

Trabajar hasta desfallecer. Ropa deportiva y Deslocalización

Si bien hasta ahora se ha prestado atención a las condiciones de la cadena de valor de las grandes marcas de ropa deportiva, como Adidas o Nike, no ha ocurrido lo mismo con las cadenas de material deportivo, como Decathlon, Intersport, JD Sport, Sprinter, Décimas, Calderón y Sport Zone.

En un estudio realizado por la OCU, *Trabajar hasta desfallecer*, se analizan las condiciones laborales en estas cadenas.

Como es habitual en la industria textil, estas cadenas han deslocalizado la producción de sus prendas en países asiáticos, aunque se ha diversificado en distintos países como China, Bangladesh, Vietnam, Birmania o Camboya, estos últimos con costes salariales inferiores a los del gigante asiático.

En los últimos años, Camboya ha desplazado a China y se ha convertido en uno de los grandes productores mundiales, empleando a más de 600.000 personas y con el 80% de las exportaciones mundiales. Este país es un buen reflejo de lo que ocurre en el resto de la producción deslocalizada, por lo que se ha tomado como base del estudio.

Camboya cuenta con una legislación laboral relativamente completa, pero según la ONG Human Rights Watch hay varios problemas recurrentes en el entorno laboral.

En primer lugar, los fabricantes se fijan unos objetivos demasiado ambiciosos y se obliga a los empleados a trabajar horas extras, muchas veces no renumeradas y por encima del límite legal de 12 horas semanales. El cansancio, el calor, la mala alimentación y factores psicológicos han hecho estragos entre los trabajadores, a los que incluso se les deniegan las bajas médicas aunque tengan un justificante médico. La autoridad sanitaria camboyana ha llegado a contabilizar 1.850 personas que han perdido el conocimiento en su puesto de trabajo en 2015.

Contratos temporales para presionar al trabajador

Pero detrás de estas condiciones laborales se encuentra el problema de fondo del encadenamiento de contratos temporales: los trabajadores son contratados por tan solo dos o tres meses, como medio de presión para que acepten las condiciones laborales impuestas bajo amenaza de no renovación. El 80% de las fábricas en Camboya usan

UD3_RSC i treballar fins a defallir!

esta estrategia y mantienen a sus trabajadores en precario durante largo tiempo, a pesar de que la ley fija un máximo de 2 años.

A pesar de estas condiciones generalizadas, los trabajadores se están movilizandoy han conseguido que el salario mínimo de la industria suba de 54 euros al mes en 2013 hasta los 123 euros en 2016. Aunque según la Campaña Ropa Limpia, para que una familia de cuatro miembros pueda llevar una “vida digna” serían necesarios 285 euros al mes.

Auditorías Sociales y Responsabilidad Social

La cuestión es hasta qué punto las marcas europeas conocen la situación y en qué medida son responsables de ella.

Solo la mitad de las cadenas del estudio publican un informe sobre su compromiso social estableciendo sus principios de conducta y asumiendo que tienen una “responsabilidad en cascada” para obligar a sus proveedores a aplicarlos en todas las fábricas con las que subcontraten trabajos. Aunque ninguna cadena permite a los proveedores subcontratar sin tener la autorización expresa de la casa matriz, las auditorías sociales sobre el terreno son cruciales para llevar el control.

SEIS CADENAS, TRES NIVELES DE COMPROMISO

El estudio de la OCU, tras las visitas a Camboya, revisar la documentación y las respuestas de las cadenas al cuestionario que les enviamos , constata tres niveles de compromiso.

EN EL CAMINO

DECATHLON

Un 14% de sus productos de marca propia se produce en el sudeste asiático. Su política de derechos humanos es pública y se aplica a todos sus trabajadores, incluidos

UD3_RSC i treballar fins a defallir!

proveedores de nivel 1 y 2. Se comprometen a pagar el salario mínimo del país (no el salario “digno”) y rechazan el trabajo infantil y juvenil. No hay una entidad certificadora independiente, pero audita la producción subcontratada para comprobar si se respetan los principios sociales y tiene un Plan de Acción preventivo. Si el proveedor no pasa la prueba, se rescinde el contrato. En 2014, el 65% de sus proveedores de nivel 1 y el 53% de los de nivel 2 aprobaron.

INTERSPORT El 15% de sus ventas son marca propia, pero no publica la lista de sus proveedores. Se adhiere al código de conducta BSCI (Business Social Compliance Initiative), que compromete al pago de un salario mínimo vital (aparte del legal), retribuir las horas extra, respetar el tiempo máximo de trabajo y garantizar un trato justo y condiciones aceptables (agua, baños...). Prohíbe el trabajo infantil y reconoce la negociación colectiva. BSCI actúa como un auditor externo, pero solo garantiza hasta el nivel 1 de proveedores. La compañía entrena a sus compradores y realiza auditorías sociales: 95% de su producción auditada en 2015. No asume compromisos medioambientales.

HAN DADO ALGUNOS PASOS

JD SPORTS Y SPRINTER Ambas cadenas pertenecen al mismo grupo. No indican quiénes son sus proveedores, pero tienen una política de derechos humanos pública y exigen a todos sus proveedores que cumplan las directrices de la Ethical Trading Initiative: pago de un salario digno (aunque no especifica cómo se calcula), prohibición del trabajo infantil y el derecho a la negociación colectiva.

En 2014, habían visitado y auditado al 55% de sus proveedores. Reconocen su responsabilidad medioambiental y se compromete a hacer un uso eficiente de la energía, reciclar y a respetar la legislación, aunque no indica unas políticas concretas.

LAS MÁS OPACAS

CALDERÓN No ha respondido y no publica información, por lo que no es posible valorar sus políticas. **DÉCIMAS** No ha respondido y no publica información, por lo que no es posible valorar sus políticas. **SPORTZONE** La lista de suministradores y países donde

UD3_RSC i treballar fins a defallir!

producen no es pública. Se adhieren al Código de Ética y Conducta del grupo Sonae al que pertenecen: declaran que tienen un sentido de la responsabilidad y que intentan contribuir a la mejora de las comunidades en las que operan. No hay evidencia de una política de derechos humanos, aunque el código de conducta de Sonae fija una “Protección de Derechos Individuales” que deben ser conocidos y respetados por todos los empleados. Tampoco publican informe de responsabilidad social ni asume compromisos medioambientales, aunque el código de Sonae incluye la “Conciencia Medioambiental”.

Una etiqueta como garantía

Junto al control de las condiciones de trabajo, y las exigencias impuestas a los proveedores, como la implementación de las directrices de ONU en toda la cadena de suministro, el establecimiento de un etiquetado responsable es una garantía para los consumidores. Un ejemplo es la etiqueta emitida por un sistema de certificación fiable, como la “Fair Wear Foundation”, que puede servir de orientación y garantía.

La FWF se centra en el salario digno, la jornada y la representación sindical, pero desafortunadamente, ninguna de las cadenas analizadas en España sigue este estándar. Pagar un salario digno a los trabajadores aumentaría el precio de la ropa en tan solo un 1%.

¿Boicot o Consumo racional?

Los consumidores tenemos varias formas de apoyar la producción responsable. Aunque con nuestras compras podemos elegir boicotear a las marcas o cadenas que van en contra de nuestros valores, el boicot también puede acabar con los empleos de los trabajadores explotados, dificultando aún más su situación.

Desde OCU, nos plantean otras formas de presionar:

1 Racionalizar el consumo: la presión continua para cambiar de modelos requiere un ritmo acelerado de producción que es el germen del problema. Antes de comprar, piense si de verdad necesita la prenda. Elíjalas de buena calidad, si es posible con certificado ecológico o de comercio justo, y cuídelas para que duren. Dónelas o revéndalas cuando deje de usarlas.

UD3_RSC i treballar fins a defallir!

2 Favorecer a las marcas con compromisos serios en temas de sostenibilidad y derechos humanos. Así por ejemplo, según el estudio de OCU, Decathlon e Intersport tienen políticas más avanzadas que el resto.

3 Apoyar a las asociaciones u ONGs que defienden los derechos de los trabajadores, dándoles más fuerza para presionar. La Campaña Ropa Limpia o Intermon Oxfam son ejemplos de ONG muy activas.

4 Manifiestar nuestra voluntad de pagar un poco más: según algunas ONG, bastaría con subir el PVP un 1% para que los trabajadores recibieran un salario digno.

Font: ágora. Intel·ligència col·lectiva per a la sostenibilitat