

Reset



Certificación Social:

**¿Una herramienta para mejorar
las condiciones laborales
en el sector textil?**

.....



Coordina:

Setem

Informe elaborado por *punto&coma*
para la *Campaña Ropa Limpia*
Junio de 2001

La *Campaña Ropa Limpia*, de ámbito europeo, está coordinada en España por **Setem** y cuenta con el apoyo de 60 organizaciones de desarrollo, sociales, sindicales y de consumidores.

Coordinación general:

Bisbe Laguarda, 4 - 08001 Barcelona
Tfn.: 93 441 53 35 – Fax: 93 443 20 69

Secretaría técnica:

Gaztambide, 50 – 28015 Madrid
Tfn.: 91 549 91 28 – Fax: 91 549 95 72

E-mail: ropalimpia@pangea.org
www.pangea.org/ropalimpia

ÍNDICE

Resumen	1
1. Evolución del sector textil y de la confección	2
2. Los derechos laborales en el contexto internacional	
2.1. La OIT	4
2.2. La globalización económica y el trabajo	5
3. Control de las prácticas laborales	
3.1. Cláusulas sociales	7
3.2. Códigos de conducta y sus sistemas de regulación	8
3.2.1. Códigos de las empresas del textil	9
3.2.2. Certificación SA8000	10
3.2.3. Código de Fair Labor Association (FLA)	13
3.2.4. Código de la <i>Campaña Ropa Limpia</i>	14
4. Certificación social y ambiental. Modelos de referencia	
4.1. Etiqueta Rugmark	18
4.2. Etiqueta ecológica europea	20
4.3. AENOR Medio Ambiente	22
4.4. Sellos de Comercio Justo	23
4.5. Certificación forestal FSC	25
5. Recomendaciones de la <i>Campaña Ropa Limpia</i> para establecer un sistema de certificación social en el sector textil	28
6. Glosario	32
7. Referencias	33

RESUMEN

Una de las consecuencias del nuevo escenario de mayor competitividad internacional generado por el actual proceso de globalización económica, es el **deterioro de las condiciones de trabajo en todo el mundo**. En el sector textil y de la confección este deterioro se manifiesta de forma aguda por tratarse de una industria que requiere poca tecnología y abundante mano de obra. **Las grandes marcas desplazan buena parte de su producción o la subcontratan en los países donde encuentran precios más baratos**, sin importar las situaciones de explotación laboral de los trabajadores y trabajadoras que confeccionan sus prendas.

Estas **condiciones de explotación** que sufren millones de personas **violan los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)**, que recogen las normas laborales mínimas establecidas por la comunidad internacional para garantizar la dignidad de las personas en el trabajo. Durante los últimos 80 años, en el ámbito de la OIT se han elaborado un gran número de convenios, siete de los cuales constituyen las normas fundamentales del trabajo. Sin embargo, su falta de capacidad sancionadora obstaculiza en la práctica su efectividad.

La **falta de acuerdo de los Estados para regular las pautas de actuación de las empresas multinacionales en una economía globalizada**, y la resistencia de éstas argumentando que la normativa restringe su libertad de acción; han motivado que surjan diferentes iniciativas tendentes a poner coto a los abusos y mejorar las condiciones laborales, especialmente en el Sur, donde se dan las peores situaciones de explotación.

En el presente informe describimos algunas de ellas: **cláusulas sociales, códigos de conducta** (códigos de las empresas del textil, certificación SA8000, código de Fair Labor Association y código de la *Campaña Ropa Limpia*) y diversos **modelos de certificación social y ambiental** (etiqueta Rugmark, etiqueta ecológica europea, etiqueta AENOR Medio Ambiente, sellos de Comercio Justo y certificación forestal FSC); haciendo una breve valoración de cada uno de ellos.

En el capítulo 5 se recogen las **recomendaciones** extraídas del análisis de estos sistemas, de cara a la posible puesta en marcha de un sistema de certificación social en el sector textil. Con ello pretendemos contribuir a la reflexión sobre las posibilidades que ofrece, las dificultades a las que habría que hacer frente y los aspectos que, como mínimo, habría que tener en cuenta. En resumen, **un sistema de certificación social debe:**

- **ser participativo y transparente**
- **tener un mecanismo de control independiente, con inspecciones sin previo aviso**
- **no suplantarse el papel de trabajadores y sindicatos, cuya posición debe reforzarse**
- **no suplantarse la legislación nacional o internacional, a la que complementa**
- **promover la participación local**
- **prever una amplia difusión para que cuente con el apoyo de la sociedad**

1. EVOLUCIÓN DEL SECTOR TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN

En las últimas décadas, **el sector textil ha sufrido una fuerte transformación**. Se trata de uno de los sectores industriales donde la **deslocalización y la fragmentación de la producción** que caracterizan a la globalización económica son más sencillas, ya que requiere poca tecnología y abundante mano de obra. En este nuevo escenario internacional, su modo de operar ha cambiado por completo. Las grandes marcas, sus principales protagonistas, se ocupaban hasta hace poco de toda la cadena de producción; ahora subcontratan partes de ella en cualquier rincón del mundo buscando precios más baratos. La **subcontratación** de la producción reduce sus responsabilidades en esa fase y les permite centrarse en el diseño y la comercialización, donde se generan los mayores beneficios.¹

La **deslocalización de la producción** se ha ido produciendo en diferentes fases. En los años 60 y 70, se produjeron los primeros cierres de factorías en Europa, desplazándose la producción a lugares como Corea del Sur, Taiwán, Túnez y Hong Kong. Con el paso del tiempo los salarios comenzaron a incrementarse en estas zonas, debido en parte a que emergieron sindicatos con fuerza suficiente para conseguirlo. Esto hizo que en la **década de los 80** tuviera lugar un nuevo desplazamiento de la producción hacia Tailandia, Filipinas, Bangladesh, India y Sri Lanka. Después se han ido incorporando otros países como Camboya, Laos, Birmania, Vietnam y China. En los últimos años Europa del Este se ha convertido en un nuevo destino. Países de África como Mauricio, Madagascar y Zimbabue también son lugar de producción de prendas de vestir para el mercado europeo, mientras que en Centroamérica se produce principalmente para el mercado norteamericano.² Empresas españolas están produciendo también en Marruecos.

Las empresas buscan continuamente nuevos lugares donde producir en mejores condiciones. De esta manera se genera una competencia a la baja a escala internacional, con el consiguiente deterioro de las condiciones laborales en todo el mundo.^{3,4,5} El trabajo se convierte en una mercancía más y el cumplimiento de los derechos laborales en una traba para la competitividad empresarial. Bastan algunos ejemplos de las **denuncias más habituales** para dibujar un panorama de las condiciones de **abuso y explotación**: castigos corporales por equivocarse (mujeres que hacen zapatillas para Nike en Vietnam), jornada laboral de más de 90 horas (mujeres que trabajan para Esprit en China), despidos por ir a la huelga (mujeres que trabajan para ADIDAS en Indonesia), salario inferior al nivel de subsistencia (trabajadores para H&M en Rumania), salario inferior al mínimo legal (trabajadores que producen para Levi Strauss en Indonesia).⁶

En la actualidad, una marca comercial puede tener cientos, incluso miles, de puntos de confección de sus prendas en todo el mundo. El trabajo lo subcontratan bajo estrictos acuerdos en cuanto a calidad y plazos de entrega. En caso de incumplimiento el pedido se puede cancelar. Es la marca quien determina el precio a pagar y las condiciones de entrega; los subcontratistas tienen poco margen de maniobra en la negociación. El camino que siguen es subcontratar a su vez parte del trabajo a precios aún más bajos. En muchos casos, al final de la cadena quedan trabajadores y trabajadoras a domicilio inmersos en el sector informal.

Un producto de esta nueva estructura del sector son las **zonas de libre comercio** (también conocidas como **zonas francas, maquilas o fábricas del sudor**). Localizadas en los países en vías de desarrollo, se trata de zonas **dedicadas a la producción para empresas extranjeras**, a las que se ofrece toda clase de **facilidades económicas y ventajas fiscales**, así como **mano de obra barata**. La actividad sindical está con frecuencia prohibida llegando a dar el caso de que se exija a las trabajadoras un documento oficial que certifique que no han estado nunca sindicadas. La situación laboral es precaria y los salarios insuficientes. Unos días de enfermedad pueden ser motivo de despido. Las condiciones insalubres de trabajo son origen de frecuentes problemas de salud: la falta de ventilación en los talleres de costura ocasiona infecciones respiratorias, el ruido de las máquinas produce problemas de sordera, las largas jornadas laborales generan problemas de espalda o de riñones. **Unos 27 millones de personas, el 90% mujeres, trabajan en las maquilas en estas condiciones.**⁷

En **Centroamérica**, a partir de los 80 las maquilas han pasado a ser una actividad económica importante. En El Salvador trabajan en ellas 79.000 personas, el 80% mujeres. En la República Dominicana hay cerca de 530 maquilas con unos 200.000 trabajadores, de los que tan sólo un 2% está organizado sindicalmente. En Honduras hay 200 maquilas oficiales, a las que se suman otras sobre las que no existe ningún tipo de control, la mayor parte de la mano de obra son chicas jóvenes (desde los 13 años).

En **México** también tienen una presencia importante. En Tehuacan, el principal municipio dedicado a la maquila, hay instaladas unas 400 empresas que proporcionan en torno a 40.000 empleos directos y 25.000 indirectos. Es frecuente que a las mujeres no se les pague durante semanas, incluso meses, con el argumento de que hay que formarlas. Las condiciones de trabajo recuerdan las de los comienzos de la revolución industrial en Europa.

La mayoría de las prendas de vestir que se confeccionan en las maquilas de estos países tienen como destino el mercado norteamericano, cuya política comercial favorece este tipo de organización de la producción al eliminar aranceles y cuotas para las prendas fabricadas en Centroamérica. El mayor beneficio económico es para las grandes marcas a las que va destinada la producción; mientras que el empleo generado, aunque ha posibilitado la incorporación de la mujer al mundo laboral, se realiza como hemos visto en condiciones de explotación.

El último informe anual de la OIT sobre el estado de las empresas textiles en el mundo, publicado en octubre de 2000, describe la nueva orientación geográfica en la creación de empleo en el sector. El 90% de los nuevos puestos de trabajo se han creado en Asia, con China a la cabeza, país donde tiene lugar el 20% de toda la producción. En el **continente africano** también se ha constatado un aumento de la mano de obra. Este creciente desplazamiento de la producción tiene como destino los países con mayores problemas laborales: explotación infantil, trabajo clandestino, utilización de la subcontratación y discriminación de la mujer. Según la OIT, muchas de las empresas que están desplazando la producción se instalan en las zonas de libre comercio.⁸

2. LOS DERECHOS LABORALES EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

2.1. LA OIT

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) fue creada después de la Primera Guerra Mundial, en 1919. Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, en 1946, se convirtió en el primer organismo especializado asociado a Naciones Unidas. Su estructura es tripartita, con la participación de representantes de los empleadores, los trabajadores y los gobiernos. Uno de sus principales cometidos es elaborar normas internacionales del trabajo en forma de convenios y recomendaciones, y evaluar su cumplimiento. Sin embargo, al carecer de capacidad sancionadora su efectividad se ve obstaculizada en la práctica.

A lo largo de los años, la OIT ha elaborado un gran número de convenios sobre cuestiones específicas relacionadas con el mundo laboral. Siéte de ellos constituyen las normas fundamentales del trabajo. Los convenios deben ser ratificados por los Estados y trasladados a sus respectivas legislaciones nacionales.⁹

Convenios fundamentales de la OIT:

- **Convenio 29. Trabajo forzoso (1930):** dispone la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio en todas sus formas. Se admiten algunas excepciones como el servicio militar obligatorio, el trabajo penitenciario adecuadamente controlado y el trabajo obligatorio en situaciones de emergencia como guerras, incendios, terremotos, etc.
- **Convenio 87. Libertad sindical y protección del derecho de sindicación (1948):** establece el derecho de todos los trabajadores y de los empleadores a constituir las organizaciones que estimen convenientes y a afiliarse a ellas sin autorización previa, y dispone una serie de garantías para el libre funcionamiento de tales organizaciones, sin la injerencia de las autoridades públicas.
- **Convenio 98. Derecho de sindicación y de negociación colectiva (1949):** estipula la protección contra todo acto de discriminación tendente a menoscabar la libertad sindical; la protección de las organizaciones de trabajadores y de empleadores contra actos de injerencia de unas respecto de otras; así como medidas de promoción de la negociación colectiva.
- **Convenio 100. Igualdad de remuneración (1951):** prevé la igualdad de remuneración y de prestaciones entre hombre y mujer.
- **Convenio 105. Abolición del trabajo forzoso (1957):** prohíbe el uso de toda forma de trabajo forzoso u obligatorio como medio de coerción o de educación políticas, como castigo por tener o expresar opiniones políticas o posturas ideológicas, como método de movilización de mano de obra, como medida de disciplina en el trabajo, como castigo por participar en una huelga, o como medida de discriminación.

- **Convenio 111. Discriminación en el trabajo (1958):** prevé la formulación de una política nacional que elimine toda discriminación en materia de empleo, formación profesional y condiciones de trabajo por motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social; y que promueva la igualdad de oportunidades y de trato.

- **Convenio 138. Edad mínima (1973):** tiene por finalidad la abolición del trabajo infantil y estipula que la edad mínima de admisión al empleo no debería ser inferior a la edad en que cesa la enseñanza obligatoria.

En 1999, la OIT aprobó un **nuevo convenio sobre la Prohibición de las peores formas de trabajo infantil**. Hace referencia a las formas de esclavitud y trabajo forzoso, la prostitución y la pornografía, la utilización de menores en actividades ilícitas y los trabajos que puedan dañar la salud, la seguridad o la moralidad de los niños y niñas.

2.2. LA GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA Y EL TRABAJO

El proceso de **mundialización de la economía** en el que estamos inmersos implica que la actividad económica – tanto la relacionada con la producción y el comercio, como la de carácter meramente especulativo – se desarrolla en un espacio global que sobrepasa las fronteras nacionales y la capacidad de regulación de los Estados. **El protagonismo de este proceso recae en las empresas multinacionales y las instituciones financieras.**¹⁰

El número de empresas multinacionales y su tamaño no ha dejado de aumentar en las últimas décadas. **Cada vez son más las empresas cuyo volumen de ventas supera el PIB de muchos Estados.** Las fusiones y la diversificación de la inversión generan un complejo entramado en el que es difícil delimitar el campo de actuación de cada grupo empresarial. La mayor parte de los movimientos monetarios internacionales son de carácter especulativo. **Los recursos financieros tienden a utilizarse más en actividades arriesgadas y especulativas que en actividades directamente relacionadas con la producción.** En definitiva, los capitales se mueven con rapidez buscando el máximo beneficio económico a corto plazo.

Para que este funcionamiento sea posible ha sido necesario **liberalizar los mercados, reducir el papel de los Estados y eliminar regulaciones tanto a escala nacional como internacional.** Las empresas multinacionales han jugado un papel muy activo en este proceso a fin de generar el marco internacional adecuado para su actividad económica. Su influencia es determinante en la configuración de cualquier acuerdo internacional con el que se pretenda establecer reglas del juego para este nuevo espacio global.

Un fiel reflejo de esta situación es el poder que se ha otorgado a la **Organización Mundial del Comercio (OMC)**, creada en 1994. A diferencia de otras instituciones (como la OIT) o acuerdos internacionales (como los convenios de protección ambiental) sí se le ha dotado de **capacidad sancionadora.** De esta forma, los intereses comerciales se anteponen a los derechos laborales, la seguridad alimentaria, la protección del medio ambiente o la salud de los consumidores, aspectos todos ellos relegados a un segundo plano y considerados como trabas al libre comercio.^{11,12}

De esta manera, los prometidos beneficios de la globalización económica no se reparten de forma equitativa y asistimos a un fuerte incremento de las desigualdades, a un deterioro de las condiciones de trabajo en todo el mundo -en especial en los países del Sur- y a una alarmante destrucción del medio ambiente.

3. CONTROL DE LAS PRÁCTICAS LABORALES

La falta de acuerdo de los Estados para regular las pautas de actuación de las empresas multinacionales en una economía globalizada, y la resistencia de éstas argumentando que la normativa restringe su libertad de acción; han motivado que surjan diferentes **iniciativas tendentes a poner coto a los abusos y mejorar las condiciones laborales**, especialmente en el Sur, donde se dan las peores situaciones de explotación. En esta línea, destacan las **cláusulas sociales** y los **códigos de conducta**, que describimos a continuación, y los **sistemas de certificación**, a los que se dedica el capítulo 4.

3.1. CLÁUSULAS SOCIALES

Desde diferentes ámbitos se ha propuesto **incluir cláusulas sociales en los acuerdos comerciales, tomando como referencia los convenios fundamentales de la OIT**. Es una cuestión controvertida y existen posiciones enfrentadas.¹³ La mayoría de las propuestas se centran en cuestiones tan básicas como el derecho de los trabajadores y trabajadoras a la libre sindicación y a la negociación colectiva, y la eliminación del trabajo forzoso y del trabajo infantil.

Las cláusulas sociales deben ir acompañadas de mecanismos que incentiven su cumplimiento, como son la imposición de sanciones económicas a los Estados que las incumplan y el trato de favor para sus productos a los que sí las cumplan.

En la actualidad, cláusulas de este tipo existen en los **Sistemas Generalizados de Preferencias (SGP)** de los EE UU y de la Unión Europea. Estos sistemas permiten que determinados países en vías de desarrollo adquieran acceso preferencial, con reducciones aduaneras, a los mercados de EE UU y de Europa, respectivamente.¹⁴

El **SGP europeo** incluye, desde comienzos de 1998, un régimen de incentivos en materia social para los países que demuestren la adopción y aplicación de los convenios 87 y 98 de la OIT sobre organización sindical y negociación colectiva, y del 138 sobre la edad mínima de admisión al trabajo.

El **SGP estadounidense** incluye desde 1984 una referencia al respeto a los derechos de los trabajadores. Dispone de un mecanismo para verificar el cumplimiento de las condiciones por las que se otorga el derecho a las preferencias. El programa logra que los países sometidos a revisión acometan iniciativas para mejorar o hacer respetar la legislación y no perder así los derechos de aduana.

A principios de 1994, algunos Estados occidentales -con EE UU a la cabeza- plantearon la **propuesta de incluir cláusulas sociales en la OMC**. Es una cuestión que suscita posiciones enfrentadas que van desde los partidarios de aplicar sanciones comerciales a los gobiernos que no respeten los derechos laborales, a los partidarios de desvincular la cuestión laboral de la OMC por considerar que no es el foro apropiado debido a su falta de transparencia y a su funcionamiento antidemocrático.

Los países pobres se han negado a tratar el asunto en la OMC, alegando que es una excusa de los países ricos para imponer barreras proteccionistas a la entrada de sus

productos en los mercados occidentales, y defienden que sus economías necesitan la ventaja comparativa de la mano de obra barata.

La CIOSL (Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres) en su XVII Congreso, celebrado en 2000, reafirmó en una resolución el objetivo de **incorporar una cláusula de derechos de los trabajadores en los acuerdos y procedimientos de la OMC**. *"La discriminación y la explotación flagrante en el lugar de trabajo, contraviniendo los derechos fundamentales de los trabajadores y trabajadoras, se han hecho cada vez más parte integrante del comercio mundial"*, señala la resolución. La CIOSL **rechaza toda utilización de la cláusula con fines proteccionistas**, y apuesta por la utilización de medidas comerciales que incentiven a los países a mejorar las condiciones laborales y de vida, dejando las *"medidas comerciales disuasivas"* para el caso de negación sistemática de los derechos laborales fundamentales.¹⁵

En el mundo sindical existe alguna posición contraria como la del sindicato indio CITU, que se opone a que las cláusulas sociales vayan ligadas al comercio internacional. Considera que no se pueden poner en marcha mecanismos económicos que inducen a los países a empeorar las condiciones de trabajo, y después imponerles sanciones si no respetan los cánones internacionales. Plantea que los problemas generados no se pueden resolver únicamente con cláusulas sociales, sino que es preciso revisar enteramente la relación entre el Norte y el Sur.¹⁶

3.2. CÓDIGOS DE CONDUCTA Y SUS SISTEMAS DE REGULACIÓN

Desde los años 70, ha habido varias iniciativas de organismos internacionales como, OCDE, OIT y NN UU que pretendían elaborar códigos de conducta para las empresas multinacionales. La falta de acuerdo sobre su contenido y los mecanismos de control, junto con la presión de las propias empresas, hizo que fracasaran o quedaran en poco más que declaraciones de buenas intenciones.¹⁷

La OCDE aprobó en 1976 unas *Directrices para las Empresas Multinacionales*. Las Directrices se plantean tan sólo como **recomendaciones**, su redacción es ambigua y la prioridad que se otorga a los intereses empresariales resulta evidente. La revisión realizada en el año 2000 ha introducido un lenguaje más actual con menciones al *"desarrollo sostenible"*, pero no ha mejorado su efectividad y siguen apoyándose en la autorregulación empresarial.

La OIT abordó los aspectos sociales de las actividades de las multinacionales en su *Declaración Tripartita de Principios Relativos a las Empresas Multinacionales y la Política Social*, de 1977. Los principios que contiene constituyen un buen punto de referencia, pero su **carácter voluntario** la ha privado de efectividad en la práctica.

NN UU emprendió la iniciativa más ambiciosa para regular a las multinacionales. Sin embargo, en 1992, después de más de una década de trabajo, la **propuesta de código** elaborada por el Centro para las Empresas Multinacionales de Naciones Unidas fue **rechazada** definitivamente en el contexto de la Cumbre de la Tierra, a favor de un código de conducta voluntario promovido por el sector empresarial.

Por lo que respecta a la **Unión Europea**, cabe destacar la **Resolución Howitt** ¹⁸ de 1998, en la que el Parlamento Europeo muestra su apoyo a las iniciativas tendentes a promover códigos de conducta acompañados de un seguimiento y verificación eficaces e independientes, subrayando que los códigos no pueden sustituir a las normas nacionales o internacionales, ni a la responsabilidad de los gobiernos; ni deben utilizarse como instrumento que permita a las empresas multinacionales eludir los controles públicos y jurídicos. En su Resolución, el Parlamento reitera su petición al Consejo para que se elabore una posición común sobre los códigos de conducta. No obstante, las peticiones del Parlamento no han encontrado eco ni en la Comisión ni en el Consejo.

Por último, en la década de los 90, hemos asistido a una proliferación de códigos voluntarios con dos procedencias bien definidas: el sector empresarial y las organizaciones sociales. Los diferentes puntos de partida se ponen de manifiesto en su contenido y en los mecanismos de aplicación y supervisión. En cualquier caso, para valorar la efectividad de un código es preciso analizar en detalle su impacto real sobre las condiciones de trabajo y su poder para potenciar la capacidad de los propios trabajadores y trabajadoras de proteger sus derechos laborales.¹⁹

3.2.1. Códigos de las empresas del textil

Descripción

Las empresas que han sido objeto de campañas de denuncia por las condiciones de explotación en las que se confecciona su ropa o sus prendas deportivas, se han visto en la necesidad de reaccionar para mantener una buena imagen ante sus compradores. Como parte de esa estrategia han elaborado códigos de conducta. Se trata de códigos voluntarios, en los que la propia empresa define, con más o menos precisión, unas normas de comportamiento en el terreno laboral. **Levi Strauss** fue la primera marca del sector en elaborar su propio código. Fue en 1991, después de ser acusada de utilizar mano de obra de chicas jóvenes en condiciones similares a las de una prisión. Le han seguido otras como **Nike**, **Reebok**, **Gap**, **C&A**, **Otto Versand**, **Disney** y **H&M**. Sin embargo, las denuncias y los escándalos se han seguido sucediendo.

Valoración

Un análisis de estos códigos muestra que son poco más que una herramienta de relaciones públicas:²⁰

▪ **Son limitados en su contenido.** Ninguno hace mención a todas las cuestiones básicas que se deberían tener en cuenta:

- ☐ El derecho a la organización colectiva de los trabajadores
- ☐ Ausencia de trabajo forzado
- ☐ Ausencia de explotación infantil
- ☐ Ausencia de discriminación
- ☐ Un máximo de horas semanales
- ☐ Seguridad y condiciones sanitarias en el lugar de trabajo
- ☐ Un salario suficiente para vivir
- ☐ Establecimiento de las relaciones laborales

- **Son textos vagos y de difícil interpretación.** Dejan una salida fácil a las empresas para justificar los incumplimientos. El texto debería referirse claramente a los convenios de la OIT.
- **No quedan claras las responsabilidades.** Por ejemplo, si el código afecta a toda la cadena de subcontratación.
- **Falta de control de su aplicación y verificación de su cumplimiento.** No aceptan ningún tipo de control independiente, por lo que no hay forma de determinar si el código va más allá del departamento de relaciones públicas de la empresa.

La única forma de que un código tenga validez es que exista un mecanismo independiente para verificar su aplicación. Lo que las empresas definen como control independiente no va más allá de un departamento distinto al de ventas o de la creación de una filial encargada del seguimiento del código. Es preciso que haya un control público auténticamente independiente de la empresa, y que los trabajadores tengan una voz directa en el sistema de control. Tanto sindicatos como ONG deben estar implicados al más alto nivel de decisión.

3.2.2. Certificación SA8000

Descripción

SA8000 es una **certificación social voluntaria**, que surge desde el sector empresarial en un intento por aclarar la confusión generada por la reciente proliferación de códigos de conducta. Se **pretende crear un modelo unificado** que llegue a ser identificable por los consumidores. Sus estándares son universales, es decir aplicables para las empresas de todos los sectores industriales en cualquier país.²¹

SA8000 es promovida por la Agencia de Acreditación del Consejo sobre Prioridades Económicas (CEPAA, en sus siglas inglesas), fundada en 1997 por el Consejo sobre Prioridades Económicas (CEP) de EE UU. Ha elaborado unas normas laborales estándar y un sistema de verificación. En el año 2000, CEPAA pasó a denominarse SAI (**Social Accountability International**).

La estructura de SAI incluye una **Junta de Gobierno**, constituida por un representante de CEP, 3 abogados y un representante del mundo de los negocios; y una **Junta Asesora** con 22 miembros de los que la mitad corresponden al sector empresarial y el resto se reparten entre sindicatos, ONG, un representante de Naciones Unidas y un interventor.²²

SA8000 se dirige fundamentalmente a **fabricantes y proveedores**, que obtienen la **Certificación SA8000**. Los **minoristas** se pueden adherir al sistema. Deben anunciar públicamente su intención de buscar proveedores que cumplan con los requerimientos sociales del sistema de certificación. Obtienen la calificación de **Miembro SA8000**. Se les anima a que ayuden a sus proveedores y fabricantes a que mejoren las condiciones laborales.

En cuanto a su **contenido**, se centra en los siguientes requerimientos: prohibición del trabajo infantil y del trabajo forzoso, condiciones de salud y seguridad, salario para

vivir, jornada laboral, ausencia de discriminación, libertad de asociación y negociación colectiva, y sistemas de gestión. No contempla la situación de las personas que trabajan a domicilio en el sector informal.

La certificación la llevan a cabo **empresas auditoras**, previamente acreditadas por SAI, que dispone de un *Documento Guía* para orientar a los auditores. El fabricante que desea obtener la certificación corre con los gastos de auditoría. Una empresa puede obtener la certificación para fábricas individuales o para todos sus lugares de producción. La certificación de los proveedores y subcontratistas no forma parte obligatoria del acuerdo entre la empresa y SAI, sólo se certificarán si se solicita expresamente.

Existe un **mecanismo de apelación** por el que trabajadores, sindicatos y ONG pueden presentar a la empresa, al organismo de certificación o a la agencia de acreditación una queja cuando no consideren satisfactorio el resultado de una auditoría.²³

Valoración

Su contenido es más completo que el de otros códigos. Hace referencia, por ejemplo, a un salario suficiente para vivir en lugar de limitarse al salario mínimo, que en muchos países está por debajo del nivel de subsistencia. Sin embargo, **un grupo de organizaciones asiáticas^a ha realizado un análisis muy crítico de su funcionamiento y de sus consecuencias para la defensa de los derechos de los trabajadores.** Sus conclusiones quedan recogidas en un informe publicado en junio de 1999.²⁴ **Detallamos a continuación sus principales preocupaciones:**

- **Falta de transparencia.** Consideran que hay un desequilibrio de intereses, con un peso excesivo del sector empresarial. La presencia en la Junta de representantes de empresas como **Toys R Us**, o en su momento **Reebok**, que han sido objeto de críticas por sus violaciones de los derechos laborales, es otro elemento que pone en entredicho su credibilidad.

- **Formación insuficiente de los auditores.** La formación de los auditores se lleva a cabo sin una metodología específica para realizar auditorías sociales y sin una definición de qué tipo de infracciones se consideran graves o leves. Tan sólo existe como referencia un *Documento Guía* que sugiere una serie de recomendaciones. El equipo auditor decide el número y la frecuencia de las visitas de inspección, la gravedad de las infracciones y la concesión de la certificación. Los auditores obtienen su formación en cursos organizados por CEPAA. Miembros de las organizaciones *Asia Monitor Resource Center* y *Hong Kong Christian Industrial Committee* asistieron a uno de estos cursos para evaluar su efectividad. La duración fue de tres días y lo impartía un experto en gestión empresarial, que carecía de experiencia en derechos humanos y en el tipo de factorías a las que van dirigidas las inspecciones. Durante el curso se insistía en que "ninguna empresa violaría los derechos laborales de forma deliberada", que los "estándares son flexibles" y que el principal parámetro para determinar su cumplimiento es "la intención o la voluntad" de las empresas. **Los asistentes al curso no tenían ninguna experiencia previa, pero en tres días se consideraba que ya estaban preparados como auditores profesionales en cuestión de derechos laborales.**

^a Labour Rights in China (LARIC), Asia Monitor Resource Center, China Labour Bulletin, Hong Kong Christian Industrial Committee, Hong Kong Confederation of Trade Unions.

▪ **Falta de mecanismos para controlar la cadena de subcontratación.** Una de las principales dificultades para controlar las prácticas laborales en el sector textil es la flexibilidad de la cadena de producción. Una empresa puede tener varios miles de proveedores en diferentes países del mundo, que a su vez subcontratan a otros proveedores parte de la producción; con la complicación añadida de que muchos de ellos cambian de una temporada a otra. La situación se complica aún más cuando se llega al sector informal. SA8000 no contempla la necesidad de que las empresas revelen la información sobre todos sus proveedores, ni aborda la problemática del trabajo informal. Queda abierta la puerta a que las empresas informen tan solo de una pequeña parte de sus proveedores de cara a las inspecciones, quedando el resto de su producción al margen de todo control.

▪ **Falta de control público.** Los informes de la auditoría son confidenciales y propiedad de la empresa. Ésta tiene obligación de informar, pero siempre puede seleccionar los datos que desea facilitar. No existe transparencia ni la posibilidad de que la opinión pública tenga acceso a la información completa. Sin embargo, ante cualquier denuncia de violación de derechos laborales, la empresa puede esgrimir que tiene la certificación SA8000.

▪ **Privatización de los derechos laborales.** La esencia de SA8000 es el poder de los auditores para decidir si se otorga la certificación a una empresa. Cuando realizan las visitas de inspección, se elige a los trabajadores a los que se va a entrevistar. Este enfoque individual les aísla y fragmenta su fuerza colectiva. Tampoco se establecen vínculos entre trabajadores de diferentes fábricas. Además, es difícil que un equipo de auditores externos que visitan una factoría de un país en desarrollo, donde los empleados están sometidos al miedo a las represalias, genere la confianza necesaria para que manifiesten con libertad su situación laboral. El resultado es que los trabajadores no tienen ningún papel activo en todo el proceso de auditoría y certificación. Para que un código tenga valor en la defensa de los derechos laborales, tiene que fomentar la participación de los trabajadores, no alienarla.

▪ **Mayor poder para las grandes empresas.** Las multinacionales y las firmas auditoras se erigen a sí mismas en legisladoras de los derechos laborales, socavando la capacidad de acción conjunta de los trabajadores. Sus efectos adversos a largo plazo sobre los movimientos sindicales pueden ser enormes. Por otra parte, son las grandes empresas las que pueden contratar los servicios de auditoría. Con el tiempo, el SA8000 se perfilará como una herramienta de éstas en contra de la pequeña y mediana empresa.

▪ **Omisión de la participación de los actores locales.** El papel de los actores locales queda prácticamente anulado. Por ello, las consecuencias más preocupantes sobre los países del Sur serán las derivadas del debilitamiento de los movimientos sociales y de la fuerza de los trabajadores para negociar y defender sus condiciones laborales. La certificación SA8000 es una iniciativa de las grandes empresas del Norte dirigida en primer lugar a mejorar su imagen ante sus compradores, y no a mejorar las condiciones laborales en los lugares de producción.

3.2.3. Código de Fair Labor Association (FLA)

Descripción

En EE UU, en el verano de 1996, la Casa Blanca impulsó una iniciativa para abordar los derechos laborales en las industrias de la confección y del calzado deportivo.^{25, 26} Se creó una coalición de empresas, sindicatos, ONG y Universidades, la Apparel Industry Partnership (AIP), para negociar un código de conducta y su sistema de verificación. Estaban implicadas empresas como Nike y Reebok, que han sido objeto de frecuentes campañas de denuncia por las condiciones de explotación en factorías donde se confeccionan prendas para sus marcas.

El **primer acuerdo**, alcanzado en 1997, establece un código de conducta sobre las condiciones de trabajo que contempla nueve aspectos: trabajo infantil, trabajo forzoso, discriminación, acoso y abusos, libertad de asociación, salarios, salud y seguridad, jornada laboral y retribución de horas extras; así como los principios para verificar su cumplimiento. **Los sindicatos y algunas de las ONG implicadas en el proceso en un principio, se retiraron del acuerdo por considerar que tenía deficiencias importantes.**

Las empresas, las ONG que se mantuvieron en el proceso y las Universidades crearon, en 1998, una nueva entidad, Fair Labor Association (FLA), que en la actualidad está constituida por 12 empresas, 4 ONG y 148 centros universitarios. Su Junta está compuesta por 6 representantes de las empresas, 6 de las ONG, uno del sector universitario y el presidente. FLA se encarga de verificar el cumplimiento del código y acredita a los auditores externos.

Una empresa interesada en el código debe presentar a FLA un plan para su aplicación, que incluya el **mecanismo de control**. Durante el primer año la propia empresa debe controlar el 50% de las factorías y el 100% en el segundo año. Además, debe contratar auditores externos, entre los acreditados por FLA, que inspeccionarán al menos el 30% de las plantas durante los primeros 2-3 años. Después, el porcentaje anual podrá oscilar entre el 5% y el 15%. La empresa puede sugerir las factorías a inspeccionar, aunque FLA puede introducir cambios en la lista si considera que no refleja adecuadamente los factores de riesgo.

Los **informes de las auditorías** se facilitan a FLA, que preparará un informe anual de cada empresa. La localización de las factorías inspeccionadas no se hará pública. FLA se encarga también de recibir las posibles quejas de terceras partes.

En la actualidad, hay en marcha varios **proyectos piloto** en diversos países.

Valoración

Hay aspectos en el código y en su sistema de verificación que han hecho cuestionar su credibilidad, y que motivaron el abandono de los sindicatos y diversas ONG:

- **Salarios.** El código hace referencia a salarios mínimos y no a salarios suficientes para vivir. En muchos de los países donde se contrata la producción, los salarios mínimos legales están por debajo del nivel de subsistencia.

- **Papel de los trabajadores.** No promueve el que las empresas apoyen el derecho de los trabajadores y trabajadoras a organizarse y a la negociación colectiva. La ausencia de los sindicatos en su estructura es uno de los factores que cuestiona su credibilidad.
- **Jornada laboral.** Admite que se supere la jornada semanal de 60 horas en ciertas circunstancias y permite el pago de horas extra a una escala inferior a lo habitual.
- **Factorías exentas de verificación.** Permite que se mantenga fuera del sistema de control a una parte de las factorías, en concreto a las que la empresa contrata producción durante un periodo igual o inferior a seis meses en el plazo de dos años, o a las que contrata el 10% o menos de la producción de la factoría. En conjunto no deben superar el 15% de las factorías de las que se provee.
- **Falta de independencia.** Es la propia empresa la que supervisa el total de las factorías de las que se provee, y además puede elegir las que van a ser objeto de inspección externa. Un sistema creíble de verificación tiene que incluir visitas sin previo aviso a factorías elegidas por expertos externos que no trabajen para la empresa.
- **Procedimiento a seguir en los casos de incumplimiento.** Cuando se detecten incumplimientos del código por parte de una empresa, ésta será sometida a una revisión especial durante un periodo de tiempo indefinido, sin que exista notificación de ello al público. La decisión de retirar la certificación a una empresa sólo podrá acordarse con el voto de dos tercios de los miembros de las ONG y dos tercios de los miembros del sector industrial de la Junta. Las posibilidades de que esto ocurra son muy remotas, por lo que el procedimiento es extremadamente débil.

El resultado de todo el proceso hasta la fecha es un código sin el suficiente apoyo social y de cuestionable utilidad.

3.2.4. Código de la *Campaña Ropa Limpia*

Descripción

La *Campaña Ropa Limpia* se desarrolla simultáneamente y de forma coordinada en 10 países europeos: Holanda, Bélgica, Francia, España, Gran Bretaña, Alemania, Austria, Suiza, Italia y Suecia. Su objetivo es poner fin a las situaciones de explotación y abuso de los trabajadores en el sector textil. Se centra en la confección de ropa y prendas deportivas, actividad que requiere abundante mano de obra y que es realizada en su mayor parte por mujeres. Las actividades de la Campaña van dirigidas a denunciar las condiciones de explotación laboral, presionar a las marcas comerciales para que asuman sus responsabilidades, informar y sensibilizar a los consumidores y las consumidoras para que exijan que las prendas que compren estén libres de explotación, y promover alternativas y mecanismos de control.

En línea con este último aspecto, en 1997 se desarrolló, en colaboración con los secretariados internacionales de los sindicatos, un *Código de Prácticas Laborales para la Industria de la Confección y la Indumentaria Deportiva*.²⁷ El código establece unas normas laborales mínimas sobre la base de los convenios fundamentales de la OIT, y mecanismos para aplicarlo y para verificar su cumplimiento.

Contempla la creación de una **Fundación** que se encargará de establecer el sistema de control independiente, de ayudar a las empresas en la aplicación del código, de informar a la opinión pública y del mecanismo de apelación y arbitraje. En su **Junta** estarán representados los productores, las tiendas, los sindicatos y las ONG, en una proporción del 50% para el sector industrial y 50% para sindicatos y ONG.²⁸

El código no pretende sustituir a la legislación nacional o internacional, sino que trata de brindar protección a los trabajadores y las trabajadoras cuando ésta es insuficiente o no se cumple. **Tampoco sustituye a la negociación colectiva ni a los sindicatos**, cuyo papel trata de reforzar.

Va dirigido a todas las empresas de la cadena de venta, distribución y manufactura de la confección y prendas deportivas, así como a sus asociaciones industriales. **La responsabilidad de las empresas que asuman el código se extiende a toda su cadena de subcontratación**, abarcando por tanto a todos los trabajadores y trabajadoras que confeccionen prendas de forma directa o indirecta para la empresa en cuestión. El cumplimiento del código debe ser una condición de cualquier acuerdo de la empresa con contratistas y proveedores, que a su vez la deben extender a sus subcontratistas.

El código incluye las siguientes disposiciones en cuanto a las condiciones laborales:

- **El empleo es libremente elegido**, no se utilizará trabajo forzoso, incluyendo el trabajo en régimen de servidumbre y el carcelario.
- **No hay discriminación** en el empleo por razones de raza, color, sexo, religión, opinión política, nacionalidad, origen social u otras.
- **No se usa el trabajo infantil**, no contratando a menores de 15 años. Se proporcionará asistencia económica y oportunidades educativas a los menores que sean desplazados del trabajo.
- **Se respetan la libertad sindical y el derecho a la negociación colectiva.**
- **Se pagan salarios justos**, que deberán cumplir como mínimo las normas legales o industriales, y serán suficientes para satisfacer las necesidades básicas. No se permitirán deducciones de los salarios por motivos disciplinarios.
- **La jornada laboral no es excesiva**, respetando la legislación vigente. En cualquier caso no se excederán de forma regular las 48 horas semanales. Las horas extra deben ser voluntarias, no sobrepasando en ningún caso las 12 horas diarias de trabajo. No podrán exigirse de forma regular y deberán ser compensadas de forma extraordinaria.
- **Las condiciones de trabajo son dignas**, proporcionando un ambiente seguro e higiénico. Quedan estrictamente prohibidos los abusos físicos, las amenazas, los castigos disciplinarios, el abuso sexual y la intimidación.
- **Se establece la relación laboral**. No se utilizarán la subcontratación o los programas de aprendizaje en los que no exista intención de impartir una titulación o de proporcionar empleo estable, para eludir las obligaciones para con los trabajadores que se derivan de la legislación laboral o del sistema de seguridad social.

Una empresa interesada en adoptar el código debe facilitar a la Fundación información sobre su estructura y su red de producción y subcontratación; así como un plan detallado para la aplicación del código. Una vez que la Fundación valora la información recibida y la idoneidad del plan de aplicación, otorga a la empresa un sello especial de certificación. Se estipula un periodo de transición transcurrido el cual toda su ropa debe cumplir con lo que establece el código. De esta manera se excluye la posibilidad de que la empresa disponga sólo de una línea de productos *limpios* que utilice como imagen, dejando el resto de sus artículos al margen del código.

La empresa debe informar del plan dentro de su propia compañía, en especial a todos aquellos que tengan una responsabilidad en su aplicación, y a sus subcontratistas. Éstos deben aceptar el sistema de control, incluyendo visitas sin previo aviso y entrevistas a los trabajadores y las trabajadoras fuera de la fábrica y en condiciones de confidencialidad que eviten posibles represalias.

En cuanto al **sistema de verificación**, la Fundación contratará una agencia especializada con probada experiencia en el sector textil e independiente de las empresas a las que debe supervisar. Los auditores acreditados deben proporcionar informes por escrito de cada visita de inspección a todas las partes. El código contempla la rescisión del contrato con una empresa en caso de violaciones repetidas del mismo.

Valoración

La efectividad de un código se tiene que medir por su capacidad de mejorar en la práctica las condiciones laborales de los trabajadores y trabajadoras del sector. Hasta la fecha, se ha avanzado poco en la implantación del código de la *Campaña Ropa Limpia*. La dificultad de implicar al sector empresarial se traduce en un proceso muy lento de negociación con las empresas. En la actualidad, la Campaña ha llegado a acuerdos en varios países para llevar a cabo **proyectos piloto**.²⁹

En Holanda, se ha creado una Fundación en la que participan la Campaña, la agencia de desarrollo NOVIB, organizaciones industriales de productores y de tiendas de pequeño y mediano tamaño, y sindicatos. El proyecto piloto, de dos años de duración, supervisará proveedores en cuatro países diferentes. **En Suecia**, se han realizado estudios preliminares en Bangladesh, China e India, seguidos de cuatro proyectos piloto. **En Francia**, se ha llegado a un acuerdo con la empresa Auchan para trabajar en un sistema de puesta en marcha y verificación independiente, que incluye dos proyectos piloto en Madagascar y Vietnam. **En Suiza**, tres empresas han firmado el código de la Campaña y han decidido llevar a cabo un proyecto piloto conjunto, el sistema de verificación se probará en cuatro lugares de producción de dos países asiáticos. Los datos que se deriven de todos estos proyectos permitirán evaluar el funcionamiento del esquema propuesto y plantear las posibles mejoras que requiera.

Para avanzar más rápidamente en la aplicación del código, puede ser necesaria una labor más intensa de **información a los consumidores y consumidoras** para que exista una demanda significativa de ropa y material deportivo libre de explotación; así como una **mayor presión sobre las empresas** para que se vean forzadas a ofrecer garantías de las condiciones laborales en que se han confeccionado sus prendas.

Mejorar el intercambio de información entre todas las organizaciones implicadas en la Campaña, intensificar la capacidad de reaccionar de forma ágil y coordinada ante las denuncias de violación de los derechos laborales, e intensificar las redes de trabajo con organizaciones y sindicatos de los países del Sur, son otros factores a tener en cuenta.

4. CERTIFICACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL. MODELOS DE REFERENCIA

La certificación social es otro posible instrumento para mejorar las condiciones laborales en la producción de artículos de consumo. En este caso se **certifica el producto**, que obtiene una **etiqueta** o un **sello** que garantiza las condiciones en que se ha fabricado. También existen diferentes iniciativas en marcha que se refieren al impacto ambiental del producto.

En 1997, el **Parlamento Europeo** aprobó una Resolución³⁰ en la que “pide a la Comisión (Europea) que elabore una directiva relativa al etiquetado social para los productos textiles, el calzado y las alfombras, en la que se indique que se han respetado los derechos de los trabajadores”.

Es importante diferenciar la certificación social de otro tipo de iniciativas que se conocen como **marketing con causa**. Bajo este nombre genérico se engloban diferentes actuaciones empresariales, llevadas a cabo por lo general en colaboración con alguna ONG, en las que el nombre de la marca comercial se asocia a un tema humanitario, ambiental o social. La actuación en concreto suele consistir en la financiación de proyectos de desarrollo o de actividades educativas y de divulgación, pero sin que afecte a la actividad propia empresarial o a su forma de producir. Es una cuestión polémica. Existe un amplio debate en cuanto a los límites de la relación entre ONG y empresas cuya actividad pueda entrar en contradicción con los fines de las organizaciones sociales. La campaña de **Fortuna** utilizando el mensaje solidario del 0'7 pero ignorando los problemas sanitarios que el tabaco genera en los países pobres, ilustra a la perfección las contradicciones que pueden surgir.³¹

Describimos seguidamente diversos tipos de certificación social o ambiental en funcionamiento, que pueden servir de referencia.

4.1. ETIQUETA RUGMARK

Descripción

Rugmark es una Fundación que **certifica alfombras que han sido fabricadas sin utilizar mano de obra infantil, y les concede su etiqueta como distintivo**. Se creó en 1995 a raíz de la campaña iniciada a comienzos de los 90 por la organización South Asian Coalition on Child Servitude (SACCS), que denunciaba el empleo de mano de obra infantil en condiciones de explotación en la producción de alfombras en India. Contó con el apoyo de varias organizaciones de Alemania, principal país importador.

Rugmark se ha extendido después a otros países productores (Nepal en 1996 y Pakistán en 1998), a diversos países importadores en Europa, a EE UU y a Canadá. Su actuación se complementa con **programas de educación y formación para los menores apartados del trabajo**, y con programas de desarrollo para la zona realizados en colaboración con otras organizaciones y agencias de desarrollo. En mayo de 1999 se fundó Rugmark Internacional, que agrupa a las organizaciones y fundaciones nacionales Rugmark.^{32, 33}

Los **fabricantes y exportadores** que desean obtener la licencia para el uso de la etiqueta deben registrar todos sus telares y puntos de producción, y permitir un control externo del cumplimiento de los **criterios** de Rugmark, que son:

- No emplear a menores de 14 años
- Someterse a un sistema de supervisión y control
- Pagar salarios que igualen al menos el salario mínimo legal del país
- Facilitar la información sobre su cartera de pedidos
- Pagar los gastos de inspección y concesión de la licencia (lo que representa un 0,25% del precio de las alfombras)

El **sistema de certificación** asigna un número de serie a cada etiqueta, de manera que se puede seguir cada alfombra hasta el telar donde ha sido producida.³⁴ En principio, el sistema se financia con las tasas, pero en el caso de Nepal, por ejemplo, todavía no se ha alcanzado un nivel suficiente para cubrir los gastos de funcionamiento, y se recibe financiación de UNICEF y de la Agencia de Desarrollo Alemana.³⁵

El **sistema de inspección** incluye una visita preliminar cuando un productor solicita la licencia y, una vez que la ha obtenido, visitas frecuentes sin aviso previo. Rugmark India cuenta con 17 inspectores a tiempo completo y Rugmark Nepal con cuatro. En caso de encontrar menores en los telares, se les ofrece un programa de educación y formación. Rugmark cuenta con varias escuelas propias. Las familias también se pueden integrar en un programa social.

Los **importadores** que obtienen la licencia **pagan una tasa del 1%** del precio de importación. Con estos fondos se contribuye a financiar los programas sociales y educativos para los menores apartados del trabajo y las actividades de difusión de Rugmark en los países importadores. La difusión es fundamental ya que, al tratarse de un sistema voluntario, los fabricantes sólo solicitan la licencia cuando sus compradores les piden que las alfombras estén certificadas, y para ello es preciso que los consumidores y las consumidoras opten por comprar alfombras certificadas.

Valoración

Unos **35.000 telares** de India, Nepal y Pakistán están incluidos en el sistema (más del 25% de los telares de India y más del 50% de los telares de Nepal).³⁶ En torno a **325 productores y exportadores** han obtenido la licencia para utilizar la etiqueta Rugmark. En Europa participan en el sistema 40 importadores y vendedores de alfombras. En EE UU se venden alfombras con etiqueta Rugmark en unas 300 tiendas en todo el país.

Desde 1995, se han certificado **1'7 millones de alfombras** procedentes de India. En Alemania, en torno al 18% de las alfombras importadas de India tienen la etiqueta Rugmark. En Nepal, desde diciembre de 1996 se han certificado más de **150.000 alfombras**.³⁷

En la evaluación de los resultados, también hay que tener en cuenta el **impacto político** de este tipo de iniciativas que, al llamar la atención sobre el tema, contribuyen a generar un debate en la sociedad y a que se pongan en marcha otras iniciativas encaminadas a poner fin a la explotación infantil.³⁸

4.2. ETIQUETA ECOLÓGICA EUROPEA

Descripción

En 1992, el Consejo Europeo aprobaba el Reglamento por el que se establece un sistema comunitario para la concesión de una etiqueta ecológica.³⁹ El objetivo es doble: **promover la fabricación y uso de productos que tengan un impacto menor sobre el medio ambiente, y proporcionar a los consumidores una mejor información sobre las repercusiones ecológicas de los productos.** Establece que la etiqueta ecológica no se concederá en ningún caso a productos que estén fabricados mediante procedimientos que puedan causar daños apreciables a las personas o al medio ambiente.

El Reglamento establece el procedimiento para la posterior definición de los criterios ecológicos específicos para cada categoría de productos. Los criterios deberán ser claros y garantizar un elevado nivel de protección ambiental. Se contempla la posibilidad de que en la etiqueta se consignen los motivos principales de su concesión.

Incluye la creación de un Foro de Consulta en el que participan representantes de todos los grupos interesados: la industria, el comercio, las organizaciones de consumidores y las organizaciones ecologistas.

La etiqueta es voluntaria. Las empresas interesadas en obtenerla para un producto determinado deberán solicitarla a los organismos competentes que a tal efecto designa cada Estado miembro. Una vez concedida, el organismo competente firma un contrato con la empresa en el que se detallan las condiciones de utilización, así como las disposiciones para su retirada. La empresa debe pagar los gastos de la tramitación y un canon de utilización.

En julio de 2000, se ha adoptado un nuevo Reglamento por el que se modifica y complementa el sistema de funcionamiento sobre la base de la experiencia adquirida en estos primeros años de aplicación.⁴⁰ En este nuevo Reglamento se reconoce la necesidad de que las ONG ambientales y las organizaciones de consumidores desempeñen un papel importante y participen activamente en la elaboración de criterios, a fin de que la etiqueta sea aceptada por el público.

Se crea un **Comité de Etiqueta Ecológica de la Unión Europea (CEEUE)**,⁴¹ integrado por los organismos competentes de los Estados miembros y por un **Foro de Consulta** en el que deberá haber una participación equilibrada de todos los sectores interesados en cada categoría de productos: industria (incluida la pequeña y mediana empresa), industrias artesanales, sindicatos, comerciantes, detallistas, importadores, grupos para la protección del medio ambiente y organizaciones de consumidores. **La Comisión corre con los gastos necesarios para las reuniones, la elaboración y revisión de los criterios ecológicos y otras actividades del Comité.** Se establece un **contrato tipo** por el que se regulan las condiciones de utilización de la etiqueta;⁴² y las directrices indicativas para establecer los **cánones** de tramitación y de utilización.⁴³

En cuanto a los **organismos competentes**, deberán tener una composición que garantice su independencia y neutralidad, asegurando la participación activa de todos los interesados y el adecuado nivel de transparencia.

Se introduce un nuevo **diseño** de la etiqueta en el que se delimita un espacio adicional al del logotipo para recoger los motivos, hasta un máximo de tres, por los que se le ha concedido a un producto determinado. Se da así un mayor relieve al aspecto informativo de la etiqueta que sirve para facilitar que el consumidor pueda tomar decisiones fundadas.

También plantea la necesidad de que los Estados miembro y la Comisión promuevan la utilización de la etiqueta mediante **campañas de sensibilización** dirigidas tanto a los consumidores como a las empresas.

Valoración

El desarrollo normativo de la etiqueta ecológica europea ofrece un buen punto de referencia en cuanto a la metodología para poner en marcha un sistema de certificación de ámbito internacional. Sin embargo, los resultados prácticos hasta la fecha no pueden ser más decepcionantes.

Una de las principales causas de ello es el **desconocimiento de la etiqueta por parte del público**. Aspecto que resulta especialmente grave si se tiene en cuenta que los problemas ambientales tienen hoy una difusión considerable en la sociedad, y que existe un sector de población con interés por incorporar criterios ambientales en sus compras. Prueba de ello es la proliferación de publicidad y reclamos "verdes" por parte de las empresas, y de productos calificados en el envase como "ecológicos" por el propio fabricante, sin ningún tipo de garantía.

El segundo problema se deriva directamente del anterior, y es el **escaso interés de las empresas** por solicitar la etiqueta. Lamentablemente, para que las empresas muestren interés por un sistema de etiquetado voluntario -que implica un coste para ellas- es imprescindible que a cambio perciban un valor añadido para su producto, lo que sólo ocurrirá si la etiqueta es conocida y demandada por el público. Esta situación es un síntoma de la falta de responsabilidad ambiental del grueso del sector empresarial.

El **doble papel de AENOR**, que es el **organismo competente** para la concesión de la etiqueta ecológica europea en nuestro país y al mismo tiempo desarrolla su propia certificación AENOR Medio Ambiente, divide los esfuerzos en el terreno de la certificación ambiental.

Por su parte, las **Administraciones públicas** no han desarrollado de forma apropiada la labor de información que les corresponde para promocionar la etiqueta tanto entre los consumidores como en el tejido empresarial.

Las **organizaciones ecologistas** plantean el problema de la lentitud en el proceso de elaboración de criterios para cada categoría de productos, así como las dificultades para tener un peso suficiente en su desarrollo y conseguir que los criterios ambientales primen sobre los intereses de la industria.

Cabe destacar el reconocimiento de algunos de estos problemas en el texto del nuevo Reglamento, aunque aún es pronto para saber si esto se va a traducir en una mayor eficacia en la práctica de este sistema de certificación.

4.3. AENOR MEDIO AMBIENTE

Descripción

La Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) es una entidad privada constituida en 1986. En la actualidad cuenta con más de 1.000 miembros, pertenecientes a la práctica totalidad del entramado empresarial e industrial español.⁴⁴

AENOR ha desarrollado la marca AENOR-Medio Ambiente, cuyo objetivo es certificar productos que tienen una incidencia menor sobre el medio ambiente que otros de la misma gama. **La etiqueta es complementaria de la europea, es de carácter voluntario y cuenta con su propio sistema de verificación y control.**

Los **criterios** para cada clase de productos los establece un **Comité Técnico de Certificación** creado a tal efecto. En el Comité participan las empresas del sector interesadas, los laboratorios encargados de los análisis y representantes de la Administración. También se invita a organizaciones ecologistas, de consumidores y sindicatos. En cada caso se analiza el ciclo completo de vida del producto para determinar los impactos sobre el medio ambiente en cada una de sus fases.

Valoración

Las organizaciones ecologistas y de consumidores encuentran importantes dificultades para participar de forma efectiva en el proceso, siendo la más determinante el claro **desequilibrio de fuerzas**. En las reuniones del Comité Técnico priman las opiniones de las empresas, ya que debe existir una parte significativa del sector que cumpla los criterios que finalmente se establezcan o que esté dispuesta a cumplirlos. En caso contrario, no solicitaría la etiqueta un número suficiente de empresas para que su puesta en marcha compense (en el ámbito europeo, la "regla no escrita" es que al menos un 30% del sector cumpla los criterios aprobados).

Las posibilidades de influir desde las organizaciones sociales en los criterios son mínimas. El resultado es que **se pueden certificar como "ecológicos" productos que comparativamente tienen un impacto menor que otros de la misma gama, pero que siguen generando un importante impacto sobre el medio ambiente**. Un ejemplo ilustrativo es la concesión de la etiqueta AENOR Medio Ambiente para bolsas de plástico, lo que envía un mensaje erróneo al consumidor contribuyendo a desincentivar el esfuerzo por reducir el excesivo consumo de bolsas de plástico, una vez que son percibidas como un artículo ecológico.

El hecho de que un producto contamine menos que otro similar no lo convierte necesariamente en "ecológico". Hay una diferencia fundamental entre introducir modificaciones en el sistema de producción para reducir la contaminación que se genera, y asumir la necesidad de reducir de forma significativa el volumen de producción —y por tanto de venta— de un producto; entendiendo que en este caso la primera opción desde el punto de vista ambiental sería un consumo responsable basado en la reducción del exceso de envoltorios innecesarios, la reutilización y el empleo de envases alternativos.

Las organizaciones sociales también plantean la dificultad de asistir a las reuniones y participar activamente en la elaboración de propuestas, al no estar previsto ningún tipo de ayuda para que puedan destinar el personal necesario para un trabajo que requiere una importante dedicación. Los escasos resultados conseguidos, han motivado en varias ocasiones que diversas organizaciones sociales abandonen su asistencia a un Comité Técnico o desestimen la invitación a participar.

La etiqueta es percibida como una autorregulación del sector, en la que los objetivos de protección ambiental quedan en un segundo plano, supeditados a los intereses empresariales. Las mejoras ambientales en ningún caso irán más allá de las modificaciones que las propias empresas estén dispuestas a aceptar. A cambio, otorgan un valor añadido importante al producto que obtiene la etiqueta.

4.4. SELLOS DE COMERCIO JUSTO

Descripción

Son sellos que identifican al producto, avalando que en su producción se han respetado los **criterios del Comercio Justo**:⁴⁵

- Se garantiza un salario justo a productores y productoras
- Se establece una relación a largo plazo
- Se efectúa una parte del pago por adelantado
- Las organizaciones productoras dedican una parte de sus beneficios a las necesidades básicas de sus comunidades
- No hay explotación infantil
- Se promueve la participación y el funcionamiento democrático, así como la igualdad entre hombre y mujer
- Se respeta el medio ambiente

Los sellos han hecho posible extender la venta más allá de la capacidad de las propias organizaciones de Comercio Justo, entrando en los comercios convencionales. Hasta la fecha, los productos para los que se han desarrollado sellos son: **café, chocolate, zumo de naranja, té, miel, azúcar y plátanos.**

La primera iniciativa de sello surgió en Holanda, en 1988, de la mano de la Fundación **Max Havelaar**. En años sucesivos, esta misma Fundación se extendió a otros países europeos. En 1992, aparece **Fair Trade** en Inglaterra, y en 1993, la Fundación **TransFair** en Alemania. Hoy existen iniciativas de sellos en 17 países (14 europeos, Canadá, EE UU y Japón).⁴⁶ Estas organizaciones se encargan de la concesión del sello y de supervisar su utilización, pero no están implicadas en la comercialización.

Con el objetivo de coordinar el trabajo de las distintas iniciativas nacionales y llevar a cabo los programas de control de forma más eficiente, se creó en 1997 una organización paraguas con el nombre de **FLO (Fairtrade Labelling Organization)**. Describimos a continuación los elementos más significativos de su funcionamiento.⁴⁷

Elaboración de criterios. Los criterios generales del Comercio Justo se deben desarrollar y detallar específicamente para los distintos tipos de productos, ya que la

problemática de cada sector es diferente. En cada caso se definen en un proceso de consulta con productores y trabajadores.

Certificación. Se visita a los productores y se recaba la información necesaria para garantizar el cumplimiento de los criterios de Comercio Justo. Se mantiene un registro con los productores que han obtenido la certificación. Con cada uno de ellos se firma un Convenio en el que se recogen los derechos, obligaciones y responsabilidades de cada una de las partes.

Verificación. El sistema de verificación incluye inspecciones sobre el terreno, y se aplica a las diferentes etapas de procesamiento del producto. Por ejemplo, en el caso del café, se controla también a los tostadores para garantizar que el café de Comercio Justo se mantiene separado del que no lo es. De igual modo, la administración debe llevarse de forma independiente para el producto de Comercio Justo y el que no lo es. Para facilitar el proceso de verificación, FLO ha elaborado un manual para las inspecciones y un formulario para recoger los resultados.

Concesión. Una empresa que desea vender bajo su marca un producto de Comercio Justo puede solicitar la concesión del sello. Debe cumplir los requisitos establecidos, entre ellos comprarlo a los productores incluidos en el registro y permitir inspecciones independientes. Es importante tener en cuenta que **el sello certifica al producto que lo lleva, no a la empresa que lo comercializa ni al establecimiento que lo vende**, ni por tanto al resto de sus productos.

Resolución de diferencias. El Convenio que se firma entre las partes incluye el procedimiento para la designación de una comisión de arbitraje, para el caso de que se presenten diferencias o dudas sobre la aplicación del mismo.

Difusión. El sello tiene que ser conocido y fácilmente identificable por los consumidores, por lo que es preciso desarrollar campañas de difusión. Para ello, se cuenta con la colaboración de otras organizaciones sociales y asociaciones.

Valoración

Los sellos han acercado los productos de Comercio Justo a nuevos consumidores, han aumentado las ventas -beneficiando a un mayor número de productores- y han contribuido a una mayor difusión de estas iniciativas. En muchos países europeos los productos de alimentación de Comercio Justo se venden en la mayor parte de las principales cadenas de supermercados. **Algunos productos alcanzan una cuota de mercado significativa: los plátanos un 15% en Suiza, un 4% en Luxemburgo y un 4'2% en Holanda; el té un 4% en Suiza y un 2'5% en Alemania; el café un 3% en Suiza y en Luxemburgo, y un 2'7% en Holanda.**⁴⁸

Sin embargo, los productores reclaman un mayor desarrollo del movimiento de Comercio Justo en su conjunto, para poder aumentar las ventas de sus productos en condiciones dignas y permitir la entrada de otros grupos de productores.

Por otra parte, la actual dispersión de iniciativas con sellos diferentes dificulta que sean fácilmente identificables por los consumidores. Uno de los objetivos de la creación de FLO es llegar a disponer de un solo sello que solviente este problema.

FLO se encuentra actualmente en proceso de reestructuración con el fin de facilitar la coordinación, y mejorar el intercambio de información y la integración de todas las partes implicadas.

4.5. CERTIFICACIÓN FORESTAL FSC

Descripción

El FSC es un sistema de certificación de ámbito mundial que identifica con una etiqueta los productos forestales procedentes de bosques gestionados de forma sostenible. Se basa en el cumplimiento de unos estándares mínimos. El sistema permite el etiquetado de toda una variedad de productos derivados del bosque: **papel, artículos de madera, semillas, frutos, corcho, etc.** El objetivo es mejorar la gestión de los bosques y selvas, y conseguir un mejor acceso al mercado para los productos provenientes de una gestión sostenible.

La certificación forestal FSC del **Forest Stewardship Council** (Consejo de Administración Forestal) fue creada en 1993 por un grupo de 130 representantes de organizaciones ecologistas, silvicultores, industrias de la madera, organizaciones indígenas, asociaciones de bosques comunales e instituciones de certificación de productos forestales, pertenecientes a 25 países. En la actualidad cuenta con 350 miembros de 50 países. El **Consejo Directivo** está compuesto por nueve miembros: dos representan intereses económicos y los otros siete intereses sociales, indígenas y ambientales, buscando un equilibrio entre los diferentes sectores⁴⁹.

Se financia mediante donaciones de fundaciones privadas, gobiernos, suscripciones de socios y cuotas de acreditación. **No acepta financiación de la industria para asegurar su independencia.**

Los **10 Principios** para una gestión forestal sostenible, en los que se basa el FSC son los siguientes:

1. Cumplimiento de las leyes nacionales y de los acuerdos internacionales.
2. Mantenimiento de los derechos y responsabilidades de la propiedad de la tierra y los recursos forestales.
3. Derechos de los pueblos indígenas.
4. Respeto de los derechos laborales.
5. Promoción del uso eficiente de los productos y servicios del bosque.
6. Conservación de la biodiversidad.
7. Existencia de un plan de gestión forestal con objetivos claros.
8. Seguimiento y evaluación de la gestión.
9. Conservación de los bosques de alto valor ecológico.
10. Las plantaciones forestales se deben gestionar según los principios anteriores.

Estos Principios se desglosan en **56 Criterios**⁵⁰. Deben ser considerados conjuntamente con la legislación nacional y con las regulaciones internacionales, ya que el FSC complementa, pero no reemplaza, la legislación.

La certificación es realizada por organizaciones a las que acredita el FSC. En la actualidad existen en el mundo **diez entidades de certificación acreditadas**. Los certificadores deberán adaptar los Principios y Criterios generales a las situaciones locales, en común acuerdo con todos los implicados. Para facilitar esta tarea, el FSC ha elaborado unas **Guías para el desarrollo de estándares regionales**.

La certificación consta de dos etapas: certificación de la gestión forestal y de la cadena de custodia.⁵¹ La **certificación de la gestión forestal** certifica que la explotación de los bosques se realiza de acuerdo a los Principios y Criterios del FSC. Tiene una validez de cinco años, pero se realizan auditorias de seguimiento con periodicidad anual. Mediante la **certificación de la cadena de custodia**, se realiza un seguimiento de la madera a través de toda la cadena de transformación y suministro, para poder garantizar que un artículo determinado procede de un bosque certificado. Se certifican todas las fases de la transformación, también con una validez de cinco años. En este caso, las auditorias de seguimiento tienen una periodicidad de seis meses.

Valoración

La superficie de bosques certificados crece de año en año. **Ya se han superado los 20 millones de hectáreas, que corresponden a más de 200 bosques en 30 países diferentes**. Se incluyen desde pequeños bosques comunales hasta grandes extensiones boscosas. Se han otorgado **más de 600 certificados de cadena de custodia** a proveedores de productos con certificación FSC.⁵²

Para los productores, obtener la certificación implica un coste tanto directo como indirecto por las inversiones que pueda ser necesario realizar para mejorar la gestión forestal y alcanzar los requisitos exigidos en los estándares. **Entre los beneficios, además de conseguir una gestión sostenible, la certificación puede contribuir a recuperar mercado en aquellos lugares donde se había perdido**. Por ejemplo, numerosos ayuntamientos en diferentes países han renunciado a utilizar madera tropical por los efectos devastadores de los sistemas habituales de extracción. La garantía de una gestión sostenible aporta al producto un valor añadido para instituciones y ciudadanos preocupados por la conservación de los bosques.

En cuanto a los retos a los que se enfrenta el FSC, cabe destacar:

- **Reducir los costes de certificación.**
- **Garantizar la coordinación y eficacia** de su funcionamiento, en medio de un rápido crecimiento que ha rebasado las expectativas iniciales.
- **Afrontar la amenaza que representa la nueva iniciativa de certificación -PEFC (Pan European Forest Certification)- promovida por la Confederación Europea de Propietarios de Bosques (CEPF)**. Se trata de un marco para reconocer esquemas de certificación nacionales en Europa, que no cuenta con el apoyo de las ONG por considerar que no reúne los requisitos mínimos para conseguir una mejora en la gestión forestal: sus estándares ambientales son poco precisos y hace escasa referencia a los derechos de los pueblos indígenas y de los trabajadores y trabajadoras; no exige el cumplimiento de unos niveles mínimos; no hay una participación equilibrada de los intereses ambientales, sociales y económicos, estando dominado el proceso de decisión

por los propietarios forestales privados y las industrias; los procedimientos de control de la cadena de custodia son débiles.⁵³ En España, AENOR se está encargando de poner en marcha el proceso de normalización. La experiencia de los países nórdicos donde ya se ha puesto en marcha indica que el sistema permite la certificación de casi la totalidad de los bosques, manteniendo prácticas de gestión ampliamente cuestionadas.⁵⁴

5. RECOMENDACIONES DE LA CAMPAÑA ROPA LIMPIA PARA ESTABLECER UN SISTEMA DE CERTIFICACIÓN SOCIAL EN EL SECTOR TEXTIL

En la última década, se han desarrollado de forma paralela distintos mecanismos, ya sean códigos de conducta o sistemas de certificación, que persiguen introducir criterios sociales y ambientales en el mercado. En este contexto, se plantea la posibilidad de poner en marcha un sistema de certificación social para el sector textil, con el objetivo de **mejorar las condiciones laborales en la confección** y facilitar información a los consumidores y consumidoras para que puedan **ejercer un consumo responsable**. La experiencia de los diversos mecanismos en funcionamiento, algunos de ellos analizados en el presente informe, permite reflexionar sobre **los principales aspectos que, como mínimo, habría que tener en cuenta:**

Consideraciones generales

- **Duración del proceso.** Establecer un sistema de certificación social es un proceso largo y complejo que requiere plantear un trabajo a largo plazo.
- **Vínculos con otros sistemas de certificación.** Los distintos modelos existentes se enfrentan a dificultades genéricas similares, por lo que es aconsejable mantener un intercambio de información y experiencias con las organizaciones que promueven otros sistemas de certificación.
- **Buen conocimiento del sector y del mercado.** Más allá de esas características genéricas, cada sector presenta sus propias peculiaridades. El sector textil y de la confección resulta especialmente complejo por la dispersión, movilidad y flexibilidad de la producción. Para que un sistema de certificación sea efectivo tiene que desarrollarse teniendo en cuenta las dificultades que se derivan de su realidad específica.
- **Ámbito de aplicación.** Algunos sistemas se centran en una región geográfica determinada (etiqueta Rugmark) o en un bloque de países (etiqueta ecológica europea); otros son de ámbito mundial (certificación forestal FSC) o nacional (AENOR Medio Ambiente). Cabe plantear un desarrollo escalonado, comenzando con un reducido número de países y ampliar su ámbito a medida que se adquiera experiencia en su funcionamiento. Entre los objetivos a más largo plazo, se puede considerar la opción de certificar centros de producción no sólo en países del Sur, sino también en el Norte donde existen importantes bolsas de trabajo sumergido en condiciones de explotación.
- **Incentivar la participación de todos los eslabones de la cadena de producción y venta.** Al ser un sistema voluntario, es preciso que todos los implicados en el proceso, desde el centro de producción hasta el consumidor final, encuentren un beneficio (mejora de las condiciones laborales, mayor cuota de mercado, consumo responsable...) para que participen en él.

Objetivos del sistema de certificación

Los objetivos que se persiguen deben ser claros y concretos. En principio, cabe destacar:

- Mejorar las **condiciones laborales** en el sector.
- Ofrecer **información al consumidor**, fomentando un consumo responsable como un elemento más de participación ciudadana.
- La certificación **complementa la legislación nacional e internacional**, en especial cuando es sistemáticamente violada, pero no la sustituye.
- La certificación **no sustituye el papel de los sindicatos**, sino que debe reforzarlo y potenciar el poder de los propios trabajadores y trabajadoras para defender sus derechos.
- La certificación debe contribuir a **crear un espacio para la participación local**.
- Se debe construir un sistema de certificación **transparente, con credibilidad y legitimidad social**.

Definición de los Criterios

- Se deben establecer unos **estándares mínimos** que es preciso cumplir para obtener la certificación.
- Es importante asegurar la **participación equilibrada** de todos los sectores implicados.
- Además de elaborar unos **principios generales** conviene desarrollar unas **directrices para adaptarlos** a las condiciones regionales o locales.
- Es conveniente tener en cuenta la **dimensión ambiental**. El vínculo entre medio ambiente y desarrollo hace aconsejable que un sistema de certificación social tenga en cuenta el factor ambiental en la producción, al igual que las certificaciones ecológicas deben incluir la dimensión social.

Mecanismo de Certificación

- Crear un **organismo independiente que supervise el funcionamiento y acredite a las entidades certificadoras**. Debe contar con la participación equilibrada de empresas y sector social. Su forma puede ser la de Fundación. Es preciso definir sus objetivos y competencias, la composición de sus órganos de gobierno, y el sistema de financiación.
- **Definir qué se certifica**. Se certifica el producto, no la empresa o la marca. La certificación se otorga al centro de producción y los artículos que proceden de él se identifican con una etiqueta. El hecho de que las distintas fases de la confección de una prenda de vestir puedan realizarse en distintos centros de producción hace el sistema más complejo. Es posible certificar fábricas individuales o grupos de fábricas pertenecientes a un mismo productor.

- **Diseñar la etiqueta.** Debe ser clara, fácilmente identificable por los consumidores e informativa (incluyendo de forma breve los criterios básicos para su concesión). Cabe la posibilidad de que la etiqueta lleve un número de referencia que permita identificar su origen (como en el caso de la etiqueta Rugmark), aunque nuevamente el hecho de que las distintas fases de la confección de una prenda de vestir puedan realizarse en distintos centros de producción lo hace más complejo.
- **Detallar el procedimiento** a seguir para otorgar la **certificación**. Para facilitar la objetividad del proceso es aconsejable elaborar unas directrices en las que se recojan los pasos a dar y la información que se debe recopilar en las auditorías.
- **Establecer el mecanismo para efectuar el seguimiento del producto** durante la cadena de elaboración (desde la fábrica al consumidor).
- **Garantizar la participación de sindicatos y organizaciones locales** en el proceso de certificación.
- **Elaborar un modelo del contrato** que deberán firmar la entidad responsable de la certificación y la fábrica o centro de producción que la obtiene. El contrato debe incluir las condiciones por las que se puede retirar la certificación.
- **Definir el pago de los costes** que se derivan de la obtención de la certificación.

Sistema de Verificación

- En primer lugar, se debe establecer el **mecanismo para verificar el cumplimiento de los criterios**, una vez obtenida la certificación. Debe existir un control externo y asegurar la independencia del sistema.
- El **sistema de inspección** debe ser **claro**, lo más sencillo posible e incluir **visitas sin previo aviso**. La elaboración de **Guías para las inspecciones** puede ayudar a garantizar la objetividad del sistema.
- Se debe garantizar la formación y la **experiencia de los inspectores** en la realización de auditorías de carácter social.
- El sistema de inspección debe asegurar la **participación de las organizaciones locales y de los trabajadores y trabajadoras**.
- El funcionamiento debe ser **transparente**. Todas las partes implicadas deben tener acceso a los informes de las inspecciones.
- Es conveniente incluir mecanismos de **asesoramiento a los productores** para ayudarles a mejorar las posibles deficiencias que se detecten y cumplir con los estándares mínimos necesarios para la certificación.
- Lo mismo que en la certificación, el sistema de verificación debe **seguir toda la cadena de producción y venta del producto**.

- Hay que definir el **pago de los costes** de las inspecciones y la **frecuencia** de éstas.

Financiación

- Hay que definir la **participación en los costes** que debe asumir cada uno de los sectores implicados.
- Se pueden considerar **vías adicionales de financiación** de todo el sistema de certificación (fondos de Ayuda al Desarrollo, UE, organizaciones internacionales, etc.)

Sistema de arbitraje

- El procedimiento de certificación y verificación debe incluir un sistema de arbitraje para la **resolución de las posibles diferencias** que surjan, así como para gestionar las **quejas que puedan ser presentadas por terceras partes**.

Difusión

- Es imprescindible que la etiqueta sea conocida. Para ello, se debe contar con la **participación de un amplio abanico de organizaciones sociales** (consumidores, sindicatos, ONG de desarrollo, ONG de Comercio Justo, ambientales y otras asociaciones) en la difusión. Además, una amplia participación le otorga legitimidad social.
- Es importante prever el desarrollo de **campañas de difusión** y la elaboración de materiales divulgativos.
- La puesta en marcha de un sistema de certificación social debe ir precedida de **campañas de denuncia e información** sobre las prácticas de explotación laboral que se quieren evitar, para motivar la participación ciudadana.
- Es preciso **promover la etiqueta entre los productores, las tiendas y las marcas de ropa**.

Puesta en marcha

- Se puede considerar la puesta en marcha de **proyectos piloto** para recoger experiencia sobre el terreno del funcionamiento de todo el sistema e introducir las modificaciones que puedan ser necesarias.

6. GLOSARIO

AENOR: Asociación Española de Normalización y Certificación

CIOSL: Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres

FLA: Fair Labor Association

FSC: Forest Stewardship Council (Consejo de Administración Forestal)

NN UU: Naciones Unidas

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

OIT: Organización Internacional del Trabajo

OMC: Organización Mundial del Comercio

SGP: Sistemas Generalizados de Preferencias

7. REFERENCIAS

- ¹ *Tejido con Dignidad*. Setem. *Campaña Ropa Limpia*. 1997.
- ² *Keeping the Work Floor Clean. Monitoring Models in the Garment Industry*. Clean Clothes Campaign. Diciembre, 1998.
- ³ *La moda al desnudo. Doce preguntas sobre las condiciones laborales en la confección textil*. *Campaña Ropa Limpia*. Ed. Icaria, 2000.
- ⁴ *Deshaciendo la madeja. Testimonios sobre explotación laboral en el sector textil*. *Campaña Ropa Limpia*. Ed. Icaria, 1999.
- ⁵ *Textiles y ropa. Migración hacia los países con mano de obra barata*. En Anuario del Comercio Justo 1995. EFTA-INTERMÓN.
- ⁶ *Op. Cit. Campaña Ropa Limpia*. Nota nº 2.
- ⁷ *Mujer y maquila. El precio de los sueños*. Boletín nº 11 de la *Campaña Ropa Limpia*. Tercer trimestre, 2000.
- ⁸ *La OIT y el estado del textil en el mundo*. Boletín Nº 12 de la *Campaña Ropa Limpia*. Cuarto trimestre, 2000.
- ⁹ Organización Internacional del Trabajo. <http://www.ilo.org>
- ¹⁰ *Globalizar los Derechos Laborales*. Fundación Paz y Solidaridad. 2000.
- ¹¹ *Comercio mundial: las cartas sobre la mesa*. Setem informativo nº 7. 2000.
- ¹² *Los Derechos Laborales son Derechos Humanos. La razón para vincular el comercio y las normas fundamentales del trabajo*. Solidar. 1998.
- ¹³ *Sur-Norte. Nuevas alianzas para la dignidad del trabajo*. Centro Nuevo Modelo de Desarrollo. 1996.
- ¹⁴ *Op. Cit. Centro Nuevo Modelo de Desarrollo*. 1996. Nota nº 13.
- ¹⁵ *El Mundo Sindical*. Nº 5. Mayo de 2000.
- ¹⁶ *Op. Cit. Centro Nuevo Modelo de Desarrollo*. 1996. Nota nº 13.
- ¹⁷ *Codes of Conduct and Monitoring Systems*. Inés Trigo de Sousa. Bangladesh People's Solidarity Center. Octubre, 2000.
- ¹⁸ *Resolución sobre la adopción de normas por la Unión Europea para las empresas europeas que operan en países en desarrollo: hacia un código de conducta europeo*. A4-0508/98.

¹⁹ Corporate Watch. <http://www.igc.org/trac/greenwash>

²⁰ *Op. Cit.* Clean Cloths Campaign. Diciembre, 1998. Nota nº 2.

²¹ <http://www.cepaa.org>

²² *Workers' tool or PR ploy? A guide to codes of international labour practice.* Ingeborg Wick. Ed. Friedrich-Ebert-Foundation y SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene. 2001.

²³ *Op. Cit.* Ingeborg Wick. Nota nº 22.

²⁴ *No Illusions. Against the Global Cosmetic SA8000.* Labour Rights in China (LARIC), Asia Monitor Resource Center, China Labour Bulletin, Hong Kong Christian Industrial Committee, Hong Kong Confederation of Trade Unions, 1999.

²⁵ <http://www.igc.org/trac/greenwash/7sweat.html>

²⁶ *Op. Cit.* Ingeborg Wick. Nota nº 22.

²⁷ *Código de prácticas laborales para la industria de la confección y la indumentaria deportiva.* Clean Clothes Campaign. Octubre, 1997.

²⁸ *Op. Cit.* Ingeborg Wick. Nota nº 22.

²⁹ *Op. Cit.* Ingeborg Wick. Nota nº 22.

³⁰ *Resolución de 15 de mayo de 1997 sobre el etiquetado social.* Publicada en el Diario Oficial de las Comunidades Europeas de 2.6.97.

³¹ *Marketing con causa, marketing sin efecto.* Carlos Ballesteros. Ed. Universidad Pontificia de Comillas. Enero 2001.

³² *Rugmark, a label against illegal child labour in the carpet industry of South-Asia.* En Social Labels and Codes of Conduct. A position Paper. TransFair. 2000.

³³ <http://www.rugmark.org>

³⁴ *Rugmark Germany Annual Report 1999.*

³⁵ *Rugmark Bulletin 2000.* Nepal Rugmark Foundation.

³⁶ *Op. Cit.* Rugmark Germany. Nota nº 34.

³⁷ *Op. Cit.* TransFair. Nota nº 32.

³⁸ *Adultos a la Fuerza. La explotación laboral de la infancia.* Marta Arias. Documentos Intermón, 1998.

³⁹ Reglamento (CEE) N° 880/92 del Consejo, de 23 de marzo de 1992, relativo a un sistema comunitario de concesión de etiqueta ecológica.

⁴⁰ Reglamento (CE) N° 1980/2000 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de julio de 2000, relativo a un sistema comunitario revisado de concesión de etiqueta ecológica.

⁴¹ Decisión de la Comisión, de 10 de noviembre de 2000, por la que se crea el Comité de etiqueta ecológica de la Unión Europea y el reglamento interno del mismo.

⁴² Decisión de la Comisión, de 10 de noviembre de 2000, relativa a un contrato tipo sobre las condiciones de utilización de la etiqueta ecológica comunitaria.

⁴³ Decisión de la Comisión de 13 de mayo de 1993 por la que se establecen directrices indicativas sobre el establecimiento de los cánones relativos a la etiqueta ecológica comunitaria.

⁴⁴ Documentos de presentación de AENOR Asociación Española de Normalización y Certificación, y <http://www.aenor.es>

⁴⁵ Preguntas y respuestas sobre Comercio Justo. Setem. Diciembre 1999.

⁴⁶ Fair Trade in Europe 2001. Facts and Figures on the Fair Trade sector in 18 European countries. EFTA.

⁴⁷ Información facilitada por FLO Internacional y www.fairtrade.net

⁴⁸ Op cit. EFTA. Nota n° 46

⁴⁹ La certificación como instrumento para la gestión sostenible de los bosques del planeta: propuesta del FSC. Manuel Touza y Pablo Xandri. AITIM N° 180.

⁵⁰ Principios y Criterios para el manejo forestal. Forest Stewardship Council. www.fscoax.org

⁵¹ Noticias WWF-Grupo 2000. N° 3, verano 2000. Boletín de la Red Española de Bosques y Comercio. Ed. WWF/Adena.

⁵² Certificación: un futuro para los bosques del mundo. WWF. Agosto, 2000. Y actualización de datos facilitada por WWF/Adena, febrero 2001.

⁵³ PEFC: un análisis. N. Vallejo y P. Hausselman. Pi environmental consulting. 2001.

⁵⁴ Anything Goes? Informe sobre la Certificación PEFC en el sector forestal finlandés. Greenpeace Nordic y The Finish Nature League. Enero 2001.

