

**Campaña
Ropa Limpia**



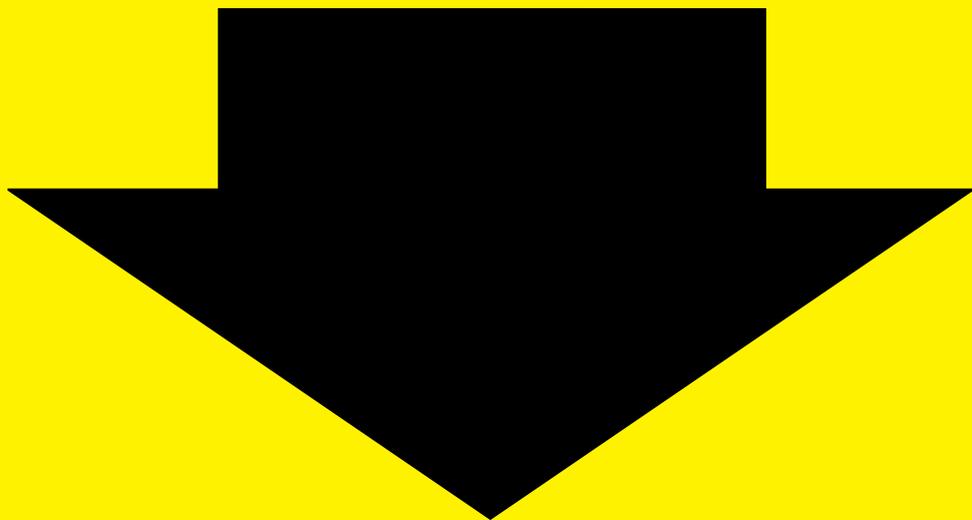
Clean Clothes
Campaign

coordina:

Setem

**LAS GRANDES
SUPERFICIES Y LAS
CONDICIONES DE TRABAJO
EN LA INDUSTRIA DE LA
CONFECIÓN**

PASEN POR CAJA



1

INTRODUCCIÓN

años y un contexto de recesión económica que acentúa la competencia por precio hace prever que estas cadenas incrementarán sus cuotas de mercado sensiblemente en los próximos periodos. En Europa, las cadenas de superdescuento mantenían una cuota de mercado del 17,6% en 2008 y se calcula que alcanzarán el 20% en 2012. La presencia de estas cadenas en los Estados Unidos también está creciendo considerablemente. Aldi abrió 100 nuevas tiendas en 2008 y en estos momentos ha superado los 1000 establecimientos y los 15 millones de clientes mensuales en los EEUU³.

Estas empresas globales son un importantísimo agente de comercio internacional y han transformado los canales de exportación e importación en todo el mundo. En el capítulo 2 presentamos las cinco empresas que se analizan en este informe: Wal-Mart, Carrefour, Tesco, Aldi

CARREFOUR, MERCADONA Y EROSKI CONCENTRAN UN 40 % DE LA CUOTA DE MERCADO, Y DOS DE ESTAS EMPRESAS SON TAMBIÉN DISTRIBUIDORAS DE PRODUCTOS TEXTILES

y Lidl. Ofrecemos algunos datos que sitúan su importancia como actores económicos y comerciales en el sector de la confección. Ya en 2005, las grandes superficies vendieron alrededor de 54.000 millones de euros en ropa y calzado, alrededor del 6% del total de las ventas de todo el mundo⁴.

El Estado español sigue la misma tendencia. Si en 1980 había cinco hipermercados, en 2006 se cuentan 359, con una superficie media de venta al público de 8.000 metros cuadrados. Se cuentan también 6.632 supermercados con 870 metros cuadrados de superficie de venta media⁵. Las tres empresas líderes en la comercialización de alimentación (Carrefour, Mercadona y Eroski) concentran cerca del 40% de la cuota de mercado. Dos de ellas son también distribuidoras de productos textiles y de ropa. El grupo El Corte Inglés (el cuarto operador en el mercado de la alimentación) está situado cerca de las grandes firmas de moda como distribuidor de calzado y vestido. Aldi y Lidl, empresas que se analizan en este informe tienen una presencia cada vez más importante en los mercados españoles.

El creciente volumen de negocio de las grandes cadenas de distribución en el campo de la ropa y el calzado, las convierte en actores relevantes en la definición del sistema de relaciones laborales del sector de la confección. Según altos responsables de Aldi, “es una de las mayores preocupaciones de la empresa que los productos estén fabricados en unas condiciones laborales decentes”⁶. Una afirmación del jefe ejecutivo de Wal-Mart, Lee Scott, no deja lugar a dudas: “En Wal-Mart estamos comprometidos con una forma de trabajar guiada por la ética y la responsabilidad, usando nuestros recursos para crear cambios positivos”⁷. El responsable de Tesco, Sir Terry Leahy, también ha apelado a compromisos parecidos: “La responsabilidad empresarial no es un tema adicional o tangencial, es una parte esencial para nuestra supervivencia como compañía responsable”⁸.

En las últimas décadas, un número cada vez menor de empresas controla nuestro acceso al consumo cotidiano. Las visitas a los establecimientos de estas compañías transnacionales – los supermercados, grandes almacenes o grandes superficies – se han convertido en la forma más natural de adquirir comida, ropa, electrodomésticos, aparatos electrónicos y una larguísima lista de productos que incluye hasta pólizas de seguro o viajes.

La mayor empresa del planeta es una gran cadena estadounidense de distribución y de venta al detalle. Los establecimientos Wal-Mart reciben cada semana 175 millones de clientes y registraron una facturación en 2007 de 253.000 millones de euros¹. Su competidor europeo es Carrefour que cada día atiende a 25 millones de clientes². La británica Tesco recibe 30 millones de compradores y compradoras a la semana. Estas tres empresas, presentes en 43 países de cuatro continentes, se han convertido en líderes indiscutibles en el mercado alimentario y tienen una posición privilegiada en el de la confección y los productos textiles.

Tras estos tres primeros operadores encontramos las cadenas de “supermercados de descuento” especializadas en la comercialización de productos de bajo coste. Lidl y Aldi son las más grandes y las de mayor implantación internacional. El éxito de estas cadenas radica en el aprovechamiento de la economía de escala comprando cantidades enormes de producto y vendiéndolo al precio más bajo posible. El fuerte crecimiento de volumen de negocio registrado por estas cadenas en los últimos

La Campaña Ropa Limpia es una coalición internacional de organizaciones no gubernamentales, sindicatos y organizaciones de personas consumidoras que denuncia las condiciones laborales de las trabajadoras y los trabajadores de la industria de la confección.

En el Estado español está coordinada por Setem
www.setem.org
www.ropalimpia.org / info@ropalimpia.org

Creative Commons



Basado en el informe Cashing In: Giant Retailers, Purchasing Practices, and Working Conditions in the Garment Industry, escrito por Martin Hearson y coordinado por Nina Ascoly y Jeroen Merk.

Coordinación del trabajo de campo: Esther de Haan

Organizaciones y personas colaboradoras:
Bangladesh: Korshed Alam, de Alternative Movement for Resources and Freedom Society; India: Centre for Education and Communication and Suhasini Singh, Civedep-India, Bangalore; Sri Lanka: Free Trade Zones & General Services Employees Union; Tailandia: Sripai Nonsee of the Asia Pacific Workers Solidarity Links

Edición en castellano: Albert Sales i Campos
Con la colaboración de: Uwe Schneider y Oriol Sales
Diseño: Pau de Riba

En el capítulo 3 analizamos qué significan estas declaraciones y cómo se materializan estos compromisos. Todos los gigantes de la distribución han firmado declaraciones en las que prometen el cumplimiento de ciertos estándares laborales en la manufactura de sus productos, garantizando que los trabajadores y las trabajadoras de su cadena de suministro gozan de unas condiciones laborales aceptables. Todas estas empresas forman parte de iniciativas que afirman trabajar para la mejora de los

EL ÉXITO DE EMPRESAS COMO ALDI Y LDL RADICA EN PRODUCIR CANTIDADES INMENSAS A UN PRECIO LO MÁS BAJO POSIBLE

mecanismos de implementación de estos estándares laborales y gastan millones de euros cada año en la mejora de la “ética empresarial” y en la inspección y auditoría de sus fábricas. Pese a todo, no es ningún secreto que en la fabricación de muchos de sus productos las condiciones laborales son inaceptables y que se violan sistemáticamente los estándares que las mismas empresas transnacionales establecen en sus compromisos y sus iniciativas de ética empresarial. Además, las grandes cadenas de distribución han recibido también fuertes críticas por las condiciones laborales de los trabajadores y las trabajadoras del sector de la venta al público.

Desde el punto de vista de las personas que trabajan en las industrias que abastecen a las grandes cadenas, las perspectivas de mejora son muy escasas. Los salarios están estancados a niveles que no permiten una vida digna a las personas trabajadoras ni a sus familias, los horarios son imprevisibles y extenuantes y las horas extra se pagan mal o no se pagan, se abandona la utilización de los contratos indefinidos por la de contratos temporales, y se reproducen las historias personales de acoso verbal, físico y sexual. Aunque muchos países recogen en sus ordenamientos legales el derecho a formar parte de un sindicato, las prácticas anti-sindicales de gobiernos y empresas dejan a grandes bolsas de trabajadoras y de trabajadores sin ninguna protección. Y las mujeres, que forman la mayoría de la fuerza de trabajo del sector, son las más vulnerables a todos estos abusos.

En los capítulos 4 al 8 presentamos los resultados de la investigación que llevamos a cabo durante el 2008. Nuestros equipos entrevistaron a 440 trabajadores y trabajadoras de 30 fábricas proveedoras de Lidl, Aldi, Tesco, Wal-Mart y Carrefour. Los investigadores se encontraron con los obreros y las obreras fuera del entorno de la fábrica, a menudo en sus casas. En la mayoría de los casos llevó cierto tiempo ganarse la confianza de los entrevistados y las entrevistadas y conseguir que explicaran con la mayor veracidad posible sus condiciones de trabajo. Para proteger sus identidades, los nombres que aparecen en este informe han sido modificados. Además de estas entrevistas individuales, se realizaron discusiones en grupos de trabajadores y trabajadoras y entrevistas con miembros de ONG locales y de responsables de la industria. También se mantuvieron conversaciones con cinco

empleados que dependían directamente de una empresa de distribución, seis agentes de compras independientes, doce directores de fábrica y dos consultores en responsabilidad empresarial⁹.

En el informe vamos más allá de la denuncia de las condiciones laborales del sector de la confección. Aunque las condiciones en las que viven las trabajadoras que fabrican para las grandes cadenas transnacionales son indignantes por sí mismas, en el capítulo 7 presentamos cómo los mismos gigantes de la distribución minan cualquier posibilidad de mejora. El día a día de su relación con los proveedores, la presión que ejercen para conseguir precios más baratos, plazos de entrega más cortos y cantidades de producción más grandes, está en la raíz de las violaciones de los derechos laborales y las convierten en hechos inevitables.

Las economías de escala que permiten que los gigantes de la distribución se presenten ante sus clientes con precios extremadamente bajos mientras consiguen beneficios exorbitantes 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 los trabajadores y las trabajadoras y sus familias. En tiempos de crisis, en los que la mayoría de las familias del mundo recortan sus gastos, las cadenas de distribución mantienen sus beneficios a costa de los subsidios que provienen de los obreros y obreras que fabrican sus productos.

2

LOS GIGANTES DE LA DISTRIBUCIÓN

Las grandes cadenas minoristas como Wal-Mart, Tesco, Carrefour, Lidl y Aldi se han convertido en actores muy relevantes en la venta de ropa y productos textiles. En el Reino Unido, por ejemplo, más de una cuarta parte de toda la ropa se compra en supermercados o hipermercados¹⁰. Una de cada dos personas consumidoras alemanas compra la ropa en cadenas de descuento como Aldi o Lidl¹¹. Y Carrefour se ha convertido en el cuarto comercializador de ropa más importante de Europa¹².

Las grandes superficies aumentan su cuota de mercado progresivamente en todos los sectores y, por supuesto, también en el de la confección y los productos textiles. Pero estas empresas tienen características que las diferencia de las empresas de ropa convencionales. Su crecimiento ha generado fuertes controversias.

En primer lugar, su volumen de negocio es sustancialmente mayor que el de las cadenas de moda líderes del sector. Mientras Inditex presentó en 2007 una facturación de casi 10.000 millones de euros, la facturación de Carrefour alcanzó los 83.000 millones¹³.

Como se presenta más adelante en este informe, el modelo de negocio de las grandes cadenas de distribución se basa en la ventaja que obtienen de su tamaño. Cadenas minoristas como Lidl han conseguido generosos créditos, apalancados en su volumen de facturación, para financiar su desarrollo internacional. La gran disponibilidad de capital ha permitido financiar operaciones de expansión de gran envergadura como la implantación de la cadena británica Tesco en los Estados Unidos.

Su dimensión permite también optimizar las economías de escala y, en consecuencia, reducir los costes de producción, transporte y almacenamiento. En 1999, por ejemplo, unos pantalones vaqueros se podían comprar en la cadena Asda a 23€. Tres años después, pantalones idénticos se vendían en Wal-Mart a 9€. Hoy, los mismos vaqueros se pueden adquirir por 4€.

La presión sobre las empresas productoras es directamente proporcional a la cuota de mercado que controlan las cadenas de distribución. En el capítulo 7 se expone la forma en que las grandes superficies utilizan su capacidad de compra para imponer sus condiciones a sus proveedores.

La segunda diferencia entre las grandes cadenas de distribución y las firmas de moda es la diversificación de actividades. Tesco, Carrefour y Wal-Mart lideran la venta de productos de limpieza del hogar y de productos de higiene y cosmética en sus países de origen. En un artículo publicado en la revista *Business Week* se describía, ya en 2003, el crecimiento de Wal-Mart de la siguiente forma:

...la cadena de tiendas más importante del país y la tercera cadena de farmacias... en productos como la pasta de dientes, el champú o las toallas desechables, la empresa controla el 30% del mercado estadounidense, y los analistas predicen que su cuota de mercado en algunos productos alcanzará el 50% antes de que termine la década. Wal-Mart es además el mejor outlet de Hollywood, vendiendo entre un 15 y un 20% de los CD y DVD¹⁴.

La tercera característica de las grandes cadenas de distribución es su carácter global. Las empresas que aparecen en este informe comercializan productos en multitud de países de todo el mundo. A pesar de las peculiaridades de los mercados de cada país, las grandes superficies

CARREFOUR ES EL CUARTO COMERCIALIZADOR DE ROPA DE EUROPA PERO MIENTRAS INDITEX PRESENTÓ, EN 2007, UNA FACTURACIÓN DE CASI 10.000 MILLONES DE EUROS, LA FACTURACIÓN DE CARREFOUR LLEGÓ A LOS 83.000 MILLONES

logran abrirse paso convirtiéndose en líderes en un sector y, posteriormente, ampliando su campo de actuación.

En sus zonas geográficas de origen, las grandes superficies luchan por cualquier reducto de mercado enzarzándose en guerras de precios motivadas, sobre todo, por el fuerte auge de las cadenas de superdescuentos como Aldi o Lidl. Este tipo de establecimientos comerciales, que atraen a las personas consumidoras con ofertas y precios extremadamente bajos y que tienen un especial éxito en tiempos de crisis, han forzado a las empresas líderes a responder creando sus propios superdescuentos como Metro (propiedad de Tesco) o Carrefour Express.

En su expansión hacia nuevos mercados las grandes cadenas de distribución están creciendo aún más aumentando su poder de compra y su aprovechamiento de

PRECIO DE UNOS VAQUEROS EN ASDA Y WAL-MART

23€

4€

NO NOS PAGAN TODAS LAS HORAS EXTRA. INCLUSO EN DOMINGO NOSOTRAS FICHAMOS PERO LAS HORAS NO QUEDAN REGISTRADAS.

1999

2009

la economía de escala. La entrada de las grandes superficies en países con mercados basados todavía en el pequeño comercio y los mercados locales permite a estas corporaciones tomar posiciones de ventaja antes de que la generalización de su modelo comercial configure un escenario más competitivo. Cuando entran en nuevos países, las grandes cadenas suelen adquirir una empresa local que ya goce de una buena posición y de una clientela fiel y, con una inyección de capital considerable, consiguen que esta empresa (ahora parte de la gran corporación) se convierta en el supermercado número uno del país tan rápido como sea posible¹⁵.

De la misma forma que las operaciones de venta al detalle de las grandes cadenas de distribución se expanden globalmente, su sistema de suministros también busca proveedores en todo el mundo. En un pequeño ejercicio de observación realizado en un establecimiento Carrefour de Bélgica el verano de 2008 encontramos prendas de ropa manufacturadas en Bangladesh, China, Grecia, Hong Kong, India, Islas Mauricio, Paquistán, Rumanía, Serbia-Montenegro y Turquía.

El crecimiento de las grandes empresas de distribución genera fuertes controversias. Son muchas las organizaciones y los movimientos sociales que, desde diferentes perspectivas, alertan de sus impactos sociales, económicos y ambientales.

Los movimientos de defensa de los derechos laborales y los sindicatos han criticado a los supermercados por las condiciones de trabajo en sus establecimientos comerciales y por llevar a cabo prácticas antisindicales. En 2007, por ejemplo, sindicatos alemanes, franceses, rumanos, checos y polacos coordinaron movilizaciones para protestar contra la política de personal de Lidl. Las evidencias sobre la precariedad laboral en las cadenas de suministro son muy numerosas y nos extenderemos al respecto en el capítulo 3.

Cada vez más, organizaciones ecologistas critican la falta de sostenibilidad del modelo de negocio de las grandes cadenas de distribución. Las distancias recorridas por los productos y el consecuente consumo de energía, la movilidad a la que se obliga a los consumidores y consumidoras localizando los hiper y supermercados en el extrarradio de las ciudades, el excesivo gasto de envases, el deterioro de los sistemas de producción locales... Un estudio de Friends of the Earth indicaba que un supermercado provoca tres veces más emisiones de dióxido de carbono por metro cuadrado de superficie de venta que una tienda de barrio. El mismo estudio revelaba que más de la mitad de la materia vegetal (medida en kg) que se produce para las grandes superficies se desecha por distintas razones entre las cuales pesa mucho la apariencia¹⁶. En 2003, Tesco admitió que parte de los muebles vendidos en sus tiendas procedían de talas ilegales¹⁷. Entre 1999 y 2001, la distancia que una familia estadounidense media cubría para comprar alimentos creció un 40% como resultado del crecimiento de los hipermercados.

El campesinado y sus organizaciones afirman que las políticas de recorte de costes de las grandes superficies hacen inviables las explotaciones agrarias familiares expulsando a los pequeños productores del mercado. Friends of the Earth recogía el testimonio de un gran-

jero británico que manifestaba: "La única forma en que podemos sobrevivir es evitando contratar empleados y trabajando nosotros mismos el doble, en jornadas que empiezan a las 5.30 a.m y terminan a las 8.30 p.m. Y, pese a todo, obtenemos unos ingresos muy bajos"¹⁸.

En noviembre de 2008, otro campesino declaraba para la revista *The Grocer*: "Los precios de venta al público han crecido respecto al año pasado, pero ese dinero no ha llegado a los productores. Las empresas de distribución están incrementando sus beneficios a costa de crucificar a los productores... La gente no se quejará porque teme perder su negocio y sus tierras"¹⁹.

Las campañas contra la pobreza denuncian que la gran distribución margina a las clases más humildes de la sociedad que no disponen de automóvil. La concentración de la

LA APERTURA DE UNA GRAN SUPERFICIE SUPONE UNA MEDIA DE 276 PÉRDIDAS DE PUESTOS DE TRABAJO Y EL CIERRE DE PEQUEÑOS COMERCIOS EN UN RADIO DE 12 KILÓMETROS

actividad comercial y la especialización del espacio urbano dificultan el acceso a los productos alimentarios frescos.

Organizaciones de defensa de los animales llaman la atención sobre el trato que reciben las cabezas de ganado o las aves en el proceso industrial de producción cárnica, imprescindible para satisfacer a la gran distribución.

Organizaciones vecinales también se niegan, en ocasiones, a tener un hipermercado o un centro comercial en su barrio. La apertura de una gran superficie causa una media de 276 pérdidas de trabajo y el cierre de pequeños comercios en un radio de 12 kilómetros²⁰. En el Reino Unido más de un centenar de plataformas locales se han opuesto a la instalación de un supermercado Tesco en su vecindario.

¿QUIÉN ASUME LOS COSTES DE SU CRECIMIENTO?

El extraordinario crecimiento de las grandes cadenas de distribución incluye la expansión a nuevos sectores de actividad, a nuevos formatos de venta al público y a nuevos espacios geográficos. Con cada expansión, las grandes empresas de distribución llevan a cabo una ofensiva comunicativa para convencernos de que su misión es ayudar a las personas consumidoras acercándoles calidad, capacidad de elección y valor añadido al mejor precio.

No obstante, la fachada bondadosa de estas empresas transnacionales se quiebra cuando se indaga en su estrategia basada en la acumulación de poder, a través del dominio absoluto de los sectores clave del mercado, el control de todas las vías de acceso al consumo y la imposición de sus normas a los proveedores que no disponen de canales alternativos para llegar a las personas consumidoras.

Los efectos negativos de esta estrategia también deben ser considerados al juzgar el rol de estas grandes empresas en el sistema socio-económico. El deterioro de los barrios, la destrucción del pequeño comercio y la explotación de trabajadores y trabajadoras en toda la cadena de producción, también tienen un coste que estamos asumiendo globalmente.

MSI

En las multi-stakeholder initiatives (MSI) o iniciativas multipartitas 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 garantizar el cumplimiento de los estándares laborales en la producción. Son MSI:



ETI

Ethical Trading Initiative

SAI

Social Accountability International

FWF

Fair Wear Foundation

JO-IN

Joint Initiative on Corporate Accountability and Workers' Rights reúne algunas de las MSI.

BUSINESS-LED INITIATIVES

Éstas afirman que 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 al asesoramiento y la consulta. Entre estas iniciativas se encuentran:



BSCI

Business Social Compliance Initiative

GSCP

Global Social Compliance Programme

WRAP

Worldwide Responsible Apparel Production

SEDEX

Supplier Ethical Data Exchange

3

GRANDES SUPERFICIES Y DERECHOS LABORALES

La envergadura de las empresas de distribución hace que un gran número de puestos de trabajo dependan directa o indirectamente de su cadena de suministro. Wal-Mart emplea a más de dos millones de personas sólo en sus operaciones de distribución y venta. Pero, en realidad son muchos más los millones de personas implicadas en la producción de sus artículos.

Prácticamente todas las grandes empresas de distribución han firmado compromisos y códigos de conducta que reconocen los derechos de los trabajadores y las trabajadoras en toda la cadena de producción. En la

EL CÓDIGO DE CONDUCTA DE GARREFOUR NO ESTABLECE UN NÚMERO MÁXIMO DE HORAS DE TRABAJO MIENTRAS QUE EL DE WAL-MART FIJA UN MÁXIMO DE 72 HORAS SEMANALES

mayoría de estos documentos se recoge el derecho a un salario digno, la libertad de asociación, el derecho a formar parte de un sindicato y la ausencia de discriminación. Estas grandes corporaciones aprovechan cualquier oportunidad para sacar a relucir su compromiso ético con sus trabajadores y con la sociedad.

“Cada día, el grupo Carrefour se emplea al máximo para ser una empresa sostenible y socialmente responsable”

Memoria de sostenibilidad de Carrefour 2007. ²¹

En este capítulo se presentan algunas de las incoherencias entre lo que proclaman las grandes empresas de distribución y la realidad de las fábricas proveedoras.

1. LA (I)RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS GRANDES EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN

Desde que la Campaña Ropa Limpia y otras redes internacionales empezaron a denunciar las condiciones de trabajo a las que se veían sometidas las trabajadoras y trabajadores de los países de nueva industrialización, las empresas transnacionales han ido desarrollando unos mecanismos de “Responsabilidad Social Corporativa” que pretenden constituir una garantía de respeto de los derechos laborales en su cadena de suministro.

La ausencia de un organismo internacional con capacidad sancionadora que controle el cumplimiento de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo ha dejado el control y la verificación de estos estándares en el terreno de la voluntariedad. Ante las denuncias de sindicatos y redes de organizaciones, las empresas transnacionales han aprobado códigos de conducta voluntarios que establecen los derechos laborales que deben respetarse en su cadena de suministros. Pese a sus limitaciones, estos códigos de conducta suponen una declaración de principios y su publicación permite a los trabajadores y las trabajadoras conocer qué pueden exigir en su relación laboral.

En el ámbito de la voluntariedad, los mecanismos que mejor canalizan los problemas laborales y los incumplimientos de los códigos de conducta son las “iniciativas multipartitas”, conocidas como “multistakeholder initiatives” (MSI) en inglés. Se trata de espacios de trabajo en los que se reúnen empresas, sindicatos y ONG para discutir las metodologías de verificación y para resolver los conflictos laborales. Para que una iniciativa de responsabilidad social sea considerada multipartita debe incorporar la participación activa y ejecutiva (no sólo en calidad de organizaciones asesoras) de estos tres tipos de grupos de interés.

En los últimos años, algunas de estas iniciativas, que cuentan con la participación de muchas marcas de moda y cadenas de distribución de Europa y EEUU, han trabajado en la elaboración de un código de conducta modelo que proponer a las empresas. Este esfuerzo se ha concretado en el código Jo-In (Joint Initiative on Corporate Accountability and Workers' Rights)²².

Las grandes cadenas de distribución no se han quedado al margen de estas políticas de Responsabilidad Social Corporativa. Asda (la empresa subsidiaria de Wal-Mart en el Reino Unido) y Tesco son miembros de la Ethical Trading Initiative (ETI), una iniciativa multipartita británica cuyos miembros se comprometen a “trabajar para lograr el cumplimiento” del código Jo-In. Carrefour, por su parte, es “suporter member” de Social Accountability International (SAI), una MSI norteamericana. Este nivel de compromiso no obliga a la empresa a tomar medidas concretas ni tan sólo a adoptar el código de conducta de SAI. La propia página web de SAI establece que “las em-

ALGUNOS INFORMES SOBRE LAS VIOLACIONES DE LOS DERECHOS LABORALES EN LA PRODUCCIÓN PARA LAS GRANDES CADENAS DE DISTRIBUCIÓN

2008

La Campaña Ropa Limpia alemana publicó un estudio sobre seis factorías de Bangladesh proveedoras de Lidl²⁷. Se encontraron evidencias de grandes excesos en las horas de trabajo, impago de las horas extras y discriminación de las mujeres.

2007

Südwind Institute (organización que coordina la CRL en Austria) investigó varias fábricas proveedoras de Aldi dejando constancia de que: "Los trabajadores y las trabajadoras se escapan de los dormitorios de la fábrica de noche porque habitualmente no se les conceden permisos para abandonar las instalaciones. A menudo, los pagos se demoran y no se realizan al final de cada semana. Las escuelas de la zona reciben dinero de las fábricas para reclutar trabajadores y trabajadoras muy jóvenes".

El colectivo **Students and Scholars against Corporate Misbehaviour** publicó un informe detallado sobre las condiciones de trabajo en varias fábricas de juguetes chinas que trabajaban para Wal-Mart²⁸. Entre sus denuncias destacan los horarios excesivos, condiciones insalubres en los centros de trabajo y en las viviendas anexas, castigos físicos y multas desproporcionadas, trabajo sin contrato ni protección social y despidos ilegales

2006

El informe *Fashion Victims*, publicado por la organización británica War on Want, exponía las condiciones laborales en seis factorías proveedoras de la marca George, de **Wal-Mart** (cuatro de ellas también trabajaban para Tesco). Se encontraron evidencias de semanas de 80 horas y salarios de 0,07€ por hora²⁹.

2005

Wal-Mart fue demandada por organizaciones defensoras de los derechos laborales en nombre de trabajadores y trabajadoras de China, Indonesia, Bangladesh, Nicaragua y Swazilandia. La demanda

se basaba en los repetidos casos de horas extras obligatorias, salarios de miseria y ausencia de sindicatos, vulnerando el propio código de conducta de Wal-Mart³⁰.

Spectrum Shariyar, una fábrica de Bangladesh que trabajaba para varias marcas internacionales de ropa, se derrumbó sobre los trabajadores y las trabajadoras provocando 64 muertes y 80 personas heridas. A pesar de que algunas de las empresas que se abastecían en Spectrum constituyeron un fondo de compensación para las víctimas y sus familias, **Carrefour** rechazó contribuir argumentando que no es responsabilidad de una empresa privada cubrir la falta de seguridad social pública en Bangladesh³¹. Es importante recordar que las firmas internacionales producen en este país aprovechándose de la pobreza extrema y de los salarios de miseria que los trabajadores y las trabajadoras están dispuestos a cobrar.

Durante el trabajo de campo realizado para una investigación sobre los déficits de las auditorías sociales llevada a cabo por la **Campaña Ropa Limpia**, un trabajador de una fábrica india proveedora de **Wal-Mart** explicaba a los investigadores: "Tenemos que trabajar siete días a la semana... siempre tenemos quejas sobre el cálculo de los salarios y el recuento de las horas extras pero podemos expresarlas"³².

2004

El periódico **Los Ángeles Times** publicó una serie de artículos sobre la búsqueda de precios bajos por parte de Wal-Mart: "el efecto Wal-Mart". En referencia a una trabajadora de una fábrica de ropa de Bangladesh se decía: "Por unos 21\$ (18€) al mes, cerca de tres veces el salario de una camarera o una cocinera, realizaba los acabados de camisas y pantalones. Nos contó que, habitualmente, trabajaban de las 8 a.m. a las 3 a.m. durante 10 ó 15 días seguidos cuando llegaba un encargo de Wal-Mart. Exhausta tras un año sufriendo estas condiciones, dejó la fábrica por un trabajo peor pagado".

presas que participan en la iniciativa a este nivel demuestran su interés por aprender sobre el compromiso social y la construcción de cadenas de suministro éticas"²³.

Carrefour y Wal-Mart han desarrollado sus propios códigos de conducta que están disponibles on-line²⁴. Estos códigos omiten puntos muy importantes. Por ejemplo:

- no prohíben los recortes salariales
- no exigen a los proveedores una actitud positiva respecto a los sindicatos
- el código de Carrefour no establece un número máximo de horas de trabajo mientras que el de Wal-Mart fija el máximo en 72 horas semanales y ninguno de los dos indica que las horas extras deban ser opcionales
- el código de Wal-Mart no hace ninguna referencia a los salarios mínimos.

Tesco, Wal-Mart y Carrefour son también miembros fundadores del Global Social Compliance Programme (GSCP), un programa en el que las empresas comparten sus avances en materia de responsabilidad social corporativa. No se trata de una MSI porque ONG y sindicatos solamente pueden formar parte de un consejo asesor. La Campaña Ropa Limpia rechazó la invitación a formar parte de este consejo asesor. El argumento principal fue que el GSCP no aporta ningún valor añadido a las iniciativas existentes.

Tesco también es miembro fundador del Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX), una organización formada por empresas "comprometidas en la mejora continua de los aspectos éticos de su cadena de suministro". La he-

LA AUSENCIA DE UN ORGANISMO INTERNACIONAL CON CAPACIDAD SANCIONADORA QUE CONTROLE EL CUMPLIMIENTO DE LOS CONVENIOS FUNDAMENTALES DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO HA DEJADO EL CONTROL Y LA VERIFICACIÓN DE ESTOS ESTÁNDARES EN EL TERRENO DE LA VOLUNTARIEDAD

LAS CONDICIONES DE TRABAJO DEFICIENTES EN LAS CADENAS DE SUMINISTRO DE LAS GRANDES EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN SON CONSTANTES Y NO PARECEN PRESENTAR SÍNTOMAS DE MEJORA

rramienta más importante que SEDEX aporta a sus miembros es una base de datos con los detalles de fábricas y los resultados de sus auditorías. El objetivo es reducir el número de veces que se auditan los centros de trabajo compartiendo la información. Se trata de una iniciativa interesante pero está limitada por la calidad de unas auditorías poco efectivas para detectar gran parte de las vulneraciones de los derechos laborales.

Lidl y Aldi no cuentan con un código de conducta propio pero ambas empresas forman parte de la Business Social Compliance Initiative (BSCI), "la plataforma de empresas más amplia para la mejora de los aspectos

sociales en las cadenas de producción y en el comercio internacional"²⁵. Uno de los objetivos de BSCI es crear una metodología común de auditoría social para todos sus miembros.

BSCI ha sido criticada por un buen número de razones:

- 1.** Problemas con su código de conducta. Por ejemplo: no menciona la obligación de crear un entorno favorable para las organizaciones de trabajadores y trabajadoras y los sindicatos. En lugar de establecer la obligación de pagar el salario mínimo legal, los proveedores son "alentados a pagar a sus empleados un salario adecuado"²⁶
- 2.** Su código de conducta no es vinculante para las empresas miembro. Se propone como un documento deseable pero no obligatorio.
- 3.** Toda la metodología de BSCI se basa en las auditorías sociales y sufre todas sus limitaciones (se tratará con más detalle en el capítulo 7).
- 4.** No existe ningún tipo de mecanismo de queja o denuncia al servicio de los trabajadores y las trabajadoras.
- 5.** Los grupos de interés como sindicatos y ONG sólo pueden participar en condición de asesores.

2. UNA HISTORIA DE EXPLOTACIÓN Y PERSECUCIÓN SINDICAL

Las grandes empresas de distribución dedican muchos esfuerzos y mucho dinero a sus programas de "ética empresarial". En sus compromisos y declaraciones públicas afirman que exigen a sus proveedores los estándares laborales más altos pero, en la realidad, ¿consiguen garantizar que estos compromisos se hagan efectivos?

Las sucesivas investigaciones que mencionamos en las páginas anteriores mostraban como las condiciones de trabajo deficientes en las cadenas de suministro de las grandes empresas de distribución son una constante y no parecen presentar síntomas de mejora.

En lo referente al final de la cadena, al eslabón más cercano a los consumidores y las consumidoras, las grandes superficies han contribuido a la precarización del sector de comercio al detalle. Los códigos de conducta que se supone que son aplicados a las condiciones laborales en la producción de los artículos no son aplicables a la distribución y a la comercialización.

DEBEMOS TRABAJAR DE LAS 9 DE LA MAÑANA HASTA LA 1 DE LA MADRUGADA. NO PODEMOS ELEGIR ENTRE TURNO DE DÍA O DE NOCHE. ESTE RITMO PUEDE DURAR HASTA 30 DÍAS SEGUIDOS **ME SIENTO TAN MAREADA Y CANSADA DESPUÉS DE UN DÍA DE TRABAJO QUE SIEN- TO QUE NO PODRÉ SEGUIR AL DÍA SIGUIENTE. PERO EL HAMBRE NO PERMITE PENSAR EN EL CANSANCIO. EL MIEDO A NO TENER NADA QUE COMER TE HACE OLVIDAR TODO LO DEMÁS. TRABAJAMOS PARA SALVARNOS DEL HAMBRE REALIZAMOS HORAS EXTRA PRÁCTICAMENTE CADA DÍA. TAMBIÉN NOS CONVOCAN LOS DOMINGOS. LAS HOJAS DE SALARIO MENSUALES NO REGISTRAN ESTAS HORAS. COMO MÁXIMO SE EXPLICITAN UNA O DOS HORAS AL MES ¿PARA QUÉ IBAN A PAGARNOS DOBLE POR LAS HORAS EXTRA? ELLOS HAN FIJADO UN SUELDO, DA LO MISMO QUE SE COSA DE DÍA O DE NOCHE NUESTRO TRABAJO EMPIEZA A LAS 8.30 AM Y ACABA A LAS 5.30 PM OFICIALMENTE. PERO SIEMPRE NOS QUEDAMOS TRABAJANDO HASTA DESPUÉS DEL ANOCHECER**

4

SALARIOS Y HORAS DE TRABAJO

Los salarios en los países empobrecidos, en términos absolutos, son muy inferiores a los del norte. Pese a que los precios de los productos también son inferiores, la remuneración que reciben los trabajadores y las trabajadoras dista mucho de poder cubrir las necesidades básicas y de garantizar un nivel de vida aceptable.

Un salario suficiente para vivir es el que permite a los trabajadores y las trabajadoras y a sus familiares dependientes cubrir las necesidades alimentarias, el acceso a agua limpia, una vivienda, ropa, educación, servicios sanitarios y transporte, dejando un pequeño margen de efectivo para cubrir contingencias ocasionales o ahorrar. En una situación óptima, los salarios y las condiciones de trabajo se determinan a través de la negociación colectiva entre personas trabajadoras y empleadores. La escasez de escenarios en los que esta negociación pueda darse en igualdad de condiciones ha llevado a sindicatos y organizaciones de defensa de los derechos laborales a intentar establecer metodologías de cálculo que, según el coste de la vida en cada país, permitan evidenciar la enorme distancia entre los salarios reales y los salarios que permitirían una vida digna.

La cuantía de los salarios ha sido fuente de controversia desde que las empresas transnacionales empezaron a formular sus códigos de conducta. El código de la Ethical Trading Initiative (iniciativa de la que son miembros Tesco y Asda) establece: “*Los salarios pagados por una jornada laboral estándar deben alcanzar los mínimos establecidos por la legislación vigente o por los acuerdos derivados*

de la negociación colectiva, en el caso que estos últimos sean superiores al mínimo legal. Los salarios deben alcanzar para cubrir las necesidades básicas con margen para disponer de una parte de los ingresos para uso discrecional”³³

LEJOS DE UN SALARIO SUFICIENTE PARA VIVIR

En la mayoría de países productores de ropa, el salario mínimo legal o el salario medio en el sector se sitúa alrededor del 50% de lo que se estima que debería ser un salario suficiente para vivir y muy lejos de una cantidad “que permita cubrir las necesidades básicas con margen suficiente para disponer de una parte de los ingresos para uso discrecional”³⁴

En 2007, por ejemplo, organizaciones de Bangalore, India, estimaron que la cantidad necesaria para cubrir las necesidades básicas de una familia de tamaño medio (4,4 miembros) era de 4.365 rupias (80€) men-

EN LA MAYORÍA DE PAÍSES PRODUCTORES DE ROPA, EL SALARIO MÍNIMO LEGAL O EL SALARIO MEDIO EN EL SECTOR SE SITÚA EN CERCA DEL 50% DE LO QUE SE ESTIMA QUE DEBERÍA SER UN SALARIO SUFICIENTE PARA VIVIR

suales. Sin embargo, la inmensa mayoría de las trabajadoras y los trabajadores de la zona reciben unas 2.418 rupias (42€) cada mes.

La situación en Bangladesh es muy similar. Algunas trabajadoras reciben un salario mensual de 1.662 taka (16,60€), y la mayoría de fábricas pagan entre 2.500 y 3.000 taka (25-30€) que incluyen la remuneración de un gran número de horas extras. En 2006, las organizaciones bengalíes estimaban que la cantidad necesaria para que una familia de tamaño medio pudiera vivir era de unos 4.800 taka (48€)³⁵.

Estos bajos ingresos obligan a las trabajadoras y a los trabajadores de la confección a realizar un gran número de horas extra. No obstante, con mucha frecuencia estas horas de trabajo no son remuneradas. Es muy usual que las fábricas falseen los registros de pago y de horas trabajadas para no abonar las horas extraordinarias. En muchos centros de trabajo se considera normal seguir trabajando una vez cumplido el horario “oficial” para conseguir unos objetivos de producción imposibles.

¿POR QUÉ EL SALARIO MÍNIMO LEGAL NO ES SUFICIENTE?

Los gobiernos establecen los salarios mínimos condicionados por la necesidad de que el mercado laboral de su país sea competitivo en el mercado global dominado por las empresas transnacionales. El salario mínimo legal, por lo tanto, no responde a las necesidades de los trabajadores y las trabajadoras, que suelen vivir bajo el umbral de la pobreza, y no está relacionado con el coste de sus necesidades básicas. Además, los salarios mínimos permanecen invariables durante periodos muy largos mientras los precios aumentan año tras año. En los últimos años,

la mayoría de los países productores de ropa y textiles se han enfrentado a una inflación de dos dígitos y las personas asalariadas han visto descender su ya escasa capacidad adquisitiva.

En 2006, el salario mínimo en Bangladesh estaba establecido en 1662 taka (16,60€). El gobierno ajustó esta cifra durante 12 años, período en el que el valor real de los salarios se desplomó. Cuando se decidió actualizar el salario mínimo, el valor real de éste (considerando el efecto de la inflación) era inferior al de 1994. El verano de 2008, ante la alta inflación, el gobierno creó un fondo de compensación para incrementar en un 20% los ingresos de los funcionarios públicos e instó a las empresas de la industria de la confección a tomar medidas similares de manera voluntaria³⁶. Simultáneamente, las organizaciones de trabajadores y trabajadoras reclamaban un salario mínimo de, al menos, 4.500 taka (45€).³⁷

En India, los salarios mínimos legales varían de un estado a otro. El salario base está sujeto a correcciones dos veces al año sobre la base de la tasa de inflación. En Delhi, el salario mínimo diario para las trabajadoras y los trabajadores no cualificados de la industria de la confección era, a finales de 2008, de 140 rupias (2,1€) al día, en Bangalor de 93 rupias (1,4€) y en Tirupur 83 rupias (1,25€). Una persona sin cualificación que trabaje en la industria de la confección en Bangalore 26 días al mes gana un salario medio de 2.418 rupias (36€) mensuales. Esta cifra queda muy lejos de lo que las organizaciones de la zona estiman que cubriría las necesidades de una trabajadora y su familia: 4360 rupias (65,5€)³⁸.

En Tailandia, el salario mínimo legal va de los 203 bath (4€) diarios en Bangkok a los 148 bath (3€) diarios en algunas áreas rurales³⁹. En la provincia de Chonburi, donde están situadas muchas de las "zonas de procesamiento para la exportación" de Tailandia, el salario mínimo legal es de 180 bath (3,60€) diarios que equivalen, aproximadamente, a 4.500 baht (90€) mensuales. La organización Thai Labour Campaign calcula que hace falta el 77% de este importe sólo para garantizar tres comidas diarias a una persona. En 2006, el salario necesario para vivir se situaba alrededor de los 8.000 bath (160€) al mes.

Las trabajadoras y los trabajadores con cualificación de Sri Lanka deberían recibir un salario mínimo de 6.750 rupias (40€) mensuales según la ley de este país (las personas sin cualificación reciben mucho menos).⁴⁰ La organización Alarm (Sri Lanka's Apparel Industry Labour Rights Movement) estima que las personas que trabajan en las zonas francas necesitan al menos el doble de esta cantidad para alimentar a sus familias⁴¹. Los representantes de la industria afirman que los salarios alcanzan las 13.500 rupias (80€) cuando se contabilizan las horas extra y los incentivos. Alarm y las investigaciones realizadas por la Campaña Ropa Limpia indican que la mayoría de las trabajadoras y los trabajadores ganan menos de 10.000 rupias (60€) aún realizando un gran número de horas extra⁴².

Los salarios mínimos legales son, por tanto, claramente insuficientes para garantizar una vida digna a las personas trabajadoras pero ¿se respetan estas cifras? Una encuesta realizada por Bangladesh's Centre for Policy Dialogue realizada en 2003 mostraba que solamente

un 43,9% de los trabajadores y las trabajadoras cobraban un salario igual o superior al mínimo establecido por la ley del país. Más de un 62,1% de los empleados y empleadas que respondieron a la encuesta manifestaron haber realizado de forma habitual más de 8 horas de trabajo diarias. Alrededor de un 40% de las personas trabajadoras reconocieron que por las horas extra recibían una remuneración inferior a la de las horas convencionales. Por último, un 11% de los trabajadores y trabajadoras no recibían remuneración alguna por el tiempo trabajado fuera de las 8 horas "oficiales".⁴³

En India, Tailandia y Sri Lanka, los trabajadores y las trabajadoras de factorías registradas raramente cobran salarios que no alcancen los mínimos establecidos por la legislación laboral. Sí es una situación habitual en las fábricas y talleres subcontratados que no están registrados y que operan fuera del control de las autoridades. Pagar mal o no pagar las horas extras es, sin embargo, una práctica común en todos los centros de trabajo.

LOS SALARIOS Y LAS CONDICIONES LABORALES EN LAS FÁBRICAS PROVEEDORAS DE LAS GRANDES CADENAS DE DISTRIBUCIÓN

"Trabajar el equivalente a una jornada y media cada día es lo normal para nosotros. Pero si la empresa compradora lo sabe, dejará de realizar encargos a nuestra fábrica y perderemos nuestros trabajos. Imagine a 500 de nosotros sin trabajo por quejarnos por el exceso de horas"

Sastre, Fábrica proveedora de Wal-Mart, Tiripur⁴⁴.

La mayoría de los trabajadores de los 31 centros de trabajo analizados en nuestra investigación recibían un salario igual o mayor que el mínimo legal. Este dato es coherente con lo establecido por las grandes empresas de distribución en sus códigos de conducta centrados, en gran medida, en el cumplimiento de la legislación vigente en los países productores. Pero en ninguna de las fábricas se pagaban salarios que se acercaran a una cifra que permitiera cubrir las necesidades básicas de una familia, en contradicción con lo que se afirma en los códigos de conducta más ambiciosos. Una amplia mayoría de los trabajadores y las trabajadoras expresaba que la escasa remuneración les ocasionaba muchos problemas personales, familiares y de salud.

El salario base mensual (excluyendo las horas extra) en las 11 factorías de Bangladesh oscilaba entre los 1.350 taka (13,5€) y los 2.400 taka (24€). Se identificaron ambas cifras en fábricas proveedoras de Aldi⁴⁵. El proveedor de Aldi que pagaba los sueldos más bajos estaba, además, por debajo del mínimo legal. El resto de fábricas alcanzaban el mínimo legal de 1.662 taka (17€)⁴⁶.

El salario que las trabajadoras y trabajadores llevaban a casa (incluyendo las horas extra) entre las personas entrevistadas en Bangladesh se situaba en una horquilla que va de los 2.061 Tk (21€) a los 3.447 Tk (34€). La segunda cifra podría llegar a cubrir las necesidades más básicas de una persona sola pero nunca de una familia por pequeña que sea.

SOBRE NUESTRA INVESTIGACIÓN EN PAÍSES

La red de socios de la Campaña Ropa Limpia (CRL) incluye más de 250 en contacto con trabajadores y trabajadoras de prendas de ropa que luchan para defender sus derechos en cada país en los que las prendas son producidas. Este informe refleja la investigación realizada por varias de estas organizaciones en cuatro países: India, Sri Lanka, Bangladesh y Tailandia. La tabla 3 contiene el valor de sus exportaciones a la Unión Europea.

INDIA

La confección de prendas de ropa es una de las mayores fuentes de los ingresos netos en divisas: 6,2 billones de euros en 2005-2006. Se estima que India tiene aproximadamente 30.000 sociedades constituidas de manufactura de prendas y alrededor de tres millones de personas trabajan en la industria. Nuestra investigación en India se llevó a cabo en tres de sus mayores centros de manufactura de prendas de ropa: Tirupur, Bangalore y Delhi.

BANGLADESH

La manufactura de prendas de ropa proporciona a Bangladesh la mayor fuente de ingresos en divisas. Un total de 6,8 billones de euros en el 2008 (10,7 billones de dólares americanos en el 2008) (Ver tabla 5). Se temía que la industria de Bangladesh sufriría un retroceso importante después de la liberalización de principios del 2005. En cambio, ha experimentado un crecimiento regular, como muestra el cuadro 4 debido a los bajos precios que ofrece al mercado internacional. Nuestra investigación en Bangladesh fue llevada a cabo en la capital y sus alrededores.

SRI LANKA

La industria de ropa en Sri Lanka es un sector muy importante de la economía: representa el 43 % del total de las exportaciones y el 39 % de su producción industrial. El sector de la confección de ropa es el que más trabajo proporciona en el sector industrial, contabilizando las tres cuartas partes del empleo de Sri Lanka, tanto directamente como indirectamente. En 2006, las exportaciones de Sri Lanka ascendieron a 2,5 billones de euros y contribuyeron en un 5% del PIB.

TAILANDIA

La industria textil y de ropa representa una sexta parte del PIB de Tailandia. Más de 4.500 empresas ocupan a más de un millón de personas trabajadoras, aproximadamente una quinta parte del total del empleo en el sector secundario. Con unas exportaciones anuales de alrededor de 3,5 billones de euros en 2007, los tejidos y las prendas de ropa constituyen la segunda mayor industria de exportación de la nación.

La fábrica que registraba los salarios más bajos (2.061 Tk) - menos de 1€ diario, totalmente insuficiente para vivir - es proveedora de Lidl y Wal-Mart⁴⁷. Las fábricas que pagan estos salarios suelen argumentar que corresponden a contratos de aprendizaje y que las trabajadoras y trabajadores que son remunerados en base a estas cifras gozarán de aumentos en breve si logran buenos resultados. Sin embargo, las trabajadoras entrevistadas por las investigadoras de la Campaña Ropa Limpia que estaban cobrando los salarios más bajos llevaban cinco o más años trabajando en el sector de la confección y no se habían beneficiado jamás de un aumento salarial. Las mismas trabajadoras explicaron que se habían negado en repetidas ocasiones a realizar las horas extra que la dirección les exigía.

Las investigadoras e investigadores se entrevistaron también con 25 trabajadoras de una factoría proveedora de Tesco, Carrefour y Wal-Mart. Tenían entre 17 y 35 años de edad y todas llevaban trabajando en el sector de

EN SHRI LANKA, LOS SALARIOS MÍNIMOS LEGALES SON CLARAMENTE INSUFICIENTES PARA GARANTIZAR UNA VIDA DIGNA A LAS PERSONAS TRABAJADORAS Y, ENCIMA, SÓLO UN 43,9% DE LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS COBRABAN UN SALARIO IGUAL O SUPERIOR AL MÍNIMO ESTABLECIDO POR LA LEY DEL PAÍS

la confección tres años o más. Sus ingresos mensuales eran de 2.500 Tk (25€) y realizaban una jornada de 70 horas semanales⁴⁸. La trabajadora mejor remunerada del grupo, Amena, de 35 años de edad, luchaba a diario por alimentar a su familia con 3.200 Tk al mes (32€). En lo más bajo de la escala salarial, Roshia y Momen, de 17 años, trabajaban por menos de 2.500 Tk (25€) después de dejar la escuela a los 14 años para entrar a trabajar en la confección. Vivían en un edificio de seis pequeños apartamentos llenos de inquilinas que comparten dos fogones de gas y un solo baño.

En India, la realidad de las trabajadoras de las 15 fábricas investigadas era también extrema. Aunque, los salarios varían en función del estado, una cosedora gana entre 3.000 rupias (45€) al mes y 3.500 rupias (52,5€) en función de su cualificación profesional. Para establecer algunas referencias se puede tomar en consideración que el alquiler de una habitación en Bangalore cuesta unas 1.000 rupias (15€) al mes y que la alimentación más básica para una familia de cuatro personas costaría alrededor de 3.000 rupias (45 €).

En las fábricas proveedoras de Wal-Mart, la mayoría de las trabajadoras eran fijas, pero no habían incrementos de salariales por antigüedad ni por experiencia acumulada. Las trabajadoras más antiguas argumentaban que no se quejaban por las condiciones de trabajo porque en cualquier momento podían ser reemplazadas por trabajadoras más jóvenes inmediatamente. Una trabajadora que cosía prendas para Wal-Mart comentaba: “Cuando otras

personas comenten errores difíciles de corregir, me traen las piezas de ropa a mí. Pese a mi experiencia sigo cobrando 3.500 RS mensuales. Le pagan lo mismo a una trabajadora recién llegada y eso me hace sentir infravalorada”

El salario por un jornada “oficial” de 9 horas diarias para las trabajadoras de Tesco en Bangalore estaba entre las 115 Rs y las 125 Rs (1,73€ y 1,88€) en la cadena de producción y entre 105 y 135 Rs (1,58€ y 2,03€) para las cosedoras de diferentes categorías. Las ayudantes pueden ganar menos de 95 Rs (1,43€) por un día de trabajo.

Las fábricas de Sri Lanka estudiadas producían para Tesco, Wal-Mart y Carrefour. Los salarios de las trabajadoras cualificadas se sitúan alrededor de las 6.000 Rs (36€) mensuales, por debajo del salario mínimo legal. Las ayudantes pueden cobrar menos de 5.600 Rs (33,5€)⁴⁹. La mayoría de las trabajadoras de los tres centros de trabajo analizados llevaban a sus hogares entre 5.600 Rs (36€) y 10.000 Rs (60€) y ninguna alcanzaba el salario mínimo para vivir en el país que se estima es de unos 13.000 Rs (78€) mensuales. Una trabajadora, con siete años de antigüedad en la misma fábrica, describía así su situación:⁵⁰

“Llevo años viviendo en una casa con 10 chicas más... Tenemos que dormir hacinadas en pequeñas habitaciones hechas de maderas y sin ventilación. Y no hay forma de evitar a los mosquitos. Uso el dinero de mi pequeño salario para pagar el alquiler de la habitación y para comer. Lo poco que queda lo envío a mi casa para pagar los estudios de mi hermana.”

“Los propietarios de estas empresas consiguen sus beneficios gracias a la pobreza. Ellos hacen lo posible para mantener los ritmos de producción y mantener los salarios bajos... No hay nada que hacer. Nos consolamos entre nosotras y asumimos que es nuestro destino. Si no tuviéramos este trabajo no tendríamos medios para sobrevivir.”

HORAS EXTRA: IMPAGADAS Y COMPULSIVAS

El impacto de los bajos salarios podría ser compensado a través de las horas extraordinarias, las cuales - si fueran pagadas apropiadamente y no superaran el umbral que marcan la mayoría de legislaciones laborales de 12 a la semana - podrían incrementar los sueldos en un 50%.

No obstante, en la mayoría de centros de trabajo investigados una proporción muy importante del tiempo de trabajo extra no es remunerado. Esto se debe a que las empresas establecen objetivos de producción diarios imposibles y exigen a las trabajadoras y a los trabajadores que permanezcan en su puesto hasta completar las cuotas asignadas. Habitualmente, los horarios que la empresa presenta a los auditores de sus clientes y a la inspección de trabajo son ignorados sistemáticamente.

En dos fábricas de Bangladesh proveedoras de Lidl, Wal-Mart y Carrefour, el salario medio (contando las horas extra) se situaba entre los 3.270 y los 3.447 taka (33 - 34€). En una de las fábricas, para alcanzar estas cifras las trabajadoras realizaban jornadas de 8 a.m. a 7 p.m. seis días a la semana - alrededor de 60 horas semanales. En

la otra empezaban a trabajar a las 8 a.m. terminando a las 10 p.m. durante 7 días a la semana.

Salma, una trabajadora de la primera fábrica mencionada declaraba: “Cuando llego a casa me siento tan cansada que no tengo ganas ni de comer”. Kusum, otra trabajadora de la misma factoría añadía: “A veces esto es insoportable, y no puedo hacer más que llorar. Al cabo de un rato me sobrepongo porque no hay otra opción. Debo seguir trabajando”.

La mayoría de las trabajadoras entrevistadas necesitaban los ingresos procedentes de las horas extra

EL PROVEEDOR DE ALDI PAGABA LOS SUELDOS MÁS BAJOS, QUE ADEMÁS, ESTABAN POR DEBAJO DEL MÍNIMO LEGAL. EL RESTO DE FÁBRICAS LLEGABAN AL MÍNIMO LEGAL DE 1.662 TAKA (17 EUROS)

por pequeños que éstos fueran. De las 10 fábricas de Bangladesh estudiadas, ninguna realizaba una jornada laboral inferior a las 60 horas semanales, más de la mitad excedía esta cifra y en cuatro de ellas se superaban las 80 horas a la semana. Una trabajadora de uno de los proveedores de Carrefour explicaba:

“Me siento tan mareada y cansada después de un día de trabajo que siento que no podré seguir al día siguiente. Pero el hambre no permite pensar en el cansancio. El miedo a no tener nada que comer te hace olvidar todo lo demás. Trabajamos para salvarnos del hambre”.

Igual que las trabajadoras bengalíes, las de la India afirmaban que las horas extra casi nunca eran voluntarias: “No es una opción. Debemos trabajar fuera de nuestro horario. Si no, la puerta está siempre abierta para echarnos”.

Una cosedora de Tiripur narra que en su factoría, proveedora de Carrefour, las horas extra son obligatorias y anunciadas en el último momento, en especial durante las épocas de más trabajo (noviembre y diciembre). Los trabajadores y las trabajadoras no pueden rechazar quedarse a realizar trabajo extra. “Debemos trabajar de las 9 de la mañana hasta la 1 de la madrugada. No podemos elegir entre turno de día o de noche. Este ritmo puede durar hasta 30 días seguidos”⁵¹.

Un supervisor de empaquetado y envíos de un proveedor de Walmart explicó al equipo de investigación de la Campaña Ropa Limpia: “Trabajamos hasta tarde, sobre todo durante los días en que se envían los productos a los clientes. Nuestro horario oficial empieza a las 9 a.m. y termina a las 5.30 p.m. pero trabajamos hasta las 10 p.m. y algunos días hasta las 12 o las 2 de la madrugada”.⁵²

Las factorías proveedoras de Tesco en la India gozan de buena reputación y, oficialmente, cumplen con los requisitos del código de conducta de Tesco. Todos los proveedores en Delhi, Bangalore y Tiripur contemplan un horario laboral que va de las 8.30 a.m a las 5.30 p.m. No obstante, se hacen horas extraordinarias a diario⁵³. Para

que no quede constancia del incumplimiento del código de conducta de sus clientes, el tiempo extra de trabajo no queda registrado en ningún documento. Las trabajadoras de Tiripur y Bangalore explicaban así la gestión de los recursos humanos en sus fábricas:

*“Nuestro trabajo empieza a las 8.30 am y acaba a las 5.30 pm oficialmente. Pero siempre nos quedamos trabajando hasta después del anochecer”.*⁵⁴

*“Realizamos horas extra prácticamente cada día. También nos convocan los domingos. Las hojas de salario mensuales no registran estas horas. Como máximo se explicitan una o dos horas al mes”.*⁵⁵

Esta forma de proceder no sólo se usa para falsear las auditorías sino también para pagar menos a las trabajadoras y a los trabajadores. “No nos pagan todas las horas extra. Incluso en domingo nosotras fichamos pero las horas no quedan registradas. Los jefes dicen que ellos se encargan de ajustar los salarios, pero eso no sucede nunca”.⁵⁶

En las fábricas donde las horas extra son remuneradas, el importe que se paga no es superior al de las horas de trabajo convencionales. “¿Para qué iban a pagarnos doble por las horas extra? Ellos han fijado un sueldo, da lo mismo que se cosa de día o de noche”.⁵⁷

TRABAJADORAS TRIPLEMENTE EXPLOTADAS

Las trabajadoras y los trabajadores que fabrican para las grandes empresas de distribución sufren un triple robo. En primer lugar, el salario por hora que reciben es tan bajo que nunca llegan a cobrar lo suficiente para cubrir sus necesidades dignamente, con independencia de lo duro que trabajen.

En segundo lugar, se les priva de disponer de tiempo libre forzándoles a extender su horario. En ninguna de las fábricas se trabaja la jornada básica de 48 horas semanales y el máximo legal de las 60 horas es superado muy frecuentemente.

Por último, demasiado a menudo las horas extra no son remuneradas como deberían. Pese a que las legislaciones laborales requieren que el tiempo de trabajo extraordinario se pague incluyendo una prima de bonificación, las empresas casi nunca abonan esta prima y en muchas ocasiones no llegan ni a pagar este tiempo extra.

Se trata de un problema estructural. Los salarios mínimos legales no permiten a las trabajadoras y los trabajadores cubrir sus necesidades y la industria y las grandes empresas presionan a los gobiernos de los países productores para que estos mínimos bajen o desaparezcan. Los gobiernos y el empresariado de los países productores tienen una parte de la responsabilidad pero son las grandes empresas transnacionales las que explotan estas condiciones pese a sus declaraciones de buenas intenciones, sus códigos de conducta y su “responsabilidad social corporativa”.

5

LIBERTAD DE ASOCIACIÓN

Mientras las grandes empresas de distribución han firmado códigos de conducta que las comprometen a respetar las libertades sindicales, las trabajadoras y los trabajadores de sus cadenas de suministro sufren una fuerte represión cuando se unen y ejercen dichas libertades.

Los derechos sindicales son a la vez un medio y un fin en sí mismos. Se trata de derechos humanos pero también facilitan el cumplimiento de otros derechos proporcionando herramientas a las trabajadoras y a los trabajadores para exigir unas condiciones de trabajo mejores. A través de los sindicatos las personas trabajadoras pueden investigar y dar a conocer su situación en el trabajo y negociar colectivamente frente a las empresas.

Los dos requisitos para que exista libertad sindical en un sistema de relaciones laborales son la libertad de asociación - la libertad para formar una organización o unirse a un sindicato elegido voluntariamente - y el derecho a la negociación colectiva - el reconocimiento legal de la función negociadora de los sindicatos a través de la cual se establecen los estándares mínimos de trabajo.

La lectura de los códigos de conducta firmados por las grandes empresas de distribución da a entender que existe un compromiso formal de éstas con los derechos y las libertades sindicales y que no se acepta la discriminación de las personas afiliadas a sindicatos. Tesco y Wal-Mart, además, explicitan que sus proveedores "han de tener una actitud abierta frente a los sindicatos". No obstante, estos compromisos no se corresponden en absoluto con la realidad cotidiana de las fábricas.

LOS PELIGROS DE HABLAR DEMASIADO

La persecución, el acoso, los despidos e incluso la violencia contra las trabajadoras y los trabajadores forma parte de la historia del movimiento obrero en general y de los movimientos sindicales en particular. La Confederación Internacional de Sindicatos (ITUC en sus siglas en inglés) estimó que 144 sindicalistas fueron asesinados durante el 2007 a causa de su activismo, 5.000 fueron arrestados por su participación en huelgas y protestas y más de 8.000 fueron forzados a abandonar su puesto de trabajo.⁶⁸

Los trabajadores y las trabajadoras de la confección saben que salirse de la línea significa represión. Pocas se atreven a pedir un día de permiso o a quejarse sobre su paga. Saben que si la dirección de su fábrica averiguara que se han afiliado a un sindicato, inmediatamente las despedirían. Algunos gerentes lo reconocen abiertamente, mientras que otros se lo hacen saber indirectamente. Cuando los colectivos de trabajadores y trabajadoras se atreven a organizarse, demasiado a menudo se enfrentan a la oposición feroz de los patrones. Las personas que lideran los intentos de organización se transfieren a otro centro de trabajo del mismo dueño, sufren persecución en su fábrica, son víctimas de agresiones, despidos e incluso detenciones por cargos falsos. Los gerentes de fábrica pueden tolerar la presencia de sindicatos una vez que ya se han formado, pero raramente hay una negociación colectiva verdadera donde se dialogue sobre los sueldos y las condiciones de trabajo en un ambiente de relaciones industriales normales.

EL RECONOCIMIENTO FORMAL DE LA LIBERTAD SINDICAL

Cada año la ITUC publica un anuario de las violaciones del derecho a la libertad sindical por país.⁶⁹ En esta sección revisamos los resultados obtenidos en 2007.

Las leyes en India, Sri Lanka y Tailandia son completamente respetuosas con el derecho a la existencia de sindicatos y protegen a los trabajadores de la discriminación, si bien con algunas limitaciones. La realidad, no obstante, es que la carencia de una puesta en práctica eficaz de estas leyes por parte del gobierno y los tribunales hace que los trabajadores no tengan siquiera una protección legal mínima.

Por ejemplo, en Sri Lanka: "Se tiende a retrasar las elecciones sindicales. Durante este tiempo se identifica a los impulsores, se los persigue y, con frecuencia, se los despide. Por consiguiente, pocos se atreven a organizarse"⁶⁰

Mientras que en India: "Mayoritariamente se hace caso omiso de la prohibición de despedir a un trabajador por formar parte de un sindicato o se evita la ley haciendo que la vida sindical sea imposible, interrumpiendo actos o transfiriendo trabajadores a otros centros de trabajo. Buscar justicia a través de un proceso judicial lleva mucho tiempo y es muy costoso. Los sindicatos relatan que se recurre a la intimidación, acecho, agresiones y, en casos extremos, amenazas de muerte o hasta tentativa de asesinato contra sindicalistas. Una forma habitual de acoso es la acusación por falsos delitos."⁶¹

Y en Tailandia: "Los patrones con frecuencia despiden a trabajadores que tratan de formar sindicatos. En algunos casos, se los ha despedido mientras esperaban la finalización del proceso de registro del sindicato (y por lo

tanto todavía no estaban cubiertos por las leyes del país). En otros casos, se los despide alegando otros motivos. Las penas por el despido improcedente son demasiado bajas para ser disuasorias."⁶²

Mientras tanto en Bangladesh: "Los sindicatos están considerablemente restringidos, a pesar de la protección de que gozan en la Constitución del país. Bangladesh ha estado bajo un estado de emergencia desde enero de 2007, con toda la actividad sindical prohibida.

Bajo la legislación actual, en Bangladesh, un sindicato en una empresa se disuelve si no llega al 30% de representación en ella, el derecho de huelga no está específicamente reconocido y los trabajadores necesitan tres cuartas partes de los miembros para poder llevarla adelante. En nuevas empresas con inversores extranjeros no se permiten huelgas durante los tres primeros años.⁶³

Los empleadores habitualmente se pasan las listas de los trabajadores que han solicitado formar sindicatos para perseguirlos, transferirlos de centro o incluso despedirlos con cargos inventados."

LA LIBERTAD SINDICAL EN LAS GRANDES CADENAS DE DISTRIBUCIÓN

"¿Hablas en serio? Ni siquiera podemos hablar dentro de la fábrica. Ni hablar de sindicatos. No se puede siquiera imaginar formar parte de un sindicato en esta empresa."

Operario de una fábrica de Carrefour, Tirupur

Tal como sospechábamos, muchos de los trabajadores con los que hablamos no conocían su derecho a afiliarse. Algunos no saben exactamente qué es un sindicato y otros desconocen que su derecho está recogido por ley. En la mayoría de casos esto es indiferente ya que la dirección de fábrica ya se ha encargado de comunicarles que no está permitido afiliarse. En un proveedor de Tesco en India un trabajador nos contó: "Me dijeron que si formaba un sindicato me echarían al momento"⁶⁴

En Bangladesh muchos trabajadores nos manifestaron su deseo de entrar en un sindicato. Uno de ellos nos resumió por qué no lo hacían: "Si formo un sindicato pierdo el trabajo. Por lo tanto no quiero un sindicato"⁶⁵

En esa fábrica uno de los encargados fue despedido simplemente por hacer llegar las quejas de los trabajadores a la dirección.⁶⁶

En otro proveedor de Bangladesh, en este caso de Wal-Mart, de Tesco y de Carrefour, donde los sueldos están por debajo de la media de los que hemos encontrado y donde se hacen más horas por trabajador, nos comentaban: "Hemos presentado quejas a la dirección pero no han hecho nada. Nos dicen que no tenemos por qué trabajar aquí si no nos gusta."⁶⁷

Sólo uno de los 31 proveedores de nuestro estudio tenía un sindicato. En él se apreciaba claramente que las condiciones de trabajo eran mejores. Un trabajador nos comentaba: "Aquí, si tenemos algún problema lo comentamos con nuestro supervisor. Si no quiere escucharnos es el representante sindical el que lleva la discusión. Si todavía no se resuelve el encargado del comité local del

sindicato viene a hablar con la dirección. De esta manera el sistema nos funciona muy bien."⁶⁸

Wal-Mart, Tesco y Carrefour disponen de un proveedor en Bangladesh que está siendo observado con atención. Parece ser que lleva varios casos de intimidación, represión a sindicalistas y cooperación con la policía. En un conflicto que surgió en noviembre de 2007 la policía estuvo consultando con los trabajadores, escuchando todas sus quejas supuestamente para hablar con la dirección y negociar. Lo que pasó fue que arrestaron a varios empleados bajo falsos cargos.⁶⁹

Algunas de las fábricas están situadas en una zona industrial de la capital cerca de una zona enorme de barracas. Después de algunos enfrentamientos con la dirección se los ha ido a buscar a casa y han puesto en contra a los vecinos. Nuestro equipo de trabajo tuvo que suspender algunas entrevistas porque los trabajadores tuvieron miedo de que algún "espía" informara de su testimonio.⁷⁰

De la misma forma, un proveedor de Aldi en Bangladesh tiene un largo historial de persecución sindical. Un trabajador fue despedido por afiliarse a un sindicato, mientras que dos trabajadoras no sólo fueron despedidas sino que además tuvieron que abandonar el barrio por haber intentado organizar a los trabajadores. Los empleados nos informaron de casos similares de despidos, acoso, agresiones y acusaciones falsas por parte de la dirección.⁷¹

● TRABAJADORES PRIVADOS DE VOZ

● **La verdadera confirmación de que las empresas se toman en serio su responsabilidad no es simplemente que haya sindicatos, sino que los trabajadores no tengan miedo a organizarse. Esto requiere dar muestras de gran compromiso por parte del comprador hacia los trabajadores y la dirección de las fábricas. En ninguno de los casos estudiados se ha observado esta situación y en prácticamente todos ellos la dirección de las fábricas hace imposible la existencia de sindicatos.**

● **Para corregir esto hace falta una formación, no sólo para los trabajadores sino también para los encargados y directivos. Para disponer de más fuerza los trabajadores deben poder contactar con las organizaciones locales y los sindicatos ya organizados. Si no es así, trabajadores como la de India que dijo "no voy a poner en riesgo mi trabajo por unirme a un sindicato" no tendrán el valor de hablar cuando realmente lo necesiten."⁷²**



DESPUÉS DE 20 AÑOS DE REIVINDICACIONES POR PARTE DE LAS TRABAJADORAS I DE "POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL" POR PARTE DE LAS EMPRESAS, LAS CONDICIONES DE VIDA DE LAS OBRERAS DE LAS FÁBRICAS ANALIZADAS Y DE SUS FAMILIAS SON INACEPTABLES.

6

PRECARIEDAD E INESTABILIDAD

Una creciente tendencia en la industria textil es la utilización de contratos temporales encadenados durante largos períodos de tiempo, algunos de muy corta duración, incluso de un día. Estas prácticas, si bien pueden ser positivas si es el trabajador el que las elige, no lo son si las empresas las usan para substituir a los trabajadores indefinidos, para evitar obligaciones legales o para dividir a sus trabajadores.

La tendencia observada en todos los países estudiados es substituir puestos de trabajos fijos por contratos temporales. Esto hace que el riesgo que corre el empresario sea menor pero también hace que se ahорren pagos a la seguridad social, que los derechos que tienen los trabajadores sean menos y que por lo tanto estén más desprotegidos.

La causa principal de esta contratación temporal es externa a los propios empleadores. Para afrontar la carga de trabajo fluctuante hace falta constatar una parte importante de los trabajadores y las trabajadoras de forma puntual. Un trabajador más “flexible” y más adaptable es también un trabajador con contrato precario, con menos estabilidad y con peor calidad de vida.

Otro tipo de empleo precario es el ofrecido por las empresas de trabajo temporal subcontratadas que ocupan personas que son a todos los efectos trabajadoras de una factoría pero que tienen la relación contractual con una de estas terceras empresas. En casi todos los casos estos empleados están peor pagados, más presionados y tienen más incertidumbre acerca de su continuidad.

Estas prácticas se observan en las grandes cadenas de distribución. Lidl y Aldi tienen trabajadores contratados a agencias de trabajo temporal para muchos de sus departamentos.⁷³

Las empresas proveedoras también subcontratan habitualmente a empleados que trabajan desde casa. El trabajo doméstico se suele encargar para completar cuotas de producción a trabajadoras que se llevan una parte del trabajo a su casa para aumentar sus ingresos. El precio que las empresas pagan por las piezas de ropa así producidas es menor y esta situación se traduce en explotación, vulnerabilidad y bajo sueldo.

INCREMENTO DEL TRABAJO PRECARIO

No todos los códigos de conducta contemplan medidas para evitar el trabajo precario y cuando lo hacen son poco concisos. En Sri Lanka y en India nos comentaban: “Aquí casi nadie está fijo. Sabemos que si un día hacemos mal nuestro trabajo o si faltamos por cualquier causa nos despedirán y nos quedaremos sin trabajo”^{74 75 76}

En las fábricas de India encontramos muchos trabajadores que están contratados por agentes externos. Estos contratistas alquilan a los trabajadores por día o según el volumen. Uno de ellos nos explica: “Un supervisor de la empresa no puede presionar tanto a los trabajadores como lo hace uno externo. La producción por lo tanto es mayor. Además puede disponer de más trabajadores en casos puntuales de sobredemanda.”⁷⁷

En Tailandia encontramos algunos centros de trabajo subcontratados que fabrican para Tesco y Wal-Mart. Estos trabajadores se encargan de partes de la producción de un proveedor mayor y pudimos observar algunas de las peores condiciones de trabajo de nuestra investigación. Hacen más horas que en ningún otro sitio, son los peor pagados y muchos habían desistido del trabajo porque simplemente no podían sobrevivir. Uno de los trabajadores nos comentó: “Me preocupa mi seguridad laboral. No tengo estabilidad laboral porque estamos subcontratados. Estoy siempre temiendo que al mes siguiente no vaya a tener dinero.”⁷⁸

CONTRATISTAS EXTERNOS: SUELDOS Y CONDICIONES MUCHO PEORES

Las peores condiciones de trabajo las encontramos en estos contratistas externos. Aparte de la falta de estabilidad laboral, a estos trabajadores se les fijaban objetivos más altos y sueldos inferiores, estaban privados de beneficios tales como baja por maternidad y tenían mucho más miedo de que los despidieran por quejarse. “Trabajamos todos para el contratista” nos decía un trabajador en una fábrica que provee a Carrefour. “Tenemos un sueldo fijo sea cual sea el trabajo. Llevo cinco años trabajando, me pagaban 80 rupias (1,20€) al principio y me pagan 80 rupias ahora”⁷⁹

Una trabajadora estándar de una fábrica proveedora de Carrefour en Tiripur gana alrededor de 10 rupias (0,15€) la hora (1,80€ por una jornada de 12 horas). El salario mínimo legal en la zona es de entre 11 y 13 rupias por hora (0,17 a 0,20€).⁸⁰ “Las trabajadoras y los trabajadores que dependen directamente de la empresa pueden alcanzar salarios más altos. Los que trabajan para un con-

tratista suelen recibir menos”, nos dijo un trabajador de otro centro proveedor de Carrefour en Delhi.⁸¹

Una cosedora que también trabajaba en una factoría proveedora de Carrefour en Delhi nos comentaba: “Nosotras querríamos estar contratadas por las empresas importantes. Nuestras condiciones, como empleadas de un contratista, son mucho peores que las de los trabajadores y las trabajadoras que dependen directamente de la empresa. Nuestros salarios siempre llegan tarde. Nunca se nos paga a tiempo”.⁸²

La afiliación sindical para las trabajadoras de los contratistas es más complicada (si cabe) que la de las trabajadoras fijas: “La movilización sindical es impracticable. La gente que está contratada por la empresa principal puede, en ocasiones, permitirse el lujo de quejarse porque tienen contrato. Cuando trabajamos para contratistas pequeños nos dividen ofreciendo salarios y condiciones distintas de manera que se hace muy difícil conseguir unidad para reclamar mejoras”.⁸³

AUSENCIA DE ESTABILIDAD LABORAL

Ni el código de conducta de Carrefour ni el de BSCI, iniciativa firmada por Aldi y Lidl, recogen referencia alguna a la estabilidad laboral. Los códigos de Tesco y Wal-Mart (así como los de su firma de ropa de hogar George), basados en el código de ETI, mencionan que “las obligaciones establecidas por las legislaciones laborales y de seguridad social referentes a la obligación de crear relaciones contractuales y estabilidad en el trabajo no pueden ser esquivadas subcontratando terceras empresas o a través de acuerdos para el trabajo doméstico... tampoco se deberá abusar de los contratos por obra o servicio.”⁸⁴

Nuestra investigación en India y Sri Lanka muestra que este tipo de abusos son precisamente los que se producen constantemente. Los trabajadores y las trabajadoras empleados por contratistas y los que han firmado contratos temporales sufren peores condiciones, están peor pagados y se enfrentan a la amenaza constante de perder su puesto de trabajo. No es una cuestión de unos cuantos trabajadores y trabajadoras que son empleados para satisfacer un encargo de trabajo puntual. Se trata de un uso sistemático de mano de obra en condiciones precarias e inestables que permite a los empresarios manejar sus negocios en un entorno de encargos y relaciones comerciales imprevisibles sin perder sus beneficios.

7

UN MODELO DE NEGOCIO INSOSTENIBLE

Los abusos que se ponen de relieve a partir de nuestra investigación no son exclusivos de las cadenas de suministro de los gigantes de la distribución, sino que se trata de problemas generalizables a toda la industria. Pero eso no exime de responsabilidad a estas empresas que, con su estrategia, agravan todavía más las situaciones de explotación. Las cinco empresas mencionadas en este informe proclaman sus compromisos con la mejora de las condiciones laborales y cuando reciben críticas utilizan sus códigos de conducta (sobre los que se hablaba en el capítulo 3) para explicitar su buena voluntad. Las empresas líderes en la distribución y la venta detallista han conseguido unas cuotas de mercado muy ventajosas y, por lo tanto, deben rendir cuentas de lo que ocurre en el proceso de fabricación de sus productos.

Sin embargo, la evidencia sugiere que las medidas tomadas son, en el mejor de los casos, mediocres. Se suele utilizar la presencia generalizada de explotación laboral en la confección para encogerse de hombros y argumentar que nos enfrentamos a problemas estructurales de difícil solución, en lugar de tomar los datos como razón de más para tomar medidas efectivas y reexaminar las estrategias de negocio.

Sobre el papel, los gigantes de la distribución han construido sistemas que supuestamente aseguran el cumplimiento de sus códigos de conducta en sus fábricas proveedoras. Pero los sistemas de monitoreo y verificación ofrecen múltiples posibilidades a las empresas proveedoras para sortear los controles y arrojar buenos

resultados en los controles, con el beneplácito de las grandes empresas e incluso del personal asalariado local.

La realidad pone de manifiesto que el modelo de las grandes cadenas de distribución no puede equilibrar las contradicciones de su modelo de negocio. Difícilmente son compatibles los bajos precios, los cortísimos plazos de entrega y la incertidumbre que esto genera, con las buenas condiciones de trabajo. En este capítulo se describe el impacto sobre los trabajadores y las trabajadoras de este modelo productivo.

BURLANDO LOS COMPROMISOS

“El comprador (Wal-Mart) presume de sus elevados estándares sociales. Pero si exigimos que se implementen todos y cada uno de ellos ya nos podemos quedar en casa porque la producción no saldría... Pedirnos que completemos la producción y que nos ajustemos a los plazos es una cosa pero hacerlo cumpliendo con el código de conducta es otra.”

Gerente de una Fábrica de Tiripur, India

¿Por qué el gerente de esta fábrica no ve factible cumplir los estándares que fija el código de conducta de su cliente? Por supuesto, él está más interesado en maximizar sus propios beneficios que en el bienestar de los trabajadores y las trabajadoras. Pero, de algún modo, pone en entredicho la credibilidad de su cliente al exigir el cumplimiento de los derechos laborales que se detallan en el código.

Nuestra investigación sugiere que el modelo de negocio de los gigantes de la distribución y la buena voluntad expresada en sus documentos de responsabilidad social son incompatibles en la práctica. Las condiciones comerciales que estas empresas imponen a sus proveedores son incompatibles e imposibilitan el cumplimiento de los estándares laborales básicos. Sus exigencias en cuanto al coste unitario del producto y los cortísimos plazos de entrega impiden que se paguen salarios suficientes para cubrir las necesidades básicas, que se cumplan los horarios y que se envíe a las trabajadoras a casa a la hora “oficial” de cierre, y que, a la vez, se obtengan beneficios. Los empresarios propietarios de las fábricas saben que para beneficiarse de los encargos de las grandes cadenas deben mantener unos costes de producción lo más bajos posible y trasladan las presiones que reciben a sus trabajadores y trabajadoras.

NO BASTA CON PONER CRUCES EN LAS CASILLAS Y RELLENAR FORMULARIOS

En el capítulo 3 se han presentado los compromisos de las empresas transnacionales con las condiciones laborales de los trabajadores y las trabajadoras en forma de códigos de conducta. Estos códigos recogen los mínimos estándares aplicables en los centros de producción de sus cadenas de suministro. No es ningún secreto que las condiciones laborales de la industria de la confección son extremadamente precarias y que en muy pocas ocasiones se cumple con los estándares expresados en los códigos de conducta, pese a la pu-

blicidad que las empresas dan a sus compromisos y a su “responsabilidad” social.

Nuestra investigación nos ha mostrado evidencias claras de que las diferencias existentes entre la retórica de los códigos de conducta y la realidad de la vida en las fábricas es aceptada como un hecho irremediable, no como un problema contra el que luchar:

“Para ser honesto, si intentamos implementar estos estándares, no habrá proveedores que puedan fabricar nuestra ropa. Por tanto, debemos mostrarnos flexibles”

Agente de compras de Tesco, India⁸⁵

“Nosotras no leemos este papel [refiriéndose al código de conducta] porque no nos beneficia en absoluto. No vemos que lo que aquí se menciona se corresponda con la realidad”

Trabajadora de una fábrica proveedora de Tesco, Carrefour y Wal-Mart, Bangladesh⁸⁶

La solución de las empresas transnacionales a los problemas de derechos laborales consiste en inspeccionar las fabricas proveedoras para intentar conocer las condiciones laborales. Wal-Mart realiza 16.000 auditorías sociales cada año, y Carrefour dice haber auditado 609 fábricas en 2007⁸⁷. Ambas empresas han publicado los datos de estas auditorías. Esto nos permite acercarnos a lo que ellos creen que está pasando en las fábricas de sus cadenas de suministro. Carrefour afirma que, en 2005, más del 70% de sus proveedores de ropa en China incumplieron el capítulo relativo a salarios y a horas de trabajo⁸⁸. Wal-Mart suscribe que en más del 50% de sus proveedores asiáticos las trabajadoras y los trabajadores realizan un horario de más de 72 horas semanales y que un porcentaje similar no paga el salario mínimo legal⁸⁹. La proporción de factorías proveedoras de Wal-Mart que presentan un “riesgo medio” o un “riesgo alto” de violación de los estándares laborales era del 72% en 2004 y paso al 91% en 2006⁹⁰. Incluso en sus términos de referencia, los procedimientos de auditoría no están reduciendo la vulneración de los derechos laborales.

Es posible que las auditorías tengan cierta utilidad cuando forman parte de un paquete completo de medidas y se realizan con rigor y sensibilidad hacia los problemas de las trabajadoras y los trabajadores⁹¹, pero en nuestro trabajo de campo hemos constatado que se trata de un paso burocrático más para gerentes y responsables de compras de las grandes empresas.

“Cuando hay extranjeros en la fábrica, los jefes sólo explican mentiras. Ninguna de las cosas que cuentan es verdad. También nos obligan a mentir a nosotras. Tenemos que mentir a los extranjeros para conservar nuestros trabajos. Si no lo hacemos, nos pueden echar o puede que dejen de llegar los encargos. Estamos obligadas a mentir”.

Costurera en una fábrica proveedora de Tesco, Delhi⁹²

“Los inspectores de Tesco no trabajan por la noche. No pueden ver si las trabajadoras estamos trabajando o no.”

Trabajadora de una empresa proveedora de Tesco, India⁹³

“Si vienen a hablar con nosotras, les contamos lo que ellos (los responsables de recursos humanos) nos han dicho que contemos. Necesitamos el dinero para sobrevivir y necesitamos el trabajo. Así que explicamos que nos pagan convenientemente por las horas extra, que nuestros salarios son buenos, etc. ¿Qué otra cosa podríamos hacer?”

Trabajadora del departamento de embalajes en una fábrica proveedora de Wal-Mart, Bangalore⁹⁴

Las trabajadoras explican que en el período en el que hay auditorías, los turnos de trabajo se recortan, las trabajadoras más jóvenes son enviadas a casa, las guarderías se abren especialmente para la ocasión, se limpian las instalaciones más a fondo... En una fábrica de Bangladesh, proveedora de Aldi, la habitación que se mostraba a los auditores como guardería servía, en realidad, de comedor para los directivos⁹⁵. En más de una fábrica bengalí se ordenaba a las trabajadoras que llevaran sus bebés al trabajo para hacer funcionar el servicio de guardería en los días de auditoría.

LAS ESTRUCTURAS DE LA CADENA DE APROVISIONAMIENTO: CÓMO LOS GIGANTES DE LA DISTRIBUCIÓN CLASIFICAN E INSTRUYEN A SUS PROVEEDORES

Carrefour, Tesco y Wal-Mart estructuran sus cadenas de forma similar. Han descentralizado sus compras y mantienen una multitud de proveedores a nivel global. Por ejemplo, las oficinas principales de Carrefour están en Madrid y París pero hay tres centros operativos en Sao Paulo, París y Hong Kong que se encargan del marketing y tienen también responsabilidad en temas medioambientales y sociales. Por debajo hay oficinas centrales en 13 países donde producen (incluyendo China, India, Bangladesh, Turquía, Marruecos, Polonia y Brasil), a través de las cuales se negocia con los proveedores los precios de compras y los controles de calidad.⁹⁶

Para ser proveedor de uno de estos tres gigantes hace falta cumplir unos requisitos técnicos, sociales y medioambientales. No obstante, hay formas de sortear el proceso de selección. Todos tienen proveedores europeos o norteamericanos que a su vez usan agentes representantes en los países de origen. Así, productos a la venta en Carrefour fabricados en India fueron comprados a través de importadores de EEUU, Francia, Italia o América del Sur.⁹⁷

Aunque Aldi y Lidl se proveen completamente a través de importadores aseguran que sus proveedores están todos en Alemania.⁹⁸

Los compradores finales no parecen muy dispuestos a preguntar a los importadores sobre las condiciones de fabricación en origen. Según un agente de un proveedor secundario de Carrefour afirma: “Depende del comprador, algunos piden certificados. Normalmente los importadores europeos no suelen preguntar mucho. En Carrefour son bastante estrictos con sus normas. No-

sotros no somos proveedores directos, sino tendríamos que cumplir muchos más requisitos”⁹⁹¹⁰⁰. Un pequeño proveedor de Tirupur afirma: “Es muy difícil vender directamente a Wal-Mart. Tiene que ser aprobado por ellos y es un proceso muy costoso. Vendemos a través de importadores y ellos se encargan de todo el proceso y de la negociación.”

La tecnología juega un papel importante en las demandas de proveedores de Wal-Mart. Los trabajos se contratan a través de Retail Link, el mayor programa de control de compras y existencias del mundo. Los proveedores tienen que estar registrados para poder acceder a las subastas en línea de los pedidos de la compañía.¹⁰¹

Carrefour también usa la tecnología para contratar a sus proveedores. Cada nueva temporada envía por correo electrónico las características de algunos productos y los interesados le remiten una muestra. Entre ellos se escogen 2 o 3 para un mismo pedido. Se fija un precio máximo y pujan en línea para obtener el precio más bajo. Los proveedores aseguran que los factores determinantes para la obtención de pedidos son el precio, la calidad de los acabados y los plazos de entrega.¹⁰²

Los proveedores certificados de Tesco reciben unos sobres cuatro veces al año con los pedidos a los que pueden optar. En diez días tienen que enviar las muestras que sirven para hacer una selección y empezar la negociación de precios entre los que han sido preseleccionados. El que es escogido recibe un pago en avance para que pueda comprar las materias primas.

Hemos constatado que el diseño de las relaciones de suministro pensado para potenciar al máximo la competición entre proveedores (utilizando los sistemas que se exponen en los próximos párrafos) está en la raíz de los problemas laborales.

LA RAPIDEZ Y LA INCERTEZA SON MALAS COMPAÑERAS DE TRABAJO

“No es posible implementar las medidas que aparecen en los códigos de conducta si además tenemos que cumplir los objetivos de producción dentro de las fechas establecidas”

Responsable de comercialización. Fábrica proveedora certificada por Carrefour¹⁰³.

“Los grandes compradores como Wal-Mart no se preocupan de nuestra suerte. No escuchan excusas. Si hemos cerrado un trato, pase lo que pase, debemos entregar la ropa. Es así, y no es su problema si nos retrasamos”

Agente de compras freelance para Wal-Mart¹⁰⁴

La estacionalidad de los encargos es un problema para las fábricas proveedoras de India que deben afrontar períodos de producción muy intensa entre Noviembre y Diciembre, y una época de parón casi absoluto en Julio y Agosto. La respuesta de los fabricantes a la variabilidad en el volumen de trabajo es forzar el ritmo de las personas trabajadoras obligándolas a pasar las noches en las factorías, rescindir contratos y despedir un gran número de trabajadores y trabajadoras durante la época de pocos

ALGUNAS COSAS NO SE PUEDEN HACER AL MISMO TIEMPO



© Taslima Akhter

Los gigantes de la distribución utilizan prácticas de compra que tienen como objetivo obtener la máxima flexibilidad y los mínimos precios de sus proveedores. Al mismo tiempo, afirman que están mejorando sus sistemas de control y monitoreo del cumplimiento de los códigos de conducta laborales y que están comprometidos con los derechos de las personas trabajadoras. Las dos líneas de trabajo son difícilmente compatibles porque las prácticas de compra de estas empresas crean una serie de presiones sobre los proveedores que perjudican directamente a las trabajadoras y a los trabajadores.

Los bajos precios y la pobre capacidad de negociación de los proveedores en la cadena de suministro de las grandes cadenas de distribución presionan a los empresarios que, ante la desesperación o la falta de escrúpulos, trasladan los costes y los riesgos al eslabón más débil del sistema: las trabajadoras y los trabajadores. Son las obreras y los obreros los que subvencionan en forma de inseguridad y pobreza la flexibilidad exigida por las grandes cadenas de distribución y a través de herramientas como los contratos temporales (o la ausencia de contrato), la realización de horas extra de forma sistemática y el impago de estas horas.

La presión que ejercen las firmas sobre los proveedores para compatibilizar las draconianas condiciones comerciales que les imponen con el cumplimiento de los estándares laborales causa que los empresarios busquen todos los sistemas a su alcance para sortear los sistemas de monitoreo y auditoría y cumplir con la burocracia. En sucesivas investigaciones, la Campaña Ropa Limpia ha denunciado la falsificación de registros de horarios y hojas de salario, el adoctrinamiento de trabajadoras y trabajadores para que mientan a los auditores bajo la amenaza de perder su trabajo, y

muchos otros trucos usados sistemáticamente para cumplir con los procedimientos oficiales. Las grandes cadenas de distribución basan su discurso público sobre responsabilidad social en sus procesos de auditoría pero la evidencia sobre el terreno muestra su superficialidad y su ineffectividad, así como el conocimiento de estas deficiencias por parte del personal de las grandes empresas transnacionales.

El clima de incerteza que se ha construido a lo largo de las cadenas de aprovisionamiento, y en especial gracias a las subastas de contratos que se realizan por Internet, provoca que los proveedores deban competir por cada una de sus órdenes de producción: no saben si van a tener trabajo y por tanto desconocen sus necesidades de mano de obra. El sistema hace competir un gran número de fábricas de distintos países, empujando los precios a la baja y provocando el recorte de los salarios, el impago de las horas extra y el recurso a la temporalidad.

Gracias a su tamaño y a su estrategia de precios, los gigantes de la distribución se han convertido en empresas líderes e impulsoras de la carrera hacia la precariedad en los mercados laborales globales. Esto obliga a empresas más pequeñas a ser más agresivas con sus proveedores si quieren competir con las cadenas de distribución y a los proveedores a aceptar sus condiciones, puesto que no hay compradores dispuestos a establecer relaciones comerciales de igual a igual.

El eslogan de Wal-Mart «Save money, live better» (ahorra dinero, vive mejor) contrasta con la realidad en la que mientras las grandes empresas de distribución ganan cada vez más y más dinero, los trabajadores y las trabajadoras que hacen posible su negocio viven cada vez peor.

encargos. Un grupo de obreros y obreras de Delhi nos contaba que «la empresa nos puede decir que no hace falta que volvamos porque no hay encargos y abrimos sus puertas en el momento en que hay trabajo de nuevo».

El dueño de una fábrica proveedora de Wal-Mart nos explicó: «Si tenemos más encargos, tenemos más trabajadores. Pero si el trabajo decae no podemos mantenerlos en la cadena de producción sin tener nada que hacer. Por eso subcontratamos temporalmente cuando hay carga de trabajo. Los clientes conocen perfectamente que esto funciona así»¹⁰⁵

El tamaño y la urgencia de los encargos de Wal-Mart contribuyen directamente a la tendencia a la flexibilización del trabajo, a las prácticas de subcontratación y a las jornadas abusivas. Si las fábricas que trabajan para Wal-Mart reciben encargos enormes a entregar en plazos muy cortos, la capacidad de mantener una plantilla estable con unas condiciones laborales aceptables se deteriora rápidamente. Otro directivo de una fábrica proveedora de Wal-Mart nos contó: «Durante las fechas próximas a la entrega de un pedido, vivimos siempre situaciones límites. Si en esos días, llega una persona que se ofrece para trabajar se la incorpora sin dudarlo. Si no llegamos a tiempo para enviar el encargo por mar, debemos recurrir al transporte aéreo, que es mucho más caro, por lo que nadie sobra en las cadenas de producción»¹⁰⁶

Una cosedora con contrato indefinido nos dijo: «Siempre hay urgencias antes del envío de un pedido. Los tres últimos días vamos muy atosigados. Da igual para quién es la producción... La planificación no sirve para nada. Debemos completar los encargos al ritmo que los compradores nos imponen»¹⁰⁷

El problema de los plazos imposibles se gesta antes de que empiece la producción. Los proveedores afirman que las negociaciones con Wal-Mart son extremadamente duras¹⁰⁸. Los técnicos de la empresa suelen realizar cambios de última hora en los pedidos y las características exigidas son tan rigurosas que el tiempo de evaluación para la aprobación de los contratos de suministro se alarga recortando tiempo de producción. Un productor indio afirmaba: «Ya conocen a Asda (empresa subsidiaria de Wal-Mart que opera en el Reino Unido). Son lo peor. Se reservan el derecho a ordenar cambios hasta el último minuto. Nos hacen esperar las especificaciones técnicas de los pedidos y después se nos hace extremadamente difícil entregar la producción a tiempo. Pero no quieren escuchar ninguna excusa. Siempre encuentran la forma de culparnos por cualquier retraso. ¿Qué podemos hacer nosotros? Ellos son grandes compradores. Nos tenemos que adaptar a esta forma de trabajar. Si llegamos tarde pagan un precio muy inferior y nos obligan a asumir los costes del transporte aéreo»¹⁰⁹

Los proveedores están obligados a presentar muestras que superen los estándares de calidad para obtener los contratos de suministro pero no tienen ninguna capacidad de negociar los precios o los plazos de entrega. Un incremento de la calidad y de la cantidad que no vaya acompañado de un aumento del precio y del plazo de entrega supone más presión para las trabajadoras y los trabajadores. Una cosedora de Bangalore se lamentaba:

«No es posible trabajar sobre 100 piezas de ropa cada hora y mantener la calidad. Es posible si se trata sólo de repuntes cortos como puños y cuellos, pero cuando hay que coser todo el lateral de una camisa...»

Cosedora, Bangalore

Un miembro de una ONG local confirmaba: «Incluso los empresarios están hartos de Wal-Mart. Aunque se enriquecen gracias a sus negocios, con el gigante norteamericano se quejan porque reciben constantemente visitas de sus inspectores que llegan con el objetivo de exprimir al máximo la capacidad de ofrecer más calidad y cantidad al menor precio»¹¹⁰

En referencia a los cambios de última hora, Tesco es mucho más disciplinada que las otras grandes empresas de distribución. No realizan cambios técnicos en los encargos una vez pactados y si las muestras no son aprobadas, la orden de producción queda cancelada y se abre un nuevo proceso de valoración para evitar una excesiva presión sobre el proveedor con el fin de llegar a la primera fecha límite pactada¹¹¹. Tesco también permite cierta flexibilidad en los plazos e incluso que una pequeña parte de la producción retrasada se embarque en un envío posterior. Por supuesto, todos los costes derivados de cualquier retraso corre a cargo del proveedor.

Los trabajadores y las trabajadoras de las fábricas proveedoras de Tesco en India y Bangladesh dicen que es habitual para ellos trabajar toda la noche a causa de un «encargo de emergencia» aunque los empresarios de India afirman que Tesco no realiza tantos encargos imposibles como otros clientes internacionales¹¹². En ocasiones, los «encargos de emergencia» no son más que errores de planificación de la propia fábrica debidos a la desidia o a la despreocupación de los directivos.

PRECIOS IMPOSIBLES = SALARIOS IMPOSIBLES

Como indicábamos anteriormente, el núcleo de la estrategia de los gigantes de la distribución es la reducción de precios. Competir por precios significa mover grandes cantidades de producto obteniendo un beneficio muy pequeño por artículo vendido y con una gran presión para recortar los costes. El impacto sobre los proveedores ha sido denunciado en multitud de ocasiones.

La British Competition Commission ha realizado en la última década tres investigaciones sucesivas para evaluar el impacto de las políticas comerciales de los supermercados en la estructura productiva y en sus proveedores. Y una de las conclusiones es que «el incremento de los costes de producción ha recaído sistemáticamente sobre los pequeños productores, como las explotaciones agrarias familiares»¹¹³.

La crisis que estalló en 2008 muestra ejemplos claros de esta transferencia de costes hacia el inicio de la cadena de suministro. En octubre de ese año la filtración de una carta de Tesco a un proveedor polaco permitía leer: «Debido a la crisis financiera, la caída de los precios de productos básicos (leche, cereales, aceite, verduras y frutas), la intensa campaña de precios de las cadenas de superdescuento (Lidl, Biedronka) y nuestro deseo de ofrecer una oferta competitiva a nuestros consumidores, nos

LEJOS DE SACAR A LAS MUJERES DE LA POBREZA, LOS GIGANTES DE LA DISTRIBUCIÓN SE ESTÁN ENRIQUECIENDO GRACIAS A ELLAS

vemos obligados a reducir los precios pagados a nuestros proveedores y a revisar las condiciones comerciales para el 2009".¹¹⁴

Lo mismo ocurre con la ropa. Los periódicos de Bangladesh anunciaban en septiembre de 2008 que Wal-Mart había exigido el reembolso del 2% del precio pagado a sus proveedores de ropa (aunque la firma niega estas afirmaciones)¹¹⁵. Tesco UK escribió a todos sus proveedores (no alimentarios) comunicándoles cambios en su política de pagos: a partir de esa carta, la empresa pasaba a pagar 60 días después de recibir los productos en lugar de respetar el plazo de 30 días¹¹⁶. Los proveedores, por tanto, proporcionan crédito sin intereses a Tesco para ayudarle a superar la crisis.

La ONG británica Action Aid informaba en 2007 que los empresarios textiles bengalíes se quejaban de que, pese al aumento del salario mínimo legal en Bangladesh, decretado a finales de 2006, el precio que Tesco pagaba por cada pieza de ropa había descendido entre un 5 y un 10% respecto al periodo 2003-2004¹¹⁷. Un proveedor de esta cadena afirmaba que los precios que les pagaban por pieza de ropa se habían reducido a la mitad en los últimos 10 años pese a que el coste de vida en Bangladesh se había duplicado. Otro comentaba: "No podemos negociar porque nos amenazan con trasladar la producción a otra fábrica o a otro país".¹¹⁸

Un empresario de Tiripur (India) explicaba que el sistema de asignación de encargos de Tesco no obliga a los proveedores a competir con otros países: "Usualmente, sólo se ofrece realizar la producción a dos o tres proveedores, por lo que la competencia es menor que en el caso de los encargos de Carrefour. Ellos reparten las órdenes de producción entre proveedores indios y no debemos competir con otros países".¹¹⁹

Pese a estas notas positivas, Tesco exige unos precios extremadamente bajos. Otro empresario explicaba: "Por lo general fijamos un precio mínimo y un precio máximo para cada muestra de producto. Tesco siempre nos fuerza a reducir el precio al máximo. En ocasiones nos enseñan muestras de calidad inferior, fabricadas en otros países y nos exigen los mismos precios que han obtenido allí. Durante las negociaciones intentamos no aceptar un precio que esté por debajo de nuestro límite prefijado. Cuando no hay opción, abandonamos la negociación pero siempre hay fabricantes dispuestos a producir para ellos".¹²⁰

En Tailandia, las trabajadoras de un pequeño taller que fabricaba ropa para Tesco-Lotus a través de un agente intermediario contaban: "No siempre trabajamos para Tesco-Lotus porque pagan menos por fabricar productos más complejos. Destinamos más tiempo y recibimos menos dinero... los plazos son muy cortos."¹²¹

Las mismas trabajadoras explicaron que si los productos no superan los controles de calidad, deben compensar a Tesco-Lotus pagando la pieza a precio de venta al público, no a precio de coste.

En un taller similar, subcontratado habitualmente por proveedores de Wal-Mart, las trabajadoras informaban de que se les pagaba una media de 10 bath por pieza de ropa, pero que cuando el encargo provenía de Wal-Mart tan sólo obtenían 4 bath. A pesar de esto, producir para

estos proveedores les permitía trabajar todo el año, mientras que otras firmas no mantenían el ritmo de encargos.

Este es el negocio que Wal-Mart ofrece a sus proveedores: el número y tamaño de los encargos les garantiza el funcionamiento a lo largo de todo el año, pero en compensación el proveedor debe aceptar precios más bajos y condiciones comerciales peores que trabajando para firmas más pequeñas. Un agente comercial independiente nos contaba: "Las empresas necesitan a Wal-Mart porque demanda grandes cantidades. Aunque los márgenes de beneficio son pequeños, las grandes cantidades garantizan el negocio. Cuando una fábrica tiene cierta infraestructura, dejar las máquinas paradas cuesta dinero. Por lo tanto, aunque los márgenes por unidad producida sean muy bajos o inexistentes, a los proveedores les interesa cubrir el propio funcionamiento de la infraestructura".¹²²

La presión por rebajar los precios no recae sobre los empresarios y los propietarios de los talleres sino que contribuye de manera determinante a la pauperización de las trabajadoras y de los trabajadores. Un agente intermediario afirmaba: "Si considero que los costes de producción no pueden ser cubiertos con los precios que se ofrecen, personalmente prefiero no aceptar el encargo. Pero, aunque yo lo rechace, hay muchas oficinas de compras e intermediarios que encontrarán fábricas que acepten precios incluso menores... No tengo ni idea de cómo lo hacen. Quizá calculan mal los costes y se dan cuenta cuando ya es demasiado tarde y las pérdidas son inevitables..."¹²³.

En cualquier caso, estas pérdidas inevitables se encuentran en la raíz de los impagos y de las jornadas extenuantes que sufren los trabajadores y las trabajadoras.

En Les Coulisses de la Grande Distribution¹²⁴, Christian Jacquiau describe el "modelo Carrefour" de negociación con los proveedores, que él califica como "tortura psicológica". Un ex responsable de compras de Carrefour explicó a Jaquiau: "Yo trabajaba con los proveedores de flores cortadas. Nos entrenaban para imponer las mejores condiciones contractuales y para que una vez entregada la mercancía la rechazáramos por no alcanzar los estándares de calidad. Esto nos permitía acabar pagando 5 francos por un crisantemo en lugar de 15. Si el proveedor rechazaba el trato final, se le abandonaba con su producto estropeándose en los almacenes".¹²⁵

8

LAS MUJERES TRABAJADORAS SE LLEVAN LA PEOR PARTE

Los recortes de precios y de los plazos de entrega (se den en una fábrica, en el proceso de distribución o en una tienda) repercuten directamente en la calidad de los puestos de trabajo reduciendo los salarios, impidiendo la participación sindical y generando inseguridad. Pero los problemas vividos por las personas trabajadoras no se distribuyen equitativamente. El grupo más vulnerable son las mujeres.

Para comprender el origen de estas desigualdades debemos analizar la “triple carga” que soportan las mujeres de los países que producen la ropa, una mezcla de factores económicos, sociales y culturales:

1. A menudo, las mujeres aportan el sostén económico principal para sus familias y mantienen a sus hijos y parientes ancianos además de a ellas mismas. Las niñas también son las primeras que dejan la escuela y son enviadas a trabajar a fábricas con horarios que no se pueden compaginar con los estudios. Muchas veces son ellas las que pagan la escolarización de sus hermanos varones. Cuando están casadas, muchas mujeres tienen que buscar trabajo fuera de casa porque sus maridos están desocupados, ganan muy poco o porque han abandonado el hogar.

2. Además de su participación en el mercado laboral, las mujeres también cargan con las responsabilidades del trabajo doméstico, lo que significa que cuando vuelven de sus largas jornadas en las fábricas se ven obligadas a limpiar, lavar ropa o cocinar. Una vez más, las niñas de la familia son las que asumen estas tareas en cuanto tienen

capacidad física suficiente para hacerlo. Si es necesario, también son ellas las que abandonan la escuela para hacerse cargo del trabajo doméstico.

3. Finalmente, las mujeres - por razones culturales y biológicas - son las que se enfrentan a la reproducción. Se trata de una aportación a la sociedad que raramente se valora, pero para las trabajadoras de la confección la crianza de los hijos es extremadamente difícil de incorporar a la vida cotidiana.

La gran mayoría de las personas que trabajan en el sector de confección - alrededor del 80% - son mujeres. No se trata de una casualidad, sino de un proceso de discriminación desde el principio hasta al fin. Son las dinámicas socio-económicas las que llevan a las mujeres a buscar ocupación en el sector de la confección. Necesitan ingresos para mantenerse a ellas mismas y a las personas que dependen de ellas. En las regiones donde se instalan las industrias no hay muchas alternativas de empleo para las mujeres, quienes habitualmente tienen un nivel de formación inferior al de los hombres. Los mismos estereotipos culturales que han dejado a las mujeres tradicionalmente fuera del mercado laboral llevan a la sociedad a no considerarlas como trabajadoras “reales”. La imagen de las mujeres como trabajadoras que complementan el sueldo de un “padre de familia” las relega a una situación de pago precario y de inseguridad laboral.

En muchas ocasiones se obliga a las mujeres a aceptar su rol de pasivas y flexibles. Las obligaciones laborales, reproductivas y domésticas no les permiten buscar otro trabajo o alzar la voz en contra de los abusos y eso las hace perfectas para los empleadores.

En las fábricas se puede ver claramente esta diferencia de género. Las mujeres raramente tienen el mismo sueldo o las mismas oportunidades y además muy pocas veces ocupan puestos de mando. En Bangladesh comprobamos que siempre había mujeres en los puestos de costura y hombres en los puestos de corte, que están mejor pagados.

El trabajo en la industria textil es casi siempre un último recurso para muchas mujeres, a veces aceptado con resignación. «Como somos pobres tenemos que trabajar

EN TODAS LAS FÁBRICAS, EXCEPTO EN DOS HABÍA UNA SALA PARA EL CUIDADO DE LOS NIÑOS. PERO LAS TRABAJADORAS NOS DIJERON QUE SÓLO LAS ABRIAN SI HABÍA VISITA DE CLIENTES O DE AUDITORES, YA QUE UNA DE ESTAS SALAS ERA DONDE HABITUALMENTE COMÍAN LOS SUPERVISORES

en la confección, es una desgracia ganarse la vida así”, “de adolescente tenía que cuidar a mis hermanos y hermanas mientras nuestra madre trabajaba. Un día fui a una entrevista y empecé a trabajar con 16 o 17 años. Ahora mi madre ya no trabaja y vivimos con mi sueldo. Pero no alcanza. Soy una chica y ni llevo pendientes, no puedo vestirme bien porque lo que pagan no cubre lo básico.”^{126 127}

MÁS SUSCEPTIBLES A LOS ABUSOS LABORALES

A la discriminación salarial y a las desigualdades en las oportunidades de promoción laboral hay que sumar que en muchas ocasiones las trabajadoras sufren agresiones e insultos (muchos de ellos sexuales) y comentarios y toqueteos inapropiados.

“Utilizan un lenguaje que no sabría ni como decirte, te hace sentir tan sucia que te dan ganas de dejar el trabajo”, nos dice una mujer que trabaja en una fábrica de Bangladesh que produce para Wal-Mart, Carrefour y Lidl, donde tres cuartas partes de las mujeres que entrevistamos habían sufrido abusos verbales.¹²⁸ En otra fábrica que produce para Tesco, Wal-Mart y Carrefour una empleada nos dijo que el abuso verbal es una cosa diaria¹²⁹, y en otra nos describieron agresiones y castigos físicos como bofetadas e incluso golpes contra una mesa¹³⁰.

EXPRIMIDAS AL MÁXIMO

Las obreras de la confección sufren las desigualdades de género ya desde la infancia. Se ven obligadas a abandonar la escuela antes que sus hermanos varones para obtener un salario que complete los escasos ingresos de la familia. Una vez incorporadas a la actividad laboral reciben salarios más bajos, son víctima de abusos verbales y físicos y trabajan en un ambiente de presión constante en unas condiciones de explotación.

Simultáneamente, las obreras cargan con muchas responsabilidades fuera de la fábrica que las obliga a asumir una carga de trabajo enorme y las hace aún más dependientes de su reducido salario, dificultando su participación en organizaciones de defensa de los derechos laborales o en sindicatos.

Aunque las grandes empresas de distribución no son las que generan directamente las desigualdades de género, sus estrategias comerciales repercuten directamente sobre la forma de trabajar de los empleadores y sobre las condiciones de las trabajadoras. La ausencia de planificación de los pedidos, los recortes de costes y la presión a los proveedores para conseguir la máxima competitividad a toda costa lleva a los empleadores a exigir esfuerzos imposibles para incrementar los beneficios de estas grandes empresas.

La producción para los gigantes de la distribución no está “sacando de la pobreza” a las personas que encuentran un empleo en las fábricas ni está “desarrollando” las zonas productoras. Las transnacionales de la distribución están “haciendo caja” a costa de muchos miles de trabajadoras.

Las limitaciones económicas y culturales crean obstáculos para poder quejarse, “las quejas de una mujer no se toman en consideración. Un superior sí que tendría en cuenta las quejas de un hombre así que no contratan hombres”¹³¹. Las trabajadoras de una fábrica en Bangladesh que produce para Lidl y Wal-Mart nos comentan: “como solo hay mujeres no podemos ir a la huelga”¹³²

LOS ABUSOS LABORALES TIENEN UN MAYOR IMPACTO

Si las condiciones laborales en las fábricas analizadas ya eran suficientemente duras de por sí, para las trabajadoras embarazadas la situación era especialmente delicada. En general, durante el embarazo se exige a las mujeres trabajar las mismas horas y al mismo ritmo que habitualmente, convirtiendo la actividad laboral en un riesgo para la salud. En algunas de las fábricas se permitía a las trabajadoras salir un poco antes aunque sólo cuando no había acumulación de pedidos. En uno de los talleres, estas “facilidades” dependían de si la trabajadora estaba en la lista de “personal no conflictivo”.^{133 134}

“Cuando el sufrimiento se hace inaguantable y alguna se pone a llorar le pueden dar el día libre” explica Buna, costurera en un taller de Carrefour en Bangladesh “pero cuando hay mucho volumen de trabajo por más que llores no te harán caso”¹³⁵

Después del parto, las obreras deben incorporarse al trabajo inmediatamente si no quieren perder su puesto. Aunque en casi todas las fábricas analizadas, los dueños afirmaban que existía la posibilidad de acogerse a un permiso por maternidad, raramente las trabajadoras lo utilizaban¹³⁶

A menudo, las madres se ven obligadas a dejar a sus recién nacidos en sus aldeas de origen y verlos sólo de vez en cuando. Debido a las largas jornadas, tener familiares cerca que se puedan hacer cargo de los bebés tampoco garantiza tener contacto con los hijos e hijas.

“Mi hija sólo me ve una vez a la semana porque cuando salgo de casa está aún durmiendo y cuando llego ya está en la cama. No me gusta trabajar tanto pero si quiero conservar el trabajo no puedo negarme a hacer horas extra”

En todas las fábricas, excepto en dos (proveedoras de Aldi, Lidl y Wal-Mart) había una sala para el cuidado de niños. Pero las trabajadoras nos dijeron que esa sala sólo la abrían si había visita de clientes o de auditores. En una de ellas esa era la sala donde habitualmente comían los supervisores.¹³⁷ En otra los trabajadores nos dijeron que tenían orden de traer a los niños ciertos días para enseñar a los auditores que la fábrica tiene un centro de día para hijos de empleados.¹³⁸

COMPILACIÓN DE PROPUESTAS Y RECLAMACIONES

1. REIVINDICACIONES DIRIGIDAS A LAS EMPRESAS PROVEEDORAS DE LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN

IMPLEMENTACIÓN DE LOS ESTÁNDARES LABORALES

Las empresas preocupadas por las condiciones laborales de las personas que trabajan en su cadena de producción deberían adoptar códigos de conducta iguales o superiores a los que aparecen en el código modelo de la Campaña Ropa Limpia¹³⁹ . Los códigos deben ser aplicables a todos los trabajadores y las trabajadoras, desde la persona que vende en la tienda detallista, los empleados y las empleadas en la distribución y la manufactura, hasta la última fábrica subcontratada o trabajadora a domicilio, con independencia de si hay un trato directo o indirecto con la empresa principal.

El código de conducta de una empresa debe ser comprensible y tiene que llegar a todos los trabajadores y al público en general. Debe estar disponible en la página web y en los centros de trabajo y debe estar traducido a las lenguas vehiculares de las trabajadoras y los trabajadores.

El código requiere una monitorización y una verificación efectiva. La monitorización del código consiste en la observación pormenorizada de su cumplimiento en todos los centros de trabajo. La verificación es la confirmación de la validez de la metodología utilizada y la aceptación de los resultados.

Como la esencia de la verificación es la credibilidad, ésta deberá ser llevada a cabo por agentes externos e independientes. Para el desarrollo de estos mecanismos las empresas deberían estar en contacto con sindicatos y ONG, por ejemplo, en iniciativas multi-stakeholders (MSI). Para ser creíbles estas organizaciones deben ser participativas a todos los niveles y tener poder de decisión sobre las políticas de corrección y mediación de casos de explotación laboral que llevan a cabo sus empresas miembro. En estos momentos, las MSI constituyen el mecanismo más creíble de verificación de las políticas de responsabilidad social de las empresas transnacionales.

La Campaña Ropa Limpia ha desarrollado una guía de los pasos que debería seguir una empresa realmente comprometida con las condiciones de trabajo en su cadena de suministro para llevar a cabo la implemen-

tación, monitorización y verificación en un contexto de iniciativa multistakeholders¹⁴⁰.

2. REIVINDICACIONES DIRIGIDAS A LOS GIGANTES DE LA DISTRIBUCIÓN

Si los compromisos que se describen en el capítulo 3 reflejan realmente la voluntad política de las grandes empresas de distribución, hay algunos puntos clave que deben ser abordados con urgencia de manera activa:

PROMOVER LA LIBERTAD DE ASOCIACIÓN

Se deben llevar a cabo medidas proactivas e identificables para facilitar a las trabajadoras y a los trabajadores una libertad de asociación real con la finalidad de establecer un marco de relaciones sindicales que permita la negociación colectiva. Estas acciones deberían incluir como mínimo:

1. Establecer claramente qué se espera de las empresas proveedoras en materia de sindicalización y negociación colectiva y facilitar asesoramiento al respecto, siempre teniendo en cuenta que la definición de libertad de asociación válida es la establecida por la Organización Internacional del Trabajo.

2. Revisar con regularidad las políticas disciplinarias y de despido de sus proveedores, así como los canales de queja a los que acceden las trabajadoras y los trabajadores.

3. Apoyar la formación de directivos, trabajadores y trabajadoras, y representantes colectivos en materia de libertad de asociación y derechos sindicales. Estas formaciones deben ser impartidas por sindicatos independientes o por organizaciones de defensa de los derechos laborales y deben tomar en consideración las desigualdades de género existentes en la industria de la confección.

Muchos centros de trabajo se sitúan en países donde los sindicatos están prohibidos o en los que el estado tiene el monopolio de la representación sindical. En estas zonas, las empresas transnacionales deben generar canales de representación de los trabajadores, facilitar la organización de éstos para defender sus derechos y establecer un canal de comunicación con las autoridades públicas para informar de las actividades impulsadas por la empresa para mejorar su relación con los obreros y las obreras.

PAGAR UN SALARIO SUFICIENTE PARA VIVIR DIGNAMENTE

Los gigantes de la distribución deben incorporar el derecho a un salario digno en sus códigos de conducta. Los buenos propósitos allí expresados deben traducirse en acciones concretas que permitan alcanzar niveles salariales aceptables en una semana laboral convencional (sin necesidad de realizar horas extra). Estas acciones deben incluir al menos:

1. El trabajo conjunto con sindicatos u organizaciones locales para el desarrollo de un plan de reconocimiento de estándares laborales que incluya el pago de un salario mínimo suficiente para alcanzar un nivel de vida digno.

2. Llevar a cabo una investigación independiente de los precios pagados a los proveedores para determinar si son suficientemente altos para cumplir los estándares laborales internacionales, incluyendo el pago de unos salarios que permitan cubrir las necesidades. Esta investigación también debe tener en cuenta los salarios que se pagan a las trabajadoras de fábricas subcontratadas y a las trabajadoras domésticas durante dos años.

3. Facilitar el establecimiento de mecanismos de negociación que permitan a los sindicatos plantear sus demandas salariales a la empresa con garantías. Estos mecanismos no pueden olvidar a las trabajadoras de fábricas subcontratadas y de las personas que trabajan desde su domicilio.

4. Introducir transparencia en los precios unitarios pagados por las empresas compradoras a sus proveedores y por estos a sus trabajadores y trabajadoras, con la finalidad de disponer de más información en la negociación colectiva.

ESTABILIDAD EN EL EMPLEO

Los trabajadores y las trabajadoras que desarrollan tareas básicas para la producción de una fábrica tienen el derecho de gozar de estabilidad en sus empleos. El uso de formas de trabajo inestables como los contratos temporales, los contratos por jornada laboral y la contratación de empresas de trabajo temporal debe restringirse a la realización de actividades excepcionales, fuera del día a día de la empresa. Los contratos temporales no deben ser usados para recortar los derechos de las personas trabajadoras. Esto significa que:

1. El uso de los contratos temporales debe estar claramente justificado en el plan de trabajo

2. Todos los contratos temporales deben garantizar salarios y beneficios sociales equivalentes a los que disfruten los trabajadores indefinidos que desarrollen la misma actividad.

3. Los empleados temporales deben adquirir los mismos derechos que los indefinidos en caso de estar ocupando el mismo puesto de trabajo durante dos años o en el momento de entrar en el tercer contrato temporal consecutivo.

4. Los contratos de aprendizaje no pueden ser utilizados para evitar el cumplimiento de las obligaciones de la empresa con sus trabajadores y trabajadoras.

Las empresas transnacionales deben demostrar que están tomando medidas para evitar las formas de precariedad derivadas de la subcontratación de talleres o de los encargos a personas que trabajan en su domicilio. En caso de producirse

estas subcontrataciones, los estándares recogidos por los códigos de conducta y los beneficios sociales recibidos por las personas contratadas en las fábricas deben ser aplicables a estas trabajadoras.

IGUALDAD DE GÉNERO

Las grandes empresas transnacionales deben tomar medidas claras y cuantificables para evitar la discriminación contra las mujeres, especialmente en lo referente a los salarios y las posibilidades de promoción laboral.

TRAZABILIDAD Y TRANSPARENCIA

Las empresas deberían:

1. Investigar sus propias cadenas de suministro y desarrollar mecanismos que les permitan conocer con certeza dónde, por quién y en qué condiciones se fabrican los artículos que comercializan.

2. Ser transparentes en lo referente a la composición de su cadena de suministro publicando los datos siguientes:

- Las direcciones físicas de los centros de trabajo,

- Los resultados de sus propias investigaciones y auditorías sociales,

- Sus planes de corrección de los posibles problemas e incumplimiento de estándares laborales.

En el desarrollo de mecanismos de transparencia debe ser una prioridad informar a los propios trabajadores y trabajadoras.

NO CORTAR Y HUIR

Cuando se detectan violaciones de los estándares laborales básicos en fábricas proveedoras, las empresas internacionales no pueden cortar la relación con estas fábricas y buscar otro proveedor para evitar posibles escándalos. Se debe solucionar el conflicto trabajando conjuntamente con el proveedor, los sindicatos locales y las organizaciones de defensa de los derechos laborales.

PRÁCTICAS DE COMPRA

Las estrategias comerciales y, sobre todo, las prácticas de compra de los gigantes de la distribución constituyen un obstáculo considerable para que se cumplan los estándares laborales internacionales en la cadena de producción. Las políticas de suministro deben facilitar y no impedir que en las fábricas proveedoras las condiciones laborales sean dignas. Si una empresa transnacional quiere mejorar las condiciones laborales en su cadena de suministro debería analizar el impacto de los procedimientos y las condiciones que el departamento de compras impone a sus proveedores, desarrollar un plan de actuación para corregir los impactos negativos y publicar los resultados en su memoria anual.

POLÍTICAS DE VENTA AL PÚBLICO RESPONSABLES

El efecto sobre los derechos laborales de las actuaciones de los gigantes de la distribución no se limita a las fábricas. Los derechos de los trabajadores y las trabajadoras de las superficies comerciales también

están sujetos al poder de estas grandes empresas para imponer sus condiciones. A la vez, las políticas de precios pueden determinar la capacidad de supervivencia de negocios de menor tamaño pero que también emplean a un buen número de trabajadoras y trabajadores.

Por estas razones se debe exigir a las cadenas de distribución respeten sus códigos de conducta también en los centros de comercialización y que, por supuesto, cumplan con las legislaciones laborales y con los convenios fundamentales de la OIT. Una vez más es necesario que hagan públicos los mecanismos de control que se llevarán a cabo para garantizar estos cumplimientos. Así mismo, una empresa que afirma ser responsable socialmente debe garantizar que no practicará el dumping y no venderá productos por debajo de su coste para dañar a la competencia.

3. PROPUESTAS A LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Para frenar la competitividad internacional basada en el recorte de los derechos de los trabajadores y de las trabajadoras, todos los gobiernos deberían comprometerse en la tarea de hacer cumplir unos estándares mínimos a las empresas locales y transnacionales, haciendo especial hincapié en el desarrollo de políticas de igualdad de género.

EN MATERIA DE LEGISLACIÓN LABORAL

1. Ratificar (en caso de no haberlo hecho) y transponer a la propia legislación todos los convenios fundamentales de la OIT.

2. Asegurar que la legislación nacional incorpora mecanismos para hacer cumplir los estándares laborales internacionalmente reconocidos, con especial énfasis en los derechos sindicales y el pago de salarios que permitan vivir dignamente.

3. Garantizar que existe una inspección de trabajo efectiva capaz de hacer cumplir la legislación laboral.

4. Promover activamente el respeto a los derechos laborales a partir de la participación en la OIT y en los organismos de Naciones Unidas pertinentes.

5. Facilitar el trabajo de la OIT en el país.

6. Legislar contra la corrupción y el lobby ilegítimo.

EN MATERIA DE TRATADOS COMERCIALES Y ACUERDOS DE INVERSIÓN

Todos los gobiernos deberían retener el derecho a regular las inversiones realizadas en su territorio con la finalidad de asegurar que éstas contribuyen a un desarrollo sostenible y respetuoso con los derechos humanos y laborales. En este sentido, los gobiernos receptores de inversión extranjera directa no deben realizar concesiones a inversores que, para conseguir mayor competitividad, provoquen

efectos no deseados en la economía local o que no se comprometan a respetar la legislación laboral y los estándares internacionalmente aceptados.

Los países de origen de las grandes cadenas de distribución deberían condicionar la firma de tratados de libre comercio y de tratados de inversión al respeto de las legislaciones laborales de los países firmantes y la observación inexcusable de los convenios fundamentales de la OIT. Los tratados deberían incluir mecanismos que permitieran denunciar y procesar a las empresas transnacionales que con su actuación provocaran la vulneración de esos derechos.

EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD EN LA VENTA AL PÚBLICO

Los poderes públicos, incluyendo la Unión Europea, deberían revisar los marcos legales con el fin de poder castigar el incumplimiento de los derechos laborales en la cadena de suministro de las empresas que comercialicen en Europa. Estos mecanismos legales deben existir tanto en los países donde se vende la ropa como en el país donde está domiciliada la empresa. Esto significaría que:

-La responsabilidad se extiende a través de la cadena de suministro extraterritorialmente incluyendo los trabajadores del proveedor y a los subcontratistas.

-Todos los trabajadores de la cadena tienen derecho a reclamar y los gobiernos locales de la empresa pueden imponer sanciones por las violaciones de los derechos laborales de la empresa en cualquier punto de la cadena (sin perjuicio de las sanciones aplicables por los gobiernos donde éstas se producen). -Las fuerzas del mercado dejan de presionar a la baja los estándares laborales reconocidos internacionalmente.

-Estas compañías no utilizan su poder de negociación de compras que hace que los derechos laborales más fundamentales se vean comprometidos.

Es tarea de los gobiernos evaluar si las leyes existentes deben reforzarse o bien debe ponerse en práctica un nuevo marco regulatorio.

ANEXO LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA Y LA REALIDAD

¿QUÉ DICE EL CÓDIGO JO-IN...

(El código Jo-in recoge los estándares más altos del sector)

¿INCLUYEN LAS EMPRESAS INTERNACIONALES ESTE TEMA EN SU PROPIO CÓDIGO DE CONDUCTA?

...SOBRE HORAS DE TRABAJO?	TESCO *	WAL-MART *	CARREFOUR*	LIDL *	ALDI *
Cumplir las leyes vigentes o los estándares del sector (el que ofrezca más protección).					
La jornada laboral semanal debe venir definida por la ley pero nunca podrá exceder las 48 horas.		NO	NO		
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	NO		
Las horas extras deben ser voluntarias, no habituales y pagadas mínimo por lo que contemple la ley. Nunca deben exceder las 12 horas a la semana.		NO	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 (pero se menciona que se debe pagar más)	NO	NO	No (pero se menciona que se debe pagar más)	No (pero se menciona que se debe pagar más)

¿QUÉ NOS MUESTRA NUESTRA BÚSQUEDA DE LA REALIDAD DE LOS CENTROS DE TRABAJO?

Datos:
En dos de las fábricas de Bangladesh investigadas, las trabajadoras tenían que alargar la jornada oficial para llegar a cobrar unos 34 euros mensuales. La jornada habitual real comenzaba 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 pagar todas las trabajadoras.

Testimonios:
"¡Hacemos horas extras cada día. No quedan registradas en ninguna parte. En la hoja de salario sólo ponen una o dos cada semana" Trabajadora d'una fábrica proveedora de Tesco a Tiripur (India).

"Ens fan treballar de les 9 del matí a la 1 de la matinada. Això pot durar 30 dies seguits" Trabajadora de una fábrica proveedora de Tesco en Tiripur (India).

...SOBRE LOS DERECHOS SINDICALES?

TESCO *	WAL-MART *	CARREFOUR*	LIDL *	ALDI *
Reconocimiento del derecho de todas las personas trabajadoras a formar parte de un sindicato				
Aproximación positiva de la empresa hacia la representación sindical y las organizaciones de trabajadores				
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

...SOBRE LOS SALARIOS?

TESCO *	WAL-MART *	CARREFOUR*	LIDL *	ALDI *
Reconocimiento del derecho de un salario digno, explicitando que debe poder cubrir las necesidades básicas y un margen adicional				
Respeto a las leyes del país productor o los estándares mínimos del sector				
Reconocimiento del derecho a revisar los salarios a través de la negociación colectiva	NO	NO	NO	NO
Reconocimiento del derecho de las personas trabajadoras a ser informadas sobre la estructura de su nómina.		NO	NO	
Prohibición de reducciones disciplinarias		NO	NO	

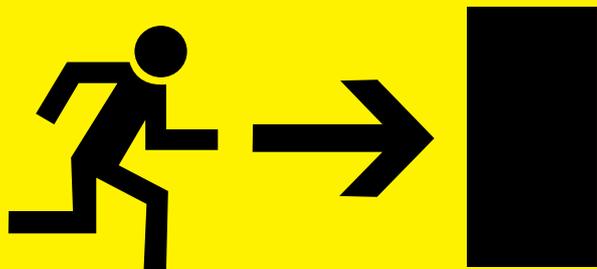
* TESCO sigue el código de conducta ETI, Lidl y Aldi siguen los estándares del BSCI. Wal-Mart y Carrefour siguen códigos propios.

Datos:
La mayoría de los 31 centros de trabajo investigados (proveedores de TESCO, WAL-MART, CARREFOUR, Aldi, LIDL o varias de estas empresas) cumplen 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 extras, las trabajadoras cobraban entre 21 y 34 euros. En la India los salarios oscilan 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).

Testimonios:
"Llevo siete años viviendo en una casa con 10 chicas más... tenemos que dormir en pequeñas habitaciones de madera sin ventilación. Utilizo el dinero de mi salario para pagar el 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.

- 1** Mamou, Y (2008) "Wal-Mart ignore la crise, et compte même en tier profit". Le Monde. [Online] 25 November. Disponible en http://www.lemonde.fr/la-crise-financiere/article/2008/11/25/wal-mart-ignore-la-crise-et-compte-meme-entierprofit_1122864_1101386.html (acceso a 6 de diciembre de 2008)
- 2** Carrefour Group. 2006. Carrefour Group and Sustainable Development: Our responses to 6 major issues. [Online] Disponible en www.carrefour.com/docroot/groupe/C4com/Commerce%20responsable/Publications/CarrefourLeaflet2006GB.pdf (acceso a 6 de diciembre 2008)
- 3** Aldi. 2008. Company Fact Sheet. [Online] Available at: http://aldi.us/us/html/company/5565_ENU_HTML.htm (Accessed 6 December 2008)
- 4** Euromonitor Global Market Information Database, <http://www.euromonitor.com/gmid/>
- 5** Información Comercial Española (2007), Boletín económico del ICE. El español en el sector de la distribución comercial, Información Comercial Española, Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, capítulo 3, pág. 58
- 6** Wick, I. 2007. Aldi's Clothing Bargains – Discount buys discounting standards? SÜD-WIND Institut für Ökonomie und Ökumene. [En línea] Disponible en: www.suedwind-institut.de/downloads/ALDI-publ_engl_2007-08.pdf (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 7** Wal-Mart. 2006. Message from Lee Scott. [En línea] Disponible en: http://Walmartfacts.com/reports/2006/ethical_standards/letter.html (Consultado a 6 de diciembre de 2008).
- 8** Hird, V. & H. Burley. 2005. The Tesco Takeover. Friends of the Earth. [En línea] Disponible en: http://www.foe.co.uk/resource/marketing_material/tesco_takeover_leaflet.pdf (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 9** Las cinco empresas que se analizan en este informe - Aldi, Carrefour, Lidl, Tesco, y Walmart – recibieron un borrador del mismo antes de su publicación y tuvieron la oportunidad de enviar correcciones sobre los datos objetivos aquí presentados.
- 10** Cuotas de mercado: M&S 9,1%, Asda 9,4%, Tesco 6,5%, Sainsbury's 2% (estimaciones). Tomadas de Thornton, P. 2004. By George, «M&S loses its clothing sales crown to Asda». The Independent, [En línea] 23 de agosto. Disponible en <http://www.independent.co.uk/news/business/news/by-george-mamps-loses-its-clothing-sales-crown-to-asda-557524.html> (acceso a 6 de diciembre de 2008)
- 11** Wick, I. 2007. op.cit.
- 12** Crabbé, C. & N. Leroy. 2007. Profil Carrefour. Campagne Vêtements Propres.
- 13** Las cifras están tomadas de las memorias anuales de las empresas disponibles en línea a 6 de diciembre de 2008. Excepto para Aldi y Lidl, tomadas de Top 150 Händler Welt 2007. Lebensmittel Zeitung. 2008. [Online] Disponible en <http://www.lz-net.de/rankings/handelwelt/pages/show.pr?id=272> (acceso a 6 de diciembre de 2008)
- 14** Bianco, A. & W. Zellner. 2003. op.cit.
- 15** Ver, por ejemplo, Dickinson, M. 2008. Tesco buys S. Korea hypermarkets in £958m deal. The Independent, [Online] 14 May. Disponible en: <http://www.independent.co.uk/news/business/news/tesco-buys-s-korea-hypermarkets-in-pound958mdeal-827849.html> (Consultado el 6 de diciembre de 2008)
- 16** Friends of the Earth. 2006. Paying for Tesco's Profits. Press briefing. [Online] Disponible en: http://www.foe.co.uk/resource/press_releases/paying_for_tescos_profits_24042006.html (Consultado el 6 de diciembre de 2008); Friends of the Earth. 2006. Tesco the new green chameleon. [Online] Disponible en: http://foe.co.uk/resource/press_releases/tesco_the_new_green_chamel_25042006.html (Consultado el 6 de diciembre de 2008)
- 17** Carrell, S. 2003. Tesco admits selling banned hardwoods. The Independent, [Online] 13 July. Disponible en: <http://www.independent.co.uk/environment/tescoadmits-selling-banned-hardwoods-586670.html> (Consultado el 6 de diciembre de 2008)
- 18** Friends of the Earth. 2007. Farmers speak out over the impact of low milk prices. [Online] Disponible en: http://www.tescopoly.org/images/stories/farmers_speak_out_over_the0.pdf (Consultado el 6 de diciembre de 2008)
- 19** Ball, J. 2008. Retailers profit while growers are crucified. The Grocer. [Online] 3 de noviembre. Disponible en: <http://www.thegrocer.co.uk/articles.aspx?page=articles&ID=194689> (Consultado el 6 de diciembre de 2008)
- 20** Friends of the Earth. 2003. Tesco: Exposed. Press briefing. [Online]. Disponible en http://www.foe.co.uk/resource/briefings/tesco_exposed.pdf (Consultado el 6 de diciembre 2008)
- 21** Carrefour (2007). Carrefour group building responsible relationships. 2007 Sustainability Report. [Online] Disponible en: <http://www.carrefour.com/docroot/groupe/C4com/Commerce%20responsable/Publications/RD%202007%20GB.pdf> (Consultado el 6 Diciembre de 2008)
- 22** Joint Initiative on Corporate Accountability and Workers' Rights. 2006. Jo-In Draft Common Code 5.05. [Online] Disponible en: <http://www.jo-in.org/pub/docs/Jo-In%20Draft%20Common%20Code%205.05.pdf> (Consultado el 6 de diciembre de 2008)
- 23** Social Accountability International. Supporting Level. [Online] Disponible en: <http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.viewPage&pageId=558&parentID=747&grandparentID=4&amp;modelID=1> (Consultado el 6 de diciembre de 2008)
- 24** Carrefour. 2005. Suppliers' Charter. [Online] Disponible en: http://www.carrefour.com/docroot/groupe/C4com/Pieces_jointes/Carrefour%20Supplier%20Charter%20EN.pdf (Consultado el 6 de diciembre de 2008); WalMart. Standards for Suppliers. [Online] Disponible en: <http://Walmartstores.com/download/2727.pdf> (Consultado el 6 de diciembre de 2008)
- 25** BSCI homepage. [Online] Disponible en: <http://www.bsci-eu.com/> (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 26** BSCI homepage. [Online] Disponible en: <http://www.bsci-eu.com/> (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 27** Alam, K. et al. op.cit.
- 28** SACOM. 2007. The Story of Toys Made in China for Wal-Mart. [Online]. Disponible en: http://sacom.hk/wp-content/uploads/2008/0/Walmart_reportsacomjun2007.pdf (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 29** Hearson, M. & K. Alam. 2006. Fashion Victims: The true cost of cheap clothes at Primark, Asda and Tesco. War on Want. [Online]. Disponible en: <http://www.waronwant.org/download.php?id=496>. (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 30** Birchall, J. 2005. Wal-Mart faces sweat-shop lawsuit. Financial Times, [Online] 14 de septiembre. Disponible en: <http://www.ft.com/cms/s/0/35006716-24bb-11daa5d0-00000-e2511c8b.html> (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 31** Crabbé, C. & N. Leroy. 2007. op.cit.
- 32** Pruett, D. 2005. Looking for a Quick Fix: How weak social auditing is keeping workers in sweatshops. [Online]. Clean Clothes Campaign. Disponible en: http://www.cleanclothes.org/ftp/05-quick_fix.pdf (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 33** Ethical Trading Initiative. The Base Code. [Online] Disponible en: http://www.ethicaltrade.org/Z/lib/base/code_en.shtml (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 34** Hearson, M. & A. Morser. 2007. Let's Clean Up Fashion: 2007 Update. [Online] Labour Behind the Label/War on Want. Disponible en: <http://www.labourbehindthelabel.org/resources/reports/20/190-lcuf2007> (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 35** Labour Behind the Label. 2006. Bangladesh Wage Board Announces New Minimum Wage. [Online] Disponible en: <http://www.labourbehindthelabel.org/campaigns/urgent/archive/41-bangladesh/144> (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 36** Daily Star. 2008. Settle RMG wage-hike issue, govt asks trade bodies. [Online] 9 September. Disponible en: <http://www.thedailystar.net/story.php?nid=55321> (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 37** The Financial Express. 2008. Tk 4500 sought as minimum wage for garment workers. [Online] 1 September. Disponible en: http://www.thefinancialexpress-bd.info/search_index.php?page=detail_news&news_id=44250 (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 38** Study by GATWU, document on file, August 16, 2008, p.3
- 39** Board of Investment of Thailand. 2008. Cost of doing business in Thailand. [Online]. Disponible en: <http://www.boi.go.th/english/how/demographic.asp> (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 40** Samaraweera, D. 2008. Rs 30 million campaign for garment workers. The Sunday Times Online. [Online] 9 March. Disponible en: <http://sundaytimes.lk/080309/FinacialTimes/ft339.html> (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 41** Samaraweera, D. 2007. Garment workers in 'Living Wage' campaign to raise wages. The Sunday Times Online. [Online] 23 September. Disponible en: <http://sundaytimes.lk/070923/FinacialTimes/ft328.html> (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 42** CCC field research report, Sri Lanka, Agosto 2008, pág.21
- 43** Centre for policy dialogue. 2003 <http://www.cpd-bangladesh.org/publications/dr/DR-54.pdf>
- 44** CCC field research report, India, Mayo 2008, pág.16
- 45** CCC field research report, Bangladesh, Agosto 2008, págs. 39, 51
- 46** ibid. Seven out of ten had workers earning a basic wage of Tk 1662
- 47** ibid, pág. 46
- 48** ibid, pág. 37
- 49** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, Sri Lanka, Agosto de 2008, pág. 21
- 50** ibid, pág. 41
- 51** ibid, pág. 74
- 52** ibid, pág. 20
- 53** ibid, pág. 52
- 54** ibid, pág. 54
- 55** ibid, pág. 53
- 56** ibid, pág. 54
- 57** ibid, pág. 58
- 58** International Trade Union Confederation (ITUC). 2007. Annual Survey of Violations of Trade Union Rights. [Online] Disponible en: <http://survey07.ituc-csi.org/getcontinent.php?IDContinent=0&IDLang=EN> (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 59** ibid
- 60** ibid
- 61** ibid
- 62** ibid
- 63** ibid
- 64** ibid, pág. 65
- 65** CCC field research report, Bangladesh, Agosto 2008, pág. 49
- 66** ibid, pág. 49
- 67** ibid, pág. 36
- 68** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, India, Mayo de 2008, pág. 64
- 69** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, Bangladesh, August 2008, pág. 32
- 70** ibid, pág. 32
- 71** ibid, pág.s 40-32
- 72** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, India, Mayo de 2008, pág. 39
- 73** Alam, K. et al. op.cit.
- 74** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, India, Mayo de 2008, pág. 61
- 75** ibid, pág. 25
- 76** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, Sri Lanka, agosto 2008, págs. 13, 18
- 77** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, India, Mayo 2008, pág. 62
- 78** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, Tailandia, Julio 2008
- 79** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, India, Mayo 2008, pág. 75
- 80** ibid, págs. 74-75
- 81** ibid, pág. 76
- 82** ibid, pág. 76
- 83** ibid, pág. 40
- 84** El código de conducta de ETI se puede encontrar en: http://www.ethicaltrade.org/Z/lib/base/code_en.shtml
- 85** ibid, pág. 63
- 86** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, Bangladesh, agosto de 2008, pág. 11
- 87** Carrefour Group. The Group and its Suppliers. [En línea] Disponible en: <http://www.carrefour.com/cdc/responsiblecommerce/our-social-and-ethical-approach/the-group-and-its-suppliers/> (Consultado a 6 de diciembre 2008)
- 88** Crabbé, C. & N. Leroy. 2007. op.cit.
- 89** Walmart Stores, Inc. 2006. Report on Ethical Sourcing. [En línea] Disponible en: http://Walmartfacts.com/reports/2006/ethical_standards/documents/2006ReportonEthicalSourcing.pdf
- 91** Pruett, D. 2005. op.cit.
- 92** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, Mayo 2008, pág. 63
- 93** ibid, pág. 63
- 94** ibid, pág. 31
- 95** CCC field research report, Bangladesh, agosto de 2008, pág. 40
- 96** Crabbé, C. & N. Leroy. 2007. op.cit.
- 97** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, India, May 2008, pág. 72
- 98** Wick, I. 2007. op.cit.
- 99** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, India, May 2008, pág. 72
- 100** ibid, pág. 73
- 101** Por ejemplo, talleres en "Fundamentals of Retail Link@ Software" de Delta Associates Inc. Más información en: <http://www.delta-assoc.com/RetailLink.htm> (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 102** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, India, Mayo 2008, pág. 71
- 103** ibid, pág. 73
- 104** ibid, pág. 14
- 106** ibid, pág. 25
- 107** ibid, pág. 15
- 108** ibid, pág. 13
- 109** ibid, pág. 13
- 110** ibid, pág. 14
- 111** ibid, pág. 51
- 112** ibid, pág.s 51-52
- 113** Competition Commission. 2000. Supermarkets: A report on the supply of groceries from multiple stores in the United Kingdom. London: Competition Commission
- 114** The Poultry Site. 2008. Polish Branch of Tesco Pressures Producers. [Online] 7 de noviembre de 2008. Disponible en: <http://www.thepoultrysite.com/poultrynews/16380/polish-branch-of-tesco-pressures-producers> (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 115** Mirdha, R.U. 2008. Wal-Mart wants rebate on garment orders. The Daily Star. [Online] 8 September. Disponible en: <http://www.thedailystar.net/story.php?nid=53804> (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 116** Rigby, E. 2008. Tesco to change payment terms for suppliers. Financial Times. [Online] 24 October. Disponible en: http://www.ft.com/cms/s/0/4be57cb4-a20d-11dda32f-000077b07658.html?nclck_check=1 (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 117** Hearson, M. & D. Eagleton. 2007. Who Pays? How British supermarkets are keeping women workers in poverty. London: ActionAid. [Online] Disponible en: http://www.actionaid.org.uk/doc_lib/actionaid_who_pays_report.pdf (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 119** ibid, pág. 51
- 120** ibid, pág. 51
- 121** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, Tailandia, julio de 2008.
- 122** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, India, mayo de 2008, pág. 28
- 123** ibid, pág. 20
- 124** Jacquiau, C. 2000. Les coulisses de la grande distribution. Paris: Editions Albin Michel. pág.s 27-35
- 125** ibid, pág. 63
- 126** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, Bangladesh, agosto de 2008, pág. 50
- 127** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, Sri Lanka, agosto de 2008, pág. 39
- 128** Campaña Ropa Limpia, Informe del trabajo de campo, Bangladesh, agosto de 2008, pág. 10
- 129** ibid, pág. 32
- 130** ibid, pág. 24
- 131** ibid, pág. 32
- 132** ibid, pág. 49
- 133** ibid, pág. 39
- 134** ibid, pág. 51
- 135** ibid, pág. 19
- 136** ibid, pág. 47
- 137** Campaña Ropa Limpia, informe del trabajo de campo, Bangladesh, Agosto de 2008, pág. 40
- 138** ibid, pág. 15
- 139** Clean Clothes Campaign. 1998. Code of Labour Practices for the Apparel Industry including Sportswear. [Online] Disponible en: <http://www.cleanclothes.org/codes/cccode.htm> (Consultado a 6 de diciembre de 2008)
- 140** See Pruett, D. 2005. op.cit. and Clean Clothes Campaign. 2008. Full Package Approach to Labour Codes of Conduct. [Online] Disponible en: http://www.cleanclothes.org/ftp/Full_Package_Approach.pdf (Consultado a 6 de diciembre de 2008)

GRACIAS POR SU VISITA



Campaña
Ropa Limpia



Clean Clothes
Campaign

coordina:

Setem

amb el suport de:



Generalitat
de Catalunya



Agència Catalana
de Cooperació
al Desenvolupament