

Empresas y trapos sucios

Niños sin posibilidad de ir a la escuela, con jornadas de trabajo interminables; mujeres sin contrato y sin seguridad social que hacen a veces más de 150 horas extras al mes; familias indígenas expulsadas de sus tierras... Detrás de la moda que consumen las sociedades opulentas se esconde una oscura historia de injusticia y opresión. En este artículo, elaborado en base a los informes de organizaciones como Intermón Oxfam, Greenpeace o Setem, desvelamos algunas de las claves de este asunto.

El 21 de marzo de 2004 tuvo lugar en la Sociedad General de Autores (SGAE) de Madrid el seminario "Moda y Trabajo. La responsabilidad social corporativa en la confección textil", que reunió a representantes empresariales, de la patronal del textil, organizaciones de mujeres, sindicatos y organismos internacionales, entre otros.

Dos compañías españolas, Mango y Cortefiel, asistieron a este seminario en el que se debatió, entre otros temas, la necesidad de que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) sea "parte integrante de las prácticas comerciales y deje de ser un departamento estanco de las empresas". Responsabilidad Social Corporativa es un término que se refiere al hecho de que se garanticen los derechos laborales en toda la cadena de producción de la ropa.

¿Por qué asistieron representantes de Mango y Cortefiel, y por qué afirmaron que tienen "códigos de conducta", que se someten a "auditorías voluntarias" en los países donde trasladan su producción y que "parte de la responsabilidad de la situación es también de los Gobiernos o de instituciones financieras como el FMI"?

|| UNOS INFORMES QUE LEVANTAN AMPOLLAS ||

El motivo es muy sencillo: el seminario "Moda y Trabajo" se celebró pocas semanas después de la presentación por parte de Intermón Oxfam de los informes "Más por Menos" y "Moda que aprieta", que denuncian el modelo de negocio de las marcas y cadenas de ropa y documentan cientos de casos de trabajadores, la mayoría mujeres, que ven degradados sus derechos laborales y cerradas las puertas para salir de la pobreza. El Corte Inglés, Zara, Cortefiel, Mango son algunas de las empresas citadas en los mencionados informes y, por tanto, al menos las dos últimas se decidieron a lavar su imagen presentándose en el acto y reuniéndose con trabajadoras del sector textil llegadas de países como Marruecos y Honduras.

Lo cierto es que, desde finales de los años 90, numerosas organizaciones internacionales han estado denunciando el oscuro trasfondo que se oculta detrás del negocio de las grandes industrias textiles. Muchas empresas occidentales producen sus prendas en países del Tercer Mundo y explotan sin compasión a los trabajadores de India, Marruecos, Honduras, Bulgaria, Camboya, Tailandia, Indonesia o Turquía. Los más afectados por esta violación de los derechos humanos suelen ser las mujeres y los niños, que se convierten en mano de obra esclava a la que se contrata en condiciones inhumanas.

Según Isabelle Chaudet, coordinadora de la Campaña "Ropas Limpias", los niños y niñas trabajadores generalmente pierden su derecho a la educación, reciben salarios de miseria y tienen horarios interminables.

Por lo que respecta a la explotación femenina en este terreno, los ya mencionados informes elaborados por la ONG Intermón Oxfam revelan, por una parte, la cara más amarga de la explotación laboral femenina y por otra, los entresijos de las empresas de confección españolas, que presionan duramente a sus proveedores -generalmente empresas de países tercermundistas, con salarios bajísimos y condiciones laborales sumamente precarias- con tal de renovar sus prendas de moda en cada temporada.

Según Intermón Oxfam, una fábrica de confección de Tánger vende por dos euros a las grandes firmas de moda españolas un pantalón que hace tres años vendía por 3'3. Las empresas textiles de esta ciudad del norte de Marruecos tienen que entregar sus pedidos en un plazo de entre 15 y 30 días (en ocasiones en apenas cinco), cuando hace tres años lo hacían en tres meses. La presión de las grandes tiendas españolas sobre sus proveedores marroquíes se traslada al eslabón más vulnerable de la cadena de producción: la mujer trabajadora. En las fábricas de Tánger, las jornadas son de 12 o 13 horas diarias en temporada alta, a veces incluso de 16. Una joven embarazada de 7 meses trabajaba 10 horas sin que el patrón la dejara ir al baño, "una auténtica tortura, pero no se podía permitir el lujo de perder el trabajo", explica una compañera.

Centenares de casos parecidos aparecen en los dos informes de Intermón Oxfam. Ambos muestran que las políticas empresariales que exigen entregas más rápidas y baratas minan los derechos laborales de los trabajadores, que ven cerradas las puertas para salir de la pobreza. Su publicación forma parte de la campaña internacional "Comercio con Justicia", que fue lanzada en 2002 para pedir un cambio de las reglas del comercio mundial.

Los empleos precarios, los sueldos insuficientes, las horas extras obligatorias y no remuneradas, la prohibición de sindicatos y las malas condiciones higiénicas y sanitarias derivan de las estrategias globales de supermercados, grandes almacenes y marcas de ropa.

Todos los trabajadores sufren las consecuencias, pero las mujeres, que representan entre un 60% y un 90% de la fuerza laboral en las cadenas de los países investigados, se llevan la peor parte. "El abuso de poder de las empresas exprime a los trabajadores al final de la cadena, la mayoría mujeres e inmigrantes, de países ricos y pobres. Esto tiene que acabar. El comercio mundial puede servir para mucho más que para crear unos empleos que dejan a millones de personas sin opciones de futuro", ha afirmado Ignasi Carreras, director general de Intermón Oxfam.

|| MÁS DE 150 HORAS EXTRAS AL MES ||

Según el estudio "Moda que aprieta", las empresas de confección españolas deben avanzar más en sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para que influyan en sus estrategias comerciales y garanticen los derechos laborales en toda la cadena.

El grupo Induyco, principal compañía de abastecimiento de ropa de El Corte Inglés ha recortado en ocasiones hasta sólo 5 días los plazos de entrega a sus proveedores marroquíes, lo que se explica, según un industrial textil de Tánger, porque "algunas veces hay Semanas Fantásticas". En el caso de Inditex (Zara), los plazos son de los más cortos del mercado (Zara renueva cada 20 días sus escaparates).

Aunque la carga de garantizar el cumplimiento de los derechos laborales no recae sólo en las grandes marcas y empresas de moda, Intermón Oxfam considera clave que el sector de la confección en España desarrolle una política plena de RSC. Algunas de las recomendaciones del informe son: fijar períodos de entrega adecuados, establecer relaciones a largo plazo para incentivar a los proveedores en la mejora de los estándares laborales e incorporar expertos en cuestiones éticas que participen en la definición de las prácticas de compra.

Según el estudio, marcas como Inditex, Cortefiel y Mango ya han empezado a dar los primeros pasos. En cambio, Induyco-El Corte Inglés aún tiene pendiente elaborar una política de RSC y asumir, como principal grupo empresarial español, el liderazgo de este compromiso.

Sobre el sector de la confección, el informe revela que los tiempos de producción en las fábricas de todo el mundo se han reducido un 30% en los últimos cinco años. En la provincia china de Guangdong, una de las regiones industriales de mayor crecimiento del mundo, las trabajadoras hacen más de 150 horas extras al mes y el 90% no tiene acceso a la seguridad social.

En las maquilas de Honduras, las trabajadoras ganan sueldos que apenas sirven para cubrir un tercio de sus necesidades básicas, según reconoce el propio gobierno del país. "Es cierto que millones de mujeres tienen ahora un empleo que antes no tenían. Pero un sueldo insuficiente y que degrada sus derechos no las aleja de la pobreza. Las empresas no tienen justificación para aprovecharse de estas trabajadoras", asegura Ignasi Carreras.

|| EL FMI Y EL BANCO MUNDIAL FOMENTAN LA EXPLOTACIÓN LABORAL ||

El informe descarta que la responsabilidad de esta situación sea sólo de las grandes corporaciones y recuerda, por ejemplo, que muchos Gobiernos, alentados por el FMI y el Banco Mundial, atraen a los inversores ofreciendo bajos costes y mano de obra flexible. Oxfam Internacional ha pedido a las grandes compañías que revisen sus prácticas de compra y se comprometan con el respeto de los derechos laborales en toda la cadena de producción; a los productores y proveedores, que garanticen un trabajo digno a sus empleados, lo que incluye, entre otras cosas, el derecho a la asociación y no discriminar a las mujeres trabajadoras; a los Gobiernos del Sur y del Norte, que cumplan las normas laborales internacionales y fomenten un empleo que reduzca la pobreza y permita la igualdad de género y el desarrollo; a las grandes instituciones internacionales como el FMI o el Banco Mundial, que promuevan los derechos de los trabajadores como herramienta fundamental en la erradicación de la pobreza; a los inversores (accionistas y fondos de pensiones), que utilicen su poder en los mercados para promover prácticas de respeto de los estándares internacionales en las cadenas globales; y, por último, a los consumidores, que presionen a las compañías para que cambien sus prácticas de compra.

No estaría de más recordar que estas compañías obtienen unos beneficios fabulosos. Según la agencia EFE, el empresario textil Isak Andic, fundador de Mango -la cadena española de moda que se ha expandido en los últimos años por más de medio centenar de países- ha entrado este año a formar parte de la lista de multimillonarios que elabora la revista Forbes, con un patrimonio estimado de 1.600 millones de dólares. Con Andic, son ocho las grandes fortunas españolas que forman parte del selecto grupo de millonarios del planeta con más de 1.000 millones de dólares, según Forbes.

Además, no es el primer empresario textil, pues el primer puesto lo ocupa el fundador de Inditex (propietario de marcas como Zara y Massimo Dutti), Amancio Ortega, con un patrimonio de 9.200 millones de dólares.

|| BENETTON: EL MAYOR TERRATENIENTE DE ARGENTINA ||

No sólo las firmas españolas se mueven en este terreno ambiguo de estrategias dudosamente éticas. La multinacional italiana Benetton, famosa por sus escandalosas campañas publicitarias teñidas de supuestas referencias humanitarias, se encuentra en el punto de mira de numerosas organizaciones defensoras de los derechos humanos.

Hace unos años, una investigación realizada en Turquía con el fin de controlar la explotación laboral infantil demostró que una empresa subcontractada por Benetton en Estambul empleaba asiduamente a niños de entre 9 y 13 años para la confección de ropa. El diario italiano Corriere della Sera publicó unas fotos en las que se podía ver a los niños cosiendo pantalones para Benetton, en Estambul. Inmediatamente, Luciano Benetton, el patriarca de la firma italiana, retiró la licencia a la fábrica Bogazici Hazir Glym que, según denunciaba el sindicato textil turco, tenía en plantilla a numerosos niños cuyo sueldo mensual apenas superaba las 11.000 pesetas.

El empresario reconoció que se habían violado normas precisas en materia laboral y que la empresa turca subcontractada hacía uso ilegal de menores, aunque todo eso, según él, se realizó a espaldas de la empresa-madre italiana.

Ahora es en la Patagonia donde se libra la más reciente batalla legal que tiene a Benetton por protagonista. Esta multinacional es dueña de más de 900.000 hectáreas en Argentina, la mayoría de ellas situadas en el sur, en la Patagonia. Estas tierras pertenecían a los pueblos originarios que habitaron la Patagonia muchísimo tiempo antes que Benetton o el Estado Argentino existiese.

Algunas familias mapuches han estado tratando de vivir y trabajar en esas tierras y se niegan a reconocer a Benetton como propietario de las mismas, pero han sido llevadas a juicio por la Compañía de Tierras del Sur Argentino (CTSA), una empresa que, según aseguran organizaciones argentinas, tiene un sólo cliente, el propio Benetton, con el que actúa como una verdadera maquiladora, exportando lana cruda hacia Europa a precios mínimos gracias a los beneficios impositivos y al bajo costo de la mano de obra del país.

Benetton ha manifestado que la CTSA es una "empresa nacional independiente del Benetton Group S.A, conocido mundialmente por la fabricación de ropa", pero parece ser que existen documentos legales que prueban que la familia Benetton controla todo este grupo económico.

Además, no se trata sólo de negocios textiles. Esas tierras de la Patagonia son ricas en recursos estratégicos como agua, gas, petróleo e incluso oro. También el negocio de la madera es bastante prometedor: la CTSA cuenta en estos momentos con 5.200 hectáreas forestadas, la mayoría de pinos de la especie conocida como Ponderosa, de origen norteamericano y que puede -según sus introductores- alcanzar los 70 metros de altura y ser utilizada como materia prima para la construcción de muebles y casas. Los mapuches han denunciado que esta forestación con pinos exóticos está afectando al ecosistema de la zona.

||JUEGA LIMPIO EN LAS OLIMPIADAS||

También en el terreno de la ropa deportiva se producen numerosos abusos. Las organizaciones Comisiones Obreras, Unión General de Trabajadores, Intermón Oxfam y Setem lanzaron en España una iniciativa internacional que pedía a grandes marcas de ropa deportiva como Nike, Adidas, Reebok, Fila, Puma y ASICS que no degradaran los derechos de millones de trabajadores de todo el mundo, la mayoría mujeres, en su afán por llenar los escaparates...

Este informe denunciaba que las políticas de compra de las marcas de ropa deportiva, que exigen a los proveedores entregas cada vez más rápidas, flexibles y baratas, repercuten en el eslabón más vulnerable de las cadenas productivas. La presión se acaba trasladando a las trabajadoras y trabajadores, que viven en permanente estado de inseguridad laboral. No reciben sueldos dignos y trabajan en condiciones deplorables, no tienen derecho a organizar un sindicato que defienda sus derechos, acumulan horas extras sin cobrar y sufren jornadas de hasta más de 16 horas seis días a la semana. Son las consecuencias de un negocio, el de la ropa y el calzado deportivos, que en el año 2002 movió 58.000 millones de dólares y que invierte grandes cantidades en publicidad y marketing.

El informe también aporta numerosos ejemplos sobre cómo la mayoría de fábricas y talleres investigados prohíben, bajo amenazas, la existencia de sindicatos. Todos los datos se han recogido en fábricas proveedoras para marcas como Nike, Adidas, Reebok, Fila, Puma, ASICS, Umbro, Kappa, Mizuno, Lotto y New Balance.

Según David Álvarez, director de Setem, "si la precariedad laboral fuera un deporte olímpico, la industria de la ropa deportiva ganaría una medalla. La carrera de las empresas por la búsqueda

de beneficios pisotea los derechos más básicos de las personas que se encuentran al final de la cadena productiva".

El Informe "Juega limpio en las Olimpiadas" reconoce que las empresas líderes del sector (Nike, Reebok, Adidas y Puma) han empezado a tomar algunas medidas, pero afirma que es necesario que den pasos más significativos y que empujen y movilicen a toda la industria.

UGT, CC.OO, Setem e Intermón Oxfam también piden al Comité Olímpico Internacional (COI) que, como máxima autoridad del deporte mundial, impida que sus empresas patrocinadoras abusen de sus prácticas de compra. Asimismo, insta a los gobiernos a no relajar la legislación para atraer inversiones y a trabajar conjuntamente para conseguir que las fábricas proveedoras paguen un sueldo digno y respeten los derechos de las personas en toda la cadena productiva.

También el director territorial de Intermón-Oxfam, José Luis Quintela, ha defendido la necesidad de convertir el sector textil en un "verdadero motor de cambio en el mundo, que colabore en la redistribución de la riqueza" y criticó a las marcas deportivas por ocultar sus "abusos" detrás del "glamour de los anuncios publicitarios". "El 1% de lo que Nike se gasta en un anuncio serviría para sacar de la pobreza a miles de personas que trabajan en sus fábricas de Asia", aseguró Quintela.

|| DISNEY EMPLEA SUSTANCIAS QUÍMICAS PELIGROSAS EN LA ROPA INFANTIL ||

Como colofón a esta larga lista de arbitrariedades, no podemos menos que recordar que hasta la marca Disney aprovecha cualquier resquicio legal para obtener más beneficios a menor costo, y que sólo las reiteradas denuncias que le están lloviendo pueden lograr que deje de lucrarse a costa, en este caso, de la salud de los consumidores más débiles: los niños.

Greenpeace presentó un informe que documenta la presencia de sustancias químicas en prendas de ropa infantil de Disney que, a largo plazo, pueden resultar peligrosas para la salud. Según informa dicha organización, estas prendas, que incluyen camisetas, sudaderas, pijamas y ropa interior, fueron compradas en tiendas situadas en 19 países. El laboratorio independiente danés Eurofins analizó las partes estampadas con los típicos dibujos de Disney para identificar el número de sustancias químicas que contenían.

El informe, titulado "Ropa Tóxica, marca Disney", revela que la mayoría de las prendas analizadas contienen sustancias químicas -halladas en los dibujos estampados- se encuentran presentes debido probablemente al uso de plastisoles de PVC como técnica de estampación.

"Si a Disney le importase el contenido químico de su ropa infantil podría pedir que se sustituyeran o evitaran las sustancias químicas peligrosas en sus productos, como ya han hecho otros como H&M", declaró la responsable de Tóxicos de Greenpeace, añadiendo que "además, este informe demuestra que no es necesario utilizar sustancias químicas tóxicas para hacer camisetas, ya que existen alternativas seguras".

Los fabricantes tienen un papel muy importante en la reducción de la presencia de sustancias químicas peligrosas en productos de consumo; algunos ya usan una técnica de estampación alternativa que no utilizan sustancias químicas peligrosas, y sustituyen el PVC y las estampaciones de PVC en todos sus productos.

Greenpeace exigió a Disney en 2003 que asumiera su responsabilidad de eliminar o sustituir las sustancias químicas peligrosas de sus productos. La reacción de Disney consistió en comunicar que sus productos están dentro de los márgenes legales, por lo que no veían la necesidad de actuar en este sentido.

Carmen Machado - "Natural"