

La crisis estructural de la flexibilidad laboral:

Estrategias y perspectivas para la organización transnacional de los trabajadores en las industrias de la confección y de la indumentaria deportiva



Clean Clothes Campaign
Campaña Ropa Limpia
Mayo de 2008



Autor principal: Jeroen Merk
Lugar: Ámsterdam
Mayo de 2008

Secretaría internacional de la Campaña Ropa Limpia •
info@cleanclothes.org • www.cleanclothes.org
[Jeroen @ cleanclothes.org]

Esta publicación ha sido posible gracias al soporte financiero de la Comisión Europea. Su contenido refleja el punto de vista de los autores. La Comisión Europea no se hace responsable de ningún uso que se pueda hacer de la información contenida en este documento.

Contenido

Abreviaturas.....	3
1. Introducción.....	4
1.1 La crisis estructural de la flexibilidad laboral.....	5
1.2 Barreras a la organización.....	6
1.3 La amenaza del traslado.....	9
1.4 Deflación y prácticas de compra.....	13
2. Las tres áreas principales de la actividad de la Campaña Ropa Limpia.....	16
2.1 Responsabilidad corporativa.....	18
2.2 Llamamientos urgentes.....	22
2.3 Campañas globales.....	26
3. Contra-estrategias globales.....	29
3.1. Campañas locales.....	30
3.2. Campañas regionales.....	32
3.3. Campañas amplias sectoriales.....	34
Conclusión.....	38
Referencias.....	39

Abreviaturas (según sus siglas en inglés)

AMRC	Centro de Recursos de Monitoreo en Asia
BSCI	Iniciativa Industrial del Cumplimiento Social
CCC	Campaña Ropa Limpia
CSR	Responsabilidad Social Corporativa
ETI	Iniciativa Comercial Ética
FLA	Asociación por el Trabajo Justo
FoA	Libertad de Asociación
FOB	Libre a Bordo
FWF	Fundación Ropa Justa
ICFTU	Confederación Internacional de Sindicatos Libres
ILO	Organización Internacional del Trabajo (OIT)
ITGLWF	Federación Internacional de Trabajadores de las Industrias Textil, de la Confección y del Cuero
ITUC	Confederación Sindical Internacional
JO-IN	Iniciativa Conjunta sobre Responsabilidad Corporativa y Derechos de los Trabajadores
MSI	Iniciativa de Partes Interesadas Múltiples
NGO	Organización No Gubernamental
NTUI	Iniciativa de Nuevos Sindicatos
PoW	Programa de Trabajo
SAI	Responsabilidad Social Internacional
SA8000	Responsabilidad Social 8000
TNC	Empresas Transnacionales
WRC	Consortio de los Derechos de los Trabajadores

1. Introducción

Hace más de quince años que se lanzó la Campaña Ropa Limpia (Clean Clothes Campaign- CCC). En este período hubo logros importantes de generación de mayor conciencia, de creación de redes y de un grupo de empresas transnacionales, en aumento, que admiten su responsabilidad respecto de las condiciones laborales (deficientes) en instalaciones de las que ellos no son dueños directamente. Al mismo tiempo, quienes están activos en ese campo saben que, en términos generales, las condiciones laborales en las industrias de la confección y del calzado deportivo no han mejorado. La CCC sigue recibiendo informes de violaciones a los derechos de los trabajadores casi todos los días. Aunque los programas de implementación del código han dado lugar a algunas mejoras crecientes con relación a las violaciones a los derechos de trabajadores más visibles, aún no se les presta la debida atención a principios fundamentales, como el derecho de los trabajadores a formar parte de un sindicato y el derecho de negociación colectiva con los directivos. Tampoco ha habido demasiado progreso en otras áreas – por ejemplo, discriminación y acoso. Por lo general, los salarios no se han modificado.

Como la CCC se estableció para mejorar las condiciones laborales en la industria de la confección a nivel global y para potenciar a sus trabajadores, ahora debemos preguntarnos cómo seguir intensificando nuestros esfuerzos para ampliar el alcance de nuestras campañas. Este documento es parte de un proceso continuo de evaluación y de creación de estrategias mediante el cual se puede acceder, revisar, redefinir y adaptar los objetivos y las actividades de CCC. La pregunta central aquí es: ¿qué estrategias, herramientas y campañas nos ayudarían a alcanzar nuestros objetivos?

En la primera sección, nos centraremos en el entorno en el que trabajamos y explicaremos tres razones íntimamente relacionadas de por qué la crisis de la flexibilidad laboral ha adquirido características estructurales. El uso de estructuras denota que las condiciones laborales deficientes no son casos aislados ni accidentes anecdóticos, sino que forman parte de un patrón estructurado de explotación y de abuso. La primera se refiere a las dificultades a las que se enfrentan los trabajadores al organizarse respecto de sus empleadores; la segunda, a la amenaza del traslado de capital, por la cual las empresas tienen gran apalancamiento en relación con la mano de obra y los gobiernos, y la tercera, a las tendencias macroeconómicas (deflación) y microeconómicas (prácticas de compra) que cuestionan en profundidad la sustentabilidad de una estrategia de desarrollo orientada a la exportación. Estas dimensiones variadas constituyen un desafío real a los defensores de la mano de obra en todo el mundo. Ellos representan las “restricciones contextuales” a las que se enfrentan los activistas de los derechos de los trabajadores al buscar soluciones. Entonces, la pregunta es: ¿qué clase de estrategias ayudarían a contrarrestar la crisis estructural de la flexibilidad laboral?

La segunda sección del documento tratará sobre las principales estrategias contra las empresas que explotan trabajadores (*sweatshops*) que han desarrollado la CCC y asociados internacionales desde principios de la década de 1990. Como coalición internacional de diversas organizaciones – compuesta por organizaciones de consumidores, sindicatos, investigadores, organizaciones de derechos humanos, activistas solidarios itinerantes, organizaciones de personas que trabajan en sus domicilios y de

trabajadoras, tiendas de comercio justo, y muchas otras organizaciones – la CCC tiene muchas áreas de trabajo y estrategias diferentes. Obviamente, evaluar cada una de ellas implicaría demasiado trabajo y estaría fuera del ámbito de este documento. En su lugar, nos centraremos en las tres áreas principales de trabajo de la CCC, respectivamente: (i) responsabilidad corporativa, (ii) trabajo de llamamiento urgente, y (iii) campañas públicas de envergadura. Estas áreas cubren distintos niveles de acción y de gobernanza, y todas incluyen actividades que involucran aumentar la concienciación, la investigación, la acción directa y las redes, en diferentes maneras y formas. El trabajo incluido en el área de responsabilidad corporativa ha generado mucha discusión dentro y fuera de la red. Esta sección explicará brevemente la evolución de este debate durante los últimos quince años. La segunda tarea principal de la CCC se centra en el trabajo de llamamiento urgente. La CCC toma un promedio de treinta casos al año, de diferentes países. Esta sección explicará algunas de las características y de los desarrollos principales en este campo. La tercera área de actividad más importante de la CCC involucra la organización de campañas públicas de envergadura abocadas a eventos relacionados con indumentaria deportiva, tales como los Juegos Olímpicos y los campeonatos de fútbol mundiales y europeos. Estas campañas son especialmente importantes ya que llegan a los consumidores y generan mayor conciencia pública.

La sección final del documento describe tres contra-estrategias globales que buscan tratar las diversas dimensiones de la crisis estructural de la flexibilidad laboral y se coordinan mediante distintos niveles de organización y de acción política. Detallaremos tres estrategias que buscan aumentar el impacto y la eficiencia de las estrategias contra las empresas que explotan trabajadores al centrarse en diferentes escalas de acción (local, regional y de amplios sectores). Esta sección también tratará: *campañas temáticas* (o llamamientos urgentes estratégicos), la *Campaña sobre salario mínimo en Asia*, la/s *Campaña/s de Juego Limpio* y su/s intento/s de promover un enfoque para amplios sectores, con el propósito de implementar y hacer cumplir los derechos de los trabajadores.

1.1 La crisis estructural de la flexibilidad laboral

Las industrias de la confección y del calzado deportivo se caracterizan por *la crisis estructural de la flexibilidad laboral*.¹ Las barreras para la sindicación, el poder estructural del capital y la adherencia obstinada al crecimiento generado por las exportaciones se combinan para crear la crisis estructural de la flexibilidad laboral en aquellos países en el extremo de la producción de la cadena de la confección y del calzado deportivo, a nivel global. En el centro de esta crisis estructural de la flexibilidad laboral hay una *línea divisoria funcional* en la organización de la producción y del consumo entre las empresas compradoras (de marca y minoristas), por un lado, y fabricantes orientados a las exportaciones, por el otro lado. Las empresas compradoras se enfocan en conceptualizar el producto (diseño, investigación e innovación) y en distribuirlo (comercialización, publicidad), mientras se contratan servicios externos para los procesos intensivos de mano de obra. Al mantenerse al margen de los procesos de producción de material y reducir el personal, las empresas compradoras han ahorrado en salarios y en gastos por seguridad social. Han transferido el peso de las demandas laborales de los sectores organizados de altos salarios a los sectores menos organizados, de bajos salarios, del mercado laboral. No obstante, se contratan servicios externos de

especialistas en fabricación para que se hagan cargo de los procesos laborales masivos. En estos términos, puede comprenderse que las mayores oportunidades para contratar servicios externos para la producción sean la fuerza motivadora detrás de una relación transformada entre las fuerzas del capital y la mano de obra. La contratación externa transnacional señala el poder, cada vez mayor, de las empresas para organizar y controlar a los trabajadores en escalas geográficas más grandes que nunca, mientras *ignoran* las necesidades básicas sociales de estos trabajadores, o lo que David Harvey denomina la “infraestructura social que sostiene la vida y el trabajo”.²

La contratación externa en áreas de bajos salarios de Asia, África, América Central y Europa del Este permite que empresas de marca y minoristas tengan acceso a los llamados *mercados duales de trabajo*, que se caracterizan por la creciente división entre trabajadores “centrales” y “marginales” o “periféricos”. En este tipo de mercado dual de trabajo, las empresas buscan capitalizar el valor de uso de un número pequeño de trabajadores altamente calificados, tales como gerentes, técnicos, diseñadores e innovadores, a los que a veces se les llama trabajadores simbólicos – son quienes conceptualizan, supervisan, gestionan y reintegran procesos laborales fragmentados a nivel global, mientras que las tareas repetitivas y monótonas, o “simples”, se consideran trabajo “abstracto” que se puede comprar de otras personas. De este modo, sólo un pequeño grupo de trabajadores “centrales” considerados esenciales para la organización se transforman en personal de la empresa y obtienen contratos estables, seguridad laboral y salarios altos, mientras que personal “periférico” realiza los aspectos de trabajo intensivo de la producción. Como resultado, en especial las empleadas mujeres son quienes obtienen trabajos intensivos, con condiciones precarias y de baja paga.

Aquí nos adentramos en la esencia de la crisis estructural de la flexibilidad laboral; a saber, un sistema de producción sin territorio en el cual las empresas compradoras no precisan prestar atención a los requisitos básicos de la fuerza laboral. Esta falta de atención se simboliza mediante salarios que no satisfacen las necesidades básicas (alojamiento, energía, nutrición, vestimenta, cuidado de la salud, educación, agua potable, cuidado de los niños, transporte y ahorros), que no dejan dinero extra luego de pagar los gastos básicos ni tiene en cuenta el número de personas a cargo. Facilita la explotación de trabajadores mediante contratos a corto plazo, jornadas de trabajo largas, horas extra forzadas y no remuneradas, condiciones laborales precarias, discriminación por género, pago según objetivos de producción poco realistas o sistemas de pago por pieza, y políticas de despido sin indemnización o que ofrecen indemnizaciones inadecuadas. En otras palabras, los costos de producción no incluyen – idealmente, en su totalidad – costes de renovación. Las condiciones políticas autoritarias y represivas en las que suele desarrollarse la producción generan diversas barreras – a menudo, legales – al derecho a organizarse, las que exacerbaban el problema porque se les prohíbe o restringe a los empleados el exigir derechos básicos para los trabajadores. La siguiente sección detallará las diferentes barreras a las que se enfrentan los trabajadores cuando tratan de organizarse.

1.2 Barreras a la organización

La mejor manera de contrarrestar condiciones laborales deficientes, de proteger los derechos humanos básicos y la dignidad y de obtener mejores salarios es potenciando a los trabajadores mediante su organización. La libertad de asociación y las negociaciones

colectivas suelen considerarse derechos primordiales, ya que representan los “mecanismos institucionales clave para potenciar a los trabajadores y, de este modo, mitigar las asimetrías de poder”. Sin embargo, en las industrias de trabajo intensivo, como Spike Peterson observó: “la reorganización social del proceso laboral (subcontratación, empresas que explotan trabajadores, trabajo en el hogar) se ha producido de modos que aíslan a los trabajadores y no permiten la organización colectiva y, por ende, no acceden a sus beneficios de su estado ni a utilidades”.³

Hay al menos ocho razones por las cuales esto es difícil de lograr en las industrias de la confección y del calzado deportivo, así como en muchas otras industrias globalizadas (electrónica, juguetes, etc.).

- a. La represión de los derechos políticos y de los sindicatos en países de producciones importantes, como China o Vietnam, socava la capacidad de los trabajadores para organizarse libremente. Por ejemplo, muchos sindicatos de China en fábricas de inversión extranjera están constituidos por directivos, sin elecciones democráticas. Los trabajadores, en muchos, casos ni siquiera están al tanto de la existencia de los sindicatos. En otros países, la sindicación está prohibida en zonas de producción para exportación o es casi imposible, debido a limitaciones legales y a restricciones para el reconocimiento de sindicatos.⁴ Asimismo, incluso en los países donde se reconocen los sindicatos, es poco lo que se puede hacer, y además, las demoras burocráticas y las maniobras legales dificultan su registro y que aboguen por sus derechos.
- b. A menudo, los empleadores realizan actos de discriminación contra miembros de sindicatos o de aquellos trabajadores que se supone forman parte de actividades de organización. Esto puede abarcar desde negar ascensos hasta intimidación o actos de violencia. Por ejemplo, un sindicalista de una fábrica proveedora de Lotto en Indonesia que trabajaba como supervisor fue degradado a un puesto de guardia de seguridad/cuidador, y le asignaron el turno nocturno.⁵ Pero esta clase de prácticas deviene rápidamente en métodos más intimidatorios para detener los esfuerzos organizativos de los trabajadores. Por ejemplo, algunas veces no se permite el ingreso de los trabajadores a la fábrica o directamente se los confronta a situaciones de violencia. A lo largo de los años, han despedido a miles de trabajadores por integrar sindicatos, lo que, a su vez, da un mensaje muy desalentador para los trabajadores que no pertenecen a ningún sindicato.
- c. Las fábricas de vestimenta y de calzado están ubicadas en áreas con una gran oferta de mano de obra, y el nivel de especialización requerido para estos trabajadores ha sido bajo generalmente. Para disciplinar a los trabajadores de manera individual, puede emplearse la existencia de “fuerza de trabajo de reserva” a la cual se puede recurrir, o el cambio de lugar de la producción como reacción a acciones colectivas de trabajadores. Asimismo, también es posible despedir trabajadores para disminuir los costes salariales e intensificar el nivel de trabajo. La falta de trabajo alternativo implica que muchos trabajadores piensan dos veces antes de poner en riesgo sus puestos de trabajo.
- d. Las barreras al derecho de organizarse no son solo legales o políticas, sino también incluyen la falta de recursos, como por ejemplo personal informado, tiempo, dinero o

directivos locales que comprendan la importancia de la libertad de asociación y de la negociación colectiva. Muchos de los trabajadores migraron desde áreas rurales a las fábricas. El trabajo industrial es novedoso para ellos y, por lo general, no conocen sus derechos y tienen poca o ninguna experiencia organizativa.

- e. El machismo y las relaciones de género desiguales crean aún más barreras para la organización laboral. Se estima que alrededor del ochenta por ciento de los cincuenta millones de trabajadores empleados en las zonas de procesamiento para exportación son mujeres.⁶ Suele emplearse mujeres jóvenes (o adolescentes) porque los empleadores consideran que son “dóciles, incansables, y con cualidades naturales para realizar trabajos repetitivos con sus manos”.⁷ Obviamente, esto es un mito. Las mujeres trabajadoras no son sólo las primeras en obtener trabajos en cadena en las zonas de procesamiento para exportación, sino que también son las primeras en perder sus trabajos cuando una fábrica abandona una región o un país. Esta dinámica ubica a las trabajadoras “en el centro de la historia de la industrialización y de la desindustrialización”.⁸ Al mismo tiempo, las trabajadoras con turnos de largas horas en las fábricas que luego deben ir a sus casas y asumir sus responsabilidades domésticas probablemente no participen en actividades sindicales.
- f. La fuerza de trabajo casi predominantemente femenina contrasta directamente con el liderazgo predominantemente masculino en los sindicatos. Para alentar a las trabajadoras para que formen y se integren a organizaciones de su propia elección, es preciso que las trabajadoras se identifiquen fácilmente con el liderazgo. Jasna Petrovic, que trabaja para la Confederación Sindical Internacional (ITUC), lo expresa en estos términos:

La mayoría de los sindicalistas no entienden que los sindicatos necesitan tanto a las mujeres como las mujeres a los sindicatos. Muchos sindicatos aún no se dan cuenta de que promover políticas de género y lanzar campañas para organizar a las trabajadoras en sectores tanto formales como informales debe ser una prioridad, incluso hasta sean la clave de la supervivencia para los sindicatos, ya que los sindicatos dirigidos sólo y exclusivamente por hombres no sobrevivirán.⁹

- g. La forma en que la producción está fragmentada en muchos centros y países de producción diferentes también dificulta la organización colectiva. Las empresas compradoras despliegan la producción en muchos países distintos y (a menudo) cientos de proveedores.¹⁰ Esta estrategia “divide y reinarás” reduce el poder de negociación de los trabajadores y posibilita la explotación de la rigidez de la ubicación de las fuerzas de trabajo. Y aunque las diferencias de especialización, género, origen étnico o posición entre trabajadores (a saber, trabajadores “centrales” versus trabajadores “periféricos”) siempre han generado problemas para los intentos de acciones colectivas, la descentralización espacial de la producción intensifica aún más estas diferencias, pero también trae aparejados nuevos problemas, por ejemplo, relacionados con distancia, idioma, tradición o nacionalidad, para quienes buscan establecer y ampliar los vínculos de solidaridad basados en las similitudes entre los trabajadores.

- h. La naturaleza del empleo precario (“flexible”) ya dificulta sobremanera la organización. Los trabajadores con contratos temporales o estacionales (*trabajadores irregulares*) nunca saben a ciencia cierta si les renovarán sus contratos. Por ejemplo, los representantes sindicales de una fábrica en Indonesia que produce para las marcas deportivas Puma y Umbro, quienes han realizado campañas a favor de los derechos de los trabajadores temporales, señalaron que:

El sistema injusto de emplear trabajadores bajo la modalidad de contrato temporal debería abolirse. Todos los trabajadores de [nuestra fábrica] deberían ser trabajadores permanentes. Con frecuencia, despiden a los trabajadores temporales en [nuestra fábrica] y sus trabajos son [los] más precarios. Luego, ellos mismos deben obtener otro trabajo y no reciben indemnización alguna. Una vez al mes, cuando la gerencia se reúne, algunos de los trabajadores contratados terminan siendo despedidos.¹¹

Además de los trabajadores con contratos irregulares, muchos no tienen ningún contrato. Trabajan en lugares no registrados para el trabajo, y a menudo, en sus hogares. Sin una relación laboral legal, estos trabajadores encuentran aún más obstáculos para organizarse, y su informalidad laboral hace difícil, si no imposible, la aplicación de la legislación laboral nacional que establece que los empleadores deben reconocer y negociar con las organizaciones de los trabajadores.¹² La *informalización* del trabajo suele extenderse a lugares formales ya que, por ejemplo, se contratan trabajadores sin un contrato formal.¹³ Esto socava aún más el desarrollo de relaciones industriales efectivas.

El efecto acumulativo de estos factores comprende el primer conjunto de razones que explican por qué la crisis de la flexibilidad laboral ha adquirido carácter estructural. La gran cantidad de dificultades a las que se enfrentan los trabajadores al organizarse amplía aún más la brecha entre las cadenas de producción globales y las organizaciones de trabajadores locales y nacionales. La creciente disparidad de poder entre sindicatos y empleadores internacionales (*de facto*) no se puede analizar sin tomar en cuenta la amenaza del traslado, la desregulación y el neoliberalismo.

1.3 La amenaza del traslado

Aunque las barreras a la organización suelen parecer de naturaleza *local*, debemos analizar estas barreras en el contexto de la producción a nivel global. El surgimiento de la cadena de suministro a nivel global alteró el equilibrio de poder entre empleadores y sindicatos, y debilitó mecanismos regulatorios tradicionales asociados al estado. La contratación externa internacional ha distanciado a las empresas de las comunidades y de las fuentes de trabajo específicas asociadas con ellas.¹⁴

Al externalizar los aspectos de trabajo intensivo de la producción, las empresas compradoras ya no tienen que responsabilizarse por la mayoría de los trabajadores involucrados en el proceso. En este contexto, a los trabajadores se los trata, cada vez más, como un “componente subcontratado” en vez de como una parte integrante de las organizaciones de empleadores. Esto ha ofrecido a una categoría especial de empresas – de marca y minoristas – la oportunidad de salirse de las áreas industriales muy sindicalizadas y establecidas con procesos laborales muy institucionalizados. Como resultado, las empresas pueden enfrentar entre sí a trabajadores de diferentes localidades

y áreas geográficas. En contraposición, la mano de obra está mucho más centrada en un sitio en particular. Esto le ofrece a las empresas la posibilidad de elegir un lugar favorable, al que se suele denominar “compra de régimen” o “prácticas abusivas”.

La capacidad de reubicar la producción es un ejemplo del “poder estructural” que sólo está disponible para las empresas.¹⁵ Esto significa que aunque (contra todas las posibilidades) los trabajadores tengan éxito y logren poder colectivo, e incluso aunque se mantenga la estrategia de crecimiento basada en exportaciones de diversos países que pusieron todos sus huevos en esta canasta (contra todas las expectativas), los trabajadores y los gobiernos aún tendrán que enfrentarse a la amenaza del traslado de capital. Ésta es la segunda razón por la cual la crisis de la flexibilidad laboral ha adquirido carácter estructural.

Este poder estructural se expresa cuando los departamentos de compras de las empresas de marcas registradas deciden no aprovisionarse en fábricas sindicalizadas, o cuando envían gran cantidad de órdenes de compra a países en los cuales, sistemáticamente, se reprimen los derechos de los trabajadores. La capacidad de dar recompensas materiales o de imponer sanciones a los regímenes laborales que alienta o que desalienta envía un mensaje claro a los gobiernos, a las empresas y a los trabajadores. Cualquier estrategia para mejorar las condiciones laborales a escala nacional deberá tener en cuenta las consecuencias que tendrá para el flujo de capitales hacia ese país. Como amenaza continua, la posibilidad del traslado se tiene en cuenta cada vez más en las acciones que llevan a cabo trabajadores y gobiernos, como parte del discurso de qué le sucederá a la “industria”, las “exportaciones” o los “empleos” si no se ajustan a las órdenes de la competitividad global.¹⁶ Como resultado, la “disciplina de mercado a nivel global”, como la denomina Ankie Hoogvelt, está cada vez más “internalizada en la conducta de los agentes económicos...”¹⁷

Empresas transnacionales asiáticas

Este panorama se complica aún más por el surgimiento de una fracción del capital del este de Asia que se especializa en la organización de fabricación orientada a la exportación, con poca especialización, salarios bajos, de trabajo intensivo y gran volumen, en diversas industrias. En vez de ser “prisioneros de fabricantes de equipos originales”, estas empresas han transformado las reservas mundiales de suministro de mano de obra barata en una empresa muy redituable.¹⁸ Partiendo de la posición estratégica de la producción, estas empresas se han enfocado en producir componentes de alta calidad o productos terminados, en general, para distintas empresas de marca (competidoras) de origen occidental o japonés. Esto es una realidad inequívoca para empresas de Taiwán, Corea del Sur y Hong Kong que se han transformado en fabricantes de equipos originales de primera clase, pero han trasladado la mayoría de sus operaciones al extranjero. Su capacidad organizativa resultó crucial en la reorganización espacial de las redes de recursos que “conectan con flexibilidad el centro desarrollado y la periferia subdesarrollada”.¹⁹

Las empresas transnacionales asiáticas juegan un rol particular en “actuar como mediadoras entre el capital comercial del Occidente y los trabajadores de Asia”, como describe Dae-oup Chang del Centro de Recursos de Monitoreo de Asia (AMRC).²⁰ Especialmente, esta fracción de capital es la que organiza, dirige, disciplina y explota la

inserción de los nuevos trabajadores del mundo en las fábricas. Incluso, con ambos nodos del circuito de capital controlado por firmas extranjeras, la contribución de los países exportadores de indumentaria y de calzado se limita a “trabajo manual” de bajo costo con pocos o ningún derecho. La creciente hegemonía de las empresas transnacionales llama a cuestionar algunas de las dinámicas de poder supuestas dentro de las cadenas de suministro globales de indumentaria deportiva, en las cuales las empresas compradoras suelen ser los jugadores más poderosos que, en última instancia, tienen la capacidad de dictar términos para los proveedores supuestamente cautivos.²¹

Las razones principales por las que se han trasladado a estos países son los bajos salarios pagados a los trabajadores para el montaje y las condiciones favorables para los inversores extranjeros, tales como bajos impuestos. Por consiguiente, los efectos de las mejoras en el bienestar material en la economía local son mínimos, ya que la mayoría de las ganancias son para empresas extranjeras.²² El especialista taiwanés Lu-Chin Cheng, que ha investigado la reestructuración de la industria del calzado, llega a la conclusión de que la fabricación triangular confina los lugares de producción a una “economía de enclave implantada con muy pocas posibilidades de que la economía local participe más allá del suministro de mano de obra barata”.²³ Incluso, con ambos nodos del circuito de capital controlado por firmas extranjeras, la contribución de los países exportadores de indumentaria y de calzado se limita a “trabajo manual” de bajo costo con pocos o ningún derecho.

De este modo, aunque los trabajadores tengan éxito en ejercer una presión considerable para defender sus derechos y esto se traduzca en salarios más altos, tanto las empresas transnacionales asiáticas como las empresas compradoras mundiales mudarán (amenazarán hacerlo) sus operaciones a la siguiente zona de procesamiento para exportación ubicada en otro país. Estos tipos de cierres de empresas envían una dura advertencia a los trabajadores de las fábricas cercanas: no se organicen si desean mantener sus trabajos. Esta dinámica dificulta aún más la organización de sindicatos. Después de todo, si las organizaciones de trabajadores no pueden alcanzar sus objetivos – mejores condiciones laborales y salarios más altos – mediante la lucha política y la negociación colectiva, resulta menos atractivo para los trabajadores integrarlos, en primer lugar. La amenaza constante del traslado dificulta diseñar contra-estrategias exitosas a nivel nacional.

Esto sucedió cuando los trabajadores en Indonesia lograron el derecho a la libertad de organización y se produjeron protestas importantes de trabajadores después de la caída del régimen de Suharto a fines de la década de 1990. Los empleadores le advirtieron al gobierno que “algunos productores extranjeros de calzado en Indonesia ... tienen la intención de trasladar sus fábricas a otros países en vías de desarrollo, tales como Vietnam, que ofrecen un clima de inversión más favorable.”²⁴ Según la Encuesta nacional de fuerza laboral, más de 180,000 trabajadores (58,70 % del total) perdieron sus puestos en la industria del calzado en Indonesia en 2003. La desindustrialización *de facto* ha forzado a muchos trabajadores a retornar a la agricultura tradicional.²⁵ “En la actualidad, Indonesia está bajo la sombra de China”, expuso Tsutomu Nakagawa, presidente de la Cámara de Comercio e Industria Japonesa, “ya no compite contra China. Indonesia precisa pensar en su política industrial a nivel global si quiere competir en el mercado mundial y no sólo enfocarse en temas pequeños”.²⁶

Unos pocos años más tarde, un mensaje similar se envió al gobierno de Vietnam cuando los trabajadores vietnamitas salieron de sus fábricas, en masa, para exigir salarios mínimos más elevados. La Cámara Europea de Comercio en Vietnam inmediatamente escribió una carta al Primer Ministro Phan Van Khai comentándole su preocupación de que las huelgas se extendieran a las empresas de capitales europeos. La carta también recalcó que los inversores se instalaron en Vietnam, precisamente, porque “la mano de obra no es proclive a las acciones industriales”. Los inversores más importantes, los taiwaneses, también le advirtieron al gobierno de Vietnam, de inmediato, sobre la necesidad de ocuparse de las huelgas adecuada y rápidamente, o tendrían un impacto adverso sobre las inversiones taiwanesas en Vietnam.²⁷

Por cierto, muchas de estas presiones verbales de traslado son retóricas y estratégicas. Incluso las industrias de trabajo intensivo como las del calzado, los juguetes y la confección no pueden trasladarse en un abrir y cerrar de ojos – al menos, no a escala nacional. No obstante, las fábricas individuales *sí* suelen cerrar repentinamente. Asimismo, en el caso de Vietnam o de China, resultaría difícil hallar un país con menores costes de producción, incluyendo costes de mano de obra. Sin embargo, el mensaje es muy claro y suele surtir efecto: trabajadores, productores y gobiernos deben cumplir con los estándares internacionales de precio y de calidad, o corren el riesgo de desinversión y de traslado.

Neoliberalismo

Al mismo tiempo, la desregulación y las políticas neoliberales han instado a muchos gobiernos a reestructurar el sector laboral para suprimir las actividades sindicales y promover el trabajo flexible. A pesar de que los derechos legales y las protecciones de las empresas se han extendido sobremanera y se han institucionalizado cada vez más mediante la Organización Mundial del Comercio (WTO), los acuerdos comerciales o bilaterales, los derechos de los trabajadores a nivel mundial se han erosionado considerablemente. Esta erosión ha debilitado los beneficios sociales que, en principio, tenían el propósito de proteger a los trabajadores de la economía mundial. Dio como resultado la flexibilización, la *informalización* y la feminización de los procesos laborales. Para los neoliberales, los sindicatos, las leyes laborales y las regulaciones estatales son sólo impedimentos para el mecanismo de asignación eficiente – supuestamente – del mercado laboral. En la práctica, esto significó que muchos estados abolieron los sindicatos obreros por área de comercio y fomentaron la creación de sindicatos por empresa (o compañía). Como describe un informe del Banco Mundial, este movimiento “redujo el beneficio marginal y aumentó el costo marginal de las acciones colectivas”.²⁸ Era muy probable que los trabajadores de estos países, como siguen explicando los escritores, “no realizaran paros, ocasionaran otros trastornos ni presionarán al gobierno para que haya aumentos salariales obligatorios”.²⁹

Entonces, para concluir esta sección, el contexto de desregulación, neoliberalismo y la capacidad del capital de operar en diferentes escalas mediante estrategias de traslado profundizan la crisis estructural de la mano de obra. A su vez, esto está íntimamente relacionado con el tercer conjunto de prácticas, concretamente, los límites de una estrategia de crecimiento basada en exportaciones, deflación y prácticas de compra que se contradicen con los estándares éticos.

1.4 Deflación y prácticas de compra

Por último, la crisis estructural también está determinada por las dinámicas macro y micro-económicas, lo que dificulta el logro de mejoras estructurales para los trabajadores y sus organizaciones.

a. Tendencias macro-económicas: Deflación

A nivel macro-económico, mientras las exportaciones de los países en desarrollo siguen enviándose a alrededor de treinta países desarrollados, predominantemente, aparecen dos desarrollos peligrosos. Primero, dado que la mayoría de los costes de producción no relacionados con la mano de obra son estables y relativamente iguales en los diferentes países industrializados, los costes flexibles (como la mano de obra) tenderán a la baja.³⁰ Por lo tanto, la integración de la economía mundial puede estar acompañada de una disparidad internacional creciente con respecto a salarios y a costes y estándares laborales, que suelen denominarse “prácticas abusivas”, como se ejemplifica mediante los salarios estancados o en baja, en muchos países exportadores de indumentaria clave.

En segundo término, y relacionado, esta perspectiva sombría se intensifica mediante el creciente exceso de capacidad de producción. Como resultado, los precios de bienes industriales (en especial, estandarizados) en muchos países sufren una gran presión, similar a la tendencia en mercaderías agrícolas hace algunas décadas. Esto significa que sólo se pueden sostener las ganancias, reduciendo los costos. Los precios de las exportaciones, en baja impulsada por la creciente salida de productos industriales en el extremo de trabajo intensivo de la cadena, pueden traer aparejados mayores niveles de exportaciones mediante salarios más bajos o precios de exportación que disminuyen más rápido que lo que aumentan los volúmenes.³¹ Con precios de fábricas chinas aún en baja y la China continental (en su conjunto) asumiendo una porción incluso mayor de las exportadores industriales mundiales (debido a los grandes flujos de entrada de capital extranjero y al suministro de mano de obra barata, que parece no tener fin), se espera que los precios mundiales para las mercaderías fabricadas permanezca bajo presiones (deflacionarias) en el futuro previsible.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) ha calculado que en el período comprendido entre 1980 y 1996, los precios de las mercaderías industriales producidas en el sur disminuyeron el 18 por ciento.³² Esta tendencia no se detuvo acá, por lo que en el período comprendido entre 1996 y 2004, los índices de precios de la indumentaria y el calzado disminuyeron otro 10%.³³ Esta tendencia es especialmente importante en la producción de indumentaria, ya que, en los Estados Unidos de América, la vestimenta minorista realmente ha quedado a la zaga de la inflación, desde 1982.³⁴ Kaplinsky y Morris han destacado que, especialmente “desde el ingreso de China a los mercados globales a mediados de la década de 1980s, hemos comenzado a presenciar una disminución significativa en términos del comercio de las exportaciones de productos fabricados por países en vías de desarrollo”. Lógicamente, si el crecimiento en la demanda local aminora, se producirán sobreproducción y deflación en algún punto. Esto hace que los “países especializados en exportaciones de productos fabricados con trabajo intensivo... sean [especialmente] vulnerables a una inserción inadecuada en mercados globales.” La eliminación progresiva del Acuerdo de Multifibras

en 2005 ha aumentado aún más la competencia entre países exportadores de indumentaria, lo que produjo la consolidación de la producción de indumentaria en Asia.

La fragmentación transnacional de la producción ha transformado a los salarios en un coste internacional de producción, en vez de una fuente local de demanda. La división organizativa entre empresas compradoras globales y fabricantes orientados a las exportaciones ha socavado el vínculo (Fordista y Keynesiano) entre el “coste de mano de obra en la esfera de la producción y el poder adquisitivo del consumidor en la esfera del mercado”.³⁵ A diferencia del sistema Fordista y sus acuerdos salariales negociados a nivel nacional, el sistema actual no tiene intereses ni incentivos para promover aumentos salariales colectivos.

b. Tendencias micro-económicas y prácticas de compra

Las tendencias macro-económicas son el conjunto de las prácticas micro-económicas de las empresas, a nivel individual. Al ser todo lo demás igual, los precios en baja en los puntos de consumo ejercen presión sobre las tasas de ganancias. Mientras las empresas de marca y los minoristas pueden emplear distintas estrategias para contrarrestar ganancias en baja, por ejemplo, ganando segmentos de mercado mediante estrategias de comercialización o de nombre de marca, usando tecnologías más productivas o ingresando a nuevos mercados, un modo popular de restablecer las ganancias en industrias de trabajo intensivo se basa en la reducción de costes de aprovisionamiento y, en especial, salarios.³⁶

Grandes minoristas como Wal-Mart y Aldi, a quienes les ha ido bastante bien al implementar estas prácticas, han intentado lograr aprovisionamiento de bajo costo de manera más radical. En 1993, no hubo ni una empresa minorista en la lista de las 100 empresas transnacionales más importantes del mundo; una década después, la lista incluía 14 empresas.³⁷ El minorista de productos múltiples más grande del mundo, Wal-Mart, juega un rol especialmente importante, ya que su estrategia se basa en “precios bajos siempre”, lo que se logra mediante una estrategia de “Precios bajos todos los días” (EDLP) basada en reducciones de precios y “Costes bajos todos los días” (EDLC). Su gran tamaño les facilita tener un gran poder adquisitivo en relación con los proveedores, el que aplican para lograr aprovisionamiento de bajo coste. A su vez, esto les permite bajar los precios minoristas – y ofrecer pantalones vaqueros por cuatro dólares, etc. – lo que les permite ganar participación de mercado de sus competidores, quienes deben adoptar una estrategia similar de aprovisionamiento de bajo costo (o abandonar el negocio). Podemos resumir esta dinámica como “la supervivencia del más barato”.

Por lo tanto, en este contexto, las prácticas de compra se remiten a la manera en que las empresas de marca, los minoristas y los agentes organizan cómo compran sus productos de los fabricantes (o proveedores/vendedores). Las prácticas de compra que contribuyen o deterioran aún más las condiciones laborales precarias suelen asociarse a relaciones inestables con los fabricantes, pedidos que fluctúan demasiado, tiempos de espera más cortos y exigentes y políticas de definición de precios. Muchas de estas prácticas están diseñadas para transferir los riesgos al proveedor.³⁸ Mientras este modelo de aprovisionamiento otorga mucha flexibilidad a los compradores, deja a los proveedores con pocos o ningún incentivo para invertir en sus trabajadores, para aumentar la

productividad o para cambiar sus estrategias de “empresa que explota trabajadores”, basadas en condiciones laborales precarias.³⁹

Otro integrante importante para darle forma a las prácticas de compra son los agentes de compra, que actúan como intermediarios entre fabricantes (proveedores) y marcas o minoristas (empresas compradoras). Aquí es donde Li & Fung juega un rol crucial. Como la agencia compradora más grande del mundo, proveyó US\$10 mil millones en artículos, en más de cuarenta países, en 2006. Li & Fung organiza las prácticas de compra de un grupo grande de empresas de marca y minoristas, principalmente ubicadas en occidente. En 2006, la empresa anunció un trato por el cual se encargaría de todas las importaciones globales de KardstadtQuelle. En un comunicado de prensa, KardstadtQuelle expresó que se espera que este trato redunde en “ahorros significativos” y una “reducción de los precios de compra de hasta un 10%”.⁴⁰ Otras ventajas mencionadas incluyen “mayor flexibilidad en los procesos de compras” y una “ampliación considerable de los términos de pago (condiciones de pago)”.⁴¹ No es difícil imaginar de qué modo estos ahorros obstaculizarán la capacidad de los proveedores para cumplir con condiciones laborales básicas.

Para concluir la primera sección...

Hasta ahora hemos presentado los parámetros de por qué es posible sostener que la producción de indumentaria y de calzado deportivo se caracteriza por una crisis estructural de la flexibilidad laboral. Estas industrias ejemplifican cómo la dispersión internacional de la producción ha deteriorado las economías nacionales y el poder de la mano de obra, en ese contexto. Ha aumentado la disciplina del capital y provocado un deterioro en las condiciones laborales, a escala mundial. La producción está dispersa en diferentes lugares, para obtener mano de obra “más barata” y más flexible. Las mujeres empleadas para estos trabajos en cadena se enfrentan a inseguridad, represión, condiciones laborales y físicas peligrosas, y acoso verbal y sexual, mientras que el poder adquisitivo de su mano de obra se devalúa a un nivel que resulta insuficiente para satisfacer necesidades básicas o mantener una familia. Al mismo tiempo, los trabajadores cuentan con muy pocos mecanismos colectivos a su disposición para protegerse contra el abuso empresarial y los salarios de pobreza. Las circunstancias legales, sociales y políticas represivas en las cuales suele desarrollarse la producción implican que los derechos negociados colectivamente no pueden ser llevados a la práctica por los trabajadores. Aunque los trabajadores tengan éxito al organizarse y deseen realizar una negociación colectiva, descubren que están negociando con las personas equivocadas, concretamente, capitales locales subordinados a las dinámicas del capitalismo a nivel global.

No nos hemos centrado en cómo las prácticas perjudiciales a nivel social del neoliberalismo han suscitado una reacción en contra de un movimiento global amplio de defensores de los trabajadores, activistas, consumidores y los mismos trabajadores, que ha ocasionado no sólo protestas masivas contra la Organización Mundial del Comercio, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, sino que también ha estimulado campaña/s global/es contra las empresas que explotan trabajadores, que apunta/n a empresas como las que dominan las industrias de la confección y de la indumentaria deportiva. Estas tendencias compensatorias han transformado las industrias de la

confección y del calzado deportivo en un terreno de conflictos sociales e ideológicos sectoriales. *A la larga, estas tendencias tal vez aumenten la responsabilidad en la cadena global y mejoren la perspectiva de estructuras de negociación colectiva viables.* Estos temas se describirán en las siguientes secciones.

2. Las tres áreas principales de la actividad de la Campaña Ropa Limpia

Las condiciones laborales deficientes y las formas extremas de explotación en la industria del calzado deportivo se volvieron públicas a principios de la década de 1990, cuando grupos en contra de empresas que explotan trabajadores comenzaron a apuntar a las empresas de marca por las condiciones laborales en las fábricas que producen sus mercaderías. Estas campañas se dirigieron a las grandes multinacionales como Nike, Gap o H&M y, ocasionalmente, empresas de marca más pequeñas, y adquirieron mayor relevancia en el transcurso de la siguiente década. El objetivo principal de estas redes de campañas organizadas de manera transnacional fue el de mejorar las condiciones laborales y, “devolver a las empresas trasnacionales cierta responsabilidad respecto de sus empleados, sin importar para quién trabajan ni en qué parte del mundo viven”.⁴² Desde que comenzó a desarrollar funciones a principios de la década de 1990, la Campaña Ropa Limpia (CCC) ha trabajado desde la perspectiva de los trabajadores, con el propósito de mejorar las condiciones laborales y de potenciar a los trabajadores en la industria de la confección a nivel mundial. (para una historia breve sobre la campaña, vea el cuadro 1).⁴³

Cuadro 1. Historia breve sobre la Campaña Ropa Limpia 1989-2006

1989: El comienzo

En 1989, la solidaridad y organizaciones femeninas en Holanda y el Reino Unido se ocuparon del caso del bloqueo de una fábrica de indumentaria en las Filipinas. Las mujeres que trabajaban para este subcontratista de William Baird (Reino Unido) y C&A (Holanda) fueron despedidas por exigir que les paguen salarios mínimos legales. Durante el año en que las trabajadoras formaron piquetes, mientras grupos en Holanda y en el Reino Unido continuaron la campaña, las historias sobre los derechos de las trabajadoras y la responsabilidad de las empresas trasnacionales atrajeron la atención de los medios; las investigaciones revelaron la existencia de casos similares en Bangladesh, India y Europa del Este, y más organizaciones se involucraron. La campaña para “ropa limpia” había realmente comenzado, y se hizo cargo de las demandas de grupos de mujeres del sur y de organizaciones de trabajadores.

1990 a 1995: Definición del programa y visibilidad

El objetivo principal fue darles cara y voz a las mujeres en países en vías de desarrollo que estaban siendo integrados a la economía a nivel global, mediante lo que se llamó, en ese momento, la “nueva división internacional de los trabajadores”. Las cadenas de suministro internacional y la “brecha regulatoria” se transformaron en un elemento de presión. En el sur global, la sociedad civil carecía de capacidad, los gobiernos carecían de voluntad política y la posición de los trabajadores, que con frecuencia eran inmigrantes y mujeres, era débil. La CCC expuso esta realidad mediante una serie de acciones creativas y de esfuerzos dirigidos a los medios, creó un boletín informativo en inglés, amplió sus contactos en el sur y, al año 1995, los sindicatos y las ONGs habían acordado conformar coaliciones de “Ropa limpia” en el Reino Unido, Bélgica, Alemania y Francia. Una

reunión celebrada por organizaciones de seis países asiáticos marcó la primera reunión de CCC a nivel global CCC en Bruselas, en la cual se desarrolló un programa de acción en común.

1996-2001: Responsabilidad corporativa y voz de los trabajadores

Creando que “para oponerse hay que proponer”, la CCC desarrolló un código de conducta modelo, apoyado por el movimiento sindical internacional, organizaciones asiáticas y más de doscientas ONGs y sindicatos europeos. Las empresas que se adhirieron a esta propuesta, que incluyó la formación de un cuerpo de control independiente, fueron invitadas a crear proyectos piloto. Mientras tanto, la red creció rápidamente: hacia 1999, España, Suecia, Suiza y Austria se habían integrado a la CCC, se habían hecho contactos en América Central, el Caribe y Europa del Este, y la red asiática se había expandido a casi todos los países productores de indumentaria de Asia. Se estableció el sistema de llamamiento urgente (UA) y comenzaron a realizarse campañas públicas sobre salarios y educación para los trabajadores. La CCC realizó debates sobre Responsabilidad Social Corporativa y participó activamente en la formación de diversas “iniciativas de partes interesadas múltiples”, para supervisar la implementación del código. En 2001, una reunión global de CCC juntó a ochenta y ocho representantes de ONGs y sindicatos de treinta países, para evaluar el trabajo realizado y para preparar un programa de acción de cinco años.

2002-2006: Derecho a organizarse – Derecho a saber

La CCC se expandió y llevó a cabo una evaluación del impacto de su mecanismo de llamamiento urgente. Asimismo, desarrolló y documentó un análisis de género más explícito de los temas referidos a los derechos de los trabajadores. Al ir “del código al cumplimiento”, la CCC se centró en establecer estándares y herramientas para implementar el código y mejoras genuinas en el lugar de trabajo: mecanismos de reclamaciones, educación de los trabajadores y programas de capacitación, evaluación participativa y mayor transparencia y, sobre todo, en bogar por la libertad de asociación. La red se fortaleció, en especial en Sudáfrica, Europa del Este y el Medio Oriente. En 2004, la CCC trabajó con Oxfam Internacional y con sindicatos globales en las mayores campañas internacionales contra empresas que explotan trabajadores que se hayan hecho, para tratar las violaciones sistémicas a los derechos de los trabajadores en la industria de la indumentaria deportiva, en especial, respecto de FOA.

En la actualidad (2008), la CCC consta de doce coaliciones nacionales en once países europeos, cada uno con su propia secretaría. La red de asociados tiene mayor presencia en Asia, seguida por África del Sur, Europa del Este y América Central. Las coaliciones nacionales y los asociados son responsables de asegurar sus propios fondos. La CCC no es una organización donante; considera que esta función se contrapone a gestionar y a facilitar una red a nivel global de base comunitaria.

Como red que opera en los espacios del consumo, la CCC busca aprovechar el poder de los consumidores para impulsar el cambio social positivo. El éxito o el fracaso en ejercer presión sobre empresas de marca y minoristas para que acepten responsabilidad y cambien sus prácticas depende, concretamente, de nuestra capacidad de informar, captar, persuadir y movilizar a los *ciudadanos* para que usen su poder como *consumidores* en las diferentes actividades a las que se aboca la CCC. Las coaliciones de la CCC en cada país europeo informan a los consumidores sobre las prácticas de las marcas específicas que dominan el mercado en sus propios países. La información acerca de las condiciones laborales en la industria de la confección se distribuye por medio de boletines informativos, Internet, y en la forma de publicaciones sobre investigaciones. Asimismo, las acciones públicas, las concentraciones y las demostraciones alientan a los consumidores para que busquen diversas maneras de realizar acciones para mejorar las

condiciones. Las campañas contra las empresas que explotan trabajadores tienen el objetivo de “...restablecer el vínculo, desdibujado por la contratación externa a nivel mundial, entre empresas de marca y minoristas en el Norte y trabajadores en fábricas de suministro en el Sur”.⁴⁴ Como indican Edna Bonacich y Richard Appelbaum: “la globalización hace que los fabricantes cambien sus lugares de producción para evitar trabajadores militantes, pero no pueden evitar consumidores militantes tan fácilmente”.⁴⁵ No obstante, es importante enfatizar que la CCC no se enfoca exclusivamente en las empresas, sino que también explora iniciativas legales para mejorar las condiciones laborales, por ejemplo, presionando para que se sancionen leyes que promuevan buenas condiciones laborales y ratifiquen los estándares de la OIT. Asimismo, la CCC también se ha enfocado en gobiernos – municipios, gobiernos nacionales – para obligarlos a comprar de manera ética los bienes que consumen, en especial, en el caso de los uniformes que visten policías y bomberos.⁴⁶

En la siguiente sección, explicaremos las tres áreas de operaciones principales de la CCC que, al menos idealmente, se reforzarán entre sí. Esto cubre actividades que incluyen responsabilidad corporativa, llamamientos urgentes y campañas globales (vea la Figura 1).

Figura 1



2.1 Responsabilidad corporativa⁴⁷

Los códigos de conducta y las actividades para que las empresas sean más responsables son aspectos importantes del trabajo de la CCC. No obstante, es importante enfatizar que la CCC considera que los códigos de conducta, muchas veces, pueden servir diversos intereses y programas, “satisfaciendo los intereses de reformistas y de conservadores”.⁴⁸ Por lo tanto, la proliferación de códigos de conducta está motivada por una amplia variedad de interesados, con distintos intereses y expectativas que contrastan con el propósito de estos instrumentos.⁴⁹ Por ende, es esencial entender el contexto, la historia y los procesos políticos asociados con el surgimiento y el desarrollo de estas iniciativas voluntarias. Entonces, estos instrumentos pueden comprenderse mejor como objetos de controversias políticas y encuadramiento estratégico entre fuerzas sociales dispares en búsqueda de modos de llenar el vacío regulatorio.⁵⁰ Se puede distinguir entre cuatro fases de controversias políticas, mediante las cuales el debate sobre el código de conducta se ha desarrollado desde principios de la década de 1990. Asimismo, cada fase demarca un terreno de lucha absorbido por un campo mayor, en la fase siguiente.

a. Lograr que las empresas asuman su responsabilidad

La primera área de controversia política se centró en lograr que las empresas acepten que se las puede hacer responsables por las condiciones laborales en lugares que no son de su propiedad. Cuando por primera vez se confrontó a minoristas como Carrefour o C&A y empresas de marca tales como Nike o Adidas con acusaciones de aprovisionarse en fábricas con condiciones laborales deficientes a principios de la década de 1990, tendían

a rechazar la idea de que estaban asociadas, de algún modo, a las circunstancias bajo las cuales se producían sus mercaderías. En la actualidad, muy pocas compañías sostienen los principios de esta posición tomada anteriormente.

b. El conflicto respecto de los Estándares internacionales de trabajo

La segunda fase de las controversias políticas incluyó lograr que las empresas o las asociaciones comerciales – quienes también comenzaron a adoptar códigos de conducta – acepten los estándares de trabajo reconocidos internacionalmente, establecidos por la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Se critican muchos códigos corporativos por representar principios débiles o guías definidas vagamente. Los requisitos de los códigos suelen enfocarse, solamente, en los temas considerados más sensibles a la indignación pública, tales como trabajo infantil o forzado. En otros casos, se definen en términos tan generales que resultan “instrumentos inútiles para mantener o hacer progresar los derechos de los trabajadores”.⁵¹ La CCC y otros reaccionaron a estos códigos débiles, adoptando “códigos modelo”, cuyo propósito era el de definir estándares para estándares, a saber, niveles mínimos que los códigos debían alcanzar. Para la CCC, el código modelo preparado en 1997 posibilitó que los defensores del trabajo en Europa y en Asia hablaran con la misma voz a las empresas, ofreciéndoles un parámetro para cotejar los códigos corporativos. El código fue firmado por organizaciones sindicales internacionales, diferentes organizaciones y redes asiáticas (de Indonesia, Sri Lanka, Bangladesh, Hong Kong) y todas las aproximadamente 250 ONGs y sindicatos de las coaliciones de CCC europeas, por lo que el código ha ganado mucha autoridad moral respecto de la regulación del trabajo (privado/no estatal). Para los objetivos de la campaña, el código modelo de la CCC demostró ser útil como punto de referencia, a fines de presionar a las empresas para que acepten estándares más elevados, o como manera de fomentar el debate público. No obstante, los debates han seguido cristalizándose alrededor de temas tales como la libertad de asociación, salarios (mínimos versus dignos), y el espectro de las “cláusulas de no discriminación” y la corrección.⁵²

c. Implementación, monitoreo y verificación

Sin importar el nivel de rigurosidad del criterio de los códigos, son instrumentos simbólicos para mejorar las condiciones de trabajo si carecen de un programa para ir del *papel a la práctica*. Los activistas desafiaron a las empresas para que demuestren su conformidad con los estándares que adoptaron. Por ende, un tercer momento de controversia política se ha centrado en la pregunta sobre qué constituiría una manera adecuada de implementar, monitorear y verificar el cumplimiento de los códigos de conducta.⁵³ En este caso, la implementación se refiere a las diversas medidas concretas que una empresa toma para dar cumplimiento a un código.⁵⁴ El control interno o de la empresa implica los procedimientos y las prácticas que una empresa lleva a cabo para asegurar que se implementen los estándares laborales y que se cumplan permanentemente en el lugar de trabajo.⁵⁵ Por último, mediante la verificación se establecerá la credibilidad de las reclamaciones respecto de las prácticas laborales reales, el cumplimiento de las normas del código o de su implementación. En otras palabras, la verificación creíble requiere sistemas basados en reglas que cubran la selección y la capacitación de auditores, así como también técnicas de inspección, etc. Esto, al menos, implica que

quien realiza la verificación es un cuerpo independiente de la entidad cuya reclamación se está verificando.⁵⁶

Estas clases de criticismo dejaron entrever la necesidad de un sistema abarcador para evaluar las reclamaciones de la empresa y elevar los estándares de la autorregulación corporativa. Se ha propiciado la creación de diversas iniciativas de partes interesadas múltiples (MSIs), que cubren distintos intereses comerciales, ONGs o sindicatos que tratan de desarrollar (más) enfoques sistemáticos para la implementación, el control y la verificación del código, así como también de desarrollar estructuras para la responsabilidad ante la sociedad civil (vea el cuadro 2.). Estas MSIs han creado un espacio en el cual las ONGs y los sindicatos tienen voz para profundizar el desarrollo de iniciativas regulatorias. Plasman nuevas formas de diálogo social donde diversas partes interesadas se encuentran, intercambian condiciones o diseñan proyectos en conjunto, periódicamente.⁵⁷ La credibilidad de estas iniciativas es aún mayor al hacer que el debate pase de la autorregulación a la co-regulación corporativa.

Se debe tener en cuenta que, en la actualidad, el debate no se centra demasiado en cómo establecer una entidad que (de manera independiente) verifique las reclamaciones corporativas sobre estándares éticos. En su lugar, hay un reconocimiento cada vez mayor de la necesidad de un proceso con partes interesadas múltiples, para tratar los problemas sistémicos de derechos de los trabajadores. Este proceso puede llegar a incluir actividades de control/verificación, pero también – y probablemente lo que es más importante – programas específicos diseñados en conjunto por interesados múltiples respecto de procedimientos en caso de reclamaciones, transparencia, capacitación de trabajadores, prácticas de compra, salarios dignos y barreras específicas de la industria y del país para establecer condiciones laborales decentes. Esto incluiría, por ejemplo, representación de trabajadores independientes en China y Vietnam, indemnizaciones en Indonesia, salarios en Bangladesh, etc. Estos (y otros) temas no pueden ser tratados de manera creíble por iniciativas comerciales o regidas por asuntos comerciales.

Box 2. Iniciativas de partes interesadas múltiples

En las industrias de la indumentaria y del calzado (deportivo), las MSIs más importantes son: Asociación de Trabajo Justo (FLA); Consorcio de los Derechos de los Trabajadores (WRC); Iniciativa de Comercio Ético (ETI); Responsabilidad Social Internacional (SAI); y Fundación Ropa Justa (FWF). Estas iniciativas tienen en común lo siguiente:

- Incluyen un gran número de personas en los procedimientos de toma de decisiones
- Acuerdan un código de conducta estandarizado, de conformidad con los estándares de la OIT
- Coinciden en las actividades de seguimiento diseñadas para dar cumplimiento a los estándares laborales

En distintos grados, también pueden:

- Realizar auditorías sociales, como mecanismo de control/verificación de códigos de conducta
- Autorizar o habilitar organizaciones para que realicen el proceso de verificación
- Certificar lugares de trabajo o empresas de marca
- Promover el diálogo social y aprender de las diferentes partes interesadas
- Facilitar el procesamiento de reclamaciones de los trabajadores, sindicatos u ONGs como

parte del proceso de control/verificación

- Estimular la participación de las partes interesadas en la verificación de códigos, en los lugares de producción
- Obtener apoyo gubernamental, tanto financiero como de facilitación.

Fuente: Merk 2007.

d. Participación de los trabajadores

Las iniciativas de partes interesadas múltiples han tenido éxito en priorizar temas de implementación, control y verificación dentro del código de conducta. Tratan algunas de las debilidades relacionadas con intentos corporativos, en particular, reconociendo las convenciones centrales de la OIT. Además, han creado un espacio para la participación y el diálogo social entre las distintas partes interesadas, a nivel internacional. No obstante, muchos dentro del movimiento de responsabilidad corporativa siguen criticando la capacidad de darle forma real a estos estándares, por el impacto real que estos estándares tienen en fábricas y lugares de trabajo en todo el mundo. Aunque se suele pregonar que los trabajadores son los beneficiarios de la implementación de los códigos y de los programas de control, su influencia en dichos programas es marginal (en el mejor de los casos). “Sin su participación activa, los códigos de conducta corren el riesgo de transformarse en herramientas de los intereses corporativos, y no de los intereses de los trabajadores”, como señalaron Rainer Braun and Judy Gearhart.⁵⁸ Éste es un problema grave, a la luz del creciente número de expertos asignados por ellos mismos (estudios jurídicos, contadores, consultores, directivos para asuntos éticos, etc.) que se han subido al tren de la Responsabilidad Social Corporativa para hacer sus propios “negocios” con ella. A los activistas y a los especialistas críticos les preocupa que esto haya contribuido a “domesticar el espacio de la Responsabilidad Social Corporativa y transformarlo en un ámbito dócil, verificable y gestionable compuesto por profesionales”, como destaca Ngai-Ling Sum.⁵⁹ Al apropiarse de estos temas, estos *profesionales* buscan transformar a los trabajadores en objetos pasivos a verificar, en vez de sujetos activos que necesitan estar involucrados en la regulación de sus propias condiciones laborales. Esta “economía [de] lo ético” puede desembocar en la domesticación de la responsabilidad social mediante técnicas de gestión.⁶⁰

La CCC ha expuesto que demasiado énfasis en las verificaciones sociales distrae la atención de otras actividades, las cuales los defensores de los derechos de los trabajadores consideran esenciales para asegurar la implementación de los códigos, tales como mecanismos de reclamaciones, informes, capacitación y educación de los trabajadores y cambios en las prácticas de compra.⁶¹ Por ende, la pregunta principal es cómo alentar a los trabajadores para que se organicen ellos mismos en los lugares de producción o se conecten con los conflictos tradicionales de los trabajadores en el contexto descentralizado y globalizado actual. Promover la participación y la organización de los trabajadores por sí mismos dentro (y fuera) de estos sistemas de control y de verificación de los códigos se ha transformado en la cuarta área de controversia política. Sólo podrá suscitarse un cambio sostenible cuando los trabajadores comprendan sus derechos, puedan organizarse por sí mismos y defiendan su propio interés real.

2.2 Llamamientos urgentes

Mientras la campaña por la responsabilidad corporativa articula las exigencias para mejoras estructurales, el sistema de llamamientos urgentes de la CCC ejerce presión sobre las empresas para que tomen medidas respecto de las instancias individuales de violaciones a los derechos de los trabajadores.⁶² Los llamamientos urgentes son solicitudes de medidas por violaciones a los derechos de los trabajadores que la CCC recibe, verifica y da a conocer. Esto incluye llamados a la solidaridad hechos por trabajadores de la indumentaria y sus representantes, a quienes se persigue y discrimina o quienes han perdido sus trabajos por haber tratado de organizarse con el propósito de mejorar las condiciones en las que se desempeñan. Las demandas que la CCC publicita y trata de conseguir son las presentadas por los trabajadores – asumen el riesgo, en términos de seguridad y pérdida de puestos de trabajo. Por lo tanto, los trabajadores son quienes deben diseñar la estrategia y tomar decisiones sobre la presentación de sus casos, y en tal caso cómo hacerlo, ante las empresas compradoras involucradas, así como también el público y los medios. Aunque las empresas compradoras representan el principal objetivo de estas campañas, también se han dirigido llamamientos urgentes a los dueños de fábricas, ministros, gobernadores, embajadas, autoridades de planificación de emergencias, el Banco Mundial y demás. Asimismo, estas campañas abarcan diversos sitios y son a diversas escalas. Para las organizaciones del sur, el hecho de que la CCC opere como red de contingencia y trabaje junto a muchas organizaciones en Europa, también se considera un punto fuerte: “al contactar a una organización, se contacta a muchas”.⁶³

Desde su establecimiento a principios de la década de 1990, la CCC ha trabajado en cientos de llamamientos (vea la tabla 1). La mayoría de los llamamientos comprenden violaciones a la convención central de la OIT número 87, sobre libertad de asociación y el derecho a organizarse, y número 98, sobre negociación colectiva. Esto incluye violaciones relacionadas con represión, discriminación, acoso y violencia contra miembros de sindicatos, despidos por actividades sindicales, negar a trabajadores el derecho a conformar un sindicato y a negociar un acuerdo en forma colectiva.⁶⁴

La mayoría de los llamamientos urgentes están coordinados por la Secretaría Internacional de la CCC, pero algunas veces los llamamientos van directamente a una CCC específica, relacionada con la organización/el sindicato del país productor. Cuando la CCC recibe una solicitud para acciones de solidaridad, distintos criterios juegan un rol en la selección de casos: si hay una conexión con uno de los países europeos donde la CCC está ubicada (la empresa de marca tiene sus oficinas centrales o se vende allí), u otras razones de por qué una CCC nacional en particular estaría interesada en hacerse cargo del caso. Si la CCC no puede aceptar el caso (porque las oficinas centrales de la empresa no están en Europa), tratará de comprometer a otras organizaciones en EE.UU., Australia o Canadá.

El nivel de trabajo hecho en cada caso, varía de modo significativo,⁶⁵ y puede abarcar desde escribir y distribuir algunas cartas a campañas de envergadura, que incluyen diversas tácticas (demostraciones, piquetes, viajes de trabajadores, etc.). Por el contrario, otros llamamientos urgentes no pueden catalogarse como campañas públicas y nunca entran al espectro público. Siguen siendo casos que no llegan al conocimiento público, o grupos de presión que, a pesar de esto, pueden alcanzar objetivos relacionados con tomar

medidas para remediar una violación de derechos. La decisión de hacerlos públicos depende de la organización que está detrás. Algunas organizaciones no quieren que su caso atraiga la atención pública, por ejemplo, cuando les parece demasiado riesgoso por razones políticas o temen que esto dé lugar a un movimiento de escape por parte de la empresa involucrada. En otras situaciones, puede resultar suficiente presentar un caso a un departamento de Responsabilidad Social Corporativa y darle tiempo para que se encargue de los temas pertinentes. Sin embargo, si estas clases de estrategias persuasivas no tienen éxito, suelen ser necesarias medidas más convincentes, como señalar responsables, movilizar a los consumidores mediante correos electrónicos y organizar piquetes o demostraciones. Como muchas empresas son vulnerables al daño a su reputación infligido por las campañas contra las empresas que explotan trabajadores, estas estrategias buscan cambiar el “cálculo del coste de objetivos”.⁶⁶ Esta presión puede proporcionar el apalancamiento necesario que los grupos del sur aplican a la administración de la fábrica.

En 1998 y 1999, la Secretaría Internacional de la CCC trataba un promedio de unos trece casos al año. Entre 2000 y 2005, el promedio anual aumentó a aproximadamente treinta casos al año, con la excepción de 2004, año en el cual la CCC se hizo cargo de cuarenta y siete casos (vea la tabla 1).

Tabla 1. Descripción general de llamamientos urgentes 2000-2005							
País	Nº de casos en 2000	Nº de casos en 2001	Nº de casos en 2002	Nº de casos en 2003	Nº de casos en 2004	Nº de casos en 2005	Nº total de casos 2000-2005
Samoa Americana		1					1
Australia				1			1
Bangladesh	2	4	4	3	4	5	22
Birmania	1						1
Camboya	4	3	3		4	3	17
Canadá					1		1
China		1			2	1	4
El Salvador				1			1
Guatemala		1				1	2
Haití					2		2
Honduras	2				1		3
Hong Kong				1			1
India	1		3	1	6	1	12
Indonesia	4	4	10	7	9	8	42
Kenia				1			1
Lesoto		1	2	1			4
Madagascar						1	1
Malaysia							1
Marruecos		1			1		2
México		1	1	1	1	1	4
Namibia					1		1
Nicaragua	2						2
Pakistán			1	1	1		3
Filipinas	1	3		5	2		11
España			1				1
Sri Lanka	1	1	1	1	4	3	11
Suazilandia						1	1
Taiwán	1				1		1

Tailandia	4	2	3	5	4	1	19
Túnez						1	1
Turquía					1	1	2
Estados Unidos			1		3	1	4
Desconocidos					1*		1
Ex Yugoslavia						1	1
República de Macedonia							
Zimbabue	1						1
Total	23	23	30	31	47	30	

Fuente: Base de datos de la CCC.

* Solicitud para apoyar normas de la ONU – Normas comerciales de Derechos humanos de la ONU; en la actualidad hay oposición creciente a las normas por parte de Amnistía Internacional y de otras organizaciones en diversos países. Nota: Éste es el número de llamamientos que la CCC recibió. En un tercio (aproximadamente) de los casos no se tomaron más medidas (públicas y no públicas/grupo de presión), por pedido del solicitante o por la falta de suficiente información, lo que habría dificultado que se tomara el caso.

Abordando empresas

Durante los últimos diez años, se abordó a cientos de empresas para pedirles que solucionen las violaciones a los derechos de los trabajadores. La acción solidaria en estos casos específicos consta de enviar cartas a minoristas o a empresas de marca que se aprovisionan en la fábrica en cuestión, instándoles a utilizar su apalancamiento material, concretamente, su poder adquisitivo, para que el proveedor respete los derechos de los trabajadores. Con frecuencia, esto da lugar a comunicaciones intensas con las empresas y con sus departamentos (emergentes) de Responsabilidad Social Corporativa. Aunque al principio las empresas de marca y los minoristas recién contactados tienden a negar su responsabilidad respecto de las condiciones de las fábricas de sus proveedores (o niegan estar produciendo en la fábrica en cuestión), las empresas a las que se apuntó anteriormente mediante campañas de la CCC o similares contra empresas que explotan trabajadores en otros lugares, han desarrollado un enfoque más proactivo para investigar supuestas violaciones a los derechos. Las respuestas de las empresas conservadoras suelen obstaculizar la capacidad de resolver problemas de las empresas intervencionistas. Por ejemplo, el colapso de la empresa Spectrum en Savar, Bangladesh, en 2005, incluyó a veintisiete empresas compradoras. Con cierta frecuencia, se realizan llamamientos a algunas marcas muy conocidas, tales como Nike, Adidas, the Gap o H&M. Esto se produce porque estas empresas tienen una gran participación en el Mercado, y además, “porque los llamamientos realizados en el pasado tuvieron éxito [...] algunas marcas son más fáciles de reconocer o de controlar que otras”.

Involucrar MSIs aquí juega un papel cada vez más importante para tomar y coordinar casos. Proporcionan una plataforma mediante la cual es más sencillo convencer a las empresas compradoras para que colaboren en los esfuerzos a fines de subsanar lo que sucede, lo que es un beneficio comparado con las empresas que no forman parte de una MSI y no suelen tener la voluntad de cooperar con otras empresas respecto de temas relacionados con los derechos de los trabajadores. Al mismo tiempo, involucrar MSIs también puede aumentar la complejidad de los casos, ya que agrega otra capa de organizaciones al proceso de resolución de un tema, lo que aumenta “bastante a menudo, cuando no hay acuerdo entre los directivos de la fábrica o empresa de marca/minorista sobre cuál es el problema o no asumen la responsabilidad por el problema”.⁶⁷

Cuadro 3. Factores que probablemente hayan contribuido al éxito del llamamiento

Un estudio sobre la evaluación del impacto de la CCC establece que los siguientes factores probablemente hayan contribuido al éxito del llamamiento.

- Los trabajadores están bien organizados, por lo general, como sindicatos (a nivel de la fábrica o superior), y la mayoría apoya el tema central de la campaña. El sindicato tiene el poder suficiente para soportar la presión intensa generada por una campaña internacional;
- Hay una campaña sólida a nivel nacional en el país donde se produjo la violación;
- Se ha generado una buena relación laboral, basada en la confianza establecida entre sindicatos/otras organizaciones de apoyo de los países productores y organizaciones que realizan campañas brindándoles apoyo internacional;
- Hay canales de comunicación confiables, frecuentes y claros entre todos los involucrados en la campaña;
- La coordinación es clara entre las organizaciones que realizan campañas involucradas, en especial, respecto de temas de estrategia, recolección de información y actualizaciones;
- Una persona, organización o MSI es responsable de mediar/facilitar en el país que produce la indumentaria. Este rol suele ser vital para el flujo de información;
- Se encararan puntos de presión múltiples a nivel internacional (por ejemplo: empleador, agente, empresas transnacionales fabricantes, empresas de marca o minoristas, autoridades públicas) en apoyo de las exigencias de los trabajadores;
- Tanto la campaña internacional como la del país productor engloban diferentes tácticas, herramientas y acciones (incluyendo el uso de medios y de acciones creativas) dirigidas a puntos de presión múltiples;
- En los lugares donde se lanzan campañas con base en Internet como herramienta, se publican actualizaciones periódicamente, a fines de motivar a los seguidores, incluyendo los movimientos, para lograr una solución. Cuanto más sencillo sea enviar una carta de protesta electrónicamente, más posible es que la gente lo haga;
- Previamente, se estableció una relación con la empresa de marca/el minorista a quien va dirigida la campaña. Al menos algunas de las empresas de marca que compran en la fábrica en cuestión tienen un código de conducta. Dentro de lo posible, las marcas contactadas son las que tienen el mayor porcentaje de producción en la fábrica y, lógicamente, menos posibilidades de escapar;
- En los casos en que autoridades respetadas tomaron decisiones legales o dieron recomendaciones a favor de los trabajadores, éstas se usaron para promover las demandas de los trabajadores. Aunque no son esenciales, pueden resultar útiles como apalancamiento extra, a fines de presionar a las empresas para que contribuyan a la resolución del conflicto;
- La campaña suele sostenerse durante un período de tiempo prolongado.

Fuente: Dent 2005.

¿Tienen éxito los llamamientos urgentes?

Una campaña exitosa relacionada con un llamamiento urgente implicaría que las demandas de los trabajadores se han satisfecho, en todo o en parte. Por lo general, no resulta sencillo evaluar estas campañas en términos de exitosas o no exitosas. Aunque las campañas no sean exitosas, en todo o en parte, los participantes ganan “confianza en sí mismos, respeto y dignidad”.⁶⁸ Por ejemplo, durante el conflicto Ladybird de 2001, se informó que Wassana Lakhampha, un empleado de Ladybird y el funcionario educativo del sindicato, dijeron: “No se pudo satisfacer todas nuestras demandas, pero hubo una buena lucha. Nuestra victoria fue la lucha.”⁶⁹ Por consiguiente, también es importante

analizar qué aprendieron del caso los trabajadores o las organizaciones que se encargaron de las campañas. Además, pueden vencer a un sindicato a corto plazo, pero se pueden obtener grandes lecciones de esta derrota y emerger para volver a intentarlo. De igual modo, en un primer momento, las empresas y los gobiernos tal vez no den el brazo a torcer, pero esto finalmente puede cambiar.

Al mismo tiempo, aunque una campaña trasnacional ayude a los trabajadores locales a establecer un sindicato, este éxito tal vez no dure demasiado. Las victorias de los trabajadores quizá no se sostengan durante el tiempo, y éste fue el caso de la fábrica Gina Bra (Tailandia) y la fábrica de indumentaria BJ&B (República Dominicana). En ambos casos, los sindicatos locales lucharon duramente durante un tiempo largo para obtener reconocimiento, y recibieron el apoyo de grandes campañas trasnacionales. Pero pocos años después de ganar la lucha, la fábrica cerró. Empresas trasnacionales asiáticas jugaron un papel clave en ambos casos. Teniendo presentes estos comentarios, queda claro que sigue siendo difícil, si no imposible, determinar hasta qué punto lo que ocurrió – ya sea positivo o negativo – puede atribuirse a los esfuerzos de la CCC respecto de los llamamientos urgentes (vea el cuadro 3).

En resumen, el sistema de llamamientos urgentes ha sido esencial para que la CCC cree una red global y diversa de grupos de trabajadores y para responsabilizar a las empresas. El sistema de llamamientos urgentes posibilita:

- Crear un espacio para que las preocupaciones de los trabajadores se conozcan más allá del nivel local o nacional;
- Generar solidaridad con o entre trabajadores en los países productores;
- Aumentar la influencia de los trabajadores sobre el fabricante, mediante el uso estratégico de apalancamiento de marca;
- Hacer llegar a más personas información sobre las condiciones laborales y las luchas;
- Despertar la conciencia de los consumidores respecto de condiciones laborales deficientes en casos concretos;
- Involucrar a los consumidores de maneras que contribuyan a mejorar el lugar de trabajo;
- Responsabilizar a las empresas compradoras de las condiciones laborales deficientes en sus cadenas de suministro;
- Remarcar la brecha entre los compromisos éticos de la empresa compradora, expresados en el código de conducta o la participación de MSI, y la implementación real;
- Conocer los problemas de los trabajadores en los lugares de trabajo, y usar esto como ayuda para mejorar los sistemas y la política de implementación de códigos en las empresas, o a nivel de las múltiples partes interesadas; y, por último,
- Influir en gobiernos locales y agencias gubernamentales, y apoyar luchas para lograr cambios en el ámbito legal.

2.3 Campañas globales

Una tercera área clave de las actividades de la CCC se centra en la organización de campañas públicas a gran escala. Aquí se puede distinguir entre campañas nacionales y

campañas globales. Las campañas nacionales son las distintas actividades para campañas planificadas, ejecutadas y evaluadas por diferentes CCCs dentro de su propio país/alianza. Entre otras cosas, esto típicamente incluye dirigirse a un grupo de empresas en particular, como líderes del mercado nacional y marcas populares con oficinas centrales en este país; despertar la conciencia de consumidores mediante acciones (simbólicas); organizar viajes de voceros con trabajadores de países productores; hacer salir a la luz pública un tema en particular relacionado con los derechos de los trabajadores, como por ejemplo trabajo forzado, discriminación por género o el derecho a organizarse; y presionar a los gobiernos para que regulen a las empresas y hagan cumplir los estándares laborales a quienes se comprometieron por medio de convenciones internacionales. Estas campañas suelen incluir un componente transnacional, por ejemplo, cuando la empresa en cuestión tiene una gran presencia en el mercado, en distintos países. Las campañas globales se desarrollan de manera transfronteriza. A diferencia de las campañas relacionadas con llamamientos urgentes, estas campañas se planifican con mucha antelación, generan mayor conciencia con respecto a ciertos temas y ejercen presión para facilitar cambios generales (políticas). Estas campañas pueden durar varios años y atraer participación mundial. Proporcionan una oportunidad para expandir la red de la CCC y para cooperar con otras redes y organizaciones globales.

a. Campañas de indumentaria deportiva

Desde mediados de la década de 1990, la CCC ha organizado o participado en campañas de indumentaria deportiva centradas en eventos deportivos internacionales, como manera de generar atención pública. La visibilidad promocional de las marcas de indumentaria deportiva en estos eventos deportivos ha tenido un efecto reflexivo, ya que hizo que estas empresas se volvieran vulnerables a la crítica de diversos sectores de la sociedad, que algunas veces se denomina “bumerán de la marca”.⁷⁰ Realizar campañas en eventos deportivos de importancia, tales como los Juegos Olímpicos, ofrece la oportunidad de alianzas transfronterizas y transversales para modificar el cálculo del costo de las empresas de indumentaria deportiva, quienes temen que las acusaciones contra empresas que explotan trabajadores socaven la imagen de la marca. También, ofrece la oportunidad de involucrar nuevos grupos en actividades, como organizaciones de seguidores, grupos de jóvenes, etc. Por lo tanto, no es coincidencia que desde 1998, los defensores de los trabajadores, en cada evento deportivo importante (los Juegos Olímpicos, además del Campeonato Mundial y la Copa Europea, en fútbol), hayan puesto en relieve las condiciones laborales en la industria de la indumentaria deportiva. El alto perfil de eventos deportivos tales como los Juegos Olímpicos ofrece oportunidades de apalancamiento y logros de los activistas en la industria de la indumentaria deportiva. Estas campañas no solo se centran en dirigirse a empresas de indumentaria deportiva específicas, sino que también han tratado de conseguir apoyo para los derechos de los trabajadores, como salario digno y libertad de asociación, y de lograr que estos temas relacionados con los derechos de los trabajadores salgan a la luz pública. La campaña de la CCC durante el Campeonato Mundial de Fútbol en Francia (1998), abordó distintos temas importantes, tales como la adopción de códigos de conducta y el control y la verificación entre empresas de indumentaria deportiva, minoristas y asociaciones de fútbol. Desde ese momento, se han centrado en este punto todos los esfuerzos de la campaña de la CCC. Asimismo, la demanda de un salario digno fue el tema principal de la campaña de la CCC durante la Copa Europea de Fútbol del año 2000. En 2002, se

añadió la libertad de asociación al tema del salario digno, como una demanda importante para empresas y asociaciones deportivas.

En 2004, la Campaña de Juego Limpio durante los Juegos Olímpicos continuó centrándose en la libertad de asociación, y también añadió el tema del tratamiento de las prácticas de compra. Esta campaña se considera un ejemplo de cómo puede mejorar el nivel de cooperación internacional entre ONGs y sindicatos. La Alianza Juego Limpio une tres redes grandes internacionales de defensores de los derechos de los trabajadores – la Campaña Ropa Limpia (CCC), Oxfam y sindicatos globales – que trabajan juntos para lograr cambios sociales en el sector de la indumentaria deportiva sector. En los seis meses previos a los Juegos Olímpicos en Atenas (Marzo de 2004-Agosto de 2004), los organizadores de la campaña estimaron que hubo alrededor de quinientos eventos locales (a saber, demostraciones, acciones de protesta, piquetes, etc.) en treinta y cinco países, con una alta participación de las organizaciones civiles (del sur).⁷¹ Esto contribuyó a que hubiera una gran cobertura en televisión, radio y medios impresos. Además, más de medio millón de personas firmó una petición a favor de la campaña. En los meses previos a los Juegos Olímpicos de Pekín, la Campaña de Juego Limpio 2008 sigue “presionando a las empresas de indumentaria deportiva y de calzado deportivo, al Comité Olímpico Internacional (IOC) y a sus comités organizadores nacionales (NOCs), así como también a gobiernos nacionales, para que tomen medidas identificables y concretas a fines de eliminar la explotación y el abuso de estos trabajadores, mujeres en su mayoría, en la industria de artículos deportivos a nivel global.”⁷² En la sección 3.3, veremos cómo la Alianza Juego Limpio instó a “empresas de indumentaria deportiva y al Comité Olímpico Internacional (IOC) a aportar una *solución para toda la industria* al abuso y a la explotación de trabajadores en las cadenas de suministro globales de indumentaria deportiva”.⁷³

b. Campaña de grandes minoristas

En los próximos años, la CCC se centrará en mayor escala en los minoristas de productos múltiples (tales como Carrefour, Aldi, Lidl y Wal-Mart) que predominan cada vez más en los mercados globales. Estas empresas adhieren a un modelo de negocio que hace que bajen los precios en toda la cadena de suministro, lo que causa un impacto negativo en la capacidad de los proveedores de países en vías de desarrollo de pagar salarios dignos y de asumir los costos que acarrea cumplir con el código. Además, estas empresas siguen retrasadas en lo que respecta al desarrollo de políticas éticas, comparadas con minoristas especializados (tales como the GAP o H&M) y marcas de indumentaria deportiva (como Nike o Adidas). Esto sucede, en parte, porque no han sido objeto de las campañas contra las empresas que explotan trabajadores, como muchas otras. El hecho de que estas empresas vendan una variedad múltiple de productos y operen habitualmente en segmentos del mercado sin marca y de bajo costo también presenta un desafío para el desarrollo de estrategias de campaña. La campaña “Grandes Minoristas” tratará de hacer visible el papel y el predominio de estos minoristas de productos múltiples y de enfatizar la necesidad de tratar el “modelo comercial” en sí mismo. Mediante materiales educativos, campañas para consumidores, investigación crítica y el diálogo con la industria, el programa propuesto destacará esta dinámica para facilitar el cambio.

3. Contra-estrategias globales

En este punto, formulemos estas preguntas: ¿qué se ha logrado hasta ahora? ¿Las campañas tuvieron éxito y mejoraron las condiciones laborales o apoyaron los intentos de los trabajadores para organizarse? Lo positivo es que las actividades dedicadas a la responsabilidad corporativa han contribuido a que se preste más atención y haya mayor conciencia respecto de los problemas de las empresas que explotan trabajadores, en la economía a nivel global. Se llegó a millones de consumidores mediante campañas contra empresas que explotan trabajadores, a lo largo de los años. Muchos han participado activamente en estas campañas, ejerciendo presión en empresas de marca y minoristas y transformando el poder de los consumidores en un “recurso y una oportunidad de la lucha a favor de los trabajadores”.⁷⁴ La atención de los activistas centrada en condiciones laborales deficientes pone en peligro, potencialmente, las estrategias centrales de comercialización de estas empresas de marca. Las empresas de marca se han transformado en lugares de lucha política, cultural e ideológica. Las campañas y los grupos de presión relacionados con los llamamientos urgentes han dado lugar a distintas victorias de trabajadores, pero también han suministrado información a la CCC relacionada con las barreras y los problemas específicos con los que se enfrentan los trabajadores en todo el mundo. A su vez, esto ha reafirmado los esfuerzos de la CCC con respecto a la responsabilidad corporativa. Es más, el sistema de llamamientos urgentes ha reafirmado la capacidad de las organizaciones de trabajadores y ONGs para trabajar en casos a nivel transfronterizo.

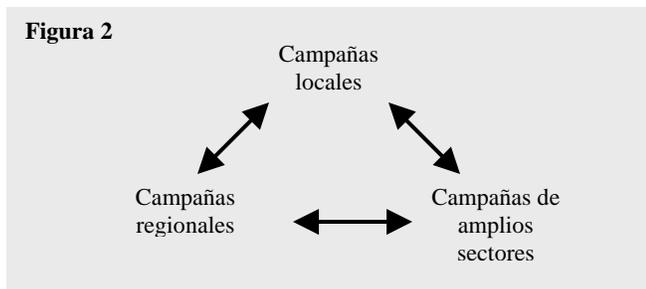
Además, un grupo cada vez mayor de empresas ha expresado su apoyo público a los estándares éticos, incluyendo las convenciones centrales de la OIT. A pesar de esto, como exponen Appelbaum y Lichtenstein sensatamente: “El valor real de estos códigos de conducta corporativos, incluso en las mejores compañías, está en el ámbito de la ideología. Legitimizan la idea de un estándar social mundial, aunque sus fallas crónicas demuestran [destacadas por llamamientos urgentes, por ejemplo] que cualquier transformación real de las cadenas de suministro globales debe provenir de otras fuentes”.⁷⁵

Algunos estudios y observadores indican que controlar las actividades de las empresas compradoras ha traído aparejado un mayor cumplimiento de estándares tales como salud, seguridad y duración de la jornada laboral, como señalan Stephanie Barrientos y Sally Smith.⁷⁶ Al mismo tiempo, destacan que hubo un progreso ínfimo respecto de los derechos – libertad de asociación y negociación colectiva – que potenciarían a los trabajadores para pelear por sí mismos con el objeto de obtener cambios en los sistemas de producción.⁷⁷ Un estudio minucioso de resultados de auditorías realizadas en más de ochocientas fábricas proveedoras de Nike en treinta y un países, durante siete años, llegó a la conclusión de que “a pesar de los esfuerzos y las inversiones sustanciales de Nike y de sus empleados para mejorar las condiciones laborales de sus proveedores, controlar solamente parece haber arrojado resultados limitados”.⁷⁸ Asimismo, el progreso ha sido limitado (si lo hubo) respecto de revertir la flexibilización laboral o de reforzar o reformar las leyes laborales nacionales. Los defensores de los derechos de los trabajadores concuerdan que el progreso mediante iniciativas voluntarias está limitado, ya que no ha tenido éxito en persuadir a los gobiernos para que creen regímenes regulatorios legislados que aseguren que los derechos de los trabajadores se respeten, en especial, el

derecho a la libertad de asociación.⁷⁹ Además, a pesar de las gran cantidad de campañas por un salario digno, los salarios no han mejorado en la industria de la confección y, como destaca Peter Utting de UNRISD, “[t] al vez el aspecto más débil del discurso y de la práctica de Responsabilidad Social Corporativa esté relacionado con la redistribución”.⁸⁰

En otras palabras, a pesar del progreso en ciertas áreas, podemos llegar a la conclusión de que aún no se han tratado con éxito los problemas sistémicos que producen condiciones laborales deficientes.⁸¹ ¿Qué estrategias apoyarían cambios sustanciales y potenciarían a los trabajadores en el lugar de producción? ¿Qué estrategia ayudaría a proporcionar un marco legal protector? ¿Qué estrategia limitaría el poder del capital estructural – al menos, con respecto a decisiones referentes a traslados – y trataría, primero, temas relacionados con la redistribución, para garantizar que los salarios cubran las necesidades básicas?⁸² Muchas de las causas detrás de la crisis estructural de la flexibilidad laboral son sistémicas y no las pueden resolver las empresas de manera unilateral; en su lugar, requieren respuestas colectivas o de amplios sectores. No hay fórmula mágica o receta política lista para la estrategia correcta; sólo mediante las experiencias acumuladas a través de

la práctica política (un proceso acumulativo de acción, respuesta, deliberación, solidaridad, lucha, conceptualización y evaluación) el movimiento contra empresas que explotan trabajadores a nivel global podrá hallar soluciones a esta crisis. La siguiente sección explica tres contra-estrategias globales, propuestas o apoyadas por la CCC, que pueden ayudar a intensificar los esfuerzos regulatorios de la próxima década con respecto a las campañas globales contra las empresas que explotan trabajadores.⁸³



3.1. Campañas locales

En la sección 2.2, vimos que el trabajo relacionado con los llamamientos urgentes es importante para apoyar las luchas de los trabajadores y la creación de redes de solidaridad transfronterizas. No obstante, una desventaja es que el enfoque de tratar caso por caso es lento y lleva mucho tiempo y recursos. Les resultaría difícil a la CCC y a otras organizaciones que emplean métodos similares, aumentar el número anual de llamamientos urgentes que tratan. Asimismo, aunque un departamento de Responsabilidad Social Corporativa proactivo de una marca global detecte violaciones en estos temas, suele resultar difícil (o imposible) tratarlos de manera individual. Por estas razones, la CCC se enfoca cada vez más en temas centrales del trabajo relacionado con llamamientos urgentes, y los considera una serie de casos colectivos relacionados con empresas de marca, minoristas y, probablemente, gobiernos. Muchos de los conflictos o de las violaciones que tienen lugar en un área de producción específica son parte de un patrón más general. Estas campañas temáticas están basadas en un área geográfica en particular, y se ejecutan en colaboración directa con agentes locales, quienes definen prioridades, metas y objetivos.

Un buen ejemplo de campaña temática, antes de que se pusiera en práctica la idea como tal, está dado por los casos de llamamientos urgentes en Sri Lanka. En 2001, un llamamiento del Sindicato de Zonas Francas y de Empleados de Servicios Generales (FTZ&GSEU) e Intercambio de Información Transnacional-Asia (TIE-Asia) solicitó el envío de cartas de protesta debido a la represión generada por la organización de sindicatos en diez fábricas diferentes ubicadas en zonas francas que producían para Nike y otras empresas. Seis de estos casos incluyeron despido después de formarse un sindicato. La campaña por la libertad de asociación de trabajadores en zonas francas continuó durante seis meses. La presión internacional de grupos y sindicatos en campaña ayudaron a convencer al Consejo de Inversiones (BOI), quien cambió la posición de negarse a reconocer a los sindicatos de las zonas francas (1994-2003) al reconocimiento teórico de los sindicatos según sus pautas de 2003/2004. En una reunión tripartita patrocinada por la OIT, el Consejo de Inversiones de Sri Lanka acordó comunicarles por escrito a todas las fábricas que administra que se deben cumplir las Convenciones número 87 y 98 de la OIT. En consecuencia, los medios de Sri Lanka comenzaron a cubrir el surgimiento del movimiento sindical democrático.⁸⁴ También se realizaron campañas similares en Tailandia, con éxito; el gobierno tailandés acordó crear un fondo de indemnizaciones para trabajadores, para el momento en que cierren fábricas.⁸⁵

Desarrollo de campañas temáticas

El desarrollo de campañas temáticas en muchos lugares de trabajo, simultáneamente, puede ayudar a generar efectos múltiples en la zona, el sector o el país afectados, de tres maneras, como mínimo.

- Primero, las campañas transfronterizas podrían apoyar a las organizaciones locales en sus esfuerzos para *reformular y reforzar las leyes nacionales*. La presión de la campaña podría dirigirse a empresas de marca y minoristas para apoyar el refuerzo de las leyes. Los efectos negativos potenciales de las empresas transnacionales que influyen en las políticas gubernamentales están bien documentados y explicados en la red, y toda estrategia en esta área debe formularse y planificarse con mucho cuidado. En 2006, en una reunión importante sobre estrategias entre organizaciones de trabajadores asiáticos, los grupos de la campaña y la CCC lograron consensuar que se puede solicitar a las empresas de marca y a los minoristas que expresen su apoyo a las demandas formuladas en campañas *iniciadas y dirigidas* por los grupos locales – pero se debe desalentar, en términos generales, su intervención en las leyes laborales de un país. Por ejemplo, cuando en 2005, los asociados del sindicato de Bangladesh informaron a la CCC que el gobierno de Bangladesh planeaba extender la semana laboral a setenta y dos (!) horas para atraer inversiones, la CCC y los asociados de la red hicieron un llamamiento a empresas de marca, minoristas y MSIs para que expresen su preocupación sobre este tema, por escrito, y declaren que esto infringiría sus políticas éticas. Como resultado, se abandonó el plan.
- En segundo término, las campañas temáticas podrían estimular el contacto directo entre grupos del sur y personal de cumplimiento de empresas de marca y minoristas (locales). Esto representaría la salida de los enfoques de gestión vertical que la mayoría de las empresas proveedoras locales siguen defendiendo. Además, puede resultar útil para alinear (más) programas de Responsabilidad Social Corporativa con las prioridades, los debates y las estrategias locales, por ejemplo, mediante una mayor

transparencia sobre los descubrimientos de las investigaciones en el lugar de trabajo y la participación directa de los trabajadores en diseñar planes de acción correctivos.

- En tercer término, las campañas temáticas podrían hacer pasar a segundo lugar preocupaciones expresadas por grupos locales de mujeres y otras organizaciones en países productores, por ejemplo, por temas relacionados con la seguridad de los trabajadores o la discriminación por género. Estos temas son de suma urgencia para algunas partes interesadas (trabajadoras, trabajadores *informalizados*) pero no se los detecta fácilmente mediante el control convencional del código (vea la evaluación de impacto de ETI). Al mismo tiempo, el sistema de llamamientos urgentes de la CCC es utilizado por trabajadores con cierta capacidad para organizarse, para temas específicos relacionados con las trabajadoras casi invisibles (*informalizadas*). Las campañas temáticas podrían ayudar a echar luz sobre las condiciones laborales más allá del primer nivel de proveedores y dar lugar a la formulación de estrategias para tratar la precariedad y la *informalización* del trabajo.

3.2. Campañas regionales

Las estrategias locales son necesarias para abocarse a las barreras específicas que impiden que haya condiciones laborales decentes y también oprimen a los trabajadores. No obstante, como hemos visto, las estrategias de traslado de capital debilitan fácilmente los enfoques locales. “Si un grupo de trabajadores logra un avance en este sistema de capital globalizado, su logro puede subvertirse si el empleador contrata una fuerza laboral más barata o más dócil”.⁸⁶ Esta misma dinámica no permite que los gobiernos implementen leyes laborales más rígidas o aumenten los salarios mínimos. Mientras las áreas espaciales diferentes se enfrentan en una carrera competitiva para disminuir los costos laborales, la inestabilidad crónica y las condiciones laborales deficientes seguirán dominando. Aunque los empleadores reconozcan el derecho a la libertad de asociación y a la negociación colectiva mediante códigos de conducta u otros instrumentos, esto no será suficiente, ya que la organización en sí misma no conduce, necesariamente, al poder de la negociación. Los trabajadores, con valor, han intentado organizarse a lo largo de los años de diversas maneras; sin embargo, los que desarrollaron capacidades de negociación en las fábricas y exigieron salarios más altos, se enfrentaron a amenazas de cierre y de traslado de los puestos de trabajo a otro sitio, donde los salarios sean más bajos.⁸⁷

Para ver avances sistemáticos, es necesario desarrollar estrategias transfronterizas para confrontar la movilidad del capital buscada por empresas compradoras y por empresas transnacionales asiáticas. Esto se debe combinar con estrategias que, al mismo tiempo, busquen la distribución de los ingresos entre el capital y los trabajadores, mediante salarios más altos y un cambio en la distribución de los ingresos entre empresas compradoras y proveedores, mediante precios libre a bordo (FOB) más altos.

Campaña sobre salario mínimo en Asia

Esta estrategia fue propuesta por la campaña *Salario Mínimo en Asia* (AFW) para la industria de la confección, una alianza de treinta y cuatro sindicatos y ONGs de trabajadores en catorce países asiáticos, junto con defensores de los trabajadores de Europa y de EE.UU. Explícitamente, la estrategia de AFW busca dirigirse a “la cadena de suministro en su totalidad y a ubicar la actividad de fabricación dentro de este panorama

completo”. Esta alianza desarrolló una propuesta de campaña para poner un freno a las prácticas abusivas y para prevenir la competencia salarial entre países exportadores de indumentaria asiáticos.

Las tendencias de consolidación en tres niveles diferentes pueden ofrecer oportunidades a las organizaciones de trabajadores. Primero, existe una consolidación regional de producción de indumentaria en Asia, que engloba dos tercios del comercio total a nivel global de indumentaria lista para usar. Se espera que el levantamiento de las restricciones a las cuotas (eliminación del Acuerdo Multifibra) profundice la consolidación en países asiáticos. Los traslados suelen producirse entre diversos países asiáticos, y es improbable que Asia, en su conjunto, sufra grandes pérdidas comerciales. En segundo término, aunque las actividades productivas estén fragmentadas entre miles y miles de proveedores, aquí también se produce un proceso de concentración de la producción, al menos, en ciertos segmentos de la industria de la confección.⁸⁸ Los grandes fabricantes o empresas de primer nivel suelen emplear a miles de trabajadores y tienen relaciones directas para el aprovisionamiento con las empresas de marca y los minoristas más importantes. En tercer lugar, la consolidación también incluye a las empresas compradoras, para que las empresas minoristas “gigantes” o “grandes cadenas” como Wal-Mart o Carrefour aumenten su participación en el mercado, a medida que asumen más y más funciones ejecutadas formalmente por empresas de marca.

A su vez, estas tendencias de consolidación proporcionan condiciones objetivas únicas para la industria de la confección a nivel global, que “pueden usarse para apalancar los beneficios de la negociación colectiva, tanto para el capital como para la mano de obra, en este sector, entre los países asiáticos”.⁸⁹ A continuación, se presentan cuatro razones:

1. Primero, porque la escala creciente de producción de las empresas de primer nivel restringe la capacidad de realizar un traslado geográfico rápido. Estas empresas han realizado grandes inversiones, no solo en fábricas, depósitos y residencias, sino también para adquirir conocimientos específicos sobre el trabajo de contratación de empleados y el establecimiento de relaciones con las autoridades locales.⁹⁰ Esto limita las posibilidades de cierres repentinos por hacer frente a esfuerzos organizativos.
2. Segundo, como estos fabricantes se han especializado en un abanico de actividades relacionadas con el proceso de producción— concretamente, no sólo actividades de bajo costo, sino también diseño, confección de patrones, control de calidad, etc. — el costo de la mano de obra, como porcentaje del precio de la ropa, es relativamente bajo. Un aumento salarial tal vez no cause un impacto tan grande en el balance final de los fabricantes.⁹¹
3. Tercero, los grandes pedidos, las fechas previstas estrictas y las penalidades altas por no terminar los productos o no proveer los artículos contratados a término los hace vulnerables a evitar interrupciones en la producción. Las acciones industriales abocadas a este aspecto pueden ser efectivas para presionar a los fabricantes.
4. Por último, por sus relaciones cercanas (directas) con empresas de marca y minoristas, las compañías de primer nivel son más vulnerables a las presiones de los compradores en relación con los estándares laborales, que pueden profundizar el proceso de colectivización y la conformación de sindicatos en estas fábricas.

Teniendo en cuenta estas consideraciones, la campaña de AFW ha intentado unir a los trabajadores asiáticos, empleando una estrategia con el objeto de aumentar los salarios de todos los trabajadores. Quienes realizan la campaña consideran que esta consolidación “puede utilizarse para apalancar los beneficios de la negociación colectiva para el capital y los trabajadores, en este sector, entre países asiáticos”.⁹² Aunque se produzca el traslado entre países asiáticos, es improbable que Asia en su totalidad tenga grandes pérdidas comerciales. También es importante tener en cuenta que las diferencias en los niveles salariales entre los países asiáticos exportadores de indumentaria son relativamente bajas, con salarios que oscilan entre USD 1.5 y USD 2.5 al día, con un promedio de USD 2. Como se ha documentado en detalle, este nivel salarial es menor al requerido para la manutención adecuada de un trabajador y de su familia. La Alianza AFW está bregando para duplicar este número, el que se traducirá a diversas monedas en los países mediante el sistema paridad del poder adquisitivo (PPP, por sus siglas en inglés).⁹³ Esto está relacionado con el tema de *precios justos* de las empresas compradoras, que es un requisito esencial para que un salario más alto sea una realidad. Como los salarios, como se mencionó anteriormente, sólo representan un porcentaje pequeño del precio minorista – entre 0.5 y 1.5 por ciento – la Alianza cree que la cadena de suministro tiene la capacidad de absorber dichos aumentos de salarios sin demasiada dificultad.

3.3. Campañas amplias sectoriales

Por último, las campañas regionales y locales deben complementarse con estrategias que se enfocan en los negocios de toda la industria. Las campañas temáticas y las regionales sólo pueden tener éxito si un gran grupo de empresas, de un modo u otro, participan en un enfoque de amplios sectores. Muchos de estos casos detrás de la crisis estructural de la flexibilidad laboral son sistémicos y las empresas no pueden resolverlos unilateralmente; precisan una respuesta colectiva o de amplios sectores. Tal como formula Dwight Justice, de la Confederación Sindical Internacional (ITUC): “Las empresas no pueden lograr un impacto de manera individual. Si la industria en su totalidad no une sus esfuerzos para cumplir con el código, las vidas de los trabajadores no cambiarán”.⁹⁴ Si, por ejemplo, una “autoridad de una zona franca tiene una lista negra de simpatizantes sindicales, presionar a un proveedor de la zona para que se rehúse a participar en mantener dicha lista negra es difícil, y no resulta tan efectivo como cuando diversas empresas que compran en la zona, colectivamente, tratan con la autoridad y con los proveedores de manera conjunta. [De igual modo], la posibilidad de que un aumento de precios de transfiera a un salario más alto para los trabajadores se diluirá en gran medida si sólo un comprador de cada seis hace el esfuerzo”.⁹⁵ Por lo tanto, generalmente resulta imprescindible que las empresas compradoras en empresas compartidas colaboren para lograr mejoras sostenibles. En términos más generales, el cambio sistémico precisa un esfuerzo combinado de parte de todo el sector antes de que comiencen a traspasar los límites del modelo de implementación de código actual. Para esto, es necesario persuadir a toda la industria a trabajar en conjunto, con el propósito de abocarse a los derechos de los trabajadores. Para los grupos de la campaña, el desafío al que se enfrentan aquí es cómo persuadir a *agentes múltiples e intransigentes en varios aspectos, que operan en un contexto muy pluralista y descentralizado, para que formen parte de este enfoque.*

Un desarrollo positivo es que las ventajas de la cooperación entre empresas son cada vez más reconocidas por los departamentos (más experimentados) de Responsabilidad Social Corporativa de algunas empresas de marca y minoristas.⁹⁶ Doug Cahn, ex vicepresidente de Derechos humanos de Reebok, ha expresado que “podemos representar solo el 20% del negocio de un proveedor en particular, y por ende tener poca influencia, pero cuando nos unimos a otras dos empresas con el 20% cada una, podemos apalancar nuestra influencia sobre el operario de la fábrica”.⁹⁷ Nike expuso que no tiene “el poder de resolver sola los problemas en juego”. Por el contrario, el progreso “sólo se producirá si se trabaja con otros involucrados en la industria, mediante diversas sociedades celebradas con las partes interesadas. Y esto sucede en todas las áreas de la responsabilidad corporativa, desde los programas de cumplimiento y para el entorno a los de inversiones en las comunidades”.⁹⁸ Estos comentarios sugieren que puede haber “un interés entre las firmas líderes para un campo de juego más parejo con respecto a los conservadores, con lo que se vuelve a alinear el equilibrio político en el sector corporativo”.⁹⁹

Además, se observa en forma creciente que la plétora de enfoques individuales no es solamente confusa e ineficiente, sino que también consume mucho tiempo y muchos recursos. El peso de auditorías y de programas de control múltiples ha comenzado a convencer a diversas organizaciones para promover la armonización de los modelos de cumplimiento o el intercambio de información sobre auditorías sociales. Desde 2003, cinco MSIs de estándares laborales y la CCC¹⁰⁰ han colaborado en el proyecto JO-IN – que apoya la *Iniciativa Conjunta sobre Responsabilidad corporativa y Derechos de los Trabajadores*. Aquí se inició un diálogo sobre cómo lograr mayor coordinación entre las diversas iniciativas de partes interesadas múltiples, por ejemplo, preparando un código de conducta común y llevando a cabo el control del código y un proyecto de corrección conjunto, en diversas fábricas de indumentaria en Turquía.¹⁰¹

Iniciativas lideradas por el sector privado

Al mismo tiempo, este proceso de intensificar los esfuerzos regulatorios sigue acotado por los distintos intereses, programas y estrategias políticas involucradas. Esto se evidencia en los esfuerzos controlados por el sector privado para volver a obtener el control político sobre la implementación de los códigos y el debate. En este punto, el Programa de Cumplimiento Social Global (GSCP), lanzado por Tesco, Wal-Mart, Carrefour y Metro, representa la última propuesta del sector privado para tratar las condiciones en las empresas que explotan trabajadores, en las cadenas de suministro globales de las corporaciones multinacionales; pero con ventas totales anuales superiores a los \$500 mil millones, esta iniciativa, potencialmente, eclipsará a todas las demás.¹⁰²

Las iniciativas lideradas por el sector privado marginan la aportación de las partes interesadas a una junta consultiva, que, básicamente, tiene “un papel de rehén sin influencia directa”.¹⁰³ Establecer *convenios de consultoría* con las partes interesadas mediante la creación de una junta consultiva, sin poderes reales, no aportaría demasiado para reducir la brecha de legitimidad. Después de todo, hay una diferencia fundamental entre estar involucrado en actividades de consultoría, o recibir consultas, y ser co-responsable. La misma crítica se aplica a la Iniciativa de Cumplimiento Social Comercial (BSCI), que atrajo a noventa y un empresas europeas, muchas de las cuales con actividad en el sector de indumentaria, desde que comenzó sus actividades en 2003.¹⁰⁴

Según su situación actual, BSCI y GSCP deberían contrastar claramente con diversas MSIs que, al menos, están “tratando de crear estrategias de gobernanza democráticas, participativas, de responsabilidad local y de respuestas sustanciales”.¹⁰⁵ Por el contrario, estas iniciativas les proveen a las empresas “conservadoras” una plataforma para que se nieguen a participar en las iniciativas de partes interesadas múltiples establecidas. Estas iniciativas, como señalan Egels-Zandén y Wahlqvist:

Pueden considerarse un intento, por parte de las empresas, de contrapesar redes de actores poderosos conformados por sindicatos y ONGs (tales como las Campañas Ropa Limpia), organizándose en redes de actores con igual poder. Luego, mediante el apalancamiento del poder de estas redes de actores, las empresas están tratando de renegociar su responsabilidad incluyendo, por ejemplo, códigos de conducta en vez de acuerdos globales, salarios “mínimos” en vez de “dignos”, auditorías externas en vez de auditorías de ONGs o sindicatos...¹⁰⁶

El peligro es que estas iniciativas aumenten la confusión del público y de los consumidores, y socaven la credibilidad de los programas no gubernamentales, a fines de mejorar las condiciones laborales. Además, su existencia complica y, a la larga, causa un impacto sobre las estrategias de la campaña, ya que las empresas conservadoras usan como pantalla, cada vez más, la iniciativa común para defenderse contra las acusaciones de ser empresas que explotan a los trabajadores.¹⁰⁷

Campaña para un enfoque que abarque amplios sectores

Durante la Campaña de juego limpio en 2004, en un intento de darle rumbo a la industria de la indumentaria deportiva, se propuso un programa de trabajo integral para esta industria. Durante dicha campaña, la Alianza se enfocó en siete empresas de indumentaria deportiva – Asics, Fila, Kappa, Lotto, Mizuno, Puma, y Umbro – en un intento de obligarlas a hacerse cargo de temas de explotación generalizada y del abuso de trabajadores en sus cadenas de suministro. Al mismo tiempo, la Alianza Juego Limpio exigió a las “empresas de indumentaria deportiva y al Comité Olímpico Internacional (IOC) que aporten una *solución aplicable a toda la industria* para el abuso y la explotación de trabajadores en las cadenas de suministro globales de indumentaria deportiva”.¹⁰⁸

A nivel de la empresa, una serie de recomendaciones instó a las empresas de indumentaria deportiva a desarrollar e implementar una política de prácticas laborales confiable, mediante la cual proveedores y sus subcontratistas respeten los estándares laborales reconocidos internacionalmente”.¹⁰⁹ Con esta recomendación, la Alianza Juego Limpio intenta convencer a las empresas, individualmente, para que inviertan en – lo que hoy en día constituye – “la mejor práctica” de programas de implementación y estándares laborales (vea la Figura 2). La segunda serie de recomendaciones se centró en lograr que los jugadores clave de la industria de la indumentaria deportiva trabajen juntos a nivel *sectorial* y que lleven a cabo, junto con los sindicatos y las ONGs correspondientes, programas de amplio alcance para obtener mejoras en el sector. Se alentó a las empresas para que unan sus esfuerzos a los de los sindicatos y otras organizaciones involucradas, en un programa que fomenta el derecho de los trabajadores a unirse y formar sindicatos, que reemplaza los límites del modelo de cumplimiento actual y asegura un diálogo continuo entre las empresas más relevantes del sector. En particular, la Alianza propuso un *acuerdo marco sectorial* entre la Federación Internacional de Trabajadores de la

Industria Textil, de la Indumentaria y del Cuero, y la Federación Mundial de Industrias de Artículos Deportivos (WFSGI).¹¹⁰ A nivel de la empresa, la Campaña de Juego Limpio tuvo éxito al presionar a Asics, Mizuno, Puma y Umbro para que aumenten sus esfuerzos y mejoren las condiciones laborales en todas sus cadenas de suministro.¹¹¹ Asimismo, la divulgación pública del lugar de emplazamiento de fábricas realizada por un número creciente de marcas de indumentaria deportiva que incluyen a Nike, Adidas y Puma, “representa una invitación a los sindicatos y a las ONGs abocadas a los derechos de los trabajadores para hacerle notar a las empresas de marca los problemas en los lugares de trabajo, y para colaborar con ellas para subsanarlos. En una serie de reuniones a nivel nacional en las Filipinas, Tailandia, Indonesia y Malasia, las marcas mencionadas y una cantidad de proveedores suyos clave en esos países entablaron un diálogo con los afiliados de ITGLWF sobre la implementación de la libertad de asociación y la negociación colectiva”.¹¹²

Figura 2. Estrategia de la Campaña de Juego Limpio



Fuente: De Atenas a Pekín — Programa de Trabajo para la Industria de la Indumentaria Deportiva, [*From Athens to Beijing – a Programme of Work for the Sportswear Industry*], disponible en: <http://www.cleanclothes.org/campaign/olympics2004-07-08.htm>.

No obstante, las propuestas no tuvieron tanto éxito a nivel industrial. Aunque el diálogo entre la Alianza Juego Limpio y WFSGI comenzó con estas propuestas, al poco tiempo resultó evidente que esta entidad: “en realidad no tiene autoridad. Sus miembros han eludido su responsabilidad para con este sector en su totalidad y prefirieron esconderse detrás de sus programas de Responsabilidad Social Corporativa respectivos...”.¹¹³ Las perspectivas de negociar e implementar un acuerdo (formal) de amplios sectores siguen siendo bastante remotas. A pesar de ello, el programa de trabajo indica que el movimiento contra las empresas que explotan trabajadores sigue buscando soluciones sistémicas, de largo plazo, aunque tenga que emplear una lógica en la campaña para cambiar el rumbo de las marcas conservadoras hacia esta dirección. La pregunta sobre cómo alcanzar un enfoque de amplios sectores continuará jugando un rol importante en campañas futuras. La Campaña de Juego Limpio 2008 ha desarrollado aún más esta estrategia, y ha exhortado a las empresas de indumentaria deportiva a “adoptar una serie

de medidas concretas y medibles, en estrecha colaboración con iniciativas de partes interesadas múltiples, sindicatos, ONGs y gobiernos”.¹¹⁴

Conclusión

Como respuesta a verse expuestas a campañas contra empresas que explotan trabajadores y contra sus condiciones laborales deficientes, al ver que los logotipos de bienestar se transformaron en símbolos asociados a los extremos de la explotación, muchas empresas han tomado medidas para subsanar estas situaciones. Esta dinámica dio como resultado una gran variedad de formas, generalmente a nivel diferente del estatal, de regulaciones laborales, tales como códigos de conducta, estándares éticos e iniciativas de partes interesadas múltiples, establecidas, supuestamente, para mitigar los efectos destructivos de una economía de mercado sin restricciones. En la actualidad, hay cientos de códigos de ética adoptados por las empresas, que la Responsabilidad Social Corporativa ha transformado en “función de gestión de rutina” en las industrias textil, del calzado deportivo y otras.¹¹⁵ No obstante, tal como hemos visto, no se debe exagerar respecto de la influencia global del movimiento contra las empresas que explotan trabajadores (o de la CCC).

Las prácticas de producción a nivel global en muchos lugares del mundo en vías de desarrollo continúan deteriorándose, mientras los gobiernos aún no sancionan ni hacen cumplir las leyes laborales. Enviar pedidos a países que prohíben o restringen la libertad de asociación refuerza aún más la exclusión o la marginación de trabajadores y de sus organizaciones de los mecanismos designados para implementar, controlar o verificar el cumplimiento del código. También, los precios en baja en los centros de consumo siguen presionando para obtener reducciones en los costos de producción y mantener los salarios al mínimo. La amenaza constante del traslado dificulta el diseño de contra-estrategias exitosas a nivel nacional. El vacío regulatorio creado por el viraje de sistemas de producción con orientación nacional a redes de producción organizadas a nivel global es el centro de esta crisis. Es preciso llenar este vacío para poder enfocarse en las causas raíz de la crisis estructural de la flexibilidad laboral.

La segunda parte de este documento describió las principales estrategias empleadas por la CCC durante los últimos diez años. Éste fue el contexto para la sección final del documento, en el cual explicamos tres estrategias que buscan aumentar los esfuerzos de las campañas. En primer término, nos explayamos sobre los intentos para desarrollar las así llamadas campañas estratégicas en lugares de trabajo múltiples pero agrupados geográficamente. Estas campañas se enfocan en un problema específico, que los programas para el cumplimiento del código suelen no tratar individualmente. Esto incluye juntar varios cierres de fábricas y elevar peticiones comunes, por ejemplo, cambios a nivel legal, pagos de indemnizaciones o pedidos salariales. En segundo término, la propuesta de una Campaña sobre salario mínimo en Asia representa un intento para desnacionalizar las negociaciones salariales y optar por la organización a nivel regional, mediante la cual se busca tratar la estrategia del capital de enfrentar a trabajadores contra trabajadores y a países contra países. Tercero y último, la Alianza Juego Limpio intenta transformar un sector entero en un objeto de acción regulatoria, más allá de una empresa individual o de un país en particular. Dichas campañas deben comprenderse como búsquedas de prueba y error para lograr una nueva manera de crear instituciones regulatorias, a un nivel que no sólo esté conforme a la escala de las

operaciones productivas actuales, sino que también vuelva a establecer la mano de obra como una fuerza representativa integrante. Después de todo, sólo mediante proyectos políticos concretos la red de la Campaña Ropa Limpia y sus asociados podrán tener la esperanza de alcanzar su objetivo de mejorar las condiciones laborales en la industria de la confección a nivel global.

Referencias

- de Angelis, M., (2000) 'Trade, the global factory and the struggles for the new commons', paper presented at the CSE conference: Global capital and global struggles, strategies, alliances, and alternatives, London, 1-2 July, 2000.
- _____. 2007. *The Beginning of History: Value Struggles and Global Capital*. London: Pluto Press.
- Anner, M. & Evans, P. 2005. Building Bridges across a Double Divide: Alliances between US and Latin American Labor and NGOs. In D, Eade, & A, Leather. eds. *Development NGOs and Labor Unions: Terms of Engagement*, Bloomfield: Kumarian Press, p. 33-50.
- Appelbaum R. & E. Bonacich 2006. 'Behind the label: nequality in the Los Angeles Apparel Industry, Berkeley CA: University of California Press.
- Appelbaum R. & Lichtenstein, N. 2006. A New World of Retail Supremacy: Supply Chains and Workers' Chains in the Age of Wal-Mart. *International labor and Working Class History*, 70 (fall), p. 106-125.
- Armbruster-Sandoval, R. 2005. *Globalization and Cross-Border Labor Solidarity in the Americas: The Anti-Sweatshop Movement and the Struggle for Social Justice*. New York and London: Routledge.
- AFWA (Asian Floor Wage Alliance). 2005. Towards an Asian Floor Level Wage Campaign in the Garment Export Sector. New Trade Union Initiative. Unpublished document on file.
- _____. 2007. Declaration of the Asian Floor Wage Alliance. Unpublished document on file.
- Ascoly N. & Zeldenrust, I., 2003. East and Southeast Asia Regional Research Report. Den Hague. NOVIB ESEA Regional Research Report. Available at: http://www.cleanclothes.org/ftp/East_and_South_East_Asia_Regional_Research_Rep.pdf
- Barrientos, S. & Smith, S. 2007. Do Workers Benefit from Ethical Trade? Assessing codes of labour practice in global production systems. *Third World Quarterly*, 28 (4) p. 713 – 729.
- Bartley, T. 2003. Certifying Forests and Factories: States, Social Movements, and the Rise of Private Regulation in the Apparel and Forest Products Fields. *Politics and Society*, 31(3), p. 433-464.
- Braun, R., & Gearhart, J. 2005. Who Should Code Your Conduct: Labor Union and NGO Differences in the Fight for Workers' Rights. In Eade, *Development NGOs and Labor Unions*.
- Castree, N., Coe, N., Ward, K., & Samers, M. 2004. *Spaces of Work; global capitalism and geographies of labour* London: Sage Publications.
- CCC (Clean Clothes Campaign). 2001. Clean Clothes Campaign International Meeting 2001. Clean Clothes Campaign, Amsterdam.
- _____. 2005a. Freedom of Association and the Right to Collective Bargaining: A Clean Clothes Campaign Primer Focusing on the Global Apparel Industry. Clean Clothes Campaign: Amsterdam. Available at: http://www.cleanclothes.org/codes/docs/CCC_FoA_Primer.pdf [accessed 12 May 2007]
- _____. 2005b. Looking of a quick fix: How weak social auditing is keeping workers in sweatshops. Clean Clothes Campaign: Amsterdam. Available at: http://www.cleanclothes.org/ftp/05-quick_fix.pdf [accessed, 19 February 2008]

- _____. 2005c. *Made by Women: Gender, the global garment industry and the movement for women workers' rights*. Amsterdam: Clean Clothes Campaign.
- CCC (Clean Clothes Campaign), Oxfam International, Global Unions. 2004. Report: Play Fair At The Olympics Respect workers' rights in the sportswear industry. Available at: <http://www.fairolympics.org/background/olympicreporteng.pdf> [accessed 19 July, 2007]
- Collins, J.L. 2003. *Threads: Gender, Labor, and Power in the Global Apparel Industry*. Chicago/London: the University of Chicago Press.
- Connor, T. 2004. Time to scale up cooperation? Trade unions, NGOs, and the international anti-sweatshop movement. *Development in Practice*, 14, (1-2), p. 61-70.
- Crossley, M. 2003. Ever Newer Social Movements? Anti-Corporate Protests, Capitalist Crisis and the Remoralization of Society. *Organization* 10 (2), p. 287-305.
- Dent, K. 2005. Urgent Appeals Impact Assessment Study. Clean Clothes Campaign, [unpublished/internal study].
- Gill, S., & Law, D. 1989. Global Hegemony and the Structural Power of Capital. *International Studies Quarterly*, 33 (4), p. 475-499.
- Egels-Zandén, N. and E. Wahlqvist (2006) "Post-Partnership Strategies for Defining Corporate Responsibility: The Business Social Compliance Initiative", *Journal of Business Ethics*, 70: 175-189
- Esbenshade, J. (2008). Going Up Against the Global Economy: New Developments in the Anti-Sweatshops Movement, *Critical Sociology* 34(3) 453-470.
- ETI (Ethical Trading Initiative). 2006. The ETI Code of Labour Practice: Do Workers Really Benefit? Ethical Trading Initiative. Available at: <http://www.ethicaltrade.org/Z/lib/2006/09/impact-report/index.shtml> [accessed 16 November 2007]
- Faure, S. 2001. The role of joint voluntary initiatives in the promotion and momentum of social dialogue in the textile, clothing and footwear industries. *Sector Working Paper*, 170. Geneva: International Labour Office.
- Frundt, H. (1999) 'Cross-border organizing in apparel: Lessons from the Caribbean and Central America' *Labor Studies Journal* 24 (1): 89-106.
- Frundt, H. (2002) 'Four models of cross-border *maquila* organizing', in: Bruce Nissen (ed.) *Unions in a Globalized Environment*. Armonk, NY: M. E. Sharpe: 45-75.
- Greenfield, G. 1998. 'Flexible Dimensions of a Permanent Crisis: TNCs, Flexibility, and Workers in Asia.' *Asian Labour Update* (February-May 1998).
- Harvey, D. 1990. *The Condition of Postmodernity*. Oxford: Blackwell.
- _____. 1999. *The Limits to Capital*. London: Verso.
- _____. 2001. The Geography of Capitalist Accumulation: A Reconstruction of the Marxian Theory. In Harvey, D., ed. *Spaces of Capital: Towards a Critical Geography*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Hoogvelt, A. 1997. *Globalization and the Postcolonial World: The New Political Economy of Development*. Baltimore, MD: John Hopkins University Press.
- Jenkins, R. 2002. The political economy of codes of conduct. In R. Jenkins, R. Pearson & G. Seyfang, eds. *Corporate Responsibility & Labour Rights; Codes of Conduct in the Global Economy*. London: Earthscan Publications.
- Klein, N. 2000. *No Logo*. London: Flamingo.
- Knight, G. & Greenberg, J. 2002. Promotionalism and Subpolitics: Nike and its Labor Critics. *Management Communication Quarterly*, 15, p. 541-570.
- Kaplinsky R., & Morris, M. 2001. A Handbook for Value Chain Research. Prepared for the ICRC. Available at: <http://www.ides.ac.uk/ids/global/pdfs/VchNov01.pdf> [accessed 18 May 2002]

- Kearney, N. 1999. Corporate Codes of Conduct: the Privatized Application of Labour Standards. In S. Picciotto & Mayne, R., eds. *Regulating International Business. Beyond Liberalization*. London: Macmillan, p. 205-220.
- Lichtenstein, N. 2006. A template of Twenty-First-Century Capitalism. In N. Lichtenstein, ed. *Wal-Mart: The Face of Twenty-First-Century Capitalism*. New York/London: The New Press.
- Lipietz, A. 1987. *Mirages and Miracles: the Crisis of Global Fordism*. Thetford: The Thetford Press.
- Locke, Richard, Fei Qin and Alberto Brause. 'Does Monitoring Improve Labor Standards: Lessons from Nike' in *Industrial and Labor Relations Review*, vol. 61, no. 1, October 2007.
- Mamic, I. 2004. *Business and code of conduct implementation: how firms use management systems for social performance*, New York and Geneva: International Labor Organisation.
- MSN (Maquila Solidarity Network). 2005. *Brand campaigns and worker organizing: Lessons from Lesotho, Thailand and Honduras*. Maquila Solidarity Network, Toronto.
- Merk, J. 2005. The Play Fair at the Olympics Campaign: An Evaluation of Company Responses. Clean Clothes Campaign, Oxfam, Global Unions. Available at: http://www.fairolympics.org/background/pfoc_evaluation.pdf
- _____. 2007. 'The private regulation of labour standards: the case of the apparel and footwear industries', in: Graz, Jean-Christophe and Andreas Nölke (eds.) *Transnational Private Governance and its Limits*, Routledge, London and New York
- _____. 2008. 'Restructuring and Conflict in the Global Athletic Footwear Industry: Nike, Yue Yuen and Labour Codes of Conduct', in: Taylor, Marcus (ed.) *Global Economy Contested: Finance, Production and the International Division of Labour*, Routledge, 2008)
- Miller, D. 2004. Preparing for the long haul: Negotiating International Framework Agreements in the Global Textile, Garment and Footwear Sector. *Global Social Policy*, 4 (2), p. 215-239.
- _____. 2005. Response of WFSGI to the Play Fair at the Olympics Campaign. Available at: www.fairolympics.org/background/pfoc_evaluation.pdf [accessed 3 April 2006]
- Muchhala, B. 2005. Purchasing practices and the implementation of international labor standards in the global supply chain: Current perspectives and analyses of advocates, campaigners and trade unionists. Den Hague: Novib Oxfam Netherlands.
- Nike, Inc. 2005. *FY04 Corporate Responsibility Report Nike, Inc.* Available at: <http://www.nike.com/nikebiz/nikebiz.jhtml?page=29&item=fy04> [accessed 10 March 2005]
- O' Rourke, D. 2003. Outsourcing Regulation: Analysing Non-Governmental Systems of Labor Standards and Monitoring. *Policy Studies Journal*, 31 (1), p. 417-437.
- Palpacuer, F. 2006. Global Network Firms and Global NGO Networks: Towards a new mode of regulation? Paper presented at: Fair Labor Association Meetings in Bamberg, Germany June 12-15.
- Peterson, V.S. 2003. *A Critical Rewriting of Global Political Economy: Integrating reproductive, productive and virtual economies*. London and New York: Routledge.
- Petrovic, P. 2005. Trade Unions and the Struggle for Gender Justice. In CCC, ed. *Made by Women: Gender, the global garment industry and the movement for women workers' rights* (Amsterdam: Clean Clothes Campaign).
- PlayFair 2008. 2008. Clearing the Hurdles.
- Price, R. 2003. Transnational Civil Society and Advocacy in World Politics. *World Politics*, 55, p. 579-606.
- Robbins, M. & Vickery, K. 2005. Sick and Tired: The Impact of Gender Roles on Garment Workers' Health. In CCC, ed. *Made by Women: Gender, the global garment industry and the movement for women workers' rights*. Amsterdam: Clean Clothes Campaign.
- Ross, A. 2006. The fast boat to China: Corporate flight and the human cost of free trade. Paper presented at: Cornell University Conference, *Global companies – Global Unions – Global Research – Global Campaigns*. New York, 9-11 February 2005.

- Rodriguez-Garavito, C.A. “Global Governance and Labor Rights: Codes of Conduct and Anti-Sweatshop Struggles in Global Apparel Factories in Mexico and Guatemala, Politics and Society, no. 33: 203-233
- Ruggie, J.G. 2004. Reconstituting the Global Public Domain –Issues, Actors, and Practices. *European Journal of International Relations*, 10 (4), p. 499-531.
- Santoro, M.A. 2003. Beyond Codes of Conduct: An Organisational Integrity Approach to Global Labor Standards, *Hum. Rts. Q.* 25: 407
- SOMO. 2003. *Monitoring and Verification Terminology guide for the garments and sportswear industries*. [Online]. Available at: <http://www.somo.nl/monitoring/reports/terminology.htm> [accessed 11th March, 2006]
- Sum, N.L. 2005. From “New Constitutionalism” to New Ethicalism: Global Business Governance and the Discourses and Practices of Corporate Social Responsibility. Paper prepared for the European Consortium for political Research Joint Sessions, Workshop 24: *Transnational private Governance in the Global Political Economy*. Granada, Spain, 14-19 April 2005.
- Utting, P. 2000. Promoting Socially Responsible Business in Developing Countries: The Potential and Limits of Voluntary Initiatives. Report of the UNRISD Workshop. Geneva, Swiss 23-24 October 2000.
- _____. 2004. *Corporate Social Responsibility and Business Regulation*. UNRISD Research and Policy Brief. March.
- _____. 2007 ‘CSR and Equality’, Third World Quarterly, Vol. 28, No. 4, 2007, pp 697 – 712
- World Bank. 1993. *The East Asian Miracle: Public Growth and Public Policy*. New York: Oxford University Press.
- Wrigley, N. Coe, N.M. & Currah, A. 2005. Globalizing retail: conceptualizing the distribution-based transnational corporations (TNC). *Progress in Human Geography*, 29, p. 437–457.
- Yanz L. & Jeffcott, B. 1997. El Salvador Conference Debates Independent Monitoring. *Asian Labour Update*, 26 (1).
- Zeldenrust, I. 2004. Lobby Strategy December 2004 – September 2004; for the Clean Clothes Campaign / Global Unions / Oxfam International Olympics Campaign, Draft 2 -22 December 2003.

-
- ¹ Greenfield 1998.
- ² Harvey 1999: 98.
- ³ Peterson 2003: 51; CCC 2005a.
- ⁴ ICFTU 2006.
- ⁵ CCC y demás. 2004.
- ⁶ Petrovic 2005: 93.
- ⁷ Robbins y Vickery 2005: 39.
- ⁸ Cowie citado en Collins 2003: 4.
- ⁹ 2005: 95.
- ¹⁰ La producción de indumentaria está incluso más fragmentada; incluye, literalmente, cientos de proveedores en decenas de países.
- ¹¹ CCC y demás. 2004.
- ¹² Para un debate sobre lugares de trabajo informales, vea el informe de la OIT sobre este tema, disponible en: <http://www.ilo.org/public/english/employment/infeco/ilc2002.htm>; vea también: Hensman (2005).
- ¹³ Ascoly y Zeldenrust 2003.
- ¹⁴ Cf. Lichtenstein 2006: xiv.
- ¹⁵ Gill y Law 1989: 481.
- ¹⁶ De Angelis 2007: 124.
- ¹⁷ Hoogvelt, 1997: 124.
- ¹⁸ Vea Appelbaum 2007; Merk próximamente.
- ¹⁹ Cheng 1996: 275.
- ²⁰ AMRC, 2005: 18.
- ²¹ Vea Ambruster-Sandoval (2005) para un debate sobre cómo las empresas transnacionales asiáticas pueden limitar el efecto de las campañas de marcas. Mientras el poder en aumento de las empresas transnacionales asiáticas suele considerarse un obstáculo para obtener resultados en las campañas para obtener mejoras para los trabajadores, algunos sostienen que la consolidación y la concentración de la producción de estas empresas transnacionales asiáticas, en realidad, puede facilitar los esfuerzos de control de los compradores occidentales y facilitar la organización de los trabajadores en estos lugares de producción a gran escala; vea Appelbaum 2005; NTUI 2006.
- ²² Para un debate vea: De Haan y Stichele 2007.
- ²³ Cheng 1996: 276.
- ²⁴ *Jakarta Post*, 10 de enero de 2001.
- ²⁵ *Jakarta Post*, 21 de junio de 2004, “Los trabajos en la industria del calzado caen casi un sesenta por ciento”.
- ²⁶ Citado en *Business Times*, 17 de diciembre de 2002.
- ²⁷ Karadjis 2006.
- ²⁸ Banco Mundial 1993: 165.
- ²⁹ *Ibidem*.
- ³⁰ Kearney 1999: 207.
- ³¹ Kaplinsky y Morris 2001: 21-2.
- ³² UNCTAD, 1999, citado en De Angelis, M., (2000) “Comercio, la fábrica global y las peleas por las nuevas comunidades” [*Trade, the global factory and the struggles for the new commons*], documento presentado en la conferencia de la CSE: Capital global y peleas, estrategias, alianzas y alternativas globales, Londres, 1-2 de julio de 2000.
- ³³ JP Morgan, 16 de enero de 2004.
- ³⁴ Figura citada en *The Nation*, 31 de diciembre de 2001, “Un nuevo lugar de atracción gigante” [*A New Giant Sucking Ground*].
- ³⁵ Palpacuer 2006; Lipietz 1987.
- ³⁶ Al mismo tiempo, las ventajas competitivas acumuladas en el área de reubicación especial, como aquellas en el área de ventajas técnicas, tienden a desaparecer a lo largo del tiempo. En la actualidad, queda poco espacio para aumentar las ganancias por disminuir los costos de aprovisionamiento mediante el cambio de ubicación, y la segunda opción, rebajar, corre el riesgo de hacer que los precios bajen demasiado.
- ³⁷ Wrigley y demás. 2005: 438.
- ³⁸ Oxfam 2004; CCC y demás. 2004.
- ³⁹ Braun y Gearhart 2005: 217.
- ⁴⁰ Comunicado de prensa, 20.05.2006, KarstadtQuelle AG: Li & Fung se hace cargo de importaciones a nivel mundial, http://www.karstadtquelle.com/script/druckversion.asp?url=/englisch/presse/1072_9077.asp [último acceso: 22-06-07].
- ⁴¹ 20.05.2006, KarstadtQuelle AG: Li & Fung se hace cargo de importaciones a nivel mundial, http://www.karstadtquelle.com/script/druckversion.asp?url=/englisch/presse/1072_9077.asp [último acceso: 22-06-07].
- ⁴² *Boletín informativo de la CCC*, 2000, #??
- ⁴³ Para debates, vea, por ejemplo, Klein 2000; Crossley 2003; Jenkins 2002; Connor 2004.

-
- ⁴⁴ Rodríguez-Garavito 2005: 204, se agregaron las letras cursivas.
- ⁴⁵ Appelbaum y Bonacich 2000: 297.
- ⁴⁶ Veá, para un panorama general de las actividades: <http://www.cleanclothes.org/campaign/communities.htm>.
- ⁴⁷ Esta sección depende casi exclusivamente de Merk (2007).
- ⁴⁸ Utting 2000: 4.
- ⁴⁹ Jenkins 2002: 13.
- ⁵⁰ Bartley 2003: 437.
- ⁵¹ Kearney 1999: 210.
- ⁵² Lea, por ejemplo, O'Rourke 2003.
- ⁵³ Lea, para posiciones: Connor, 1998, Yanz y Jeffcott, 1997, Bartley, 2003.
- ⁵⁴ SOMO 2003: 5.
- ⁵⁵ *Ibidem.*: 5.
- ⁵⁶ *Ibidem.*: 8.
- ⁵⁷ Faure 2001: 48.
- ⁵⁸ 2005: 220.
- ⁵⁹ Sum 2005.
- ⁶⁰ *Ibidem.*
- ⁶¹ CCC 2005b: 74-84.
- ⁶² Aquí nos enfocamos en el sistema de llamamientos urgentes de la CCC y las campañas laborales transfronterizas relacionadas. Para debates sobre campañas y estrategias similares, que suelen destacar las campañas laborales transfronterizas entre EE.UU. y América Central, vea: Frundt 1999; 2002; Anner y Evans 2005; Armbruster-Sandoval 2005; Rodríguez-Garavito 2005; Ross 2006; Red de Solidaridad de la Maquila 2005.
- ⁶³ Para un debate y análisis del éxito inicial de la campaña Gina Bra, vea MSN (2005); para obtener información sobre su fracaso a largo plazo, vea el sitio de la CCC.
- ⁶⁴ Campaña Ropa Limpia 2002.
- ⁶⁵ Dent 2005: 23-4.
- ⁶⁶ "Panorama General del Sistema de Llamamientos Urgentes Actual de la CCC" [*Overview of the Current CCC Urgent Appeals System*], Nina Ascoly, diciembre de 2003.
- ⁶⁷ Price 2003: 590.
- ⁶⁸ Dent 2005: 18.
- ⁶⁹ Armbruster-Sandoval 2005: 135.
- ⁷⁰ *Boletín informativo* de la CCC, No. 15, "La pelea en sí misma fue la Victoria de los trabajadores de Ladybird en Tailandia", junio de 2002.
- ⁷¹ Klein 2000.
- ⁷² Veá el sitio web de Juego Limpio: <http://www.fairolympics.org/>.
- ⁷³ Declaración de la Campaña de Juego Limpio 2008 disponible en: http://www.playfair2008.org/templates/templateplayfair/docs/PF_2008_campaign_statement.pdf.
- ⁷⁴ *Ibidem.*
- ⁷⁵ Castree y demás. 2004: 221
- ⁷⁶ Appelbaum y Lichtenstein, 2006: 121
- ⁷⁷ Barrientos y Smith 2007; vea también ETI, 2006
- ⁷⁸ *Ibidem.*
- ⁷⁹ Locke, Richard, Fei Qin y Alberto Brause. "¿Controlar mejora los estándares laborales?: Lecciones de Nike" [*Does Monitoring Improve Labor Standards: Lessons from Nike*] en *Revisión de relaciones Industriales y Laborales* [*Industrial and Labor Relations Review*], vol. 61, N^o 1, octubre de 2007.
- ⁸⁰ Veá, e.g., Connor 2004; Miller 2004.
- ⁸¹ Utting, 2007: 707.
- ⁸² En una revisión de los desarrollos en el movimiento contra empresas que explotan a los trabajadores de EE.UU., Jill Esbenschade arriba a una conclusión similar. Ella expresa que "las victorias han sido pocas y, frecuentemente, efímeras", aunque el "movimiento contra empresas que explotan trabajadores ha incrementado su capacidad de desafiar a las empresas de indumentaria para no sólo mejorar las condiciones en fábricas de manera individual, que son difíciles de sostener, sino también abocarse a las estructuras subyacentes que continuarán reproduciendo estas condiciones, en fábrica tras fábrica." (2008: 467).
- ⁸³ Debido a restricciones de espacio, sólo detallamos estrategias desarrolladas o apoyadas por la red de la CCC. Otros intentos para mejorar las condiciones laborales en la producción global incluyen: (i) una estrategia de comercio justo; (ii) el uso de cláusulas con contenido social en acuerdos comerciales; y (iii) acuerdos de marco internacionales, negociados y firmados por una federación global de sindicatos y empresas transnacionales.
- ⁸⁴ Lógicamente, hay una variedad de estrategias diferentes exploradas por otras organizaciones y redes que buscan tratar temas similares. Por ejemplo, el Programa de Proveedores Designados desarrollado y dirigido por organizaciones de EE.UU. como Estudiantes Unidos contra Empresas que Explotan Trabajadores, que requiere que los licenciarios de universidades "utilicen los lugares de producción donde los trabajadores defienden activamente sus derechos".

-
- ⁸⁴ Dent 2005: 59.
- ⁸⁵ Vea casos de llamamientos urgentes en el sitio web de la CCC: Thai Durable (1999) y Bed and Bath (2002).
- ⁸⁶ Ross 2006: 67.
- ⁸⁷ Declaración de la posición de la Alianza Asiática para el Salario Mínimo, junio de 2007, disponible en: <http://www.asiafloorwage.org/Positionstatement.htm>.
- ⁸⁸ La Iniciativa de Nuevos Sindicatos (NTUI) sostiene que “las crecientes interconexión y formalización de relaciones entre compradores y fabricantes en la cadena de suministro se está volviendo cada vez más evidente... Todos estos factores aumentan aún más la responsabilidad de la cadena a nivel global y mejoran la posibilidad de estructuras de negociación colectiva viables” (2005).
- ⁸⁹ AFW 2006: 3.
- ⁹⁰ Dichas inversiones hacen productivo al capital “inmovilizado, en niveles crecientes” (Harvey 1999: 380).
- ⁹¹ Este argumento suele utilizarse al defender un salario digno; vea, por ejemplo, Miller y Williams 2007
- ⁹² AFWC 2006: 3.
- ⁹³ Proponen una campaña salarial por un salario común, basado en la paridad del poder adquisitivo, que es una moneda hipotética en la cual un dólar de esta paridad tiene el mismo poder adquisitivo que un dólar estadounidense, en cada país. Ayuda a mostrar el valor de una unidad de moneda local en un país en especial, según los precios relativos de bienes y servicios. Por ejemplo, en China, Bangladesh e India, un dólar estadounidense tiene un poder adquisitivo equivalente a 5 dólares estadounidenses en EE.UU. El uso de esta paridad posibilitaría establecer un nivel salarial común en los distintos países. Al momento de escribir este documento, no se ha llegado a un consenso sobre cuál debería ser el nivel de este salario.
- ⁹⁴ Citado en Muchhala 2005.
- ⁹⁵ Zeldenrust 2004.
- ⁹⁶ Vea Manic 2003.
- ⁹⁷ Citado en Santoro 2003: 423.
- ⁹⁸ Nike 2005: 12.
- ⁹⁹ Ruggie 2004: 518.
- ¹⁰⁰ En este contexto, la CCC no puede definirse como una MSI porque no cuenta con representación industrial (sólo ONGs y sindicatos).
- ¹⁰¹ Vea, para más información: <http://www.jo-in.org/pub/about.shtml>.
- ¹⁰² La CCC ha rechazado una invitación para asesoría realizada por GSCP. En una carta abierta a GSCP, la CCC explicó por qué se rehusó a participar en su proceso de asesoramiento. La carta está disponible en: <http://www.cleanclothes.org/ftp/07-06-07-GSCP.pdf>.
- ¹⁰³ Egels-Zandén y Wahlqvist 2006: 182.
- ¹⁰⁴ La fuerza motivadora de la Iniciativa Industrial del Cumplimiento Social (BSCI) es la Asociación de Comercio Exterior (FTA) de Bruselas, que es la asociación de comercio europeo que se aboca, específicamente, a temas de comercio exterior. Este grupo de presión se ha pronunciado enérgicamente contra la creación de reglas *obligatorias* con respecto a la responsabilidad social corporativa. Les preocupa, en esencial, los posibles nexos entre los acuerdos comerciales y el desarrollo sostenible, ya que podrían generar nuevas barreras para la liberalización del comercio. Para un debate un poco desactualizado de la BSCI vea: Merk and Zeldenrust 2005.
- ¹⁰⁵ O'Rourke 2004: 31.
- ¹⁰⁶ Egels-Zandén y Wahlqvist 2006: 182.
- ¹⁰⁷ Cf. Egels-Zandén y Wahlqvist 2006.
- ¹⁰⁸ Estas recomendaciones se describieron por primera vez en el informe de Juego Limpio y luego se pusieron en práctica en un documento titulado: De Atenas a Pekín — Programa de Trabajo para la Industria de la Indumentaria Deportiva” [*From Athens to Beijing – a Programme of Work for the Sportswear Industry*], disponible en:
- ¹⁰⁹ CCC, ICFT, Sindicatos a nivel global, Oxfam, 1 de marzo de 2004, “carta”, archivada.
- ¹¹⁰ Juego Limpio en los Juegos Olímpicos, p. 68: <http://www.cleanclothes.org/publications/04-olymp-report.htm>.
- ¹¹¹ Para un panorama general sobre las respuestas de las empresas a la Campaña de Juego Limpio, vea Merk 2005.
- ¹¹² Juego Limpio 2008.
- ¹¹³ Miller 2005: 15.
- ¹¹⁴ Juego Limpio 2008 (2008),
- ¹¹⁵ Miller 2004: 220.