

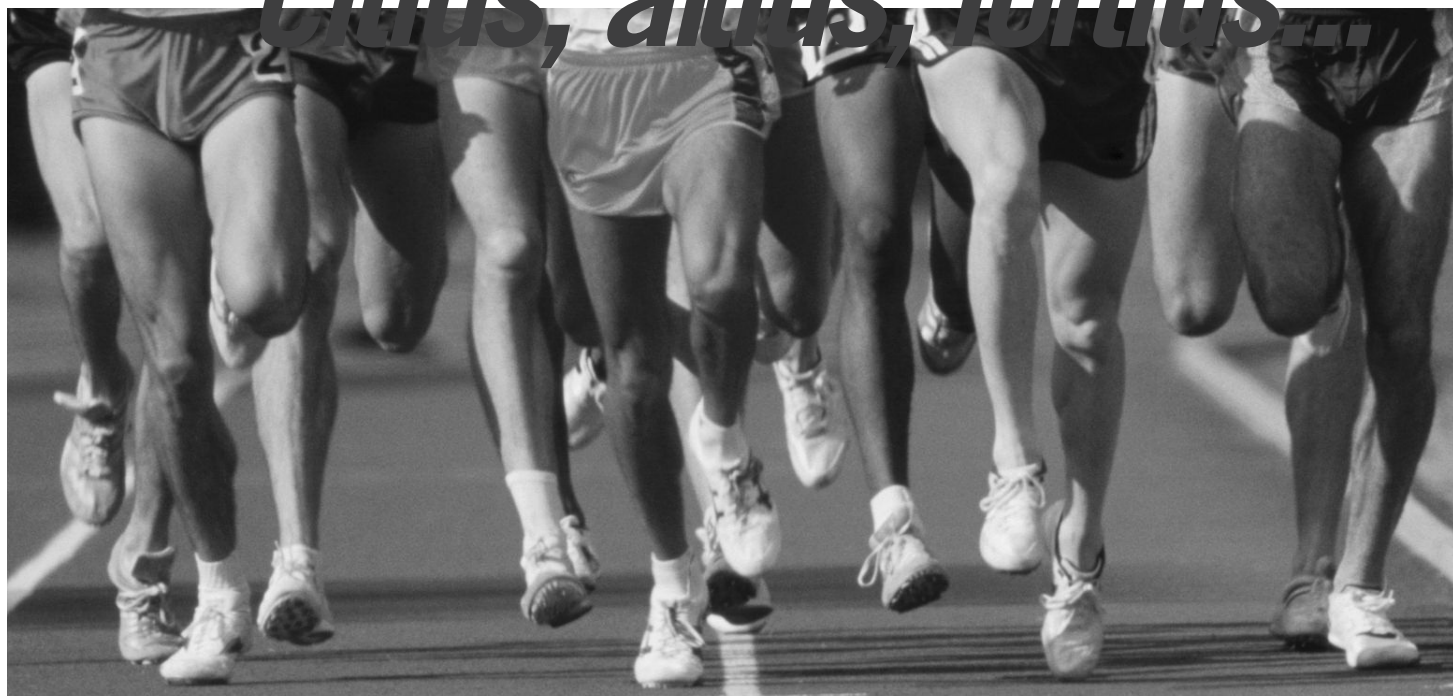


Global express

La actualidad en el aula

11.00h


citius, altius, fortius...



© Gettyimages

Los atletas más rápidos, más altos y más fuertes (*citius, altius, fortius*), serán los que ganen premios en los próximos Juegos Olímpicos. Sin embargo, miles de personas están ya confeccionando la ropa y el calzado de esos deportistas, y no recibirán nada a cambio, aunque trabajen más tiempo, más deprisa y más barato (*longius, citius, parvius*).

Esta edición de *Global express* nos invita a descubrir qué hay detrás del negocio del deporte y, en especial, a analizar el porqué millones de personas del mercado textil trabajan en condiciones precarias.

 Los nuevos dioses de las competencias modernas

 Ganar dinero con los Juegos Olímpicos

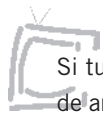
 Un nuevo modelo de negocio

 Más por menos

 Negociando un trabajo digno

 Globalizar los derechos laborales

Los nuevos dioses de las competencias modernas



Si tuviésemos que entregar medallas también a las empresas de artículos deportivos que más venden, seguramente subirían al pódium Nike, Adidas, Reebok, Fila, Puma, ASICS y Mizuno. Estas compañías son líderes en un mercado que generó 58.000 millones de dólares solamente en el año 2002.

Sin embargo, las ganancias de estas empresas textiles no serían tan exorbitantes si no hubiesen reorientado sus estrategias de marketing. Antes comercializaban productos especializados para una determinada actividad y para un determinado público, ahora han pasado a promover esos mismos productos como artículos de moda para un público general, lo que ha aumentado

su base de consumidores, conformada mayoritariamente por compradores jóvenes.

Dentro de esta vorágine, las empresas de equipos deportivos luchan por ofrecer productos a precios competitivos, que satisfagan las exigencias de la moda y la calidad y obtengan al mismo tiempo el máximo beneficio para sus accionistas. Es aquí donde las Olimpiadas juegan un rol primordial en la batalla por captar y fidelizar clientes. Dicho evento es el contexto ideal para lanzar productos de vanguardia y campañas masivas de publicidad que aseguren una máxima visibilidad.

Ganar dinero con los Juegos Olímpicos



Desde comienzos de la década de los 80, el patrocinio deportivo de las empresas se ha convertido en parte integrante de los Juegos Olímpicos. Lo que partió siendo un gesto filantrópico, hoy en día es un negocio muy rentable. Los nuevos dioses de las olimpiadas modernas invertirán millones de dólares en publicidad e imagen de marca, sabiendo que este evento les garantizará abrir nuevos mercados asociando su nombre a los éxitos deportivos y al ideal olímpico.

Según la información publicada en el sitio web oficial de los Juegos Olímpicos, en diciembre de este año, los ingresos en concepto de patrocinio habrán alcanzado la cifra de 648 millones de dólares. Pero el patrocinio también se otorga en especie. Por ejemplo, Adidas es el patrocinador oficial de "Sport Clothing for Uniform" en Atenas 2004 y Reebok vestirá, entre otros, a la Real Federación Española de Atletismo en los próximos Juegos Olímpicos.

Las empresas de artículos deportivos invierten mucho dinero, pero no sin antes haber calculado los millones de dólares que sacarán de beneficio. Sólo en publicidad y gastos de promoción Nike gastó 1.028 millones de dólares en 2002, que fueron invertidos en su mayoría en patrocinios y contratos de apoyo

a deportistas. Otra de las grandes, Adidas, pagó 161 millones de dólares por patrocinar al jugador de fútbol David Beckham, a lo largo de toda su vida.

Ahora bien, no sólo gracias al patrocinio se gana dinero en las Olimpiadas. El movimiento, a través del Comité Olímpico Internacional (COI), de los Comités Olímpicos Nacionales (CON) y de los Comités Organizadores (COJ), concede licencias a las empresas para producir y comercializar "souvenirs" olímpicos como gorras, sudaderas y camisetas. Contra el pago de unos "royalties", las empresas tienen el derecho a utilizar el emblema olímpico en sus artículos. Según el informe de la campaña internacional "Juega Limpio en las Olimpiadas" (CC.OO., UGT, Setem e Intermón Oxfam), se calcula que los ingresos por pago de estos "royalties" en los juegos de Atenas 2004 generarán unos 66 millones de dólares.

Si buscamos un ejemplo ya comprobado, la empresa canadiense Roots ganó más de 25 millones de dólares vendiendo reproducciones de ropa de los equipos olímpicos durante las dos semanas que duraron los Juegos de Invierno de Salt Lake en 2002.

Un nuevo modelo de negocio



La globalización podría ser un gran motor de desarrollo que proporcionase nuevos puestos de trabajo dignos y formales para ayudar a salir de la pobreza a millones de personas, mejorando sus condiciones de vida y asegurando el futuro de sus familias. Sin embargo, la realidad nos muestra que son miles las personas a las que -a pesar de tener trabajo- se les

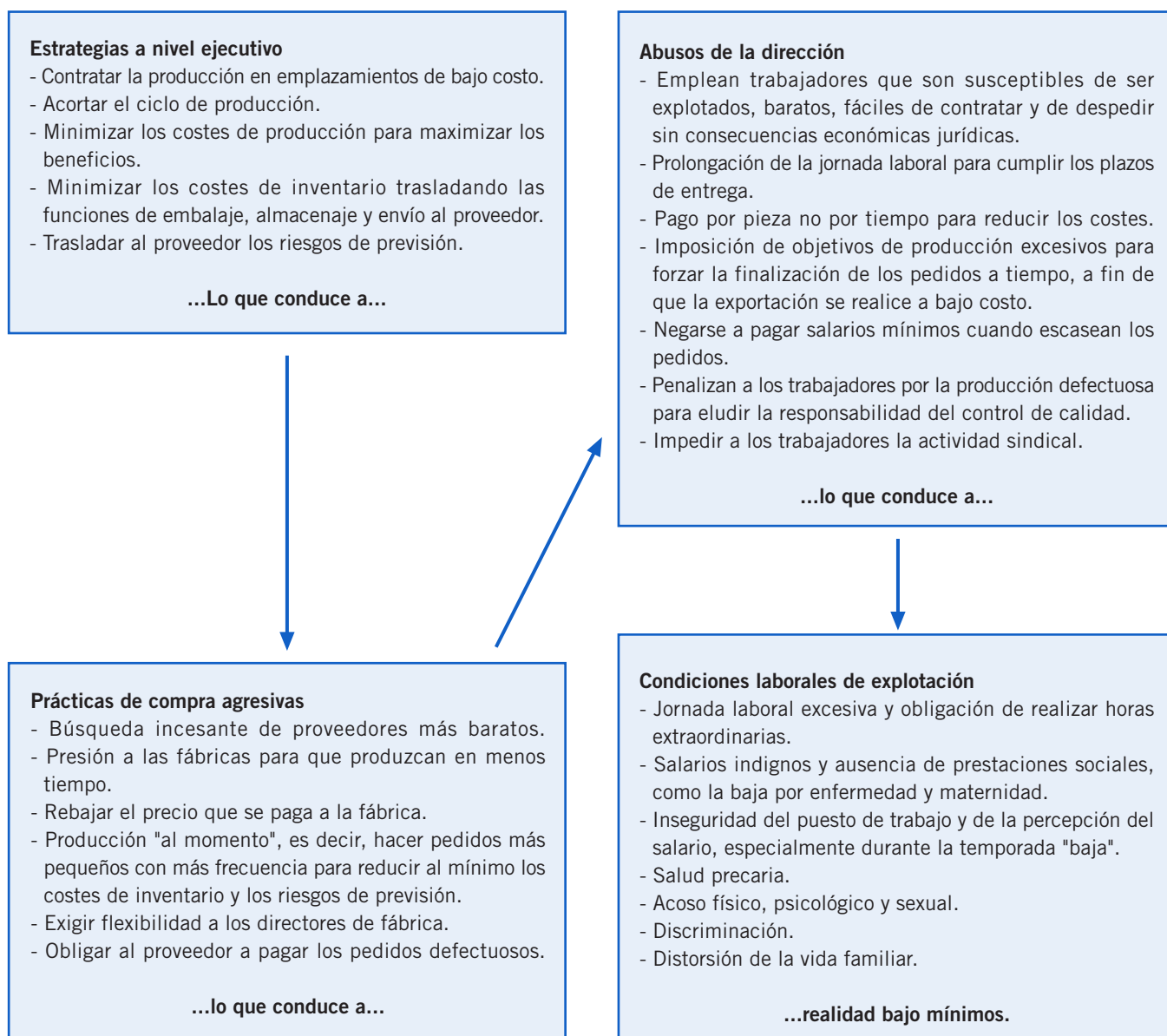
niega sistemáticamente la participación que les corresponde en los beneficios que genera dicha globalización.

En otros tiempos, las empresas representaban un nexo de cohesión social, estaban constituidas por comunidades de trabajadores y contribuían al desarrollo local porque lo necesitaban para su propio desarrollo y crecimiento. Los trabajadores

mantenían relaciones a largo plazo con las empresas (a veces toda la vida), y su contexto familiar y social se mantenía ligado a una comunidad estable que era "su" empresa. En los últimos años, la competitividad ha dominado en las relaciones comerciales, siendo el sector de la confección un buen ejemplo. Las grandes firmas y cadenas de moda ya no tienen fronteras y buscan maximizar sus beneficios disminuyendo los costes. Para cumplir el lema "más por menos" externalizan la parte del proceso que más implica al capital humano. Es decir, el corte, confección y acabado de las prendas se lleva a cabo en países donde los costes laborales son más bajos, tales como Bulgaria, Camboya, China, Indonesia, Tailandia o Turquía.

¿Cómo ganar dinero en un mercado competitivo? La nueva tendencia está basada en una constante presión para recortar los precios, la exigencia de entregas rápidas y flexibles y una deslocalización invariable de los procesos productivos. Este afán por la producción más barata ha llegado al punto de que una empresa de ropa deportiva cambió de país y fabricante porque en otro sitio le ofrecían el mismo producto por una diferencia de sólo 0,40 dólares por pieza.¹ Es así como la industria de la ropa y del calzado se ha transformado en un modelo de negocio que produce inseguridad y vulnerabilidad para la mayoría de los implicados, y prosperidad sólo para unos pocos.

Relación entre el funcionamiento de las empresas de artículos deportivos y la precariedad laboral de los trabajadores



¹ Testimonio de un proveedor de Nike. Informe "Juega limpio en las olimpiadas". CCOO, UGT, Setem e Intermón Oxfam, 2004.

A lo largo de las últimas dos décadas, se han ampliado y fortalecido de manera considerable los derechos de las poderosas entidades corporativas. A través de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y de los acuerdos comerciales regionales y bilaterales, las empresas disfrutan ahora de mayor protección, dejando a los gobiernos de los países pobres -donde los ingresos dependen de la exportación- de manos y pies "cosidos". Estos últimos, deseosos de atraer a los inversores externos, atentan contra los derechos de los trabajadores para poder ofrecer una

mano de obra más barata y más flexible.

La cadena de suministro de estas empresas es cada vez más extensa y quienes están al final son los que se llevan la peor parte: los trabajadores son obligados por sus directores de fábrica a trabajar más tiempo, más deprisa y por menos dinero. Estos directores de fábrica aceptan plazos de entrega ajustadísimos, fluctuación de los pedidos, y costes unitarios bajos con tal de ser parte de la cadena de producción de las marcas mundiales.

Más por menos



Los ideales de justicia, solidaridad, compañerismo y valores éticos que promovieron desde sus comienzos los Juegos Olímpicos no se ven reflejados en las condiciones en las que miles de personas trabajan para producir la ropa y el calzado que utilizarán los deportistas y que llenarán los escaparates de todo el mundo. Todo lo contrario. En muchas ocasiones no se cumplen las normas establecidas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), no se respetan los derechos fundamentales del ser humano ni los salarios alcanzan a cubrir las necesidades básicas de las familias.

En los últimos 20 años de liberalización del comercio, se han generado millones de puestos de trabajo sobre la base de la subcontratación de la producción por parte de las empresas a través de cadenas de producción globales que exigen costes bajos y mano de obra "flexible". El resultado de todo esto es una situación de presión intolerable para millones de trabajadores y trabajadoras, que viven en permanente estado de inseguridad laboral. No reciben sueldos dignos y trabajan en condiciones deplorables, no tienen derecho a organizar un sindicato que defienda sus derechos, acumulan horas extras sin cobrar y sufren jornadas de hasta más de 16 horas seis días a la semana.

El grueso de la población que está inmerso en este precario mundo laboral son por lo general mujeres jóvenes y, a menudo, inmigrantes. En Kenia, las mujeres representan el 75% de la mano de obra de las fábricas, en Sri Lanka, el 85%, y en Camboya alcanzan el 90%, donde una de cada cinco mujeres de entre 18 y 25 años trabaja en la industria de la confección.²

El sistema se ha ensañado con uno de los grupos más vulnerables de la sociedad: las mujeres pobres. Muchas veces los puestos de trabajo generados en los sectores beneficiados por el comercio son la mejor de las alternativas, en cuanto a salarios. Y aunque esos trabajos sólo les proporcionan una mejora

marginal en una vida de pobreza extrema, muchas aceptan las condiciones porque prefieren tener un mal trabajo, con un salario deficiente, que no tener nada. En Bangladesh, una mujer que trabaja cosiendo ropa para una multinacional -en su casa o en fábricas- gana más que una que trabaja en una empresa local, pero esto no significa nada, la mayoría de ellas no gozan de baja por enfermedad o por maternidad, pocas están amparadas por alguna cobertura sanitaria o de desempleo y, aún menos, consiguen ahorrar para el futuro.

Mara es una de ellas. Una joven camboyana de 25 años que trabaja en la confección para la marca Adidas. Mara trabaja lejos de su casa, mantiene a sus seis hermanos y a su padre, gana 65 dólares al mes y todo lo gasta en sobrevivir. "Nuestro supervisor nos pide que trabajemos más deprisa, que cosamos bien, y que cumplamos con los objetivos fijados. Mi objetivo es 120 pantalones cada hora. Por esto gano entre 1,25 y 1,50 dólares". Si al final del día no ha terminado de coser 960 pares de pantalones, hace horas extras y ni siquiera se levanta para ir al lavabo para que no le retengan la prima de incentivo mensual.



© Fernando Morales, Internón Oxfam

² "Más por menos. El trabajo precario en las cadenas de producción globalizadas." Oxfam Internacional, 2004.

Sudando para las OLIMPIADAS

En la Fábrica I, que produce ropa y calzado deportivos con el emblema de los Juegos Olímpicos, los trabajadores y trabajadoras (entrevistados en octubre de 2003) explicaron que trabajan en las condiciones siguientes:

- Cuando hay que cumplir unos plazos de entrega para la exportación, se obliga a los trabajadores a hacer turnos de hasta 17 horas durante seis días consecutivos. Los trabajadores están extenuados. Muchas mujeres embarazadas sufren abortos debido a las jornadas laborales interminables.

- Una cuarta parte de la mano de obra (2.000 trabajadores) está empleada temporalmente. Se les paga la mitad del salario mensual estándar de los trabajadores fijos y se les obliga a hacer horas extraordinarias no pagadas cuando no cumplen sus objetivos de producción en la jornada laboral normal.

- Los activistas sindicales sufren acoso e insultos.

- Las trabajadoras, especialmente las temporales, son víctimas de acoso sexual.

- Los trabajadores sufren maltrato verbal: "Nos llaman perros y nos dicen que nos muramos".

- Los trabajadores no reciben ninguna prestación en seguridad social.

- Ninguno de los trabajadores sabe de la existencia de códigos de conducta laborales, ni tiene conocimiento de que se realicen inspecciones.

Informe "Juega limpio en las olimpiadas". CC.OO., UGT, Setem, Intermón Oxfam, 2004.

Negociando un trabajo digno



"... Me di cuenta de lo importante que es proteger los derechos de los trabajadores. Si un trabajador tiene un problema, no conoce sus derechos. El sindicato puede aconsejarle y ayudarle a resolverlo."

Prem, miembro del comité sindical de una fábrica de confección textil tailandesa.

Los sindicatos representan a sus miembros en cuestiones que van desde la salud y la seguridad hasta los salarios y el horario laboral. El método para conseguir los acuerdos es a través de "negociaciones colectivas" formales con el jefe o dueño de la fábrica. Así, los trabajadores y trabajadoras que, por ejemplo, han sido despedidos de manera improcedente o que han sufrido abuso sexual, tienen un organismo que les defiende. Además, los sindicatos son los encargados de presionar a los gobiernos y a las instituciones internacionales para que las cuestiones que preocupan a los trabajadores queden reflejadas en las políticas nacionales y mundiales.

En un contexto de vulnerabilidad y precariedad total, la libertad de sindicación es fundamental para que los empleados mejoren sus condiciones de trabajo. Pero en el sector de la confección

de prendas deportivas este método de hacer justicia sigue siendo un problema. Los sindicatos se enfrentan a serias restricciones legales o prácticas en muchos países en desarrollo, y los trabajadores no tienen dinero para pagar las cuotas, tienen miedo a las represalias, a ser incluidos en una lista negra, a los despidos o simplemente, no les está permitido organizarse sindicalmente.

En una de las fábricas turcas que confeccionan prendas de vestir para Lotto y Puma, una chica de 22 años llamada Rana, explica: "Mientras los trabajadores de la fábrica vecina hacían huelga ante el edificio, nuestro supervisor nos dijo: "ya veréis, todos se quedarán sin trabajo. No cometáis nunca este error. De lo contrario, sufriréis las mismas consecuencias".

Hay quienes han cambiado las reglas y están formando nuevas alianzas nacionales de sindicatos y ONG's. Es el caso de Sri Lanka. Allí se han reunido recientemente en el Labour Core Group para trabajar en campañas sobre los principales problemas que afrontan las trabajadoras de la industria textil. Un destello de esperanza para los miles de personas que necesitan el apoyo colectivo.

Globalizar los derechos laborales



¿Quién es el responsable de esta situación? Los proveedores y los empleadores tienen la responsabilidad moral y legal directa de garantizar que sus trabajadores y trabajadoras reciban un trato digno, que las condiciones laborales sean justas y que trabajen en un ambiente saludable y seguro. Muchos no cumplen estas reglas, pero ellos no son los únicos responsables. Como vimos en el esquema "Relación entre el funcionamiento de las empresas de artículos deportivos y la precariedad laboral de los trabajadores", los proveedores están casi en la cola de la cadena de producción y las órdenes de "más trabajo, más rápido, y más barato" vienen de arriba.

- La dinámica de la globalización y la competencia comercial arrastran a miles de personas a infringir las normas de un comercio justo. Los gobiernos -en su lucha por el crecimiento económico basado en las exportaciones y apoyados por el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial- han adaptado ("flexibilizado") sus políticas laborales, para así poder satisfacer las exigencias de las compañías globales de producción.
- Las empresas han hecho suyo el concepto de Responsabilidad Social Corporativa, como una manera de distanciarse de las acusaciones de sus prácticas comerciales. Este nuevo concepto, entendido como la adopción de una posición ética por parte de la empresa, consiste en el compromiso libre y activo con la sociedad para contribuir a construirla como comunidad democrática, sostenible y solidaria. La Responsabilidad Social no se reduce a las consecuencias de aquello que las empresas hacen, sino que se refiere a la manera como las empresas se sitúan y actúan en el seno de la red en que están inscritas. Se refleja en los valores y criterios que orientan a las empresas en todas sus relaciones.

En algunas empresas han redactado "códigos de conducta", se han organizado sindicatos, se han aceptado inspecciones y auditorías. Pero, tal como se ha explicado a lo largo de este dossier, no todas las empresas los ponen en práctica. Y cuando los responsables de la política ética de las empresas los aplican, el personal de compra y de comercialización vuelve a presionar para conseguir precios unitarios bajos en menos tiempo, tirando por la borda los esfuerzos por ser socialmente correctos.

- Por su parte, el Comité Olímpico Internacional, organismo con el poder de decidir y cambiar las reglas del juego, además de titular de los derechos de todas las marcas olímpicas, mantiene el contrato con empresas que han producido los equipos de los atletas y los artículos-souvenir de ropa y calzado deportivos en condiciones de explotación.
- La ciudadanía tiene en sus manos el poder de exigir un juego limpio con los trabajadores y trabajadoras, a través de las acciones de las campañas internacionales y de las organizaciones que defienden los derechos de los trabajadores. Además, podemos optar por informarnos bajo qué condiciones se fabrica la ropa deportiva que compramos y utilizamos, informarnos de lo que hay detrás del negocio del deporte. El cambio no vendrá por sí solo, a las empresas les conviene mantener este modelo de negocio que les permite reducir costes y maximizar las ganancias... somos nosotros y nosotras quienes debemos liderar el cambio por un consumo responsable.

Para saber más...

Para saber más...

Bibliografía

Los objetivos de desarrollo del Milenio: un pacto entre las naciones para eliminar la pobreza.

Informe Sobre Desarrollo Humano 2003
PNUD, 2003.

Informe “Juega limpio en las Olimpiadas”

Oxfam Internacional, 2004
(www.IntermonOxfam.org)

Informe “Más por menos”

Intermon Oxfam, 2004
(www.IntermonOxfam.org)

Páginas web:

Páginas web:

- Historia de los JJ.OO.

http://es.wikipedia.org/wiki/Juegos_Olímpicos

- Atlas mundial de financiación

www.realinstitutoelcano.org/analisis/360.asp

- Documentos oficiales

www.olympic.org/uk/utilities/reports/index_uk.asp

- Patrocinadores - Socios

www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/elcosp.htm

www.elimparcial.com/edicionenlinea/notas/Deportes/20030711/60037.asp

- Símbolos olímpicos

www.elalmanaque.com/deportes/juegos_olimpicos/

- Medio ambiente y Juegos Olímpicos

www.tierramerica.net/2002/0217/grandesplumas.shtml

- Dopaje

www.csd.mec.es/csd/salud-ca

- Campaña "Ropa Limpia" (explotación laboral en países del Sur)

www.ropalimpia.org

- Estudios Intermon Oxfam

www.intermonoxfam.org/page.asp?id=1110

www.intermonoxfam.org/cms/HTML/espanol/1143/JJ00.pdf

- Campaña "Juega limpio"

<http://juegalimpio2008.blogspot.com/>

**Visita nuestra web
y descarga el
¡¡Global Express!!**

www.IntermonOxfam.org/educar/global

Global express pretende generar preguntas entre los alumnos y las alumnas sobre lo que cuentan los medios de comunicación. Se trata de promover una visión crítica de la realidad que les permita comprender el estado del mundo y, en especial, la situación del mundo en desarrollo.

Global express nació como una iniciativa de: Centrum voor Mondiaal Onderwijs (Holanda), Curriculum Development Unit (Irlanda), Centro Educazione Mondialità (Italia) e Intermon Oxfam (España).