

¿Por qué y cómo es útil la información sobre las marcas?

Tener información más detallada sobre una marca en particular, que esté vinculada a violaciones a derechos laborales, puede ayudar a activistas y sindicalistas defensores de derechos laborales en sus esfuerzos para relacionarse con esa marca o para hacer una campaña en su contra. A continuación, algunos ejemplos de cómo cierta información puede ayudarles en su trabajo.

¿Quién es propietario de la marca que aparece en la etiqueta?

A veces el nombre de la marca que aparece en la etiqueta de la prenda no es el nombre de la empresa dueña de la marca. Por ejemplo, las prendas que tienen la marca Liz Claiborne antes se manufacturaban para la empresa del mismo nombre (Liz Claiborne Inc.), sin embargo, la marca como tal fue vendida a JC Penney en 2011. Aunque saber y estar actualizadas todo el tiempo de que empresa es dueña de cuales marcas a veces puede ser complicado, es importante saber qué empresa es responsable de que marca, pues ayuda a saber sobre cual empresa enfocarse.

¿Qué historia de interacciones tiene la empresa?

Algunas empresas están más abiertas a relacionarse que otras. En el pasado, Liz Claiborne Inc. era relativamente abierta a relacionarse con grupos de la sociedad civil en Centroamérica. Sin embargo, JC Penney, quien ahora es dueña de la marca Liz Claiborne, ha estado mucho menos dispuesta a relacionarse. De manera que si las trabajadoras(es) identifican en la etiqueta de alguna prenda la marca Liz Claiborne, en una fábrica donde se estén violando los derechos laborales, quizás sea conveniente también buscar en la misma fábrica etiquetas y nombres de otras marcas y empresas que podrían estar más dispuestas a relacionarse.

Por otro lado, Tommy Hilfiger y Calvin Klein - dos empresas de marcas que no contestaban o hacían caso a solicitudes de acción en el pasado- ahora son propiedad de la empresa PVH Corp. (que antes era Phillips Van Heusen), quien a veces responde más a quejas sobre derechos laborales. Si las trabajadoras(es) de una fábrica donde se están violando sus derechos identifican etiquetas de las marcas Tommy Hilfiger y/o Calvin Klein, pueden intentar confrontar a la empresa PVH Corp.

¿Produce la marca para el mercado universitario?

A diferencia de una empresa con una marca conocida como Nike o Adidas, Russell Athletic es una empresa manufacturera de prendas básicas (camisetas), que invierte poco en la imagen de su marca y por lo tanto es menos sensible a la publicidad negativa que se le hiciera. Cuando Russell violó los derechos de trabajadoras(es) hondureñas, cerrando la fábrica Jerzees de Honduras en Enero 2009 para eliminar al sindicato en la fábrica, la empresa no estaba interesada en relacionarse con el sindicato y/o los grupos norteamericanos de derechos laborales. Sin embargo, Russell es también titular de una licencia universitaria y por lo tanto tiene la obligación de respetar la libertad de asociación en sus fábricas productoras de camisetas para el lucrativo mercado universitario norteamericano. Por ello, en ese caso fue posible movilizar a estudiantes estadounidenses en una campaña que presionó a sus universidades para que deja-

MARCAS

¿Cómo y cuándo interactuar con las marcas?

Y DERECHOS LABORALES

ran de hacer negocios con Russell y le pidieran al Consorcio por los Derechos de los Trabajadores (WRC por sus siglas en inglés) que investigara las razones del cierre. Al verse enfrentada a la pérdida real de contratos universitarios, en noviembre 2009 Russell accedió a relacionarse con el WRC y con la CGT de Honduras. Este caso fue una combinación de campaña, interacción con la empresa y organización local, que tuvo éxito en hacer que Russell aceptara y negociara con el sindicato hondureño.

¿La marca da a conocer voluntariamente las listas de sus fábricas proveedoras?

A veces una marca puede negar tener vínculos con una fábrica donde se están violando los derechos laborales. A menos que ustedes tengan etiquetas con los nombres o logos de las marcas, u otra evidencia convincente, puede ser difícil confirmar la presencia de la marca en la fábrica. Sin embargo, algunas marcas, como Nike por ejemplo, dan a conocer públicamente su lista globale de fábricas proveedoras.

Revisando esa lista de fábricas de Nike en Internet, se puede confirmar si la fábrica es un proveedor aprobado, lo cual hace más fácil presionar a la empresa para que asuma la responsabilidad por los abusos a derechos laborales. (Ver <http://manufacturingmap.nikeinc.com/>.)

Si ustedes tienen evidencia de la presencia de la marca en una fábrica que no esté en la lista dada a conocer por la marca, es posible que se trate de una "fábrica o taller subcontratista no autorizado." En tales casos, la marca debe ser presionada para que asuma la responsabilidad por las condiciones en esa fábrica también. Al señalar que la lista de fábricas de la marca es incompleta, demuestra que uno ha investigado.