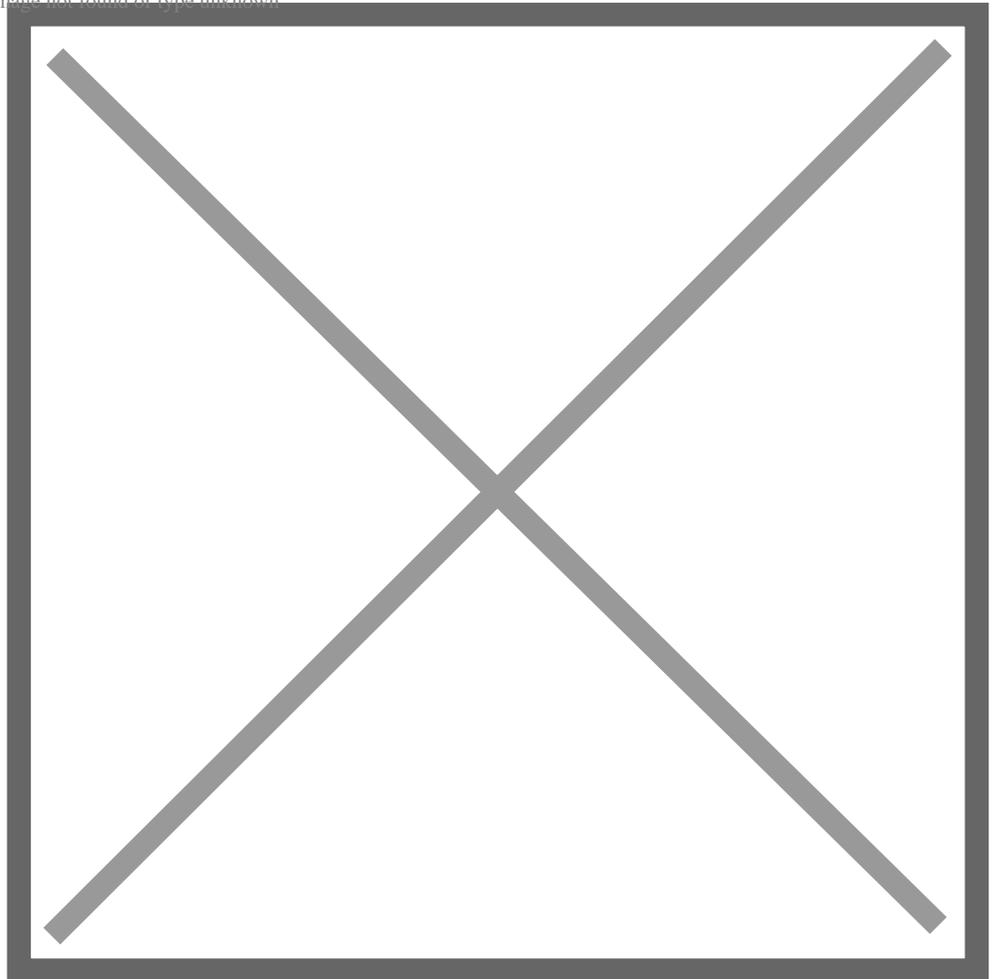

Modaes

Entorno

Rana Plaza, dos años después: nuevas reglas de juego en el aprovisionamiento global

S. Riera
20 abr 2015 - 04:50

Image not found or type unknown



Modaes

Dos años después del Rana Plaza, nada sigue igual. El próximo viernes, 24 de abril, se cumplirán dos años del derrumbe del inmueble de Bangladesh, que albergaba cinco talleres textiles. Aquella tragedia, en la que fallecieron más de 1.200 personas, ha supuesto un antes y un después para el aprovisionamiento de los gigantes de la moda. Desde entonces, **Inditex**, **H&M**, **Primark** o **Gap** han llevado sus políticas de responsabilidad social corporativa más allá de las auditorías a los proveedores, mejorando en transparencia e involucrándose incluso en la gestión de las fábricas. No obstante, expertos, responsables sindicales y activistas consideran que todavía queda mucho por hacer.

“Antes del Rana Plaza había habido en Bangladesh otras catástrofes en el textil, como las ocurridas en las fábricas **Spectrum**, **Tazreen** o **Garib&Garib**, pero lo que provocó la reacción de las multinacionales de la moda en esta ocasión fue que, por primera vez, la prensa publicó los nombres de las marcas que producían allí”, señala la responsable de la **Campaña Ropa Limpia** en España, **Eva Kreisler**. “La presión social que se generó fue altísima, en menos de una semana se recogieron más de un millón de firmas en todo el mundo a favor de las víctimas”, recuerda la activista.

La prensa internacional se hizo eco durante varios días del derrumbe del edificio, considerado como una de las mayores catástrofes industriales de la historia y la mayor del sector textil. El hundimiento del Rana Plaza puso en evidencia la faceta negativa de la deslocalización industrial: la falta de control real de los grandes grupos multinacionales sobre sus proveedores en los países pobres. La reacción a la tragedia por parte de las compañías de la moda no se hizo esperar y junto a los sindicatos globales **IndustriAll** y **UNI Union** crearon el Acuerdo para la Seguridad para garantizar que no volviera a repetirse un incidente de tales dimensiones.

Antes del derrumbe de Rana Plaza, la mayoría de los grandes grupos del sector contaban con códigos de conducta para sus proveedores. Sin embargo, éstos no fueron suficientes para evitar la tragedia. Desde entonces, muchas de estas compañías han reforzado su implicación en la cadena de suministro. **Inditex**, por ejemplo, es de las pocas empresas del sector que cuenta con un Acuerdo Marco con **IndustriAll**, que permite el acceso de los sindicatos globales a todos los centros de producción que trabajan para el grupo. **H&M**, por su parte, hizo pública también su listado de proveedores para ganar en transparencia y, en la actualidad, está en negociaciones con **IndustriAll** para su propio Acuerdo Marco.

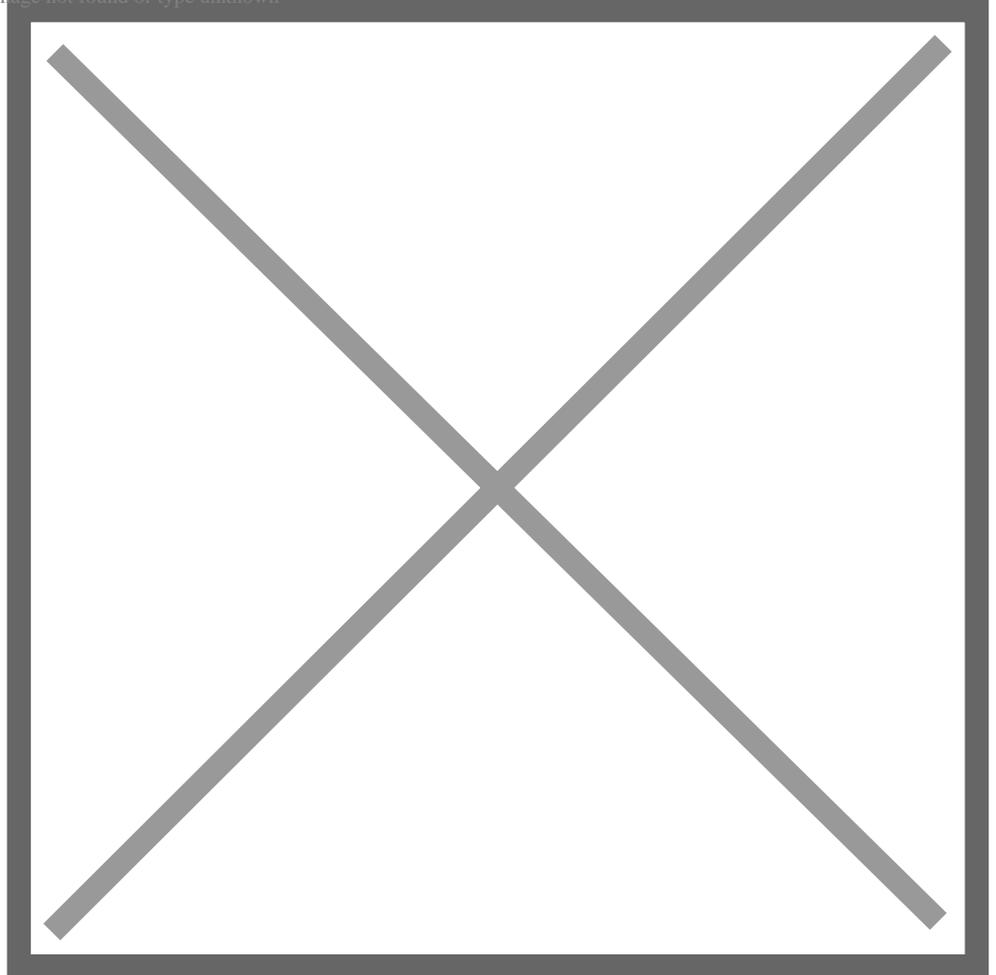
Modaes

Primark ha sido otra de las empresas que ha mostrado un mayor grado de implicación. La compañía irlandesa fichó el pasado septiembre al anterior responsable del departamento de responsabilidad social corporativa de **Inditex**, **Javer Chércoles**, para analizar y mejorar su estrategia de aprovisionamiento. En su propia página web, **Primark** reconoce que una de las plantas de Rana Plaza producía sus prendas. La empresa ha sido una de las que ha aportado una mayor cantidad, 14 millones de dólares (13 millones de euros), para compensar a las víctimas del Rana Plaza.

Otros grupos, como el español **Mango**, siguen aferrados a las auditorías y continúan siendo denunciadas por sindicatos y ONGs por realizar donaciones insignificantes para el fondo de compensación a las víctimas del derrumbe.

Modaes

Image not found or type unknown



Punto de inflexión en las estrategias de aprovisionamiento

“Hoy ninguna empresa puede permitirse ser responsable de prácticas abusivas a sus trabajadores o de contaminar”, asegura **Mónica Clua**, profesora en la Universidad Pompeu Fabra (UPF) de Barcelona y experta en globalización económica. “Las empresas no están aisladas de la sociedad ni de su presión y, en plena sociedad de la información, si hacen algo mal corren el riesgo de que todo el mundo lo sepa rápidamente”, señala.

De ahí que la catástrofe ocurrida en Bangladesh representara un antes y un después en la manera en que las grandes multinacionales de la moda se aprovisionan. “Hemos iniciado una nueva etapa en la aplicación de los compromisos de responsabilidad

Modaes

social de las multinacionales, pasando de la unilateralidad a la contractualidad con los grupos de interés para su eficaz aplicación”, señala **Isidor Boix**, uno de los coordinadores del sindicato global **IndustriAll**. En cuestiones sindicales, de hecho, Boix señala que el sindicalismo en Bangladesh ha realizado un importante avance en su implantación en las fábricas en estos últimos años.

El experto asegura que la actitud de las empresas de moda en sus estrategias de aprovisionamiento está empezando a cambiar en cuestiones como la seguridad, el salario mínimo vital y los derechos sindicales. Además, Boix apunta que las experiencias vividas en Bangladesh están sirviendo para estrechar relaciones sindicales y solidarias en toda la región del sudeste asiático. “Lo esencial es entender que se está abriendo camino, pero queda aún trecho por avanzar”, señala el representante sindical.

De la misma opinión es Kreisler, que apunta que, desde lo ocurrido, las multinacionales de la moda han mejorado en cuestiones como la transparencia, en una mayor involucración en la gestión de la seguridad de las fábricas y en el acceso de los sindicatos en las factorías.

Uno de los hitos del sector tras la catástrofe fue su unión bajo dos organizaciones supranacionales, el Acuerdo para la Seguridad, que ya han suscrito más de 200 empresas, y su homólogo estadounidense, la Alianza para la Seguridad, que ha dejado fuera a sindicatos y ONGs. Sólo a través del Acuerdo, se han inspeccionado en Bangladesh casi 2.000 fábricas proveedoras, que emplean unos dos millones de trabajadores.

De las fábricas inspeccionadas, se evacuaron 19 por su elevado riesgo y, de éstas, ya han reabierto nueve. Los gastos derivados de las reparaciones en las factorías los cubren las mismas empresas locales junto con los firmantes del Acuerdo. Los grandes grupos de moda internacionales aportan a la organización hasta un máximo de 500.000 dólares (466.836 euros) anuales en cinco años.

De todos modos, desde la **Campaña Ropa Limpia**, Kreisler recuerda que, a pesar del elevado número de fábricas inspeccionadas, éstas sólo representan la mitad de las que hay en el país, que son las que producen para empresas occidentales. El resto de los centros productivos escapan de cualquier tipo de supervisión.

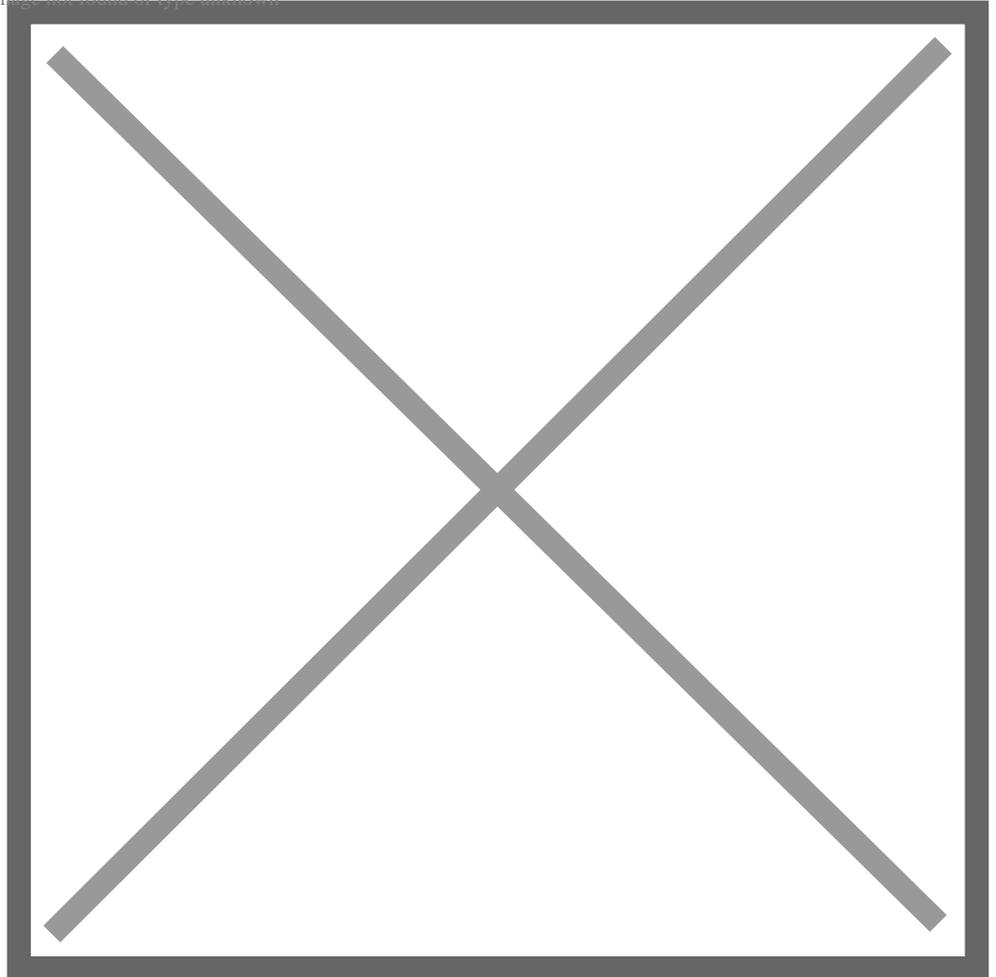
Otro de los frentes abiertos tras la tragedia del Rana Plaza es la solidaridad con las víctimas y la inspección y la reparación de las fábricas. El fondo de compensación a

Modaes

las víctimas de la catástrofe continúa todavía incompleto. Por ahora, se han recibido alrededor de 22 millones de dólares (20,5 millones de euros), pero se necesitan treinta millones de dólares (28 millones de euros) para cubrir las solicitudes de más de 5.000 personas, entre trabajadoras que resultaron heridas en la catástrofe y familiares de las víctimas.

En este aspecto, Boix sostiene que “es una vergüenza” que todavía falten cerca de nueve millones de dólares en el fondo de compensación a las víctimas dos años después del derrumbe. El representante sindical considera que las marcas han aportado fondos, aunque remarca que algunas en cantidades muy insignificantes. En este sentido, el experto señala también la falta de implicación por parte del Gobierno y de los empresarios locales.

Image not found or type unknown



Presión social y desarrollo económico

A pesar de la mayor implicación de las compañías de distribución por mejorar las condiciones laborales de sus proveedores en los países pobres, los expertos consideran que siguen eludiendo la raíz del problema: perpetúan la pobreza.

“El primer impacto de la deslocalización es positivo, porque crea puestos de trabajo en regiones pobres, pero es necesario ver qué tipo de empleos crea, con qué salarios, qué derechos laborales o cuál es el poder de sindicalización”, explica **Gemma Cairó**, doctora en Economía de la **Universidad de Barcelona** (UB).

En el caso concreto de la moda, la experta señala que las empresas del sector realizan

Modaes

el principio y el final de la cadena de valor en Occidente y sólo dejan para los países pobres la manufactura. “Coser prendas crea puestos de trabajo, muchas veces mal remunerados y con malas condiciones laborales, pero no genera riqueza”, apunta Cairó, experta en globalización y economía mundial.

Cairó recuerda que, para crear riqueza, es necesario establecer un encadenamiento empresarial entre diferentes sectores. “Coser y nada más sólo mejora las estadísticas de exportaciones de un país, es necesario crear una red de empresas y de sectores, es decir, hacer el hilo, el tejido o transportarlo”, apunta la experta. “Cuantos más procesos productivos se realicen en un mismo país, mucho mejor para su desarrollo económico”, señala.

La presión social tiene sus límites y apenas tiene poder ante los gobiernos de los países de destino de la producción y sus políticas de desarrollo de sus economías locales. Por ahora, la presión social alcanza a los grupos de moda y sus políticas de aprovisionamiento por su poder como consumidores. Sin embargo, los expertos consideran clave la respuesta social para seguir avanzando, al menos, en políticas de RSC.

“Falta por ver dónde las empresas establecen los límites de la RSC”, señala Clúa. “La responsabilidad social corporativa real implica al final una reducción de los beneficios económicos”, apunta. “Aunque también pueden suponer un descenso de las ventas las acciones de boicot de los consumidores”, advierte.