

Documentando su caso

Lista de verificación

Cuando se presenta un caso a una marca no hace falta aportar el mismo nivel de prueba que se necesitaría para litigar y ganar el caso ante la justicia, aunque sí hay que presentar un argumento bien sólido y convincente.

Se debe preparar toda la información y evidencia de manera que se puedan presentar los puntos del caso con claridad. También se debe estar preparado para contrarrestar las posibles respuestas de la gerencia de la fábrica o la marca.

Puntos importantes para documentar el caso

Los temas:

- ¿Cuáles son las violaciones?
- ¿Qué leyes, regulaciones, códigos de conducta o estándares internacionales son relevantes para este problema?

Evidencia:

- Cronología de eventos
- Documentos de apoyo
- Testimonio de trabajadoras(es)

Información de la marca compradora y de la fábrica:

- Las marcas compradoras
- La fábrica

Qué se debe hacer:

- Acciones para remediar las violaciones

Los detalles son importantes

Al comenzar el proceso de documentar un caso, hay que iniciar armando un archivo donde se pueda mantener y guardar toda la información. Lo más importante al documentar es tener bien claros los detalles de qué pasó y cuándo pasó, incluyendo notas de las reuniones que se hayan tenido con gerentes de fábrica y cualquier correspondencia con marcas, etc.

En los dos siguientes párrafos se ejemplifican dos maneras de reportar la misma información básica al representante de una marca:

Los supervisores en la fábrica XYZ son muy malos, están siempre gritándoles a las trabajadoras. El abuso verbal es un gran problema allí.

o ...

Las trabajadoras(es) en la fábrica XYZ informan con frecuencia de numerosos casos de abuso verbal por parte de los supervisores. Por ejemplo, el 13 de enero la supervisora de nombre Dora le gritó a todas las trabajadoras(es) en su línea. Les dijo, "todos ustedes son una basura que no sirve para nada, y si no trabajan más rápido me voy a asegurar que se queden sin trabajo. Hay mucha otra gente que no es floja y que está allá afuera buscando trabajo." El artículo 34 del Código Laboral prohíbe específicamente el maltrato verbal y amenazas por parte de la gerencia de fábrica. El código de conducta de su empresa también prohíbe el abuso verbal y las amenazas de despido.

Añadir los detalles hace la diferencia. Las marcas querrán saber qué pasó, cuándo pasó y quién lo hizo o dijo.

Los temas

1. ¿Cuáles son las violaciones?

Identificar la violación o violaciones y tomar nota de todos los detalles.

- ¿Qué pasó? [o qué no pasó que debería haber pasado]
- ¿Quiénes fueron afectadas(os)? [Los nombres de las trabajadoras(es) se pueden mantener en confidencialidad]
- ¿Quién cometió las violaciones?
- ¿Cuándo y en qué período de tiempo ocurrieron estas violaciones?
- ¿Cuáles han sido las consecuencias para las trabajadoras(es)?

2. ¿Qué leyes laborales, regulaciones, códigos de conducta o estándares internacionales son relevantes para este problema?

Averiguar qué leyes, convenios internacionales y/o estándares de códigos están siendo violados. La mayoría de estos documentos están disponibles en internet. Hay que tomar nota del texto específico de la ley o del código que está siendo violado, de manera que puedan presentarlo si es necesario y cuando lo sea. Los estándares de referencia son:

- El código o ley laboral del país.
- La Constitución Política del país.
- Otras leyes y regulaciones del país pertinentes al ámbito laboral.
- Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) que sean fundamentales o hayan sido ratificados por el país.
- Códigos de conducta de las marcas compradoras, códigos de conducta universitarios, códigos de conducta municipales (cuando sean relevantes).

Evidencia

1. Cronología de eventos

Una excelente forma de documentar el caso es describir el orden cronológico de los sucesos. Comenzar con la primera cosa que sucedió relacionada con el caso y escribir la fecha y qué pasó. Cada línea en este cronograma debe tener el mayor detalle posible.

- Fecha
- ¿Qué pasó?
- ¿Quién estaba allí cuando sucedió? (incluir nombres de gerentes y trabajadoras(es), a menos que quieran permanecer anónimos.
- Si la gerencia dijo algo específico, hacer una nota con citas específicas.

Preguntar a las trabajadoras(es) si pueden ayudar a actualizar la cronología todas las semanas con nueva información. También darle seguimiento a los eventos posteriores, incluyendo las fechas de la correspondencia dirigida a las marcas y sus respuestas.

2. Documentos de apoyo

Escanear cualquier documento que sea relevante al caso. Si no se puede conseguir un escaneo, también se puede fotocopiar o sacar una foto del documento con el teléfono. El escaneo es la mejor opción. Hay que asegurarse de tener en el archivo copias de toda la documentación escrita que sea relevante, incluyendo:

- Recibos de salarios (por violaciones de salario y horas).
- Correspondencia entre trabajadoras(es)/el sindicato y la empresa.
- Carnet o identificaciones de membresía del sindicato (cuando haya sindicato, por violaciones a la libertad de asociación).

- Reportes de inspecciones del Ministerio de Trabajo (si hubo más de una inspección relacionada al caso, obtener copias de todos los reportes).
- Reportes policiales relacionados al caso.
- Decisiones judiciales relacionadas al caso.
- Cualquier noticia periodística relacionada al caso.

3. Testimonio de trabajadoras(es)

El testimonio de las trabajadoras(es) puede ser una prueba poderosa, aun en casos en que no se consiga evidencia escrita. Idealmente, los representantes de las marcas estarán dispuestos a escuchar directamente a las trabajadoras(es) entrevistándolas fuera de la planta, sin embargo se puede ayudar a hacer avanzar este proceso realizando entrevistas y escribiendo los testimonios para que los revisen las propias trabajadoras(es) y, si así lo quieren, los firmen. Está bien mantener los nombres de las trabajadoras(es) en confidencialidad. En algún momento puede ser que tengan que compartirse los nombres (por ejemplo si la trabajadora(or) ha sido despedida y la demanda es por su reinstalación).

Información de la marca compradora y la fábrica proveedora

1. La fábrica

Conseguir la mayor información posible sobre la fábrica de las trabajadoras(es) y otras fuentes, como:

- Nombre completo de la fábrica.
- Nombre del dueño y/o gerente.
- El origen del capital.
- Nombres de otros gerentes y supervisores (tratar de utilizar la información para hacer una gráfica de cómo está organizada la fábrica).
- Información adicional sobre las marcas clientes de la fábrica, su producción, etc. que esté disponible en su página web o en internet.
- Teléfono, fax y correo electrónico del gerente/dueño de la fábrica.
- Si la fábrica es propiedad de otra empresa más grande.
- Si la empresa o sus dueños tienen otras fábricas o activos en el país y/o en otros países.

2. Las marcas compradoras/clientes

¿Quiénes son las marcas que le compran producción a la fábrica? Esto será importante para determinar a quién contactar y quién tendrá la mayor influencia en ayudar a remediar una violación:

- ¿Qué marcas se producen en la fábrica?
- ¿Cuánto hace que cada una de ellas ha estado en la fábrica?
- ¿Qué marca tiene más producción? Una buena forma de calcular esto es preguntando a las trabajadoras(es) cuántas líneas de producción hay y cuánto de cada línea produce para cada marca.

- ¿Pueden conseguir etiquetas de las prendas para agregarlas al archivo? Si las etiquetas están impresas directamente en la prenda ¿pueden sacarle una foto con el teléfono móvil? Si no, ¿pueden buscar en la etiqueta la marca, y si existe copiar un número que comienza con la letras "RN" y/o "CA"? (el primero es un número que se utiliza para identificar productos exportados a EEUU, el segundo para los exportados a Canadá). Este número puede ayudar a nuestros aliados en esos países a identificar la marca.
- Si las trabajadoras(es) no pueden identificar etiquetas de marcas, quizás puedan encontrar los nombres de los clientes de la fábrica escritos en alguna pizarra o tablero en la fábrica, o en las etiquetas de embarque de la mercancía.

Qué se debe hacer para remediar las violaciones

Ésta es una pregunta que harán las marcas. Si la ley dice cómo debe ser tratada la violación, hay que asegurarse de tener esa información en el archivo y a la mano. Si se cree que una sola acción particular no será efectiva -por ejemplo si ir a la instancia judicial en el país no fuera realmente una opción para las trabajadoras(es)- hay que estar preparadas(os) para decirle a la marca que no aceptarán ese tipo de medidas. Lo más importante será lo que quieran las trabajadoras(es).