alameda) está formada por personas que habían trabajado esclavizadas en talleres clandestinos de la zona de Buenos Aires, la mayoría inmigrantes procedentes de Bolivia.

Más información sobre la iniciativa en www.nochains.org

Marcelinus: Jerseys creados, tejidos y confeccionados en Olot

Entrevista a Tat Roset (Noviembre de 2010)

Tat: El taller hace 15 años que funciona, pero Marcelinus es una marca que hemos creado hace 2 años. Maria Àngels, la propietaria del taller Texpunt, junto con otros colaboradores tuvieron la idea de crearla, en base al rediseño del jersey llamado Marcelinus o Camacho muy extendido en la comarca de la Garrotxa y en honor al sindicalista Marcelino Camacho que siempre los utilizaba. El objetivo era recuperar el modelo tradicional de siempre (con un 80% de lana) y crear modelos de mujer y algunas variantes más, para llegar a más público. La reestructuración se puso en marcha en 2008 y yo coordino el proyecto en cuanto a los asuntos comerciales y de distribución. El primer año, hicimos un lanzamiento con 120 piezas, y al año siguiente se siguió con una producción de 1200 piezas. La distribuimos principalmente en Girona y Barcelona y a través de la tienda en línea www.marcelinus.cat

CRL: ¿A qué tipo de tiendas se distribuye el producto?

Básicamente establecimientos pequeños que tienen productos multimarca. Suelen ser tiendas donde la persona propietaria se quiere comprometer y está interesada en el valor añadido del producto. Los comerciantes encuentran en Marcelinus el valor de ser un producto 100% local, ya que todo el proceso productivo (diseño, tejido y producción) se realiza en Olot. Asimismo, recuperamos la tradición textil de Olot y creamos un nuevo formato del jersey tradicional en la comarca. Con la nueva reestructuración de la empresa se pretende estabilizar el puesto de trabajo de mujeres de más de 40 años, para las que sería inviable su incorporación en el mundo laboral, ya que siempre han trabajado en el sector textil que prácticamente se ha extinguido en esta zona. Además, el proyecto dedicará el 50% del resto de los beneficios a un proyecto ambiental o social.

¿Cómo se enfrentan a la competencia de los otros formatos?

Al propietario del pequeño comercio le debe interesar el valor añadido del producto que

ofrecemos porque, obviamente si no se tiene en cuenta este valor, tenemos mucho perdido frente a las otras marcas que juegan dentro del sistema de producción global, basado en el mínimo coste máximo beneficio.

¿Dónde producís? ¿Con qué medios?

Se hace íntegramente en la comarca de La Garrotxa, se teje en Olot en una de las únicas tejedurías que quedan. La confección y el diseño se hace en el taller de Texpunt. En cuanto a los medios, contamos básicamente con: la tejedora, las máquinas de coser, las remalladoras, las overlock, la plancha ... Si esporádicamente necesitamos algo más (bordados, etiquetas, hilo ...) siempre lo podemos pedir a otros talleres que hay en la comarca.

¿Qué herramientas tiene para daros a conocer?

Pues visito personalmente las tiendas para presentar el proyecto. A veces encuentras quien se interesa mucho por el proyecto y se compromete desde el primer momento, y otros no muestran interés por el producto o su valor añadido. También nos damos a conocer a través de nuestra página web www.marcelinus.cat, y los medios de comunicación a través de entrevistas que nos han hecho para programas como *Els matins de TV3*, *Todo es posible* de RAC1... para artículos en *El punt diari* o en *La Vanguardia*...

¿Qué perfil cree que tienen sus clientes?

Pues los clientes, al igual que los comerciantes, son básicamente personas que sea por motivos éticos o por la gracia de volver a llevar el tradicional jersey Marcelinus, se interesan por el proyecto.

¿Cuáles son las principales dificultades que encuentra en el proceso de producción?

Básicamente, el precio de las materias primas. Muchas de ellas, como la lana y algunas telas, han dejado de producir aquí y se importan de otros países. En efecto, conseguir estas materias producidas en nuestro país es bastante costoso. Hay que decir que no hemos tenido demasiados problemas más porque el taller Texpunt cuenta con una gran experiencia en la producción textil.

El poder de las redes

Todas las personas formamos parte de más de una red social. Familia, trabajo o amigos pueden ser espacios de intercambio de muchos productos, también de ropa. Cuando una pieza ya no nos sirve (porque nos ha quedado pequeña, no la usaremos más...) hay que valorar si puede ser de utilidad a alguien. Estas redes permiten el intercambio, por lo que hay bidireccionalidad: no sólo podemos ofrecer lo que no queremos, sino que también podemos encontrar lo que necesitamos. Optar por compartir ropa o calzado nos permite dar una nueva vida a una pieza que ya no utilizamos, ampliar el armario con piezas nuevas que no teníamos hasta ahora o encontrar lo que buscábamos sin necesidad de comprarlo.

Recurrir a tu red personal tiene muchas ventajas:

→ Fácil acceso. Está realmente cerca: familia, amistades, colegas de trabajo.

→ A nuestro gusto. Por coincidencia de intereses.

→ Durante el tiempo que queramos. Podemos intercambiar para siempre o temporalmente, para una ocasión especial.

→ ¿Vamos a medias? Compartir costes y el producto adquirido, puede ser una buena opción para no tener que romper la hucha.

Acudir a la red personal es habitual con la ropa y el calzado infantil, pero no tanto con los adultos. Parece que la ropa nos define y que necesitamos tener la exclusividad de la pieza que elegimos.

Pero si ves la opción de compartir como una ampliación de los recursos, ¡seguro que sales ganando! Puedes ampliar las posibilidades acudiendo u organizando mercados de intercambio. Se trata de espacios donde se pueden cambiar utensilios o prendas que no se utilizan (y están en buen estado) por otros que nos puedan ser útiles.

→ No son tan cercanos como la familia pero los tienes a tu alcance.

→ Más diversidad. Amplias el radio de búsqueda entrando en contacto con personas diversas.

→ Especializados, o no. Hay mercados abiertos donde puedes encontrar una gran variedad de productos pero quizás es más difícil encontrar la ropa que buscas. Hay sin embargo, algunos especializados donde puedes encontrar o llevar prendas específicas como por ejemplo ropa de deporte o montaña.

→ Hazlo tu mismo. Si no conoces ningún mercado, o no encuentras lo que quieres, siempre puedes iniciar uno: en la escuela de tus hijos, en el centro cívico del barrio, en una organización a la que perteneces ...

→ Iniciar o participar en un mercado de intercambio es una manera enriquecedora de contribuir a la red, y de ofrecer posibilidades.

Productos con muchas vidas

Además de permitir un cambio de vida a las prendas, podemos alargar su función. Las tiendas y empresas que se dedican a

Aixovar: producción tradicional y ecológica de ropa de hogar

Entrevista a Rosa Escalé i Bosch (Diciembre de 2010)

Rosa: Hace 3 años que se fundó l'Aixovar (www.aixovar.cat).

Para poner en marcha el proyecto he aplicado todos los conocimientos aprendidos durante mi trayectoria dentro del mundo del textil. Trabajé desde los 14 años hasta los 50 años en la industria textil local, y en el sector algodonero español y europeo. Los últimos años fui responsable de colecciones y diseño de producto para la empresa en la que trabajaba. Pero cuando las empresas empezaron a deslocalizar gran parte nuestra industria, decidí renunciar a mi puesto de trabajo para reconstruir un proyecto que, de alguna manera, recuperara la tradición textil de nuestro país.

Después de 3 años, todas las personas que trabajamos en l'Aixovar, lo hacemos desde la cooperación. Aportamos al proyecto nuestra fuerza de trabajo y nuestra energía sin obtener ningún tipo de ganancia. Si no fuera así sería inviable seguir con la iniciativa. Personalmente, para poder hacer frente a la dedicación que necesita el proyecto y a la vez obtener el dinero necesario para mi subsistencia, trabajo de lunes a viernes a l'Aixovar, y los fines de semana como sustituta en una fábrica textil de una gran marca. Más adelante espero poder dar un paso y poder vivir del proyecto.

CRL: ¿Qué valor añadido ofrece la empresa?

El producto que ofrecemos es muy bueno, tiene una calidad altísima. Todos nuestros productos están realizados en la comarca del Bages y durante su producción respetamos el tratamiento tradicional de la fibra de algodón. Los productos respetan el medio ambiente y nuestras pieles. Porque es tan importante para nuestra salud comer productos que sean lo más naturales posible como utilizar productos para el descanso y la higiene que sean tratados de forma natural y no tengan componentes dañinos.

Además de los beneficios que conlleva la producción de tejidos de forma natural, hay que mencionar la importancia que tiene para

nosotros la recuperación de la cultura algodonera y textil que ha caracterizado durante tantos años Cataluña. Consideramos que puede ser una herramienta de creación de economía real para nuestro país.

¿Qué dificultades encuentra en la producción?

El problema principal es que los materiales imprescindibles para la elaboración del producto no se encuentran dentro del mercado español y, salvo en contadas ocasiones, tampoco en Europa. Esto es debido a la especulación y deslocalización, no tanto de las materias sino del mismo hilo. Cada vez es más complicado acceder a la compra de materiales en cantidades "pequeñas".

¿A qué dificultad hay que hacer frente para distribuir y comercializar?

Obviamente la competitividad de precios y la producción masiva. Estas dos realidades dificultan bastante la comercialización. A las tiendas no les interesa mucho la calidad del producto ni la forma en que ha sido confeccionado. Lo que interesa es el bajo coste y que sea a la vez un producto de moda y de fácil comercialización. Evidentemente nuestro producto no reúne ninguno de estos requisitos.

¿Cuál es el perfil de su clientela?

Está formada por gente que valora la calidad y la manera en que se produce. Vendemos a partir de encuentros informales que organizamos nosotras mismas y, al mismo tiempo, comercializamos en algunas tiendas interesadas en un consumo alternativo y con ganas de promover alternativas. También participamos en ferias de ecoconsumo.

¿Dónde se produce? ¿Con qué medios?

Todo se produce en las comarcas del Bages y del Vallès. La confección es sencilla y casera y pretende seguir siéndolo en el futuro.

Lupita

Cuando salió de su Bolivia natal, no llevaba más equipaje que su fardo de colores en la espalda. Con sus dos hijos pequeños, aquella mujer menuda y de ojos vivos emprendió el largo viaje que debía llevar desde La Paz hasta Buenos Aires, para encontrar trabajo en el sector de la confección. No podía imaginarse las condiciones en las que debería vivir y trabajar. Se pasó meses encadenada a una máquina de coser, para que no parara de producir. No había descanso, no había posibilidad de salir de allí. ¿Este era el futuro que le esperaba en Argentina? No lo podía creer. Entonces fue cuando conoció la cooperativa.

“La cooperativa es chiquita pero está llena de ilusión y ganas, ¡como yo!” Cuenta Lupita a la periodista que le hace la entrevista. ¡La emoción se puede leer en su cara! Un lugar, una gente, un espacio para poder hacer oír su voz y la de otras tantas trabajadoras que como ella han vivido y aún viven en situación de explotación. “Cuando conocí a la gente de la cooperativa, sentí que un nuevo camino se abría frente a mí. No dudé ni un minuto en unirme a ellos y a ellas. Los compañeros y compañeras son todos gente humilde, y trabajamos sin mucha plata. Esa era la idea: cambiar las cosas desde la base, desde las personas, sin esperar a que los que andan por ahí arriba vengán a arreglar nuestros problemas. Somos pueblo para el pueblo, y creemos en el cambio”. Pero aquí - le dice la periodista- vive usted de forma realmente humilde, cuando en Bolivia tenía un trabajo y la casita de su familia.

Lupita mira a la periodista con una mirada dulce y le dice: ¿qué significa para usted humilde? ¿Pobre? Nadie deja su tierra por nada. La venta ambulante no era un trabajo que nos permitiera salir adelante, y en la casa de mis papás ya no había sitio para nadie más. Yo, como muchos otros, buscaba un futuro mejor. Quizá las oportunidades no las encuentre una a la primera de cambio. Mi primer tiempo acá no fue nada fácil, pero la vida siempre pone cosas buenas frente a ti. Puedes agarrarte o dejarlas pasar. Yo me agarré a la dignidad de un proyecto de grupo. Prefiero dejar un mundo mejor para mis hijos a dejarles un trabajo que los haga vivir arrodillados. ¿Le suena?



recoger ropa de segunda mano, se encargan de revisar las piezas para volver a ponerlas a la venta. En muchos casos las personas que ponen a punto las piezas de ropa para volver a comercializarlas forman parte de proyectos de inserción socio-laboral.

Un ejemplo es el programa Ropa Amiga, un proyecto de inserción laboral mediante la reutilización de ropa en buen estado en Cataluña. Se trata de un proyecto promovido por varias entidades de interés social. A título personal, tanto puedes depositar la ropa que no usas los contenedores naranjas repartidos por todo el territorio como comprar la ropa que necesitas en sus tiendas.

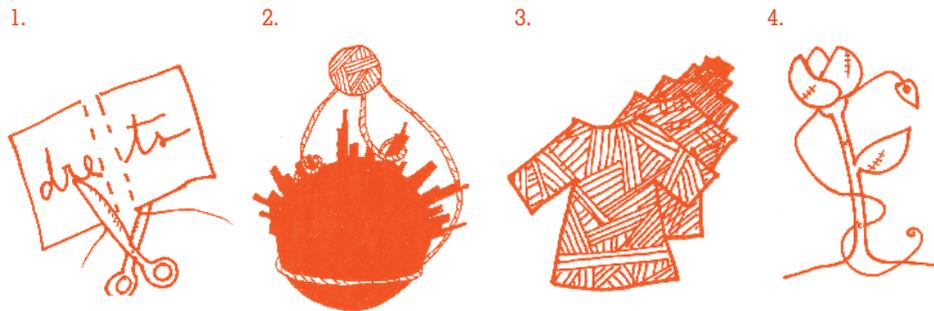
<http://es.robaamiga.cat>

Muévete y exige

Para ejercer un consumo crítico hay que estar informados e informadas. Si crees que un cambio en los hábitos de consumo es necesario para cambiar el modelo, da un paso más: pide información, lee, pregunta, ¡pasa a la acción!

En primer lugar toma conciencia de que lo que afecta a los demás también te afecta a ti:

- 1. Recortes en derechos laborales: la precariedad en el sur se convierte en precariedad global
- 2. Monopolización de la distribución: cada vez menos empresas controlan nuestro acceso a la ropa.
- 3. Limitación de la libertad de elección: la monopolización de la moda lleva a la imposición de unas tendencias uniformes en todo el mundo.
- 4. Consecuencias medioambientales: hay países donde se utilizan sustancias y procedimientos de producción que están prohibidos aquí.



En segundo lugar, además de incorporar criterios de consumo coherentes con lo que piensas y pequeños cambios en tu vida, toma conciencia de la importancia de tu acción sumada a las de las otras personas. A continuación te ofrecemos algunas propuestas.



¿Qué puedes hacer individualmente?

- Apoya campañas y acciones puntuales de presión y denuncia. Puedes seguir las Acciones Urgentes de la Campaña Ropa Limpia. Inscríbete en la lista de ciber-activistas en www.ropalimpia.org
- Interésate por la responsabilidad de las empresas productoras. Puedes encontrar información en publicaciones como ésta o en la página web de las campañas de defensa de los derechos laborales.
- Pide información a las empresas para demostrar que las personas consumidoras estamos preocupadas por el origen de sus productos. Haz reclamaciones cuando las etiquetas no reflejen dónde han sido confeccionadas las prendas.
- Pide a los establecimientos comerciales cuál es la procedencia de las piezas. Hay muchas empresas internacionales de las que no disponemos de información sistematizada. Como persona consumidora tienes derecho a interesarte por las medidas que adoptan las firmas que te venden la ropa. Te proponemos que pidas más datos y transparencia a través de correos electrónicos como este y que nos transmitas las respuestas que recibas en info@ropalimpia.org:

Estimados/as Sres/Sras,

A través de la Campaña Ropa Limpia he conocido la dura realidad que viven millones de personas que trabajan en la industria de la confección en todo el mundo. Como consumidor/a puntual de sus productos me gustaría saber que hace [nombre de la marca] para evitar situaciones de explotación laboral y para mejorar las condiciones de vida de las personas trabajadoras implicadas en su cadena de producción.

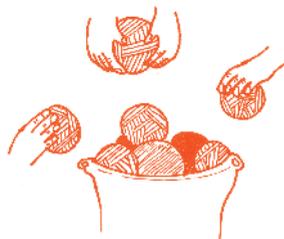
En este sentido, les quisiera transmitir las siguientes preguntas:

- *¿Dispone [nombre de la marca] de un código de conducta?*
- *¿Exige el código de conducta el respeto a los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo?*
- *¿Cuántos proveedores tienen? ¿En qué países?*
- *¿Se exige a todos los proveedores que firmen el código de conducta corporativo?*
- *¿Qué medidas toma la empresa en caso de detectar que una fábrica proveedora no cumple puntos básicos del código de conducta?*

- ¿Cómo publica su empresa las medidas que se toman?
 - ¿Tienen proveedores en países donde no están garantizadas las libertades sindicales?
 - ¿Qué hace su empresa para promover la organización de las trabajadoras?
 - ¿Qué medidas han emprendido para mejorar la remuneración de las trabajadoras de su cadena de producción?
 - ¿Han considerado la posibilidad de establecer un salario mínimo que permita a las trabajadoras cubrir sus necesidades dignamente?
- Espero con impaciencia sus respuestas.

Gracias por adelantado,

[Firma]



¿Qué puedes hacer colectivamente?

→ Forma un grupo de activistas en tu universidad, en tu barrio o en tu ciudad. Si formas parte de una asociación, organización o colectivo, adhiérete a la red de la CRL y ayúdanos a difundir las denuncias y de las acciones urgentes.

Algunos colectivos que apoyan la CRL y realizan acciones de denuncia: el grupo de cooperación internacional de la Fundación Autónoma Solidaria, el grupo de voluntarios y voluntarias de Ingeniería Sin Fronteras de la UPC, la Fundación URV Solidaria ...

→ Participa en un grupo que ya exista. Hay grupos vinculados a ONG's y sindicatos en muchas ciudades europeas. Algunos grupos activos que pueden estar muy cerca:

- grupo CRL de SETEM- Catalunya, delegación de Manresa de SETEM- Catalunya, Red Euskadi-CRL, grupo de activistas de SETEM-Nafarroa, grupo de teatro de calle de SETEM- Comunidad Valenciana ...
- Y a nivel europeo hay grupos de acción en 15 países.

→ Colabora con las plataformas que se encargan de investigar las empresas. Ofrece tu tiempo para investigar desde tu ordenador.

→ Escribe a info@ropalimpia.org

Las campañas de denuncia: Campaña Ropa Limpia

La Campaña Ropa Limpia (CRL) es una iniciativa que busca unir los esfuerzos de ONG, sindicatos, organizaciones feministas y organizaciones de personas consumidoras, para mejorar las condiciones de vida y de trabajo de las personas que intervienen en las cadenas de suministro de la industria global de la confección. Hay "Campaña Ropa Limpia" en 14 países europeos y, en cada uno, una plataforma de organizaciones que la apoya y la impulsa. Las diferentes campañas se coordinan en reuniones internacionales que se celebran cada 3 meses y cuentan con una red de más de 250 organizaciones amigas repartidas por todo el mundo, mayoritariamente organizaciones de trabajadores y sindicatos pero también investigadores e investigadoras independientes.

La CRL nació en 1989 en los Países Bajos tras la constatación, por parte de ONG y de organizaciones feministas, de las pésimas condiciones laborales de las trabajadoras de la confección de países como Indonesia, Malasia o Filipinas. Jornadas de entre 12 y 16 horas diarias, salarios de miseria, represión y persecución sindical y todo tipo de abusos, motivaron a estos colectivos a dirigirse a las marcas internacionales que habían deslocalizado su producción en aquellos países para exigir responsabilidades y para denunciar las injusticias que se escondían (y se esconden) detrás de la ropa que luce en los escaparates de las ciudades ricas de Europa.

Desde entonces, la solidaridad con los colectivos de trabajadoras y trabajadores, la relación con confederaciones sindicales internacionales y las sucesivas acciones de protesta dirigidas a las firmas internacionales han forjado unas líneas de trabajo caracterizadas por la multiplicidad de actores, la complementariedad entre ellos y la flexibilidad en las metodologías de trabajo. En España, la CRL es coordinada por SETEM desde el año 1997.

Las acciones urgentes

Hoy, la red de la CRL apoya, a través de las Acciones Urgentes, a las luchas de colectivos de trabajadoras que sufren represión, presiones, despidos y abusos de todo tipo por el hecho de organizarse. No serán las campañas internacionales y los grupos de activistas de Europa los que "muestren los derechos laborales" a los países del sur. El deterioro de la capacidad de negociación de la clase trabajadora es global y desde la CRL, dando apoyo a las luchas concretas, intentamos conseguir éxitos puntuales



que crean lazos entre activistas y personas luchadoras de ambos extremos de la cadena de producción.

Mediante la participación en las acciones urgentes puedes ayudar a ejercer presión sobre las marcas, los proveedores y los gobiernos que tienen la capacidad y la responsabilidad de respetar estos derechos laborales y humanos.

Si los abusos denunciados se producen en la cadena de suministro de una gran firma, pedimos a esta empresa que exija cambios a su proveedor para resolver la situación de forma satisfactoria para las personas trabajadoras sin cortar la relación comercial.

Para hacer efectiva la presión sobre las firmas internacionales, convocamos envíos masivos de correos electrónicos a través de nuestra web, envíos de postales o de correos electrónicos, acciones de calle ante las tiendas o acciones mediáticas y de denuncia con el objetivo de dar a conocer la situación concreta denunciada.

El objetivo final de las acciones no es cambiar el sistema de relaciones laborales sino hacer efectiva la solidaridad internacional para intentar garantizar que los trabajadores y trabajadoras que se organizan para defender sus derechos no son represaliados. Cada victoria de estas obreras es fuente de inspiración para colectivos y sindicatos que luchan día a día contra la explotación.

Puedes encontrar las AU impulsadas por la CRL en el Estado español en <http://www.ropalimpia.org/acciones.php>



Bibliografía

- Campaña Ropa Limpia (2010): *Pasen por caja. Las superficies y las condiciones laborales en la industria de la confección*. SETEM. <www.ropalimpia.org/documentos/publicaciones/pasen-por-cajacast.pdf>
- Centro Nuovo Modello di Sviluppo (2006): *Guida al vestire critico*. Coop SERVIS: Bologna.
- Clean Clothes Campaign (2009): *Full Package Approach to Labour Codes of Conduct Four major steps companies can take to ensure their products are made under humane conditions*. Disponible a <<http://www.cleanclothes.org/resources/ccc/corporate-accountability/full-package-approach-to-labour-codes-of-conduct>>
- Connor, Tim; Dent, Kelly (2006): *Fuera de juego, Derechos laborales i producción de ropa deportiva en Asia*. Oxfam Internacional.
- Crabbé, Carole; De Koninck, Frieda; Caudron, Jean Marc (2009): *Nous voulons des vêtements propres! Campagne Vêtements Propres asb i Schone Kleren Campagne*. <http://www.vetements-propres.be/doc/brochure_FR%5Bfinal%5D.pdf>
- Hernández Zubizarreta, Juan (2009): *El negocio de la responsabilidad: crítica de la responsabilidad social corporativa de las empresas transnacionales*. Icaria: Barcelona.
- Maher, Samantha (2010): *Taking Liberties: the story behind the UK high street*. Labor behind the label i War on Want. <<http://www.labourbehindthelabel.org/campaigns/item/download/109>>
- Merk, Jeroen (2008a): *Tejiendo Salarios Dignos en el Mundo*. Federación SETEM: Barcelona. Disponible a <<http://ropalimpia.org/documentos/publicaciones/SDW-ESP-baja.pdf>>
- Merk, Jeroen (2008b): *The Structural Crisis of Labour Flexibility: Strategies and Prospects for Transnational Labour Organising in the Garment and Sportswear Industries*. Clean Clothes Campaign International Secretariat: Amsterdam.
- Red de Solidaridad de la Maquila (2008): *Salvando Obstáculos: Pasos para mejorar las condiciones de trabajo y los salarios en la industria mundial de artículos deportivos*. Juega Limpio 2008.
- Sluiter, Liesbeth (2010): *Clean Clothes. A Global Movement to End Sweatshops*. Pluto Press: Londres.

Webs de interés

Las páginas de la Campaña Ropa Limpia

→ <http://www.ropalimpia.org>

Página web de la Campaña Ropa Limpia en España.

→ <http://robaneta.wordpress.com>

Blog de la Campaña Ropa Limpia en Cataluña.

→ <http://www.cleanclothes.org>

Página web de la Campaña Ropa Limpia internacional.

Información sobre firmas de ropa deportiva

→ <http://www.clearingthehurdles.org>

Clearing the hurdles es una página que recoge las respuestas que las marcas de ropa deportiva dieron a las organizaciones miembros de la campaña Play Fair 2008.

→ <http://www.playfair2008.org>

La coalición Play Fair aprovecha las citas olímpicas para recordar a las marcas de ropa deportiva las situaciones a su cadena de suministro.

→ <http://www.teamsweat.org/>

Teamsweat es una coalición internacional de consumidores y consumidoras y de personas trabajadoras que lucha contra las injusticias en la cadena de suministros de Nike.

Otras campañas, movimientos y organizaciones internacionales

→ <http://es.maquilasolidarity.org/>

Red de Solidaridad de la Maquila (Canadá, México).

→ <http://www.laborrights.org/>

International Labor Rights Forum (EEUU).

→ <http://www.itglwf.org>

Federación Internacional de Trabajadores/as del Textil, la Confección y el Cuero (ITGLWF).

→ <http://www.clb.org.hk/en/>

China Labor Bulletin.

→ <http://www.asiafloorwage.org/>

Asia Floor Wage Campaign. Campaña Internacional para establecer un salario mínimo vital en Asia.

La Campaña Ropa Limpia (CCC por sus siglas en inglés), es una red internacional de ONGs, sindicatos y organizaciones de personas consumidoras que, desde principios de los 90, denuncian las condiciones laborales que sufren las obreras y los obreros de la confección. Actualmente la Campaña está presente en 14 países europeos y trabaja con más de 250 organizaciones de los principales países productores de ropa para la industria global de la moda. En el Estado español, la Campaña Ropa Limpia está en marcha desde 1997 liderada por la Federación de ONGs SETEM.

Campaña Ropa Limpia



Clean Clothes Campaign

Setem

Con el apoyo de:

 Generalitat de Catalunya
Departament de la Presidència

 Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament

