

# Características de empresas y sus marcas

El siguiente cuadro comprende una lista de empresas que se abastecen de confecciones en Centroamérica y México, y las marcas que son de su propiedad. No es una lista completa, pero da el perfil de algunas de las empresas internacionales más prominentes que se encuentran activas en la región.

La **columna 1** identifica el nombre de las empresas dueñas de una o más marcas.

La **Columna 2** identifica la "marca" que es propiedad de la empresa. A veces el nombre de la empresa y de la "marca" es el mismo (el nombre y/o logo de la marca generalmente aparecerá en la etiqueta de la prenda). Por ejemplo, *American Eagle Outfitters* produce artículos etiquetados con el nombre *American Eagle*. Otras veces, una empresa de marca hace confecciones con diferentes nombres de sus marcas, por ejemplo, *Gap, Inc.* hace prendas de vestir con sus marcas *Old Navy* y *Banana Republic*, así como también utiliza el nombre de la propia marca *Gap*.

Las **otras columnas** en el cuadro aportan información sobre cada una de estas principales empresas, que pudiera ser relevante para llegar a tomar la decisión sobre si relacionarse o no con una empresa y cómo hacerlo. El significado de la categoría de cada una de las otras columnas se describe abajo:

### ■ **Manufacturera**

Las empresas que están señaladas en esta columna son dueñas de todas o muchas de las fábricas donde se hacen sus productos. Como resultado, tienen el poder de hacer cambios directos en sus fábricas, como mejorar salarios y condiciones de trabajo.

### ■ **Cotizan públicamente en la bolsa de valores**

Cuando una empresa cotiza públicamente quiere decir que sus acciones pueden ser compradas y vendidas por el público en general en las bolsas de valores. Las leyes de EEUU y Canadá requieren que este tipo de empresas mantengan informado al público sobre la empresa y sus

actividades. Eso permite saber más sobre la empresa y sus actividades. Además, en algunos casos, algunos accionistas que a la vez son activistas han apoyado campañas de trabajadoras(es), presionando a las empresas en sus propias juntas de accionistas a que cambien sus políticas y prácticas, incluidos los temas laborales.

### ■ **Es titular de una licencia universitaria**

Las empresas que tienen esta característica pueden ser vulnerables a la presión de los estudiantes universitarios, si es que se prueba que una fábrica, que produzca para las marcas licenciarias o titulares de la licencia, no cumple con

# MARCAS

¿Cómo y cuándo interactuar con las marcas?

## Y DERECHOS LABORALES

los estándares laborales mínimos. Además, muchas universidades son miembros del Consorcio por los Derechos de los Trabajadores (WRC) y/o la Asociación Trabajo Justo (FLA), las cuales ambas reciben quejas e investigan sobre violaciones laborales en fábricas que hacen productos con licencias de universidades. Las investigaciones del WRC tienden a darle más importancia a los testimonios de trabajadoras(es) que las de la FLA. Los reportes del WRC tienden a ser más detallados y transparentes, y sus recomendaciones de acciones correctivas más fuertes. El WRC tiende a darle prioridad a quejas sobre violaciones al derecho de libertad de asociación (ver glosario).

### ■ Proveedor municipal

Algunas empresas venden grandes cantidades de ropa, (tipo uniforme principalmente) a gobiernos municipales o estatales (o provincias en Canadá), por ejemplo para sus cuerpos de bomberos, policía, y empleados de tránsito y/o hospitales. Algunos de estos gobiernos han adoptado "políticas de compras éticas," las cuales requieren que sus proveedores cumplan con estándares laborales mínimos. Al igual que los licenciatarios universitarios, las marcas que venden ropa a estos gobiernos municipales o estatales pueden ser obligadas a responder a quejas de violaciones, o de no hacerlo arriesgarse a perder esos grandes clientes. Existe una base de datos de las ciudades que tienen este tipo de políticas de compras éticas, sus proveedores y las fábricas que utilizan, y está disponible (solo en inglés) en el sitio web de *Sweatfree Purchasing Consortium*:

[http://buysweatfree.org/linkup\\_search](http://buysweatfree.org/linkup_search)

### ■ Respondieron en el pasado

Algunas empresas han tenido más experiencia que otras en relacionarse con grupos de derechos laborales sobre violaciones específicas a derechos laborales, y por lo tanto es más probable que tengan una política para tratar con estos asuntos y que estén más dispuestas a responder a llamados de acción. Si se conocen casos previos en los que la empresa haya actuado positivamente en un asunto particular, pueden mencionarse y utilizarse como precedentes y referencia para convencer a la empresa de hacer lo correcto en el caso que se le esté planteando.

### ■ Miembro de una iniciativa de multi-interés

La Asociación Trabajo Justo (FLA), y la Iniciativa de Comercio Ético (ETI) de Gran Bretaña son las iniciativas de multi-interés (ver glosario) que tienen como miembros empresas del sector de confecciones que producen en las Américas. Estas iniciativas tienen mecanismos para recibir e investigar quejas de terceros aunque su efectividad es objeto de debate. Sin embargo, en algunos casos son una herramienta potencial para presionar a las empresas a actuar.

### ■ Hace pública información de sus fábricas

Algunas marcas dan a conocer los nombres y direcciones de sus fábricas proveedoras. En esos casos, es mucho más fácil vincular a la marca con una fábrica en particular. Al final del cuadro se incluyen vínculos a las únicas listas de fábricas dadas a conocer por marcas, así como los vínculos a otras bases de datos que conectan a marcas licenciatarias y proveedores municipales con fábricas.