

el boletín

de la Red de Solidaridad de la Maquila



Colapso del edificio Rana Plaza, Savar, Bangladesh

Marcas globales firman un histórico acuerdo contra incendios y para la seguridad de edificios

TUVO QUE SUCEDER EL PEOR DESASTRE INDUSTRIAL EN LA historia de Bangladesh para que las empresas de confecciones actuaran seriamente; pero algo bueno resultó del colapso del edificio Rana Plaza, que costó la vida a 1,100 trabajadoras y trabajadores y dejó a más de 1,000 heridos.

El 23 de mayo, cerca de 40 tiendas y marcas globales, y los sindicatos globales IndustriALL y UNI, firmaron el Acuerdo de Seguridad de Edificios y contra

Incendios en Bangladesh.

Cuatro ONGs de derechos laborales -la Campaña Ropa Limpia (CCC), el Fondo Internacional por los Derechos

Laborales (ILRF), la Red de Solidaridad de la Maquila (RSM) y el Consorcio por los Derechos de los Trabajadores (WRC)- que habían hecho campañas para que existieran fábricas seguras en Bangladesh durante casi una década, firmaron como testigos.

A diferencia de un código

● ver 'Acuerdo histórico', p. 8

Vol. 18 No. 1 • Julio 2013

dentro

Mujeres, marcas y derechos

laborales: Mujeres centroamericanas valoran los pros y contras de la interacción con las marcas

3

Salarios de pobreza:

empujando el tema del salario digno en la agenda

4

Salud y seguridad:

Grupo hondureño de mujeres se retira de las quejas contra Gildan y Hanesbrands por frustración

6

Perú: Marcas internacionales apoyan la derogación de la ley de contratos de corto plazo

7

Recordando al defensor de derechos laborales Stephen Coats

8

¿Cuántas muertes más tendrán que suceder para convencer a las empresas norteamericanas que tomen con seriedad la seguridad en sus fábricas proveedoras en Bangladesh?



Lynda Yanz

EN EL ARTÍCULO PRINCIPAL DEL *Boletín*, nos referimos al Acuerdo de Seguridad de Edificios y contra Incendios en Bangladesh, un acuerdo sin precedentes, firmado por más de 40 tiendas y marcas que podría hacer que las fábricas en ese país sean mucho más seguras para las trabajadoras(es) que hacen sus productos.

A diferencia de la mayoría de las iniciativas de responsabilidad social empresarial (RSE), con el Acuerdo las trabajadoras(es) y sindicatos podrán tener un papel activo en su implementación, ya que contempla su participación en los comités de salud y seguridad de las fábricas, su derecho a presentar quejas y a negarse a realizar trabajo inseguro.

Más importante aún, el Acuerdo es un instrumento legalmente obligatorio y no un código de conducta voluntario. Como tal, representa una nueva etapa en más de 20 años de esfuerzos, para hacer responsables a las empresas de indumentaria y calzado deportivo de las prácticas laborales en sus cadenas globales de proveedores.

La muerte de más de 1,100 trabajadoras y trabajadores en el colapso del edificio Rana Plaza, el 24 de abril, no fue un

accidente. Todos sabían, o debían saber, que el edificio era inseguro: trabajadoras(es) de las cinco fábricas asentadas en el edificio de ocho pisos que operaba ilegalmente, gerentes de las fábricas, inspectores de edificios, funcionarios del gobierno, el dueño del Rana Plaza y las marcas cuyas auditorías fallaron en detectar problema alguno.

Según una joven sobreviviente, y que fue rescatada de los escombros, las trabajadoras(es) tenían miedo de entrar al edificio la mañana del colapso, pero los gerentes les ordenaron ir a trabajar porque tenían que cumplir con entregas, y les había amenazado con no pagarles si se negaban.

La tragedia del Rana Plaza ha sido un llamado de atención a las marcas de indumentaria, que son quienes fijan el precio por prenda y ponen fechas de entrega. Más del mismo tipo de auditorías de fábricas, voluntarias y controladas por las empresas, no van a solucionar los peligros de seguridad estructural y de incendios que son endémicos a esta industria en Bangladesh.

Desafortunadamente, la mayoría de las empresas norteamericanas no han escuchado ese llamado. Sólo cuatro hasta

ahora han firmado el Acuerdo, y algunas de hecho están trabajando activamente para socavar su efectividad.

Gap y Wal-Mart, por ejemplo, están tratando de lanzar una iniciativa alternativa, no obligatoria que excluya a sindicatos y grupos de derechos laborales y — si se implementa — es probable que se traduzca en más de los mismos enfoques secretos y notoriamente desconfiables de auditorías e inspecciones de fábricas, que repetidamente le han fallado a las trabajadoras(es) y han resultado en la pérdida de miles de vidas y de trabajadoras(es) que nunca más podrán trabajar.

Se debe hacer responsables a esas marcas por los derechos laborales y la seguridad de las trabajadoras(es) en las fábricas proveedoras, con el mismo estándar y responsabilidad legal con las que se las hace responsables en cualquier contrato de negocios, y esta debe ser la nueva línea de base para la responsabilidad social empresarial. Las promesas vagas e iniciativas voluntarias simplemente ya no sirven después de la tragedia del Rana Plaza. ■

Lynda Yanz
por el equipo de la RSM

El Boletín de la Red de Solidaridad de la Maquila es una publicación trimestral en inglés y español de la Red de Solidaridad de la Maquila (RSM). La RSM es una organización de defensa de los derechos laborales y de las mujeres que trabaja para mejorar las condiciones de trabajo en las maquiladoras y zonas francas alrededor del mundo.

Editores:
Ana Enriquez
Bob Jeffcott
Tara Mathur
Kevin Thomas
Lynda Yanz

Traducción: Aníbal Vitón

Red de Solidaridad
de la Maquila
606 Shaw Street
Toronto, ON, M6G 3L6 Canada
Tel: 416-532-8584
Fax: 416-532-7688

Esta publicación se terminó de imprimir en los Talleres de Gráfico 21 en la Ciudad de México: Grafic21@prodigy.net.mx

<http://es.maquilasolidarity.org>



Mujeres, marcas y derechos laborales

La RSM organiza un taller sobre cómo, cuándo y por qué interactuar con las marcas

DEL 22 AL 24 DE MAYO, 30 mujeres líderes de 17 organizaciones de mujeres y sindicales, de Centroamérica y México, se reunieron en El Salvador en un taller llamado "Mujeres, marcas y derechos laborales: cómo, cuándo interactuar con las marcas."

Las participantes del taller de tres días, organizado y facilitado por la RSM, compartieron sus experiencias de cuando han interactuado con marcas, tiendas y manufactureras internacionales o hecho campañas contra las mismas, buscando soluciones a las violaciones a los derechos de las trabajadoras(es).

El taller incluyó un ejercicio de mapeo de las marcas, en el cual las participantes identificaron a aquellas cuyos productos se hacen en las fábricas maqui-



ARRIBA: Mujeres líderes de 17 organizaciones participaron en el taller de mayo

ABAJO: mapeo de las marcas

ladoras en Centroamérica y México, así como las distintas otras marcas que son de su propiedad.

El ejercicio de mapeo llevó a una discusión sobre las características de los diferentes tipos

de marcas, tiendas y manufactureras internacionales, los temas en los que son más vulnerables, distintas estrategias y puntos de presión para inducirlos a la acción, y los antecedentes que puedan tener las marcas en responder a solicitudes de acción en temas importantes para trabajadores y mujeres.

La metodología del taller incluyó además el trabajo por grupos en cuatro casos hipotéticos de violaciones a los derechos laborales, sobre libertad de asociación, la falta de guarderías en las fábricas, empleo precario y jornadas excesivas de trabajo en una planta proveedora no autorizada. Las participantes tuvieron que decidir si relacionarse o no con marcas sobre cada caso, haciendo además un juego de roles con las marcas, y luego –en base a respuestas escritas de las marcas– tomar la decisión de cómo actuar.

Otra parte interesante del taller fue ver a las mujeres líderes en derechos laborales actuar los papeles de representantes de marcas de alto perfil, mientras otras intentaban convencerlas de intervenir en casos específicos de violaciones a los derechos laborales y/o temas sistémicos en sus fábricas proveedoras.

Las participantes también conocieron y dialogaron sobre experiencias que se han dado en otros países y regiones, tanto por campañas como por interacciones sobre temas sistémicos, incluidos los casos de la firma del Acuerdo de Seguridad de Edificios y contra Incendios en Bangladesh, una carta de las marcas contra el abuso de los contratos de corto plazo en el

Perú, y los esfuerzos en India por hacer cumplir los requisitos de ley de establecer guarderías en las fábricas.

Otro tema sistémico priorizado por las participantes fue el impacto negativo que están teniendo de las altas metas de producción y los largos turnos de trabajo sobre la salud y los ingresos de las trabajadoras(es).

Como seguimiento a este taller, la RSM organizará uno o dos talleres más, con el fin de fortalecer las capacidades prácticas y estratégicas de organizaciones laborales mesoamericanas, de manera que puedan interactuar más efectivamente con empresas internacionales y tomar decisiones informadas sobre cuándo relacionarse, cuándo hacer campaña y cuándo y cómo combinar ambas cosas.

Este taller sobre interacción con las marcas es parte de un proyecto de tres años llamado "Construyendo una agenda de derechos laborales de las mujeres, vinculando a trabajadoras de fábricas, talleres y a domicilio en las Américas," el cual es coordinado por la Red Centroamericana de Mujeres en Solidaridad con las Trabajadoras de la Maquila (REDCAM), el Fondo Centroamericano de Mujeres (FCAM), Fondo Mujeres del Sur, Fondo Alquimia, Fondo Semillas, el Movimiento de Mujeres Trabajadoras y Desempleadas María Elena Cuadra (MEC), la Confederación Latinoamericana y del Caribe de Trabajadoras del Hogar (CONLACTRAHO), y la RSM.

El proyecto es apoyado económicamente por el Fondo Financiado el Liderazgo y las Oportunidades para las Mujeres (FLOW por sus siglas en inglés), del Ministerio de Relaciones Exteriores de Holanda, y ha recibido también el apoyo de HIVOS. ■



Salarios de pobreza

se están acabando las excusas

“Un salario digno es un derecho humano,” dijo Ineke Zeldenrust, Coordinadora del Secretariado Internacional de la Campaña Ropa Limpia, “y el derecho de las trabajadoras(es) a un salario digno debe ser respetado. Punto.” La RSM habló con Zeldenrust sobre por qué es necesaria la organización más allá de las fronteras para ganar el respeto a ese derecho.

LA LUCHA GLOBAL POR un salario digno ha despertado gran atención desde el año pasado, al movilizarse trabajadoras(es) en todo el mundo para mejorar el salario mínimo en sus países, y por las campañas internacionales dirigidas a presionar a las marcas para que jueguen un papel más activo en mejorar los salarios en sus cadenas de proveedores.

El derecho al salario digno también ha tenido reconocimiento internacional en el documento recientemente publicado, *Principios rectores sobre las empresas y derechos humanos* de las Naciones Unidas, llamado los “Principios

de Ruggie”. Estos principios declaran que aunque los gobiernos tienen el deber final de proteger los derechos humanos, las empresas también tienen el deber de respetar los derechos humanos, aun cuando los estados hayan fracasado en hacerlo adecuadamente.

“El marco Ruggie establece claramente que el derecho a un salario digno está reconocido en la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas,” dijo Zeldenrust. “El marco es muy claro en que todos los derechos humanos están incluidos en los derechos que las empresas están obligadas a respetar.”

Aunque un salario digno es un derecho humano reconocido, sigue estando evidentemente ausente de los programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la mayoría de las marcas globales de ropa. Y los empleadores locales ciertamente no pagan salarios que alcancen a cubrir las necesidades básicas y un ingreso discrecional de las trabajadoras(es). De hecho, los salarios en la industria de la confección global están muy por debajo de lo que se estima sería un salario digno.

Excusas de las marcas

Parte del problema son los interminables debates sobre

cómo determinar qué constituye un salario digno, según los estándares de vida locales y que permita a las fábricas dar pasos concretos para aumentar los salarios, buscando lograr niveles de salario digno.

En un esfuerzo por avanzar más allá de este debate infructuoso, sindicatos y ONGs asiáticas lanzaron la Campaña Asiática por el Salario Piso (AFWC por sus siglas en inglés) en 2009.

La AFWC desarrolló una fórmula para calcular un salario digno mínimo (Salario Piso Asiático SPA) para cada país con gran producción de confecciones en la región. Si se implementara el salario piso,

las trabajadoras(es) en los distintos países de la región ganarían un salario básico suficiente para comprar los mismos niveles de bienes y servicios, lo que prevendría que las empresas manufactureras de cada país tuvieran una ventaja competitiva sobre otras por mantenerse un estándar de vida más bajo para sus trabajadoras(es).

En los últimos cuatro años, la Campaña ha cabildeado a las marcas de ropa y a los grandes proveedores para que se comprometan a cumplir con el estándar del salario piso en todas sus fábricas proveedoras en Asia y, lo más interesante, a negociar directamente con los sindicatos en los países productores junto con sus proveedores, sobre cómo alcanzar el salario piso en su país.

Zeldenrust dijo que éste es un modelo de negociación diferente al tradicional, que se enfoca sólo en conversaciones entre sindicatos y sus empleadores directos.

“Si se negocia sólo con el empleador directo, se llega a un punto muerto,” dijo.

“Simplemente, el dinero no existe para negociar de manera significativa. Los precios por prenda que las marcas pagan a sus proveedores deben establecerse a un nivel que le permita al empleador directo pagar salarios dignos por una semana de trabajo de 48 horas.”

Según Zeldenrust, es sólo cuando se negocia a través de las fronteras y hacia arriba en la cadena de proveedores que se puede avanzar hacia un salario digno. “Necesitamos construir ese poder negociador,” señaló.

Haciendo campaña por un salario digno

Trabajadoras(es) en muchos países asiáticos han estado uti-

lizando una nueva fuerza para obtener aumentos en el salario mínimo local, y para poner el tema del salario digno en la agenda.

Los salarios mínimos aumentaron en Camboya, Malasia, Vietnam, Tailandia, Indonesia y China durante el año pasado, a medida que las trabajadoras(es) se sienten más seguras de presionar por su demanda de salarios que les alcancen para sus necesidades básicas.

Sin embargo, los salarios de esta industria en Asia siguen estando muy por debajo de lo que se estima es un salario digno, y en muchos casos los aumentos salariales siguen estando por debajo de los aumentos a los costos de bienes básicos como alimentos y electricidad.

En Camboya, por ejemplo, protestas masivas forzaron a los empleadores a sentarse a la

mesa de negociaciones para determinar niveles salariales para toda la industria. Sin embargo, una vez en la mesa, los empleadores se resistieron a negociar un aumento significativo del salario mínimo y el gobierno tuvo que imponer un nuevo salario mínimo de US\$ 80 mensuales, por encima de los US\$ 61 anteriores, pero aún muy por debajo de las estimaciones realizadas por organismos independientes de un salario digno para el país.

Centroamérica

Una reciente investigación, realizada por grupos laborales centroamericanos y la RSM, muestra la enorme y cada vez mayor brecha existente entre lo que ganan las trabajadoras(es) en el sector de la maquila y lo que se estima oficialmente es la canasta básica de bienes y servicios, necesaria para la sobrevivencia de las familias trabajadoras.

Aunque se están llevando a cabo negociaciones tripartitas (entre industria, sindicatos y gobierno) en El Salvador, Nicaragua, Honduras y Guatemala, para establecer salarios mínimos generales y salarios específicos para la maquila en Nicaragua y Honduras, estas negociaciones enfrentan la amenaza de la pérdida en la inversión extranjera y órdenes de com-

pras de las marcas. Los bajos precios por prenda pagados por las marcas a las fábricas proveedoras, contribuyen a la presión de mantener salarios bajos.

Recientemente, federaciones sindicales en Nicaragua firmaron un acuerdo de tres años con aumentos escalonados al salario mínimo que, incluso después del tercer año, seguirá manteniendo los ingresos de las trabajadoras(es) siendo solo una fracción del salario digno. En Honduras los empleadores lanzaron la amenaza de cierres masivos de fábricas al final de la negociación del último acuerdo tripartito firmado en ese país, a fin de obligar a reducir las demandas salariales.

Acción significativa

En ese contexto de competencia en base a los salarios entre países productores de confecciones, se necesita poner presión a las marcas y tiendas minoristas, que son la punta de las cadenas globales de proveedores, para asegurar que las trabajadoras(es) reciban un salario digno, y que los esfuerzos nacionales para mejorar los salarios no sean amenazados con el traslado de la producción a otros países.

“Las marcas,” concluye Zeldenrust, “deben conocer cuáles son los niveles salariales actuales en sus fábricas proveedoras y cuál sería un salario digno según los estándares de vida locales. Vamos a medir a las marcas no por si tienen las cifras bien calculadas, sino por si están haciendo una propuesta significativa y muestran disposición a negociar de buena fe para lograr realmente aumentos salariales que conduzcan a que se paguen salarios dignos.” ■

BAJO Y CADA VEZ MÁS BAJO

Un estudio reciente, realizado por el Consorcio por los Derechos de los Trabajadores (WRC), sobre salarios reales en 15 países productores de confecciones en el mundo, encontró que entre 2001 y 2011 los salarios de las trabajadoras(es) en realidad bajaron en términos reales. El estudio determinó que “en promedio, los salarios prevalentes por tiempo normal trabajado -antes de las deducciones de impuestos y excluyendo el pago de tiempo extra- en los sectores de confecciones para exportación de estos países, representaban apenas algo más que un tercio -36.8 por ciento- del ingreso necesario para tener un salario de vida.” En algunos países, como Vietnam y Bangladesh (dos de los países proveedores más grandes y de mayor crecimiento en el mundo) los salarios prevalentes eran sólo el 22% y 14% respectivamente de lo que sería un salario digno. Aunque los salarios reales aumentaron en Vietnam, el WRC calcula que a este ritmo llevará alrededor de 37 años llegar al salario digno en ese país. ■

Falta de acción de la FLA frente a dos quejas de CODEMUH

Dos quejas, sobre el impacto que tienen las altas metas de producción y las largas jornadas de trabajo en la salud y seguridad ocupacional de las trabajadoras, exponen las limitaciones del monitoreo de códigos de las iniciativas multipartitas.

DESPUÉS DE DOS AÑOS y medio de haber presentado dos quejas formales ante la Asociación Trabajo Justo (FLA), señalando que las trabajadoras(es) en fábricas hondureñas, propiedad de las empresas Hanesbrands Inc. y Gildan Activewear sufren lesiones incapacitantes provocadas por largos turnos de trabajo, el intenso ritmo de producción y altas metas de producción, la Colectiva de Mujeres Hondureñas (CODEMUH) se está retirando del proceso de las quejas por la frustración ante la falta de acciones concretas y oportunas por parte de la FLA.

CODEMUH anunció su decisión de retirarse de la queja contra Hanesbrands en una carta a la FLA del 3 de abril, que decía: "En este caso ha demostrado retardo, negligencia y una evidente falta de

coerción e impericia para hacer que las marcas acaten su Código de Conducta, justificando con ello las violaciones contra las obreras."

CODEMUH presentó dos quejas separadas, una contra Hanesbrands y la otra contra su competidora canadiense, Gildan Activewear, sobre las mismas violaciones a la salud y seguridad ocupacional y por discriminación contra las trabajadoras(es) lesionadas. CODEMUH le informó a la RSM que también se retiraría formalmente de la queja contra Gildan, expresando que lo hacía por la misma frustración con el proceso.

El problema principal, según CODEMUH, es que las investigaciones de la FLA han ignorado los temas centrales planteados en las dos quejas: que las largas jornadas de trabajo y las altas metas de producción provocan lesiones

músculo esqueléticas incapacitantes, que están siendo padecidas por trabajadoras de Hanesbrands y Gildan.

En lugar de indagar sobre este asunto, la FLA investigó los programas ergonómicos de las fábricas de Hanesbrands y Gildan, para determinar si eran o no suficientes para lograr los objetivos planteados [en los mismos programas]. La CODEMUH le envió a la FLA respuestas detalladas y críticas a los borradores de los informes de las dos investigaciones.

En su carta del 3 de abril, CODEMUH también expresó su enojo por los despidos de 11 trabajadoras(es) de Hanesbrands, que habían denunciado que sufrían problemas de salud relacionados al trabajo.

El sistema de quejas de terceras partes de la FLA permite a las trabajadoras(es) y otras partes interesadas solicitar que se realicen investigaciones sobre violaciones específicas a derechos laborales, en las fábricas que producen para las empresas que son miembros de la FLA.

Se supone que dichas investigaciones deben realizarse en un tiempo oportuno, y sus resultados y el plan de acción correctiva ser dados a conocer públicamente en el sitio web de la FLA. Sin embargo, las dos quejas de CODEMUH han estado pendientes por más de dos años y medio y ninguno de los reportes se han hecho públicos.

"Una posible razón de esta inexcusable falta de acción por parte de la FLA, es que las quejas de CODEMUH han planteado un reto sobre algo más fundamental, y no son solo una queja sobre un discreto incidente de conducta abusiva de gerentes o la falta de extinguidores contra incendios en una fábrica, sino que apuntan a problemas sistémicos que están en el corazón del proceso de producción de esta

industria," dijo la Directora Ejecutiva de la RSM, Lynda Yanz, quien renunció del Consejo de Directores de la FLA en febrero pasado.

"La mayoría de las iniciativas multipartitas, incluyendo la FLA, se han desentendido de temas relacionados con los impactos negativos que están teniendo los procesos de producción en la salud y seguridad de las trabajadoras(es), y le han puesto muy poca atención a los impactos acumulados de las metas de producción, que son cada vez más altas, en la salud de las obreras," dijo Yanz.

Este problema ha sido planteado consistentemente por las propias trabajadoras(es) y sus organizaciones en Honduras, así como en otros países centroamericanos, y más recientemente en varias investigaciones realizadas por la propia CODEMUH y por expertos en ergonomía de la Universidad Autónoma Metropolitana, Plantel Xochimilco, de México. En el mes de mayo, la RSM organizó un taller en El Salvador, donde mujeres activistas laborales de Centroamérica y México identificaron como temas prioritarios para las trabajadoras de maquila los largos turnos de trabajo y las altas metas de producción, así como el impacto que ambos tienen en la salud de las mujeres y sus salarios.

"Si la FLA es incapaz de tratar con las causas raíces de estas graves lesiones provocadas por el trabajo, las dos empresas que fueron objeto de estas quejas deben responder por ellas mismas sobre qué cambios están dispuestas a hacer, a fin de prevenir la repetición de estas lesiones en el futuro," dijo Yanz.

La Asociación Trabajo Justo todavía no ha respondido a la carta enviada por CODEMUH el 3 de abril, ni a sus comentarios anteriores a los dos reportes sobre Gildan y Hanesbrands. ■

María Luisa Regalado, CODEMUH



Marcas de indumentaria desafían la contratación a corto plazo en Perú

Una carta abierta, firmada por seis empresas internacionales de indumentaria y dirigida al gobierno del Perú, generó un agitado debate público en ese país sobre las propuestas de derogar tres artículos de una ley de “emergencia”, promulgada décadas atrás, que permite a los empleadores del sector de confecciones y textiles para exportación contratar trabajadoras(es) bajo contratos consecutivos de corto plazo.

EL DECRETO DE LEY 22342 ha sido utilizado por empleadores peruanos para negarle a las trabajadoras(es) estabilidad laboral, derechos de antigüedad y otras prestaciones, acceso a cobertura de salud y pensiones, y su derecho a organizarse y negociar colectivamente.

La carta conjunta firmada por New Balance, Nike, PVH Corp (dueña de las marcas Tommy Hilfiger y Calvin Klein), VF Corporation (dueña de las marcas Wrangler, Lee's, North Face, Nautica y Timberland), 47 Brand y Life Is Good, hace un llamado al gobierno peruano para que “demuestre su apoyo decidido a la inclusión y a condiciones de trabajo dignas, apoyando la derogación de las disposiciones del DL 22342.” La RSM colaboró con las empresas para elaborar la carta.

La Asociación Trabajo Justo también presentó una carta al gobierno peruano apoyando la derogación de las disposiciones que permiten contratos de corto plazo consecutivos.

Uno de los principales diarios del país, La República, elogió la carta conjunta en un editorial, llamándola “una demostración poderosa de los principios éticos que las empresas internacionales están desarro-

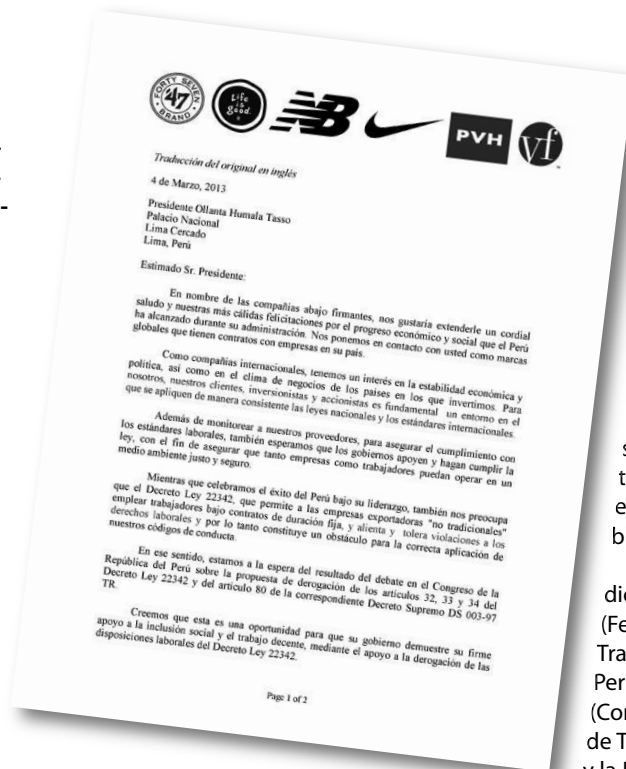
llando ahora, como resultados de sus políticas de RSE.”

La editorial mencionó también que el régimen laboral para el sector exportador “impide el ejercicio de la libertad de asociación y mantiene a decenas de miles de mujeres y hombres bajo contratos de corto plazo, aun cuando su trabajo es de naturaleza permanente.

La industria contraataca

A pocos días de darse a conocer la carta, la Asociación de Exportadores de Perú (ADEX) se lanzó al ataque, declarando que las manufactureras peruanas cumplen con todos los estándares laborales y generan trabajo decente, acusando que era “inapropiado que representantes de estas empresas interfieran en la política interna del Perú.”

A esa declaración le siguió una carta al presidente del Perú, firmada por ADEX y otras cinco asociaciones de la industria, incluyendo la Cámara Estadounidense de Comercio



a Silva “mentiroso” y señalando que la propia revisión técnica del Ministerio de Trabajo había concluido que la ley impacta negativamente al derecho a la libertad de asociación. Acusó que la ley “sirve sólo para defender los privilegios de un pequeño sector de la industria textil, que incluye a las empresas más rentables del país.”

Las federaciones sindicales peruanas, FNTPP (Federación Nacional de Trabajadores Textiles del Perú), CGTP (Confederación General de Trabajadores del Perú) y la FTTP (Federación de Trabajadores en Tejidos del Perú), continúan presionando

al Congreso para que derogue el régimen de contratación a corto plazo en el presente periodo de sesiones del parlamento.

Según las federaciones sindicales, la carta “representa un gran apoyo para las trabajadoras(es) en su lucha por la derogación de un régimen laboral especial injusto.”

Sin embargo, al momento de esta edición, el movimiento para derogar la ley sigue enfrentando una ardua batalla. El Ministerio de Trabajo peruano declaró a los medios que por la crisis económica no es el momento adecuado para cambiar el régimen de contratación de corto plazo, señalando que la lucha está lejos de ser ganada. ■

de Perú, argumentando que el derecho a contratar trabajadoras(es) con contratos de corto plazo consecutivos es esencial para crear empleo en Perú, y acusando a los sindicatos estadounidenses de coordinar la carta de las marcas para socavar la competitividad del Perú.

La carta de los industriales fue seguida de comentarios públicos del Ministro de Comercio Exterior y Turismo del Perú, José Luis Silva (quien, no por coincidencia, es el ex presidente de ADEX) repitiendo palabra por palabra la línea de la industria.

Apoyo a la derogación

El congresista Javier Diez Canseco Cisneros, respondió en su propia editorial llamando

Acuerdo histórico

● viene de la página 1

de conducta voluntario y de auditorías de fábricas controladas por las empresas, el Acuerdo es un contrato legalmente obligatorio que requiere a las empresas firmantes colaborar en un programa integral de seguridad que incluye:

- Inspecciones independientes de fábricas y revelación pública de los resultados;
- Capacitación en salud y seguridad para las trabajadoras(es) y personal de gerencia;
- El derecho de las trabajadoras(es) a presentar quejas y negarse a hacer trabajo inseguro;
- Acceso de los sindicatos a las fábricas y representación de las trabajadoras(es) en comités de salud y seguridad;
- Contribución de las marcas para las mejoras en las fábricas;
- Las marcas dejaron de tener relaciones de negocios con aquellas fábricas que se niegan a hacer las mejoras necesarias.

Aunque la mayoría de las empresas firmantes tienen sus sedes en Europa, cuatro empresas norteamericanas -PVH (dueña de las marcas Tommy Hilfiger y Calvin Klein), Abercrombie & Fitch, Sean John Clothing y Loblaw de Canadá (dueña de la marca Joe Fresh)- firmaron el Acuerdo.

Otras grandes marcas compradoras norteamericanas en Bangladesh, como Wal-Mart y Gap, se han negado rotundamente a sumarse a sus contrapartes europeas.

En el avance hacia la etapa de implementación del Acuerdo, continúa en negociación el tema pendiente de la compensación para las víctimas

del desastre del Rana Plaza. A la fecha seis empresas, cuyos productos se hacían en una de las cinco fábricas del edificio, acordaron aportar algo de compensación a las familias de quienes murieron y/o a las trabajadoras(es) que resultaron heridas.

De ellas, sólo Primark y Loblaw prometieron indemnizar de acuerdo a los cálculos de las federaciones sindicales de Bangladesh.

El colapso del edificio Rana Plaza fue sólo uno de los últimos desastres, de una serie de incendios y colapsos de edificios que pudieron haberse prevenido, y en los que perdieron la vida más de 1,700 trabajadoras(es) desde 2005. En aquel año, la fábrica Spectrum, ubicada en otro edificio de varios pisos y operación ilegal, se colapsó costando la vida de 64 trabajadoras(es) e hiriendo a otras 74.

Tanto en el caso de Spectrum como en el del Rana Plaza se habían encontrado enormes grietas en la estructura de los edificios antes del colapso, pero las trabajadoras(es) fueron forzadas a ir a trabajar a pesar de los peligros más que evidentes. En los numerosos incendios de fábricas que se dieron desde 2005, las salidas estaban cerradas o bloqueadas o no había salidas de emergencia externas. Las trabajadoras(es) tuvieron que saltar por las ventanas para escapar de las llamas, muriendo o resultando gravemente heridas.

Al igual que en otros desastres de fábricas en Bangladesh, muchas de las marcas y tiendas minoristas de ropa cuyos productos se hacían en las fábricas del edificio Rana Plaza, negaron inicialmente tener relación alguna con esas fábricas.

Wal-Mart Canadá, cuyo nombre estaba en la lista de clientes en el sitio web del dueño de una de las fábricas, inicialmente negó que hubiera alguna producción "autorizada" en esa fábrica. Sin embargo, cuando entre los escombros también se encontraron documentos de envíos, que indicaban que en la fábrica se habían hecho productos para Wal-Mart en 2012, la empresa cambió su versión, diciendo esta vez que ninguno de sus productos se estaba haciendo en la fábrica al momento del colapso.

Loblaw, sin embargo, no

estaba en posición de negar su relación con la fábrica, dado que etiquetas con su marca, Joe Fresh, fueron halladas en los escombros y entre los cuerpos de las trabajadoras(es).

Para crédito de la misma, Loblaw aceptó su parte de responsabilidad para con las trabajadoras(es) que murieron o resultaron heridas en el colapso del edificio, y es la única empresa canadiense que ha firmado el acuerdo hasta la fecha.

Y la pregunta sigue en el aire, ¿adoptarán esta actitud otras empresas norteamericanas? ■



Recordando a Stephen Coats

En la mañana del 2 de abril, la RSM recibió la noticia devastadora de que nuestro buen amigo y colega Stephen Coats, director del Proyecto Estadounidense de Educación Laboral en las Américas (USLEAP en inglés) había muerto de un ataque al corazón la noche anterior.

Muchos de nosotros en el movimiento internacional por los derechos laborales sentimos lo mismo: no podíamos imaginar el movimiento sin él.

Stephen era un hombre modesto conocido por su arduo trabajo, tenacidad y logros concretos. Todos quienes lo conocieron -desde activistas sindicales, funcionarios gubernamentales y personal de las marcas- respetaban a Stephen como un interlocutor honesto, dispuesto al diálogo siempre que fuera posible y a hacer campaña cuando fuera necesario, alguien que siempre tuvo en su corazón los intereses de trabajadoras y trabajadores.

Nuestra primer experiencia de trabajo con Stephen fue en 1996, cuando movilizamos apoyo en Canadá para la importante campaña de su organización, que ayudó a las trabajadoras(es) de Phillips Van-Heusen a lograr el primer contrato colectivo de trabajo en una fábrica maquiladora de Guatemala.

Más recientemente, estuvimos coordinándonos sobre una carta de algunas marcas al gobierno del Perú, pidiendo la derogación de una ley que permite a las manufactureras la contratación de trabajadoras(es) a corto plazo repetidamente, negándoles sus derechos y prestaciones de ley. (Ver artículo en la página 7)

Stephen fue la mano firme y reflexiva del movimiento internacional por los derechos laborales. Era también un amigo especial de la RSM y una clase de hombre generoso con su tiempo, sus pensamientos y su asesoría. Lo extrañamos y extrañaremos con cariño. ■