



# ¿Es el “Comercio Justo” una solución para la industria del vestido?

Septiembre de 2006 • Red de Solidaridad de la Maquila

# 1

Un mercado libre de explotación, construido colectiva y conscientemente, como parte de una estrategia del movimiento, puede ayudar a promover la organización de consumidores y trabajadores en la industria del vestido. Puede ayudar a las campañas contra la explotación a lograr la participación de nuevos activistas, movilizar aliados, establecer credibilidad, y construir el poder necesario para crear comunidades libres de la explotación.

**Bjorn Skorpen Claeson,  
Comunidades Libres de Explotación  
(Sweatfree Communities), EE UU'**

'Los trabajadores que fabricaron estos productos no han sido explotados de manera alguna – garantizado 110%. Es fácil entender por qué los consumidores preferían productos con etiquetas de este tipo. Sin embargo, la ETI ha estado clara en no apoyar o promover una 'etiqueta ética'. Según nuestro punto de vista, este etiquetado tiene sus riesgos.

**Iniciativa de Comercio Ético (ETI por sus siglas en inglés) Gran Bretaña<sup>2</sup>**

## Hasta hace poco

la colaboración entre los movimientos contra la explotación y por el comercio justo sobre las prácticas laborales en la industria del vestido ha sido sorprendentemente limitada. En la mayor parte de los últimos diez años, estos dos movimientos han coexistido con limitada interacción o conflicto, como dentro de universos paralelos, mientras que podría decirse que las sutilezas y detalles de sus respectivos enfoques se pierden para la mayoría de los consumidores.

Ha habido una mayor y considerable interacción entre el movimiento por el comercio justo y sindicatos y ONGs de derechos laborales, en lo concerniente a los derechos de los trabajadores en las industrias exportadoras de productos agrícolas, particularmente en los sectores de bananas y café. Sin embargo, aún en esos sectores, la colaboración ha sido inconsistente y a menudo difícil.<sup>3</sup>

Esta publicación es la primera en una serie de *Documentos de Discusión* de la RSM, que exploran temas críticos así como desafíos y debates en el movimiento por los derechos laborales, al entrar en nuestra segunda década de activismo en contra de los abusos de explotación en las industrias de la confección y la indumentaria deportiva. Además de los *Documentos de Discusión*, la RSM publica *Memorandos sobre Códigos periódicos con los últimos desarrollos y tendencias en los códigos voluntarios de conducta y políticas públicas. Todos están disponibles en nuestro sitio web: [www.maquilasolidarity.org](http://www.maquilasolidarity.org)*

rsm  
documento  
para a la  
discusión

## Indice

<b>Comercio ético y comercio justo .....</b>	<b>2</b>
<b>Resistencia a la certificación de comercio justo .....</b>	<b>5</b>
<b>Las iniciativas multipartitas rechazan el etiquetado .....</b>	<b>5</b>
<b>La llegada de prendas de vestir de comercio justo .....</b>	<b>7</b>
<b>Certificando el algodón .....</b>	<b>7</b>
<b>Empresas 'libre de explotación' .....</b>	<b>10</b>
Ropa Americana (American Apparel) ....	11
La ropa sin sudor (No Sweat Apparel) ...	11
Zapatos Blackspot (Blackspot Shoes) ....	14
<b>Guía 'Alternativa' o de 'Comercio Ético' de la CCC .....</b>	<b>13</b>
<b>Estableciendo la responsabilidad del comercio justo .....</b>	<b>15</b>
<b>¿Irse con la FLO-rriente? .....</b>	<b>16</b>
<b>Quienes apoyan al Comercio Justo en EE UU .....</b>	<b>18</b>
<b>Creando un mercado paralelo .....</b>	<b>20</b>
<b>¿Es 'hecho sindicalmente' igual a 'libre de explotación'? .....</b>	<b>21</b>
<b>La perspectiva de la CCC .....</b>	<b>22</b>
<b>El Programa de Proveedores Designados del WRC .....</b>	<b>23</b>
<b>Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>27</b>
<b>Notas .....</b>	<b>32</b>

► viene de la página 1

El movimiento por el comercio justo ha puesto cierta atención al medio ambiente, así como a la salud y seguridad, en lo que está relacionado a las materias primas utilizadas en la producción de prendas de vestir, particularmente en la certificación de comercio justo del algodón. Sin embargo, generalmente ha evitado la cuestión más conflictiva de si certificar o no – y cómo hacerlo – que las prácticas laborales en la manufactura de un producto, de indumentaria en particular, están en cumplimiento de los estándares laborales mínimos.

Con la excepción de unas pocas empresas alternativas que comercializan prendas de vestir fabricadas en cooperativas propiedad de los trabajadores o fábricas sindicalizadas como “libres de explotación” o “hecho en fábrica sindicalizada”, a la fecha se han hecho sólo mínimos esfuerzos para crear nichos alternativos de mercado para productos de indumentaria de comercio justo. (Otra posible excepción a esta norma es la certificación de productos libres de trabajo infantil, aunque estas iniciativas se han enfocado generalmente en pelotas de fútbol y alfombras, más que en ropa.)

Todo esto podría cambiar con el surgimiento de varias iniciativas nuevas en América del Norte y Europa, en donde organizaciones de comercio justo y/o de derechos laborales están avanzando hacia la certificación de productos de indumentaria como “comercio justo” o “libres de explotación”.

## Comercio ético y comercio justo

En los últimos diez o más años, el movimiento anti-explotación ha enfocado la mayor parte de sus energías

y atención a presionar a las gigantes empresas de marcas de artículos de indumentaria y calzado deportivo, para que asuman la responsabilidad por las condiciones de trabajo y prácticas laborales en sus cadenas de suministros globales, así como en apoyar los esfuerzos de los trabajadores de la industria para organizarse y conseguir mejores salarios y condiciones de trabajo a nivel de fábrica.

Al movilizar la presión de los consumidores sobre las empresas comercializadoras de marcas y sobre las grandes tiendas más sensibles y de mayor exposición pública, el movimiento anti-explotación intentó lograr mejoras en las prácticas laborales y un mayor respeto por los derechos de los trabajadores en las cadenas de suministros existentes. Este enfoque se define con frecuencia como “comercio ético”.

En contraste, el movimiento “comercio justo” se ha concentrado en crear nichos alternativos de mercado para pequeños productores del Sur global, organizados generalmente como cooperativas de productores, con el fin de que puedan obtener un precio justo por su producción.

En estos años, mientras el enfoque de los activistas anti-explotación en el sector de la industria del vestido ha tenido algunos éxitos, en movilizar la presión de consumidores sobre las marcas más importantes e influenciar las políticas y prácticas de esas empresas, el movimiento de comercio justo ha avanzado más allá del nicho marginal de mercado de sus comienzos.

Europa “es el mayor mercado para productos de comercio justo, con una estimación del 60 a 70 por ciento de las ventas globales [de productos de comercio justo] y con el potencial para un mayor crecimiento”, según una

resolución aprobada el 6 de julio por el Parlamento de la Unión Europea, que pide a la Comisión Europea un mayor apoyo para el comercio justo.<sup>4</sup>

Por ejemplo, según un informe de 2005, publicado por la Oficina de Defensa y Promoción del Comercio Justo, el café etiquetado como comercio justo tiene actualmente un 20% del mercado de café molido y tostado en Gran Bretaña, comparado con el 1.5% de hace sólo cinco años.<sup>5</sup> (Debe tenerse en cuenta, sin embargo, que el mercado del café tostado y molido representa menos de la mitad del mercado general del café en Gran Bretaña y menos del 1% del mercado mayor del café instantáneo, haciendo que la participación de mercado de comercio justo en general sea mucho menor).<sup>6</sup>

Las bananas de comercio justo representan actualmente el 47% del mercado suizo de bananas, en su mayor parte como resultado de la decisión de las grandes tiendas suizas Migros y Coop (que ambas representan el 75% del mercado suizo de alimentos) de promover las bananas de comercio justo.<sup>7</sup>

Un mejor reconocimiento público del etiquetado de comercio justo puede también ayudar a que el comercio justo llegue a un grupo de consumidores más amplio y extendido. En Francia, donde según encuestas de opinión sólo el 9% de la población conocía sobre el comercio justo en 2000, la cantidad de gente que conoce sobre comercio justo se elevó al 56% en junio de 2004 y 74% en junio de 2005.<sup>8</sup>

Sin embargo, con frecuencia la distinción entre los enfoques de comercio justo y comercio ético no es clara para los consumidores. Al apuntar hacia unas pocas empresas de alta exposición pública y elevar la conciencia del consumidor sobre las condiciones

### apuntes

## apuntes

bajo las cuales se fabrican productos de indumentaria de grandes marcas, el movimiento anti-explotación ha planteado expectativas de que podría dirigir a los consumidores a fuentes alternativas de productos de indumentaria y calzado deportivo, hechos en mejores condiciones de trabajo o en condiciones “libres de explotación”.

Desde los comienzos del movimiento los activistas anti-explotación han debido enfrentarse a un dilema fundamental: aunque están promoviendo que los consumidores presionen a las empresas de marcas a que actúen positivamente, la mayoría de los consumidores están más interesados en saber dónde comprar “ropa limpia”.

En su documento para la discusión de 2004 “Mercado libre de explotación: perspectiva del movimiento”, Bjorn Skorpen Claeson, Director Ejecutivo de la red estadounidense Comunidades Libres de Explotación (Sweatfree Communities), sostiene que la falta de una lista de “proveedores libres de explotación” ha sido “una traba significativa para la organización local, disminuyendo la capacidad [de activistas locales anti-explotación] de lograr más activistas y aliados.”<sup>9</sup>

En su documento, Claeson apunta a la siguiente experiencia de un activista de la Coalición Laboral-Religiosa de Nueva York, como un ejemplo del dilema que enfrenta el movimiento anti-explotación sobre cómo responder a las preguntas de los clientes sobre opciones éticas de compra:

El mes pasado fui invitado a la ciudad de Nueva York a hablar ante el Comité Ejecutivo de la Federación Sindical de Maestros, capítulo de secretarios de escuelas ... Al terminar mi presentación, la primer

pregunta fue: “¿Tiene una lista de a quién le podemos comprar?” En cuanto comencé a explicar el porque no había una lista, perdí al grupo. No tengo la menor duda que esa respuesta me desacreditó, a mí, a mi organización y a nuestro movimiento ...<sup>10</sup>

Bama Athreya, del Fondo Internacional para los Derechos Laborales (ILRF por sus siglas en inglés) está de acuerdo con Claeson sobre la necesidad de ofrecer a los consumidores alternativas positivas. “No cabe duda que hay interés en los consumidores por adquirir ropas hechas éticamente,” dice Athreya.<sup>11</sup> “Es una pregunta común en la audiencia en todas las charlas que damos. Tenemos que reconocer que el público quiere respuestas.”

Athreya señala que estamos también viendo el surgimiento de empresas que están haciéndose propaganda ellas mismas de ser “libres de explotación”. “¿Qué hacemos ante esto?”, se pregunta. “Debemos involucrarnos en estas iniciativas para asegurar que son ejemplos creíbles para el resto de la industria.”

*Desde los comienzos del movimiento los activistas anti-explotación han debido enfrentarse a un dilema fundamental: aunque están promoviendo que los consumidores presionen a las empresas de marcas a que actúen positivamente, la mayoría de los consumidores están más interesados en saber dónde comprar “ropa limpia”.*



## apuntes

posibilidad de certificar productos, marcas o fábricas como que son libres de explotación por las siguientes razones:<sup>14</sup>

- Dadas las miles de fábricas proveedoras utilizadas por grandes tiendas y marcas, pocas empresas pueden fielmente afirmar cómo se producen todas sus mercancías;
- Debido a que las pobres condiciones laborales están interconectadas con condiciones económicas, sociales y políticas locales, una empresa compradora puede ser que no esté por sí misma en posición de efectuar cambios; también hace falta la acción por parte de gobiernos y otros organismos;
- En la búsqueda por “obtener el etiquetado” las empresas podrían evitar comprar en países con problemas estructurales, dejando así a los proveedores sin negocios y a trabajadores sin trabajo; y
- El etiquetado premiaría a empresas y proveedores que realizaran remediaciones de urgencia a problemas laborales, y penalizaría a aquellos que apuntan a soluciones de más largo plazo pero más sustentables.

“Quisiéramos tener la esperanza de que algún día todas las mercancías que se vendan en Gran Bretaña puedan ser etiquetadas con seguridad como ‘éticas’,” dice el informe anual 2001/02 de la ETI. “Pero presionar ahora para que las empresas vendan productos etiquetados como éticos simplemente llevaría a los consumidores a un falso sentido de seguridad. Se debe evaluar a las empresas en relación a su compromiso de quedarse con los

proveedores y trabajar con ellos para efectuar mejoras continuas en las condiciones laborales.”<sup>15</sup>

La intención original de la Asociación por el Trabajo Justo (FLA por sus siglas en inglés) fue certificar marcas como que estaban en cumplimiento de su código de conducta, en base a auditorías externas de un porcentaje de fábricas en la cadena global de suministros. Sin embargo, la FLA luego abandonó la idea por impracticable, al menos en el corto plazo, y ahora sólo acredita a empresas como aquellas que tienen en vigencia un programa adecuado de cumplimiento de estándares laborales.<sup>16</sup>

La Fundación Vestir lo Justo (FWF por sus siglas en inglés) de Holanda también rechazó la idea de etiquetar productos de indumentaria como que cumplen con las disposiciones de su código de conducta argumentando “Una marca de calidad implica que los estándares establecidos, en este caso los estándares laborales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), sean cumplidos plenamente. En muchos países y fábricas todavía falta mucho. La FWF garantiza que sus empresas miembros auditan las fábricas de sus proveedores, implementan mejoras, y trabajan para lograr esos estándares.”<sup>17</sup>

Responsabilidad Social Internacional (SAI por sus siglas en inglés) es la única IMP que actualmente certifica fábricas de confecciones y calzado deportivo, así como otras plantas, como las que cumplen un conjunto de estándares laborales mínimos, en este caso con el estándar SA8000, que está basado en las Convenciones de la OIT. Sin embargo, al igual que otras iniciativas, SAI no otorga una etiqueta “libre de explotación” para productos hechos en esas fábricas.

Actualmente se está discutiendo una propuesta que permitiría a fábricas



## apuntes

Según la Fundación Comercio Justo (Fairtrade Foundation) de Gran Bretaña, la marca Comercio Justo garantiza que los cultivadores de algodón en el Sur global reciben “un precio de comercio justo y estable y una prima de comercio justo, recibiendo pre-financiamiento cuando lo necesitan y beneficiándose con relaciones comerciales más directas y de largo plazo.”<sup>21</sup>

A pesar del punto de vista más bien crítico de la ETI hacia la certificación de productos de indumentaria, un prominente miembro de la ETI, la empresa Marks and Spencer (M&S), está vendiendo actualmente una línea de camisetas y calcetines hechos con “100% algodón de comercio justo” y pronto introducirá líneas adicionales de prendas de vestir hechas con algodón certificado en comercio justo.<sup>22</sup>

M&S comercializa su paquete de iniciativas sociales y ambientales bajo el slogan ‘Mire detrás de la Marca’,<sup>23</sup> una frase sospechosamente similar a ‘El Trabajo Detrás de la Marca’, el nombre del capítulo británico de la Campaña Ropa Limpia.

El 22 de mayo de 2006, en una carta abierta a Marks and Spencer, el coordinador de El Trabajo Detrás de la Marca, Martin Hearson, declara que mientras que su organización considera el algodón de comercio justo como “un desarrollo positivo – largamente demorado – para los campesinos involucrados,” no debería ser utilizado como “una hoja de parra” para ocultar los problemas de derechos de los trabajadores en otros eslabones de la cadena de suministros.

La carta hace un llamado a M&S a que incluya una declaración sobre todos los productos certificados “haciendo explícitas las limitaciones de la marca algodón de comercio justo, siguiendo la línea de ‘el algodón de comercio justo garantiza condiciones de trabajo solamente en la etapa del cultivo de algodón de la cadena de producción, y no en las sucesivas etapas de la manufactura ...”<sup>24</sup>

Según Hearson, la etiqueta de algodón de comercio justo es confusa para los consumidores y los medios. “En nuestras discusiones con los medios, queda perfectamente claro que la distinción no se nota,” dijo Hearson en una entrevista telefónica. “Hay un gran malentendido sobre si la certificación de comercio justo se aplica a las prácticas laborales en las plantas de producción.”<sup>25</sup>

En una página sobre preguntas y respuestas en su sitio web, la Fundación Comercio Justo intenta aclarar el alcance de su certificación del algodón, declarando: “También reconocemos que hay otras personas vulnerables en la cadena de suministros que podrían, en teoría, beneficiarse con la certificación de comercio justo ... sin embargo, este trabajo es complejo y lleva mucho tiempo y mientras tanto hay una

*"Quisiéramos tener la esperanza de que algún día todas las mercancías que se vendan en Gran Bretaña puedan ser etiquetadas con seguridad como 'éticas';" dice el informe anual 2001/02 de la ETI.*  
*"pero presionar ahora para que las empresas vendan productos etiquetados como éticos simplemente llevaría a los consumidores a un falso sentido de seguridad. Se debe evaluar a las empresas en relación a su compromiso de quedarse con los proveedores y trabajar con ellos para efectuar mejoras continuas en las condiciones laborales."*



necesidad urgente de encarar las injusticias que sufren los campesinos del algodón.”<sup>26</sup>

En donde la Fundación y El Trabajo Detrás de la Marca parecieran no estar de acuerdo es sobre la interrogante de si es menos probable que los productos hechos con algodón certificado en comercio justo se estén haciendo en condiciones de explotación.

Según la Fundación, el hecho de que se haya pagado un precio justo por el algodón crudo “reduce la posibilidad de que vaya a ser utilizado por los fabricantes más explotadores que utilizan fibras y telas baratas, generalmente hechas a mano.”<sup>27</sup> También hace notar que a cada procesador del algodón de comercio justo se le requiere “presentar documentación sobre los esfuerzos que están realizando para cumplir con los estándares laborales reconocidos” en otras etapas de la cadena de producción, y de que deben presentar evidencia actualizada cada dos años.

El Trabajo Detrás de la Marca contradice esto diciendo que las herramientas de monitoreo y verificación, que usan actualmente las empresas para medir el cumplimiento de los proveedores con los estándares laborales, son “mucho menos que perfectas y que es ahí donde está la dificultad.”<sup>28</sup>

A pesar de sus preocupaciones sobre el posible mal uso de la Marca Comercio Justo por parte de Marks and Spencer, El Trabajo Detrás de la Marca reconoce que M&S “ha avanzado más que muchas tiendas de gran moda” en tratar con los problemas de derechos laborales en sus cadena global de suministros, “aunque queda todavía mucho más que M&S podría hacer ...”<sup>29</sup>

El hecho de que otras importantes tiendas británicas que han hecho muy poco o nada para mejorar las prácticas laborales en sus cadenas de suministros están ahora subiéndose al vagón del comercio justo constituye una preocupación para El Trabajo Detrás de la Marca.

En febrero de 2006, la gigantesca tienda británica Topshop acordó abrir espacios para puestos de empresas comercializadoras alternativas, incluyendo People Tree, Hug y Gossypium, para que vendieran sus productos de indumentaria de algodón de marca comercio justo. Según Hearson, aunque el contrato entre la Fundación Comercio Justo y las empresas fue sólo por dos meses, se informó que Topshop estaba complacido con los resultados y le interesaba repetir el experimento.

El problema con este arreglo, dice Hearson, es que Topshop, una empresa que hasta ahora ha demostrado muy poca disposición a tratar con sindicatos u ONGs de derechos laborales, sobre las prácticas laborales en su cadena global de suministros, ahora está ganándose una reputación por vender una pequeña cantidad de prendas de vestir de algodón de comercio justo.<sup>30</sup>

Según un anuncio en el sitio de internet de El Trabajo Detrás de la Marca, “Topshop tiene un código de conducta destacado, pero no sabemos mucho sobre cómo se asegura de que lo que afirma sobre condiciones de trabajo sea implementado y verificado: nuestra presunción es que la respuesta es débil, si es que hay respuesta.”<sup>31</sup>

Un tema igualmente conflictivo es el de la falta de transparencia en el proceso de certificación de comercio justo. Hearson señala que FLO certifica que haya prácticas de comercio justo en la

## apuntes

## apuntes

producción del algodón, pero acepta la evidencia dada por las mismas empresas de que hay prácticas laborales decentes en las plantas de manufactura.

“FLO acepta la certificación de fábrica de SA8000 como evidencia suficiente del cumplimiento de los estándares laborales, a pesar del hecho de que la credibilidad de muchas certificaciones SA8000 ha sido puesta en duda por estudios recientes,” dice Hearson. “Tampoco hay información, que este disponible públicamente, sobre la ubicación de las fábricas,”<sup>32</sup> añade.

Según Hearson, cuando Topshop anunció públicamente su acuerdo de vender prendas de vestir de algodón certificado en comercio justo, El Trabajo Detrás de la Marca estaba trabajando privadamente en un caso que tenía que ver con la persecución de trabajadores, que trataban de organizar un sindicato en una fábrica camboyana y que producía prendas para Topshop. Si El Trabajo Detrás de la Marca hubiera estado llevando a cabo una campaña pública contra Topshop en esos momentos, el anuncio del acuerdo de comercio justo hubiera afectado la efectividad de la campaña.

Ante la pregunta de cuáles lecciones positivas podría aprender el movimiento anti-explotación del movimiento comercio justo, Hearson respondió lo siguiente:

El comercio justo es muy bueno en generar interés en las empresas, consumidores y los medios. A veces ofrece algo positivo para los consumidores y empresas. A medida que el comercio justo crece, sin embargo, se expone a la crítica. Una de las cosas positivas sobre el comercio justo es que es un enfoque desde abajo, pero cuando se obtiene la participación de grandes empresas, se convierte en un enfoque de arriba hacia abajo. Para acceder al volumen

de productos de comercio justo que necesiten, las grandes empresas harán inevitablemente demandas sobre el productor, que distorsionarán la relación de comercio justo.

Una de las mayores preocupaciones de Hearson, en cuanto a aplicar el modelo de comercio justo al sector del vestido, es que podría promover la pasividad del consumidor. “Hemos tratado de cuestionar la actitud de muchos consumidores que quieren que nosotros les digamos dónde pueden comprar sin sentirse culpables,” explica. “Darles una simple respuesta a esa pregunta podría alentarlos a ser pasivos en lugar de activos.”

Hearson concluye, “El modelo de comercio justo podría ofrecer algo a un pequeño grupo de trabajadores que hacen productos certificados en comercio justo, pero no beneficia a la vasta mayoría de trabajadores de la industria del vestido, que fabrican productos para las grandes marcas y supermercados.”

## Empresas ‘libre de explotación’

La falta de consenso sobre si el modelo de comercio justo es apropiado para el sector del vestido o si puede producir mejoras en salarios y condiciones de trabajo para una cantidad significativa de trabajadores, así como la falta de acuerdo en el nivel internacional en relación a los estándares, criterios o métodos apropiados para certificar productos de indumentaria como ‘comercio justo’ no ha impedido que un creciente número de pequeñas empresas de confecciones hayan comenzado a comercializar, independientemente, sus productos como ‘comercio justo’ y/o ‘libre de explotación’.



## apuntes

en pequeñas tiendas alternativas de ropa en América del Norte y Europa.

De las 13 fábricas que la empresa usaba en junio de 2006, nueve estaban en EE UU, una en Canadá, dos en América Central y una en Indonesia.

Según el sitio de Internet de la empresa, No Sweat Apparel espera seguir aprovisionándose, al menos del 30% de sus productos, en fábricas de EE. UU.<sup>43</sup> Una meta a largo plazo de la empresa es “ser propietaria y operar algunas plantas de manufactura (entre 50% y 70%) en fábricas modelo en zonas francas en países en desarrollo.”<sup>44</sup>

La empresa sostiene, “Los trabajadores que hacen nuestras prendas de vestir tendrán salarios para vivir y condiciones de trabajo decentes; tendrán sindicatos.”<sup>45</sup> La empresa determina si los sindicatos son independientes, en base a si tienen “elecciones regulares por voto secreto sin coerción.”<sup>46</sup>

Sin embargo, la empresa ofrece muy poca información sobre cómo selecciona a las fábricas, qué estándares laborales específicos deben cumplir, o cómo se verifica el cumplimiento de esos estándares. Tampoco parece haber un proceso formal de reclamo para que trabajadores y terceros registren demandas ante No Sweat Apparel cuando se violan los derechos de los trabajadores.

Según Jeff Ballinger, vicepresidente de aprovisionamiento y políticas de la empresa y un veterano crítico de Nike y activista anti-explotación, “En la mayoría de los casos tenemos múltiples fuentes de información sobre las fábricas que utilizamos, incluyendo una visita a la fábrica por parte de nuestro personal, con frecuencia después de una investigación inicial de activistas locales.”<sup>47</sup>

En respuesta a cuestionamientos planteados por organizaciones de derechos laborales, en enero de 2005 se llevó a cabo una auditoría por una tercera parte en la fábrica PT Sepatu Bata, en Indonesia, donde se fabrica el calzado deportivo de No Sweat Apparel. El equipo de auditoría, que incluyó a defensores de derechos laborales de Indonesia y América del Norte, encontró que a pesar de que “Bata no es peor, y posiblemente sea mejor que muchas otras fábricas en la industria del calzado en Indonesia,” se planteaban serios interrogantes sobre la naturaleza democrática del sindicato en la fábrica.<sup>48</sup>

El equipo también encontró algunas violaciones a la legislación de Indonesia, incluyendo que “los trabajadores que no logran las metas de producción reciben un pago menor que el salario mínimo regional establecido por ley,” así como discriminación contra las mujeres trabajadoras en términos de contribución de arroz, edad de jubilación y beneficios de salud.

Según el informe de auditoría, la gerencia de PT Bata se negó a facilitarle al equipo de auditoría los registros de fábrica sobre pago por pieza, salarios, metas de producción, horas extra, y el plan de pensiones. Asimismo, la información en los recibos de sueldos no era clara en cuanto a lo que ganaban los trabajadores y las deducciones.

Para darse crédito, No Sweat Apparel publicó el informe de auditoría en su sitio de Internet, junto con su respuesta y la respuesta de PT Bata a los hallazgos de la auditoría. Vale la pena señalar también que No Sweat Apparel revela más información que la mayoría de otras empresas del vestido concerniente a los proveedores que usan, la ubicación de las fábricas y salarios y condiciones de trabajo.



## apuntes

Según Ballinger, una de las razones para que un equipo voluntario de defensores de derechos laborales realizara la auditoría de la fábrica fue “un sentimiento profundo de que las auditorías pagadas proveen un ‘camino de salida’ para las grandes marcas.” Sigue diciendo, “tengo 15 años de experiencia (incluyendo tres años viviendo en Indonesia) que muestran, sin ninguna duda, que los mismos abusos comunes en las fábricas operadas por coreanos y taiwaneses no existían en Bata, una fábrica que opera desde la década de 1930.”<sup>49</sup>

Sin embargo, tanto los hallazgos de la auditoría en PT Bata como la indisposición inicial de la gerencia de Bata de cooperar con el equipo de auditores, planteó serios interrogantes sobre la falta, por parte de No Sweat Apparel, de una política de estándares laborales mínimos o procedimientos formales para verificar las afirmaciones de la empresa, sobre “salarios para vivir y condiciones de trabajo decentes” y representación sindical independiente.

Aunque el informe de auditoría de PT Bata describe algunas áreas, en las que el empleador provee beneficios superiores a los que ofrecen la mayoría de las otras fábricas en Indonesia, tales como el plan médico de la empresa, pago de días feriados y otros beneficios,<sup>50</sup> ciertamente no certifica que los productos de la fábrica son ‘libres de explotación’.

“Ha sido lento, pero seguimos siendo optimistas,” dice Ballinger. “Sentimos confianza en que la investigación de seguimiento, en Bata Yakarta, demostrará que la designación ‘libre de explotación’ se justifica plenamente.”

Pruebe o no ser verdadera la predicción de Ballinger, la promoción de No Sweat Apparel del fabricante canadiense de calzado Bata International, como una “empresa social

pro-sindical, antes de que se conociera el término”<sup>51</sup>, es probable que no gane adeptos entre los trabajadores de Bata en Sri Lanka, quienes experimentaron directamente los intentos de la empresa de destruir su sindicato.

En enero de 2005, la Federación Internacional de Trabajadores del Textil, Vestuario y Cuero (FITTV) y el Sindicato Comercial e Industrial de Trabajadores de Sri Lanka presentaron un reclamo ante la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) contra Bata, acusando a la empresa de terminar con el empleo de 600 trabajadores, en castigo por realizar una acción colectiva en apoyo al presidente de su sindicato, injustamente despedido.<sup>52</sup>

A la pregunta de si No Sweat Apparel tenía instituida alguna forma de proceso externo de verificación para otras fábricas, a partir la auditoría de Bata, Ballinger respondió, “Hemos elaborado pautas para la certificación de auditores a modo de asegurar la independencia. Más aún, hemos participado en esfuerzos para evaluar la factibilidad de certificar la producción de indumentaria como ‘comercio justo’. Creemos firmemente que la mejor garantía de la ‘voz del trabajador’ es un convenio sindical.”<sup>53</sup>

También señala Ballinger, “Desde que vi la película *La Toma*, me he interesado en aprovisionarme en una fábrica de calzado en Argentina que antes producía para Adidas y otras grandes marcas pero que ahora fue tomada por los trabajadores.”

### Zapatos Blackspot (Blackspot Shoes)

Otro competidor norteamericano por tener el título de ‘libre de explotación’ es Blackspot Shoes, un proyecto de la fundación Adbusters Media, con sede en Vancouver.



## apuntes

empresas de comercio justo europeas y japonesas, empresas estadounidenses que promueven productos “sindicalizados”, y una cooperativa de trabajadores en Tailandia. Incluye información sobre sus proveedores, estándares, sistemas de monitoreo y verificación (si tienen), y una evaluación crítica de cada iniciativa.<sup>63</sup>

Por ejemplo, la guía da la siguiente evaluación de una marca de moda de comercio justo británico-japonesa, People Tree: “Los estándares, en relación a las condiciones de trabajo, se limitan a salud y seguridad, horas de trabajo y trabajo infantil. Sería útil saber cuáles son las políticas de Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT) en relación a otros derechos laborales internacionales comúnmente aceptados (salarios, derechos sindicales, relación con empleados, discriminación). Sería útil saber cómo People Tree e IFAT involucran a los sindicatos locales y otras organizaciones de derechos laborales en sus actividades de monitoreo.”

Según Zeldenrust de la CCC, “las empresas que se promueven a sí mismas como de ‘comercio justo’ o ‘libre de explotación’ deben cumplir al menos los mismos estándares que las grandes marcas.”<sup>64</sup>

## ¿Irse con la FLO-rriente?

En respuesta a los cuestionamientos del movimiento anti-explotación europeo, Organizaciones de Etiquetado de Comercio Justo Internacional (FLO) ha tomado el enfoque de ir lentamente con el desarrollo de un programa de certificación y etiquetado de artículos para prendas de vestir. TransFair Canadá, la afiliada canadiense de FLO, a su vez ha adoptado un prudente

enfoque parecido. En contraste, TransFair USA, de EE UU, pareciera estar avanzando con mayor rapidez hacia “extender el sistema de certificación de comercio justo más allá de los productos actuales hasta el sector de la industria del vestido.”<sup>65</sup>

En febrero de 2006, TransFair USA lanzó una investigación de seis meses sobre la industria del vestido, la cual fue financiada por la Fundación Levi’s, para “identificar los intereses y temas claves en relación a la posibilidad de aplicar estándares de comercio justo a la producción de prendas de vestir.”<sup>66</sup> El estudio comprendió consultas con 61 sindicatos, ONGs, fabricantes, marcas y grupos de campañas anti-explotación en América del Norte y países del Sur.<sup>67</sup>

Los principales temas objeto del estudio fueron:

- ¿Qué significa que una prenda de vestir sea libre de explotación o comercio justo? ¿Cuáles son los elementos críticos de esto?
- ¿Puede un estándar de comercio justo fortalecer los esfuerzos que se están haciendo para mejorar las condiciones de trabajo en las cadenas de suministros del vestido? Si es así ¿cómo?
- ¿Hasta qué punto es factible aplicar dichos estándares en la cadena de suministros?
- ¿Debería el estándar del comercio justo aplicarse a cooperativas, pequeños productores y grandes fábricas de corte y costura? ¿Cuáles son las oportunidades, desafíos y limitaciones de esto?

Según Chris Himes de TransFair USA, las respuestas a la pregunta de si el modelo de comercio justo debería ser extendido al sector de la industria del vestido fueron más positivas que





## apuntes

Señala, sin embargo, que todavía no hay consenso sobre si los estándares deberían incluir un salario digno o sólo el pago del salario mínimo local.

“Mucha gente que entrevistamos en el Sur dijo que el cumplimiento con las leyes del salario mínimo sería un gran paso adelante,” dice Himes.

Sugiere que una opción sería requerir el pago del salario mínimo como primer paso, y luego, con el tiempo, promover la tendencia hacia el salario digno.

Otro tema pendiente, dice Himes, es si requerir o no representación sindical y un convenio colectivo para la certificación.

Según Himes, el estudio de TransFair USA confirma que el cumplimiento de estándares laborales sustentables sigue siendo el tema más difícil en el sector de la industria del vestido. “Tendría que haber transparencia plena y respeto por la libertad de asociación,” dice. “No podría hacerse un buen control del cumplimiento sin tener asociados en la base,” añade.

## Quienes apoyan al Comercio Justo en EE UU

Aunque el estudio de TransFair USA muestra que algunos sectores del movimiento anti-explotación de los Estados Unidos se oponen decididamente a la certificación de comercio justo de productos de indumentaria, otros activistas de larga trayectoria en el movimiento están comenzando a ver el modelo del comercio justo como uno que ofrece lecciones útiles, que podrían ser aplicadas al sector de la industria del vestido.

Una razón por la que algunos activistas estadounidenses anti-explotación se están volcando al modelo del comercio justo es su falta general de fe en los códigos voluntarios de conducta o en los esfuerzos de las empresas individuales o iniciativas multipartitas (IMPs) por implementar efectivamente esos códigos.

Cualquiera que fuesen sus críticas hacia los códigos voluntarios y del modelo comercial de auditoría social, la mayoría de las organizaciones europeas anti-explotación han adoptado la estrategia dual de trabajar dentro de iniciativas multipartitas, como la ETI y la FWF, desde donde presionan por más participación de trabajadores y la sociedad civil local en los programas de cumplimiento de estándares laborales, mientras que, al mismo tiempo, continúan movilizandando la presión sobre las empresas de indumentaria para que respeten los derechos de los trabajadores.

En contraste, los activistas anti-explotación de EE UU han rechazado en general a la más importante de estas iniciativas en su país, la Asociación por

*Aunque el estudio de TransFair USA muestra que algunos sectores del movimiento anti-explotación de los Estados Unidos se oponen decididamente a la certificación de comercio justo de productos de indumentaria, otros activistas de larga trayectoria en el movimiento están comenzando a ver el modelo de comercio justo como uno que ofrece lecciones útiles que podrían ser aplicadas al sector de la industria del vestido*

el Trabajo Justo (FLA), por considerarla controlada por las corporaciones, y han puesto su fe en el Consorcio de los Derechos de los Trabajadores (WRC), una iniciativa de la sociedad civil basada en reclamos, que excluye, en forma explícita, la participación de empresas en sus estructuras de dirección.<sup>70</sup>

Aunque el Consorcio de los Derechos de los Trabajadores ha probado ser una alternativa efectiva y transparente a la FLA, su alcance, al menos hasta recientemente, ha estado limitado a los proveedores de productos con licencia universitaria.<sup>71</sup>

Aún cuando algunas pocas empresas canadienses se han incorporado a la FLA y varias universidades canadienses se han unido al WRC y/o la FLA, el debate concerniente a los méritos de FLA versus el WRC ha sido, hasta ahora, menos intenso en Canadá que en los Estados Unidos, posiblemente porque las organizaciones canadienses no estuvieron involucradas en la enconada división que se dio al interior de la Asociación de la Industria de la Confección, antes del lanzamiento de la FLA.<sup>72</sup> Actualmente no existe una iniciativa multipartita canadiense enfocada en productos de indumentaria o sectores relacionados.

Una segunda razón de este renovado interés en el modelo del comercio justo en los Estados Unidos es la fragilidad de las victorias en organización de los trabajadores, después de 10 años o más de campañas anti-explotación, la adopción de políticas éticas por parte de cientos de universidades y otras instituciones públicas estadounidenses, y numerosos esfuerzos de investigación y mediación en fábricas que producen productos de indumentaria bajo licencias universitarias.

Con la eliminación del sistema de cuotas de importación, y la consiguiente reestructuración de la industria en el nivel global, el movimiento enfrenta la perspectiva de que muchas de las victorias logradas en la organización de trabajadores, alcanzadas al menos parcialmente debido a estos esfuerzos, podrían perderse, en la medida en que fabricantes y empresas de marcas trasladan producción y pedidos a otras fábricas y países.

Según Bjorn Claeson de Comunidades Libres de Explotación, “años de participación en demandas de trabajadores y terceros interesados han producido una docena de victorias, todas las cuales pueden fácilmente perderse si no hay suficientes ordenes de producción, o un precio suficiente, para permitir a los trabajadores negociar mejoras en salarios y beneficios.”<sup>73</sup>

Una reciente actualización del WRC a su Consejo Asesor y asociados organizativos, aportó evidencia dramática de que estas preocupaciones están bien justificadas. Según el informe, las victorias en organización de trabajadores en siete de las doce fábricas perfiladas en el informe en las que el WRC había invertido considerable tiempo y recursos para lograr la mediación, ahora están amenazadas por una significativa disminución en los pedidos de compradores de marcas y/o decisiones patronales de cerrar las fábricas. El informe también expresa preocupaciones sobre la supervivencia para el futuro de la mayoría de las fábricas restantes.<sup>74</sup>

Algunas de las lecciones que Claeson piensa que se podrían aprender del movimiento de comercio justo incluyen la necesidad de construir una relación entre compradores y productores, precios justos y un volumen justo de

## apuntes

## apuntes

pedidos, así como relaciones a largo plazo con proveedores; lo que potencialmente podría resultar en una mayor seguridad para los trabajadores.

Himes está de acuerdo, argumentando que la certificación de comercio justo podría resultar en que más dinero fuera a la cadena de suministros. “Mejores precios por productos certificados de comercio justo permitirían a las tiendas pagar más a los proveedores,” dice.<sup>75</sup>

## Creando un mercado paralelo

En un documento de antecedentes, preparado en abril de 2005 para una conferencia en Ann Arbor, Michigan, EE UU, titulada “Construyendo mercados para consumidores conscientes”, Bama Athreya, del Fondo Internacional para los Derechos Laborales (ILRF) e Ian Robinson, del Instituto de Relaciones Laborales e Industriales de la Universidad de Michigan (ILIR por sus siglas en inglés) apuntaron al “profundo dilema” que enfrenta el movimiento anti-explotación: “Dada la dinámica actual del mercado en esta industria, aún si los trabajadores tienen éxito en organizarse, no pueden negociar mejoras sustanciales sin hacer menos competitiva a su empresa, de manera que no se pueden obtener nuevos contratos.”<sup>76</sup>

Pidieron la creación de “un mercado paralelo conformado por consumidores con conciencia ... una zona protegida en la cual esta dinámica no domine.”<sup>77</sup>

El documento sigue describiendo los objetivos que se esperarían lograr mediante la creación de tal mercado paralelo y zona protegida:

Dentro de esta zona, sindicatos democráticos pueden negociar mejoras sustanciales para sus miembros y

cooperativas propiedad de trabajadores podrían pagarse mejores salarios, sin amenazar sus perspectivas de supervivencia a largo plazo. La existencia de una zona tal importa no sólo a los sindicatos y a los trabajadores que consideran si deben formar un sindicato, sino también a los empleadores que consideran si deben luchar contra los esfuerzos de los trabajadores por formar sindicatos o cerrar plantas que han sido organizadas sindicalmente.<sup>78</sup>

Aunque los autores del documento defienden la creación de un mercado paralelo separado, no excluyen la posible participación de grandes marcas o aún tiendas de descuento en comercializar productos hechos en las fábricas.

“Marcas como The Gap o Nike pueden optar por vender uno o unos pocos artículos producidos en plantas que cumplen con los criterios del comercio justo, elegidas de una lista de plantas que nosotros certificaríamos ... [y] una gran tienda como Costco o Target pueden decidir asignar algún espacio en sus locales a artículos de indumentaria de comercio justo,” declaran.<sup>79</sup>

Una diferencia clave, entre la propuesta de Robinson y Athreya y el modelo tradicional de comercio justo, es que extiende la definición de comercio justo más allá del pago de un precio justo al productor primario y hace de la representación sindical democrática para los trabajadores que manufacturan el producto el criterio fundamental de la certificación.

Mientras que la mayoría de los participantes en la conferencia de Ann Arbor apoyaban en general la idea de “conectar consumidores con conciencia con productores”<sup>80</sup> mediante algún tipo de programa de certificación o lista de proveedores libres de explotación, otros



## apuntes

ocho tiendas alternativas en línea que comercializan prendas de vestir hechas por trabajadores representados por sindicatos democráticos o parte de cooperativas de trabajadores.<sup>83</sup>

Una variedad de productos de indumentaria hechos en talleres sindicalizados en los EE UU y cooperativas de trabajadores en América Latina están disponibles para la compra en los sitios de Internet de las organizaciones participantes. Una proporción menor de los productos que se pueden comprar fue hecha en fábricas sindicalizadas en países del Sur.

La guía incluye también advertencias sobre calzado deportivo “sin explotación” o No Sweat hechos en la fábrica PT Bata en Indonesia, donde la naturaleza democrática del sindicato sigue siendo cuestionada, y sobre una camiseta de Intercambio Global (Global Exchange), hecha en la fábrica de American Apparel de Los Angeles, donde han habido acusaciones de discriminación antisindical.

## La perspectiva de la CCC

Aunque Zeldenrust está de acuerdo con sus aliados estadounidenses sobre la necesidad de defender la supervivencia de las fábricas sindicalizadas y las cooperativas de trabajadores, argumenta sin embargo que “hecho en fábrica sindicalizada” no significa necesariamente ‘libre de explotación’.

“Estamos plenamente de acuerdo con el énfasis de muchos grupos estadounidenses anti-explotación sobre premiar a los lugares de trabajo donde los trabajadores han logrado representación sindical y firmado un convenio colectivo, pero también

creemos que la presencia de un sindicato en una fábrica no es garantía de que el empleador respeta la libertad de asociación u otros derechos fundamentales de los trabajadores.”<sup>84</sup>

Según Zeldenrust, al intentar identificar el concepto de ‘libre de explotación’ exclusivamente con la representación sindical y la existencia de un convenio colectivo específico a una fábrica, los grupos anti-explotación estadounidenses están ignorando otras formas de representación de trabajadores menos comunes a América del Norte, tales como negociaciones sectoriales laboral-patronales a nivel nacional y organizaciones de base comunitaria. La CCC también está preocupada sobre la capacidad de los compradores éticos en distinguir entre sindicatos democráticos genuinos y sindicatos controlados por las empresas, añade.

También hace notar que en el contexto europeo, donde un porcentaje significativo de trabajadores está representado por sindicatos, el equiparar la representación sindical con ‘libre de explotación’ podría ser visto como proteccionista, dado que inevitablemente derivaría en la promoción de productos hechos en Europa por sobre aquellos hechos en otros países.

“La designación de fábricas sindicalizadas como ‘libre de explotación’ también es un riesgo al negar la responsabilidad del comprador de continuar asegurando que el sindicato, una vez que está en la fábrica, tenga permitido hacer su tarea por un período de tiempo,” dice Zeldenrust. “La mayoría de las solicitudes de apoyo que recibimos provienen de lugares de trabajo donde hay sindicatos emergentes, cuya supervivencia requiere de un continuo apoyo del

movimiento anti-explotación y también una presión continua sobre el empleador por parte de los compradores,” señala.

“Las marcas o tiendas que afirmen ser ‘libres de explotación’ o ‘comercio justo’ requerirán un monitoreo y verificación que hagan creíble sus afirmaciones, al igual que las empresas más conocidas,” dice Zeldenrust.

Este intento de igualar el término ‘hecho en fábrica sindicalizada’ con ‘libre de explotación’ plantea además la interrogante de si no sería más simple y más apropiado enfocarse en revivir la vieja campaña de “Compre la etiqueta sindical”, que tiene un mensaje claro y entendible y un mecanismo simple y fácil de ejecutar: el sindicato negocia con el empleador la inclusión de una etiqueta “hecho en fábrica sindicalizada’ en cada artículo de vestir que se produce en esa fábrica.<sup>85</sup>

Athreya reconoce que el concepto de ‘libre de explotación’ es la conjunción de la tradición de “Compre sindical” del movimiento laboral norteamericano con la tradición de empresas comerciales alternativas, que apoyan cooperativas de trabajadores. Señala, sin embargo, que ‘libre de explotación’ incluye fábricas sindicalizadas en el Sur global, mientras que la campaña sindical de la etiqueta era solamente para prendas de vestir norteamericanas.<sup>86</sup>

Según Athreya no existe todavía un consenso sólido en el movimiento estadounidense anti-explotación sobre la definición de ‘libre de explotación’, los criterios que tendrían que cumplir los proveedores, ni los pasos de la cadena de producción que tendrían que ser evaluados.

“Como mínimo, tendría que aplicarse al proceso de manufactura de confecciones, aunque me interesaría

que el estándar fuera extendido desde el algodón,” dice Athreya.

“No estoy promoviendo que las iniciativas multipartitas existentes se disuelvan y sean reemplazadas por un programa de certificación ‘libre de explotación,’” dice Athreya, “pero debemos enfrentar la cuestión de cómo mantener la producción en las plantas sindicalizadas y cómo premiar afirmativamente los convenios colectivos existentes.”

## El Programa de Proveedores Designados del WRC

Posiblemente la iniciativa más ambiciosa para crear un mercado libre de explotación está siendo lanzada por el Consorcio de los Derechos de los Trabajadores (WRC). Aunque no se trata estrictamente de una iniciativa de comercio justo, el Programa de Proveedores Designados (PPD) del WRC intenta crear una red de fábricas sindicalizadas que produzcan principalmente para el mercado universitario y que reciban precios por los productos con licencias universitarias que sean suficientes para pagar a sus trabajadores un salario digno.

Como lo señala el Director Ejecutivo del WRC Scott Nova, el PPD está restringido a concesionarios universitarios (empresas que producen artículos de indumentaria que tienen el nombre y el logo de una universidad); no comprende etiquetado ‘libre de explotación’ y no depende de persuadir a las marcas de que existe una fuerte demanda del consumidor de artículos ‘libre de explotación’.<sup>87</sup>

Al mismo tiempo, los productos con logo universitario se venden en un

apuntes

## apuntes

mercado más amplio – los productos con licencia universitaria constituyen un negocio de US\$2.500 millones en los EE UU – y el hecho de que sean hechos en fábricas certificadas por el WRC podría tener un efecto de demostración para empresas que comercializan productos similares.

Si el PPD tiene éxito, las universidades participantes en el programa encargarán sus productos de indumentaria a fábricas con licencia designadas por el WRC, como las que han “demostrado afirmativamente un elevado nivel de respeto por los derechos de los trabajadores.”<sup>88</sup>

Según el WRC, con el fin de calificarse como proveedor designado, una fábrica tendría que cumplir con los siguientes criterios:

- Demostrar cumplimiento pleno de estándares laborales reconocidos internacionalmente, según están incorporados a los códigos de conducta universitarios;
- Los empleados deben estar representados por un sindicato legítimo, representativo o por otro organismo de representación de los empleados;
- Demostrar que paga a sus empleados un salario digno, una vez que la fábrica reciba precios por sus productos que sean suficientes para hacer esto factible; y
- Producir principal o exclusivamente para el mercado de mercancías con logo universitario, o para otros compradores comprometidos con estándares equivalentes (incluyendo el pago de un salario digno).

Bajo el PPD, “las fábricas pueden ser nominadas sea por el WRC o por los mismos concesionarios.”<sup>89</sup> El WRC hará una evaluación inicial de la fábrica “con el fin de determinar si es posible que la fábrica alcance el estatus de proveedor designado.” En consulta con el concesionario, el WRC desarrollará luego un plan de acción correctiva para lograr el cumplimiento pleno con el código de conducta universitario.

Después de un período de seis meses, el WRC verificará si se ha logrado el cumplimiento pleno, incluyendo si los trabajadores han logrado “representación colectiva.” Según el WRC, las fábricas necesitarán también recibir precios más altos antes que puedan cumplir con el estándar de salario digno.

La Asociación por el Trabajo Justo argumenta que el enfoque PPD para determinar un salario digno mediante investigaciones realizadas por expertos locales designados por el WRC, “fundamentalmente quita poder a los trabajadores y al proceso de relaciones laborales.” Sigue diciendo, “El WRC como árbitro de salarios dignos no

*En teoría, el programa de proveedores Designados del WRC podría tener ventajas significativas sobre las iniciativas de 'comercio justo' y 'libre de explotación' descritas anteriormente. Al mismo tiempo, el PPD es un programa extremadamente ambicioso que no ha sido probado todavía y que exigirá a pleno la capacidad, de una pequeña organización sin fines de lucro estadounidense para hacer cumplir los numerosos requisitos del programa.*





## apuntes

tener ventajas significativas sobre las iniciativas de 'comercio justo' y 'libre de explotación' descritas anteriormente. Incluye estándares laborales mínimos basados en las Convenciones de la OIT, criterios para certificar fábricas, un método para verificar el cumplimiento y un organismo de certificación con experiencia para llevar a cabo investigaciones de fábricas.

Al mismo tiempo, el PPD es un programa extremadamente ambicioso que no ha sido probado todavía y que exigirá a pleno la capacidad, de una pequeña organización sin fines de lucro estadounidense, para hacer cumplir los numerosos requisitos del programa. Bajo el PPD, el WRC tendrá que evaluar la representatividad de organizaciones de trabajadores, si los salarios alcanzan para satisfacer las necesidades básicas, si los precios pagados a los proveedores son suficientes para pagar un salario digno según estándares locales, y si los concesionarios están comprando progresivamente un porcentaje mayor a las fábricas designadas como fábricas proveedoras.

El programa, además, va más allá de otras iniciativas similares al requerir no sólo que los proveedores respeten el derecho de los trabajadores a asociarse libremente, sino también que los trabajadores estén realmente representados por un sindicato democrático u otra organización auténtica de trabajadores.

Correcta o incorrectamente, el programa asume que, dada la oportunidad, los trabajadores elegirán formar o incorporarse a un sindicato dentro de un período de seis meses. También asume que el modelo

norteamericano de certificación del sindicato por fábrica es la norma mundial, y pareciera no dar cabida a otros modelos de relaciones industriales, tales como aquellos comunes en muchos países europeos en los que pueden coexistir más de un sindicato en la misma fábrica, mientras la mayor parte de la negociación colectiva se realiza a niveles nacional y sectorial.

El programa asume también que las fábricas pueden sobrevivir financieramente produciendo casi exclusivamente para el mercado universitario estadounidense, y que si fuera requerido por universidades miembros del WRC, los concesionarios estarían dispuestos y podrían cambiar sus pedidos de producción al 75% hacia las fábricas designadas por un organismo externo dentro de un período de tres años.

Y a pesar del ambicioso alcance, el Programa de Proveedores Designados del WRC sólo certifica el cumplimiento en una etapa dentro de la cadena de producción de la industria del vestido, la etapa de fabricación de confecciones, y no trata prácticas laborales o ambientales o precios justos en otras etapas de la cadena.

Según Claeson, la red de Comunidades Libres de Explotación ve el modelo de Proveedores Designados del WRC como un modelo que podría ser adoptado por el creciente número de gobiernos municipales y estatales que tienen políticas éticas de compras.<sup>96</sup> El PPD podría por lo tanto tener un impacto mayor más allá del mercado universitario estadounidense.



## apuntes

importación, tienen que ver en gran parte con el creciente interés en el modelo de comercio justo.

Sin embargo, un reciente estudio de TransFair USA confirma que existen importantes diferencias de opinión en el movimiento anti-explotación estadounidense sobre si el modelo de comercio justo debería ser extendido al sector de la industria del vestido. Como resultado, cualquier plan de lanzar un programa de certificación de artículos de indumentaria de comercio justo en los EE UU posiblemente se demorará y se volverán a hacer más estudios y consultas a nivel internacional.

Mientras tanto, una cantidad de tiendas y fabricantes alternativos de ropa han comenzado a comercializar sus productos como 'libre de explotación'. En la mayoría de los casos, estas iniciativas carecen de estándares laborales claros y creíbles, criterios de certificación o programas de monitoreo y verificación.

En un intento por hacer del comercio justo una herramienta útil para los trabajadores, algunos activistas anti-explotación en los Estados Unidos han intentado lograr consenso sobre una definición de 'libre de explotación' que enfatiza el poder de los trabajadores y, en particular, su representación por sindicatos independientes o participación en cooperativas bajo control de los trabajadores.

Muchas de sus contrapartes europeas cuestionan este enfoque, argumentando que la representación sindical no garantiza de por sí que el derecho de los trabajadores a la libertad de asociación esté siendo respetado. Aunque el modelo de relaciones industriales en Canadá es más parecido al de EE UU que al de Europa, el movimiento anti-explotación canadiense ha puesto en

general menor énfasis en la creación de alternativas 'libre de explotación' que el movimiento estadounidense.

El Programa de Proveedores Designados (PPD) iniciado por el Consorcio de los Derechos de los Trabajadores (WRC), es a la fecha la iniciativa más ambiciosa que intenta certificar fábricas de confecciones como libres de explotación y crear un mercado universitario paralelo para productos libres de explotación.

Aunque el PPD no es estrictamente hablando una iniciativa de comercio justo, si se implementa como proyecto piloto o permanentemente, podría ofrecer lecciones útiles sobre los temas y desafíos inherentes a tratar de certificar productos de indumentaria como 'libres de explotación' o 'comercio justo'. En particular, el PPD podría constituir una prueba sobre si es posible, en el sector del vestido, asociar mayores precios pagados a los proveedores con el pago de salarios dignos a los trabajadores.

Al mismo tiempo, el PPD será también una prueba sobre la capacidad del WRC de efectivamente poder evaluar las distintas obligaciones de los concesionarios y fábricas proveedoras bajo el programa. Asimismo, con el fin de establecer la credibilidad del PPD, el WRC necesitará demostrar en la práctica que puede facilitar la representación democrática de los trabajadores y establecer estándares de salarios dignos como piso de la negociación colectiva, sin interferir con el derecho de los trabajadores a organizarse y negociar niveles salariales adecuados.

Si las organizaciones de comercio justo avanzan hacia certificar y etiquetar productos de indumentaria como comercio justo, tendrán que tratar seriamente con una serie de



## apuntes

fracase en tomar en cuenta las complejidades de la industria del vestido global, podría servir para confundir y desmovilizar a los consumidores, ofreciendo, al mismo tiempo, muy poco beneficio a la mayoría de los trabajadores de la industria. Más aún, una iniciativa de indumentaria de comercio justo que no trate seriamente con las preocupaciones del movimiento anti-explotación podría poner en peligro el éxito potencial de cualquier otra iniciativa más seria y mejor pensada en el futuro.

Si se lo diseña apropiadamente y se lo implementa cuidadosamente, sin embargo, un programa de certificación en comercio justo de artículos de indumentaria podría construir sobre los éxitos del movimiento anti-explotación y la reputación del movimiento de comercio justo para crear un nicho de mercado para consumidores con conciencia y un mayor espacio democrático para los trabajadores que produjeran para este mercado paralelo. Si los estándares requeridos para productos de comercio justo son al menos igualmente estrictos a los que se espera de las marcas a las que se han apuntado las campañas de los activistas anti-explotación, podría constituir también un ejemplo positivo de cómo se pueden fabricar prendas de vestir en condiciones de trabajo decentes, incrementando así la presión sobre las grandes tiendas y marcas para que adopten prácticas similares.

Un tema clave a considerar entonces – y un tema con el que el movimiento de comercio justo está actualmente luchando – es si la comercialización de dichos productos por grandes marcas y tiendas debería ser promovida o no. En otras palabras, ¿debería el modelo de comercio justo apuntar hacia construir

una forma alternativa de comercio con sus propias normas, o pueden los productos de comercio justo ser comercializados por las mismas tiendas y marcas quienes han mostrado poca preocupación por ser justos con los productores o trabajadores que fabrican la vasta mayoría de sus productos? ¿Es la venta de productos de comercio justo por una tienda común una “traición” o una oportunidad única para llegar a más consumidores y, como resultado, permitir a más productores y trabajadores gozar de mejores salarios y condiciones de trabajo y beneficiarse de una mayor participación en el mercado de los productos de comercio justo? ¿Podría una alianza tal, con grandes marcas y tiendas, permitir alguna vez a los artículos de indumentaria de comercio justo replicar los éxitos del café de comercio justo en Gran Bretaña o las bananas de comercio justo en Suiza?

Dentro del movimiento de comercio justo todavía falta bastante por definir este tema. Podría convertirse también en un tema importante de debate dentro del movimiento anti-explotación, en la medida que va tomando en cuenta cada vez más el impacto en las condiciones de los trabajadores por la competencia de precios y prácticas generales de compras de las grandes tiendas.

Pero cualesquiera que sean las respuestas a estas preguntas abiertas, se deben establecer condiciones para asegurar que las grandes tiendas y marcas no puedan explotar la etiqueta de comercio justo pegada a un número limitado de productos con el fin de lavarse las manos de los persistentes abusos a los derechos de los trabajadores en sus más amplias cadenas de suministros. No podemos permitir que la etiqueta de comercio justo sea utilizada por las grandes



## Notas

- 1 Claeson, Bjorn Skorpen, "Sweatfree Marketplace: A Movement Perspective," Agosto 2004, p. 1 (en archivo).
- 2 Ethical Trading Initiative, [Iniciativa de Comercio Ético] "Ethical Labels: More Risks than Gains?"
- 3 Las áreas más controvertidas han sido cuando las organizaciones de comercio justo comenzaron a certificar productos hechos en plantaciones donde los trabajadores son empleados más que co-propietarios o cuando cooperativas que producen productos certificados en comercio justo comienzan a contratar trabajadores agrícolas.
- 4 Comité sobre Desarrollo de la Unión Europea, "Informe sobre Comercio Justo y Desarrollo", 6 de junio de 2006 [www.europarl.europa.eu/registre/seance\\_pleniere/textes\\_deposes/rapports/2006/0207/P6\\_A\(2006\)0207\\_EN.doc](http://www.europarl.europa.eu/registre/seance_pleniere/textes_deposes/rapports/2006/0207/P6_A(2006)0207_EN.doc).
- 5 Krier, Jean Marie, *Fair Trade in Europe, Facts and Figures on Fair Trade in 25 European Countries*, Fair Trade Advocacy Office, Junio 2005, p. 30. [www.ifat.org/downloads/marketing/FairTradeinEurope2005.pdf](http://www.ifat.org/downloads/marketing/FairTradeinEurope2005.pdf)
- 6 Ibid, p. 31, nota 29.
- 7 Ibid, p. 65.
- 8 Ibid, p. 44.
- 9 Claeson, "Sweatfree Marketplace," p. 5.
- 10 Ibid.
- 11 Bama Athreya, entrevista telefónica con la autora, 28 de junio de 2006.
- 12 Ineke Zeldenrust, entrevista telefónica con la autora, 23 de junio de 2006.
- 13 En América del Norte y Europa se han realizado numerosos estudios sobre la preferencia de los consumidores por productos hechos bajo condiciones de trabajo decentes. Ver: The Vector Poll on Public Opinion in Canada, Vector Research + Development Inc., febrero 2002 (en archivo); January 2004 US national public opinion poll conducted for the Program on International Policy Attitudes, University of Maryland, survey results reported Kull, Steven, "Voices of the Superpower," *Foreign Policy* (May/June 2004); Prasad, Monica et al., "Consumers of the World Unite: A Market-Based Response to Sweatshops," *Labor Studies Journal* (Otoño 2004), pp. 57-79.
- 14 Ethical Trading Initiative, "Ethical Labels: More Risks than Gains?"
- 15 Ibid.
- 16 "Accreditation of FLA Participating Companies," Fair Labor Association, 12 May 2005, [www.fairlabor.org/docs/accreditation-background-052005.pdf](http://www.fairlabor.org/docs/accreditation-background-052005.pdf)
- 17 Fair Wear Foundation, "FAQ," <http://en.fairwear.nl/?p=297>
- 18 La propuesta en discusión es si los productos hechos en una fábrica certificada bajo SA8000 pueden llevar una etiqueta que indique que fueron hechas en una fábrica tal. La preocupación de la RSM, cuya coordinadora es actualmente miembro del Consejo Asesor de SAL, es que dicha etiqueta podría dar a los consumidores la falsa impresión de que el producto fue hecho en condiciones "libre de explotación".
- 19 Appendix 5: FLO's Phased Approach to Labelling Fair Trade Cotton Products," Fair Trade Garment Standards: Feasibility Study, July 2006, [www.transfairusa.org/pdfs/FT%20Garment%20Standards%20Feasibility%20Study.pdf](http://www.transfairusa.org/pdfs/FT%20Garment%20Standards%20Feasibility%20Study.pdf)
- 20 Ibid.
- 21 Fair Trade Foundation, "Questions and Answers about Fairtrade certified cotton," [http://www.fairtrade.org.uk/downloads/pdf/cotton\\_qanda.pdf](http://www.fairtrade.org.uk/downloads/pdf/cotton_qanda.pdf)
- 22 Marks and Spencer, "Marks & Spencer extends Fairtrade cotton range with launch of jeans and underwear," 23 May 2006, <http://www2.marksandspencer.com/thecompany/mediacentre/pressreleases/2006/com2006-05-23-01.shtml>
- 23 Ibid.
- 24 Hearson, Martin, "Fairtrade must not be a fig leaf: an open letter to Marks and Spencer," 22 May 2006, [www.labourbehindthelabel.org/content/view/111/57/](http://www.labourbehindthelabel.org/content/view/111/57/)
- 25 Martin Hearson, entrevista telefónica con la autora, 30 de junio de 2006.
- 26 Ibid.
- 27 Ibid.
- 28 Labour Behind the Label, "Q&A: What's all this about Fairtrade cotton?" 16 noviembre 2005, <http://www.labourbehindthelabel.org/content/view/34/57/>
- 29 Hearson, "Fair trade must not be a fig leaf."
- 30 Hearson, entrevista telefónica
- 31 Labour Behind the Label, "High street stores must go beyond Fairtrade cotton," 9 febrero 2006, <http://www.labourbehindthelabel.org/content/view/20/57/>
- 32 Hearson, entrevista telefónica.
- 33 Anuncio de American Apparel, *Vice Magazine*, Agosto 2002 (en archivo).
- 34 American Apparel, "Mission," 2006, [www.americanapparel.net/mission/](http://www.americanapparel.net/mission/)
- 35 Ibid.
- 36 American Apparel, "Facts About American Apparel," [www.americanapparel.net/mission/facts.html](http://www.americanapparel.net/mission/facts.html)
- 37 American Apparel, "What Does AA Do for Its Workers?" [www.americanapparel.net/mission/workers.html](http://www.americanapparel.net/mission/workers.html)
- 38 Maquila Solidarity Network, "Clean Clothes: Making a list, checking it twice," *Maquila Network Update*, Vol. 9 No. 4, diciembre 2004, p. 5, [www.maquilasolidarity.org/resources/update/Vol904.pdf](http://www.maquilasolidarity.org/resources/update/Vol904.pdf)
- 39 American Apparel, "Why American Apparel?" [www.americanapparel.net/mission/whyaa.html](http://www.americanapparel.net/mission/whyaa.html)
- 40 No Sweat Apparel, "Homepage," [www.nosweatapparel.com/index.html](http://www.nosweatapparel.com/index.html)
- 41 No Sweat Apparel, "Open Sources," [www.nosweatapparel.com/sources/index.html](http://www.nosweatapparel.com/sources/index.html)
- 42 No Sweat Apparel, "Retailer Info," [www.nosweatapparel.com/products/retailer-info.html](http://www.nosweatapparel.com/products/retailer-info.html)
- 43 No Sweat Apparel, "Question 5," [www.nosweatapparel.com/faqs/question5.html](http://www.nosweatapparel.com/faqs/question5.html)
- 44 No Sweat Apparel, "Question 16," [www.nosweatapparel.com/faqs/question16.html](http://www.nosweatapparel.com/faqs/question16.html)
- 45 No Sweat Apparel, "Question 5," [www.nosweatapparel.com/faqs/question5.html](http://www.nosweatapparel.com/faqs/question5.html)
- 46 No Sweat Apparel, "Question 16," [www.nosweatapparel.com/faqs/question16.html](http://www.nosweatapparel.com/faqs/question16.html)
- 47 Jeff Ballinger, respuestas por e-mail a preguntas de la entrevista, 6 julio 2006 (en archivo).
- 48 "Final Report: PT Bata Audit," 16 April 2005, p.18, [www.nosweatapparel.com/sources/PT-Sepatu-Bata-DOCS/pt\\_bata\\_final\\_report.pdf](http://www.nosweatapparel.com/sources/PT-Sepatu-Bata-DOCS/pt_bata_final_report.pdf)
- 49 Ballinger, respuestas por e-mail a preguntas de la entrevista
- 50 "Final Report: PT Bata Audit," p. 15.
- 51 No Sweat Apparel, "PT Sepatu Bata TBK," [www.nosweatapparel.com/sources/PT-Sepatu-Bata.htm](http://www.nosweatapparel.com/sources/PT-Sepatu-Bata.htm)



- 52 ITGLWF, "Bata Sri Lanka Comes under OECD Scrutiny," 25 marzo 2005, [www.itglwf.org/DisplayDocument.aspx?idarticle=1116&langue=2](http://www.itglwf.org/DisplayDocument.aspx?idarticle=1116&langue=2)
- 53 Ballinger, respuestas por e-mail a preguntas de la entrevista.
- 54 Lasn, Kalle, "Philosophy Behind the Shoes," <http://adbusters.org/metascorpo/blackspotshoes/aboutblackspot.php>
- 55 Ibid.
- 56 Blackspot Anticorporation, "About the Shoes," <http://adbusters.org/metascorpo/blackspotshoes/info.php>
- 57 Lasn.
- 58 Patriquin, Martin, "The running shoe fits for AdBusters," *The Globe and Mail*, 20 August 2003.
- 59 Blackspot Anticorporation.
- 60 Ibid.
- 61 Ibid.
- 62 Clean Clothes Campaign, " 'Alternative' or 'Ethical' Clothes," [www.cleanclothes.org/companies/04-04-alternative-ethical-clothes-review.htm](http://www.cleanclothes.org/companies/04-04-alternative-ethical-clothes-review.htm)
- 63 Zeldenrust. According to Zeldenrust, the CCC welcomes all contributions and support in keeping the guide as up to date and relevant as possible.
- 64 Ibid.
- 65 "TransFair USA Fair Trade Garment Research Project," February-June, 2006, (on file).
- 66 TransFair USA, carta a la Red de Solidaridad de la Maquila, 4 abril 2006, (en archivo).
- 67 Por una copia (en inglés) del informe de julio de 2006: "Fair Trade Garment Standards: Feasibility Study," visitar: [\\_www.transfairusa.org/pdfs/FT%20Garment%20Standards%20Feasibility%20Study.pdf](http://www.transfairusa.org/pdfs/FT%20Garment%20Standards%20Feasibility%20Study.pdf)
- 68 Chris Himes, entrevista telefónica con la autora, 30 junio 2006.
- 69 Letter from TransFair USA, August 11, 2006, (on file).
- 70 La visión dominante entre los activistas antiexplotación de EE UU sobre la FLA está expresada en la siguiente cita de una reciente declaración publicada en el sitio web de la Campaña por los Derechos Laborales [Campaign for Labor Rights]: "A pesar de su nombre, la FLA tiene una larga historia en el movimiento antiexplotación de ponerse del lado de las corporaciones y empresas, más que del de los trabajadores. El organismo directivo de la FLA incluye representantes de la industria, lo que significa que su posición a la luz de las violaciones a los derechos laborales ha sido con frecuencia retorcida por las empresas que son parte de la imp." Ver: "CLR, "Statement in support of the USAS Sweat-Free Campus Campaign and the Designated Supplier Program," sin fecha, [www.clrlabor.org/campaigns/SweatFree/CLRsupportUSAS.htm](http://www.clrlabor.org/campaigns/SweatFree/CLRsupportUSAS.htm)
- 71 El WRC realizará en breve un proyecto piloto de dos años de monitoreo de fábricas proveedores de uniformes para nueve Consejos Escolares Católicas en la provincia canadiense de Ontario. El WRC está también considerando llevar a cabo monitoreo para otras instituciones públicas sobre la base de proyecto piloto.
- 72 A julio de 2006, Gildan Activewear y Mountain Equipment Co-op eran las únicas empresas canadienses con estatus de "Empresa Participante" en la FLA. Además, Roots estaba en proceso de solicitar una licencia universitaria "Categoría B". Había también tres universidades canadienses afiliadas con el WRC, una con la FLA, y otras dos universidades afiliadas con el WRC y la FLA.
- 73 Bjorn Claeson, entrevista telefónica con la autora, 27 de junio de 2006.
- 74 Nova, Scott, "Worker Rights Consortium Update," 16 March 2006 (en archivo).
- 75 Himes.
- 76 Athreya, Bama y Robinson, Ian, "Constructing Markets for Conscientious Consumers: Adapting the 'Fair Trade' Model to the Apparel Sector," 19 marzo 2005, p 10, [www.ilir.umich.edu/lagn/ConstructingMarkets.pdf](http://www.ilir.umich.edu/lagn/ConstructingMarkets.pdf)
- 77 Ibid.
- 78 Ibid.
- 79 Ibid, p.11.
- 80 "Constructing Markets for Conscientious Consumers Conference, Ann Arbor, April 1-2, 2005, Summary Report," [www.ilir.umich.edu/lagn/CCCsummary.pdf](http://www.ilir.umich.edu/lagn/CCCsummary.pdf)
- 81 Claeson, "Sweatfree Marketplace," p. 11.
- 82 Ibid.
- 83 La lista puede verse en los sitios web de Sweatfree Communities y otras organización; Sweatfree Communities, "Shopping," [www.sweatfree.org/shopping.shtml](http://www.sweatfree.org/shopping.shtml)
- 84 Zeldenrust.
- 85 Iniciada en el período después de la Segunda Guerra Mundial, la campaña "Compre Sindical" fue un esfuerzo de marketing de los movimientos laborales de Canadá y los Estados Unidos para convencer a los consumidores de buscar la etiqueta sindical al hacer sus compras de artículos de indumentaria. En años más recientes, la campaña se convirtió en un esfuerzo mucho menos ambicioso para promover a las organizaciones sindicales que hiciera compras al por mayor de productos de indumentaria "hechos en fábricas sindicalizadas" en América del Norte.
- 86 Athreya, entrevista telefónica
- 87 Scott Nova, llamada conferencia entre la RSM y el WRC sobre PPD, 5 de junio de 2006.
- 88 Worker Rights Consortium, "The Designated Suppliers Program: An Outline of Operational Structure and the Implementation Process," p. 1, [www.workersrights.org/DSP/DSP%20Operational%20Structure%20and%20Implementation%20Process.pdf](http://www.workersrights.org/DSP/DSP%20Operational%20Structure%20and%20Implementation%20Process.pdf)
- 89 Ibid, p. 4.
- 90 Fair Labor Association, "Issues and Comments on the Designated Supplier Program (DSP) Proposal," 17 February 2006, [www.workersrights.org/dsp.asp](http://www.workersrights.org/dsp.asp)
- 91 Worker Rights Consortium, "The Designated Suppliers Program: An Outline of Operational Structure and the Implementation Process," p. 7.
- 92 Nova.
- 93 USAS, "National List of Endorsing Organizations," The New Sweatfree Campus Campaign packet, Fall 2005, p. 10.
- 94 Email de FITTVC ITGLWF, 10 julio 2006 (en archivo)
- 95 Workers Rights Consortium, p. 6.
- 96 Claeson, entrevista telefónica.