

Ambiciones peligrosas

Cómo las prácticas de compra de las marcas de indumentaria propician los abusos laborales

Resumen

Poco después del derrumbe del Rana Plaza en 2013, en los suburbios de Dacca en Bangladés, donde murieron más de mil trabajadores, un alto ejecutivo de una marca mundial tomó un vuelo a Pakistán¹. Este viaje de último momento fue una medida desesperada para suplir los encargos que su empresa había encomendado a una fábrica destruida en el desastre de Rana Plaza y que, claramente, nunca se entregarían. Llegó a un acuerdo comercial con un nuevo proveedor de indumentaria paquistaní y, pocas horas después, ya había salido del país en un vuelo. Se prescindió de los procedimientos que normalmente se aplican para incorporar a las fábricas como proveedoras. No importó que la marca global ya había rechazado antes a ese proveedor por no haber superado las auditorías sociales (inspecciones que controlan las condiciones laborales). Las necesidades comerciales de la marca se antepusieron a los derechos de los trabajadores. En referencia al doble criterio mostrado por la marca, un proveedor de indumentaria paquistaní que dio seguimiento a la transacción y la describió detalladamente a Human Rights Watch, dijo al respecto: “Todo porque [el representante de la marca global] tenía que suplir el encargo hecho a Rana Plaza, y la ética se fue por la borda. Son todos así”².

El desastre de Rana Plaza, en el que murieron 1138 trabajadores y más de 2000 resultaron heridos, fue un llamado de advertencia para el mundo entero. Puso de manifiesto el problema de las fábricas con condiciones de peligrosidad extrema y la deficiente supervisión por parte de las autoridades gubernamentales. También fue un hecho muy revelador sobre cómo las marcas de indumentaria realizan negocios y su compromiso con los derechos de los trabajadores.

Las características del negocio de la indumentaria hacen que las marcas tengan que estar atentas a tendencias del mercado y preferencias de los consumidores, que pueden cambiar a una velocidad vertiginosa. Ante el crecimiento exponencial de las compras en línea, los especialistas señalan que la posibilidad de las marcas globales de producir mercadería con rapidez es un factor clave para el éxito.

¹ Este informe usa la palabra “marca” en referencia a empresas de indumentaria y calzado que poseen marcas, así como para aludir a vendedores minoristas. El término “comprador” y “marca” se han usado indistintamente.

² Entrevista de Human Rights Watch a proveedor 6, que pidió que se preservara su anonimato, Pakistán, junio de 2018.

Antes de que un producto llegue a las tiendas, su desarrollo depende de una multiplicidad de decisiones. Son muchos los departamentos dentro de una marca que participan en las decisiones, e incluyen funciones como anticipar la demanda de los consumidores y planificación; ventas y promoción comercial; diseño de productos; selección de fábricas para la producción, así como el control de las normas sociales y laborales por parte de estas; y la realización y el pago de encargos a proveedores. Otra posibilidad es que algunas de estas decisiones las tomen agentes. Este complejo entramado de decisiones constituye lo que, en general, se conoce como prácticas de contratación y compras de una marca.

El presente informe se elaboró principalmente a partir de entrevistas realizadas a proveedores de indumentaria, auditores de cumplimiento social y expertos del sector de vestimenta, incluidos algunos con al menos una década de experiencia en la contratación para numerosas marcas globales; cientos de entrevistas a trabajadores; y el análisis de datos de exportaciones correspondientes a mercados productores clave en Asia. El informe sostiene que las prácticas deficientes que tienen las marcas en materia de contratación y compras pueden representar una de las principales causas de los abusos laborales exorbitantes que se producen en el contexto de las fábricas de indumentaria, y socavan los esfuerzos orientados a que los proveedores rindan cuentas por sus prácticas abusivas. Dado que, en general, las marcas tienen más peso comercial en las relaciones entre marca y proveedores, el modo en que las marcas hacen negocios con los proveedores influye considerablemente en las condiciones laborales.

Las marcas pueden y deben buscar un equilibrio entre el objetivo dual de responder a las demandas de los consumidores y proteger los derechos de los trabajadores en las fábricas que producen mercadería para ellas. Esto solo será posible si invierten en distintas herramientas para la debida diligencia en materia de derechos humanos, que también se necesitan para supervisar y rectificar sus contrataciones y compras, y si adoptan buenas prácticas que son esenciales para el sector. Estos pasos contribuirán sustancialmente a que las marcas cumplan con sus responsabilidades estipuladas en los Principios Rectores de la ONU sobre las Empresas y los Derechos Humanos (Principios Rectores de la ONU) y en la Guía sobre debida diligencia para una gestión responsable de las cadenas de suministro en las industrias de producción de indumentaria y calzado de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (Guía de la OCDE sobre debida diligencia en la producción de indumentaria).

Prácticas deficientes en materia de contratación y compras

Los precios bajos de compra y los plazos más breves para la fabricación de productos, agravados por proyecciones imprecisas, multas injustas y condiciones de pago inadecuadas, exacerban el riesgo de que los trabajadores sufran abusos en las fábricas. A menudo, las prácticas deficientes en el área de compras son la causa directa que frustra los esfuerzos de las marcas para asegurar que las condiciones en las fábricas que producen sus artículos respeten los derechos de los trabajadores. Las exigencias económicas que imponen a los proveedores son tan extremas, que llevan a estos a recortar costos de formas que agravan los abusos en el lugar de trabajo e incrementan la exposición de las marcas a riesgos para los derechos humanos. Muchas marcas exigen que sus proveedores aseguren lugares de trabajo donde se respeten los derechos, pero al mismo tiempo las incentivan a hacer exactamente lo contrario.

Los precios que las marcas pagan a los proveedores pueden frustrar la posibilidad de las fábricas de asegurar condiciones de trabajo dignas. En 2016, una encuesta global realizada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) a 1454 proveedores en distintos sectores, reveló que el 52 % de los proveedores de indumentaria indicaban que las marcas pagaban precios inferiores a los costos de producción. Un experto del sector, con más de 25 años de experiencia en la compra de indumentaria, calzado y otros productos para varias marcas, indicó a Human Rights Watch: “La presión sobre los equipos de contrataciones y los agentes de compras se reduce básicamente a encontrar un precio mejor [inferior] [para la producción de una fábrica]. Son pocas las veces que se pregunta ‘Si hacemos esto, ¿la producción cumplirá con las normas?’”. Los proveedores que dialogaron con Human Rights Watch consideraban que las marcas no negociaban los costos. Algunos manifestaron que las marcas ni siquiera computan los aumentos en los salarios mínimos legales. Diversos proveedores y expertos del sector también señalaron que la presión era mayor cuando las marcas usaban agentes para realizar pedidos.

El plazo que una marca concede a una fábrica para producir sus artículos afecta a la fábrica y a sus trabajadores. Un proveedor manifestó a Human Rights Watch:

Cada vez nos presionan más para reducir nuestros tiempos de producción. A veces, tenemos que confirmar plazos de entrega muy cortos, sin ninguna garantía [capacidad de amortiguación] ni tampoco tolerancia por parte de

la marca. Si no aceptamos los plazos de ejecución, es posible que no nos hagan el encargo.

La encuesta a proveedores realizada por la OIT en 2016 reveló que apenas el 17 % de los entrevistados en distintos sectores (no solo indumentaria) creían tener un plazo de entrega suficiente para producir la mercadería.

Las marcas pueden agudizar la presión de estos plazos al no hacer proyecciones adecuadas, al tardar en dar las especificaciones necesarias o las aprobaciones para los encargos, o al cambiar de un momento a otro el volumen de pedidos, lo cual impide que una fábrica pueda planificar el horario normal y las horas extras que deberán trabajar sus empleados. El índice de Prácticas de Compra 2018 de Better Buying, desarrollado por terceros a partir del sondeo anónimo de proveedores, reveló que se producen muchas demoras en las etapas previas a la producción. Los encuestados indicaron que apenas el 16 % de los compradores (marcas) cumplían todos los plazos acordados en las etapas de desarrollo de productos y las etapas previas a la producción.

Las marcas pueden y deben asumir la responsabilidad que les cabe por las demoras que provocan. Si no lo hacen, y son los proveedores quienes se ven obligados a absorber estos costos, suelen ser los trabajadores los que más pierden y se perjudican. Por ejemplo, las marcas que asumen su responsabilidad por las demoras son aquellas que tienen cronogramas de entrega flexibles, que pagan por el transporte aéreo para trasladar la mercadería con mayor rapidez o que no aplican multas económicas. Las condiciones de fabricación y las decisiones de gestión de una marca inciden en cómo sus representantes identifican los errores de las marcas y asumen responsabilidad por ellos. Los contratos de fabricación detallados por escrito no suelen ser la norma en el sector. Cuando existen, en general las condiciones se imponen unilateralmente, y muchas marcas no asumen por escrito responsabilidad alguna en relación con demoras u otros errores en los que incurren. Los especialistas señalan que hay casos de marcas inescrupulosas que aplican multas y descuentos injustos a proveedores como estrategia para reducir sus propios costos, pues saben que los proveedores no están en condiciones de mostrar resistencia.

Por último, a menudo las marcas postergan de manera irrazonable los pagos a los proveedores por el trabajo que hacen. El Código de Pagos Puntuales (Prompt Payment

Code) del Reino Unido, un conjunto de normas voluntarias y mejores prácticas relacionadas con pagos, es un buen ejemplo del tipo de enfoque que pueden adoptar las empresas y las autoridades regulatorias para erradicar esas malas prácticas.

Abusos laborales más frecuentes

Los enfoques de las marcas en materia de contratación y compras no son solamente un riesgo para los resultados financieros de una fábrica. Incentivan a los proveedores a recurrir a prácticas laborales abusivas y contrataciones riesgosas con proveedores no autorizados, para reducir costos. Esto implica que las prácticas de las marcas en estas áreas menoscaban de manera directa sus propios esfuerzos de reclamar que las condiciones laborales respeten los derechos en toda la extensión de sus cadenas de suministro. Human Rights Watch habló con siete auditores, que tenían entre cinco y 20 años de experiencia en auditorías sociales. Casi todos dijeron no estar observando mejoras suficientes en las condiciones laborales en las fábricas, en parte debido a que los precios pagados por las marcas a cambio de artículos de indumentaria eran demasiado bajos, y tampoco veían que se apoyara a las fábricas para que pudieran subsanar las prácticas irregulares.

Cabe destacar que la responsabilidad principal por las condiciones abusivas en el lugar de trabajo corresponde a los propios proveedores. Sin embargo, si las marcas de indumentaria están verdaderamente decididas a erradicar los abusos en sus propias cadenas de suministro, deben hacer todo lo que esté a su alcance para cerciorarse de que sus propias prácticas comerciales prevengan y desalienten los abusos de los proveedores, en vez de favorecerlos.

Aunque pareciera que algunas marcas están avanzando en la dirección correcta, en general las prácticas de compras de las marcas han demostrado que son un problema complejo y siguen dañando los derechos laborales, sobre todo en relación con los salarios y el horario laboral de los trabajadores, así como sus contratos. Muchas fábricas suelen ser hostiles a sindicatos y negociaciones colectivas—vehículos fundamentales para mejorar los salarios y los beneficios que perciben los trabajadores—y esta hostilidad se agudiza todavía más cuando las marcas no usan herramientas de cálculo de costos para reflejar las implicancias financieras del cumplimiento de las normas laborales y sociales.

Las irregularidades relacionadas con las horas extras son un secreto a voces en el sector. Las fábricas ocultan la cantidad de horas que efectivamente cumplen los trabajadores, con el fin de superar auditorías de cumplimiento, e identifican formas innovadoras de eludir las reglamentaciones sobre remuneración de horas extra. Por ejemplo, en Myanmar, los trabajadores explicaron cómo las fábricas les habían “robado minutos”. Para evitar pagar horas extras, se recalibraron sus metas de producción “por hora”, para que cada “hora” fuera de 45 o 50 minutos. En la India, los trabajadores de una fábrica contaron que los obligaban a usar parte de su licencia remunerada durante el período en el que la producción era baja, en vez de pagar las horas extras.

Asimismo, es común que las fábricas recurran a contratos informales de trabajadores para reducir costos o en respuesta a variaciones en los pedidos realizados por las marcas. Por ejemplo, en Pakistán, los proveedores con los que habló Human Rights Watch afirmaron estar extremadamente presionados y señalaron que muchas marcas aplicaban un sistema de licitación de precios. Esa fuerte presión genera un entorno propicio para las prácticas abusivas de reducción de precios, en vez de contrarrestarlas de manera enérgica. Como estrategia para reducir costos, las fábricas empleaban a trabajadores mediante contratistas, para evitar realizar aportes al sistema de seguridad y de jubilaciones que, de lo contrario, les correspondería pagar por ley. En Camboya, las fábricas utilizaban reiteradamente contratos a corto plazo por más tiempo del permitido legalmente, invocando como motivo las variaciones estacionales en los pedidos realizados por las marcas.

A fin de reducir los costos de horas extras, las fábricas intentan obtener más trabajo de los trabajadores en menos minutos u horas. Human Rights Watch ha escuchado reiteradamente relatos de trabajadores de distintos países —Camboya, Bangladés, la India, Myanmar y Pakistán— sobre la presión sufrida para trabajar más rápido y sin recesos. Algunos métodos habituales para lograr que los trabajadores produzcan más son limitar los descansos para ir al baño; realizar las “capacitaciones” en el horario de almuerzo o en otros recesos para evitar perder “tiempo de producción”, y cancelar los intervalos para tomar agua u otros recesos de descanso. La presión para trabajar más rápido tiene un impacto de género particular, sobre todo porque las trabajadoras necesitan recesos adicionales de descanso o para ir al baño durante la menstruación. Trabajadoras embarazadas de distintos países han indicado a Human Rights Watch que han sido señaladas como “improductivas”. Los trabajadores también han relatado como

los supervisores directos u otros encargados profieren abusos verbales para humillarlos y hacer que trabajen más rápido.

Externalizar la producción a unidades más pequeñas y de bajo costo, sin autorización de las marcas, es otro método empleado por las fábricas para reducir los costos de producción o cumplir con los plazos. Expertos del sector que tienen conocimiento de subcontrataciones no autorizadas indicaron a Human Rights Watch que las prácticas de compras de las marcas pueden propiciar esta externalización. Entre las falencias en las prácticas relacionadas con las compras que provocan el uso de subcontratistas no autorizados, identificaron la proyección deficiente, la falta de control de la capacidad de las fábricas por parte de las marcas, el uso de agentes de compras, la ausencia de cronogramas de pedidos, los cambios de último momento en el diseño y los magros precios.

Camboya es un ejemplo claro de un lugar donde aumentan las subcontrataciones no autorizadas. A pesar de que el salario mínimo legal aumentó, los datos comerciales de la UE y de EE. UU. muestran que los precios nominales de los artículos de indumentaria que pagan las marcas internacionales para los cinco principales productos fabricados en Camboya (clasificados según su valor) en general se redujeron entre 2014 y 2017; en el mismo período, el gobierno aumentó el salario básico mensual de USD 100 a USD 153 (sin incluir los beneficios obligatorios). Entre 2014 y 2016, la OIT documentó un marcado aumento en la cantidad de fábricas subcontratadas, de 82 a 244.

En 2016, con la ayuda de trabajadores, Human Rights Watch localizó en un mapa a 45 fábricas subcontratadas en la provincia de Kandal, en Camboya, adicionalmente a algunas otras fábricas subcontratadas que Human Rights Watch identificó en Phnom Penh. La mayoría de estas fábricas no estaban designadas, y eso dificultaba la posibilidad de detectar que en un edificio había una fábrica. En los pocos establecimientos donde Human Rights Watch pudo entrevistar a trabajadores de estas fábricas subcontratadas, Human Rights Watch determinó que las condiciones eran peores: los trabajadores eran contratados ocasionalmente y percibían remuneración a destajo, no recibían otros beneficios legales y trabajaban en fábricas sin clínicas de salud.

Diversos expertos en contratación con los que habló Human Rights Watch, así como proveedores, identificaron distintas prácticas de compra que contribuían a las prácticas

en las fábricas. Entre estas se incluían los precios que no toman debidamente en cuenta el costo de mano de obra, proyecciones deficientes, cambios exorbitantes en el volumen previsto de los encargos y demoras en las especificaciones técnicas de las marcas (documentación que contiene la información completa para fabricar un producto, incluidas imágenes y medidas para la confección, materiales y datos sobre talles) y en las aprobaciones necesarias para empezar la producción en serie.

Además, las fábricas presionadas para producir a bajo costo no invierten lo suficiente en mejoras para prevenir incendios y en la seguridad edilicia. El modo en que las marcas comercian con estas fábricas influye en la posibilidad que tienen de obtener préstamos, incluso para realizar mejoras. Un estudio realizado por la International Finance Corporation en Bangladés mostró los nexos que existen entre las prácticas de compra de las marcas y la seguridad edilicia y contra incendios. En la posibilidad de las fábricas de obtener préstamos para estas inversiones influía si podían demostrar sólidas relaciones comerciales y un flujo de efectivo considerable, lo cual dependía sustancialmente de las prácticas de compra de las marcas. El Acuerdo de Bangladés sobre Incendios y Seguridad Edilicia estipuló específicamente que las marcas tienen la responsabilidad de facilitar el financiamiento con fines de saneamiento. Los especialistas creen que esto hizo que algunas marcas recurrieran a sus prácticas de compra para contribuir a financiar mejoras en las fábricas, pero que, salvo por eso, no generó reformas significativas en las prácticas de compras de todas las marcas asociadas.

Asimismo, otras consideraciones sobre salud y seguridad laboral, como que las fábricas instalaran mecanismos de refrigeración suficientes para mantener condiciones laborales adecuadas, también dependen de la posibilidad de las fábricas de realizar las inversiones económicas necesarias. Diversos trabajadores describieron a Human Rights Watch las difíciles condiciones en las que trabajan, que permiten apreciar los métodos de reducción de costos utilizados por las fábricas. Por ejemplo, algunos trabajadores comentaron sudar abundantemente y trabajar con niveles de calor intolerables, así como la poca circulación de aire debido a la falta de ventiladores suficientes o a que estos solamente hacen circular el aire caliente en un espacio cerrado.

Características fundamentales de la debida diligencia efectiva en materia de derechos humanos en las prácticas de compra

Las marcas tienen la responsabilidad de tomar medidas para identificar y detener, prevenir y mitigar los riesgos que provocan o agravan los problemas de derechos humanos en sus cadenas de suministro.

Las marcas—tanto grandes como pequeñas—que tengan un verdadero compromiso con los derechos de los trabajadores deberían adoptar y publicar una política sobre prácticas responsables en materia de compras e integrarlas a todos los departamentos internos, como procedimientos operativos estándar, capacitaciones, indicadores clave de desempeño e incentivos asociados con medidas sobre cumplimiento social y laboral en las fábricas.

La integración interna de la política debería estar acompañada por una reforma exhaustiva en lo que respecta a las contrataciones. Estas reformas deberían asegurar que los contratos con los proveedores estipulen con precisión las responsabilidades que tienen las marcas de tomar en cuenta los costos de cumplimiento con las normas laborales y sociales y los plazos de producción. Los contratos deberían establecer la responsabilidad de las marcas de brindar al proveedor especificaciones técnicas completas y exactas, aprobaciones de la marca, las consecuencias de las demoras que sean atribuibles a la marca y los incentivos comerciales para que las fábricas cumplan con las leyes laborales y los acuerdos de negociación colectiva. Este tipo de reforma contractual contribuirá a mitigar el desequilibrio de poder entre las marcas y los proveedores, al plasmar en contratos los compromisos de las marcas. También servirá para mitigar la exposición de las marcas a los mayores riesgos, en términos de derechos humanos, originados en las acciones y las omisiones de las marcas, y permitirá que una marca demuestre, dando certeza jurídica a sus proveedores, que tiene el compromiso de asumir la parte que le corresponde de la responsabilidad de prevenir o mitigar los riesgos para los derechos humanos en las fábricas.

Las marcas deberían combinar esta reforma contractual y de sus políticas, con la participación en iniciativas emergentes de debida diligencia en materia de derechos humanos. Cuando se preparó este documento, se encontraban en curso tres iniciativas

alentadoras que pueden favorecer la aplicación, por parte de las marcas, de debida diligencia en materia de derechos humanos a sus prácticas de compra.

Una de estas iniciativas son las encuestas anónimas a proveedores que realiza Better Buying, para conocer las prácticas de compra de las marcas. Better Buying brinda información sobre el sector en general y, a la vez, permite que las marcas obtengan informes específicos que las ayuden a dar seguimiento a sus avances, utilizando indicadores clave sobre prácticas de compra. Las marcas deberían participar en las encuestas realizadas por terceros, como Better Buying, y publicar un resumen de los resultados específicos que reciben.

Otras son iniciativas que procuran combinar la acción colectiva de marcas sobre reforma de las prácticas de compra, con la negociación colectiva sectorial, como la iniciativa Action, Collaboration, and Transformation (ACT) on Living Wages, que centra su labor en un número reducido de países clave. Estas iniciativas colectivas pretenden incrementar la influencia de las marcas en las fábricas compartidas y limitar la competencia entre proveedores. Las marcas deberían sumarse a iniciativas colectivas como ACT. Mientras esperan que iniciativas como ACT celebren exitosamente acuerdos de negociación colectiva sectoriales, las marcas deberían adoptar medidas para hacer un seguimiento de si sus proveedores respetan la libertad sindical y de negociación colectiva de sus trabajadores, y favorecer esto mediante incentivos comerciales.

La tercera iniciativa consiste en una serie de herramientas de cálculo de costos que la Fair Wear Foundation desarrolló para los once países donde tiene presencia. Las marcas que no cuenten con herramientas sofisticadas de cálculo de costos que les permitan definir los costos que supone el cumplimiento de las normas laborales y sociales en las fábricas, deberían usar este tipo de herramientas, como la creada por Fair Wear Foundation.

Por último, las marcas deberían informar en forma pública y periódica sobre cómo están mejorando sus prácticas de compra y trabajando para favorecer el cumplimiento de las normas sociales y laborales en las fábricas, empleando para ello indicadores específicos. Estos indicadores sobre prácticas de contratación y compras deberían desarrollarse en consonancia con los sugeridos en la Guía de la OCDE sobre debida diligencia en la producción de indumentaria, y tomar como base los indicadores formulados por

organizaciones como Fair Wear Foundation y el Stern Center for Business and Human Rights de la Universidad de Nueva York (NYU).

Hay un movimiento cada vez mayor de consumidores e inversionistas conscientes, a quienes no solo les interesan las tendencias y las utilidades, sino también los trabajadores que confeccionan sus prendas. Las marcas deberían mostrar y explicar cómo están mejorando sus propias prácticas de contratación y compras, y a la vez exigir que se protejan los derechos de los trabajadores en las fábricas.