



Global express

A actualidade na aula

XX.00.00


citius, altius, fortius...



© Gettyimages

Os atletas máis rápidos, máis altos e máis fortes (*citius, altius, fortius*) serán os que gañen premios nos próximos Xogos Olímpicos. Porén, millares de persoas están xa a confeccionar a roupa e o calzado deses deportistas, e non recibirán nada en troco, aínda que traballen máis tempo, máis á preza e máis barato (*longius, citius, parvius*).

Esta edición de *Global express* convidanos a descubrir o que hai detrás do negocio do deporte e, en especial, a analizar por que millóns de persoas do mercado téxtil traballan en condicións precarias.

 Os novos deuses das concorrencias modernas

 Ganar diñeiro cos Xogos Olímpicos

 Un novo modelo de negocio

 Máis por menos

 A negociar un traballo digno

 Globalizar os dereitos laborais

Os novos deuses das concorrencias modernas

Os novos deuses das concorrencias modernas



Se tivésemos que entregar medallas tamén ás empresas de artigos deportivos que máis venden, seguramente subirían ao podio Nike, Adidas, Reebok, Fila, Puma, ASICS e Mizuno. Estas compañías son líderes nun mercado que xerou 58.000 millóns de dólares soamente no ano 2002.

Nos obstante, os gaños destas empresas téxtiles non serían tan exorbitantes se non tivesen reorientado as súas estratexias de mercadotecnia. Antes comercializaban produtos especializados para unha determinada actividade e para un determinado público, agora pasaron a promover eses mesmos produtos como artigos de moda para un público xeral, o que aumentou a súa

base de consumidores, conformada maioritariamente por compradores novos.

Dentro desta voráxine, as empresas de equipos deportivos loitan por ofrecer produtos a prezos competitivos, que satisfagan as esixencias da moda e a calidade e obteñan ao mesmo tempo o máximo beneficio para os seus accionistas. É aquí onde as Olimpíadas xogan un rol primordial na batalla por apañar e fidelizar clientes. O referido evento é o contexto ideal para lanzar produtos de vangarda e campañas masivas de publicidade que garantan unha máxima visibilidade.

Ganar diñeiro cos Xogos Olímpicos

Ganar diñeiro cos Xogos Olímpicos



Desde comezos da década dos 80, o patrocinio deportivo das empresas tornouse en parte integrante dos Xogos Olímpicos. O que comezou sendo un xesto filantrópico, hoxe en día é un negocio moi rendible. Os novos deuses das Olimpíadas modernas investirán millóns de dólares en publicidade e imaxe de marca, sabendo que este evento lles irá garantir a abertura de novos mercados asociando o seu nome aos éxitos deportivos e ao ideal olímpico.

Segundo a información publicada no sitio web oficial dos Xogos Olímpicos, en Decembro de 2003, os ingresos en concepto de patrocinio terán alcanzado a cifra de 648 millóns de dólares. Mais o patrocinio tamén é outorgado en especie. Por exemplo, Adidas é o patrocinador oficial de "Sport Clothing for Uniform" en Atenas 2004 e Reebok vestirá, entre outros, a Real Federación Española de Atletismo nos próximos Xogos Olímpicos.

As empresas de artigos deportivos invisten moito diñeiro, mais non sen antes ter calculado os millóns de dólares que irán obter como beneficio. Unicamente en publicidade e gastos de promoción, Nike gastou 1.028 millóns de dólares en 2002, que foron investidos na súa maior parte en patrocinios e contra-

tos de apoio a deportistas. Outra das grandes, Adidas, pagou 161 millóns de dólares por patrocinar o xogador de fútbol David Beckham ao longo de toda a súa vida.

Ora ben, non só grazas ao patrocinio é que se gaña diñeiro nas Olimpíadas. O movemento, a través do Comité Olímpico Internacional (COI), dos Comités Olímpicos Nacionais (CON) e dos Comités Organizadores (COJ), concede licenzas ás empresas para produciren e comercializaren "souvenirs" olímpicos como gorras, suadoiros e camisetas. Contra o pagamento duns "royalties", as empresas teñen o dereito a utilizar o emblema olímpico nos seus artigos. Segundo o relatorio da campaña internacional "Xoga Limpo nas Olimpíadas" (CCOO, UXT, Setem e Intermón Oxfam), calcúlase que os ingresos polo pagamento destes "royalties" nos Xogos de Atenas 2004 irán xerar uns 66 millóns de dólares.

Se procurarmos un exemplo xa verificado, a empresa canadense Roots gañou máis de 25 millóns de dólares vendendo reproducións de roupa dos equipos olímpicos durante as dúas semanas que duraron os Xogos de Inverno de Salt Lake en 2002.

Un novo modelo de negocio

Un novo modelo de negocio



A globalización podería ser un gran motor de desenvolvemento que proporcionase novos postos de traballo dignos e formais para axudar a saír da pobreza a millóns de persoas, mellorando as súas condicións de vida e asegurando o futuro das súas familias. Porén, a realidade móstranos que son millares as persoas a quen –a pesar de teren traballo– se lles nega

sistematicamente a participación que lles corresponde nos beneficios que xera a referida globalización.

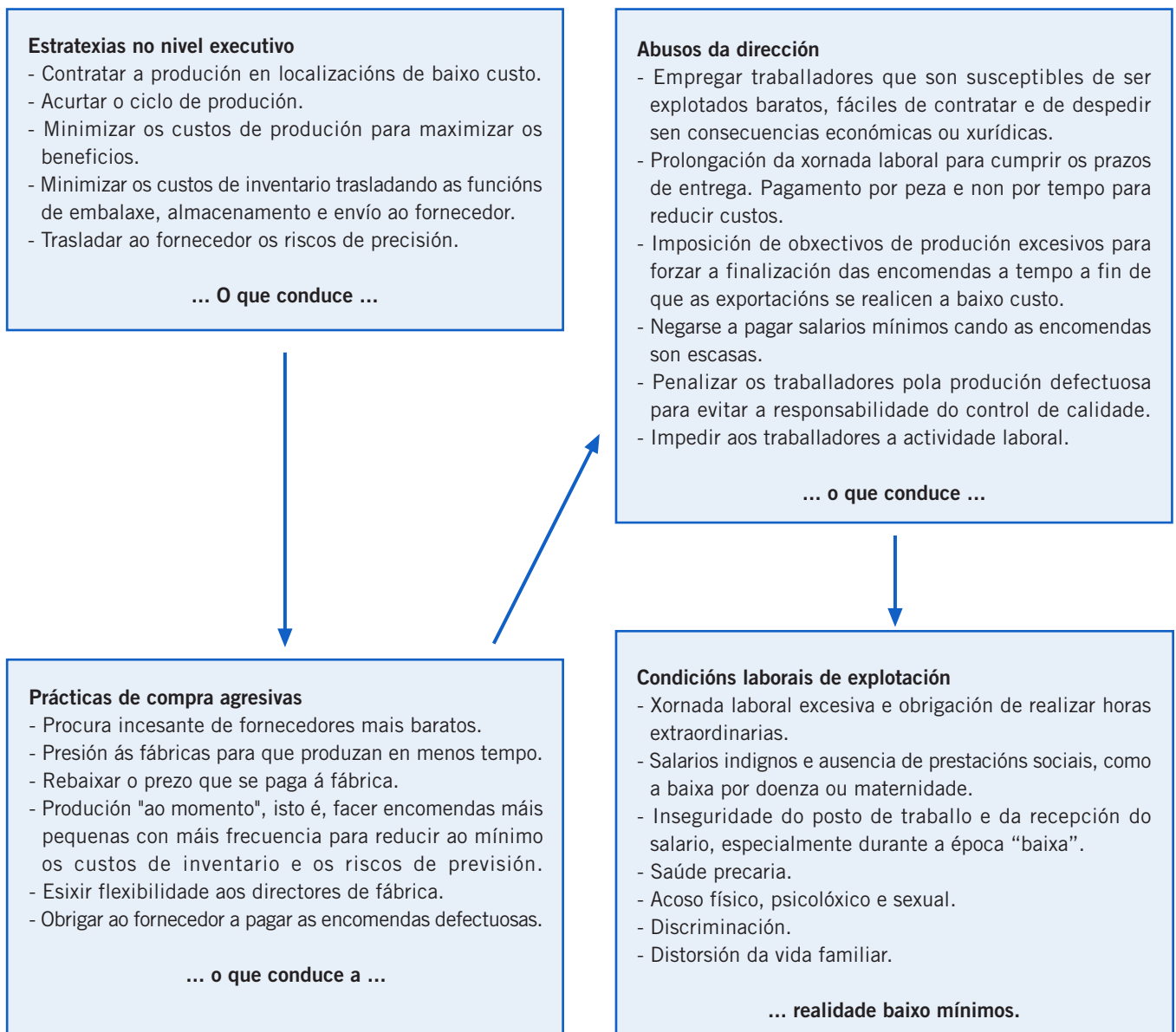
Noutros tempos, as empresas representaban un nexo de cohesión social, estaban constituídas por comunidades de traballadores e contribuían para o desenvolvemento local porque o necesitaban

para o seu propio desenvolvemento e crecemento. Os traballadores mantiñan relacións a longo prazo coas empresas (ás veces toda a vida), e o seu contexto familiar e social mantíñase ligado a unha comunidade estable que era "a súa" empresa.

Nos últimos anos, a competitividade dominou nas relacións comerciais, sendo o sector da confección un bo exemplo. As grandes firmas e cadeas de moda xa non teñen fronteiras e tentan maximizar os seus beneficios diminuíndo os custos. Para cumpriren o lema "máis por menos", externalizan a parte do proceso que máis implica ao capital humano. Isto é, o corte, confección e acabado das pezas de roupa lévase a cabo

en países onde os custos laborais son máis baixos, como a Bulgaria, Camboxa, China, Indonesia, Tailandia ou Turquía. Como gañar diñeiro nun mercado competitivo? A nova tendencia está baseada nunha constante presión para recortar os prezos, a esixencia de entregas rápidas e flexibles e una deslocalización invariable dos procesos produtivos. Este afán pola produción máis barata chegou ao punto de que unha empresa de roupa deportiva mudou de país e fabricante porque noutro sitio lle ofrecían o mesmo produto por unha diferenza de soamente 0,40 dólares por peza.¹ É así como a industria da roupa e do calzado se transformou nun modelo de negocio que produce inseguridade e vulnerabilidade para a maioría dos implicados, e prosperidade unicamente para uns poucos.

Relación entre o funcionamento das empresas de artigos deportivos e a precariedade laboral dos traballadores



¹ Testemuño dun fornecedor de Nike. Relatorio "Xoga Limp nas Olimpíadas" de CCOO, UGT, Setem e Intermón Oxfam. 2004.

Ao longo das dúas últimas décadas, aumentaron e reforzáronse de xeito considerable os dereitos das poderosas entidades corporativas. A través da Organización Mundial de Comercio (OMC) e dos acordos comerciais rexionais e bilaterais, as empresas gozan agora de maior protección, deixando os gobernos dos países pobres –onde os ingresos dependen da exportación– coas mans e os pés "cosidos". Estes últimos, desexosos de atraeren os investidores externos, atentan contra os dereitos dos traballadores para poder ofrecer unha man de obra máis

barata e máis flexible.

A cadea de fornecemento destas empresas é cada vez máis extensa e quen están ao final son os que levan a peor parte: os traballadores son obrigados polos seus directores de fábrica a traballar máis tempo, máis de présa e por menos diñeiro. Estes directores de fábrica aceptan prazos de entrega extremadamente axustados, flutuación das encomendas, e custos unitarios baixos con tal de seren parte da cadea de produción das marcas mundiais.

Máis por menos Máis por menos



Os ideais de xustiza, solidariedade, compañeirismo e valores éticos que promoveron desde os seus comezos os Xogos Olímpicos non se ven reflectidos nas condicións nas cales millares de persoas traballan para producir a roupa e o calzado que utilizarán os deportistas e que irán encher as vitrinas de establecementos de todo o mundo. Todo o contrario. En moitas ocasións non se cumpren as normas establecidas pola Organización Internacional do Traballo (OIT), non se respectan os dereitos fundamentais do ser humano nin os salarios chegan para cubrir as necesidades básicas das familias.

Nos últimos 20 anos de liberalización do comercio, foron xerados millóns de postos de traballo sobre a base da subcontratación da produción por parte das empresas a través de cadeas de produción globais que esixen custos baixos e man de obra "flexible". O resultado de todo isto é unha situación de presión intolerable para millóns de traballadores e traballadoras, que viven en permanente estado de inseguridade laboral. Non reciben salarios dignos e traballan en condicións deplorables, non teñen dereito a organizar un sindicato que defenda os seus dereitos, acumulan horas extras sen cobrar e sofren xornadas de até máis de 16 horas durante seis días á semana.

A maior parte da poboación que se encontra inmersa neste precario mundo laboral son polo xeral mulleres novas e, a miúdo, inmigrantes. En Kenya, as mulleres representan 75% da man de obra das fábricas; en Sri Lanka, 85%, e en Camboxa alcanzan 90%, sendo que unha de cada cinco mulleres de entre 18 e 25 anos traballa na industria da confección.²

O sistema encarnizouse cun dos grupos máis vulnerables da sociedade: as mulleres pobres. Moitas veces, os postos de traballo xerados nos sectores beneficiados polo comercio son a mellor das alternativas, canto a salarios. E aínda que eses

traballos unicamente lles proporcionan unha mellora marxinal nunha vida de pobreza extrema, moitas aceptan as condicións porque prefiren ter un mal traballo cun salario deficiente que non ter nada. En Bangladesh, unha muller que traballa cosendo roupa para unha multinacional –na súa casa ou en fábricas– gaña máis que unha que traballa nunha empresa local, mais isto non significa nada, a maioría delas non gozan de baixa por doenza ou por maternidade, poucas están amparadas por algunha cobertura sanitaria ou de desemprego e, até menos, conseguen aforrar para o futuro.

Mara é unha delas. Unha moza camboxana de 25 anos que traballa na confección para a marca Adidas. Mara traballa lonxe da súa casa, mantén seus seis irmáns e seu pai, gaña 65 dólares por mes e gasta todo en sobrevivir. "O noso supervisor pídenos que traballemos máis de présa, que cosamos ben, e que cumpramos cos obxectivos fixados. O meu obxectivo son 120 pantalóns cada hora. Por isto, gaño entre 1,25 e 1,50 dólares". Se ao final do día non acabou de coser 960 pares de pantalóns, realiza horas extras e nin sequera se ergue para ir ao baño para que non lle reteñan a prima de incentivo mensual.



© Fernando Morales, Intermón Oxfam

² "Máis por menos. O traballo precario nas cadeas de produción globalizadas." Oxfam Internacional, 2004.

A suar para as OLIMPIADAS

Na Fábrica I, que produce roupa e calzado deportivos co emblema dos Xogos Olímpicos, os traballadores e traballadoras (entrevistados en Outubro de 2003) explicaron que traballan nas condicións seguintes:

- Cando hai que cumprir uns prazos de entrega para a exportación, os traballadores son obrigados a facer quendas de até 17 horas durante seis días consecutivos. Os traballadores están extenuados. Moitas mulleres embarazadas sofren abortos por causa das xornadas laborais interminables.

- Unha cuarta parte da man de obra (2.000 traballadores) está empregada temporalmente. Págaselles a metade do salario mensual estándar dos traballadores fixos e obrígaselles a facer horas extraordinarias non pagas cando non cumpren os seus obxectivos de produción na xornada laboral normal.

- Os activistas sindicais sofren acoso e insultos.

- As traballadoras, especialmente as temporais, son vítimas de acoso sexual.

- Os traballadores sofren maltrato verbal: "Chámannos cans e dinnos que nos muramos".

- Os traballadores non reciben ningunha prestación en seguridade social.

- Ningún dos traballadores sabe da existencia de códigos de condutas laborais, nin ten coñecemento de que se realicen inspeccións.

Relatorio "Xoga Limpo nas Olimpíadas". CCOO, UXT, Setem, Intermón Oxfam, 2004.

A negociar un traballo digno



"... Decateime do importante que é protexer os dereitos dos traballadores. Se un traballador ten un problema, non coñece os seus dereitos. O sindicato pode aconsellalo e axudalo a resolvelo." Prem, membro do comité sindical dunha fábrica de confección téxtil tailandesa.

Os sindicatos representan os seus membros en cuestións que van da saúde e a seguridade até os salarios e o horario laboral. O método para conseguir os acordos é a través de "negociacións colectivas" formais co xefe ou propietario da fábrica. Así, os traballadores e traballadoras que, por exemplo, foron despedidos de maneira improcedente ou que sufriron abuso sexual, teñen un organismo que os defenda. Alén diso, os sindicatos son os encargados de presionar os gobernos e as institucións internacionais para que as cuestións que preocupan aos traballadores fiquen reflectidas nas políticas nacionais e mundiais.

Nun contexto de vulnerabilidade e precariedade total, a liberdade de sindicación é fundamental para os empregados melloraren as súas condicións de traballo. Mais no sector da confección de roupa deportiva, este método de facer xustiza continúa a

ser un problema. Os sindicatos enfróntanse a serias restricións legais ou prácticas en moitos países en desenvolvemento, e os traballadores non teñen diñeiro para pagar as cotas, teñen medo ás represalias, a ser incluídos nunha lista negra, aos despedimentos ou, simplemente, non lles está permitido organizarse sindicalmente.

Nunha das fábricas turcas que confeccionan pezas de roupa para Lotto e Puma, unha moza de 22 anos chamada Rana, explica: "Mentres os traballadores da fábrica veciña facían folga ante o edificio, o noso supervisor díxonos: "xa veredes, todos ficarán sen traballo. Non cometades nunca este erro. Do contrario, sufriredes as mesmas consecuencias."

Hai quen mudou as regras e están a formar novas alianzas nacionais de sindicatos e ONG's. É o caso de Sri Lanka. Alí reuníronse recentemente no Labour Core Group para traballar en campañas sobre os principais problemas que afrontan as traballadoras da industria téxtil. Un destello de esperanza para os millares de persoas que precisan do apoio colectivo.



Quen é o responsable desta situación? Os fornecedores e os empregadores teñen a responsabilidade moral e legal directa de garantir que os seus traballadores e traballadoras reciban un trato digno, que as condicións laborais sexan xustas e que traballen nun ambiente saudable e seguro. Moitos non cumpren estas regras, mais eles non son os únicos responsables. Como vimos no esquema "Relación entre o funcionamento das empresas de artigos deportivos e a precariedade laboral dos traballadores", os fornecedores están case no final da cadea de produción e as ordes de "máis traballo, máis rápido, e máis barato" veñen de máis arriba.

- A dinámica da globalización e a concorrencia comercial arrastran millares de persoas a infrinxir as normas dun comercio xusto. Os gobernos –na súa loita polo crecemento económico baseado nas exportacións e apoiados polo Fondo Monetario Internacional e o Banco Mundial– adaptaron ("flexibilizaron") as súas políticas laborais, para así poder satisfacer as esixencias das compañías globais de produción.
- As empresas fixeron seu o concepto de Responsabilidade Social Corporativa, como un xeito de se distanciaren das acusacións das súas prácticas comerciais. Este novo concepto, entendido como a adopción dunha posición ética por parte da empresa, consís te no compromiso libre e activo coa sociedade para contribuír para construíla como comunidade democrática, sustentable e solidaria. A Responsabilidade Social non se reduce ás consecuencias daquilo que fan as empresas, senón que se refire á forma en como as empresas se sitúan e actúan no seo da rede en que están inscritas. Móstrase a través dos valores e criterios que orientan ás empresas en todas as súas relacións.

Nalgunhas empresas, redactaron "códigos de conduta", organizáronse sindicatos, aceptáronse inspeccións e auditorías. Porén, tal como se explicou ao longo deste dossier, non todas as empresas os poñen en práctica. E cando os responsables da política ética das empresas os aplican, o persoal de compra e de comercialización volve presionar para conseguir prezos unitarios baixos en menos tempo, deitando ao lixo os esforzos por seren socialmente correctos.
- Pola súa parte, o Comité Olímpico Internacional, organismo co poder de decidir e alterar as regras do xogo, para alén de titular dos dereitos de todas as marcas olímpicas, mantén o contrato con empresas que produciron os equipos dos atletas e os artigos-souvenir de roupa e calzado deportivos en condicións de explotación.
- A cidadanía ten nas súas mans o poder de esixir un xogo limpo cos traballadores e traballadoras, a través das accións das campañas internacionais e das organizacións que defenden os dereitos dos traballadores. Ademais, podemos optar por nos informar sobre en qué condicións se fabrica a roupa deportiva que compramos e utilizamos, informarnos do que hai detrás do negocio do deporte. A mudanza non virá por si soa, ás empresas convenlles manter este modelo de negocio que lles permite reducir custos e maximizar os gaños... somos nós quen debemos liderar a mudanza por un consumo responsable.

Para saber máis...

Para saber máis...

Bibliografía

Os obxectivos de desenvolvemento do Milenio: un pacto entre as nacións para eliminar a pobreza.

Informe Sobre Desenvolvemento Humano 2003
PNUD, 2003.

Relatorio "Xogo limpo nas Olimpíadas"

Oxfam Internacional, 2004
(www.IntermonOxfam.org)

Relatorio "Máis por menos"

Intermón Oxfam, 2004
(www.IntermonOxfam.org)

Páxinas web:

Páxinas web:

- Historia dos XX.OO.

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

- Atlas mundial de financiamento

www.realinstitutoelcano.org/analisis/360.asp

- Documentos oficiais

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

- Patrocinadores - Socios

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

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

- Símbolos olímpicos

www.elalmanaque.com/deportes/juegos_olimpicos/

- Medio Ambiente e Xogos Olímpicos

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

- Dopaxe

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

- Campaña "Roupa Limpa" (explotación laboral en países do Sur)

www.ropalimpia.org

- Estudos Intermón Oxfam

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

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

- Campaña "Xoga limpo"

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

Visita a nosa Web
e descarga o
Global Express!!

www.IntermonOxfam.org/educar/global

Global express pretende xerar preguntas entre os alumnos e as alumnas sobre o que contan os medios de comunicación. Trátase de promover unha visión crítica da realidade que lles permita comprender o estado do mundo e, en especial, a situación do mundo en desenvolvemento.

Global express é unha iniciativa de: Centrum voor Mondiaal Onderwijs (Holanda), Curriculum Development Unit (Irlanda), Centro Educazione Mondialità (Italia) e Intermón Oxfam (España).