

La crisis y la producción de ropa en America Central



Lynda Yanz,
Red de Solidaridad de la Maquila¹
Marzo 2009

EL AÑO PASADO LA RSM REALIZÓ entrevistas con diez grandes empresas de ropa norteamericanas sobre cambios en sus prácticas de aprovisionamiento desde el fin del sistema de cuotas de importación en enero de 2005.² También les pedimos que nos hablaran de posibles cambios en sus prácticas de aprovisionamiento en los próximos cinco años y que explicaran qué factores – cambios en prácticas de producción y/o políticas gubernamentales – tomarían en cuenta para mantener o aumentar sus compras en América Central y/o México.

En el momento de las entrevistas, nadie anticipaba la crisis financiera – y ahora económica - que nos iba a golpear a todos, o la profundidad que tendría la crisis.

Aunque la información que recibimos de los compradores que entrevistamos indicaba que los cambios en sus prácticas y pautas de aprovisionamiento desde el fin de las cuotas estaban teniendo efectos adversos en varios países productores, ni los informes, ni las estadísticas eran tan negativas como habíamos anticipado.

Muchos expertos de la industria habían pronosticado que con el fin de las cuotas de importación habría importantes cambios geográficos entre los países donde la producción de ropa se estaba llevando a cabo. La mayoría de los expertos decían que las compras y la inversiones se trasladarían a unos pocos grandes países asiáticos, como China e India, que tienen menores costos de producción y fácil acceso a materias primas, mientras que otros países con costos más

altos de producción enfrentarían bajas significativas de órdenes e inversiones, y algunos de esos países verían destruida sus industrias de la confección.

De las empresas que entrevistamos, casi todas habían dejado de hacer pedidos en al menos un país desde el fin de las cuotas, sin embargo había menos consistencia de la que esperábamos sobre los países que las marcas habían dejado. Por ejemplo, Honduras y El Salvador experimentaron aumentos en compras de algunas empresas y disminuciones en compras o salidas del país de otras. Y aunque había una evidencia considerable de empresas que reducían órdenes de compra en algunos países mientras aumentaban en otros, había poca evidencia de una disminución significativa en la cantidad total de países usados por estos grandes compradores de las marcas.

Dos de las diez empresas que entrevistamos dijeron que había reducciones en sus órdenes de compra a América Central o América Latina en general, pero también se identificó a algunos países asiáticos que

- ¿Hay futuro para la industria?
- ¿Qué pasa con las trabajadoras?
- ¿Cabe un compromiso con el “trabajo decente”?

también estaban experimentando reducciones en las órdenes de compra. Los países donde los compradores que entrevistamos habían dejado de comprar son Guatemala, Canadá y Las Filipinas. Los países que más de un comprador identificaron como nuevo lugar de aprovisionamiento fueron Haití (5), Vietnam (4), Nicaragua (2), Camboya (2) y Egipto (2).³ Los países donde más de un comprador había disminuido significativamente las órdenes de compra fueron México (5), El Salvador (2) y Sri Lanka (2). Los países donde hubo un aumento significativo de las compras fueron Vietnam (5), India (3) y China (3).⁴

Muchos expertos de la industria habían pronosticado que China sería el mayor ganador como resultado del fin de las cuotas. Sin embargo, aunque algunos de los compradores informaron un aumento, incluso un aumento significativo en órdenes de compra a China, otros dijeron que hubo sólo un pequeño aumento o ningún aumento en compras a China y un aumento en países vecinos como Vietnam, Camboya, Bangladesh e India.⁵

O sea que, aunque ha habido cambios importantes en compras e inversiones desde 2005, y estos cambios han tenido un impacto muy negativo en muchos trabajadores de la confección, y países y comunidades productores de ropa, los resultados no han sido tan catastróficos como lo habían pronosticado muchos expertos. No toda la producción se fue a China y algo de producción permaneció en las Américas.

Cuando preguntamos a las 10 empresas que entrevistamos qué factores les alentarían a mantener o aumentar órdenes de compra en América Central y /o México, todas apuntaron al precio de producción como el factor más importante. Sin embargo, también identificaron varios otros factores importantes, como la proximidad al mercado, tiempo de entrega, disponibilidad de tela y otros materiales, capacidad de proveer servicios múltiples (paquete completo),

flexibilidad para hacer una variedad de estilos, capacidad de hacer productos premium, confiabilidad (capacidad de cumplir con fechas de entrega), y transparencia sobre los proveedores de sus propias cadenas de suministros.

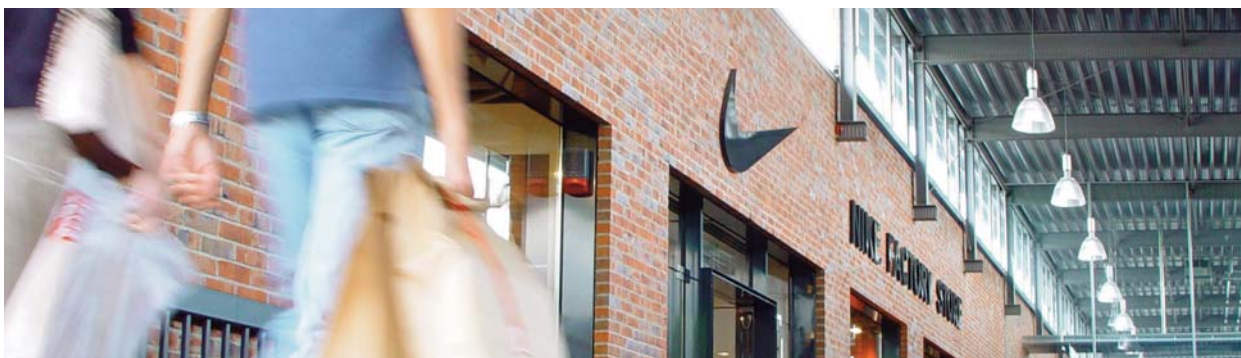
Aunque el cumplimiento de los estándares laborales y ambientales no eran de los factores más importantes de la lista, fueron vistos como parte de un paquete de cosas que los compradores buscan cuando deben tomar decisiones de aprovisionamiento, particularmente cuando van a un país nuevo o encaran relaciones comerciales con nuevos proveedores. Los temas del medio ambiente, y particularmente los de la huella de carbón, fueron vistos al menos como importantes, si no es que más importantes que el tema de los estándares laborales.

Entonces, aunque América Central tenía pocas posibilidades de competir con muchos países asiáticos en precio, parecía que tenía una ventaja definitiva en términos de proximidad al mercado y, potencialmente, velocidad de entrega. Asimismo, en un momento de altos precios del petróleo, parecía que América Central y México tendrían una gran ventaja en cuanto a costo de transporte y los temas relacionados a la huella de carbono.⁶

Al menos ésta era la situación antes de que golpeará la crisis económica.

La crisis y sus implicaciones para América Central

A DIFERENCIA DEL FIN DE LAS CUOTAS, DONDE VIMOS cambios en la producción y los niveles de producción entre los distintos países y regiones geográficas, es posible que la crisis económica reduzca la cantidad total de producción de ropa en todo el mundo, o al menos



la cantidad de producción de ciertos tipos de ropa.

Un indicador del impacto de la crisis en la industria del vestido es la reducción en la venta de ropa en América del Norte, y el hecho de que esta reducción de las ventas afecta a algunas empresas más que a otras.

Por ejemplo, Gap sufrió un 12% de reducción en las ventas de diciembre y un 19% en enero 2009. Abercrombie y Fitch tuvieron una disminución del 24% en las ventas de diciembre. American Eagle Outfitters tuvo una baja del 17% en diciembre y una baja del 15% en enero.⁷

En contraste, Wal-Mart experimentó un aumento de 1.7% en las ventas de diciembre y un aumento del 6.1% en las ventas de enero. Aunque menores que lo anticipado por la empresa, a Wal-Mart y a otras cadenas de tiendas de descuento les está yendo mucho mejor que a las tiendas de artículos más caros y especialidades. Y aunque a otras cadenas de tiendas de descuento no les va tan bien como a Wal-Mart, les va mejor que a las tiendas de especialidades en ropa.⁸ En diciembre, Target tuvo una baja del 4.1% en las ventas y Sears de 7.3%.⁹

Esto parecería indicar que la crisis financiera está haciendo que los consumidores norteamericanos cambien sus hábitos de consumo, comprando sobre la base del precio más que sobre la imagen de la marca. Estos datos también sugieren que las tiendas de descuento como Wal-Mart probablemente sobrevivirán la crisis mejor que compañías que venden productos en base a su imagen de marca, como Gap y Abercrombie and Fitch.

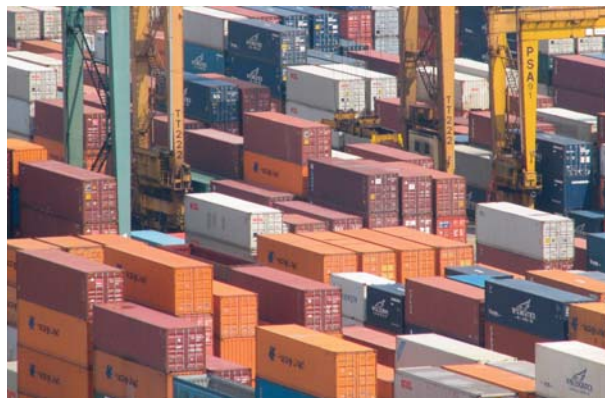
Un segundo indicador del impacto de la crisis en la industria del vestido es la disminución de las importaciones de ropa de EE. UU. En diciembre de 2008, las importaciones de ropa por volumen habían caído un 2.73%, comparado con diciembre de 2007. Más ilustrativo fue la disminución del 5.7% en las importaciones de ropa en noviembre de 2008 comparado con noviembre de 2007.¹⁰

Y aunque China seguía siendo el principal productor de ropa para el mercado de EE.UU. en 2008, el volumen de ropa importada de China cayó 3,05% comparado con 2007.¹¹ Más recientemente, han salido informes de despidos masivos en China – 20 millones de trabajador@s y temores crecientes de problemas sociales al retornar millones de trabajadores migrantes sin empleo a sus lugares rurales de origen sin perspectivas de empleo alternativo.¹²

En cuanto a la región de Centro América y del Caribe, según la Comisión Internacional del Comercio de

EE.UU.¹³, la mayoría de los países, con la excepción de Haití, han tenido una baja en el valor del dólar de sus exportaciones de ropa a los EE.UU., con Guatemala siendo el país mas afectado. Nicaragua, por ejemplo, vio una baja del 15.2% en el valor del dólar de sus exportaciones en marzo 2009 comparado al mismo periodo el año pasado. Aunque muchos de los grandes exportadores de ropa en Asia también han visto bajas, como por ejemplo las Filipinas, que tuvo una baja de 23.5%, estas no han sido tan significativas como las que han ocurrido en Centro América. La disminución promedio para la región, incluyendo a la República Dominicana y Haití, para Marzo 2009 comparado al año pasado, es de 17.2%.

Desafortunadamente, lo peor esta todavía por venir. Según lo señala un informe de febrero 2009 de la industria del vestido *Just-style* – una importante publicación de la industria basada en Gran Bretaña – “las tiendas están sobre inventariadas, tienen mucho inventario, y están cancelando órdenes de compra.”¹⁴



¿Que prevé el futuro?

EN EL MISMO INFORME, *JUST-STYLE* PREDICE, “EN EL futuro, los compradores querrán menores cantidades, en plazos más cortos, lo cual significará en su mayor parte buscar valor por lo que pagan en lugares más cercanos.”¹⁵ O sea que, si *Just-style* está en lo cierto, hay algo de esperanza para América Central.

En este ambiente inseguro, los compradores querrán trasladar más de su riesgo hacia abajo en la cadena de suministros a los fabricantes. Por ejemplo, posiblemente favorezcan a los proveedores de paquete completo que asuman más responsabilidad por el total de proceso de producción, incluyendo algo de trabajo de diseño, y que puedan cumplir con sus demandas de flexibilidad y velocidad de entrega.

Debido a la falta de acceso al crédito en el actual ambiente económico, sólo los proveedores más grandes y más solventes financieramente podrán cumplir con estas demandas. Como resultado, podemos esperar ver una mayor consolidación de la industria porque muchas tiendas y fabricantes se verán forzados a declararse en bancarrota, cuando no puedan garantizar préstamos o pagar deudas contraídas antes de la crisis.

Sin embargo, es poco probable que los pequeños fabricantes de ropa se declaren en quiebra. Con el fin de reducir costos, los fabricantes más grandes podrían estar tentados a subcontratar más producción a pequeños talleres de costura, donde las condiciones laborales y los salarios son generalmente más bajos que en fábricas grandes.¹⁶ Al hacer esto, sin embargo, los abusos serán mucho más difíciles de revelar, ya que los proveedores buscarán esconder estas prácticas de sus compradores.

La demanda de más trabajadores flexibles para producir pequeñas órdenes de estilos distintos de moda en cuanto se necesiten, también tendrá un gran impacto sobre los trabajadores. Veremos probablemente más empleo de trabajadores con contratos a corto plazo pero consecutivo y/o por medio de agencias de colocación. Estos esquemas son usados con frecuencia por los empleadores para evadir los pagos al seguro social o a los programas del gobierno que son tan importantes para las mujeres y sus familias. Los contratos consecutivos a corto plazo también se usan para mantener a los sindicatos por fuera, ya que los organizadores sindicales o sus simpatizantes pueden encontrar que sus contratos simplemente no son renovados al fin de sus periodos.¹⁷

La flexibilización laboral también significa la inseguridad laboral para mujeres trabajadoras que requieren de un salario estable para mantenerse ellas y a sus hijos. Con órdenes en menores cantidades y en plazos más cortos, los empleadores podrán pedir horas de trabajo excesivamente largas en algunos periodos del año y no dar trabajo en otros momentos. Y habrá la expectativa que las mujeres ajusten su vida familiar y sus responsabilidades para cumplir con las necesidades de los empleadores y de las marcas.

La inseguridad laboral y la necesidad de largas horas de trabajo intensivo en cuanto haya órdenes, y el estrés relacionado con la flexibilidad laboral, ten-

drán un enorme impacto sobre la salud de los trabajadores. Grupos de mujeres en Centro América ya han estado documentando daños ocurridos en el lugar de trabajo y sufridos por mujeres que trabajan de forma intensiva por 11 o 12 horas al día, 4 días a la semana. Estos dos temas – el trabajo precario y problemas crónicos de salud – requieren de esfuerzos más efectivos y coordinados.

¿Una ventaja competitiva para América Central?

¿EN ESTE AMBIENTE ECONÓMICO DIFÍCIL, ¿QUÉ ESPERANZA hay de que exista una industria del vestido que respete los derechos de los trabajadores y trabajadoras?

A pesar de la mayor presión de los compradores para reducir costos, América Central no puede competir con países asiáticos como China, India, Vietnam o

Bangladesh sobre la base de precios y costos laborales reducidos. Si existe una ventaja competitiva para América Central, es posible que sea por la proximidad y, potencialmente, la velocidad de entrega al mercado y la capacidad de producir pequeñas cantidades de una variedad de estilos.

Y a pesar del hecho de que los precios del petróleo no son actualmente un factor en las

decisiones sobre en qué países comprar, el tema de la huella de carbono seguirá siendo una preocupación creciente en los consumidores norteamericanos y por lo tanto de las marcas compradoras, así como de algunas cadenas de descuento como Wal-Mart. *Just-style* predice que habrá una “Carrera hacia arriba” entre los proveedores, “siendo los proveedores sobrevivientes aquellas empresas que elijan competir con sus credenciales ambientales, además de costo, calidad y otros factores tradicionales.”¹⁸

Una posible estrategia de supervivencia para América Central sería posicionarse como una región que tiene proximidad al mercado, pero también que es social y ambientalmente responsable. De hacerlo a nivel regional desalentaría la competencia negativa entre los países y favorecería la armonización hacia arriba de los estándares y prácticas laborales y ambientales.

● Una posible estrategia de supervivencia para América Central sería posicionarse como una región que tiene proximidad al mercado, pero también que es social y ambientalmente responsable.

Adoptar esta estrategia de altura quizás no alcanzaría para proteger muchos de los empleos actuales en el corto plazo, pero podría posicionar a América Central como globalmente competitiva, en lo que pasa la recesión y entramos en un período de recuperación económica. Dada la profundidad y gravedad de la recesión actual, América Central ciertamente tendrá tiempo para reformar y poder proveer a este mercado emergente.

Por supuesto, llenar este nicho requerirá actualizar la industria, y se necesitará para ello apoyo financiero externo. Requerirá también un importante cambio de actitud de los gobiernos centroamericanos sobre estándares laborales y ambientales.

Más que considerar el cumplimiento de los estándares laborales y ambientales como una desventaja que desaliente la inversión extranjera, los gobiernos tendrían que darse cuenta de que para los compradores de las marcas y algunos grandes fabricantes, las medidas imparciales y consistentes para hacer cumplir las leyes laborales y ambientales son un componente necesario de una estrategia de competitividad responsable.

Vale la pena señalar que cinco de las diez marcas que entrevistamos en 2008 hicieron comentarios sobre la necesidad de mejoras en las prácticas laborales y el cumplimiento de los estándares laborales en América Central y México.¹⁹

Los gobiernos centroamericanos también tendrían que cambiar sus actitudes con respecto a demandas del gobierno de EE. UU. en lo concerniente a la vinculación entre estándares laborales y ambientales y tratados de libre comercio. En lugar de considerar dichas disposiciones como amenazas proteccionistas a la industria local, los gobiernos centroamericanos deberían tener la sabiduría de ver las ventajas potenciales de actualizar las prácticas laborales y ambientales como parte de un paquete de competitividad responsable que incluya también la inversión en la actualización de la industria para satisfacer las necesidades del mercado norteamericano.

Si el nuevo gobierno de EE. UU. es serio sobre su compromiso declarado de vincular mejores estándares laborales y ambientales a los tratados de libre comercio, debe estar dispuesto a invertir en una actualización de la industria en América Central, que incluya un mejor cumplimiento de los estándares laborales y ambientales.

Un salario digno y la libertad de asociación deberán formar parte del panorama

SIN EMBARGO, PARA QUE LAS ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD responsable sean viables, nosotros, en los movimientos de derechos laborales y ambientales tenemos que hacer demandas claras a las marcas compradoras, a las tiendas y a las cadenas de descuento que tengan las mayores posibilidades de sobrevivir a la crisis económica actual.

Si las tiendas y las marcas gigantes quieren hacer una contribución real a la recuperación económica y a la estabilidad económica en el período post recesión, deberían comprometerse ahora a dar preferencias en todas las nuevas compras en países y fábricas que den trabajo decente, incluyendo salarios que alcancen para las necesidades básicas de los trabajadores.

Ha habido mucho debate internacionalmente sobre cómo definir y calcular un salario digno o un salario para vivir. Pero cómo definimos el salario digno no es la cuestión, sino cómo llegar a él.

Pagar salarios decentes a los trabajadores sería el mejor estímulo para una recuperación económica, dado que los trabajadores gastan sus ingresos localmente y no esconden su dinero en paraísos fiscales o los juegan en el mercado de valores. Mejores salarios para las mujeres trabajadoras de la maquila podría contribuir también a la estabilidad social, dado que las mujeres usan sus ingresos para apoyar a sus familias e invertir en el futuro de sus hijos e hijas.

Tenemos que establecer un piso salarial regional y global que permita a los trabajadores y sus familias satisfacer sus necesidades básicas según los estándares locales. Si eso significa que los precios de los artículos de consumo sean algo más altos en América del Norte y Europa, tendrá que ser así.

Pero para que un salario digno pueda convertirse en una posibilidad real más que en un sueño distante, las tiendas y marcas gigantes que sobrevivan la actual crisis económica deben asumir un compromiso ahora con una nueva forma de hacer negocios en el período post recesión, en que paguen los precios suficientes para que los fabricantes paguen a sus obrer@s un salario digno.

Y para lograr un trabajo decente, las empresas y los gobiernos deben comenzar a ver a los sindicatos como un actor social legítimo en lugar de una amenaza. Si

se dejara que los sindicatos cumplan con su rol de negociar salarios y condiciones de trabajo con los empleadores, esto permitiría que los trabajadores tuvieran voz en definir qué constituye un salario digno que alcance para sus necesidades básicas.

Entonces, aunque los efectos del fin de las cuotas no fueron tan devastadoras como previstos originalmente, ahora la crisis económica parece lista a hacer mucho más daño. Para poder sobrellevar la tormenta, Centroamérica tendrá que evitar las tendencias previsibles de mayor flexibilización laboral y menor respeto a la libertad de asociación, y en lugar, seguir el camino más ético de competitividad responsable y trabajo decente. ■

Notas

¹ Basado en presentaciones en dos eventos en Centro América: *Se van las maquilas ¿Qué nos queda?* un foro público organizado por el Grupo de Monitoreo Independiente de El Salvador (GMIES) el 3 de marzo, 2009; y, *la Crisis Financiera Global: El Impacto en el sector de la confección y en trabajadores de la confección*, para el 11avo. coloquio anual del Movimiento de Mujeres Trabajadoras y Desempleadas María Elena Cuadra, en Nicaragua el 8 de marzo de 2009.

² *Existe un futuro para la producción de ropa en las Américas? Entrevistas con marcas de indumentaria*, (septiembre 2008) disponible en <http://es.maquilasolidarity.org/sites/es.maquilasolidarity.org/files/RSM-AMF3-EntrevistasConMarcas-2008-11.pdf>

³ *Existe un futuro para la producción de ropa en las Américas? Entrevistas con marcas de indumentaria*, RSM, 2.

⁴ Ibid.

⁵ Ibid. 2-3.

⁶ Ibid, 7.

⁷ *Cómo afectará la crisis financiera global a la industria del vestido y sus trabajadores(as)* disponible en: <http://es.maquilasolidarity.org/sites/es.maquilasolidarity.org/files/RSM-EntrevistasConMarcas-ES-2008-11.pdf>

⁸ Ibid.

⁹ Ibid. 2.

¹⁰ Ibid.

¹¹ Ibid.

¹² "A Tough New Year for China's Migrant Workers." *Business Week*, 4 de febrero, 2009, disponible en http://www.businessweek.com/globalbiz/content/feb2009/gb2009024_357998.htm.

¹³ Ver www.usitc.gov

¹⁴ *Just-Style*, "Apparel Industry Outlook for 2009: Management Briefing," Enero/Febrero 2009, 2.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Para más información sobre el modo de producción "paquete completo" por parte de los grandes fabricantes y de la "pirámide de la sub-contratación" ver Jennifer Bair y Gary Gereffi, "Local Clusters of Global Chains: The Causes and Consequences of Export Dynamism in Torreon's Blue Jeans Industry" en *World Development*, Vol. 29 Número 11, Noviembre 2001, 1885-1903.

¹⁷ Para más información sobre el abuso de los contratos a corto plazo y de las agencias de colocación en México, pueden ver el informe 2007 del Centro de Reflexión y Acción Laboral (CEREAL) *Trasnacionales de la electrónica y derechos laborales en México*, disponible en http://www.sjsocial.org/fomento/documentos/c_g/Informe_2007_Cereal_Gdl.pdf

¹⁸ *Just-Style*, "Apparel Industry Outlook for 2009: Management Briefing," Enero/Febrero 2009, 3.

¹⁹ *Existe un futuro para la producción de ropa en las Américas? Entrevistas con marcas de indumentaria*, RSM, 8.



Maquila Solidarity Network

606 Shaw St.
Toronto, ON M6G 3L6

Cerrada de Mazatlan 12
Col. Condesa
C.P. 06140
Mexico, D.F.

www.maquilasolidarity.org