

Responsabilidad social y miseria, ¿conceptos contradictorios?

5 de octubre de 2009

Albert Sales i Campos
SETEM- Campaña Ropa Limpia

La deslocalización de la producción de ropa y productos textiles ha convertido el Sur-Este de Asia en el más importante centro de confección del mundo. La mayor parte de la ropa y el calzado que se vende en las tiendas de las grandes firmas internacionales y de las grandes superficies europeas viene de fábricas asiáticas. Durante este proceso de deslocalización, sindicatos y organizaciones internacionales, entre las que se cuenta la Campaña Ropa Limpia, han denunciado reiteradamente las condiciones de explotación laboral a las que se somete a los trabajadores y las trabajadoras de talleres y factorías de confección no sólo de Asia sino también de América Central, el Norte de África, Turquía y otras zonas en las que ha "prosperado" la industria de la moda.

A raíz de presiones y escándalos, las firmas internacionales empezaron a contestar a estas denuncias a finales de los 90 desarrollando políticas de responsabilidad social empresarial. Desde la industria se argumenta que las deficiencias en las inspecciones de las condiciones de trabajo en los países productores impide que las empresas transnacionales controlen lo que sucede en los centros de trabajo de sus proveedores. Ante esta realidad, las grandes firmas han desarrollado códigos de conducta laborales aplicables en los talleres y fábricas que producen sus artículos, y han diseñado sistemas de monitoreo del cumplimiento de estos códigos.

Estas políticas de responsabilidad han recibido muchas críticas desde los movimientos de defensa de los derechos laborales y desde los sindicatos. En la base de las críticas se encuentra el hecho que el argumentario de la responsabilidad social empresarial olvida que los enormes beneficios de las firmas internacionales y su capacidad de presión a sus proveedores se basa precisamente en la constante amenaza de deslocalización y en la competencia a la que se somete a trabajadores y trabajadoras de todo el mundo para ofrecer a los inversores internacionales los costes de producción más bajos.

Más de 20 años de RSE han sido insuficientes para acabar con la situación de miseria de los obreros y las obreras de la confección, y aunque otros indicadores sean más susceptibles de ser debatidos, los salarios constituyen un ejemplo concreto y paradigmático de la inoperancia de la RSE, así como de la falta de interés real por el bienestar de los millones de trabajadores y trabajadoras de esta industria. El salario medio de una trabajadora de la confección en Asia se sitúa en los 2 dólares por jornada laboral. Esta jornada, que en teoría es de 8 horas, suele extenderse hasta las 12 horas y, en momentos de punta de trabajo puede superar las 14. Aunque los precios en Bangladesh, la India o China, sean más bajos que en Europa y EEUU, organizaciones y sindicatos calculan que el salario que una obrera bengalí debería cobrar para equiparar su capacidad de compra a la de una obrera media occidental se situaría alrededor de los 8 dólares diarios.

Con ocasión del Día Internacional por un Trabajo Decente (7 de octubre), una extensa coalición de organizaciones asiáticas lanzan la "Asia FloorWageCampaign" que tiene como objetivo conseguir el establecimiento de un salario mínimo digno en toda la región. Las organizaciones de la Asia Floor Wage Alliance han establecido una metodología que pretende dar con una cifra que, adaptada a las necesidades de cada país, permita a los obreros y las obreras adquirir una cesta básica de productos y servicios. Esta propuesta tiene como objetivo frenar la competencia a la baja a la que están sometidas las condiciones laborales de las trabajadoras y los trabajadores.

La Asia Floor Wage Campaign dirige sus exigencias tanto a gobiernos como empresas transnacionales. Sin olvidar la responsabilidad de las firmas de moda, la Campaña Ropa Limpia

se hace eco de esta iniciativa focalizando sus denuncias en las prácticas de grandes cadenas de distribución como Walmart, Carrefour, Tesco, Lidl o Aldi. Estas empresas se han convertido en importantes vendedores de ropa y es muy habitual que consumidores y consumidoras de todo el mundo acudan a sus establecimientos e hipermercados para llenar sus armarios. Los bajos precios que ofrecen estas cadenas de distribución son posibles gracias al gran volumen de sus encargos y a su capacidad para imponer a los fabricantes precios cada vez más bajos y plazos de entrega cada vez más cortos.

Las economías de escala que permiten que los gigantes de la distribución se presenten ante sus clientes con precios extremadamente bajos mientras consiguen beneficios desorbitantes, están subsidiadas por millones de personas que trabajan en condiciones de explotación por salarios miserables. Estas condiciones se pueden imponer gracias a la situación de necesidad que viven las personas trabajadoras y sus familias. En tiempos de crisis, en los que la mayoría de las familias del mundo recortan sus gastos, sería razonable preocuparse por el incremento de precios que podría suponer pagar un salario digno a las trabajadoras y a los trabajadores asiáticos. Sin embargo, el coste laboral representa tan sólo un 3% (como máximo) del precio de las piezas de ropa que se venden en Europa. Doblando los salarios actuales, los consumidores y las consumidoras pagarían aproximadamente 60 céntimos de euro adicionales por una camiseta de 20 euros.