



2  
ANA CARMEN LALENA SANZ

cuadernos de trabajo\_2

# PERSPECTIVA DE GÉNERO Y ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL ESTUDIO DEL SECTOR TEXTIL: APORTACIONES A LA COOPERACIÓN AL DESARROLLO

Ana Carmen Laliena Sanz



PERSPECTIVA DE GÉNERO Y ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL ESTUDIO  
DEL SECTOR TEXTIL: APORTACIONES A LA COOPERACIÓN AL DESARROLLO



Prensas Universitarias  
de Zaragoza  
Universidad Zaragoza

PERSPECTIVA DE GÉNERO  
Y ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD  
SOCIAL EN EL ESTUDIO  
DEL SECTOR TEXTIL:  
APORTACIONES  
A LA COOPERACIÓN  
AL DESARROLLO



PERSPECTIVA DE GÉNERO  
Y ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD  
SOCIAL EN EL ESTUDIO  
DEL SECTOR TEXTIL:  
APORTACIONES  
A LA COOPERACIÓN  
AL DESARROLLO  
Ana Carmen Laliena Sanz



Prensas Universitarias  
de Zaragoza  
**Universidad Zaragoza**

LALIENA SANZ, Ana Carmen

Perspectiva de género y enfoque de responsabilidad social en el estudio del sector textil : aportaciones a la cooperación al desarrollo / Ana Carmen Laliena Sanz. — Zaragoza : Prensas Universitarias de Zaragoza, 2010

129 p. ; 20 cm. — (Cuadernos de trabajo ; 2)

Bibliografía: p. 119-128. — ISBN 978-84-15031-48-2

Desarrollo económico y social—Aspectos ambientales

331-055.2:677

331:055.2:658.011.14

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, [www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

© Ana Carmen Laliena Sanz

© De la presente edición, Prensas Universitarias de Zaragoza  
1.ª edición, 2010

Prensas Universitarias de Zaragoza

Edificio de Ciencias Geológicas

C/ Pedro Cerbuna, 12 · 50009 Zaragoza, España

Tel.: 976 761 330 · Fax: 976 761 063

[puz@unizar.es](mailto:puz@unizar.es) · <http://puz.unizar.es>

Impreso en España

Imprime: Servicio de Publicaciones. Universidad de Zaragoza

ISBN: 978-84-15031-48-2

Depósito legal: Z-3026-2010

No hay cambio profundo que no comience en  
uno mismo.

Yolanda González Vara

*A mis padres, Dolores y Lorenzo.  
Su incansable esfuerzo es ejemplo de vida  
para quienes les seguimos*





## Prólogo

*En las dos últimas décadas se ha producido un fuerte impulso al estudio del comportamiento socialmente responsable de las grandes compañías mundiales. Especialmente profundos han sido los análisis sobre aspectos como el impacto medioambiental o la explotación infantil. Sin embargo, no se ha producido el mismo interés por explorar las relaciones de género en la actividad económica de las corporaciones.*

*En este informe titulado Perspectiva de género y enfoque de responsabilidad social en el estudio del sector textil: Aportaciones a la cooperación al desarrollo y realizado por Ana Carmen Laliena, que tengo el honor de prologar, se conjugan tanto el ámbito de la responsabilidad social corporativa como el de la desigualdad de género. La relevancia del mismo se acentúa por centrarse en un sector industrial altamente sensible, como es la producción textil.*

*Desde hace tiempo se han suscitado polémicas sobre los sistemas de producción de este sector, especialmente por la utilización de mano de obra infantil —como es el caso de Nike en los noventa— o las condiciones de trabajo de los empleados (H&M, Mark & Spencer, Adidas...). Estos problemas, que han generado pérdidas de reputación, han sido conocidos a nivel global por la influencia de los medios de comunicación*

*y, especialmente, por las campañas desarrolladas desde Clean Clothes, una alianza de 14 organizaciones no gubernamentales europeas, siendo la representante española Setem, que ha creado la Campaña Ropa Limpia para nuestro país.*

*El sector textil tiene unas características propias, siendo una de las más relevantes el fenómeno que se ha producido desde finales del siglo pasado: la deslocalización de las actividades. España no se ha visto privada de este hecho, ya que las grandes empresas del sector (Inditex, Mango, Indycó, Adolfo Domínguez...) han trasladado gran parte de su producción a países en desarrollo. La razón fundamental de esta deslocalización ha sido la reducción de costes y la oferta de mejores precios al consumidor, aunque ello está ligado a que en estos países la regulación laboral es habitualmente muy laxa. Así, los proveedores locales, ya sea por la presión de los costes o por su propia actitud, no tienen en cuenta en muchas ocasiones el respeto a los derechos humanos y laborales reconocidos internacionalmente. En concreto, la mujer pasa a ser, junto con la infancia, una de las piezas más débiles del engranaje que da lugar a disponer de una gran oferta de ropa y calzado a unos precios competitivos en los países más desarrollados. La Campaña Ropa Limpia evidencia que las mujeres son la gran e invisible mano de obra de las industrias y talleres proveedores de ropa. El tipo de inserción laboral que las industrias proveedoras requieren encaja perfectamente con el perfil de género existente en los países en desarrollo. Flexibilidad, docilidad o baja afiliación son algunos estereotipos de género que desempeñan un papel determinante para entender un modelo de producción que exige iguales rasgos: flexibilidad, corto plazo y ahorro de costes.*

*De otro lado, debemos tener en cuenta que los movimientos de las empresas del sector ya no son locales y están cada vez más controlados por grupos de interés que exigen*

*a estas empresas comportamientos más responsables con el entorno social en el que actúan. La introducción de índices bursátiles de sostenibilidad, como Dow Jones Sustainability Indexes y FTSE4Good, ha impulsado el escrutinio de las compañías.*

*En este contexto, la autora ha tratado de proporcionar una visión sobre las relaciones de género en el desarrollo en el sector textil, pero no solo desde el punto de vista de la denuncia de los hechos, sino ofreciendo propuestas claras sobre las posibilidades que la introducción de sistemas de gestión socialmente responsables en estas compañías puede aportar a la eliminación de las desigualdades que por razón de género se producen.*

*El trabajo que se nos presenta constituye, por tanto, una lectura crítica pero con alternativas. Ana Carmen ha sabido plasmar en el informe una parte de la gran cantidad de esfuerzo y dedicación, del que soy consciente por haber sido el tutor de la Beca de Investigación sobre Cooperación al Desarrollo convocada por la Federación Aragonesa de Solidaridad que le fue concedida en 2007.*

*Desde el momento en que me propuso la autorización de la investigación, observé que tenía unas ideas claras sobre el tema y que mi labor iba a ser más fácil. También quiero destacar que en el trabajo no se reflejan las grandes dificultades que ha tenido que afrontar para poder obtener información.*

*En suma, invito a leer este texto y, sobre todo, reflexionar sobre los aspectos que nos revela Ana Carmen, así como sobre las propuestas que nos plantea. La investigación es un estímulo para seguir trabajando. Organizaciones sociales, sindicales, grupos empresariales e instituciones tienen un gran reto para lograr una mayor equidad de género en la cadena de suministro del sector textil. Como consumidores, en nuestras manos está la posibilidad de ayudar a erradicar prácticas inasumibles socialmente. Como dice la autora: «El desafío*

*pasa por elegir productos y bienes de consumo que respeten valores como la igualdad de oportunidades, la equidad de género, producciones más sostenibles... canalizando con estos criterios una "oferta responsable de las empresas" y una "demanda responsable de las personas"».*

JOSÉ MARIANO MONEVA  
Profesor titular de Economía Financiera y Contabilidad  
Universidad de Zaragoza





# 1. Introducción

Este informe presenta la investigación: *Perspectiva de género y enfoque de responsabilidad social en el estudio del sector textil: Aportaciones a la cooperación al desarrollo*. Su desarrollo ha sido posible gracias a la concesión de la Beca de Investigación sobre Cooperación al Desarrollo convocada por la Federación Aragonesa de Solidaridad, en convenio con el Gobierno de Aragón y la Universidad de Zaragoza para el año 2007. (Fallo publicado en el BOA n.º 127 de 29 de octubre de 2007).

Su objetivo principal es profundizar en el análisis de las relaciones de género en un sector económico concreto: el textil, y valorar, como elemento útil, la incorporación del concepto de Responsabilidad Social Corporativa para avanzar en la erradicación de las desigualdades de género en materia de desarrollo en países productores de ropa.

En particular, trata de penetrar, desde el enfoque de Género en el Desarrollo,<sup>1</sup> en la labor emprendida por Ropa Limpia en defensa de los derechos sociales y laborales de las trabajadoras del sector textil en países en desarrollo. La

---

<sup>1</sup> ONU (1995) y Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (2007).

demanda de prácticas responsables en las decisiones de producción y distribución de ropa a las principales empresas textiles españolas puede conllevar para esta Campaña una mayor consideración de los derechos fundamentales de las mujeres.

El trabajo de investigación ha consistido principalmente en una revisión en profundidad de la situación de la mujer en el sector productivo textil en países en desarrollo, el conocimiento de Ropa Limpia España y el análisis de las herramientas de Responsabilidad Social Corporativa aplicadas al textil. Se han realizado una serie de entrevistas y contactos con organizaciones y personas de interés que han sido nuestros *informantes privilegiados* para conformar el estado de la cuestión (miembros de la Campaña Ropa Limpia en Cataluña, Galicia, Madrid y Aragón, miembros de Intermón Oxfam, líderes sindicales de Honduras, Responsable de la Comisión sobre Responsabilidad Social Corporativa en el Congreso de los Diputados...). Toda la información ha sido sistematizada en la publicación que a continuación presentamos. Su desarrollo se fundamenta en una serie de conceptos (género, organizaciones no lucrativas, desarrollo y responsabilidad social corporativa) que se aplican al sector productivo textil para aportar nuevas claves en el estudio sobre género y desarrollo.

El informe se estructura en varias partes. Primero, el enfoque de la investigación; la descripción del significado de conceptos que conforman la estructura semántica y metodológica del estudio. Seguidamente se realiza una aproximación al contexto del sector textil. De él se han extraído los datos más relevantes de la situación actual en España, con especial atención a los datos que muestran la externalización del sector a países en desarrollo, y cuáles son los principales países proveedores de las principales empresas textiles españolas que son objeto de análisis por Ropa Limpia España.

En tercer lugar se presenta una revisión sobre género y textil, mostrando el significado, forma y sentido de la inserción laboral de las mujeres en este sector productivo en los países llamados en desarrollo. Ropa Limpia, a lo largo de su trayectoria, ha tratado de visibilizar y denunciar las condiciones laborales y sociales de las mismas, ya que son la gran mano de obra para las industrias y talleres proveedores de las principales industrias textiles. La Campaña representa uno de los casos más significativos de cómo organizaciones sociales pueden fomentar políticas de responsabilidad social corporativa. Un ejemplo de la participación del sector no lucrativo en el lucrativo para favorecer cambios en el sector empresarial.

A continuación se efectúa un análisis de género de las herramientas e iniciativas actuales en materia de Responsabilidad Social Corporativa. En él se destacan elementos y significados que consideramos más interesantes para el objeto de la investigación y que son susceptibles de aplicarse a las empresas textiles «analizadas» por Ropa Limpia (igualdad de género, acciones contra la discriminación y/o la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, visibilidad de proveedores...).

Examinando la relación entre el sector no lucrativo (Campaña Ropa Limpia) y el lucrativo (empresas textiles españolas), atravesado por el análisis de género, hemos pretendido sistematizar las acciones realizadas por organizaciones sociales en pro de la igualdad de género para un determinado sector productivo. También nuestro estudio ha querido destacar aspectos que puedan aplicarse a las políticas que relacionan género y desarrollo, como son el diálogo social, la no discriminación o visibilizar el género femenino en determinados sectores económicos, y todo ello con el fin de aportar nuevos elementos para fomentar un cambio social más equitativo entre mujeres y hombres. Como dice Martín Casares (2008):

La incorporación de la perspectiva de género en la investigación socio-cultural, y en otras cuestiones de la vida civil, constituye una herramienta esencial para comprender aspectos fundamentales relativos a la construcción cultural de la identidad personal, así como para entender cómo se generan y reproducen determinadas jerarquías, relaciones de dominación y desigualdades sociales.





## 2. Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación parte de una suma y conexión de conceptos que cristaliza en una orientación concreta de análisis de nuestro objeto de investigación: las acciones emprendidas por la Campaña Ropa Limpia (CRL o Ropa Limpia) sobre empresas textiles españolas en relación con la demanda de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, y especialmente las que incorporan mecanismos para superar las desigualdades de género.

Los conceptos base que guían el estudio como unidades de análisis son género, organizaciones no lucrativas, desarrollo y responsabilidad social corporativa y/o empresarial.

Tomaremos como punto de partida trabajo, género y desarrollo, y concretamente el enfoque de Género en el Desarrollo, como *estrategia* que plantea un análisis en profundidad de las relaciones de poder entre hombres y mujeres y trata de alcanzar la igualdad de género en todos los ámbitos del *desarrollo humano*, entre ellos el del trabajo.

Posteriormente introducimos el concepto de *movimiento social/organización no lucrativa*, que enmarca la definición y alcance de Ropa Limpia y a muchas de las organizaciones y grupos adheridos a esta Campaña.

Finalmente abordaremos la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Empresarial (RSE), concepto y práctica que

supone una nueva perspectiva del hacer empresarial basada en integrar las preocupaciones sociales y medioambientales y que, creemos, puede posibilitar una mejora de las condiciones laborales y significado del trabajo para el género femenino del sector textil de los países en desarrollo.

El trabajo en nuestra sociedad es un elemento básico en la construcción de la identidad individual y un poderoso instrumento de valoración social (Comas, 1995). Del mismo modo, el género como categoría de análisis,<sup>2</sup> ha permitido reconocer el carácter social y cultural de los roles y atributos que se asocian a hombres y mujeres y cómo las desigualdades de género se incorporan como factor estructurante en las relaciones de producción y en la división del trabajo (Comas, 1995).

El género se define como un concepto *relacional* (Scott, 1988), que implica a su vez dos cualidades: el *género como diferencia* y el *género como poder*.

*El género como diferencia* es la manifestación de los roles y estereotipos sociales y culturales que se asignan a lo masculino y lo femenino y que legitiman la construcción de relaciones sociales desiguales entre ambos. *El género como poder* remite a la perpetuación y legitimación de la posición dominante del hombre frente a la mujer a lo largo de la historia, recibiendo el nombre de patriarcado. Las prácticas, normas y/o valores de las mujeres son devaluados en diferentes culturas y periodos de tiempo a favor del poder ostentado por los hombres. Así, las *relaciones de género* se definen como «las relaciones de dominación, conflicto o igualdad que se establecen entre los géneros en una sociedad determinada» (Martín Casares, 2008: 50).

---

2 No vamos a extendernos aquí en la abundante literatura y en el alcance del concepto género. Numerosas obras, en su mayoría teóricas, han realizado precisiones constantes a esta categoría, más allá incluso de su definición de carácter cultural en oposición a sexo biológico, que ha marcado su significado en las Ciencias Sociales. Para ampliar esta idea ver Martín Casares (2008).

De esta forma el género contribuye a detectar desigualdades estructurales asignadas a hombres y mujeres, como valoración permanente de las relaciones sociales entre ellos, pero además permite comprender e incluso vindicar acciones que discriminan a mujeres (y hombres) por el mero hecho de pertenecer a un determinado sexo, convirtiendo la categoría analítica en herramienta o constructo de acción política. Los movimientos de mujeres y/o feministas, y en el caso que nos ocupa, los movimientos de mujeres de países en desarrollo (Molyneux, 2003), han reivindicado el género como instrumento útil para manifestar los factores sociales y culturales que fundamentan el *poder generizado*.<sup>3</sup>

La evolución del estudio en torno del género, acompañada de la instauración de sistemas democráticos principalmente en sociedades occidentales, ha derivado en la construcción de distintos conceptos y herramientas basados en el concepto de igualdad. Su objetivo es la superación de las desigualdades de género y el tratamiento equitativo de mujeres y hombres en el acceso a bienes, recursos y oportunidades. Destacamos para nuestro estudio como la perspectiva de género, la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, el *mainstreaming* de género o el empoderamiento.

En materia de desarrollo, la perspectiva de género supone considerar sistemáticamente las diferencias entre las condiciones, situaciones y necesidades respectivas de las mujeres y de los hombres, en las fases de planificación, ejecución y evaluación de todas las políticas comunitarias por lo que respecta a Europa, a los países industrializados y a los países en desarrollo. [...] Exige el compromiso de todo tipo de organizaciones e instituciones para la modificación de la condición y posición de las mujeres, y en trabajar para lograr un sistema sexo-género equitativo, justo y solidario.<sup>4</sup>

---

3 Thurén (1993) citado por Martín Casares (2008).

4 De la Cruz (1998).

Si abundamos en las distintas orientaciones dadas al binomio perspectiva de género-desarrollo, el llamado Enfoque del Género en el Desarrollo (GED) es el que mejor vertebró nuestro ensamblaje teórico-metodológico, puesto que ayuda a conectar la relación entre género, trabajo, movimientos sociales y desarrollo:

El enfoque del GED surge a mediados de los años ochenta. Se consolida y difunde en la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer (1995).<sup>5</sup> Su origen parte de la crítica a los anteriores enfoques aplicados en materia de desarrollo, donde la integración de las mujeres en el desarrollo no tuvo los resultados esperados. GED planteó, en su concepción, el cambio de objetivo de los programas dirigidos a «mujeres» a un objetivo dirigido al «desarrollo».<sup>6</sup>

Sus fundamentos, entre otros, los encontramos en la definición de Desarrollo Humano Sostenible.<sup>7</sup> Constatado como un proceso complejo y multidimensional (incluida la dimensión del género), el desarrollo sostenible debe situar a las personas «en el centro de las preocupaciones y satisfacer las necesidades de generaciones presentes sin comprometer las posibili-

---

5 ONU, Declaración de Beijing Plataforma de acción. A/Conf. 177/20, 17 de octubre de 1995. El Grupo «Mujeres y Desarrollo» de la Coordinadora de ONG para el desarrollo plantea que esta Declaración reconoce «la igualdad entre mujeres y hombres como en una cuestión importante para el conjunto de la sociedad, más que en un “tema de mujeres”; también se hizo especial hincapié en la necesidad de integrar la perspectiva de género en todas las políticas y prácticas de cooperación, como elemento esencial para la promoción del Desarrollo». Además, el Grupo considera entre otras premisas que «el enfoque de género en el desarrollo significa cuestionar que la pertenencia a un sexo biológico condicione la forma y las posibilidades de desarrollo de un ser humano, sea hombre o mujer, y la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales, que van más allá de la subsistencia». Brew et ál. (1997: 132).

6 Moser (1993) citada por Martín Casares (2008: 255). Al igual que el de género, el concepto de desarrollo tiene varias acepciones y una abundante bibliografía, fruto de su estudio desde distintas disciplinas y perspectivas. Para un estudio en profundidad del desarrollo ver Rist (2002).

7 Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (2007).

dades de generaciones futuras» (Declaración Río, 1992). Se trata de alcanzar un desarrollo humano, económico y medioambiental basado en la sostenibilidad y la igualdad, además de arrancar el compromiso de erradicar la pobreza y fomentar el empleo pleno y la integración social para lograr establecer sociedades más justas (Declaración de Copenhague, 1995).

Vargas (2006) y Cirujano (2006) defienden que el enfoque GED se centra en el *paradigma de desarrollo humano sostenible* tomando a las personas como referencia, en la potenciación de sus capacidades y oportunidades. La autora defiende que «el desarrollo humano sostenible promueve la interrelación de múltiples disciplinas en el proceso de desarrollo para superar los problemas derivados de relaciones desiguales de poder entre las personas que perpetúan la pobreza, las desigualdades y el crecimiento económico insostenible en el mundo».<sup>8</sup>

Con el paso del tiempo y dada la influencia de la perspectiva de género en el desarrollo, la Declaración de Beijing completó el enfoque de género para el Desarrollo Humano Sostenible. Este, a partir de la citada Declaración, amplía sus objetivos para intervenir en los contextos sociales y políticos en los que se reproducen las desigualdades de género y mejorar las condiciones de vida materiales de hombres y mujeres.

Por otro lado, el empoderamiento (*empowerment*) y la incorporación de la perspectiva de género (*mainstreaming o gender perspective*), son también conceptos fundamentales en el enfoque GED.

La aplicación del empoderamiento (Lagarde, 1996) significa reconocer y diferenciar las necesidades de hombres y mujeres, favorecer procesos en los que las mujeres ganen poder para tomar sus propias decisiones e incidir de forma colectiva

---

<sup>8</sup> Vargas Escobar (2006: 27). Esta autora se alinea con dos autores como Amartya Sen y Manfred Max-Neef que han dedicado gran parte de su obra a la definición de desarrollo humano sostenible. Ver Sen (2000) y Max-Neef (1994).

en las decisiones políticas y estratégicas con el fin de modificar las condiciones de desigualdad y subordinación de las mujeres en todas las esferas de participación.

Amartya Sen propone en esta línea promover la libre *agencia de las mujeres* en el desarrollo (Sen, 2000: 233), dejando de ser receptoras pasivas de la ayuda para pasar a ser agentes activas de cambio, que pueden alterar *tanto* la vida de las mujeres *como* la de los hombres. Asumir este papel es asumir la responsabilidad de actuación como personas.

En cuanto a la introducción de la perspectiva de género o *mainstreaming* de género, supone la garantía de que los procesos de elaboración de políticas públicas tengan incorporada la igualdad de género, con una (re)organización, mejora y evaluación del proceso político para conocer cómo las políticas generales impactan de forma distinta en mujeres que en hombres (Comisión Europea, 1996). La Plataforma de Acción de Beijing consideró que la incorporación de la perspectiva de género tenía que darse en la «corriente principal, donde se ubican los temas fundamentales para la toma de decisiones» (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, 2007: 221); es decir, en todas las políticas, planes, programas y proyectos.

Con todo, destacamos a continuación los aspectos principales de la corriente GED:<sup>9</sup>

- Análisis de las relaciones de poder entre las mujeres y los hombres y su impacto en el acceso diferenciado a los recursos y beneficios del desarrollo.
- Busca transformar todas aquellas relaciones de género, también de clase, étnica, etaria, etc., que operan como obstáculos para que las mujeres disfruten de los beneficios del desarrollo.
- Propone una estrategia: el Empoderamiento, que consiste en propiciar que las mujeres accedan al uso y control de los

---

9 Vargas Escobar (2006: 25).

recursos materiales e ideológicos —simbólicos— y que ganen influencia y participen en el cambio social.

Si nos introducimos en la práctica, la Cooperación Española toma el enfoque GED como referente teórico para construir su *Estrategia de Género en el Desarrollo*. La evaluación y evolución de la misma es fruto de las continuas revisiones que en el marco de las políticas, normativas e instituciones nacionales e internacionales se hacen del género y de su aplicación al desarrollo. La Estrategia destaca que con la revisión de los diez años de aplicación de Beijing (ONU, 2005), los cinco de los Objetivos del Milenio (ONU, 2000) y la implementación de los principios de la Declaración de París sobre la Eficacia de Ayuda al Desarrollo (2005)<sup>10</sup> se ha hecho patente que la mayoría de las organizaciones de desarrollo han integrado el GED desde una perspectiva *formal* y no *real*; es decir, se ha realizado un esfuerzo por introducir el género en los documentos estratégicos, pero esto debe convertirse en «prioridad política, institucionalización y efectiva transversalización desde el proceso de planificación a la evaluación» (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, 2007: 54).

La cooperación al desarrollo aragonesa, en su Plan de Cooperación para el periodo 2008-2011,<sup>11</sup> tiene entre sus prioridades horizontales «la defensa de los derechos humanos», velando, entre otras, por la libertad de discriminación por razón de género, o «la promoción de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres». Este marco de trabajo amplio para abordar el género se relaciona en el Plan con el cumplimiento de los distintos Objetivos del Milenio tales

---

10 Un nuevo enfoque más enriquecido del GED es GEDEA. Su elaboración se fundamenta en la revisión citada. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (2007: 34).

11 *Plan Director de la Cooperación Aragonesa para el Desarrollo (2008-2011)*, que da cumplimiento a la Ley 10/2000, de 27 de diciembre de 2000.

como el acceso igualitario de la mujer a la educación, mercado laboral o participación en política.

En el caso que nos ocupa, el enfoque GED nos ayuda a analizar cómo las trabajadoras del sector de la confección de países en desarrollo tienen necesidades diferentes que los hombres del mismo ámbito. Las características de la inserción laboral hacen de este sector un espacio en donde se perpetúan y reproducen los estereotipos y desigualdades de género. La posibilidad de gestar actuaciones, mecanismos y herramientas que potencien en estas mujeres sus capacidades de decisión, contribuirá a su empoderamiento y, a su vez, a la igualdad de género entre mujeres y hombres de este sector.

Talad Asad diferencia entre *lenguajes fuertes* y *lenguajes débiles*.<sup>12</sup> Los lenguajes fuertes son los productores de conocimiento, los lenguajes occidentales. Los lenguajes débiles son los que no producen conocimiento y están condicionados al análisis de los lenguajes fuertes. El lenguaje de las mujeres en las maquiladoras, fábricas y talleres textiles es un lenguaje débil, un lenguaje menor que el de sus compañeros y de aquellos que rigen los acuerdos internacionales de comercio y de mundialización económica. Con la introducción de la perspectiva de género se hace posible elevar esta posición, haciendo de la realidad vivida por el género femenino en el sector textil de países en desarrollo un lenguaje fuerte y productor de conocimiento, con trascendencia, presencia y significado en la sociedad globalizada.

En este sentido, existe una larga trayectoria de distintas organizaciones y movimientos sociales que han desempeñado un papel decisivo en la defensa del reconocimiento de los derechos humanos, sociales y laborales de las mujeres. La historia del feminismo avala la afirmación: «el feminismo

---

12 Categoría binaria de análisis aportada por Talad Asad (1986) citado por Honorio Velasco en Velasco y Díaz de Rada (1997: 77).

es como un motor que va transformando las relaciones entre los hombres y las mujeres y su impacto se deja sentir en todas las áreas de conocimiento» (Varela, 2005: 20). Por ello, analizaremos más adelante la introducción de la *mirada de género* en la Campaña Ropa Limpia.

Si nos aproximamos a la definición y alcance de los *movimientos sociales* (Touraine, 1997; Pont, 2004), detectamos elementos clave para entender y profundizar en el papel que tienen las organizaciones sociales y/o la iniciativa ciudadana como posibilitadoras de cambios sociales y en la investigación, cambios en la definición y reconocimiento del género femenino en determinados sectores productivos.

Los movimientos sociales, según Touraine, representan la creación de los nuevos valores. En los movimientos sociales «los actores innovadores [...] procuran influir sobre la historia de su sociedad a través de la defensa de unos valores»,<sup>13</sup> cuestionando el modo de utilización de algunos recursos y de modelos culturales.

Touraine plantea que los movimientos sociales deben reunir algunos principios de existencia o pertenencia: *identidad* (a quiénes representa, en nombre de quién habla, de qué intereses se constituye como defensa o promotor...), *oposición* (oponentes contra los que se levanta el movimiento en defensa de unos intereses) y *totalidad* (actúa en nombre de ciertos valores, ideales, filosofía... admitidos por todos los miembros de la colectividad).

También destaca tres funciones de los movimientos: *función de presión, mediación y clarificación de la conciencia colectiva*. La función de presión y de clarificación de conciencia colectiva es la capacidad de influencia de los movimientos sociales sobre el desarrollo histórico de las sociedades. La opinión pública y los Gobiernos son incesantemente solicitados por movimien-

---

13 Touraine (1997: 127).

tos sociales, dispuestos a promover las causas y los intereses más diversos, removiendo conciencias. La función de mediación es la que desarrollan los movimientos sociales como agentes activos entre las personas, de un lado, y, de otro, las estructuras y las realidades sociales. El movimiento social es una de las principales agrupaciones intermedias por las que los actores pueden proteger sus intereses o hacer valer sus ideas, y participar así, en grados diversos, en la acción histórica.

Otros estudiosos también aportan cuestiones de interés en relación con el sentimiento de identidad y la creación de una cultura específica del movimiento social: McAdam (1994) plantea que cuanto más conscientes sean los cambios propuestos, mayor será la tendencia a concebir el movimiento como una visión alternativa de la vida social. Gusfield (1994) sitúa el comportamiento colectivo en el centro de la construcción de nuevas formas de relaciones sociales, con nuevos significados y concepciones de la vida social. Manuel Castells (1997) también sostiene que esta acción colectiva crea una serie de aspectos de carácter simbólico-cultural, elementos cognitivos y cuestiones de identidad individual y colectiva.

Con todo, el reconocimiento de que lo que está en cuestión son normas y significados socialmente compartidos constituye un paso en el desarrollo de los procesos de cambio social. Creemos que las asociaciones y las organizaciones son las instancias en las que esa propuesta de cambio social y de nuevos significados culturales se materializa.

Además de utilizar el concepto movimiento social, queremos introducir en nuestro análisis el de sector no lucrativo<sup>14</sup>

---

14 Se toma la definición de Bellostas Pérez-Gruoso et ál. (2002), libro en el que se define como sector no lucrativo el «formado por aquellas organizaciones legalmente reconocidas, [...], de carácter privado, con auto-gobierno, donde los derechos de decisión y control residen en los miembros de la entidad, que podrán contar con trabajadores o voluntarios, donde la clave principal radica en la limitación a la apropiación de los posibles excedentes de la actividad y cuyos fines abarcan asuntos de “asistencia social, cívicos,

y, por ende, el de organización no lucrativa, ya que pensamos que este término complementa al de movimiento social y se opone en general, aunque con ciertos matices,<sup>15</sup> al de sector lucrativo. Esta dicotomía, sector lucrativo/no lucrativo, nos sirve para comprender la posición de Ropa Limpia (sector no lucrativo), frente a las empresas textiles (sector lucrativo).

El sector no lucrativo representa hoy un volumen y presencia al alza. Algunos autores destacan que la existencia de estas organizaciones es un indicador de la madurez existente en el seno de una sociedad.<sup>16</sup> Entre las definiciones y clasificaciones de las organizaciones no lucrativas, queremos destacar la propuesta de Bellostas Pérez-Gruoso et ál. (2002), la cual define organización no lucrativa para referirse «a las organizaciones creadas para llevar a cabo actividades que favorecen el bienestar general cuyo fin es producir beneficios públicos o externos a los miembros de la organización y que inciden en procesos económicos, sociales y de cambio de valores».<sup>17</sup> Esta definición está alineada con el alcance que los movimientos sociales tienen como agente de cambio (Touraine, 1997).

En este estudio atendemos al proceso de movilización y presión de distintas organizaciones por mejorar las condiciones laborales del sector textil en países en desarrollo, funda-

---

educativos, culturales, científicos, deportivos, sanitarios, de cooperación al desarrollo, de defensa del medio ambiente, de fomento de la economía social o de la investigación”, como se dice en la Ley 30/1994 de Fundaciones, en el artículo 42 en el título II».

15 Bellostas Pérez-Gruoso et ál. (2002: 25). Los/as autores/as del libro plantean la dificultad que existe en muchos casos para distinguir lo lucrativo de lo no lucrativo y citan como ejemplo las empresas de inserción, ya que están inmersas en la economía de mercado, buscando beneficios de su productividad con el objetivo de lograr la inserción sociolaboral de las personas excluidas. Los beneficios obtenidos son para mantener el proyecto social y la inserción de las personas.

16 Bellostas Pérez-Gruoso et ál. (2002: 14). Los/as autores/as del libro remiten a autores como Drucker (1993) y Subirats, ed. (1999).

17 Bellostas Pérez-Gruoso et ál. (2002: 23).

mentalmente de las mujeres. La coalición internacional *Clean Clothes Campaign* o *Campaña Ropa Limpia* en España<sup>18</sup> lidera este proceso. Sus acciones abarcan el análisis y verificación de empresas textiles, la sensibilización y denuncia, acciones reivindicativas, propuesta de nuevas formas de uso y consumo de textil... todo ello relacionado con el ámbito de las condiciones de producción, distribución y consumo mundial de ropa.

Ropa Limpia es una red de entidades, organizaciones y agentes unidos por una acción colectiva: denunciar los abusos y malas prácticas del sector textil, transformar las condiciones laborales de producción y abogar, desde el lado de consumidores/as, por la concienciación de otro tipo de comportamientos en el consumo de ropa.

La iniciativa manifiesta, a través de distintas formas de organización y participación, su contestación a la *sociedad opulenta* (Galbraith, 1984) y a la dinámica de la deslocalización de la producción a cualquier precio, y ofrece como propuestas otra manera de entender la relación empresa-proveedores, un cambio en las pautas de consumo y una nueva forma de entender las relaciones entre el sector lucrativo y no lucrativo. Las tres funciones anteriores que Touraine reconoce a los movimientos sociales (presión, mediación y clarificación de conciencia) son características de Ropa Limpia.

Las primeras personas activistas de CRL, en su mayoría mujeres, refieren que uno de los principales motivos para sumarse a la Campaña fue su deseo de transmitir a la opinión pública que quien fabricaba la ropa a nivel mundial eran sobre todo mujeres. Las condiciones indignas de elaboración de ropa y la mano de obra explotada tenían en distintos puntos del planeta rostro femenino, y CRL *debía tener en cuenta este dato*. El fundamento de su discurso lo encuentran en las críticas feminis-

---

18 <<http://www.cleanclothes.org>> y <<http://www.ropalimpia.org/>>.

tas al *status quo de la mujer y al reconocimiento de que las mujeres realmente tienen poder* (Ascoly y Finney, 2005: 5).

Para acabar de exponer el marco conceptual de la investigación, abordamos la Responsabilidad Social Corporativa o Responsabilidad Social Empresarial. Aunque no realizamos un análisis en profundidad de su definición, sí que consideramos necesario establecer unas nociones básicas para relacionar la RSC con el estudio del género en el sector textil.

La composición semántica de la Responsabilidad Social Corporativa nos traslada en primer término a la *responsabilidad*. Según el Diccionario de la Real Academia Española *responsabilidad* es la «capacidad existente en todo sujeto [...] para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente». <sup>19</sup> Esta definición, adscrita a la disciplina del Derecho, se refiere a las repercusiones posteriores de una acción.

Otras acepciones van más allá de mirar las consecuencias de las acciones. Responsabilidad, bajo la orientación de Hans Jonas, <sup>20</sup> es realizar acciones cuyo objetivo es el bienestar de *l@s dem@s*, como *exigencia ética*. La proyección de este pensamiento implica una toma de decisiones y un modo de proceder distinto a la dinámica de la sociedad globalizada de hoy, caracterizada por el corto plazo y el beneficio individual. (Galbraith, 1992; Sennett, 2000).

Si establecemos la relación entre esta última definición de responsabilidad y empresa o corporación, se redescubre que la responsabilidad de las empresas se torna entonces *proactiva* (Castells, 1997; Pont, 2004), enfocada al bienestar de co-

---

19 <<http://www.rae.es/rae>>.

20 García Perdigüero cita a Hans Jonas (1995) con el planteamiento de que la responsabilidad «no sólo se proyecta sobre el presente, sino que se orienta y se hace cargo del futuro, [...], sobre las condiciones de posibilidad de una vida digna para las generaciones venideras». García Perdigüero (2003: 169).

munidades, preocupada por el medio ambiente y el hábitat que dejan a las generaciones futuras; en definitiva, una empresa que mira al futuro y al desarrollo sostenible. Su carácter social significa la implicación que tiene para la empresa estar en relación con distintos agentes, grupos, instituciones u organizaciones con los que interactúa y que dan sentido a su existencia.

La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) define así la responsabilidad social corporativa: «Capacidad moral, legal, o mental de una corporación (grupo de individuos integrados por ley como uno solo en derechos y deberes) para responder en aquellas áreas de la propia conducta y obligaciones referentes a la sociedad. Esta capacidad y obligación de la corporación reconocida en las acepciones debe dar lugar a un comportamiento (acción) socialmente responsable coherente con dicha capacidad, tangible y evaluable» (AECA, 2006: 16).

Las teorías económicas antiguas definen que la actividad económica es una red de relaciones humanas, y la organización de la empresa está supeditada a los objetivos de la comunidad en la que se desarrolla, aunque su fin sea la obtención de beneficio.<sup>21</sup>

Las teorías liberales de la economía postularon que la ley de la oferta y la demanda y la búsqueda de ganancia monetaria privada no supondrían la ruptura de la cohesión social, sino que además podría solucionar el problema de la pobreza, ya que la maximización del beneficio individual significaría el beneficio colectivo.

La evolución del mercado y de la economía mundial, junto con una relación de escándalos que afectan a importantes multinacionales (Enron, Shell, Nike...), ponen en cuestión los postulados de las teorías liberales, y algunos sectores pro-

---

21 AECA (2004: 11).

ductivos plantean desde hace unas décadas un proceso de cambio para la empresa más implicada con su entorno social, persiguiendo no solo la sostenibilidad económica, sino también la medioambiental y social.

La globalización económica, el desarrollo de la sociedad civil, el avance de la sociedad de la información, las demandas sociales y/o medioambientales o la pérdida del sector público no solo han condicionado el mercado y sus sectores de producción y distribución, sino también el papel que cumplen los actores tradicionales en la empresa (accionistas, clientes, proveedores), que cuentan con mayor información y posibilidad de exigencia en ella. También aparecen nuevos grupos y agentes de interés con nuevas exigencias e intereses en las actividades de la empresa.

Esta compleja reacción social ha ido consolidando en una parte de la sociedad una preocupación por el comportamiento de las empresas, por la denominada responsabilidad social corporativa: cómo las empresas integran en su estrategia y gestión el interés por cuidar la relación entre lo económico, social y medioambiental.

Marcuello (2007) plantea que la RSC es una nueva forma de entender y gestionar la empresa en la que entran en juego dos nuevas claves. Una, las prácticas voluntarias, más allá de lo estrictamente legal, en materia social y medioambiental; y otra, relacionada con la anterior, la introducción del concepto de Desarrollo Sostenible en los objetivos empresariales (Comisión Europea, 2002), que implica añadir en el cálculo del balance final de la empresa la dimensión social y medioambiental.

Pero la RSC no tiene una definición consensuada. Instituciones públicas, organismos multilaterales, Estados, grupos empresariales, organizaciones sociales, sindicatos y otros agentes han realizado múltiples y muy diferentes aportaciones incidiendo en distintos aspectos (dimensiones, volunta-

riedad, aplicación del concepto...). Podría decirse que la RSC se conforma como una nueva corriente cuyos pilares más importantes son diálogo social, desarrollo sostenible, respeto medioambiental, ciudadanía social..., aunque sin perder de vista que el objetivo es también la obtención de ventajas competitivas a largo plazo.

La Comisión Europea es una de las principales impulsoras del concepto. Afirma que cada vez es mayor el número de empresas europeas que fomentan sus estrategias de responsabilidad social en respuesta a diversas presiones sociales, medioambientales y económicas (Comisión Europea, 2001: 3). Esta define la responsabilidad social de las empresas como «la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores» (Comisión Europea, 2001: 7).

De su definición podemos extraer la valoración que hace de la relación entre empresa-interlocutores o empresa-grupos de interés. Este nexo posibilita el análisis de la interacción entre organizaciones no lucrativas y acción de la empresa del que nos ocupamos:

Los grupos de interés o *stakeholders*,<sup>22</sup> que constituyen el entorno inmediato de la responsabilidad social empresarial, condicionan su desarrollo y son los «beneficiarios» inmediatos del comportamiento responsable de la empresa. Existen diferentes grupos de interés que influyen y son influidos por la empresa: clientes, proveedores, empleados/as, accionistas, administraciones públicas, agentes sociales, comunidad local, organizaciones no lucrativas... Todos ellos tienen diferentes necesidades y expectativas en su interacción con la empresa.

---

22 Grupos de personas o individuos afectados de una u otra forma por la existencia o acción de las organizaciones y con algún interés legítimo sobre las mismas (AECA, 2004: 29).

Casado plantea que una empresa interesada en promover la RSE como eje transversal de su política no solo debería limitarse a respetar determinados principios, sino que tendría que cuestionarse el «valor generado a los agentes de interés y su aportación a la triple cuenta de resultados, así como el valor añadido que aporta a la sociedad» (Casado, 2006: 99).

Los grupos de interés tienen carácter interno y externo (AECA, 2004: 27). Los de carácter interno tienen relación con la gestión interna de la empresa: trabajadores, accionistas... por su parte los grupos de interés externos son interlocutores que no participan de la gestión directa de la empresa, pero pueden condicionar el sentido de la dirección y gestión de la misma. Son un amplio abanico de influencias: clientes, comunidad local, administración... incluso generaciones futuras. Este *sistema social* tiene un elemento fundamental para la RSC: vincular las partes interesadas, canales de comunicación que se abren entre partes, flujos de información empresa-entorno...

Pero el diálogo no comienza de forma automática. Grupos de interés internos, como trabajadores o accionistas y grupos de interés externos, como sindicatos, organizaciones no gubernamentales o consumidores; «el lado de la demanda» (Marcuello, 2007) ha puesto en jaque a empresas y compañías transnacionales. Dichos grupos se han constituido como agentes preventivos y supervisores del comportamiento de las corporaciones.

El origen del descontento con el mundo empresarial comienza para algunos autores en los años setenta, en Estados Unidos (Rivero Torre, 2004). La reacción social a determinadas políticas corporativas llevó a algunas corporaciones a una considerable pérdida de imagen y ventas. A partir de entonces, las empresas redirigirán sus actuaciones teniendo en cuenta la relación de «control» a la

que se ven sometidas por distintas partes; entre ellas, las organizaciones no gubernamentales.

Es aquí donde se manifiesta el diálogo sector lucrativo-no lucrativo. Distintas asociaciones, organizaciones e iniciativas ciudadanas ejercen una labor de mediación y en muchos casos de representación de grupos de interés, que no estaban reconocidos por la empresa, como por ejemplo los proveedores. En su mayoría fábricas y talleres ubicados en países en desarrollo, los proveedores se han hecho visibles gracias a la labor del sector no lucrativo, que ha presionado para que, en el caso de las empresas textiles, se reconozca su presencia, derechos, canales de comunicación, mecanismos de control o cumplimiento de códigos de conducta.

Aunque directamente no tengan voz en la empresa al nivel de accionistas o trabajadores,<sup>23</sup> la consideración de este grupo de interés externo ha obligado al sector productivo textil a estudiar con mayor profundidad la repercusión de sus actuaciones en determinados países e implementar herramientas que adviertan de situaciones que vulneren los derechos humanos, sociales y/o laborales (discriminación, abusos...) en su relación con estas fuentes de suministro:

como se ha significado en la mayoría de las investigaciones realizadas por organizaciones independientes, las violaciones de los derechos humanos y de las convenciones internacionales sobre el trabajo infantil, el trabajo forzoso, la no discriminación, la libertad de asociación y los derechos de representación de los trabajadores y de negociación colectiva,

---

23 Existen diferentes clasificaciones de los *stakeholders* empresariales. Wheeler y Sillanpää (1997) reconocen para los proveedores su carácter primario y social; Mahoney los considera un grupo activo e implicado positiva y voluntariamente en la empresa; Carroll y Buchholtz (2000) los clasifican como un grupo estratégico que puede suponer oportunidades o amenazas para la organización. Ver en Araque Padilla y Montero Simó (2006: 107).

están ampliamente extendidas en las fábricas de los contratistas y subcontratistas de la industria de la indumentaria, calzado y juguetes.<sup>24</sup>

Como ya hemos indicado, estas condiciones afectan en su mayoría a mujeres, por lo que la importancia de conocer las necesidades de proveedores del sector textil tiene un valor añadido. Las memorias de sostenibilidad, los códigos de conducta, las certificaciones y otros instrumentos cobran protagonismo para fomentar en las empresas otro tipo de gestión acorde con un modelo de desarrollo sostenible que incluya el enfoque de género. Su efectividad nos dirá si la responsabilidad social corporativa puede aportar nuevos elementos al desarrollo humano y a la igualdad de género.

---

24 García Perdiguero (2003: 89).







### 3. Situación del sector textil en España

En este apartado trataremos de describir brevemente la situación del sector textil. Para ello, se han recogido los datos más significativos del sector en España, con especial atención a los que muestran la externalización, importación y/o deslocalización de la producción. En un segundo momento se describen los países proveedores de las principales firmas de textil españolas.

El proceso de globalización y liberalización del sector textil es una realidad mundial (Intermón Oxfam, 2005; CIOSL, 1996). Esto ha traído consigo la expansión internacional del sector guiada por dos razones: una, encontrar las mejores *ventajas competitivas*, y otra, relacionada con la anterior, encontrar *ventajas de localización* en las inversiones de capital (Paz Antolín y Pérez Orozco, 2004). Fruto de estos dos motivos se inicia hace unos años el proceso de deslocalización de empresas textiles en países en desarrollo, donde el capital encuentra pleno rendimiento por un determinado *tipo de inserción laboral y flexibilización del proceso productivo*.

El Sector Textil y de la Confección representa el 7% del empleo industrial en España, con una aportación al Producto Industrial del 4% del total para el año 2006.<sup>25</sup>

---

25 <<http://www.cityc.es/sec>>.

El Observatorio Industrial del Sector Textil-Confección muestra para el 2008 que el sector se compone de más de 21 000 empresas en España, la mayoría pequeñas y medianas empresas con tendencia a la baja y grandes grupos empresariales, dando empleo a 181 200 personas, de las cuales un 62% son mujeres dedicadas a la confección.<sup>26</sup>

Entre las características más significativas que muestra el Observatorio están: el alto índice de las importaciones frente al de exportaciones, la expansión en el mercado internacional, la competencia con países de costes laborales menores, la necesidad de una mayor flexibilidad, o la deslocalización y subcontratación de la producción.

El Informe 2006 de Sectores y Políticas del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio señala para el sector textil la necesidad de su adaptación a la liberalización del comercio, con un importante incremento de las importaciones<sup>27</sup> y la consiguiente pérdida de producción y empleo.

Destaca en el informe el signo positivo alcanzado en este periodo para el subsector de tejidos, con un mayor número de exportaciones que de importaciones. La explicación a esta situación se encuentra en empresas que tienen deslocalizadas las actividades de confección, enviando tejidos a centros

---

26 Datos extraídos de las III Conclusiones del Observatorio Industrial del Sector Textil-Confección. Con la puesta en marcha de este Observatorio en julio de 2005 el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio pretende: «poner a disposición de las empresas, entidades de innovación y tecnología, asociaciones empresariales y sindicales, un foro de encuentro permanente y una herramienta fundamental para el análisis del sector».

27 Para el año 2006 el dato de Importación se sitúa en 13 002 millones de euros frente a los 7217 millones de euros que muestra la magnitud, siendo China el primer país importador de textil para España. El 1 de enero de 2005 se eliminaron las restricciones a la importación de productos textiles chinos a la UE (desaparición del sistema de cuotas del Acuerdo Multifibras), y su irrupción en el mercado tuvo un fuerte impacto en los primeros meses del año, con un incremento de más del 600% con respecto al mismo periodo del año anterior. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2006).

de producción en el exterior y devolviéndolos confeccionados. El estudio concluye que el sector tendrá que fortalecer sus puntos fuertes, ya que las actividades productivas que requieren mano de obra de baja cualificación sufren cada vez más amenazas por la competencia de terceros países con costes muy inferiores (Ministerio de Industria, 2006).

En la misma línea, el Centro de Información Textil y de la Confección realizó en 2007 un estudio de valoración tecnológica del Sector Textil-Confección Español para conocer la actualidad del sector con respecto a periodos anteriores. En él se muestra la evolución de la industria textil en importaciones del año 2000 al 2006 (tabla 1).

**Tabla 1**

<i>Año</i>	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Importaciones	100	107	112	122	130	143	160

Base 2000 = 100.

Fuente: CITYC (2007).

Partiendo del año 2000, las importaciones se incrementaron todos los años hasta llegar al 2006 con un incremento del 60% sobre la base creada. Las razones hay que buscarlas, entre otros factores, en la creciente globalización de la actividad textil y de la confección con incremento del sector en los países en desarrollo y en la creciente liberalización de los intercambios textiles internacionales ya mencionada (CITYC, 2007: 6).

El estudio señala también la diferencia de estructura tecnológica entre empresas del mismo sector. Por un lado, existen empresas que comercializan y producen con medios propios, y, por otro, están las manufactureras, que trabajan sobre todo en la fase de costura, para terceros. Destacan las grandes empresas que se caracterizan por abastecerse en el mercado internacional, reduciendo los procesos productivos

manuales, e invirtiendo cada vez con mayor volumen en operaciones de logística y diseño: «Ello ha provocado una reducción de la capacidad operativa en España y a la vez la elevación del nivel tecnológico de los equipos productivos de las empresas, que tienden a especializar los mismos, dedicándolos a las actividades de diseño y de producción de series reducidas y de entrega rápida, buscando así el factor diferencial con relación a la producción que se realiza en el exterior» (CITYC, 2007: 15).

Ante esta situación, fuerte competencia internacional y proceso de liberalización, la producción se ha resentido, con un marcado descenso de 2003 a 2006 (el CITYC señala el 33% a la baja) y una pérdida de empleo importante (75 000 puestos de trabajo según la misma fuente).

Los principales países suministradores de productos finales textiles en 2006 para España fueron China, Italia y Turquía (Observatorio Industrial del Sector Textil-Confección, 2007). Incrementan importaciones Marruecos, Bangladesh y la India para ese año. Las zonas del Mediterráneo ganan fuerza después del 2005. Turquía ocupa el tercer puesto absoluto, desplazando a Marruecos como principal proveedor de la zona.

Tomamos a modo de ejemplo dos empresas textiles españolas,<sup>28</sup> Inditex y Mango, y recogemos a continuación sus principales países proveedores de ropa y textil:

Inditex cuenta con diferentes proveedores directos en distintos países de la geografía mundial.<sup>29</sup> Para 2006 los principales proveedores los encontramos divididos por continen-

---

28 Hemos tomado como referencia estas dos empresas que escruta Ropa Limpia en España y a partir de allí hemos indagado la información que dan de sus proveedores. Inditex y Mango presentan a través de su página web la memoria de sostenibilidad de los años 2005 y 2006 y de ahí extraemos los datos que nos interesan.

29 Inditex (2006): *Memoria 2006. Informe Económico-Financiero. Informe Corporativo. Informe Social y Medioambiental*. <[www.inditex.com](http://www.inditex.com)>.

tes: la producción se reparte entre 806 proveedores en Europa, 34 proveedores en América, 333 proveedores en Asia y 87 proveedores en África. El mayor porcentaje de la producción está en Europa, suponiendo un 57% de la misma. Se produce en España, Portugal, Italia, Rumanía, Bulgaria y Turquía. Este último país se encuentra localizado en la *Memoria de sostenibilidad* de Inditex en la zona Europa. América representa el 2% de la producción, con proveedores en México, Colombia, Venezuela, Perú, Brasil y Argentina. Asia representa el 36% de la producción total, con presencia en países como Pakistán, India, Bangladesh, Camboya, Laos, Vietnam, China y Corea del Sur. Por último, cuenta con proveedores en África, concretamente en Marruecos y Túnez, con el 5% de la producción.

Un dato significativo que destacamos es que en el marco de los objetivos para la cadena de producción 2007-2008 se señala como uno de los objetivos el «continuar con el proceso de concentración de fabricantes y talleres externos situados en cinco escenarios geográficos: Marruecos, Turquía, India, Bangladesh y China».<sup>30</sup> Lo que el grupo empresarial no aporta en su Memoria es quiénes son los proveedores de los distintos países y sus datos por número de empleados/as en cada fábrica y/o taller externo.

Por su parte, Mango tiene 140 proveedores en todo el mundo.<sup>31</sup> Los países, con su cuota de compra, son los siguientes: China (54,95%), Marruecos (19,49%), Turquía (6,66%), India (6,14%), Vietnam (3,83%), Bulgaria (3,49%), España (1,65%), Pakistán (1,40%), Sri Lanka (0,63%), Camboya (0,44%), Bangladesh (0,35%) y otros (0,97%). No existen más datos sobre proveedores en su *Memoria*, salvo los relacionados con el control y seguimiento de los mismos.

---

30 *Ibídem* (2006: 313).

31 Mango (2006): *Memoria de sostenibilidad 2006*. <[www.mango.es](http://www.mango.es)>.

Estos países proveedores de ropa pueden clasificarse como países con un desarrollo humano medio. Son excepción España, Italia o Portugal, que se sitúan por encima de los demás.<sup>32</sup>

Kreisler (2005) afirma que, a partir de la eliminación de las cuotas que limitaba el Acuerdo Multifibras, la liberalización del mercado podía suponer una oportunidad de generación de riqueza (desarrollo y empleo) para los países proveedores, sobre la base de una oferta de condiciones y servicio de calidad para los compradores (rapidez, precio, gestión de riesgos...). Pero, a la vez, esta liberalización tiene *riesgos económicos y sociales* importantes para países importadores. Una razón es la «avalancha» de importaciones para estos países; otra, la competencia tan fuerte de determinados mercados, como el chino, que hace peligrar lo que hasta ahora eran «mercados garantizados». La autora menciona la importancia que tiene para los países en desarrollo el sector productivo textil. Por ejemplo, para el año 2005 el porcentaje que supuso el sector textil en el total del empleo industrial para Honduras y El Salvador era del 26%, y para Marruecos del 45% (Kreisler, 2005: 13). La eliminación de cuotas de mercado para estos países supondría una gran pérdida de empleo y riqueza para muchas personas de países en desarrollo.

Si atendemos a los datos desagregados por género o que nos dan información sobre datos de la relación sector textil-

---

32 Basándonos en el Ranking del Índice de Desarrollo Humano 2007/08, indicamos a continuación cada uno de los puestos ocupados por los países en los que empresas textiles españolas deslocalizan su producción: Bangladesh ocupa el puesto 140; Pakistán, el 136; Camboya, el 131; India, el 128; Marruecos, el 126; Vietnam, el 105; Sri Lanka, el 99; Perú, el 87; Turquía, el 84; China, el 81; Colombia, el 75; Venezuela, el 74; Brasil, el 70; Rumanía, el 60; Bulgaria, el 53; México, el 52; Portugal, el 29; República de Corea, el 26. Son 177 países los registrados; el número 1 es el país con mayor índice de desarrollo humano. Fuente: <<http://hdr.undp.org/en/statistics/>>.

género, y refiriéndonos siempre a la cadena de producción, nos encontramos con lo siguiente:

Según datos de empleo del sector en España, es en el subsector de la confección donde se concentra la mayor cantidad de trabajadoras y donde se acusa una mayor reducción de empleo (Observatorio Industrial del Sector Textil-Confección, 2006). Como ejemplo, Inditex contaba con un porcentaje del 85,44% de empleadas para el 2006 en las fábricas del Grupo (Arteixo-A Coruña).<sup>33</sup>

Si bien los datos locales de la cadena de producción son importantes para conocer el significado del empleo femenino en los países llamados desarrollados, nuestro análisis no se dirige a la producción localizada, sino a la deslocalizada, al significado y alcance de los datos en los que la producción queda externalizada a talleres y empresas proveedoras de países en desarrollo.

Pero el análisis se hace complicado: de las anteriores empresas no se conoce, a partir de la información pública que difunden, si su producción procede de maquilas y si existe una mayor presencia femenina como mano de obra de estos fabricantes y talleres. Gracias a Ropa Limpia o a organizaciones como Oxfam<sup>34</sup> podemos afirmar que existe un alto índice de trabajadoras en las fábricas y talleres textiles en los países proveedores. La importancia que cobran este tipo de organizaciones se hace patente en este punto, ya que su esfuerzo por escrutar y visibilizar la realidad de las mujeres permite mostrar datos más fidedignos de la realidad del sector productivo textil y detectar las fuertes desigualdades de género que en él se producen.

---

33 Inditex (2006: 435).

34 Oxfam Internacional (2004).







#### 4. Internacionalización del capital y relaciones de género: Características del empleo femenino en las maquiladoras

Este apartado realiza una aproximación, desde el análisis de género, a la industria maquiladora, y concretamente el contenido que se refiere a la desigualdad de género, condiciones sociales y laborales de las mujeres en los talleres textiles...; esta situación ha sido analizada por distintas organizaciones de la Campaña Ropa Limpia con el objetivo de poder transformar el sistema de relaciones productivas que ahogan a las trabajadoras de los países en desarrollo.

Es un hecho que la globalización económica ha tenido efectos en el género y que el sistema de relaciones de género es un condicionante para el sistema económico (Paz Antolín y Pérez Orozco, 2004; Benería, 2005). La construcción cultural de hombres y mujeres en cada sociedad se ha visto reforzada o transformada por la actual internacionalización del capital. Esto es especialmente destacable en los países en desarrollo, donde las desigualdades de género son más profundas, y las características de los sectores productivos, definidas en la actualidad por la globalización económica, fuerzan

a desarrollar unas estrategias laborales que profundizan aún más en la llamada *brecha de género*.<sup>35</sup>

El sector textil es un exponente de ello. Los elementos que definen su cadena de producción son descentralización, flexibilidad y subcontratación (Carrera, 2006). Así, se construye un modelo de negocio *más rápido* (se reduce tiempo de producción), *más flexible* (escasa programación, pedidos urgentes, trabajo a demanda...) y *más barato* (reducción del precio).<sup>36</sup> Las mujeres han encajado, por la construcción cultural de su género, en este esquema de producción que las utiliza como mano de obra apropiada para beneficio de los intereses del capital. Oxfam Internacional (2004: 82) plantea que la flexibilidad puede aportar ventajas competitivas a corto plazo, pero también puede generar problemas para el desarrollo humano y la igualdad de género.

Como ya hemos comentado, la mayoría de la producción textil se produce en el Sur. Las fábricas en las que se confecciona la ropa se denominan *maquilas*. Maquiladora es una palabra de origen árabe que significa «Porción de grano, harina o aceite que corresponde al molinero por la molienda» (Diccionario María Moliner). En su variante para América Central y México, su definición aparece como «producción de manufacturas textiles para su exportación», o «actividades económicas nacionales o extranjeras que ejecutan una parte muy precisa en el proceso de producción».<sup>37</sup>

Las maquilas comienzan a desarrollarse a partir de la década de los sesenta, coincidiendo con el auge de la deslocalización industrial de los procesos de mundialización o glo-

---

35 Según la Escuela Virtual de Igualdad, promovida por el Instituto de la Mujer durante el año 2007, con «la brecha de género se hace referencia a las diferentes posiciones de hombres y mujeres y la desigual distribución de recursos, acceso y poder en un determinado contexto».

36 Intermón Oxfam (2005: 4).

37 Cantos, Guillemat y Peirón (coords.) (2002).

balización de la economía: «La maquila responde a un proceso de segregación de las diferentes fases del proceso de producción que permite la realización de partes del proceso por diferentes empresas en distintos países, aprovechando así las ventajas comparativas que éstos ofrecen, disminuyendo los costes de producción».<sup>38</sup>

Así, las empresas transnacionales de los sectores de confección, textil, calzado y/o juguetería, entre ellas empresas españolas, desplazan parte de sus procesos manufactureros a países de la *periferia económica*, donde existen menores índices de protección social, condiciones laborales menos avanzadas que en sus países de origen, salarios menores, escasa exigencia en la conservación del entorno..., logrando con esto precios de producción más bajos y mayores tasas de competitividad en el mercado internacional. Las maquilas, también denominadas «talleres del sudor» (*sweatshops*), son empresas o fábricas subcontratadas donde se realizan trabajos mecánicos, de montaje, con poca exigencia tecnológica, pero intensivos en la utilización de mano de obra, como en la confección de ropa.

Están situadas en zonas francas,<sup>39</sup> áreas de fabricaciones convencionales destinadas a la exportación, delimitadas físicamente por vallas. Los países que alojan maquilas suelen ofrecer facilidades de instalación a las empresas extranjeras. El uso del suelo en las zonas francas suele estar libre de impuestos, y el capital, bienes, piezas y materiales se introducen sin aranceles. Los productos confeccionados o ensamblados se exportan nuevamente sin intervención de las aduanas del país. Esta forma de producción constituye un enclave aislado del resto de la economía interna del país,

---

38 CIOSL (1996).

39 Naomi Klein también las denomina «Zonas de Procesamiento de Exportaciones» (ZPE). En Klein (2001).

destinada exclusivamente a la exportación. Las inversiones en la creación de infraestructura para atraer esta industria corren a cargo de los Estados de los países empobrecidos, pero son disfrutadas por el capital extranjero.

Este modelo de empresa se difunde en la actualidad a países en los límites del mundo industrializado: Centroamérica, Caribe, Filipinas, Malasia, Sudeste Asiático, Norte de África y Europa del Este son algunas de las zonas. Considerado por algunos Gobiernos como la solución a sus tasas de desempleo y al subdesarrollo, constituye todo lo contrario: precariedad contractual, trabajo a destajo, violencia hacia las mujeres, inexistencia de condiciones sanitarias, salarios bajos, violación de la libertad sindical..., situaciones de claro incumplimiento de los derechos fundamentales de hombres y mujeres y antítesis de un verdadero desarrollo económico, humano y social.

Intermón Oxfam (2005: 4) ha descrito ampliamente las consecuencias negativas de este modelo:

- Dificulta la planificación y gestión del trabajo en la cadena de producción.
- La inestabilidad de los pedidos origina la necesidad de aceptar todas las ofertas, con independencia de su precio, repercutiendo las pérdidas en las trabajadoras.
- Se desincentiva la estabilidad laboral, se relaja el cumplimiento del código de conducta y se incrementa el riesgo de subcontratación en condiciones más precarias.
- En muchas ocasiones se aceptan pedidos por encima de la capacidad de producción, y en otras se cierra la fábrica por falta de trabajo.

Y, como efecto «bola de nieve», esto trae repercusiones en trabajadores/as de las fábricas, descritas por la misma organización: exceso de horas de trabajo, no se respetan los salarios mínimos, falta cobertura social y garantías de seguridad, etc.

Estas situaciones no son más que breves pinceladas de una primera aproximación al panorama laboral que sufren trabajadoras/as de fábricas textiles. La perspectiva o mirada de género nos ha llevado a descubrir a través de diversas autoras (Paz Antolín y Pérez Orozco, 2004; Ascoly, 2004; Benerría, 2005...), que existe una relación estrecha entre el tipo de inserción laboral en fábricas y talleres textiles y las relaciones de género preexistentes en países en desarrollo; además de que las características descritas para el sector limitan las posibilidades de lograr relaciones de género más igualitarias.

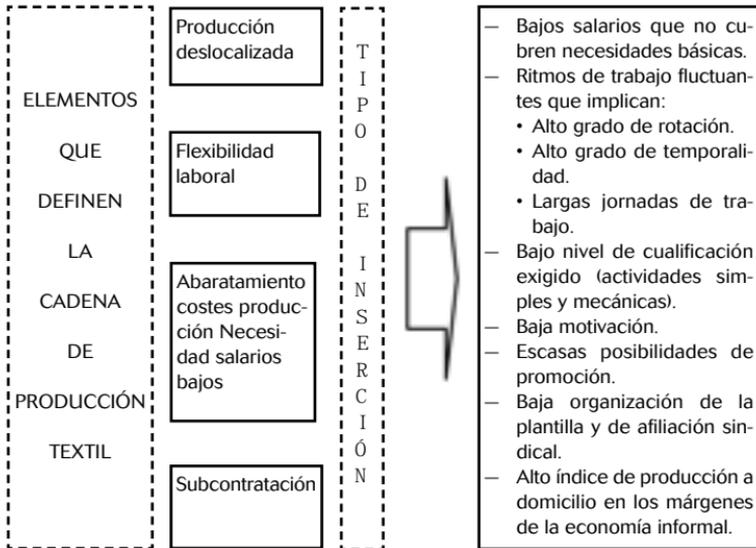
Para Paz Antolín y Pérez Orozco (2004: 279) la internacionalización de la actividad productiva del textil se ha desarrollado a través de un proceso de feminización de la fuerza laboral y posteriormente feminización del propio trabajo. Las mujeres se incorporan ya al trabajo en condiciones de desigualdad, dado que su desvaloración social permite encontrar elementos para una mayor explotación de su fuerza laboral, precisamente por su condición de mujeres. Determinadas e incrustadas relaciones de género que dirigen los roles a desempeñar por las mujeres se adecuan al perfil de mano de obra requerido en este tipo de industrias.

El tipo de roles y comportamientos adscritos al género femenino: docilidad, habilidad para determinadas tareas..., han encajado de lleno con los elementos definitorios del tipo de mano de obra requerido en el sector textil. A esto hay que sumar, como expone la anterior autora, la existencia de abundantes mujeres desempleadas en situación de pobreza y sin mejores alternativas posibles para llevar ingresos a sus hogares (Paz Antolín y Pérez Orozco, 2004: 280).

La figura 1 muestra de manera gráfica un tipo de inserción laboral que liga con el alto índice de mujeres trabajadoras en el sector: pago de bajos salarios, que en muchos casos serán ingresos complementarios que aportarán a la unidad familiar, alta capacidad de adaptación a las condiciones de trabajo y baja

**Figura 1**

TIPO DE INSERCIÓN LABORAL DE LA ACTIVIDAD MAQUILADORA



Fuente: Elaboración propia a partir de Paz Antolín y Pérez Orozco (2004) y Carrera (2006).

cualificación exigida (son muchas las mujeres que carecen de preparación y, por lo tanto, tienen escasas posibilidades de promoción). Destaca también la baja afiliación de mujeres a sindicatos, como constata el estudio de caso para Guatemala de Paz Antolín y Pérez Orozco (2004); y, por último, uno de los principales fenómenos que se dan en la producción: la subcontratación, que está protagonizada por las mujeres con encargos a domicilio y una fuerte carga de trabajo y desprotección social.

Nina Ascoly, activista de Ropa Limpia, describe las condiciones de las mujeres trabajadoras informales de la industria de la confección. Destaca para ellas la baja protección social, la inexistencia de acuerdos salariales, la inexistencia de contrato de empleo, la informalidad de las políticas de subcon-

tratación en los trabajos a domicilio o la falta de horarios regulares, haciendo de este sector un campo de especial riesgo social para sus emplead@s (Ascoly, 2004: 6).

Sobre el trabajo en el domicilio señala su relación con la construcción cultural femenina. El salario de las mujeres se torna complementario a la vez que mantiene su tarea o rol dedicado al trabajo reproductivo, sacándolas del sector formal del empleo y trasladándolas al espacio doméstico. Aunque una de las principales razones por las que las mujeres han accedido al empleo en fábricas del sector textil es su capacidad de ser flexibles, por otro lado, y como comenta Ascoly, el argumento utilizado para relegarlas al empleo informal en el domicilio es su falta de flexibilidad por estar casadas, embarazadas o en edad fértil; razones por las que no se rinde al máximo en el empleo. Bien es verdad que muchas de ellas se obligan a dejar el empleo por motivos como el cuidado de hijos e hijas o el matrimonio (Ascoly, 2004: 7).

Lourdes Benería, hablando de la evolución de los estudios sobre el empleo femenino, escribe que hay una parte de ellos que se han centrado en la «producción de bajo coste para la exportación, donde tiende a concentrarse la mano de obra femenina». Y continúa: «Tal es el caso de las zonas francas industriales y del empleo informal en la manufactura de trabajo intensivo y salarios bajos; este último incluye, por ejemplo, los niveles inferiores de las cadenas de subcontratación, microempresas y trabajo autónomo. Ambos tipos se apoyan en sistemas de producción flexible que encuentran en la mano de obra femenina una oferta con la máxima flexibilidad, como en el caso del recurso a contratos temporales, trabajo a tiempo parcial y condiciones de trabajo inestables».<sup>40</sup>

---

40 Para Benería, aunque las primeras investigaciones sobre la explotación de las mujeres en zonas industriales para la exportación respondían a un «enfoque de las mujeres como víctimas» centrado en la explotación de los estereotipos femeninos por las multinacionales, posteriores estudios muestra-

González Marín (2004: 269) muestra la situación de las mujeres en las maquiladoras mexicanas. El caso puede ser aplicable a otros países o zonas, sobre todo en América Central y del Sur. Destacamos algunas de las características más significativas (perfil y condiciones de trabajo):

- Las trabajadoras de las maquiladoras suelen ser mujeres jóvenes. Las mujeres mayores quedan relegadas a talleres y al trabajo a domicilio. La razón de optar por mujeres de edades tempranas está en que les pagan salarios menores, no se contemplan prestaciones adicionales como maternidad, no tienen hijos/as...
- La mayoría son mujeres procedentes de zonas rurales o inmigrantes. Existe una diferencia salarial entre nativas y migrantes.
- Sus ingresos representan el 50% de los ingresos familiares.
- La permanencia media en la maquiladora no supera los diez años. Abandonan el empleo cuando se casan o tienen descendencia (aun con todo, el 25% de las mujeres trabajadoras están casadas, según la autora). Cuando dejan de trabajar fuera de casa, pasan a formar parte de la masa femenina que trabaja en la economía informal, cosiendo en el domicilio.
- Suelen ocupar puestos de menor rango que los hombres; sobre todo, acceden como obreras, recibiendo un salario menor que sus compañeros.
- La maquiladora representa su primer trabajo en el sector formal. Para ingresar en ella las mujeres son preguntadas sobre su vida sexual y deben hacerse una prueba de embarazo.

---

ron que el acceso al empleo había posibilitado para las mujeres una mejora de su vida (Lim, 1983), o constataban la participación activa de mujeres en la reivindicación por el cambio en las condiciones de trabajo (ONG, 1987). En Benería (2005: 88-89).

- Los salarios se pagan en función de una cuota de productividad, y, si se alcanza o rebasa, se dan gratificaciones. Las jornadas de trabajo son mayores que las establecidas por la ley. Varía según los pedidos y el tiempo de entrega.
- La tendencia observada es que cada vez hay más hombres en las fábricas que cuentan con mayor plantilla (a partir de 51 personas) y las mujeres se desplazan a pequeñas empresas. Las condiciones de estas últimas son peores y en muchos casos incumplen las obligaciones legales.
- Las mujeres suelen cambiar de empresa en busca de mejores condiciones de trabajo, pero las posibilidades de las mujeres son muy reducidas.
- Tanto trabajadores como trabajadoras están expuestos a elevados riesgos laborales (accidentes, enfermedades profesionales, exposición a tóxicos...). En el caso de las mujeres es común las malformaciones de niños/as nacidos de trabajadoras embarazadas.

Esta descripción plantea una cuestión: la necesidad de prestar especial atención a las necesidades específicas de las mujeres como parte de la descripción diferencial que hemos apuntado sobre las condiciones sociales y laborales que rodean a las trabajadoras del sector textil. Si existe una situación distinta para trabajadores que para trabajadoras en maquilas, fábricas y/o talleres, el tratamiento de las necesidades y prioridades debe ser diferenciado según el género.

Las conclusiones del encuentro del caucus de las ONG de la ETI (Initiative Trading Ethic) en mayo de 2003<sup>41</sup> reflejan, entre

---

41 Turner (2004). Escrito por Jane Turner para el caucus de las ONG de la ETI, mayo 2004. Traducido por Amparo Coscolla. Según este informe, ONG de distintas zonas del Sur (Asia, África, Europa del Este y Latinoamérica) y el resto de Europa y Canadá fueron convocadas en Londres en mayo de

otras ideas debatidas, que la cuestión del género está entre las prioridades para organizaciones, sindicatos y otros agentes sociales comprometidos con una producción más justa de ropa.

El género se identificó en esta jornada como tema transversal. Esto significa que en todas y cada una de las acciones que desarrollen los integrantes de la Iniciativa de Comercio Ético se deben contemplar el reconocimiento, situaciones y necesidades diferentes entre hombres y mujeres, y se necesita un planteamiento basado en la consecución de la igualdad para las relaciones de género.

Aun con el esfuerzo realizado por reconocer las preocupaciones específicas de las trabajadoras por parte de organizaciones, agentes y sindicatos implicados en los últimos años, se reconoció la «falta de conciencia sustancial en cuanto a las implicaciones que esto tiene en el ejercicio del monitoreo, el cumplimiento de los códigos y todo el resto de temas relacionados con el comportamiento ético de la empresa» (Turner, 2004: 5).

Ropa Limpia plantea la importancia de elevar las reivindicaciones de las mujeres hacia los espacios de toma de decisiones: «Todos los que apoyan de alguna forma los derechos de las trabajadoras tienen que conocer sus necesidades específicas, escucharlas y tenerlas en cuenta en las decisiones y los procesos organizativos establecidos para mejorar su situación» (Ascoly y Finney, 2005: 9).

Entre las consecuencias y necesidades específicas de las mujeres contempladas por las ONG del encuentro de la ETI figuran las siguientes:

- Políticas de compra: Los precios a la baja, y con ello el descenso de salarios, afectará en mayor proporción a

---

2003 para debatir sobre los códigos de conducta y la Iniciativa del Comercio Ético. Su experiencia resulta valiosa como agentes en contacto directo con hombres y mujeres que son beneficiarios de los códigos.

las mujeres que a los hombres. Estas gastan su salario en el mantenimiento de la unidad familiar (comida...), y la carga que soportarán ante el descenso de ingresos será mayor que para sus compañeros. En el tiempo de entrega, la obligación de realizar horas extras puede acarrear dificultades para las mujeres, como su ausencia en el cuidado de hijos/as o la falta de seguridad personal en la vuelta a casa de las trabajadoras, como en Ciudad Juárez.

- Violencia de género: Las mujeres son sometidas con frecuencia a violencia de tipo físico, sexual y/o psicológico. Esto tiene efectos sobre su capacidad de trabajo. Algunos sindicatos han puesto en marcha acciones de apoyo para acabar con la discriminación que sufren en el lugar de trabajo (negociación de bajas especiales, permisos para acudir a servicios de apoyo legal y/o psicológico...).
- Acoso sexual en el lugar de trabajo: Como en los anteriores casos, la situación es de indefensión para las mujeres que sufren este tipo de violencia. Suele darse por hombres con un rango superior en la empresa, por lo que las dificultades para denunciar se agravan. No existe prácticamente orientación sobre el tema en las empresas.
- En materia de capacitación de trabajadores, deben incluirse temas específicos que preocupan y afectan a las mujeres trabajadoras y que incluyen salud sexual y reproductiva, derechos laborales, derechos de la mujer, autoestima, violencia doméstica, etc.

También el informe del encuentro hace constar que los códigos de conducta no prestan atención a estas situaciones vividas exclusivamente por las mujeres y de particular preocupación para ellas. Esto conlleva para el género femenino altos niveles de vulnerabilidad laboral y social.

Algunas ideas y recomendaciones de futuro planteadas por las organizaciones están en la línea de desarrollar un análisis sobre el contenido de los códigos y el seguimiento de la conducta empresarial en materia de género así como los procedimientos para hacerles frente (cuadro 1). También se demanda un enfoque más amplio del tema de la responsabilidad social de las empresas con el fin de enfrentar algunas de las actitudes discriminatorias que tienen lugar en la sociedad en su conjunto y que se relacionan con determinados tipos de empleo (Turner, 2004: 6).

### Cuadro 1

#### Conclusiones relativas a género

- Existe una falta de conciencia sustancial en cuanto a las implicaciones que esto tiene en el ejercicio del monitoreo, el cumplimiento de los códigos y todo el resto de temas relacionados con el comportamiento ético de la empresa.
- Los códigos de conducta no cubren específicamente ninguno de los asuntos aquí señalados que son de particular preocupación para las mujeres. Existe la necesidad de un análisis más extenso sobre cómo se puede mejorar el contenido de los códigos y la práctica del monitoreo para identificar estos asuntos y cuál es el mejor procedimiento para hacerles frente.

#### Recomendaciones

##### *A todos los agentes implicados:*

Que su trabajo sobre códigos de conducta y responsabilidad social empresarial tenga en cuenta cómo pueden verse afectadas las trabajadoras en todos los aspectos del ámbito laboral.

##### *A las ONG y sindicatos:*

Que se desarrolle una investigación en torno a cómo los códigos pueden tratar con eficacia los asuntos que son de importancia para las mujeres trabajadoras, tales como el cuidado de los hijos, los derechos reproductivos, el acoso sexual, la violencia de género y la salud personal.

##### *A los sindicatos:*

Que tomen en cuenta las relaciones de género cuando traten con organizaciones de mujeres y con mujeres trabajadoras.

Fuente: Apuntes del encuentro «Voces del Sur y de Europa del Este»: Día de debate en la ETI con contrapartes del Sur sobre la ETI y códigos de conducta. 2003.

El significado y alcance de las relaciones desiguales de género nos lleva a reflexionar sobre cuál es el coste humano y, en concreto, el coste para miles de mujeres que, lejos de acceder a un empleo que contribuya para ellas a obtener una mayor calidad de vida y a generar una economía que fomente la igualdad de oportunidades en países en desarrollo, tiene el fundamento de sus bases en el beneficio a corto plazo, emplazamientos de la producción volátiles, condiciones sociales y laborales en constante cuestionamiento, prejuicios de género que ponen obstáculos en la senda de las mujeres trabajadoras y una fuerte discriminación y reproducción de los estereotipos sociales y culturales entre hombres y mujeres.







## 5. Sector no lucrativo versus sector lucrativo: De cómo las organizaciones sociales impulsan prácticas de Responsabilidad Social Corporativa. El caso de la Campaña Ropa Limpia

Este capítulo atiende al proceso de movilización y presión de distintas ONG (Bellostas Pérez-Grueso et ál., 2002), sindicatos y otros agentes sociales por mejorar las condiciones laborales del sector textil agrupadas en torno a la red Ropa Limpia.<sup>42</sup>

Ropa Limpia es una de las acciones más significativas de la relación cada día más necesaria y patente entre el sector lucrativo y no lucrativo. Las grandes compañías transnacionales han adoptado, llevadas algunas por grandes escándalos, políticas basadas en el «diálogo» continuado con los denominados «partícipes o *stakeholders*» (Marcuello, 2007).

---

42 Ropa Limpia es una red internacional de sindicatos y ONG cuyo objetivo es la mejora de las condiciones de trabajo y el empoderamiento de trabajadores de la industria textil globalizada. En Setem: *Campaña Ropa Limpia. Preguntas y respuestas*. Setem Hego Haizea, diciembre 2004.

Entre ellos están las organizaciones sociales. Estas participan activamente en el proceso de cambio del sector lucrativo hacia un modelo de empresas basado en el desarrollo sostenible y el compromiso social de las mismas con el entorno que les rodea.

Campaña Ropa Limpia o Clean Clothes Campaign tiene su origen en Holanda, en 1989. Al igual que otras iniciativas, sus comienzos están ligados a la denuncia de prácticas abusivas por parte de empresas, en este caso del sector textil. La Campaña se hizo extensiva a otros países europeos, hasta sumar 11 en la actualidad. A su vez, la red europea se engloba en una red mayor que funciona a nivel internacional y que «coopera» con grupos de trabajadores y trabajadoras de países donde se confeccionan las prendas (sindicatos, ONG...), extendidos por distintas zonas geográficas (Asia, África, Europa del Este, América Central...). Fuera de Europa, la Campaña Ropa Limpia opera como una red informal (no existe un sistema de socios o cuotas ni para las organizaciones ni para los particulares). Sin embargo, todos aquellos que forman parte de la red CRL trabajan activamente en colaboración con otros miembros de la coalición para mejorar las condiciones laborales en la industria textil y de material deportivo.<sup>43</sup>

La dinámica de trabajo en red de la Campaña tiene su principal elemento organizativo en una estructura descentralizada, reticular, con múltiples niveles (local, regional, nacional...) para el desarrollo de la acción colectiva. Es decir, cada grupo organizado establecerá las actuaciones a realizar en el momento de *llamada a la acción*, compartiendo premisas, propuestas y/o mensajes. Su significado es la complementariedad de una unidad temporal y física (Calle, 2005). Pero además, estas convocatorias no son una alocución desde las direcciones políticas, sino que los llamamientos pueden sur-

---

43 <[www.crl.es](http://www.crl.es)>.

gir desde lo local, desde la mínima organización... y elevarse hasta ser extensiva a toda la red mundial.

En España la entidad que coordina la Campaña desde 1997 es Setem. Desde esa fecha esta organización ha sido activa en el análisis, estudio y denuncia de las condiciones sociales y laborales del sector textil a nivel nacional e internacional. También forman parte de CRL los sindicatos mayoritarios Comisiones Obreras (CC.OO.), la Unión general de Trabajadores (UGT) y la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU). Además, la Campaña cuenta con el apoyo de sesenta organizaciones más. La estructura de organización de la Campaña tiene como criterio zonas territoriales, principalmente las comunidades autónomas, pero no en todos los casos es así.

Existen tanto distintos grados de adhesión y compromiso, como de ligazón a un territorio o a otro. En Aragón, Setem desarrolla activamente acciones de sensibilización y reivindicación de la CRL. También existe un embrión de la Plataforma Ropa Limpia, con la adhesión de organizaciones sociales, sindicales y de cooperación al desarrollo aragonesas.

La Campaña se presenta como «una coalición internacional de ONGD, organizaciones de personas consumidoras, sindicatos y otras organizaciones que trabajan en defensa de los derechos laborales en el sector textil mundial tanto en países consumidores como productores de ropa. [...] Trabaja para promover un consumo responsable entre los consumidores y consumidoras; impulsar políticas de responsabilidad social entre los fabricantes y los distribuidores de ropa; e impulsar iniciativas legales que velen por los derechos fundamentales de las personas que fabrican la ropa en todo el mundo» (Cantos et ál., coords., 2002).

Las líneas de actuación que constituyen los discursos principales de Ropa Limpia son:

- promover criterios y experiencias sobre consumo responsable;

- impulso y reivindicación de medidas de Responsabilidad Social Empresarial;
- impulso y defensa de iniciativas legales.

A partir de aquí podemos desglosar algunos de los temas recurrentes que se pueden extraer de la Campaña:

- industria textil y medio ambiente;
- industria textil y derechos humanos;
- industria textil y género;
- derechos como consumidores;
- información y difusión del consumo responsable;
- información sobre el uso, composición y condiciones de compra de ropa;
- códigos de conducta y códigos de certificación social;
- análisis/escrutinio a empresas textiles;
- otras actuaciones.

En cuanto a los ámbitos o agentes a los que se dirige, estos son:

- consumidores/as;
- Gobiernos;
- empresas;
- instituciones;
- sindicatos;
- organizaciones sociales.

Una de las líneas de trabajo más interesantes de Ropa Limpia en España es señalar la corresponsabilidad de las empresas textiles españolas, exigiendo más transparencia y resultados concretos sobre su gestión, no solo económica sino también socialmente responsable. Este movimiento de organizaciones ha irrumpido como grupo de influencia o interés para las empresas textiles españolas, teniendo que replantear muchas de ellas su política de gestión y gobierno, cumpliendo con las expectativas y/o peticiones de este grupo.

Sus acciones de fomento del diálogo y presión tienen como objetivo que las compañías actúen con responsabilidad a lo largo de su cadena completa de abastecimiento. La compra de acciones de la empresa Inditex por parte de Setem en 2001,<sup>44</sup> como primera ONG en España que realizó la compra de acciones para poder participar en la junta de accionistas, es una de las estrategias más creativas y rompedoras de organizaciones sociales por garantizar políticas de Responsabilidad Social Corporativa. Es *el mayor nivel de compromiso* de Ropa Limpia España a lo largo de su trayectoria (Marcuello, 2007). Con posterioridad, Setem también ha adquirido, con carácter simbólico, acciones de Adolfo Domínguez con el fin de participar en su junta de accionistas y realizar un seguimiento de su política de proveedores.

En un principio la compra de acciones realizada por Setem se pudo ver como una gran amenaza, pero con el paso del tiempo Inditex ha proyectado todo un desarrollo en materia de Responsabilidad Empresarial, conocido internacionalmente: están adscritos a distintos organismos de gestión y control de la RSC a nivel español y europeo, presentan memoria anual de sostenibilidad, están adscritos al Global Compact..., vías que coinciden con la corriente propuesta por la Comisión Europea para el fomento de un marco europeo de responsabilidad social de las empresas.

El hito marcado por esta organización ha servido para que muchas otras organizaciones puedan repensar nuevas estrategias de lucha contra la pobreza, abusos medioambientales y/o lucha contra la corrupción. Según Marcuello (2007): «Por fin alguien ha sabido utilizar la bolsa y las acciones —[...] templo de los males del sistema— para darle la vuelta».

Así, el ámbito del mercado se abre para las organizaciones no lucrativas como un espacio más en su lucha por reivindi-

---

44 Ver <<http://www.ropalimpia.org/empresas>>.

car otras formas más justas de producción y distribución, además de los que ya venían utilizando (presión a los Gobiernos o canalización a través de partidos políticos...).

Además de Inditex, las empresas que sigue más de cerca Campaña Ropa Limpia en España son Mango, Adolfo Domínguez, Cortefiel e Induyco (El Corte Inglés). También la confección de la ropa deportiva está en el punto de mira, sumándose a las acciones a nivel internacional. La más recientemente conocida es la campaña de denuncia de la ropa deportiva para los Juegos Olímpicos de Beijing 2008, organizada en España por Campaña Ropa Limpia, los sindicatos CC.OO. y UGT y la Confederación de Consumidores y Usuarios CECU.<sup>45</sup>

Algunas de las acciones más relevantes de Ropa Limpia en España han sido:<sup>46</sup>

1998: Campaña «Un Mundial en el que todo el mundo gane». Envío de 50 000 postales a jugadores de la selección española para que compartieran la preocupación por las condiciones en las que se elaboran las prendas que ellos utilizan al practicar deporte.

1999: Campaña «Nike y Adidas con defecto de fabricación social». Consumidores y consumidoras, a través del envío de 10 000 postales y devolviendo 600 pares de zapatillas usadas, pidieron a estas marcas más transparencia en toda su cadena productiva. Estas marcas respondían afirmando que ya poseen códigos de conducta internos.

2000 al 2002: «Campaña Made in DD.HH.». CRL remite un cuestionario de Compromiso Social Corporativo a once empresas de textil. Se envían a cinco de esas empresas

---

45 Ver <<http://www.juegalimpio2008.org>>. En esta acción se visibiliza al colectivo de trabajadoras y en concreto se hace mención a las trabajadoras chinas que confeccionan ropa deportiva por 84 euros al mes para las Olimpiadas.

46 Campañas extraídas de <<http://www.ropalimpia.org>>.

(Mango, Burberrys, Cortefiel, Inditex, Adolfo Domínguez)  
10 500 postales.

2003: Acción dirigida a Nike «Just Stop it». Acción dirigida a Nike por la falta de transparencia en el despido de 7000 trabajadores de una subcontrata en Indonesia (factoría Doson) por intentos de movilización sindical.

2004: Campaña «Juega Limpio en las Olimpiadas». Setem, junto con Intermón-Oxfam, CC.OO. y UGT, se dirige a las grandes marcas deportivas y al Comité Olímpico Internacional. La Campaña se presentó en 35 países, consiguiendo 550 000 firmas de apoyo. En España 50 000 personas apoyaron la campaña.

2006: Campaña «¿Qué hay detrás de la Ropa de Induyco?». Considerada por Ropa Limpia una de las empresas menos transparentes, los contactos realizados apenas han dado sus frutos. Por eso, se decidió dar a conocer la falta de información del origen o proceso de confección a los/as consumidores. También los sindicatos señalan la falta de transparencia de la misma.



Acción de calle de Setem Aragón con motivo de la campaña «Juega Limpio en las Olimpiadas». Foto: Alfonso Gallego (2008).

Una de las reclamaciones constantes de la Campaña como instrumento útil para el seguimiento y control del comportamiento responsable de las empresas textiles son los códigos de conducta: «Vemos nuestro código como una herramienta estratégica para que las empresas cumplan con los estándares laborales internacionales [...]. Como herramienta, el código es una forma clara de comunicar estos estándares que la campaña intenta que se cumplan. Utilizamos esta herramienta para concienciar a la gente, para presionar a las empresas y para proporcionar una dirección hacia unas leyes que pueden ser adoptadas a nivel nacional».<sup>47</sup>

Para Ropa Limpia, los códigos de conducta son listas de estándares de trabajo. La Campaña obliga a las empresas a que establezcan códigos basados en la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Muchas empresas en la actualidad tienen sus propios códigos. Esto tiene un doble significado para Ropa Limpia: por un lado, supone un avance en el compromiso de la empresa con los lugares en los que se fabrican sus prendas; por otro, es el elemento fundamental para dirigirse a las empresas y tomar como referencia el grado de cumplimiento de los códigos para que se mejoren las condiciones sociales y laborales de las empresas subcontratadas. El control y verificación del código de conducta debe efectuarse de forma independiente.

Los códigos de conducta tienen sentido en países donde la legislación laboral es «débil» o donde su cumplimiento es poco firme, pero nunca deben sustituir a la legislación nacional. A esta coyuntura hay que añadir una actividad sindical con dificultades en sus reivindicaciones y desarrollo, con persecución de sindicalistas en determinados países. CRL quiere blindar unas condiciones laborales dignas en las fábricas donde el sector textil de Occidente adquiere sus productos, incluyendo có-

---

47 Ver <<http://www.ropalimpia.org/presentacion>>.

digos de conducta en sus políticas de compras. Ropa Limpia exige que esta herramienta sea dada a conocer a trabajadores y trabajadoras de estas fábricas para que se exija su respeto.

La CRL ha desarrollado un código modelo. Está fundamentado en los estándares de la OIT. Su cumplimiento pretende extenderse a cualquier contrato o firma de compra, incluso las subcontratas. Debe incluir medidas de implantación del mismo y sistema de verificación con un organismo independiente.

Según la CRL, un buen código de conducta se basa en:<sup>48</sup>

- libertad de asociación;
- derecho a la negociación colectiva;
- prohibición de cualquier tipo de discriminación;
- prohibición del trabajo forzado o esclavo;
- edad mínima para el trabajo de 15 años;
- medidas sanitarias y de seguridad;
- prohibición de la semana laboral de más de 48 horas, y con más de 12 horas extraordinarias voluntarias;
- derecho al salario mínimo;
- obligación de establecer una relación laboral.

Werner y Weiss (2004: 212) en *El libro negro de las marcas* proponen la Carta Social para la industria textil en sintonía con el código de conducta elaborado por Ropa Limpia:

— *Libertad de organización*

Los trabajadores tienen derecho a organizarse libremente. Pueden afiliarse a sindicatos independientes y a otras entidades sectoriales de su preferencia sin tener que pedir autorización para hacerlo. También tienen derecho a ser representados en las negociaciones de convenios por las organizaciones que ellos elijan. Durante las negociaciones, los empleados no se verán sujetos a ninguna traba.

---

48 Ibídem.

– *Salarios adecuados*

El salario de los empleados debe cubrir al menos sus necesidades básicas (alimento, vestido, vivienda) y las de los familiares que tengan a su cargo. El salario equivaldrá al menos al salario mínimo fijado por la ley del país respectivo.

– *Jornada laboral*

La cantidad de horas trabajadas por semana y la reglamentación vigente en lo que respecta al pago de horas extras se corresponderán con las normas fijadas por la OIT: 8 horas por día, o bien 48 horas a la semana.

– *Seguridad*

Las condiciones laborales para las áreas de seguridad y salud responderán a las normas fijadas por la OIT.

– *Edad mínima*

Los empresarios deberán respetar la edad mínima de 15 años fijada por la OIT para la contratación de mano de obra.

– *Protección frente a la discriminación*

En lo que respecta a las condiciones laborales y a la retribución salarial de los trabajadores, los empresarios deberán fomentar la igualdad en el trato. Esto significa que no podrán consentir ninguna clase de discriminación motivada por la raza, el color de piel, el sexo, las convicciones políticas o religiosas, el origen social o el país de procedencia.

– *Eliminación de los trabajos forzados*

No se recurrirá a los trabajos forzados.

– *Relaciones laborales estables*

Las disposiciones de derecho social y laboral tendentes a lograr relaciones de ocupación estables no deberán eludirse por medio de contratos de trabajo u otros subterfugios.

A partir de la elaboración del código, su implementación requiere una serie de acciones integradas según la coalición:<sup>49</sup>

---

49 *Ibidem.*

- Las empresas deberían conocer a fondo sus cadenas de suministros, informar a la dirección sobre los proveedores y discutir con ellos acerca del ámbito de aplicación del código de conducta.
- Dentro de la organización deberían asignar clara y totalmente responsabilidades sobre temas contemplados en el código e informar a los socios y departamentos en los que recaiga dicha responsabilidad.
- Se debería informar de la puesta en práctica del código a la dirección, que deberá revisarlo regularmente.
- Todos los trabajadores deberán tener conocimiento del contenido completo del código, y también se les deberá informar sobre su ámbito de aplicación en un lenguaje que esté a su alcance.
- Los empleados que procuren información sobre el cumplimiento del código no deberán ser sancionados, despedidos o sufrir discriminación.
- Cualquier acuerdo con socios productores deberá prever la rescisión del contrato en caso de incumplimiento del código. El contrato también permitirá un periodo de enmienda en determinadas situaciones, por ejemplo, si se incumple el código sólo parcialmente y si se espera que la situación será corregida a su debido tiempo.
- Las empresas deberán adaptar sus prácticas comerciales (especialmente en cuanto a los márgenes de beneficios, la política de precios y las fechas de entrega) para que los proveedores puedan cumplir los estándares establecidos en el código. Por ejemplo, cuando se negocia un pedido, los compradores deberían evaluar si el proveedor puede cumplir el número máximo de horas establecido en el código, de acuerdo con el tamaño del pedido y la fecha de entrega establecida. También es importante que las empresas intenten establecer relaciones a largo plazo con los proveedores.

Los códigos de conducta son uno de los instrumentos que pueden favorecer la igualdad de género, pero, como hemos señalado en el anterior apartado, la presencia de la perspectiva de género en ellos es un aspecto a mejorar, incluso en el propuesto por Ropa Limpia.

La mayoría de los grandes grupos empresariales textiles españoles tienen su propio código de conducta. Manifiestan en ellos que su elaboración tiene como base los convenios de la OIT y otras normas o estándares de carácter internacional (Global Compact, Directrices OCDE, Declaración Derechos Humanos...). Algunos han sido elaborados con las aportaciones de Ropa Limpia (Adolfo Domínguez). Los códigos son de carácter interno, para regular las condiciones de su gobierno corporativo o política de recursos humanos y/o de carácter externo, para regular la política de fabricantes y talleres de producción. Son estos últimos los que han sido objeto de nuestro análisis.

En la tabla 2 hemos sistematizado las prácticas laborales para proveedores que consideramos comunes a los códigos de conducta de estas grandes firmas textiles y de la confección. Las empresas seleccionadas son las que publican su código a través de su memoria de sostenibilidad o a través de su página web. Además, hemos incorporado el criterio de género, escrutando si en las buenas prácticas a las que se refieren aparece alguna referencia a la igualdad de género, necesidades específicas para trabajadores y trabajadoras del sector, discriminación por género, etc.

Las tres primeras prácticas aluden a que los talleres o fabricantes no emplearán mano de obra infantil, no recurrirán a trabajos forzados o incurrirán en abusos (incluyendo o no los abusos sexuales) y practicarán la no discriminación por razones de raza, nacionalidad, religión, casta, discapacidad, edad, sexo, orientación sexual, asociación o afiliación política. En este último aspecto, el de la discriminación, no todas las corporaciones utilizan los mismos criterios.

La salud y seguridad en el trabajo se refiere a garantizar un «entorno laboral seguro y saludable» (Adolfo Domínguez, 2006: 7) en los talleres y fábricas: prevención accidentes, revisiones de salud, formación en seguridad e higiene, condi-

**Tabla 2**

## CÓDIGOS DE CONDUCTA DE LOS GRUPOS EMPRESARIALES ESPAÑOLES

<i>Prácticas laborales</i>	<i>Principales empresas textiles españolas</i>			
	<i>Adolfo Domínguez</i>	<i>Grupo Inditex</i>	<i>Grupo Cortefiel</i>	<i>Mango</i>
No empleo infantil	*	*	*	*
No trabajos forzados y abusos	*	*	*	*
No discriminación	*	*	*	*
Salud y seguridad en el trabajo	*	*	*	*
Libertad de asociación y derecho de negociación colectiva	*	*	*	*
Remuneración	*	*	*	*
Horario de trabajo	*	*	*	*
Medio ambiente	*	*	*	*
Cumplimiento de las leyes locales y/o nacionales	*	*	*	*
Política de subcontratación		*		

Fuente: Elaboración propia.

ciones higiénicas, seguridad laboral, prevención de incendios, ventilación, luz adecuada, primeros auxilios, baños higiénicos, acceso al agua potable, condiciones sanitarias para el almacén de alimentos o para alojamientos.

La siguiente práctica es el respeto a la libertad de asociación y derecho de negociación colectiva que deben garantizar los talleres y fábricas proveedoras. También a formar sindicatos o incluso a dotar de instrumentos para asociarse (Adolfo Domínguez, 2006: 7).

La remuneración y los horarios de trabajo tienen que ver con las condiciones de trabajo. Los códigos señalan que los salarios deben cumplir, al menos, la normativa legal o las reglas mínimas establecidas por la industria. Inditex y Adolfo Domínguez incluyen algunas cuestiones que no están refle-

jadas en los otros códigos: los salarios serán suficientes para cubrir las necesidades básicas del personal, no se permitirá que se realicen deducciones de los salarios por razones disciplinarias y se garantizará que todos los/as trabajadores/as reciban información escrita y comprensible sobre las condiciones de empleo con respecto a las remuneraciones antes de ser contratados. En cuanto a los horarios de trabajo, serán los regulados de conformidad con la legislación vigente en los países, las horas extras serán voluntarias y compensadas, habrá días libres por cada periodo trabajado... Al igual que en anteriores aspectos, no todas las empresas completan de igual forma la regulación de las condiciones de trabajo.

El requisito medioambiental está vinculado al cumplimiento de la legislación local en esta materia (impacto ecológico, riesgos ambientales, medidas correctoras y preventivas, implantación de sistemas de gestión ambiental...).

Los grupos empresariales priman el cumplimiento de las leyes locales y/o nacionales por encima de su código y este no podrá sustituir a dichas leyes. En cuanto a la política de subcontratación, las empresas exponen que, si los talleres proveedores subcontratan la producción a otros talleres, el código se aplicará también a estos últimos.

Como se puede comprobar, todos los grupos empresariales contienen similares prácticas. De forma excepcional Inditex explicita que el código se aplicará también para la subcontratación de segundos talleres y fábricas. También todas ellas indican que el código será verificado mediante procedimientos de auditoría y control para hacer un seguimiento de su cumplimiento y a la vez introducir los «mecanismos correctivos para los proveedores que lo requieran» (Inditex, 2007: 25).

En lo relativo al género, las empresas lo reflejan en dos aspectos: los abusos sexuales y la discriminación sexual o por

género. Los abusos sexuales son recogidos en los códigos del Grupo Cortefiel y de Adolfo Domínguez. La no discriminación por razón de sexo o género es recogido por todos los grupos corporativos.

No se recogen más cuestiones relativas a las necesidades específicas de hombres y mujeres o a políticas enfocadas exclusivamente a estas últimas, cuando en materia de salud o de negociación colectiva las reivindicaciones y necesidades son diferentes en cuanto al género. Ropa Limpia manifiesta en términos de estrategias de desarrollo para las demandas de trabajadores/as que el género es un aspecto relevante en el análisis del trabajo organizativo, que significará reconocer por qué las diferencias (y desigualdades) existen. También concluye que desarrollar estrategias para apoyar a las mujeres en su lucha por mejorar sus condiciones laborales únicamente puede hacerse cuando se toma en consideración los procesos atribuidos al género, que contribuyen a construir el marco general (legal, social, económico) en el cual ellas viven y trabajan (Ascoly, 2004).

El mayor esfuerzo de CRL ha sido la visibilización de las condiciones en las que trabajan las mujeres del sector textil. Se ha reconocido la cantidad de trabajadoras en este sector, se ha realizado un diagnóstico diferencial de sus condiciones y necesidades, se ha localizado el ámbito de la economía informal, de gran importancia para la industria textil de países en desarrollo, el gran volumen de mujeres cosiendo en el domicilio, se ha contado con organizaciones de mujeres de las zonas y países donde confeccionan la ropa, publicaciones en materia específica de trabajo, género y textil... y, en definitiva, se ha reivindicado un género, el femenino, que es la base obrera de este sector en los países en desarrollo:

The campaign and those involved in it should be considered in this context: one infused with frustration at women's invisibility as workers and agents of change but also inspired by fe-

minist critiques of the status quo—at home, in the workplace, and in the labour movement—and recognition that women are actually powerful.

[...]

For sure people were generally well aware that the majority of workers in the garment and sports shoe industries are women, but they did not always thoroughly understand the implications of such a fact.<sup>50</sup>

---

50 Ascoly y Finney (2005: 4-5).





## 6. Análisis de género de la RSC: Alcance de las herramientas para el sector textil

La Red Puentes en su «Acción ciudadana por la responsabilidad social de las empresas»<sup>51</sup> dice:

En el marco de construcción de una agenda ciudadana orientada a promover una cultura de Responsabilidad Social Empresarial —RSE—, se ha consignado como un eje transversal relevante la incorporación del enfoque de género, en tanto perspectiva de análisis que permite visualizar de manera más precisa la situación y condición de hombres y mujeres al interior de nuestra sociedad. A través del análisis comparativo —entre ambos sexos— es posible identificar brechas o problemáticas específicas, interesantes de consignar dentro de una agenda ciudadana que se sustenta en valores vinculados a la justicia social, el trato no discriminatorio y el acceso igualitario de hombres y mujeres en los procesos de desarrollo económico, social y cultural [...].

Con esto significamos el valor de la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y el género. La primera se apoya en valores que conectan de pleno con la perspectiva

---

51 Caro et ál. (2004).

y la igualdad de género (justicia social, diálogo, igualdad...). Su combinación puede llegar a tener en la práctica un sentido y proyección de gran calado para la transformación de las relaciones de género en el ámbito laboral. De las herramientas implantadas en materia de RSE, se pueden dilucidar mecanismos que generen una nueva construcción y cambios en las relaciones laborales entre hombres y mujeres.

En esta línea vamos a revisar las principales herramientas, mecanismos, documentos... que en materia de RSE y con carácter voluntario atienden a la perspectiva de género. Y más en concreto, el análisis trata de extraer los significados y sacar «rendimiento» a los contenidos de la RSE que intentan garantizar la equidad de género y la igualdad de oportunidades para la cadena de producción.

Para comenzar con la revisión nos remitimos a la pregunta que nos ha movido a realizar la investigación: ¿la aplicación y desarrollo de la RSE puede superar las desigualdades de género en el sector productivo textil de los países en desarrollo a partir de los mecanismos implementados por las empresas que tienen como proveedores a talleres y fábricas en estas zonas?

La primera cuestión es pensar si la perspectiva de género se incorpora a la construcción de la RSE y cuál es el nivel de compromiso de esta con la primera.

La RSE se define hoy por hoy como una opción voluntaria para las empresas. El nivel de compromiso y gestión de la responsabilidad social tiene, además, distintos niveles.

Esta situación hay que articularla, por un lado, con los criterios que desde las directrices y normativas españolas y europeas se establecen de forma obligatoria para la incorporación de la perspectiva de género en el ámbito social, laboral y económico; y, por otro, con las recomendaciones, declaraciones... que con carácter voluntario se han descrito en este territorio en cuanto a la igualdad de género.

Si el sector lucrativo en países desarrollados tiene la obligación de cumplir con una serie de criterios en materia de igualdad de género (no discriminación, igualdad de oportunidades...), sus extensiones de fabricación o producción, en consonancia con políticas que fomentan la igualdad, podrían incorporar a la gestión de los recursos humanos este tipo de criterios. Algunos textos, como la Plataforma de Acción de Beijing o la Convención sobre la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer... comprometen a los agentes sociales a ser un agente activo con prácticas no legítimas y que estén al margen de la legalidad en cuanto a la igualdad y la discriminación de género.

La primera referencia sobre la Responsabilidad Social Empresarial de carácter formal en la Unión Europea es el Libro Verde.<sup>52</sup> Este es el primer documento fruto del proceso de consulta y posterior consenso de la Comisión Europea para poner en común en Europa el concepto y alcance de la RSE.

Aunque no es fácil extraer los elementos significativos de este documento en cuanto a su potencialidad para fomentar la igualdad de género en sectores como el textil, sí que podemos aportar algunos argumentos que relacionan la RSE con el fomento de la igualdad de género, como la preocupación por las prácticas laborales de empresas multinacionales, discriminación por sexo, etc.

Destacan dos cuestiones: la dimensión interna que tiene la Responsabilidad Social, dando protagonismo a la gestión de los recursos humanos, y los códigos de conducta y sistemas de verificación reconocidos por la Comisión. A pesar de que aparece el concepto de igualdad de oportunidades, no se ha llegado a concretar e implementar prácticas ligadas a la RSE en materia de género a partir del documento.

Existen otros documentos, acuerdos e instrumentos de carácter internacional que son referencia en materia de RSE.

---

52 Comisión Europea (2001).

Son distintas metodologías y herramientas para aplicar a la empresa y mejorar su impacto social, económico y medioambiental.

La Coordinadora Española para el Lobby Europeo de Mujeres (CELEM), en el marco del Proyecto Equal Diversidad Activa,<sup>53</sup> destaca el tratamiento del género en los principales estándares internacionales que las empresas utilizan para implantar sistemas de responsabilidad e informes de sostenibilidad.

Para Elena Carantoña todavía es prematuro considerar un desarrollo en profundidad sobre la introducción de la perspectiva de género dentro del ámbito de la Responsabilidad Social.<sup>54</sup> Aun con esta premisa, existen una serie de elementos, significados y valores que la RSE puede aportar para mejorar en el avance de la igualdad de género en las empresas de países desarrollados, y, como resultado, en las empresas situadas en el Sur.

La autora señala que la RSE se apoya en valores asumidos de forma voluntaria por parte de las corporaciones. Al incorporar el valor de la igualdad de género, se genera en la empresa un compromiso hacia este:

Desde el punto de vista de género, la Responsabilidad Social tiene efectos sobre la igualdad [...]. Hace que la Responsabilidad Social sea un instrumento especialmente útil para avanzar hacia la igualdad real de oportunidades entre hombres y mujeres dentro de la empresa. Al hacerse públicos, los valo-

---

53 El Proyecto Equal «Por la Diversidad Activa» pretende impulsar medidas que tiendan a «reducir los desequilibrios entre hombres y mujeres y apoyar la eliminación de la segregación en el trabajo». Aunque el Proyecto se centra en cuestiones relacionadas con la diversidad de género vertical (presencia de las mujeres en las escalas de responsabilidad en las empresas), nos interesa la aproximación y tratamiento que hace de la relación entre RSE y género. Los Proyectos Equal han tenido desde su inicio (2002-2007) un contenido experimental y de generación de buenas prácticas en materia de empleo en Europa. Sus resultados podrían ser implementados en otros países para mejorar las políticas laborales. Más información en <<http://www.diversidadactiva.org>>.

54 Carantoña (2006).

res son el primer paso para crear una cultura corporativa basada en la igualdad. Además, los informes anuales ponen en evidencia la coherencia, o la falta de ella, entre los valores adoptados y los resultados conseguidos, en términos de igualdad (Carantoña, 2006: 11-12).

Si el valor de la igualdad se incorpora a la gestión de la RSE, esta debe «tocar» a toda la cadena empresarial. El criterio, tal y como cita Carantoña y que compartimos, es que la dimensión del género penetre en la RSE y, a su vez, esta corriente penetre en la empresa con una gestión responsable desde la perspectiva de género.

La conexión entre diversidad (de género) y Responsabilidad Social es fundamental porque:<sup>55</sup>

1. La Responsabilidad Social integra los valores en la vida operativa de la empresa y anula así el mayor riesgo para avanzar en la igualdad: que ésta se considere un fenómeno aislado [...].
2. Sitúa la igualdad, y el objetivo de avanzar para conseguirla, al más alto nivel en la jerarquía empresarial. Así se garantiza visibilidad y presencia en todos los procesos y prácticas de la empresa.
3. Al integrarla en el sistema de Responsabilidad Social, la igualdad aparece, en el mismo plano que los códigos éticos o la preocupación medioambiental. [...]
4. Le da solidez al compromiso empresarial. Uno de los aspectos más importantes de la Responsabilidad Social es su carácter voluntario y público.
5. Garantiza que se va a producir una mejora continua.

Con estas premisas y el estudio dirigido por CELEM en cuanto a la presencia del género en las iniciativas públicas y privadas de RSE,<sup>56</sup> hemos podido contrastar la significación que

---

55 Carantoña (2007).

56 Equal Diversidad Activa, a través de CELEM, pretendía con el estudio verificar si los indicadores utilizados en la Responsabilidad Social reflejan la realidad de género en la empresa (dimensión de la diversidad vertical), no

los estándares de Responsabilidad Social le dan a este concepto y el alcance que tiene para la cadena de producción.

Los elementos relevantes para analizar los estándares desde una perspectiva de género son para la autora los siguientes: objetivos que persiguen cada uno de ellos, proceso de definición de sus principios, directrices o indicadores y su revisión, áreas que cubre y en cuáles aparecen los elementos de género y la definición concreta de los principios, guías o indicadores que afectan al género (Carantoña, 2006: 27).

Las iniciativas públicas en RSE (Pacto Mundial, Directrices OCDE y Libro Verde de la Unión Europea) se caracterizan por enmarcarla genéricamente, pero con escasa concreción, sobre todo el Libro Verde, al que ya se ha hecho referencia anteriormente.

Las iniciativas privadas (Global Reporting Initiative, Dow Jones Sustainability Index y FTSE4Good) nacen con vocación operativa y eminentemente práctica. El GRI está centrado en la elaboración de memorias de sostenibilidad; el DJSI, en identificar empresas con buenas prácticas; y el FTSE4Good incorpora ambos enfoques. Su definición se apoya en una perspectiva técnica (comités, grupos de trabajo...).

Las áreas cubiertas por cada una de las iniciativas dependen del objetivo y definición de principios, pero, como cita Carantoña (2006: 30), «hay una cierta voluntad de consenso entre los promotores de estas iniciativas». En la tabla 3 se presentan cada uno de los instrumentos de RSE con las áreas más significativas para la investigación (derechos humanos, trabajo...). Esta tabla no reproduce por completo la que aparece en la versión original de la autora.

---

averiguar si la Responsabilidad Social afecta al género. Tampoco eran objeto de estudio las relaciones con proveedores, subcontratistas y socios de terceros países, que sí nos interesan en nuestra investigación. Las iniciativas públicas analizadas fueron el Pacto Mundial Naciones Unidas, Directrices de la OCDE y el Libro Verde de la UE; y las privadas, la Global Reporting Initiative (GRI), Dow Jones Sustainability Index y FTSE4Good. Carantoña (2006).

**Tabla 3**

Áreas	Instrumento					
	NU	OCDE	UE	GRI	DJSI	FTSE4
Derechos humanos	#		#	+		#
Trabajo	#	#	#	+	+	+
Consumidores		#		+	+	
Comunidades locales				+	+	+
Socios, proveedores y consumidores				+	+	
Economía				#	#	
Cadena de trabajo						#

UN: Pacto Mundial Naciones Unidas, OCDE: Directrices de la OCDE, UE: Libro Verde de la Unión Europea, GRI: Global Reporting Initiative, DJSI: Dow Jones Sustainability Index, FTSE4: FTSE4Good.

Fuente: Adaptación de Carantoña (2007: 31).

El símbolo # se refiere a grandes epígrafes de cada uno de los estándares, algunos agrupados en grandes temas, como el epígrafe «Trabajo». El símbolo + atiende a aquellos apartados que, en sus definiciones, están integrados en un epígrafe global, pero que tienen un contenido similar al de quienes los tratan como un epígrafe. Las casillas con trama gris hacen alusión explícita al género, a la igualdad o a la diversidad. En el caso de los «Derechos Humanos», las casillas no se traman en gris si no se hace referencia explícita al género, aunque se incluya en los principios generales de los derechos humanos.

En el tema que nos ocupa, del cuadro podemos inferir que ninguna iniciativa pública ni privada hace referencia a género y proveedores (fila quinta del cuadro). Sólo la iniciativa FTSE4 hace mención al género en la cadena de trabajo, lo que no quiere decir que se trate el género en la cadena de proveedores. La radicalidad de la RSE se completaría, más allá de abordar la diversidad vertical en las empresas localizadas en el Norte, trasladando compromisos con la igualdad de género hacia el Sur.

A continuación pasamos a realizar un análisis concreto de cada una de las herramientas de la RSE. Tomamos como referencia la clasificación propuesta por Casado Cañeque (2006), que las agrupa en cuatro categorías: «Guías de estándares y sistemas de certificación social, guías de códigos de conducta y principios éticos, guías de informes sociales o sistemas de información y ratios e índices utilizados a través de agencias de fondos de inversión de responsabilidad social». De cada una de ellas hemos procedido a estudiar el instrumento o instrumentos, dentro de su categoría, que se aplican con más frecuencia al sector textil, valorando el tratamiento que del género se hace en cada caso.

### **Guías de estándares y sistemas de certificación social**

El objetivo de estas guías es sistematizar, «internalizar actividades relacionadas con la RSE y fomentar la credibilidad ante los consumidores a través de procesos de certificación y verificación» (Casado Cañeque, 2006: 64).

Para el sector textil destaca el modelo o norma SA8000.<sup>57</sup> El modelo se crea a partir de una organización de derechos humanos, el Social Accountability International (SAI), que lucha por mejorar las condiciones de los puestos de trabajo en centros de producción. La norma se dirige fundamentalmente a fabricantes y proveedores. Los miembros de SAI son organizaciones de derechos humanos, sindicatos, compañías, fabricantes...: «SAI partners with trade unions, local NGOs, multi-stakeholder initiatives, organic, fair trade, and environmental organizations, development charities, and anti-corruption groups to carry out research, training and capacity-building programs».<sup>58</sup>

Los requerimientos de responsabilidad social que atiende la norma son: trabajo infantil y forzoso, salud y seguridad en

---

57 <<http://www.sa-intl.org/>>.

58 <<http://www.sa-intl.org/index>>.

el trabajo, libertad de asociación y derecho de negociación colectiva, discriminación, medidas disciplinarias, horario de trabajo, remuneración y sistemas de gestión para el cumplimiento de la norma (SAI, 2001).

Son empresas auditoras quienes corren con el trabajo de certificación. Pueden abarcar todos los proveedores de la empresa o solo los que esta determine. Existe un mecanismo de apelación si algunas partes no están de acuerdo con la auditoría.

Aunque sus principios están inspirados en la Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de toda Forma de Discriminación contra la Mujer y en las convenciones de la OIT n.º 100 (igual remuneración para trabajadores y trabajadoras) y n.º 111 (relativa a la discriminación en materia de empleo y ocupación), este estándar no hace un tratamiento específico relativo a proveedores y género. Se alude al colectivo *trabajadores/empleados* en referencia a trabajadores y trabajadoras, y solo existe un criterio en el que se nombra el género: el punto cinco relativo a la discriminación.

De los grupos textiles españoles, Adolfo Domínguez inspira su código de conducta en esta norma, y el Grupo Cortefiel realiza los procesos de verificación de su código «en consonancia con la norma internacional» (Grupo Cortefiel, 2006).

Ropa Limpia (Campaña Ropa Limpia, 2001: 15) valora que, aunque su contenido es más completo que otras herramientas, existen deficiencias en su funcionamiento con efecto directo sobre el colectivo de trabajador@s: falta de transparencia de las empresas, formación insuficiente de auditores, no tiene en cuenta el trabajo a domicilio ni toda la cadena de subcontratación, privatización de los derechos laborales como consecuencia de la norma, mayor poder para las empresas y omisión de actores locales.

Si los sistemas de certificación social pretenden introducir criterios sociales, dando un enfoque más completo a la RSE, Campaña Ropa Limpia propuso para el sector textil una serie

de consideraciones en el desarrollo de estos sistemas de certificación. Las aportaciones del movimiento son genéricas y no se hace referencia explícita a cuestiones de género:

## Cuadro 2

### APORTACIONES DE CAMPAÑA ROPA LIMPIA A LA CERTIFICACIÓN SOCIAL EN EL SECTOR TEXTIL

Objetivos del sistema certificación	Mejorar las condiciones laborales en el sector, ofrecer información al consumidor, complementa la legislación nacional e internacional, no sustituye el papel de los sindicatos, crea un espacio para la participación local, y el sistema de certificación debe ser transparente, con credibilidad y legitimidad social.
Definición de los criterios	Estándares mínimos, asegurar la participación equilibrada de todos los sectores implicados, además de elaborar principios generales; conviene desarrollar unas directrices para adaptarlas a las condiciones regionales o locales, conveniencia de tener en cuenta la dimensión ambiental.
Mecanismo de certificación	Crear organismo independiente que supervise el funcionamiento y acredite a las entidades certificadoras, definir qué se certifica, diseñar la etiqueta, detallar el procedimiento a seguir para otorgar la certificación, establecer el mecanismo para efectuar el seguimiento del producto durante la cadena de elaboración, 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, definir el pago de los costes que se derivan de la obtención de la certificación.
Sistema de verificación	Establecer el mecanismo para verificar el cumplimiento de los criterios, el sistema de inspección debe ser claro, lo más sencillo posible e incluir visitas sin previo aviso, 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 trabajadores y trabajadoras, el funcionamiento debe ser transparente, incluir mecanismos de asesoramiento a los productores, el sistema de verificación debe seguir toda la cadena de producción y venta del producto, definir el pago de los costes de las inspecciones y la frecuencia de estas.
Difusión	La etiqueta debe ser conocida, se debe contar con la participación de un amplio abanico de organizaciones sociales en la difusión; una amplia participación le otorga legitimidad social. 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 y promover la etiqueta entre los productores, las tiendas y las marcas de ropa.

Fuente: Elaboración propia a partir de Campaña Ropa Limpia (2001).

## Guías de códigos de conducta o principios éticos

Ya hemos mencionado la adscripción de las empresas a este tipo de instrumento. Los códigos pueden ser elaborados por la propia corporación y/u organización o pueden sumarse a los elaborados por distintas instituciones, asociaciones u organismos de carácter internacional. Destacamos varios códigos o conjunto de principios éticos que, aun no siendo particulares para el sector textil, son una referencia como herramientas de RSE: Global Compact o Pacto Mundial, Guías OCDE para Multinacionales y el Código de Conducta de la ETI (Ethical Trade Initiative).

### Global Compact o Pacto Mundial<sup>59</sup>

Su origen está en el Foro Económico de Davos (1999). El secretario general de las Naciones Unidas, Kofi Annan, manifestó en este encuentro la idea de crear un Pacto Mundial (Global Compact, GC) con el objetivo de impulsar la «adopción de principios y valores compartidos que den rostro humano al mercado mundial».<sup>60</sup>

El Global Compact se presenta en el año 2000. El secretario general de las Naciones Unidas manifiesta que debían compensarse los desequilibrios creados entre los mercados globales que evolucionaban con gran rapidez y las preocupaciones de tipo social. Georg Kell comenta sobre el pacto que supone «llenar el vacío existente y volver a poner en consonancia los mercados con la sociedad. Una forma de hacerlo era promover un sentido cívico global en el que los derechos marcharan de la mano de la responsabilidad. Se hizo un llamamiento a la comunidad empresarial internacional, principal motor y beneficiario de la globalización, para que

---

59 <<http://www.unglobalcompact.org>>.

60 <<http://www.unglobalcompact.org/un/gc/unweb.nsf/content/brochures.htm>>.

colaborara con la iniciativa aplicando nueve principios universales dentro de su ámbito de influencia».<sup>61</sup>

Para Sandra Benbeniste (2002), aunque el GC no menciona ni define expresamente el concepto de Responsabilidad Social en su texto, de los documentos de presentación elaborados por Naciones Unidas se deduce que esos principios integran la responsabilidad de la empresa o ciudadanía corporativa responsable.<sup>62</sup>

El Global Compact (GC) está integrado por nueve principios, agrupados en torno a tres ámbitos: Derechos Humanos, Normas Laborales y Medio Ambiente. En 2004 se añadió un décimo principio contra la corrupción. Los principios del GC no tienen carácter normativo. Están inspirados en la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Declaración de la OIT sobre Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo y los Principios de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

De las entidades que se adhieren al Pacto Mundial muchas de ellas no cumplen a priori los principios del mismo, sino que se comprometen a irlos implantando exponencialmente. Los avances se hacen públicos a través de los informes de progreso.

No hay un reconocimiento explícito del género en los principios del Global Compact. En los principios número 1 y 2, relacionados con el respeto y apoyo a los derechos humanos y al aseguramiento de que las empresas no se hacen cómplices de su vulneración, podemos sobrentender que también están recogidos los derechos de las mujeres. Carantoña (2006) plantea que recoger los derechos humanos no significa hacer alusión al género si no se explicita en estas herramientas.

---

61 Comentarios de G. Kell, de las Naciones Unidas, en la página web del Pacto Mundial en España: <<http://www.pactomundial.org>>.

62 La autora expone que este último concepto es utilizado también en las Naciones Unidas con la expresión *responsible citizenship*, traducida en los textos españoles como 'responsabilidad cívica'. Benbeniste (2002: 4).

El principio 3, apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, hace alusión directa a las mujeres: «La garantía de disponer de un representante o “voz en el trabajo” facilita respuestas de carácter local dirigidas a una economía globalizada y sirve de base para lograr un crecimiento sostenible y garantizar beneficios sobre las inversiones realizadas. Los resultados ayudan a tender puentes para salvar las lagunas de representación sindical existentes en las negociaciones laborales a nivel internacional y facilitan que se tenga en cuenta la información facilitada por pueblos, regiones y sectores económicos —especialmente mujeres y sectores de trabajadores sin representación formal— que de otra forma quedarían excluidos de participar en procesos de creación de ambientes de “trabajo ético”». <sup>63</sup> La controversia de la afirmación es si las organizaciones sindicales contemplan en sus acciones las necesidades de las trabajadoras. Una mejora que Ropa Limpia, junto con otras organizaciones, como la ETI, ya ha demandado en varias ocasiones.

Por último, en el principio 6: «Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación», también podemos encontrar explícito el tratamiento de género. Se abordan las circunstancias en las que puede incurrirse en situaciones de discriminación: sexo, desigual retribución entre hombres y mujeres o baja por maternidad. Se incluye el apoyo de las empresas al fomento de la igualdad de oportunidades en el acceso al empleo para las mujeres en países con otras tradiciones culturales.

Las empresas textiles españolas firmantes del Pacto Mundial son, entre otras: <sup>64</sup> Inditex, Adolfo Domínguez, Grupo Cortefiel, Mango y El Corte Inglés. Este último grupo aparece en

---

63 <<http://www.pactomundial.org/index.asp>>.

64 Ver <<http://www.pactomundial.org/miembros>>.

el sector de grandes almacenes y no como Induyco, empresa de confección que suministra a El Corte Inglés. Este es el único código de conducta que hemos encontrado y que podemos relacionar con la actividad textil del gigante de los almacenes.

### Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales<sup>65</sup>

La guía se diseña en 1976, aunque es su última actualización en el año 2000 la vigente en la actualidad. Las líneas promueven la responsabilidad y transparencia corporativas a través de «principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable compatible con las legislaciones aplicables».<sup>66</sup>

A diferencia de los principios del Global Compact, las líneas directrices no son directamente firmadas por las corporaciones, sino que constituyen una serie de recomendaciones que los países miembros de la OCDE y otros firmantes dirigen a las empresas multinacionales para promover un comportamiento responsable de las mismas. Las empresas que adopten las «buenas conductas» difundidas por las líneas se comprometen a aplicarlas en todos los países en los que operen.

Constan de un preámbulo y diez capítulos: conceptos y principios, principios generales, publicación de informaciones, empleo y relaciones laborales, medio ambiente, lucha contra la corrupción, protección de los consumidores, ciencia y tecnología, competencia y fiscalidad. La puesta en práctica y su seguimiento se realiza a través del Punto Nacional de Contacto (PNC) de cada país.

En el capítulo IV, empleo y relaciones laborales, es el único en el que se nombra el género, al señalar que las empresas no incurrirán en discriminación de sus trabajadores por razón

---

65 OCDE (2000): *Líneas OCDE para Empresas Multinacionales*.

66 OCDE (2000: 1).

de sexo, fundamentándose en el Convenio 111 de la OIT. Se apunta además que se respetarán «las prácticas selectivas respecto a las características del trabajador que favorezcan políticas públicas [...] que promuevan, de forma expresa, una mayor igualdad de oportunidades laborales» (OCDE, 2000: 6). Entre estas prácticas podrían estar las que favorecen la igualdad de oportunidades entre hombre y mujeres.

Las Líneas Directrices han servido para elaborar distintos estándares o códigos de conducta de empresas textiles. Entre ellos, los indicadores de desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo del Global Reporting Initiative y el Código de Conducta del Grupo Inditex (Inditex, 2008: 24).

### Ethical Trade Initiative<sup>67</sup>

El Ethical Trade Initiative (ETI) es una alianza de compañías, organizaciones no gubernamentales y sindicatos, surgida a finales de los noventa, cuyo objetivo es promover y mejorar la aplicación de códigos de conducta en las cadenas de suministro. La Iniciativa se asegura de que trabajadores/as de las cadenas de producción estén protegidos por normas y estándares internacionales del trabajo:

The Ethical Trading Initiative is a ground-breaking initiative which brings together a wide range of organisations from all parts of society. Together, we aim to improve the lives of poor working people around the world. Specifically, we are an alliance of companies, NGOs and trade union organisations working to promote and improve the implementation of corporate codes of practice which cover supply chain working conditions.<sup>68</sup>

La ETI tiene varias líneas de trabajo. Empresas, organizaciones no gubernamentales y sindicatos llevan a cabo conjuntamente proyectos experimentales e investigaciones para identificar e incorporar «buenas prácticas» y elementos útiles en los

---

67 <<http://www.ethicaltrade.org/>>.

68 <<http://www.ethicaltrade.org/Z/abteti/index.shtml>>.

códigos de conducta, analizando el impacto que tienen para trabajadores/as. Cuenta para ello con distintas colaboraciones de los propios trabajadores/as de las cadenas u otros socios locales. También asesora a organizaciones para la puesta en marcha y seguimiento de códigos de conducta: es lo que la alianza llama construcción de capacidades para las corporaciones (*Building Capacity*). Por último, la iniciativa cuenta con su propio código de conducta (ETI Base Code). ETI vela por su implantación, cumplimiento, impacto y constantes procesos de verificación y revisión de su principal herramienta.

La dinámica de trabajo se conforma alrededor de los *caucus groups*. Son cuatro grupos de trabajo clasificados por intereses comunes (Trade union caucus, NGO caucus, Food Group y General Merchandise Group) que desarrollan la política y prioridades de la ETI, comparten informaciones y eligen los representantes para llevar a cabo proyectos. Asambleas, conferencias y seminarios completan el trabajo de intercambio y análisis de ETI.

Entre sus adhesiones más significativas están Adolfo Domínguez y el Grupo Inditex. Este último forma parte desde 2005 de su Consejo y ha incorporado a su Código de Conducta de Fabricantes y Talleres Externos el Base Code de ETI. Como organizaciones sociales están Oxfam GB, the Fairtrade Foundation o Women Working Worldwide y destaca entre los sindicatos adheridos la International Trade Union Confederation. Estas organizaciones y sindicatos cuentan con una dilatada experiencia en la defensa de trabajadores/as en las cadenas de suministro desde diferentes enfoques.

El Código Básico de ETI se basa en las normas internacionales del trabajo. Incluye principios de implementación, acuerdos con los objetivos de la iniciativa y contenidos fundamentales:<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Los contenidos de cada apartado son más amplios; aquí solo hemos trasladado el epígrafe general. Para ver el código completo ETI: <[http://www.ethicaltrade.org/Z/lib/base/code\\_es.shtml](http://www.ethicaltrade.org/Z/lib/base/code_es.shtml)>.

### Cuadro 3

#### CÓDIGO BÁSICO DE ETI

<i>Principios de implementación</i>	<i>Contenidos</i>
a) Compromiso.	1. El empleo se elegirá libremente.
b) Monitorización, verificación independiente y elaboración de informes.	2. Se respetará la libertad de asociación y el derecho a las negociaciones colectivas.
c) Fomento de la concienciación y formación.	3. Las condiciones de trabajo serán seguras e higiénicas.
d) Acciones correctivas.	4. No se empleará mano de obra infantil.
e) Procedimientos de gestión, fijación de precios e incentivos.	5. Se pagará un salario digno.
	6. Las horas de trabajo no serán excesivas.
	7. No habrá discriminación.
	8. Se proporcionará un trabajo regular.
	9. No se permitirá un trato inhumano o severo.

Fuente: <<http://www.ethicaltrade.org/>>.

En este código de conducta, al igual que en los anteriores, la única mención directa al género para trabajadores/as de las cadenas de suministro está en el Código de Conducta, concretamente en el punto 7: «No habrá discriminación por razón de sexo». Nos consta, como mencionamos en el apartado 3 de este estudio, que el Caucus de las ONG de la ETI concluyó en mayo de 2004 la necesidad de transversalizar el género en todas sus actuaciones, además de tener en cuenta las necesidades de hombres y mujeres en los códigos de conducta (Turner, 2004).

### **Guías de informes sociales o sistemas de información**

Una de las guías más utilizadas para realizar informes corporativos es la promovida por la Global Reporting Initiative (GRI).

Fue promovida por la Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) y por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Actualmente es una organización independiente dotada de estructura de gobierno de la que forman parte organizaciones empresariales, instituciones internacionales, organizaciones de la sociedad civil, etc.

Con carácter voluntario, cualquier organización mundial puede utilizar las Directrices de la GRI para «informar sobre los aspectos económicos, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios». <sup>70</sup> El objetivo de las Directrices es «ayudar a las empresas y a sus *stakeholders* a describir y articular mejor su contribución global al desarrollo sostenible». <sup>71</sup> La memoria debe incluir visión y estrategia, perfil de la organización, describiendo principales grupos de interés, estructura de gobierno y sistemas de gestión. Al elaborar la memoria, una organización no estará obligada por la GRI a un máximo de contenido (sobre todo teniendo en cuenta su tamaño y posibilidades), pero sí que debe informar sobre los indicadores centrales de acuerdo con los principios de consistencia, precisión, transparencia y neutralidad.

La GRI ha elaborado con detalle indicadores de actuación económica, ambiental y social, distinguiendo los indicadores considerados «centrales», relevantes para la mayoría de las organizaciones informantes y de interés para la mayoría de las partes interesadas, de los indicadores «adicionales», sobre los cuales las empresas pueden optar por informar o no.

La versión más actualizada para elaborar memorias es la denominada G3 Guidelines (GRI, 2006). Se divide en dos partes: una que define los principios sobre los que debe fundamen-

---

<sup>70</sup> *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad sobre el desempeño económico, medioambiental y social de la empresa*. Global Reporting Initiative (Versión en español realizada por la Fundación Entorno). Octubre de 2002, p. 5.

<sup>71</sup> *Ibídem*.

tarse la información de sostenibilidad de la organización, y otra que establece la información que se recogerá en el informe. Su aplicación se orienta a todo tipo de organizaciones, independientemente de su tamaño, forma jurídica, sector, lugar...

Los principios de la guía son para definir los contenidos sobre los que informará en la memoria (materialidad, participación de grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad) y para garantizar la calidad de esta información (equilibrio, comparabilidad, precisión, periodicidad, claridad y fiabilidad).<sup>72</sup>

Los principios más interesantes en el análisis de las herramientas de la RSE para su aplicación como instrumentos que pueden favorecer la igualdad de género en el caso de los proveedores del sector textil creemos que son los siguientes:

- *Materialidad*: La información de la memoria deberá contemplar los aspectos e impactos sociales, económicos y ambientales que influyen sobre los grupos de interés y sus decisiones. Destacan los indicadores planteados por las partes interesadas, incluir retos del sector, políticas de la organización, expectativas de los grupos de interés que han contribuido al éxito de la organización...
- *Participación de grupos de interés*: Identificación de los mismos y atención a sus peticiones y expectativas. Pueden ser presentadas directamente por el grupo interesado o por terceros. Según la G3, las organizaciones ponen en marcha programas que facilitan la recogida de información sobre las demandas de las partes interesadas que serán reflejadas posteriormente en la memoria porque la organización se considera ante ellas responsable.<sup>73</sup>

---

72 Más información sobre los principios de la G3 en: <<http://www.globalreporting.org/ReportingFramework/G3Guidelines/>>.

73 GRI (2006: 13).

- *Exhaustividad*: La cobertura de los indicadores y aspectos materiales de la memoria deben reflejar la totalidad de los impactos sociales, económicos y ambientales de la organización para que los grupos de interés puedan evaluar su desempeño. La exhaustividad se refiere al proceso de recopilación de información, indicadores y aspectos que reflejen la realidad de la organización...
- *Fiabilidad*: La información suscrita en la memoria deberá ser de calidad y verificable; es decir, los contenidos de la memoria serán garantía de la realidad de la organización y comprobables por todos sus grupos de interés.

Los contenidos de la Guía actual son los siguientes: Estrategia y análisis, Perfil de la organización, Parámetros de la memoria, Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés y Enfoque de gestión e Indicadores de desempeño.

#### Cuadro 4

##### CONTENIDOS BÁSICOS DE LA GRI

<i>Contexto</i>	<i>Desempeño</i>
Estrategia y análisis	Económico
Parámetros de la memoria	Ambiental
Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés	Prácticas laborales y ética del trabajo
Enfoque de gestión	Derechos humanos
	Sociedad
	Responsabilidad sobre los productos

Fuente: Elaboración propia a partir de GRI (2006).

El tratamiento del género para estos contenidos no queda prácticamente explicitado, y la tarea resulta más compleja si la combinamos con la variable proveedores. No se menciona que

en el proceso de selección de información para elaborar la memoria se tenga en cuenta la relación proveedores/género.

Del conjunto de aspectos recogidos en *Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés* podemos extraer algunos elementos que relacionan la política de la organización con iniciativas externas, entre las que podrían encontrarse las que fomenten la toma de conciencia del género (igualdad de oportunidades, equidad de género...), aunque no se nombre como tal. Esta afirmación se fundamenta, como ya hemos podido comprobar, en que existen empresas del textil español que son firmantes de determinados códigos de conducta o iniciativas *multistakeholders* que tratan de garantizar la perspectiva de género en sus contenidos (Global Compact, ETI...).

En la participación de los grupos de interés que debe contemplar la organización para elaborar la memoria, resaltamos «los enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés y principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación [...] y la forma en la que ha respondido la organización». Si Ropa Limpia tiene entre sus objetivos reivindicar que la mayoría de las personas que trabajan en la producción textil son mujeres y que deben ser contempladas sus necesidades, esta preocupación deberá ser elevada como representantes del grupo de interés de los proveedores para elaborar memorias de sostenibilidad para el sector textil.

Por otro lado, la G3 presenta una extensa relación de indicadores para reflejar el impacto social, económico y medioambiental del desempeño de las organizaciones. Centramos nuestro interés en el contenido social para analizar el alcance de estos indicadores en la relación género-proveedores. Son los indicadores de prácticas laborales y ética del trabajo y los de derechos humanos los que nos dan mayor

información. También aportaremos algunos relacionados con los indicadores de Sociedad.

Tanto la categoría de Prácticas Laborales (LA) como la de Derechos Humanos (HR) se fundamenta en la Declaración Universal sobre los Derechos Humanos; la Convención de las Naciones Unidas: Convenio Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos y Convenio Internacional sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales; Declaración de la OIT sobre Principios y Derechos Fundamentales del Trabajo (las ocho convenciones principales de la OIT); y la Declaración de Viena (GRI, 2006: 32). De forma concreta, las prácticas laborales también se fundamentan en la Declaración Tripartita de la OIT sobre Empresas Multinacionales y Política Social y los Principios para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). En todas ellas se incluye el género de forma global.

Los indicadores de Prácticas Laborales (Labor) más significativos de la G3 para el análisis que nos ocupa son los siguientes:

- LA1: Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.
- LA2: Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.
- LA4: Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.
- LA5: Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.
- LA6: Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.
- LA7: Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.
- LA8: Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los tra-

- bajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.
- LA9: Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.
  - LA10: Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.
  - LA12: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.
  - LA13: Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.
  - LA14: Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.

Solo los indicadores LA2, LA13 y LA14 mencionan un desglose de sus datos por sexo y tratan la diversidad y la igualdad de oportunidades. Los demás indicadores no realizan un tratamiento específico para el género en las políticas de seguridad y salud, formación o contenidos de los convenios colectivos. El colectivo de trabajadores es nombrado en masculino genérico.

En cuanto a los indicadores de Derechos Humanos (Human Rights-HR) destacamos los siguientes:

- HR1: Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.
- HR2: Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.
- HR3: Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.
- HR4: Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.

- HR5: Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.
- HR7: Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.
- HR8: Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.

Todo el conjunto de indicadores anterior habla de los derechos humanos en general, sin mencionar los derechos de hombres y mujeres o de mujeres en particular.

Para la categoría Sociedad (Society) seleccionamos dos indicadores. Expresan la relación que la organización tiene con su entorno inmediato:

- SO1: Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.
- SO5: Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de «lobbying».

Tampoco estos indicadores realizan un tratamiento específico del género, pero lo que sí reflejan es el impacto de las operaciones de la empresa. Una nueva dimensión para incluir en la valoración del impacto de la empresa en su entorno inmediato podría ser el impacto de género.<sup>74</sup> Incluir indicadores de este tipo podría contribuir a detectar con más

---

<sup>74</sup> El impacto de género se define como el análisis para comprobar si hombres y mujeres obtienen de políticas, normas o acciones los mismos beneficios o se producen situaciones de desigualdad o discriminación. En España el impacto de género se regula por la Ley 30/2003 sobre medidas para incorporar la valoración del impacto de género.

facilidad las desigualdades de género que la empresa, con su implantación, está generando y/o reproduciendo en países empobrecidos.

Aun con estas limitaciones, el GRI plantea para estas categorías que la evaluación de sus contenidos y acciones correctivas serán de aplicación tanto para la organización informante como para la cadena de suministro. La organización se servirá de un listado de certificaciones de actuación laboral o de sistemas de gestión de la prevención para la realización de auditorías o verificaciones (GRI, 2006: 33). La posibilidad de que las medidas puedan ser trasladadas a la cadena de suministro supone una oportunidad para mejorar las condiciones laborales de las plantillas de personal adscritas a toda la cadena de producción, como comprobaremos a continuación.

Las empresas del sector textil elaboran sus memorias de sostenibilidad sirviéndose de la propuesta del GRI. Los principales grupos textiles españoles no son una excepción: Inditex, Grupo Cortefiel y Mango elaboran sus memorias de acuerdo con esta herramienta.

Dada la magnitud del sector, el GRI está trabajando en un proyecto piloto para adaptar la guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad al sector de ropa y calzado. (*Sustainability Reporting Guidelines & Apparel and Footwear Sector Supplement*). Su consulta es pública desde la web de la Global Reporting Initiative,<sup>75</sup> aunque hasta la fecha no es un documento definitivo. Los suplementos sectoriales se diseñan para complementar la guía general y no para sustituirla. El proceso de elaboración de un suplemento sectorial se realiza con un enfoque participativo. Primero, un grupo de expertos/as y partes afectadas preparan un do-

---

<sup>75</sup> <<http://www.globalreporting.org/ReportingFramework/SectorSupplements/>>.

cumento preliminar, posteriormente se hace público y, a través de grupos de trabajo, los grupos de interés realizan aportaciones o mejoras al documento inicial. La GRI apunta además que sus documentos están vivos y que son permanentemente revisados y actualizados. En el diseño del *Apparel & Footwear Supplement* el grupo Inditex ha tenido una participación activa como parte interesada.

El documento piloto para el sector textil y del calzado ha introducido elementos específicos y relevantes para el mismo, como por ejemplo la consideración del comportamiento de la cadena de suministro. La necesidad de dar una mayor información sobre los proveedores ha sido una de las continuas reivindicaciones de las organizaciones sociales a las empresas de productoras y distribuidoras de ropa y calzado. Esta información adicional requiere la elaboración de estrategias y nuevas prácticas que hagan visibles aspectos que anteriormente no eran reconocidos, entendiendo mejor a la organización (éxitos, riesgos, oportunidades, cambios, procedimientos...) (GRI, 2008: 34).

Las principales novedades de este suplemento son las siguientes:

En el apartado de contenidos básicos *Enfoque de gestión e indicadores de desempeño*, se introduce un nuevo conjunto de indicadores que evalúan los procedimientos de la empresa para su cadena de suministro (*Supply Chain Standards and Practices*). Se clasifican en:

- Código de conducta.
- Procesos de auditoría.
- Observaciones o conclusiones de incumplimiento.
- Procedimientos de quejas.
- Fomento de la capacidad.
- Integración en el negocio.

## Cuadro 5

### SUPPLY CHAIN STANDARDS AND PRACTICES SECTION

<i>Aspecto</i>	<i>Contenido</i>
Código de conducta	AF1:* Códigos de conducta: Contenido y cobertura.
Procesos de auditoría	AF2: Personal implicado en la evaluación del cumplimiento del Código de Conducta.
	AF3: Definición del proceso de Auditoría de Cumplimiento.
Procedimientos de quejas	AF4: Política y procedimientos para recibir, investigar y dar respuesta a quejas y sugerencias.
Fomento de la capacidad	AF5: Estrategia y alcance de los esfuerzos para difundir la mejora de los aspectos sociales y ambientales.
Integración en el negocio	AF6: Políticas de selección de proveedores, contratación y finalización de contratos.
Código de conducta	AF7: Número y localización de emplazamientos cubiertos por el Código de Conducta.
Procesos de auditoría	AF8: Número de auditorías realizadas y porcentaje de emplazamientos auditados.
Observaciones o conclusiones de incumplimiento	AF9: Casos de incumplimiento de los requisitos legales o convenios colectivos en materia de salarios.
	AF10: Casos de incumplimiento en materia de horas extraordinarias.
	AF11: Casos de incumplimiento en materia de embarazo y riesgos de maternidad.
	AF12: Casos de incumplimiento por empleo de mano de obra infantil.
	AF13: Casos de incumplimiento en materia de discriminación de género.
	AF14: Casos de incumplimiento del Código de Conducta.
	AF15: Análisis de datos de las auditorías de cumplimiento del Código de Conducta.
	AF16: Políticas adoptadas para la resolución de desviaciones o incumplimientos.
AF17: Acciones para identificar y minimizar prácticas de negocio que afectan al cumplimiento del Código.	

\* AF: Apparel and Footwear.

Fuente: GRI (2008).

En los indicadores sociales que ya refleja la Guía G3 (empleo, prácticas laborales, salud y seguridad, sociedad...) el documento piloto recomienda incluir para cada categoría algunos más que muestren la realidad de los recursos humanos que trabajan en la cadena de suministro:

- Presencia de trabajadores inmigrantes, desglosada por región.
- Prácticas de contratación de trabajadores temporales o no a jornada completa. (Contratación en condiciones abusivas)
- Prácticas de uso de trabajo a domicilio.
- Porcentaje de lugares de trabajo donde existe uno o más sindicatos independientes (con o sin acuerdo de convenio colectivo), desglosado por país.
- Porcentaje de lugares de trabajo donde, en ausencia de sindicato, existen comités de trabajadores, desglosados por país.
- Prácticas sobre las deducciones de salario no contempladas por la legislación o convenios.
- Políticas en materia de horario laboral, incluyendo definición de horas extraordinarias y acciones para prevenir horas extraordinarias excesivas y forzadas.
- En materia de seguridad y salud, incluir temas de salud asociados con la reducción pulmonar por el polvo, a considerar como enfermedad laboral, evaluaciones de riesgo y medidas preventivas para accidentes y heridas e iniciativas y programas para reducir y prevenir trastornos músculo-esqueléticos.
- Prácticas y acciones para proteger el embarazo y los derechos de maternidad de trabajadoras.
- Acciones para dirigir la discriminación de género y proporcionar oportunidades para la promoción de las trabajadoras.
- Posicionamiento de las empresas en políticas públicas: El documento piloto recomienda hacer un informe de

la posición pública sobre protección del trabajo y medio ambiente en los acuerdos comerciales y sobre los efectos potenciales de la empresa sobre trabajadores, comunidades... en la cadena de suministro.

En cuanto a la perspectiva de género, en el documento piloto existen algunos avances que no aparecen en la guía actualizada de referencia. Se introducen dos indicadores concretos relacionados con las necesidades de las trabajadoras en las cadenas de suministro: escrutar las prácticas y acciones para proteger el embarazo y los derechos de maternidad y las acciones para dirigir la discriminación de género y proporcionar oportunidades para la promoción de las trabajadoras. También es destacable el reconocimiento de trabajadores inmigrantes y de trabajadores a domicilio del que hacen uso las fábricas y talleres textiles proveedores, ya que la mayoría son mujeres.

La guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad requiere de un mayor esfuerzo en concreción para incluir un enfoque de género más elaborado y completo, que materialmente refleje los contenidos e impactos que para hombres y mujeres tiene el comportamiento de las organizaciones. Aun con todo, las nuevas herramientas creadas para el sector textil han generado indicadores que visibilizan las situaciones sociales y laborales en las que se encuentran las trabajadoras del sector.

Este suplemento sectorial supone un notable avance para que las organizaciones del textil formalicen informes de sostenibilidad mucho más completos. Con su aplicación, los grupos empresariales toman conciencia de las situaciones sociales, económicas y laborales que se dan en su cadena de suministro y pueden fomentar en ella un cambio de comportamiento acorde con una gestión sostenible que incluya, efectivamente, el fomento de la igualdad de género.

## Ratios e índices para fondos de inversión RSE

Destacamos dos índices de la Inversión Socialmente Responsable:<sup>76</sup>

### Dow Jones Sustainability Index<sup>77</sup>

Es un índice que recoge a empresas comprometidas en materia de sostenibilidad. Lo protagonizan tres socios (Casado, 2006: 87): la entidad que calcula los Dow Jones Indexes, la entidad europea del índice STOXX Limited y el grupo de inversión en proyectos de sostenibilidad SAM Group. Una vez al año, los índices se revisan por Dow Jones con criterios económicos, sociales y medioambientales generales y específicos para distintos sectores. La verificación de estos criterios se realiza externamente.

La Dimensión Social analizada por este índice engloba indicadores de Capital Humano, políticas de prevención e implicación en el desarrollo social de las comunidades:

#### Cuadro 6

##### SOCIAL ASSESSMENT CRITERIA

- Corporate Citizenship/Philanthropy
- Labor Practice Indicators
- Human Capital Development
- Social Reporting
- Talent Attraction & Retention

Fuente: <[http://www.sustainability-index.com/07\\_html/assessment/criteria.html](http://www.sustainability-index.com/07_html/assessment/criteria.html)>.

---

<sup>76</sup> «Es una modalidad de inversión que incorpora consideraciones sociales y medioambientales al tradicional análisis financiero [...]. Se materializa en productos financieros que incorporan criterios de responsabilidad social en la selección de valores, en índices bursátiles que tienen en cuenta este mismo tipo de criterios y en la adopción de factores sociales y medioambientales en las políticas de inversión de inversores institucionales e individuales». Fundación Ecología y Desarrollo y Fundación Alternativas (2006: 40).

<sup>77</sup> <<http://www.sustainability-index.com/>>.

## FTSE4Good<sup>78</sup>

Al igual que el Dow Jones Sustainability, esta iniciativa del FTSE Group ofrece a inversores la posibilidad de participar en empresas que cumplen con estándares de RSE. Para convertirse en miembros constitutivos, las empresas deberán cumplir tres estándares obligatorios que se derivan de códigos de conducta mundialmente reconocidos, tales como el programa Global Compact de la ONU y la Declaración Universal de Derechos Humanos (FTSE, 2003):

- trabajar por una sostenibilidad medioambiental;
- desarrollar relaciones positivas con las partes interesadas;
- defender y apoyar los derechos humanos universales.

Los criterios se revisan con regularidad por personas expertas en Responsabilidad Social, gestión de fondos y otras partes interesadas, por lo que los grupos corporativos tienen que renovar y mejorar constantemente sus prácticas empresariales para mantenerse en el conjunto de los índices del FTSE4Good. Las investigaciones o análisis de las empresas las realiza la organización británica especializada en Investigación de Inversiones Éticas (EIRIS).<sup>79</sup> Su principal socio en España es la Fundación Ecología y Desarrollo.

El FTSE4Good IBEX Index es el índice bursátil de sostenibilidad para España. Engloba a empresas que cotizan en el IBEX35 y en el FTSE Spain All Cap Index, las cuales deberán cumplir con los criterios del índice FTSE4Good IBEX. Es la Fundación Ecología y Desarrollo quien realiza este análisis para las empresas españolas.

---

78 <<http://www.sustainability-index.com/>>.

79 <<http://www.eiris.org/>>.

Los criterios sociales del FTSE4Good IBEX Index son los siguientes:

- 1) Human & Labour Rights Criteria.
- 2) Supply Chain Labour Standards Criteria.
- 3) Countering Bribery Criteria.

Todas las empresas son clasificadas con un impacto alto, medio o bajo según el sector al que pertenecen y la localización de sus operaciones. Además, se exige a las compañías que deben reunir indicadores relevantes para la política, gestión e información corporativa de la empresa.

Los criterios de la política de las compañías para las condiciones de trabajo de la cadena de suministro son los recogidos en los estándares de la OIT (igualdad de oportunidades, trabajos forzados, trabajo infantil y libertad de asociación y negociación colectiva), salud y seguridad en el trabajo, horas de trabajo, remuneración y procedimientos disciplinarios. Las organizaciones que sean miembros de ETI, Fair Labour Association o auditadas por la SA8000 se considerará que conocen estos indicadores desde el punto de vista del FTSE4Good.

De los grupos textiles españoles, solo el grupo Inditex está incluido en este tipo de índices, tanto en el FTSE4Good Index como en los Dow Jones Sustainability Indexes.

La introducción de la perspectiva de género en estos índices se limita al requerimiento de cumplir los estándares internacionales de la OIT que regula la igualdad de oportunidades y, de forma más general, el respeto a los derechos humanos.

Con todo, pasamos a resumir en la siguiente tabla las herramientas fundamentales aplicadas por los principales grupos empresariales españoles en materia de RSE, que muestra el alcance del compromiso con la sostenibilidad de parte de este sector:

**Tabla 4**

<i>Herramientas RSE</i>	<i>Aplicación para las principales empresas textiles españolas</i>			
	<i>Adolfo Domínguez</i>	<i>Grupo Inditex</i>	<i>Grupo Cortefiel</i>	<i>Mango</i>
SA8000	o		o	
Pacto Mundial	o	o	o	o
Guía OCDE para Multinacionales (base para elaborar su código)		o		
Código de Conducta de la ETI o incorporación a ETI	o	o		
GRI		o	o	o
Dow Sustainability Index		o		
FTSE4Good		o		

Fuente: Elaboración propia.

A partir de la aplicación de estas herramientas para el sector textil, la reflexión nos induce a plantear que las empresas, en su política de compras o en la supervisión de la cadena de suministro, pueden garantizar cuestiones como la igualdad de oportunidades o la no discriminación por género, pero, más allá de estos contenidos, los instrumentos de RSE pueden resultar limitados. Un enfoque integral de género para la RSC requiere de un diagnóstico específico sobre las necesidades de las mujeres en los países

proveedores, así como la posterior creación de sistemas evaluables que permitan el cuidado y vigilancia de las relaciones laborales de las mismas.

Ropa Limpia ha reivindicado la adopción de estándares internacionales para las empresas del textil. Su trabajo también pasa por hacer un seguimiento del alcance y la utilidad de estos en materia de género, y, a la vez, de las prácticas de Responsabilidad Social que pueden favorecer la igualdad de género en talleres y fábricas proveedoras de las empresas textiles, situadas la mayoría de ellas en países donde se vulnera este derecho.





## 7. Aportaciones y resultados de la investigación: para seguir trabajando

Llegados a este punto de la investigación, invitamos a seguir estudiando los retos que organizaciones sociales, corporaciones, instituciones e iniciativas entre partes tienen para lograr una mayor equidad de género en la cadena de suministro del sector textil.

Responsabilidad Social Corporativa y género aportan en la teoría herramientas eficaces para reconocer los derechos sociales y laborales de las mujeres, pero, en la práctica, la introducción del enfoque de género y de la igualdad de oportunidades para el sector productivo de la confección en los países en desarrollo es un derecho pendiente.

Ropa Limpia ha tenido desde su inicio una fuerte conciencia del componente de género que rodea a la industria de la confección global. Sus acciones son cauce para representar los intereses de las trabajadoras, generar procesos de empoderamiento, trasladar a las empresas el conocimiento de las condiciones que rodean a las mujeres y sensibilizar a la sociedad de esta misma realidad.

ONG, sindicatos, organizaciones de mujeres y distintos movimientos sociales que forman parte de la coalición rei-

vindican los derechos laborales de todos los trabajadores y trabajadoras y se han servido de la aplicación de distintas metodologías y herramientas relacionadas con la RSE con el objetivo de fomentar cambios para la cadena de trabajo.

Este proceso ha traído consigo elementos interesantes de cambio social y posibilidades de incorporar al mercado global valores como la sostenibilidad, que apuesta por negocios con comportamientos responsables más allá de lo estrictamente económico.

Pero esto solo es un esbozo, una base para transformar los criterios que conforman las relaciones sociales y productivas de la mundialización económica. Este trabajo concluye que, si no se introduce la perspectiva de género en la acción colectiva de movimientos sociales y en los instrumentos que defienden el desarrollo sostenible, no se generarán dinámicas de cambio para lograr relaciones más justas e igualitarias entre hombres y mujeres.

A partir de esta afirmación las propuestas que se derivan son de muy distinto signo. Pasamos a desarrollarlas a continuación.

La RSC necesita de una mayor implantación a todos los niveles; realizar un mayor esfuerzo por parte de instituciones, grupos corporativos, sindicatos, movimientos sociales y ciudadanía en general para potenciar su desarrollo, apostando por el compromiso de la actividad productiva como una herencia para las generaciones futuras. En su consolidación, estos agentes activos deberían aportar de forma efectiva políticas y enfoques de género para las políticas de RSC. Así, el significado y aplicación de la gestión sostenible de la empresa ganaría en discurso, más comprometido con la igualdad.

Aunque las actuales herramientas de la rendición de cuentas requieren información en igualdad, estos requisitos están, por lo general, limitados en alcance, o se definen como elementos opcionales. La incorporación del *mainstreaming*

*ming* de género en las políticas de RSC, al igual que en todas las políticas públicas, ayudaría a superar estas limitaciones. El *mainstreaming* se vincula con los derechos individuales para la igualdad de trato, la transformación de las relaciones sociales establecidas entre mujeres y hombres, acciones positivas dirigidas a grupos en desventaja, e implica la necesidad de generar nuevas políticas que superen la discriminación.

Si la RSC apuesta por atender la dimensión social de los negocios y actuar de forma comprometida con el entorno que le rodea, como parte de un sistema social, la consideración transversal del género debe ser tenida en cuenta por las corporaciones, tanto en su vertiente interna como externa, con los agentes con los que se relaciona. En la práctica significa incluir en la gestión de las empresas el esfuerzo por desagregar los datos por género, evaluaciones de impacto de género o generar indicadores de igualdad y, más allá, mejorar la inclusión y participación de mujeres en la toma de decisiones, eliminando las barreras de género.

Por otro lado, el diálogo e integración con los grupos de interés es uno de los principales anclajes del concepto de RSC. Como hemos observado, la presencia y protagonismo de estos actores se ha incrementado en el seguimiento y evaluación de la gestión de las corporaciones, y estas se han visto obligadas, por estrategia o convencimiento, a generar una serie de códigos morales y éticos que respeten principios de desarrollo sostenible.

En el caso del sector textil, el grupo de proveedores se posiciona actualmente como una de las partes con fuerte influencia para las firmas. Los grupos empresariales estudiados son suscriptores de distintos códigos éticos y/o de conducta (Global Compact, ETI...) para velar por que en sus cadenas de suministro no se vulneren derechos humanos, sindicales, protección a la salud... Su adscripción ha venido motivada

por iniciativa propia o por la presión de acciones como la desarrollada por Ropa Limpia.

Pero más allá del cumplimiento de estos estándares, la responsabilidad social de estas empresas con sus proveedores ha de tener un alcance mayor: vincular a las corporaciones con la exigencia de crear riqueza con mayores condiciones de dignidad y justicia, evaluar la repercusión de sus actividades, hacerse eco de necesidades de sectores informales de la confección (grupo cada vez más protagonista a causa de la desregulación y presión de los mercados), y, sobre todo, en el caso que nos ocupa, medir el impacto de género que su política de compras tiene para las mujeres de países desfavorecidos.

A su vez, las iniciativas sociales tienen también trabajo por hacer. En el «pulso» con el sector lucrativo, aportan una mayor proyección a las estrategias de responsabilidad social. Sus reivindicaciones en materia de derechos humanos, sociales, laborales o medioambientales han aumentado la creación de valor (social) para la empresa.

Pero en materia de género y en relación con el sector textil, hemos comprobado que las organizaciones sociales se enfrentan todavía a muchos retos para generar un cambio en las condiciones sociales y laborales de las mujeres en los talleres textiles. Las estrategias y capacidad de sindicatos, organizaciones... para interiorizar la perspectiva de género, empoderar y no discriminar a las mujeres dentro de las propias organizaciones se han proclamado como cuestiones a priorizar para estas iniciativas. Ropa Limpia apuesta por el liderazgo femenino en los sindicatos de la confección, apoyar a las organizaciones de mujeres, elaborar campañas que muestren prioridades de las trabajadoras e introducir contenidos específicos sobre género en los códigos de conducta. Si además la RSC se ha conformado como una opción para atender las exigencias de los grupos de interés que rodean a la em-

presa, el género se reclama como un elemento prioritario por distintas organizaciones para una completa gestión corporativa en el sector textil.

Así, con la introducción del enfoque de género como una vertiente más de la RSC, los sectores no lucrativos tienen a su alcance una nueva herramienta social en su «bandera» por la reorientación de las políticas empresariales. Es un esfuerzo más del activismo civil por fomentar otra concepción del desarrollo humano, por potenciar oportunidades y agencia para las mujeres.<sup>80</sup> La controversia de lo expuesto es cuánto esfuerzo tiene que dedicar y cuánto tiempo puede resistir la iniciativa ciudadana para lograr mercados que garanticen la igualdad de género como uno de sus principales criterios.

Las líneas de trabajo de la cooperación al desarrollo están asociadas a distintos ámbitos y disciplinas, como el derecho internacional, la economía o la sociología, entre otras. También la cooperación está muy vinculada al concepto de «ayuda al desarrollo» y al protagonismo que cobran las ONGD en este terreno. Este trabajo amplía la mirada en cooperación a una realidad socioeconómica concreta que afecta a países empobrecidos y aporta, con el manejo de nuevos conceptos y espacios de colaboración entre partes, otras formas de acercamiento para leer y modelar el modelo de desarrollo dominante.

La aplicación de dos ideas-fuerza, como son RSC y perspectiva de género para el estudio de un sector económico concreto (el sector productivo textil en países desfavorecidos), permite el descubrimiento de nuevos planos y recursos que contribuyen a enriquecer el ámbito de la cooperación al desarrollo.

Las organizaciones sociales, junto con el Estado, son los principales agentes de la cooperación. Nuestra propuesta

---

80 Sen (2000: 234).

quiere añadir al plano de los actores el sujeto individual, el sujeto actor, la persona con capacidad de organización en la toma de decisiones sobre determinadas formas de consumo. Es la llamada a la agencia individual con poder para desempeñar un papel desafiante en el entorno de las actuales relaciones económicas internacionales.

En primer lugar, muchas de las estrategias de la RSC han sido generadas y demandadas por organizaciones vinculadas a la cooperación al desarrollo, como es el caso de Setem, líder de la Campaña Ropa Limpia en España. Los sujetos individuales se organizan alrededor de esta ONGD cuyo objetivo es el «servicio al tercer mundo» y la sensibilización a la ciudadanía sobre realidades que afectan a los países llamados del Sur.<sup>81</sup>

Esta organización, ligada desde su origen a la cooperación, exige con herramientas como los códigos de conducta, las cláusulas sociales o los sistemas de certificación un cambio en las condiciones sociales y laborales de hombres y mujeres que trabajan en el textil en países desfavorecidos, muchos de estos, a su vez, objetivo de la ayuda al desarrollo.

Su misión en el marco de Ropa Limpia está al servicio de organizaciones y sindicatos del textil en el Sur, de sus asociados y/o contrapartes, colaborando con ellos en el fomento de valores como la justicia social, la igualdad y el respeto a

---

81 La experiencia como voluntaria en Setem me llevó a conocer durante dos años las situaciones de pobreza de la República Dominicana, viajando a un proyecto de desarrollo comunitario en la zona Este de la isla. En ella existían zonas francas de textil que conocí de primera mano durante el año 2001. La formación que brinda la organización antes de participar en los campos de solidaridad tiene como temáticas principales las relaciones Norte-Sur, la globalización económica, los derechos humanos el comercio justo y el comercio responsable. Ambas actividades, talleres de formación y vivencia en los campos de solidaridad, tienen como objetivo «una nueva forma de ver el mundo, otra forma de plantearse el presente y el futuro» (*Revista Setem*, otoño 08).

los derechos humanos (Carta de las ONGD, 1996, de la Unión Europea). Es un canal directo para conocer las situaciones de explotación y desigualdad en la producción de ropa, con especial atención a la discriminación de género que sufren las trabajadoras.

El esfuerzo por visibilizar la realidad del tejido productivo del sector textil ha destapado el conocimiento de una construcción del género con fuertes repercusiones para las mujeres, pero a la vez ha permitido elevar su voz y redefinir el significado del trabajo para el sector femenino en estos países, la mayoría mano de obra sin cualificar.

Con esta información la organización demanda aquí, en el Norte, una gestión más responsable a los grupos empresariales textiles, sobre todo en su política de compras. Las prácticas de RSC generadas por la iniciativa ciudadana plantean la transformación de estructuras de producción y distribución en las que subyacen desigualdades de género.

En segundo lugar, coincidiendo con otras organizaciones dedicadas a la cooperación, Setem apuesta por modelos de consumo más justos con los países empobrecidos. Las actuaciones de sensibilización social son un vehículo para transmitir otro modelo de consumo de ropa, acorde con planteamientos sostenibles. Es el desafío de la ciudadanía a conductas empresariales que vulneran los principales derechos humanos o la continuidad del medio ambiente. El poder de la información sobre las corporaciones permite a Setem trasladar conductas alternativas sobre el uso y compra de ropa. La denuncia y presión a las empresas es complementada, así, con la concienciación a consumidores y consumidoras para conseguir personas más críticas e informadas sobre las consecuencias de los actos de consumo.

Es la invitación a la reflexión como sujetos activos. Sirva de ejemplo un acto cotidiano en nuestra compra de ropa: En el momento de las rebajas o de una promoción en un gran al-

macén, ¿somos conscientes que el montón de prendas rebajadas a un euro tiene una fuerte carga de desigualdades sociales?, ¿estamos dispuestos a empatizar con los miles de trabajadores y trabajadoras del textil y crear otras condiciones para ellos/as a partir del cambio en nuestras dinámicas de consumo?

Setem ha comprobado que, aun con limitaciones, las estrategias de la RSC son un instrumento de influencia e incidencia política frente a los abusos de la globalización económica. El caso de esta organización es un ejemplo más de que en materia de cooperación son continuos los retos y asunción de propuestas para reconducir el significado de desarrollo de los países desfavorecidos. Sabemos que no es la única estrategia y que a lo largo de la trayectoria de las ONGD han sido múltiples sus actuaciones y creación de instrumentos con el fin de favorecer nuevas políticas de cooperación al desarrollo, como, por ejemplo, la reserva del 0,7% del PIB. Con estos hechos, su visibilidad es cada vez mayor. El actual caos internacional nos lleva de nuevo a afirmar que el mundo es un único sistema y que la tarea de abordar la desigualdad y la distribución de recursos debe ser compartida y pensada por múltiples partes.

ONGD, corporaciones, Administración Pública y, en general, todos los actores de la cooperación tienen la oportunidad de asumir nuevos discursos. La RSC enriquece el ámbito de la cooperación a la vez que abre una vía para exigir a los sectores productivos un mayor compromiso con las desigualdades del Sur. Aprovechar la potencialidad de sus estrategias refuerza el compromiso de estos actores por alcanzar un desarrollo más humano y sostenible.

Cooperación al desarrollo, género y RSC alinean sus objetivos con este estudio de caso. El instrumento de la cooperación sirve para defender un desarrollo económico basado en los principios de igualdad y justicia, tratando de salva-

guardar a países empobrecidos de introducir la «mundialización económica» a cualquier precio. Ropa Limpia aprovecha los criterios de RSC para frenar esta corriente e introduce la perspectiva de género en sus acciones para detectar las necesidades específicas de las trabajadoras del textil. Ello ha generado buenas prácticas basadas en el diálogo social, la erradicación de los desequilibrios de género o la defensa de la igualdad de oportunidades. De la creación de este proceso de diálogo merece ser rescatado el hecho de que distintos sistemas sociales (sector lucrativo, no lucrativo y Administración) colaboran a través del compromiso de la RSC para reivindicar mejoras en el entorno social y laboral de las mujeres de estos países y, por ende, colaborar en la transformación social de los mismos.

En la actualidad la implementación de la RSC solo tiene carácter voluntario. El debate sobre su solidez es que con el cumplimiento efectivo de los principales Derechos Humanos o los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) su significado podría perder fuerza; pero, si se asumen sus criterios más allá de la legalidad, la RSC se puede convertir en una política más para luchar contra la pobreza, ayudar a crear condiciones de un nuevo sistema económico mundial más justo, mercados eficientes pero también más equitativos, dinámicas más igualitarias y una economía al servicio de mujeres y hombres.

Es necesario seguir reflexionando y actuando después de realizada la presente investigación. Nuestro compromiso como consumidores/as es la llamada a la acción para transformar unas relaciones económicas internacionales que contienen en su definición una fuerte carga para el avance en la igualdad de género.

Si para el caso del sector textil se ha constatado la vulneración de derechos sociales, laborales y humanos en su cadena de producción, con una fuerte discriminación para las

mujeres que trabajan en ella, es hora de pensar como ciudadanos/as qué ropa y calzado consumimos, cómo lo fabricamos y qué consecuencias tiene para nuestro entorno, entendiendo también por este los países llamados en desarrollo.

El desafío pasa por elegir productos y bienes de consumo que respeten valores como la igualdad de oportunidades, la equidad de género, producciones más sostenibles... canalizando con estos criterios una «oferta responsable de las empresas» y una «demanda responsable de las personas». El vínculo de la RSC con estas nociones es clave para generar en el sector productivo la reorientación hacia un nuevo modelo sensible a las demandas sociales, políticas y medioambientales, incluidas las demandas en materia de igualdad de género. De esta forma llegaremos a alcanzar una ciudadanía consecuente y coherente: producciones respetuosas con su entorno, ciudadanos/as comprometidos con su elección de compra, generación de riqueza tangible e intangible (asunción de derechos y valores), personas más informadas, cambios en la construcción y significado del género, toma de decisiones más adecuadas en las empresas y, en definitiva, más justicia social en las relaciones Norte-Sur.





## Bibliografía

- AECA (2004): *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*. Documentos AECA. Serie Responsabilidad Social Corporativa, documento n.º 1. Madrid.
- (2006): *La Semántica de la Responsabilidad Social Corporativa*. Documentos AECA. Serie Responsabilidad Social Corporativa, documento n.º 3. Madrid.
- ALBERICH, T. (1993): «Crisis de los movimientos sociales en la década de los 90», *Documentación Social*, n.º 90.
- ÁLVAREZ FEÁNS, Aloia (2006): *Inditex a la conquista del mundo*. 21 de abril.
- ARAQUE PADILLA, Rafael A., y M.ª José MONTERO SIMÓ (2006): *La responsabilidad social de la empresa a debate*. Icaria, Barcelona.
- ASCOLY, Nina (2004): *La Industria Global de Confección y la Economía Informal: Temas Críticos para Defensores de Derechos Laborales*. Encuentro de Meissen sobre Economía Informal y la Industria de Confección. IRENE/CCC, Meissen.
- y Ch. FINNEY (2005): *Made by Women. Gender, the Global Garment Industry and the Movement for Women Workers' Rights*. Clean Clothes Campaign.
- BECK, U. (2008): *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Paidós, Barcelona.
- BELLOSTAS PÉREZ-GRUESO, Ana, et ál. (2002): *Mimbres de un país: sociedad civil y sector no lucrativo en Aragón*. Prensas Universitarias de Zaragoza, Zaragoza.
- BENBENISTE, Sandra (2002): *El alcance del concepto de la Responsabilidad Social Corporativa de acuerdo a los organismos internacionales pro-*

- motores del tema*. Trabajo Final. Programa Doctoral: PHD in Management Sciences (ESADE). Áreas Funcionales y Política de Empresa.
- BENERÍA, L. (2005): *Género, desarrollo y globalización. Por una ciencia económica para todas las personas*. Hacer, Barcelona.
- BERGER, P.L., y T. LUCKMANN (1968): *La construcción social de la realidad*. Amorrortu, Buenos Aires.
- BREW, J., et ál. (1997): *Más allá de Beijing. Género, cooperación y desarrollo*. Temas de Cooperación: 9, Coordinadora de ONG para el Desarrollo, Madrid.
- CABRÉ, Carole (2000): *La moda al desnudo*. Setem-Campaña Ropa Limpia. Icaria, Barcelona.
- CALLE, A. (2005): *Nuevos Movimientos Globales. Hacia la radicalidad democrática*. Editorial Popular, Madrid.
- CAMPAÑA ROPA LIMPIA (2001): *Certificación Social: ¿Una herramienta para mejorar las condiciones laborales en el sector textil?* Informe elaborado por punto&coma para Campaña Ropa Limpia.
- CANTOS, Eduard, Elisabet GUILLEMAT y Montse PEIRÓN (coords.) (2002): *Guía para el consumo responsable (de ropa)*. Icaria, Barcelona.
- CARANTOÑA, E. (2006): *El género en la Responsabilidad Social Empresarial. Estudio diagnóstico de empresas españolas*. Coordinadora Española para el Lobby Europeo de Mujeres CELEM, Proyecto Equal Diversidad Activa, Madrid.
- (2007): *Un modelo para integrar la diversidad de género en la responsabilidad social empresarial*. Coordinadora Española para el Lobby Europeo de Mujeres CELEM, Proyecto Equal Diversidad Activa, Madrid.
- CARBALLO DE LA RIVA, M. (coord.) (2006): *Género y Desarrollo. El camino hacia la equidad*. Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación, Los Libros de la Catarata, Madrid.
- CARO, P., et ál. (2004): *Problemáticas que enfrentan las mujeres en el campo laboral*. Red Puentes Chile - Acción ciudadana por la responsabilidad social de las empresas, Chile.
- CARRERA, J. (2006): *El sector Textil y de Indumentaria desde la perspectiva de género*. Fundación El Otro, Argentina.
- CASADO CAÑEQUE, Fernando (2006): *La RSE ante el espejo. Carencias, complejos y expectativas de la empresa responsable en el siglo XXI*. Pressas Universitarias de Zaragoza, Zaragoza.
- CASTELLS, Manuel (1986): *La ciudad y las masas: sociología de los movimientos sociales urbanos*. Alianza Editorial, Madrid.

- CASTELLS, Manuel (1997): *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura*. Vol. 1, *La sociedad red*. Alianza Editorial, Madrid.
- (1997): *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura*. Vol. 2, *El poder de la identidad*. Alianza Editorial, Madrid.
  - (1998): *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura*. Vol. 3, *Fin de milenio*. Alianza Editorial, Madrid.
- CENTRO NUEVO MODELO DE DESARROLLO (2007): *Guía ética de las marcas. Quién hace la ropa, con quién y para quién*. Editorial Popular, Madrid.
- CIOSL (Confederación Sindical de Organizaciones Sindicales Libres) (1996): *El infierno de los nuevos paraísos fiscales. La represión antisindical en las zonas francas*.
- CIRUJANO CAMPANO, P. (2006): «Género, Desarrollo y Cooperación Internacional», en M. Carballo de la Riva (coord.): *Género y Desarrollo. El camino hacia la equidad*. Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación, Los Libros de la Catarata, Madrid.
- e I. LÓPEZ MÉNDEZ (2007): «Un impulso feminista a la integración de género en los Objetivos de Desarrollo del Milenio», en M. Gallego Méndez, V. Maquieira D'Angelo y C. Benis Carro (eds.): *Mujeres en un mundo global. Movimientos y cooperación*. Instituto Universitario de Estudios de la Mujer, Madrid.
- CITYC (2007): *Estudio de valoración tecnológica del sector textil-confección español*. Centro de Información Textil y de la Confección, A.I.E.
- COMAS D'ARGEMIR, Dolors (1995): *Trabajo, género, cultura. La construcción de desigualdades entre hombre y mujeres*. Icaria, Barcelona.
- COMISIÓN EUROPEA (1996): Comunicación «Integrar la igualdad de oportunidades entre las mujeres y los hombres en el conjunto de las políticas y acciones comunitarias» [COM (1996) 67 final].
- (2001): *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas* [COM (2001) 366 final. Bruselas. 18.01.2001].
  - (2002): *La responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible* [COM (2002) 347 final. Bruselas. 02.07.2001].
  - (2006): Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social Europeo. «Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la responsabilidad social de las empresas». [COM (2006) 136 final. Bruselas. 22.03.2006].

- DE LA CRUZ, Carmen (1998): *Guía Metodológica para integrar la Perspectiva de Género en Proyectos y programas de Desarrollo*. Emakunde Instituto Vasco de la Mujer y Secretaría General de Acción Exterior-Dirección de Cooperación al Desarrollo Vitoria-Gasteiz.
- DE VILLOTA, Paloma (ed.) (2004): *Globalización y desigualdad de género*. Síntesis, Madrid.
- DOMÍNGUEZ, Adolfo (2006): *Código de Conducta*. 2.ª edición.
- DOYAL, L., e I. GOUGH (1994): *Teoría de las necesidades humanas*. Icaria, FUHEM, Barcelona.
- El País*, domingo 24 de abril de 2005. Extra: «Responsabilidad Social Corporativa».
- ELLWOOD, Wayne (2007): *Globalización*. Intermón Oxfam, Barcelona.
- ESPIAU IDOYAGA, M. (2004): «Género y desarrollo», en R. Álvarez, P. García y Ch. Marcuello: *Arados y podaderas. IV Curso de Cooperación al Desarrollo*. Diputación General de Aragón, Federación Aragonesa de Solidaridad, Universidad de Zaragoza, Zaragoza.
- ESTEBAN VELASCO, Gaudencio, et ál. (2004): *La responsabilidad social corporativa: Aspectos jurídico-económicos*. Publicaciones de la Universitat Jaume I, Castellón de la Plana.
- FORÉTICA (2002): *Informe Forética 2002. Responsabilidad Social Empresarial. Situación en España*. Forética, Madrid.
- (2004): *Informe Forética 2004. Responsabilidad Social Empresarial. Situación en España*. Forética, Madrid.
- FTSE (2003): *Serie de índices FTSE4Good. Añada valores a su inversión*. FTSE International Limited.
- FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO (2003): *Informe sobre responsabilidad social corporativa en España*. ECODES, Zaragoza.
- FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO y FUNDACIÓN ALTERNATIVAS (2006): *Anuario sobre Responsabilidad Empresarial en España 2006*. Zaragoza.
- FUNDACIÓN EMPRESA y SOCIEDAD (1998): *La acción social de la empresa*. FES, Madrid.
- (2001): *La empresa que viene. Responsabilidad y acción social en la empresa del futuro*. FES, Madrid.
- GALBRAITH, J. K. (1984): *La sociedad opulenta*. Ariel, Barcelona.
- (1992): *La cultura de la satisfacción: los impuestos, ¿para qué?, ¿quiénes son los beneficiarios?* Ariel, Barcelona.
- GALEANO, Eduardo (1971): *Las venas abiertas de América Latina*. Siglo XXI, Madrid.

- GARCÍA FERRANDO, M., J. IBÁÑEZ Y F. ALVIRA (comps.) (1993): *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Alianza Universidad, Madrid.
- GARCÍA JORBÁ, Juan M. (2000): *Diarios de campo*. Cuadernos Metodológicos, 31. CIS, Madrid.
- GARCÍA PERDIGUERO, T. (2003): *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*. Anagrama, Barcelona.
- GOBIERNO DE ARAGÓN: *Plan Director de la Cooperación Aragonesa para el Desarrollo (2004-2007)*. Departamento de Economía Hacienda y Empleo, Gobierno de Aragón.
- *Plan Anual de la Cooperación Aragonesa para el Desarrollo 2007*.
  - *Plan Director de la Cooperación Aragonesa para el Desarrollo (2008-2011)*. Departamento de Servicios Sociales y Familia, Gobierno de Aragón.
- GONZÁLEZ MARÍN, M.L. (2004): «De las mujeres y la Industria Maquiladora de Exportación», en Paloma de Villota (ed.): *Globalización y desigualdad de género*. Síntesis, Madrid.
- GRI (2006): *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad*. GRI 2000-2006. Versión 3.0.
- (2008): *Sustainability Reporting Guidelines & Apparel and Footwear Sector Supplement*. GRI 2000-2008. RG Version 3.0/AFSS Version Pilot.
- GROSSER, K, y J. MOON (2005): «Gender Mainstreaming and Corporate Social Responsibility: Reporting Workplace Issues», *Journal of Business Ethics* (2005) n.º 62, pp. 327-340.
- INTERMÓN OXFAM (2004): *Moda que aprieta. La precariedad de las trabajadoras y la responsabilidad social de las empresas*.
- (Julio 2004): *El reto de la moda. Hacia una estrategia empresarial coherente con la Responsabilidad Social Corporativa*. Intermón Oxfam.
  - (2005): *Marcando tendencias. Hacia un negocio socialmente responsable*. Estudios 15.
- JIMÉNEZ, Miguel (2007): «Amancio Ortega ya tiene 21 500 millones», *El País*, domingo 21 de octubre.
- KAASE, M. (1992): «Movimientos sociales e innovación política», en R.J. Dalton y M. Kuechler (comps.): *Los nuevos movimientos sociales. Un reto al orden político*. Alfons el Magnànim, Valencia, pp. 123-149.
- KLEIN, Naomi (2001): *No Logo*, Paidós Ibérica, Barcelona.

- KREISLER, Isabel (2005): *Hacia una deslocalización textil responsable*. Documento de trabajo 78/2005. Laboratorio de Alternativas, Internón Oxfam.
- LAGARDE, M. (1996): *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*. Horas y Horas (Cuadernos Inacabados, 25), Madrid.
- (2006): *Pacto entre mujeres Sororidad*. Ponencia de Marcela Lagarde y de los Ríos. Coordinadora Española para el Lobby Europeo de Mujeres, CELEM.
- LARAÑA E., y J. GUSFIELD (1994): *Los nuevos movimientos sociales: de la ideología a la identidad*. CIS, Madrid.
- MARCUELLO, Carmen (2000): «Las organizaciones no lucrativas», *Economistas*, n.º 83, pp. 36-45.
- (coord.) (2007): *Capital social y organizaciones no lucrativas en España: El caso de las ONGD*. Fundación BBVA, Bilbao.
- MARCUELLO SERVÓS, Chaime, y Carmen MARCUELLO (2007): «NGOs, corporate social responsibility, and social accountability: Inditex vs. Clean Clothes», *Development in Practice*, vol. 17, n.º 3 (junio), pp. 393-403.
- MARTÍN CASARES, Aurelia (2008): *Antropología del Género. Culturas, Mitos y Estereotipos sexuales*. Cátedra (Colección Feminismos), Madrid.
- MAX-NEEF, M. A. (1994): *Desarrollo a escala humana. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Icaria, Barcelona.
- MCADAM, Dough (1994): «Cultura y movimientos sociales», en E. Laraña y J. Gusfield: *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*. CIS, Madrid.
- y J.D. MCCARTHY (eds.) (1996): *Movimientos sociales: Perspectivas comparadas*. Istmo, Madrid.
- MÉNDEZ, Lourdes (2007): *Antropología Feminista*. Síntesis, Madrid.
- MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN (2007): *Estrategia de «Género en Desarrollo» de la Cooperación Española*. Secretaría de Estado de Cooperación Internacional, Dirección General de Planificación y Evaluación de Políticas para el Desarrollo, Madrid.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO (2006): *Informe del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio 2006. Sectores y Políticas*. Subsecretaría. Subdirección General de Estudios y Planes de Actuación.
- MOLYNEUX, Maxime (2003): *Movimientos de mujeres en América Latina. Estudio teórico comparado*. Cátedra (Colección Feminismos), Madrid.
- MONSERRAT, J. (1991): «Hacia una teoría económica del tercer sector: una primera aproximación», *Economistas*, n.º 51, pp. 48-54.

- OCDE (200): *Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales*. OCDE.
- ONU (1995): Declaración de Beijing Plataforma de acción. A/Conf. 177/20, 17 de octubre.
- OXFAM INTERNACIONAL (2004): *Más por menos, el trabajo precario de las mujeres en las cadenas de producción globalizada*.
- PAZ ANTOLÍN, M.J., y A. PÉREZ OROZCO (2004): «El empleo femenino en la maquiladora textil en Guatemala y las transformaciones en las relaciones de género», en Paloma de Villota (ed.): *Globalización y desigualdad de género*. Síntesis, Madrid.
- PONT VIDAL, Josep (2004): *La ciudadanía se moviliza: los movimientos sociales y la globalización en España*. Flor del Viento, Barcelona.
- REAL ACADEMIA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS (2007): *La Responsabilidad Social de la empresa. Propuesta para una nueva economía de la Empresa Responsable y Sostenible*. Ediciones Gráficas Rey, Barcelona.
- REINOSO, José (2007): «El enemigo del régimen». Perfil de *El País*, domingo 21 de octubre.
- RICŒUR, Paul (1988): *Hermenéutica y Acción. De la hermenéutica del texto a la hermenéutica de la acción*. Docencia, Buenos Aires.
- RIECHMANN, J., y F. FERNÁNDEZ BUEY (1994): *Redes que dan libertad. Introducción a los movimientos sociales*. Paidós, Barcelona.
- RIST, Gilbert (2002): *El desarrollo: historia de una creencia occidental*. Catarata, Madrid.
- RIVERO TORRE, P. (2004): «Responsabilidad social corporativa», en Gaudencio Esteban Velasco et ál.: *La responsabilidad social corporativa: Aspectos jurídico-económicos*. Publicaciones de la Universitat Jaume I, Castellón de la Plana.
- ROMÁN, Paloma, y Jaime FERRI (eds.) (2002): *Los movimientos sociales. Conciencia y acción de una sociedad politizada*. Consejo de la Juventud de España, Madrid.
- ROUSSEAU, Jean-Jacques (2002): *El contrato social o Principios de derecho político*. Tecnos (Clásicos del Pensamiento, 54), Madrid.
- SÁENZ GIL, Rubén (2001): *Cooperación para el desarrollo entre España y América Latina*. Egido Editorial, Zaragoza.
- SALAMÓN, L.M., y H.K. ANHEIR (1994): *The Emerging Sector. An overview*, The Johns Hopkins University, Institute for Policy Studies, Baltimore.
- SAI (SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL) (2001): *Responsabilidad Social 8000. Norma SA8000*. SAI, Nueva York.

- SALDAÑA, Francesc, y M.<sup>a</sup> Gloria LLÀTSE (2007): *Guía para la gestión de la Igualdad en las Organizaciones*. Forética (Cuadernos Forética, 8), Madrid.
- SAN MIGUEL ABAD, Nava (2007): «Género y efectividad de la ayuda en la cooperación española: Nuevas alianzas en la agenda internacional de desarrollo», en M. Gallego Méndez, V. Maquieira D'Angelo y C. Benis Carro (eds.): *Mujeres en un mundo global. Movimientos y cooperación*. Instituto Universitario de Estudios de la Mujer, Madrid.
- SEN, Amartya (2000): *Desarrollo y Libertad*. Planeta, Barcelona.
- SENNETT, R. (2000): *La corrosión del carácter: Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Anagrama, Barcelona.
- SETEM y CAMPAÑA ROPA LIMPIA (1999): *Deshaciendo la madeja*. Icaria, Barcelona
- CAMPAÑA ROPA LIMPIA e INTERMÓN OXFAM (2003): *La moda, un tejido de injusticias*. Intermón Oxfam.
- TOURNAINE, A. (1990): *Movimientos sociales hoy. Actores y analistas*. Hacer, Barcelona.
- (1994): *¿Qué es la democracia?* Temas de Hoy, Madrid.
- (1997): *¿Podremos vivir juntos?* PCC, Madrid.
- TURNER, J. (2004): *Voces del Sur y de Europa del Este. Informe de la consulta sobre Comercio Ético*. Escrito por Jane Turner para el caucus de las ONG de la ETI, mayo 2004.
- U.A.F.S.E. (2004): *Análisis de las buenas prácticas del Grupo Temático Nacional de Igualdad de Oportunidades*. Madrid.
- *La perspectiva de género en proyectos Equal de Inserción. Guía Práctica de aplicación (2004-2007)*.
- VARELA, Nuria (2005): *Feminismo para principiantes*. Ediciones B, Barcelona.
- VARGAS ESCOBAR, M. (2006): «El Desarrollo como Derecho Humano y la Equidad de Género», en *Género y Desarrollo. El camino hacia la equidad*. Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación, Los Libros de la Catarata, Madrid.
- VELASCO, H., y Á. DÍAZ DE RADA (1997): *La lógica de la investigación etnográfica. Un modelo de trabajo para etnógrafos de la escuela*. Trotta, Madrid.
- WERNER, Klaus, y Hans WEISS (2004): *El libro negro de las marcas*. Debate, Barcelona.
- ZUBERO, Imanol (2007): «Nada humano me es ajeno. La solidaridad en los tiempos de la globalización». Ponencia para Seminario y Asamblea General 2007 – EAPN. Valladolid, 25 de octubre de 2007.

## Memorias de sostenibilidad de grupos empresariales españoles

- GRUPO CORTEFIEL (2007): *Memoria de Sostenibilidad 2006. Grupo Cortefiel*.  
— (2008): *Memoria de Sostenibilidad 2007. Grupo Cortefiel*.  
INDITEX (2007): *Memoria Anual 2006*. Inditex, S.A. Arteixo, A Coruña.  
— (2008): *Memoria Anual 2007*. Inditex, S.A. Arteixo, A Coruña.  
MANGO (2007): *Memoria de Sostenibilidad 2006*. Mango  
— (2008): *Memoria de Sostenibilidad 2007*. Mango

## Algunas fuentes de Internet

- Adolfo Domínguez: <<http://www.adolfo-dominguez.com/>>.  
Campaña Juega Limpio: <<http://juegalimpio2008.blogspot.com/2008/03/pasa-la-llama-de-juega-limpio-hasta.html>>.  
Campaña Ropa Limpia: <<http://www.ropalimpia.org>>, <[www.cleanclothes.org](http://www.cleanclothes.org)>.  
Club de Excelencia Sostenibilidad: <<http://www.club sostenibilidad.org>>.  
Comercio con justicia: <<http://www.comercioconjusticia.org>>.  
CSR Europe: <<http://www.csreurope.org>>.  
Declaración Tripartita de la OIT sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social: <<http://www.ilo.org/public/spanish/standards/norm/sources/mne.htm>>.  
Dow Jones Sustainability Indexes: <<http://www.sustainability-indexes.com>>.  
Ethical Trade Initiative: <<http://www.ethicaltrade.org/>>.  
Foro de Reputación Corporativa: <[www.reputacioncorporativa.org](http://www.reputacioncorporativa.org)>.  
Foro Ética: <<http://www.foretica.org>>.  
FTSE4Good: <[http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good\\_Index\\_Series/index.jsp](http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp)>.  
Fundación Ecología y Desarrollo: <<http://www.ecodes.org>>.  
Fundación Empresa y Sociedad: <<http://www.empresaysociedad.org>>.  
Fundación Entorno: <[www.fundacionentorno.org](http://www.fundacionentorno.org)>.  
GRI: <<http://www.globalreporting.org>>.  
Grupo Cortefiel: <<http://www.grupocortefiel.com/es/index.asp>>.  
Grupo Inditex: <<http://www.inditex.com>>.  
Induyco: <<http://www.induyco.es/induyco/esp/index.html>>.  
Líneas Directrices de la OCDE Para Empresas Multinacionales: <<http://www.oecd.org/dataoecd/21/20/16975360.pdf>>.

Mango: <<http://www.company.mango.com/s/index.htm>>.  
Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa: <<http://www.obrsc.org>>.  
Pacto Mundial: <<http://www.pactomundial.org>>.  
Setem: <<http://www.setem.org>>.  
Social Accountability International: <<http://www.sa-intl.org/>>.  
World Business Council Sustainable Development: <<http://www.wbcsd.org>>.

## Documentales y películas

BALMÈS, Thomas (2004): *NOKIA: Una fábrica decente*, 79 min., Finlandia-Francia.  
CARDOSO, Patricia (2002): *Las mujeres de verdad tienen curvas*, 83 min., Cameo Media, S.L., Barcelona.  
ESPÚÑEZ, Íker (2006): *Golpeados pero no vencidos*, 45 min., Guatemala, Honduras, El Salvador.  
MPDL (2006): *Una palabra, mujeres de Centroamérica*.  
*Noche temática*: Planeta Zara.  
PELED, Micha X. (2005): *China Blue*, 86 min., EE.UU.  
SAMPSON, Arturo (2006): *Lo último en moda*, Méjico-Barcelona.





## Índice

Prólogo	9
1. Introducción	13
2. Enfoque de la investigación	17
3. Situación del sector textil en España	37
4. Internacionalización del capital y relaciones de género: Características del empleo femenino en las maquiladoras	45
5. Sector no lucrativo versus sector lucrativo: De cómo las organizaciones sociales impulsan prácticas de Responsabilidad Social Corporativa. El caso de la Campaña Ropa Limpia	59
6. Análisis de género de la RSC: Alcance de las herramientas para el sector textil	75
7. Aportaciones y resultados de la investigación: para seguir trabajando	109
Bibliografía	119





*Este libro se terminó de imprimir  
el 25 de noviembre de 2010  
en el Servicio de Publicaciones de la Universidad de Zaragoza*



