

Cómo beneficiarse con las normas privadas

Guía sobre las normas privadas para
proveedores de los sectores de indumentaria,
calzado y muebles



CBI
Ministry of Foreign Affairs



Norad

Vienna, 2010

AGRADECIMIENTOS

Esta publicación es el producto de un proyecto financiado por la Norad e implementado por la ONUDI, en colaboración con el CBI de los Países Bajos.

La ONUDI, la Norad y el CBI reconocen con gratitud la dedicada labor de Mariëtte van Huijstee, Thijs Kerckhoffs y Bart Slob del SOMO (Centro de Investigaciones sobre Empresas Multinacionales de los Países Bajos), quienes desempeñaron el rol de autores principales de la guía, y de Müge Dolun Bora (ONUDI), quien supervisó y coordinó el proyecto, además de brindar su aporte en los numerosos borradores de este documento.

Esta publicación fue creada con el asesoramiento general de Lalith Goonatilake, Director del Servicio de Fortalecimiento de la Capacidad Comercial de la ONUDI, y con el apoyo de Gerardo Pataconi (ONUDI) y Bernardo Calzadilla-Sarmiento (ONUDI). Michele Clara y Natasha Weisert de la ONUDI brindaron su aporte con observaciones importantes a lo largo de todo el proyecto.

Los autores desean expresar su agradecimiento a Mathew Alexander, Solomon Sampathkumar y KV Emmanuel de la Indian Leather Industry Foundation (ILIFO), que llevaron a cabo la encuesta y las entrevistas posteriores para el estudio de casos en el sector del cuero y del calzado de la India; a Ana Brescancini, Tania Christopoulos y Selim Rabia, que llevaron a cabo la encuesta en el sector de muebles de Brasil; a Mutlu Karatas, que realizó la primera encuesta en empresas textiles y de ropa de Turquía y a Ismail Seymen, que realizó las entrevistas para el estudio de casos.

También expresamos un agradecimiento especial a Diana Hubbard, por corregir el documento, y a Martin Kellermann por revisar la guía en carácter de experto.

La investigación contó con la asistencia de Christophe Marienne, Carl-Johan Hedberg y George Elfond, mientras que el proyecto tuvo el excelente apoyo administrativo de Victoria Nussbaumer y Ryan Cutting.

El proyecto se vio beneficiado en gran medida por documentos de referencia suministrados por Pierre Hauselmann, Pepijn Van de Port y Alan Bryden.

También se agradecen enormemente los comentarios y las sugerencias de los siguientes expertos: Ahmad Ansari, Anne-Laure Linget, Lilowtee Rajmun, Benan Vey, Padmasiri Mannakkara, Eranthi Premaratne, Slim Khedher, Le Van Dao, Halina Ward, Vera Scholz, Beer Budoo, Martin Neureiter, Olimpia Panfil y Manuela Boesenhofer. Muchas de las personas mencionadas anteriormente participaron en la Reunión plenaria del Grupo de Expertos y en el taller para redactar la versión preliminar.

SIGLAS

ARM	Acuerdo de Reconocimiento Mutuo
ASTM	Sociedad Americana para el Ensayo de Materiales
AWS	Alliance for Water Stewardship
BSCI	Iniciativa de Cumplimiento Social Empresarial
CBI	Centro para la Promoción de las Importaciones de Países en Desarrollo
CDP	Proyecto de Divulgación del Carbono
CEN	Comité Europeo de Normalización
CIES	Comité International d'Entreprises à Succursales/Comité Internacional de Cadenas Minoristas de Alimentación
CMR	Carcinogénicos, Mutagénicos o Tóxicos para la Reproducción
CoC	Cadena de Custodia
ETI	Iniciativa de Comercio Ético
FLA	Asociación para el Trabajo Justo
FLO	Fairtrade Labelling Organization
FSC	Consejo de Administración Forestal
GCI	Iniciativa Global de Comercio
GOTS	Norma Mundial para Textiles Orgánicos
GRI	Iniciativa de Reporte Global
GSCP	Programa Mundial de Cumplimiento Social
HCVF	Bosques de Alto Valor de Conservación
IBS	Normas Básicas de IFOAM (IBS) para la producción y el procesamiento orgánicos
IEM	Control Externo Independiente
IFOAM	Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica
ISO	Organización Internacional de Normalización
KPI	Indicador Clave de Rendimiento
mPmB	muy Persistente y muy Bioacumulable
NORAD	Agencia Noruega de Cooperación al Desarrollo
OC	Organismo de Certificación
OGM	Organismo Genéticamente Modificado
OHSAS	Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional
OIT	Organización Internacional del Trabajo
ONG	Organización No Gubernamental
ONUDI	Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
PBT	Persistente, Bioacumulable y Tóxico
REACH	Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de Sustancias Químicas
SAAS	Servicios de Acreditación de Responsabilidad Social
SAI	Responsabilidad Social Internacional
SVHC	Sustancias Altamente Preocupantes
TNC	The Nature Conservancy
UNCED	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo
WBCSD	Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible
WEF	Federación Ambiental del Agua
WELS	Programa de Etiquetado para la Eficiencia Hídrica
WRAP	Worldwide Responsible Accredited Production
WRI	Instituto de Recursos Mundiales
WSI	Water Stewardship Initiative
WWF	Fondo Mundial para la Naturaleza

Índice

Resumen	7
1. Introducción: ¿por qué la guía?	11
2. Panorama de las normas privadas	19
3. Códigos de conducta del comprador	33
4. Estrategias para proveedores de países en desarrollo	41
5. Tendencias	57
6. En conclusión	67
7. Glosario de normas e iniciativas internacionales	69

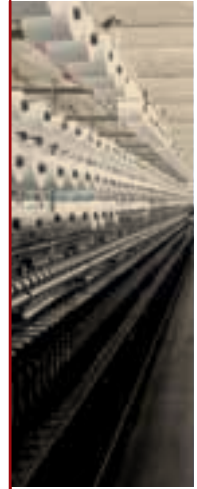
Tablas

Tabla 1: Panorama de las normas privadas	portada
Tabla 2: Normas citadas con más frecuencia por tipo y sector	20
Tabla 3: Cantidad de exportadores de la muestra a los que se les exigió cumplir con códigos de conducta y certificados exigidos con más frecuencia por sector	21
Tabla 4: Normas privadas aplicadas con más frecuencia, divididas por sector	25
Tabla 5: Denominadores comunes en los códigos de conducta del comprador	34
Tabla 6: La inversión versus los beneficios de las normas privadas	43
Tabla 7: Cumplimiento de códigos de conducta del comprador y certificaciones sociales y medioambientales por parte de exportadores de indumentaria y textiles terminados y no terminados de Turquía	63

Cuadros

Cuadro 1: Norma IWAY de IKEA	24
Cuadro 2: Consejo de Administración Forestal (FSC)	26
Cuadro 3: Certificado Oeko-Tex	27
Cuadro 4: Responsabilidad Social Internacional y SA 8000	30
Cuadro 5: La historia detrás de los códigos de conducta del comprador: marcas bajo presión, el caso de NIKE	33
Cuadro 6: Código de conducta de H&M	37
Cuadro 7: Iniciativa de Comercio Ético (ETI)	38
Cuadro 8: Asociación para el Trabajo Justo (FLA)	39

Cuadro 9:	Compañía india de artículos de cuero “ILC” que aún no se ha visto obligada a cumplir con requisitos sociales y medioambientales del comprador	42
Cuadro 10:	Cinco cosas que se deben comenzar a hacer, si aún no se hacen, ante la exigencia de una norma privada	45
Cuadro 11:	Costes de cumplimiento iniciales de la compañía india de calzado de cuero “Shu”	45
Cuadro 12:	La compañía de indumentaria deportiva turca “Sporty” adopta una estrategia reactiva frente a las normas privadas	47
Cuadro 13:	La compañía textil turca “Yasmin” crea un código de conducta	49
Cuadro 14:	Algunas herramientas de referencia para crear un código de conducta	49
Cuadro 15:	Algunos recursos de apoyo disponibles para la capacitación	50
Cuadro 16:	Algunos instrumentos y herramientas disponibles para implementar un sistema de gestión social o medioambiental	51
Cuadro 17:	Certificación del Consejo de Administración Forestal (FSC) para la compañía de muebles “Furniture” de Brasil	53
Cuadro 18:	Mensaje de los proveedores de países en desarrollo a los compradores mundiales	54
Cuadro 19:	De normas voluntarias a leyes: el caso de los textiles orgánicos	58
Cuadro 20:	Efecto de la regulación REACH sobre las relaciones entre compradores y proveedores	59
Cuadro 21:	Ejemplos de etiquetas de huella de carbono	62
Cuadro 22:	Armonización y evaluación comparativa: Programa Mundial de Cumplimiento Social	65





Resumen

Los fabricantes de marcas y distribuidores mundiales exigen cada vez más a sus proveedores de países en desarrollo para que cumplan con determinadas normas sociales, medioambientales y de seguridad. Estas normas se conocen con la creciente denominación de “normas privadas”. Ciertamente el cumplimiento no debería ser un gran problema para los fabricantes de países en desarrollo cuando las leyes y regulaciones nacionales ya contemplen dichas normas. Sin embargo, las normas privadas impuestas por los distribuidores y fabricantes de marcas mundiales también pueden exceder las leyes locales y nacionales, o establecer otras condiciones en relación con temas de salud y seguridad, por ejemplo. Una estrategia proactiva por parte de los fabricantes locales les permitirá a éstos cumplir con las normas más fácilmente y los conducirá a lograr importantes beneficios, como ventajas competitivas, mayor eficiencia y, en última instancia, más oportunidades de exportación.

El objetivo de esta guía es brindar a los fabricantes de los sectores de muebles, indumentaria y cuero ciertos conocimientos sobre el panorama de las normas privadas, junto con la orientación pertinente para beneficiarse con ellas. La información que se incluye se basa en entrevistas y cuestionarios realizados a una muestra de compañías exportadoras pertenecientes al sector del cuero de la India, al sector de textiles e indumentaria de Turquía y al sector de muebles de Brasil.

PANORAMA DE LAS NORMAS PRIVADAS

Es importante resaltar que las normas privadas son diferentes a las regulaciones técnicas y a las normas voluntarias nacionales, regionales e internacionales como las que se pueden encontrar en las operaciones comerciales con cualquier socio. Las normas privadas se centran en cuestiones sociales, medioambientales y de seguridad, y son exigidas por distribuidores y fabricantes de marcas a los proveedores de sus productos. Estas normas son de naturaleza variada y diferente alcance. Por ejemplo, no todas las normas privadas se centran en un mismo aspecto y no todas revisten la misma importancia. Las cuestiones laborales suelen predominar más en el sector de indumentaria y cuero, mientras que en el sector de muebles son más frecuentes los requisitos de cumplimiento con el medio ambiente. Además, las

normas se pueden aplicar al lugar de producción o al producto mismo. En general, los códigos de conducta del comprador hacen referencia al lugar de producción principalmente, mientras que los certificados y las etiquetas de productos implican, con mayor frecuencia, la conformidad con requisitos relacionados tanto con el lugar de producción como con el producto mismo.

En el capítulo 2, se mencionan otras diferencias entre las normas privadas, mientras que en el capítulo 3, se detallan los denominadores comunes en los distintos requisitos de algunos de los códigos de conducta del comprador que se citaron con más frecuencia en las encuestas realizadas.

ESTRATEGIAS

Cuando un proveedor reúne los requisitos básicos necesarios para exportar, como escala y capacidad, y también observa las leyes locales y nacionales, así como las regulaciones técnicas y las medidas sanitarias y fitosanitarias (SFS) de los mercados importadores, la compañía puede estar en perfectas condiciones de establecer relaciones comerciales con marcas o distribuidores mundiales. El comprador involucrado, a menudo, le exigirá al proveedor que cumpla con una o más normas privadas adicionales sobre cuestiones sociales y medioambientales para asegurar su reputación como marca responsable a nivel mundial y evitar cualquier publicidad negativa posible.

Frente a esta situación, el proveedor puede reaccionar de dos maneras: adoptando un enfoque reactivo o uno proactivo. El enfoque reactivo significa que el proveedor se limitará a cumplir con las exigencias que imponga el comprador en cada relación comercial nueva que establezca. El enfoque proactivo implica que el proveedor perseguirá un camino más ambicioso. Este último proceso comienza por asumir una visión y un compromiso, continúa con la introducción y el cumplimiento de un conjunto de normas sociales y medioambientales serias, y culmina con la verificación externa para autenticar las nuevas normas mejoradas que se incorporaron. Al hacer esto, la empresa también se beneficiará con una mayor ventaja competitiva, una mayor eficiencia y una base de clientes más extensa, por nombrar sólo algunos de los beneficios.

TENDENCIAS

En el contexto de la fabricación globalizada, es obvio que el contenido y el enfoque de las normas privadas seguirán evolucionando en los próximos años. Las normas privadas avanzan a paso continuo, como se

manifiesta en la relación dinámica entre estas normas y las regulaciones técnicas. Algunas normas privadas surgieron de legislaciones básicas, mientras que otras emergieron en la práctica y se tradujeron en leyes. Con respecto al contenido, se prevé que la “huella de carbono”, en particular, adquirirá más importancia. Este principio va más allá de la eficiencia energética del producto final, dado que incluye las emisiones de gases de efecto invernadero durante todo el ciclo de vida de un producto, desde la materia prima hasta su desecho. Los proveedores de países en desarrollo se verán cada vez más presionados a limitar la huella de carbono debido al compromiso asumido por sus socios comerciales. Las preocupaciones sociales y medioambientales de las marcas y los distribuidores también han llevado a éstos a exigir de forma más estricta el cumplimiento de sus códigos de conducta en las primeras etapas de la cadena de valor. Dado que los compradores son cada vez más conscientes de los riesgos para su reputación que conllevan las violaciones de los derechos de los trabajadores, las violaciones de los derechos humanos y la degradación del medio ambiente, sus proveedores directos deberán ejercer más control sobre lo que ocurre con sus propios proveedores o subcontratistas, a fin de garantizar la trazabilidad de los productos finales.

Una tendencia reciente, pero aún incipiente, se relaciona con la armonización y la evaluación comparativa de normas privadas como respuesta a su abrumador crecimiento en cantidad y variedad. Pero a pesar de su multiplicidad, continúan surgiendo nuevas normas de forma periódica. Desde el punto de vista de los proveedores, la armonización y la evaluación comparativa de normas privadas es de especial interés, ya que simplifica en gran medida el cumplimiento y permite el ahorro de costes tanto de los proveedores como de los compradores.



Introducción: ¿por qué la guía?



Actualmente, cada vez son más las compañías de países en desarrollo y economías emergentes que se convierten en fabricantes a escala mundial. La liberalización de los mercados de consumo les ofrece a estas compañías la oportunidad de exportar sus productos a mercados mundiales donde se les exige cada vez más cumplir con “normas privadas”, un fenómeno en aumento. También denominadas valores, normas, ética, códigos, prácticas, directrices, principios o moral de una empresa¹, las normas privadas se consideran una forma de promover el desarrollo social y la sustentabilidad del medio ambiente.

La función de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUUDI) es promover el desarrollo industrial para lograr la disminución de la pobreza, una globalización socialmente inclusiva y la sustentabilidad del medio ambiente. El objetivo de esta guía es proporcionar cierta claridad en relación con la gran cantidad de información disponible, pero de difícil acceso, sobre normas privadas, y sugerir un enfoque estratégico a los proveedores de países en desarrollo que afrontan este desafío.

TRASFONDO

Desde el punto de vista de los proveedores, las normas privadas pasan a un primer plano cuando venden sus productos a marcas y distribuidores que operan a nivel mundial. Pero antes de avenirse a la cuestión de las normas privadas, el proveedor que ingrese al mercado por primera vez deberá reunir ciertos requisitos básicos para convertirse en proveedor potencial de estas marcas y distribuidores.

Primero y principal, la empresa deberá respetar la legislación local y nacional. Luego, necesitará contar con la escala y la capacidad necesarias para exportar, lo que incluye calidad de productos, precios competitivos y volumen suficiente (para satisfacer grandes pedidos), y ser capaz de cumplir con los plazos de entrega, todo esto sumado al

¹ P. van de Port (Vrije Universiteit Amsterdam) durante la Reunión del Grupo de Expertos de la ONUUDI, Viena, 8 y 9 de mayo de 2008.

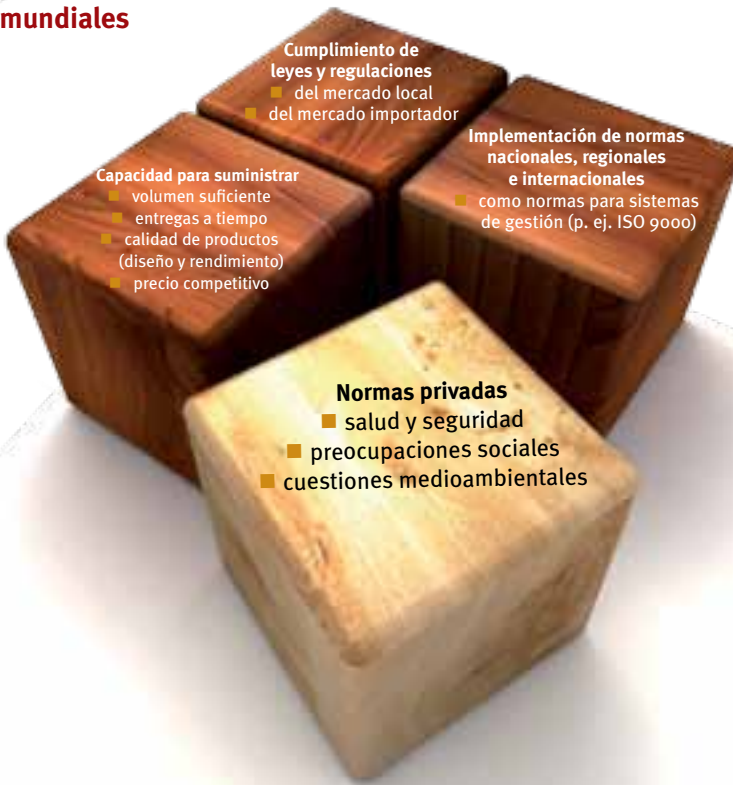
cumplimiento de las regulaciones técnicas y las medidas sanitarias y fitosanitarias (SFS)² del mercado objetivo. El cumplimiento de requisitos básicos suele incluir la incorporación de un sistema de gestión de calidad, como ISO 9000.

Una vez que los fabricantes de países en desarrollo reúnen estas condiciones técnicas y, además, cumplen con las normas privadas, el acceso a las cadenas de suministro internacionales debería ser mucho más fácil y generar, por lo tanto, nuevas oportunidades de exportación. Pero si las compañías exportadoras no reúnen los requisitos, es probable que se vean excluidas de ciertos canales de exportación. Si esto ocurriera, las normas privadas terminarían actuando como obstáculos para el comercio.

Frente a este escenario, la guía tiene como fin proporcionar información sobre el complejo panorama de las normas privadas a los fabricantes de los sectores de indumentaria, cuero y muebles que deseen operar con las grandes marcas y distribuidores. La guía ofrece una orientación estratégica para permitir que los proveedores de países en desarrollo puedan beneficiarse con dichas normas. Asimismo, ésta debería ser de utilidad para los exportadores de otros sectores.

2 El Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) de la Organización Mundial del Comercio establece reglas básicas para que las regulaciones, normas y los procedimientos de prueba y certificación no generen obstáculos innecesarios, mientras que el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (SFS) rige la forma en que los gobiernos pueden aplicar medidas de sanidad vegetal y animal, así como de seguridad alimentaria.

Figura 1: Desafíos a futuro para los exportadores de mercados mundiales



SURGIMIENTO DE LAS NORMAS PRIVADAS

La importancia y la influencia crecientes de las normas privadas tienen algunas causas claras. Los consumidores en economías desarrolladas, como también las organizaciones de la sociedad civil en estas partes del mundo, están mostrando una creciente preocupación por las condiciones sociales y medioambientales que reinan en los países que intervienen en las cadenas de suministro de los productos que se venden en sus mercados. La confianza del consumidor en la conducta responsable de las marcas importantes y los distribuidores disminuye a medida que el público recibe información sobre casos de violaciones de los derechos de los trabajadores, violaciones de los derechos humanos y degradación del medio ambiente, ocasionados por la actividad corporativa.

A su vez, estos casos de mala conducta indican que los gobiernos nacionales de los países en desarrollo a menudo no hacen cumplir las

leyes y regulaciones nacionales e internacionales. Por consiguiente, las compañías que operan a nivel mundial se ven enfrentadas al desafío de responder ante esta brecha de gobernabilidad.

Asimismo, a medida que aumenta la conciencia del consumidor con respecto a los patrones de producción y consumo, también crece el interés por una diferenciación en el mercado basada en criterios de producción sociales y medioambientales. Estos avances han generado la reacción de grandes marcas y distribuidores, quienes están fijando normas más estrictas dentro de sus cadenas de suministro, con el fin de mejorar el rendimiento social y ecológico de los fabricantes de países en desarrollo a lo largo de todas las cadenas. En esencia, muchas multinacionales utilizan las normas privadas como un instrumento de gestión de la cadena de suministro y como un mecanismo para obtener ventajas de comercialización sobre sus rivales.

Actualmente, la proliferación de las normas privadas que se originó en Europa y en los Estados Unidos de América se está expandiendo de forma creciente a marcas y distribuidores de las regiones de Asia-Pacífico y América Latina. Es probable que se expanda aun más alrededor del mundo a medida que los mercados se desarrollen.

LAS NORMAS PRIVADAS FRENTE A OTROS REQUISITOS DE EXPORTACIÓN

Los proveedores de marcas que operan a nivel mundial y los distribuidores enfrentan una gran variedad de requisitos, que incluyen las **normas privadas**, las **regulaciones técnicas obligatorias** de los mercados importadores y las **normas voluntarias nacionales, regionales o internacionales**. Suele ser difícil distinguir estos requisitos entre sí, por lo que en esta sección se ofrecen definiciones de las diferentes categorías.

En el caso de las **regulaciones técnicas**, como ciertas regulaciones de seguridad y restricciones de sustancias químicas (por ejemplo, REACH: Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de Sustancias Químicas), la responsabilidad de demostrar conformidad suele recaer en el importador de los productos. Sin embargo, en la práctica, la responsabilidad de demostrar conformidad se transfiere a la cadena de suministro a través de contratos entre empresas. Por ello, los exportadores de países en desarrollo se ven enfrentados a estos requisitos, que pueden malinterpretarse como normas privadas.

Las normas privadas también se confunden con las **normas voluntarias internacionales** creadas por organizaciones internacionales para el desarrollo de normas, como la Organización Internacional de Normalización (ISO) y el Codex Alimentarius. Estos requisitos pueden relacionarse con procesos de producción, diseño del producto y rendimiento. Si bien las normas creadas por estas organizaciones son de cumplimiento voluntario, no se consideran “privadas” porque han sido elaboradas por la comunidad internacional de normalización y se basan en el consenso internacional entre los organismos miembro, los cuales son gubernamentales, paraestatales o no gubernamentales. Estas normas voluntarias internacionales pueden formar parte del contrato entre proveedores y compradores.

Como subconjunto de las normas voluntarias, las **normas de rendimiento y diseño del producto** también constituyen un elemento importante en los contratos entre proveedores y compradores. Por ejemplo, existen numerosas pruebas de rendimiento textil que han sido creadas (y revisadas de forma periódica) por organizaciones de normas, como la Sociedad Americana para el Ensayo de Materiales (ASTM, www.astm.org) o el Comité Europeo de Normalización (CEN). En esta guía, no se tratarán estas normas, dado que existe mucha información disponible al respecto. Aunque las regulaciones técnicas y las normas voluntarias internacionales sean tan importantes como los requisitos sociales y medioambientales de las marcas y distribuidores, esta guía sólo se centra en estos últimos y adopta la siguiente definición de normas privadas:

Iniciativas voluntarias no impuestas por el gobierno que:

- se centran en cuestiones sociales, medioambientales y de seguridad;
- establecen requisitos para productos o procesos de producción; y
- pueden ser elaboradas por compañías específicas, consorcios de compañías u organizaciones de la sociedad civil.

CONTENIDO DE LA GUÍA

La guía se centra en las normas privadas de los sectores de indumentaria, cuero y muebles. Estos sectores fueron seleccionados porque figuran dentro de los cinco principales sectores de exportación de los países en desarrollo en las estadísticas de comercio internacional. No se incluyó el sector de alimentos, dado que ya existe un conocimiento considerable sobre el rol y el funcionamiento de las normas privadas en esta área. Los temas de seguridad tienen un papel menos destacado en esta guía, debido a que su importancia en los sectores seleccionados es menor que en el sector de alimentos. El conocimiento proporcionado sobre normas privadas en los tres sectores seleccionados se centrará en cuestiones sociales y medioambientales, y se basa en las encuestas y entrevistas realizadas a compañías exportadoras pertenecientes a dichos sectores, radicadas en la India, Brasil y Turquía. Nuevamente, estos países fueron seleccionados porque figuran dentro de los cinco principales países exportadores en los respectivos sectores³.

La guía trata los siguientes temas:

- Una descripción general del panorama de normas privadas con información para las compañías exportadoras sobre los diferentes tipos de normas privadas y sus requisitos (Capítulo 2).
- Una visión profunda de los códigos de conducta del comprador, que incluye los aspectos comunes de sus requisitos (Capítulo 3).
- Una visión de las estrategias que aplican los fabricantes de países en desarrollo frente a las normas privadas, incluidos los costes y beneficios del cumplimiento (Capítulo 4).
- Un análisis de las tendencias emergentes en las normas privadas (Capítulo 5).
- Una sección de resumen que subraya las ideas clave del informe (Capítulo 6).
- Un glosario de normas e iniciativas internacionales (Capítulo 7).

³ Se podrá encontrar más información sobre los métodos de investigación y selección en el documento de referencia disponible en www.unido.org/privatestandards.





Panorama de las normas privadas



Definir una “norma privada” es casi imposible, dado que existe una gran cantidad de normas, directrices, códigos e iniciativas con diferentes tipos de mecanismos de comunicación y verificación que se consideran en conjunto normas privadas. En realidad, la mayoría de las normas privadas no son “normas” en el sentido estricto del término. Incluso dentro de los distintos tipos de normas, existen muchas diferencias en cuanto a la aplicación y gobernabilidad que requieren, al enfoque sustancial, al grado de rigor y a los procesos de auditoría. En este capítulo, se intenta resumir la variedad en las normas privadas mediante una descripción general de un conjunto relativamente representativo de éstas.

Las 17 normas incluidas en este capítulo⁴ comprenden las seleccionadas a partir de las encuestas de investigación a exportadores de países en desarrollo⁵, además de algunas normas ampliamente reconocidas en esta área. En la Tabla 1 de la portada de esta guía, las normas seleccionadas se clasifican de acuerdo con cinco características: tipo, sector, enfoque, aplicación y evaluación de conformidad. A continuación, se explican las diferencias en estas y otras áreas.

TIPOS DE NORMA

Se pueden distinguir varios tipos de normas privadas, las que se pueden dividir a grandes rasgos en ***códigos de conducta del comprador, certificados y etiquetas de productos***. El cumplimiento de los ***códigos de conducta del comprador*** suele ser exigido por marcas y distribuidores

4 Las normas privadas seleccionadas son las siguientes: Responsabilidad Social (SA) 8000, Consejo de Administración Forestal (FSC), Oeko-Tex, Fairtrade Labelling Organization (FLO), Norma Mundial para Textiles Orgánicos (GOTS), Worldwide Responsible Accredited Production (WRAP), Iniciativa de Cumplimiento Social Empresarial (BSCI), Asociación para el Trabajo Justo (FLA) y los códigos de conducta de Nike, Adidas, Marks & Spencer, H&M, Deichmann, Pier 1, IKEA, Wal-Mart y Gap Inc.

5 Las encuestas se realizaron a 37 exportadores de muebles de Brasil, a 29 exportadores de productos textiles e indumentaria de Turquía y a 39 exportadores de calzado y productos terminados de cuero de la India. En Turquía, se consultó a otras cuatro compañías en la última parte del estudio. A estas compañías se les pidió que ofrezcan su visión de las normas privadas con las que deben cumplir. En este capítulo, se incluyen las normas citadas con más frecuencia en cada uno de estos sectores.

como H&M, IKEA o Wal-Mart. Éstos exigen a los proveedores y demás compañías exportadoras que cumplan con los requisitos detallados en dichos códigos. Como resultado, el cumplimiento suele ser un requisito indispensable para iniciar o continuar una relación comercial con estas compañías mundiales. En el Capítulo 3, se ofrece más información detallada sobre los códigos de conducta del comprador en la muestra que hemos realizado.

También se puede otorgar un certificado basado en una norma privada, como las normas de Responsabilidad Social Internacional y del Consejo de Administración Forestal (FSC), para demostrar que el proceso de auditoría se llevó a cabo con éxito, al cotejar el cumplimiento de proceso con lo que requiere la norma. La certificación se puede obtener en productos y también en sistemas de gestión. Si bien, a veces, es el comprador el que exige certificados, el proceso de certificación suele ser iniciado por los proveedores con el fin de diferenciarse en el mercado. Los certificados que se mencionaron con más frecuencia en las encuestas se describen con más detalle en los cuadros de texto de este capítulo (Cuadros 2, 3 y 4).

También se pueden etiquetar los productos destinados al consumo con el fin de diferenciarlos, utilizando como base los criterios de rendimiento social y medioambiental establecidos por una norma. Por ejemplo, la etiqueta Oeko-Tex hace referencia a textiles o indumentaria inofensivos a la piel. El etiquetado de productos suele implicar también la certificación de los métodos de trabajo de una compañía. De hecho, esta certificación acompaña a todas las etiquetas de productos en nuestra muestra.

Tabla 2: Normas citadas con más frecuencia por tipo y sector

	Certificados	Certificados y etiquetas de productos	Códigos de conducta
Textiles	Worldwide Responsible Accredited Production (WRAP)	Oeko-tex, GOTS y Fairtrade	Iniciativa de Cumplimiento Social Empresarial (BSCI), Asociación para el Trabajo Justo (FLA), H&M, Marks & Spencer y Gap Inc.
Calzado y cuero	SA8000	N/D	Nike, Adidas y Deichmann
Muebles	N/D	Consejo de Administración Forestal (FSC)	Pier 1, IKEA y Wal-Mart

SECTOR

La importancia y el predominio de normas privadas varían en cada sector. Como se mencionó anteriormente, las preocupaciones del consumidor con respecto a salud y seguridad, así como las condiciones sociales y medioambientales de la cadena de suministro de diferentes productos, han sido una de las principales causas de la proliferación de normas privadas. En mayor medida que en otros sectores de la industria, esto hace que las marcas y distribuidores de textiles, indumentaria, cuero y muebles, que en el pasado sufrieron una considerable publicidad negativa, sean más conscientes de la importancia de establecer normas para el rendimiento social y ecológico de sus proveedores.

Tabla 3: Cantidad de exportadores de la muestra a los que se les exigió cumplir con códigos de conducta y certificados exigidos con más frecuencia por sector

	Cumplimiento obligatorio de códigos de conducta del comprador	Certificados exigidos con más frecuencia
Muebles (total: 37)	24%	Consejo de Administración Forestal (FSC): 24%
Calzado (total: 39)	90%	SA8000: 44%
Textiles e indumentaria (total: 29)	72%	Oeko-tex: 90% Norma Mundial para Textiles Orgánicos (GOTS): 48%

Las encuestas realizadas a exportadores de países en desarrollo demuestran que los exportadores de muebles de Brasil deben cumplir con una cantidad mucho menor de normas privadas que los exportadores de calzado y cuero de la India y que los exportadores de textiles de Turquía (véase la Tabla 3). Esto puede deberse al hecho de que los sectores de textiles y calzado han estado expuestos a presión pública durante más tiempo y en mayor medida. Sin embargo, esto no significa que el sector maderero y el de muebles hayan escapado a esta presión por completo.

La preocupación por la desaparición de selvas en todo el mundo ha afectado a las compañías madereras y de muebles. En respuesta a esta preocupación, se creó el programa de certificación del Consejo de Administración Forestal (FSC) y, en la actualidad, el 24% de los exportadores de muebles brasileños tienen la certificación FSC. Si

bien esta cifra es inferior a los porcentajes de certificados que obtienen con más frecuencia los exportadores de textiles de Turquía (90% Oeko-tex, 48% Norma Mundial para Textiles Orgánicos, GOTS) y los exportadores de cuero de la India (44% SA 8000⁶), es notable que, en un mercado relativamente menos exigente en términos de códigos de conducta del comprador, el 24% de los proveedores en Brasil tengan la certificación FSC.

Algunas normas han sido especialmente creadas para abordar cuestiones de un sector específico, pero otras son intersectoriales, es decir, que son aplicadas y pueden ser adoptadas por compañías de sectores muy diferentes. Por ejemplo, mientras la certificación FSC se creó originalmente para los sectores maderero y de procesamiento de la madera, la SA8000 tiene una aplicación intersectorial, dado que se centra en las condiciones laborales de las plantas de fabricación de muchos sectores diferentes de los países en desarrollo.

ENFOQUE

En lo que respecta al contenido de las normas privadas, algunas ponen mayor énfasis en cuestiones laborales mientras que otras abordan, principalmente, aspectos relacionados con sustancias químicas y el medio ambiente. Nuevamente, ésta no es una división taxativa. Por ejemplo, si bien el código de conducta de la Iniciativa de Cumplimiento Social Empresarial (BSCI) trata principalmente las condiciones laborales en la cadena de suministro, también establece requisitos medioambientales. Los códigos de conducta del comprador analizados para esta sección también trataban en mayor medida la cuestión laboral, y la mayoría dedicaba un solo párrafo al medio ambiente, a excepción de los códigos de IKEA y Wal-Mart, que abordaban temas medioambientales con más profundidad. El programa de certificación FSC combina cuestiones sociales y medioambientales (véase el Cuadro 2), mientras que la norma Oeko-Tex (Cuadro 3) y la Norma Mundial para Textiles Orgánicos (GOTS) se concentra en temas ecológicos, a diferencia de los aspectos sociales o laborales. Los temas que subyacen a las normas privadas se correlacionan claramente con los aspectos sociales y medioambientales que han recibido más atención en los respectivos sectores.

Aun cuando el enfoque de dos normas privadas sea el mismo (p. ej. cuestiones laborales) y los elementos que incluyen sean también

6 Otro 25% aproximadamente de los exportadores de artículos de cuero espera obtener la certificación SA8000 en los próximos dos años, lo que significa que casi el 70% de éstos tendrá la certificación de dicha norma para 2012.

comparables (p. ej. trabajo infantil, libertad de asociación), el rigor de los requisitos puede variar en cada norma. Por ejemplo, los requisitos sobre la abolición del trabajo infantil pueden diferir en cuanto a la edad mínima de los trabajadores (p. ej. 14 ó 15 años de edad). Algunos requisitos pueden exigir el cumplimiento de leyes nacionales solamente, mientras que otros exceden las expectativas de los gobiernos de cada país.

Además, puede variar el rigor de los distintos requisitos que componen una norma. Mientras que algunos requisitos son bastante absolutos, lo que significa que la compañía o el proveedor tiene que cumplir con determinados requisitos para poder iniciar o continuar una relación comercial, otros resaltan la necesidad de progresar en ciertos aspectos dentro de un período específico (véase la norma IWAY de IKEA, Cuadro 1).

APLICACIÓN

Otro aspecto importante de las normas privadas tiene que ver con el alcance de la aplicación: algunas se aplican a procesos comerciales del lugar de producción (p. ej. SA 8000), mientras que otras también incluyen requisitos relacionados con los productos en cuestión (p. ej., Oeko-tex).

Las normas privadas que se aplican al lugar de producción en su totalidad, como la SA 8000, incluyen requisitos sobre prácticas empresariales, como requisitos de salud y seguridad para trabajadores y salario digno. Si la norma implica la certificación, es la compañía la que se certifica y no un determinado producto. En el cumplimiento de este tipo de norma, se certifican todos o ninguno de los procesos empresariales, lo que incluye las líneas de producción en su totalidad.

Las normas privadas que incluyen requisitos sobre productos, como ausencia de ciertos materiales peligrosos, suelen abarcar el etiquetado de productos para diferenciarlos de otros dentro de su grupo. Las compañías pueden optar por fabricar sólo productos conforme a estas normas pero, también, pueden mantener líneas de productos normales al mismo tiempo (por ejemplo, fabricar camisetas “normales” y también camisetas “orgánicas”).

La aplicación de normas privadas a productos o a lugares de producción no es una cuestión claramente definida, sino más bien variable. Por ejemplo, si bien la norma Oeko-tex propone etiquetar productos textiles de acuerdo con sus requisitos, también ofrece la certificación

Cuadro 1: Norma IWAY de IKEA

IKEA es el distribuidor de muebles para el hogar más grande del mundo. En agosto de 2009, la cadena poseía 301 tiendas en 37 países, la mayoría de ellas en Europa, Norteamérica, Asia y Australia. IKEA ha establecido de manera formal sus requisitos sociales y medioambientales para los proveedores a través de la norma IWAY, que se aplica a todos los proveedores de productos y servicios externos.

El código IWAY tiene seis requisitos básicos iniciales, cuyo cumplimiento es indispensable para formalizar una relación comercial. Éstos se relacionan con la prevención del trabajo infantil, el trabajo forzoso y en servidumbre, la contaminación ambiental severa, los riesgos serios para la seguridad, el registro de horas trabajadas y salarios, y la provisión de seguro por accidente a los trabajadores. El proveedor debe cumplir con estos seis requisitos básicos antes de realizar su primera entrega a IKEA. A partir de entonces y en los 12 meses siguientes, el proveedor deberá implementar los requisitos restantes, que contemplan otras cuestiones relacionadas con el medio ambiente, sustancias químicas, desechos peligrosos y no peligrosos, prevención de incendios, salud y seguridad de los trabajadores, instalaciones de alojamiento, salarios, beneficios y horas de trabajo, discriminación, libertad de asociación y acoso, abuso y medidas disciplinarias.

IKEA incluye los requisitos sociales y medioambientales en su contrato básico con los proveedores, en la misma medida que establece las condiciones sobre volúmenes y plazos de entrega. Por consiguiente, los proveedores tienen pleno conocimiento de los requisitos del comprador al momento de firmar el contrato. Los costes de cumplimiento son asumidos en su totalidad por el proveedor. El beneficio evidente de cumplir con el código de IKEA es que el proveedor obtiene acceso a un cliente que compra en gran volumen. Otros beneficios de cumplir con la norma IWAY son el mantenimiento de la planta laboral del proveedor, una mejor preparación para cumplir con requisitos futuros de otros compradores, mayor competitividad, ahorro (p. ej. energía, desechos), mejora del inventario y mayor eficiencia. IKEA observa que “Cumplir con nuestros requisitos es como limpiar el garaje” y se describe a sí misma como un “cliente exigente”. Además de los requisitos sociales y medioambientales, IKEA exige alta calidad y seguridad en las entregas. Queda a criterio del proveedor decidir si vale la pena la inversión necesaria para cumplir con los requisitos del código IWAY y asegurarse de seguir manteniendo un margen de beneficio adecuado.

IKEA controla el cumplimiento de su código a través de auditorías. Como procedimiento estándar, se realiza una auditoría antes de la primera entrega para verificar el cumplimiento mínimo de los seis requisitos iniciales de IWAY, y otra, 12 meses después de entrar en vigencia el contrato, para verificar el cumplimiento de los requisitos restantes. Luego de que el proveedor es aprobado, se realiza una auditoría al menos cada 24 meses o incluso con anterioridad y sin previo aviso.

La compañía emplea a unos 80 auditores para llevar a cabo auditorías de forma permanente, con o sin previo aviso. Además, cuenta con un grupo de control que verifica la calidad y la coherencia de los auditores. Y como control externo, IKEA también recurre a auditores externos para la verificación propia. Para verificar el cumplimiento de los requisitos por parte de los proveedores, IKEA solicita la verificación y realiza entrevistas y controles en situaciones reales. La compañía no establece realmente cómo debe cumplir el proveedor, sino cuáles son los requisitos a cumplir solamente. Esto significa que el tipo de verificación puede variar en cada proveedor. “Se trata del requisito en sí” y no sobre del proceso aplicado para cumplirlo.

Si IKEA detecta un incumplimiento en los seis requisitos básicos de IWAY, interrumpirá las entregas de inmediato pero no rescindiré el contrato si existen motivos para creer que el proveedor realizará las modificaciones necesarias. Si se detecta incumplimiento en otros requisitos, se le concederá tiempo a los proveedores para realizar mejoras mientras continúan las entregas. La compañía puede asesorar a los proveedores y está dispuesta a tratar la manera en que se puede lograr el cumplimiento. Sin embargo, el cumplimiento se considera, en última instancia, una responsabilidad del proveedor.

Cada vez son más los compradores que introducen iniciativas similares a la norma IWAY. Al respecto, IKEA observa que “Los proveedores pueden compartir los informes de auditoría con otros clientes pero no deben utilizarlos en sus estrategias de mercadotecnia porque las cosas pueden cambiar. Nosotros nunca informamos resultados a la competencia”. IKEA recomienda a los proveedores que implementen un sistema de cumplimiento para cumplir con iniciativas similares de forma más sencilla. Una vez que se implementa un sistema de verificación y control, las auditorías toman menos tiempo.

Fuentes: www.ikea.com y entrevista a J. Skjelmoose, Gerente de Sustentabilidad de IKEA, 20 de abril de 2010.

de lugares de producción. Además, la conformidad con los requisitos del producto implica que se han realizado cambios en los procesos de producción y esto, a su vez, puede tener efecto en la gobernabilidad corporativa y otros procesos empresariales. Por ejemplo, la certificación de cadena de custodia FSC impone grandes exigencias a la trazabilidad de la madera certificada e involucra líneas de producción por separado y personal capacitado.

De las normas privadas seleccionadas para este capítulo, ninguna se aplica solamente al producto. En su lugar, se aplican al lugar de producción o incluyen una combinación de requisitos para el producto y el lugar de producción. Esto indica que la mayoría de las normas privadas que establecen requisitos sociales y medioambientales también incluyen requisitos para el lugar de producción.⁷

Tabla 4: Normas privadas aplicadas con más frecuencia, divididas por sector

	Normas sobre el lugar de producción	Normas sobre el lugar de producción y el producto
Textiles	WRAP, Asociación para el Trabajo Justo (FLA), BSCI, H&M, Marks & Spencer y Gap Inc.	Fairtrade, Oeko-Tex y GOTS
Calzado y cuero	SA8000, Nike, Adidas y Deichmann	N/D
Muebles	Pier 1, IKEA y Wal-Mart	FSC

Lo que se menciona arriba constituye una clasificación básica de normas privadas en cuanto a su tipo, enfoque y alcance de aplicación, pero las diferencias entre éstas no terminan aquí. Existen otras variables relacionadas con la forma en que se regulan, el grado en que una norma remite a normas internacionales y el método de evaluación de conformidad.

GOBERNABILIDAD

Como se explicó anteriormente, las normas privadas son creadas con un alcance intersectorial o con una orientación precisa a un sector determinado. Además, en la creación y gobernabilidad de una norma, pueden participar distintas “partes interesadas” (es decir, actores con un “interés” en los problemas sociales o medioambientales a tratar). Algunas normas son específicas de una compañía, como el código de

⁷ Otras normas privadas pueden apuntar a requisitos específicos del producto, como la calidad o el diseño, pero éstas quedan fuera del alcance de esta guía.

Cuadro 2: Consejo de Administración Forestal (FSC)

Fundado en 1993, el FSC⁸ es una iniciativa sin fines de lucro para la administración forestal responsable, creada en sociedad con grupos industriales, sociales y ambientalistas. El Consejo desarrolló el primer programa de certificación a gran escala para la administración forestal sustentable⁹ y tiene como fin mejorar las prácticas sociales y medioambientales en la administración forestal en el mundo entero. Al 1 de enero de 2010, los bosques certificados por el FSC cubrían 120 millones de hectáreas en todo el mundo (3% de la superficie total de los bosques del mundo¹⁰). El FSC no certifica por sí mismo a las compañías y los administradores forestales, sino que homologa a organismos de certificación para que lo hagan. La certificación incluye el etiquetado de productos para que los consumidores, y también los compradores, puedan reconocer los productos FSC y demostrar que han sido producidos de manera responsable.

La norma FSC se basa en el rendimiento y exige medidas eficaces, verificables y descritas con especificidad para asegurar una administración forestal sustentable. El sistema establece dos tipos de certificación: la certificación de administración forestal, que asegura que una superficie de bosques o plantación se administra conforme a elevados principios económicos, sociales y medioambientales; y la certificación de cadena de custodia, que traza la madera desde los bosques hasta la distribución pasando por todas las etapas de procesamiento. La norma de administración forestal FSC se basa en diez principios: 1) cumplimiento de todas las leyes y los tratados internacionales pertinentes; 2) derechos de uso y tenencia de la tierra indiscutible y demostrada, claramente definida y a largo plazo; 3) reconocimiento y respeto de los derechos de pueblos indígenas; 4) mantenimiento y mejora del bienestar social y económico a largo plazo de los trabajadores forestales y de las comunidades locales, y respeto de los derechos de los trabajadores de conformidad con los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT); 5) uso equitativo y reparto de beneficios derivados de la explotación forestal; 6) reducción del impacto ambiental de las actividades de tala y mantenimiento de la integridad y las funciones ecológicas del bosque; 7) un plan de administración adecuado y actualizado constantemente; 8) actividades de evaluación y control adecuadas para evaluar la condición del bosque, las actividades de administración y su impacto social y medioambiental; 9) mantenimiento de Bosques de Alto Valor de Conservación (HCVF), definidos como valores sociales y medioambientales considerados de suma relevancia o de importancia fundamental; 10) además de cumplir con todo lo anterior, las plantaciones deben contribuir a reducir las presiones y a fomentar la recuperación y conservación de bosques naturales.

Los compradores pueden exigir a las compañías de procesamiento de papel y madera que utilicen recursos certificados por el FSC. Esto significa que los proveedores tendrán que obtener el certificado de Cadena de Custodia (CoC) del FSC. Esta certificación alude a la trayectoria que sigue la materia prima desde su recolección certificada por el FSC en origen, pasando por el procesamiento, la fabricación, la distribución y la impresión hasta convertirse en un producto final listo para la venta al consumidor final.

Para obtener la certificación CoC, una compañía debe seguir los siguientes pasos establecidos por el FSC:

- Comunicarse con un organismo de certificación homologado por el FSC.
- Presentar una solicitud ante el organismo de certificación, que se utilizará para determinar si la certificación es factible.
- Llevar a cabo una auditoría in situ.
- Obtener la aprobación de la certificación, lo que implica que la planta y los procesos se consideren adecuados y se firme un contrato para acordar los términos y condiciones de la evaluación.
- Realizar una auditoría anual.

Sólo los fabricantes certificados pueden etiquetar sus productos con las marcas FSC para permitir que los consumidores identifiquen aquellos productos que aseguran la responsabilidad social y medioambiental. El certificado contribuye a proteger la marca del comprador y, por ende, su reputación.

Fuente: Consejo de Administración Forestal, 2010, www.fsc.org.

8 El certificado FSC fue mencionado con más frecuencia por los exportadores de muebles brasileños: 9 de 37 fabricantes (24%).

9 Visseren-Hamakers, I. J. and P. Glasbergen. 2007. Partnerships in forest governance. *Global Environmental Change* 17(3-4): 408-419

10 United Nations Economic Commission for Europe and the Food and Agriculture Organisation of the United Nations, *Forest Products Annual Markets Review 2007-2008*, página 113, <<http://timber.unece.org/fileadmin/DAM/FPAMR2008.pdf>>

conducta de H&M. Otras son impulsadas por un grupo de compañías, como la Iniciativa de Cumplimiento Social Empresarial (BSCI), e incluso otras han sido creadas a partir del trabajo conjunto de compañías, organizaciones no gubernamentales, sindicatos o gobiernos. Algunos propietarios de normas (entidades que formulan la norma) también participan en la homologación de terceros para certificar las normas, o bien tienen su propia compañía subsidiaria que las certifican. Ejemplos de estos últimos son el FSC y Responsabilidad Social Internacional (SAI). Éstos crearon originalmente departamentos de homologación para asegurar la gobernabilidad de sus programas, que luego se convirtieron en compañías independientes sin fines de lucro. En general, las iniciativas con participación de la sociedad civil generan un mayor reconocimiento de los clientes y respaldo del público en los países occidentales.

REFERENCIA A NORMAS INTERNACIONALES

Las normas privadas suelen basarse en normas e iniciativas internacionales de amplio reconocimiento destinadas a fomentar la responsabilidad social o medioambiental. Las iniciativas más conocidas y citadas son los Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales y diferentes normas ISO, como la ISO 14001 y la ISO 26000. En el glosario del Capítulo 8, se ofrece una descripción de estas normas e iniciativas internacionales.

Si bien muchas normas privadas remiten a una o a todas las normas internacionales citadas, pueden variar considerablemente en el grado de compromiso requerido. Mientras algunas estipulan el cumplimiento de disposiciones exactas de cláusulas o convenios específicos de las normas internacionales, otras sólo expresan que se basan en una o más de dichas normas. Además, el rigor de los términos de las disposiciones es un indicador del grado de compromiso que requieren. Algunas disposiciones permiten más flexibilidad en su interpretación que otras.

Cuadro 3: Certificado Oeko-Tex

El certificado Oeko-Tex¹¹ se limita a las compañías de la industria textil y de indumentaria, y constituye una prueba de la seguridad de los textiles para la ecología y el uso humano. Oeko-Tex ha establecido varias clases de productos, con sus correspondientes requisitos y pruebas, basadas en el grado en que el producto entra en contacto con la piel: cuanto más se acerca a la piel, más estrictos son los requisitos medioambientales y para el uso humano. Las clases de productos son las siguientes:

- Textiles y juguetes de tela para bebés y niños pequeños de hasta tres años de edad (p. ej. ropa interior, mamelucos).
- Textiles que, cuando se los usa para lo que fueron fabricados, tienen una gran parte de su superficie que entra en contacto directo con la piel (p. ej. ropa interior, ropa de cama).
- Textiles que, cuando se los usa para lo que fueron fabricados, no entran en contacto con la piel o sólo tienen una pequeña parte de su superficie que entra en contacto con la piel (p. ej. chaquetas, entretelas).
- Materiales de decoración (p. ej. manteles y cortinas).

Las pruebas para detectar sustancias nocivas se basan en un catálogo de pruebas que incluye la lista de pruebas obligatorias de acuerdo con la norma Oeko-Tex y los valores límite de las sustancias utilizadas en la fabricación de textiles. Cuando el instituto u organismo de certificación pertinente otorga el certificado Oeko-Tex, confirma que los requisitos de la Norma Oeko-Tex 100 y de una clase de productos en común han superado las pruebas con éxito. La certificación comprende una gran cantidad de pruebas de laboratorio para demostrar que todos los componentes, incluidos los accesorios, cumplen con los criterios específicos de las pruebas sin excepción. El certificado otorgado tiene una validez de 12 meses y, durante ese período, el fabricante certificado tiene derecho a colocar la etiqueta de Oeko-Tex en los productos o grupos de artículos evaluados y a utilizar, además, otras formas de publicidad relacionada con la norma.

El proceso de certificación comienza con una solicitud por escrito que el fabricante debe presentar ante uno de los institutos de evaluación autorizados. La evaluación y certificación de productos textiles en todas las etapas de procesamiento es realizada por organismos independientes ubicados exclusivamente en los institutos miembro de Europa y Japón para asegurar un alto nivel de evaluación de forma permanente. Las pruebas, así como el sistema de certificación, se basan en los siguientes tres principios:

- Adecuación: alude al potencial de sustancias nocivas y se basa en el principio de que cuanto más tela entre en contacto con la piel, más estricto será el requisito para la ecología y el uso humano.
- Principios modulares: permiten certificar productos textiles en todas las etapas de la cadena de procesamiento. Además, se puede evitar la repetición de pruebas utilizando materiales certificados en origen.
- Seguridad total: significa que sólo se podrán certificar productos textiles si todos sus componentes cumplen con los requisitos de la clase de productos pertinente.

¹¹ La encuesta a los fabricantes de indumentaria y textiles de Turquía indica que casi todos (90%) los proveedores cumplen con la norma Oeko-Tex. Otra norma que los proveedores mencionaron con frecuencia es la Norma Mundial para Textiles Orgánicos (GOTS). Casi la mitad de los proveedores que participaron en la encuesta cumple con los requisitos de la GOTS.

EVALUACIÓN DE CONFORMIDAD

Una norma puede carecer de efecto en términos de acceso al mercado si no se exige, verifica y comunica su cumplimiento. En pocas palabras, la evaluación de conformidad abarca aquellas actividades que determinan si se satisfacen o no los requisitos de una norma. Los ejemplos más comunes son la evaluación, la auditoría, la certificación y las declaraciones de conformidad de los proveedores.

Según el tipo de aplicación de la norma (lugar de producción solamente o también producto), las evaluaciones de conformidad se relacionarán con el producto o con el lugar de producción, respectivamente. Las evaluaciones de conformidad de los aspectos sociales y medioambientales de productos requieren procedimientos que se siguen en toda la cadena de custodia (canal a través del cual los productos se distribuyen desde su origen hasta el uso final). Dada la complejidad y el alcance cada vez mayor de los productos contemplados en las normas privadas, como muebles fabricados a partir de bosques administrados de forma sustentable o biotextiles de algodón orgánico, todos los actores de la cadena de valor afrontan costes cada vez más altos en evaluaciones de conformidad.

En muchos casos, las marcas y los distribuidores que exigen a sus proveedores cumplir con ciertas condiciones, controlan este cumplimiento a través de auditorías. Las auditorías son realizadas por el propio proveedor (auditoría interna), por la marca propietaria de la norma o por una parte externa (consultores, organismos independientes o partes homologadas). En general, se sostiene que los sistemas de auditoría homologados externos o independientes generan más confianza en que las normas se apliquen de forma sistemática a todos los proveedores y, en ese sentido, no se incline el campo de juego.

En general, la evaluación del rendimiento social y ecológico de una compañía por parte de un auditor comprende lo siguiente:

- Observación física de todos los departamentos y maquinarias del lugar de producción.
- Verificación de documentos (p. ej. nóminas, certificados de nacimiento).
- Entrevistas a empleados de la compañía de todos los niveles.

Luego de recopilar la información, los auditores elaboran un informe que incluye los resultados de la auditoría y, en algunos casos, un plan de acción correctivo y preventivo. Tanto el auditor como el gerente del lugar de producción analizan las acciones correctivas y acuerdan los pasos necesarios para garantizar el cumplimiento de los requisitos, incluido el plazo para la implementación.

A veces, las compañías exportadoras temen que las auditorías desperdicien recursos y tiempo de gestión, perturben el flujo de trabajo o cuestionen los procesos de planificación.¹² Si bien las auditorías del comprador pueden tener sus desventajas, las auditorías sociales exitosas generan importantes beneficios, como mejoras en los procesos de producción y mayor rentabilidad, al permitir exportar grandes volúmenes a marcas y distribuidores que operan a nivel mundial con una considerable participación en el mercado (véase el Capítulo 4).

Los costes de auditar el cumplimiento de normas privadas pueden ser asumidos por el proveedor, por el comprador o por ambos, y varían según la norma en particular. Como regla general, las auditorías realizadas por el comprador para verificar el cumplimiento de su código de conducta son cubiertas por éste (p. ej. Código de Conducta de Nike), mientras que los costes de certificación son asumidos, en su mayoría, por el proveedor (p. ej. FSC). Sin embargo, existen excepciones a esta regla.

¹² World Bank, Strengthening implementation of Corporate Social Responsibility in global supply chains, pág. 18 (http://siteresources.worldbank.org/INTPSD/Resources/CSR/Strengthening_Implementatio.pdf)

Cuadro 4: Responsabilidad Social Internacional y SA 8000

En 1997, Responsabilidad Social Internacional (SAI) comenzó a desarrollar una norma intersectorial para auditar y certificar la responsabilidad empresarial, conocida como SA 8000.¹³ Esta norma se centra en el rendimiento social de las compañías y, en particular, de los fabricantes y proveedores. La SA 8000 está en continuo desarrollo y revisión con la estrecha colaboración de compañías, grupos de consumidores, organizaciones no gubernamentales, sindicatos, organismos gubernamentales y organismos de certificación. Esta norma incluye principios que versan sobre trabajo infantil, trabajo forzoso, salud y seguridad, libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva, discriminación, disciplina, horas de trabajo, remuneración y sistemas de gestión. Estos principios se basan en los Convenios Fundamentales de la OIT, en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en los pactos más importantes de las Naciones Unidas.

Si los proveedores desean obtener la certificación de SA 8000, o se ven obligados a hacerlo, deberán evaluar sus prácticas y políticas en función de los requisitos de la norma. Esta norma es verificable y el proceso de verificación se basa en la evidencia, lo cual significa que el peso de la prueba recae en el proveedor. Como resultado, los proveedores deberán llevar un registro adecuado y garantizar el acceso a las instalaciones y a la información razonable que el auditor necesite para demostrar conformidad con los requisitos. Además, los proveedores deberán comprometerse a realizar los esfuerzos que sean razonables para asegurar que sus propios proveedores y contratistas, dentro de su ámbito de control e influencia, también cumplan con los requisitos de esta norma.

Si un proveedor desea obtener la certificación SA 8000, primero debe presentar una solicitud ante una empresa de auditoría u organismo de certificación homologado por los Servicios de Acreditación de Responsabilidad Social (SAAS). Éstas son las únicas organizaciones autorizadas para evaluar el cumplimiento de la norma y, si corresponde, para otorgar certificados SA 8000. Los SAAS recomiendan comunicarse con al menos tres empresas de auditoría de este tipo para comparar el coste de los servicios de certificación. Cada auditor establece sus propios honorarios, y éstos varían según el tamaño, el alcance y la ubicación de la fábrica, y la cantidad de días que el auditor necesite para realizar la auditoría. Por lo general, los honorarios rondan los USD 500 y USD 1.500 por día. Los costes totales relacionados con la obtención de la certificación incluyen lo siguiente:

- El coste relacionado con realizar acciones correctivas y preventivas para reunir los requisitos de conformidad, cuya verificación deberá ser procurada luego por la organización.
- El coste de preparación para la auditoría.
- El coste de una auditoría independiente a cargo de un organismo de certificación homologado por los SAAS.
- El coste relacionado con llevar a cabo acciones correctivas para solucionar problemas (si se detectan casos de no conformidad).

Si se otorga el certificado, la planta deberá hacer pública la certificación. El certificado es válido durante tres años, en cuyo período se realizarán las auditorías de vigilancia que sean necesarias cada seis meses. Si se detectan problemas durante una auditoría de vigilancia, o se recibe algún reclamo, los auditores podrán regresar antes.

La organización de Responsabilidad Social Internacional (SAI) ofrece capacitaciones prácticas con el fin de aumentar el conocimiento de la norma y el rendimiento social de los proveedores. También organiza seminarios de concientización en responsabilidad social empresarial (RSE), basados en las mejores prácticas, para integrar la RSE a las operaciones comerciales existentes. Al 31 de diciembre de 2009, los Servicios de Acreditación de Responsabilidad Social (SAAS) habían certificado un total de 2103 plantas, con aproximadamente 1,2 millones de empleados. Estas plantas se encuentran distribuidas en más de 63 países y 66 tipos de industria diferentes.

Source: Social Accountability International, 2010 www.sa-intl.org; Social Accountability Accreditation Services website, 2010 www.saasaccreditation.org.

13 La encuesta realizada en la India indica que la norma privada citada con más frecuencia es la de “Responsabilidad Social 8000”. Alrededor del 44% de los proveedores tenía la certificación SA8000 y se prevé que este porcentaje aumente hasta casi el 70% en los próximos dos años.



Códigos de conducta del comprador

3

En este capítulo, se analizan con más detalle los códigos de conducta del comprador. Estos códigos componen el grupo más grande de normas privadas que se identificó en las encuestas a los exportadores y también el de más rápido crecimiento, ya que cada vez son más las compañías que crean sus propios códigos de conducta. Sin embargo, este tipo de código es el menos conocido y estudiado de todos, lo que puede atribuirse al hecho de que cada código tiene un alcance de aplicación limitado, es decir, es un acuerdo entre la compañía compradora y su cadena de suministro. No obstante, todos los códigos del comprador tienen en conjunto un enorme alcance, el cual justifica claramente su análisis profundo.

Cuadro 5: La historia detrás de los códigos de conducta del comprador: marcas bajo presión, el caso de NIKE

Desde principios de la década de 1990, una gran cantidad de fabricantes de indumentaria deportiva ha estado bajo la mira por tolerar supuestamente condiciones laborales precarias en sus empresas proveedoras ubicadas en distintos países en desarrollo. La compañía Nike Inc. con sede en los Estados Unidos estuvo a la cabeza de este grupo. Una serie de grupos de la sociedad civil exigieron a la compañía que rinda cuentas por las condiciones laborales extremadamente precarias de varias fábricas de proveedores en el Sudeste Asiático. Al principio, la junta directiva de Nike ignoró de cierta forma el asunto. Pero cuando el conflicto llegó a la portada del New York Times, tanto el precio de las acciones de la compañía como sus cifras de ventas se derrumbaron. En mayo de 1998, Nike decidió poner énfasis en mejoras importantes en las condiciones laborales de las fábricas de sus proveedores, a través de controles más estrictos y la prohibición del trabajo infantil. Al mismo tiempo, la compañía modificó su código de conducta para subir a 18 años la edad mínima de los empleados, una condición que excedía, incluso, las directrices de la OIT. Sin embargo, continuaron saliendo a la superficie informes negativos sobre las condiciones laborales en fábricas de Indonesia, donde se fabricaba un tercio del calzado Nike, y la cadena de suministro de la compañía siguió bajo escrutinio. En 2001, Nike financió un informe de investigación sobre las condiciones de sus fábricas en Indonesia titulado "Workers' Voices: An Interim Report on Workers' Needs and Aspirations in Nine Nike Contract Factories in Indonesia" (Voces de los trabajadores: informe provisorio sobre las necesidades y aspiraciones de los trabajadores de nueve fábricas contratadas por Nike en Indonesia). Nike reconoció abiertamente las condiciones de trabajo inaceptables de sus fábricas de Indonesia y tomó medidas para solucionar la situación, que incluyeron la asignación de supervisores para controlar cuestiones como las licencias por enfermedad y los salarios. Otras iniciativas introducidas producto del informe fueron la creación de un departamento de auditoría y una mayor transparencia en relación con su base de proveedores.

Fuente: Van Tulder and Van der Zwart, International Business-Society Management, 2006.

Tabla 5: Denominadores comunes en los códigos de conducta del comprador

Temas comunes de los códigos del comprador	Requisitos incluidos con más frecuencia en los códigos del comprador
Trabajo infantil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Los códigos citan el Convenio sobre la Edad Mínima de la Organización Internacional del Trabajo (OIT 138) y la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño. ■ Edad mínima de trabajo de 15 años (o de 14 años en países en desarrollo, no incluida en el artículo 2.4 del convenio de la OIT 138), aunque las disposiciones nacionales establezcan una menor edad. ■ Cumplimiento de cualquier legislación local o nacional que estipule una edad mayor a los 15 años. ■ Documentación que demuestre la fecha de nacimiento de los trabajadores.
Trabajo forzoso	<ul style="list-style-type: none"> ■ Se prohíbe el trabajo forzoso, involuntario o en servidumbre. ■ Se prohíbe privar a los empleados de sus pasaportes o documentos de identificación. ■ El empleado debe sentirse libre de renunciar.
No discriminación	<ul style="list-style-type: none"> ■ Se prohíbe la discriminación en la selección de personal y en las prácticas de empleo por motivos de raza, religión, credo, sexo, origen étnico, discapacidad, afiliación política, nacionalidad, orientación sexual o estado civil. ■ Las prácticas de empleo y selección de personal deben contemplar la contratación, remuneración, acceso a capacitación, beneficios, ascensos, despido y jubilación.
Salario	<ul style="list-style-type: none"> ■ Debe ser, al menos, igual o superior al salario mínimo establecido por la legislación local o nacional. ■ Debe ser, al menos, igual o superior al salario de referencia de la industria. ■ Se deben remunerar las horas extras. ■ No se debe reducir el salario por motivos disciplinarios.
Horas de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> ■ La semana laboral normal no debe superar las 48 horas. ■ El trabajo en horas extras debe ser voluntario y no debe superar las 12 horas por semana. ■ La semana laboral total no debe superar las 60 horas. ■ Prevalecerán las disposiciones de las leyes nacionales u otras leyes pertinentes si establecen mejores condiciones que las mencionadas. ■ Algunos códigos también estipulan al menos un día de descanso dentro de cada período de siete días.

Temas comunes de los códigos del comprador	Requisitos incluidos con más frecuencia en los códigos del comprador
Libertad de asociación	<ul style="list-style-type: none"> ■ Libertad para que los empleados puedan afiliarse a una asociación de trabajadores o conformar una, y para participar en negociaciones colectivas. ■ Si los empleados se afilian a una organización o conforman una, no se podrán aplicar medidas disciplinarias. ■ Algunos códigos también estipulan que, aun en los lugares donde la legislación nacional no permita la libertad de asociación, el empleador no podrá impedir que sus trabajadores se organicen o se afilien a una asociación.
Salud y seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ■ Cumplimiento de todas las leyes y regulaciones pertinentes sobre salud y seguridad. ■ El empleador debe ofrecer un lugar de trabajo seguro y saludable. ■ El empleador debe tomar medidas proactivas para evitar accidentes y lesiones. ■ Algunos códigos estipulan medidas específicas, como salidas de emergencia, equipo contra incendios, agua, condiciones de salubridad, iluminación, ventilación, botiquín de primeros auxilios y capacitación sobre seguridad.
Acoso	<ul style="list-style-type: none"> ■ No se permite el acoso verbal, sexual, físico ni psicológico. Se debe garantizar el respeto y la dignidad de los empleados.
Personal contratado	<ul style="list-style-type: none"> ■ Algunos códigos estipulan que los empleados deben firmar un contrato por escrito.
Alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> ■ Algunos códigos incluyen requisitos sobre instalaciones de alojamiento para los empleados, que pueden incluir lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> ■ Respeto de los requisitos legales pertinentes en cuanto a residencias, instalaciones y espacios habitables. ■ Seguridad contra incendios. ■ Duchas y baños separados para hombres y mujeres.
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ■ Cumplimiento de todas las leyes y regulaciones pertinentes sobre cuestiones medioambientales. ■ Algunos códigos de conducta del comprador remiten a un documento por separado sobre políticas del medio ambiente. ■ Se incluyen disposiciones sobre contaminación (del aire y del agua), límite de sustancias tóxicas y desechos peligrosos. ■ Uso eficiente y responsable de los recursos naturales.

SIMILITUDES ENTRE LOS CÓDIGOS DEL COMPRADOR

En vista de la proliferación de códigos del comprador, se recomienda a las compañías exportadoras que se familiaricen con el contenido de éstos, ya que ofrecen una visión de los requisitos del comprador que se espera que dichas compañías cumplan. Para el análisis, se seleccionaron los códigos de conducta del comprador que se citaron con más frecuencia en las encuestas realizadas en Turquía, la India y Brasil.¹⁴ Esta tarea dio como resultado la identificación de los temas más frecuentes tratados en los códigos. En la Tabla 5, se detallan dichas características.

DIFERENCIAS EN LOS CÓDIGOS DEL COMPRADOR

Los códigos del comprador muestran una gran similitud en los aspectos que abordan y también una clara convergencia en los requisitos que establecen. Sin embargo, tienen diferencias en ciertos aspectos. Entre los otros requisitos que se estipulan están, por ejemplo, los relacionados con licencias de maternidad, con una comida gratis por día para los empleados o con sistemas de ventilación en áreas de producción. Además, algunos compradores pueden ser más exigentes que otros en determinadas cuestiones. Por ejemplo, mientras una compañía puede remitirse sólo a la legislación nacional, otras pueden exigir el cumplimiento de normas internacionales más estrictas. En algunos casos, los requisitos del comprador pueden ser contradictorios. Por ejemplo, se han documentado requisitos contradictorios con respecto a la señalización de salidas de emergencia, donde un comprador exige una señalización verde mientras que otro la prefiere amarilla. Debido a estas diferencias, un proveedor que establece una nueva relación comercial puede incurrir en costes de cumplimiento adicionales aunque ya cumpla con uno o más de los otros códigos.

Por fortuna, existe una tendencia hacia la eficientización de los requisitos de los códigos de conducta del comprador, lo cual se describe con más detalle en el Capítulo 5. En el Cuadro 1, Norma IWAY de IKEA, y en el Cuadro 6, Código de conducta de H&M, se presenta una perspectiva interna de los detalles de estos códigos. Estos estudios de caso se basan en información de las compañías publicada en Internet y en entrevistas a representantes de IKEA y de H&M.

¹⁴ Se analizaron los códigos de conducta de las siguientes corporaciones multinacionales: Nike, Adidas, H&M, M&S (incluida la Iniciativa de Comercio Ético, ETI), Deichmann, Pier 1, IKEA, Wal-Mart y Gap Inc.

Cuadro 6: Código de conducta de H&M

La compañía multinacional de indumentaria sueca, H&M, compra sus prendas y demás productos a unos 700 proveedores que, a su vez, recurren a subcontratistas. Esto significa que existen unas 2700 unidades de producción y cientos de miles de personas involucradas en la fabricación de los productos H&M.

Cuando un potencial proveedor se acerca a la compañía, o cuando H&M necesita más capacidad de producción, comienza a identificar nuevos proveedores. El primer paso es observar lo que el proveedor fabrica, lo que otras marcas compran al proveedor y cómo opera la gerencia. Si al proveedor se lo considera apto, el personal local de H&M invita a la gerencia de la compañía a tratar, entre otras cosas, los sistemas de calidad utilizados por H&M y los métodos de trabajo. Para reunir los requisitos como proveedor de H&M, una compañía debe cumplir ciertos requisitos mínimos sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como no utilizar trabajo infantil¹⁵ y pagar un salario mínimo de acuerdo con las leyes locales. Además, H&M reconoce que no todos los proveedores pueden cumplir con la totalidad de los requisitos desde un comienzo. En este caso, se pide al proveedor que asuma el compromiso de implementar los cambios necesarios. Si el nuevo proveedor ya posee su propio código de conducta o un certificado, como el SA 8000, es una ventaja, ya que indica que el proveedor tendrá que mejorar en menos aspectos, probablemente, y que además tiene un modo de pensar correcto. Antes de comenzar a operar con H&M, el proveedor tiene que firmar distintos compromisos, uno de los cuales es el código de conducta de H&M¹⁶. El proceso continúa con una revisión, por parte de H&M, de la lista de requisitos necesarios que debe cumplir el nuevo proveedor, incluidas las normas sociales y medioambientales.

H&M prefiere operar con proveedores que tengan experiencia en exportación, sea que cuenten con unidades de producción propias o subcontraten a otros proveedores. El código de conducta de H&M se aplica a sus “proveedores directos, a otros socios comerciales, a los fabricantes de productos y servicios para H&M y a los subcontratistas de éstos”.

La compañía controla la observancia del código por parte del proveedor y de los subcontratistas, y emplea a un equipo de 60 auditores de tiempo completo. Los auditores llevan a cabo auditorías con y sin previo aviso cada 18 ó 24 meses, con visitas de seguimiento cada 6 ó 12 meses, según las condiciones de la fábrica. Las auditorías incluyen entrevistar a la gerencia y a los empleados, visitar la fábrica y revisar los documentos necesarios, como los registros de salario y asistencia. Las visitas a la fábrica también pueden realizarse durante un fin de semana o por la noche para ver si la producción avanza según el cronograma, comparar las horas de operación con los registros de horas trabajadas y detectar horas extras sin registrar. Además, a veces, las visitas se programan para días de pago a fin de corroborar que el registro de salarios se corresponda con las sumas pagadas a los trabajadores.

Además de estas protecciones, H&M es miembro de la Asociación para el Trabajo Justo (FLA), que también audita algunos de los proveedores de H&M y, de esa manera, controla los propios procedimientos de auditoría de ésta. H&M asume todos los costes de las auditorías y, según la compañía, muchos proveedores las consideran un “servicio de consultoría gratuito”. Los resultados de las auditorías no se informan a las demás marcas pero, si otra marca se comunica con H&M al respecto, ésta podrá compartir su opinión general sobre el proveedor con dicha marca.

Si alguno de los proveedores no satisface los requisitos, H&M comenzará a trabajar junto a dicha compañía en un plan de acción para mejorar los métodos de trabajo dentro de un plazo determinado. Este compromiso forma parte de la relación comercial entre H&M y sus proveedores, y está sujeto a visitas de seguimiento con un mecanismo de calificación.

Si un proveedor o subcontratista no corrige la infracción en el plazo acordado, o si se informan infracciones frecuentes, H&M podrá poner fin a la relación comercial. Esta medida drástica podrá ir acompañada de una estrategia de salida, según la importancia de la relación comercial de H&M con el proveedor.

Sources: www.hm.com and interview with P. Karlsson and M. Karlsson, Managers at H&M Far East Trading Office in Istanbul, Turkey on 6 May 2010.

15 El Código de Conducta establece que, en caso de que “un proveedor no acepte nuestra política sobre trabajo infantil, no seguiremos operando con éste”.

16 Este Código de Conducta se basa en la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño y en los convenios de la OIT sobre las Condiciones de Trabajo y los Derechos en el Trabajo.

INICIATIVAS MULTILATERALES

Además de controlar la observancia de su propio código, algunos compradores pueden sumarse a iniciativas multilaterales que realizan tareas de control adicionales. Estas iniciativas involucran a diferentes actores que tienen un “interés” en los problemas sociales o medioambientales en cuestión, como organizaciones de la sociedad civil, sindicatos, autoridades gubernamentales y actores empresariales. Las iniciativas multilaterales ofrecen una verificación independiente del cumplimiento de los requisitos sociales y medioambientales establecidos en los códigos de conducta. Entre los ejemplos de este tipo de iniciativas está la Iniciativa de Comercio Ético (ETI, véase el Cuadro 7) y la Asociación para el Trabajo Justo (FLA, véase el Cuadro 8). Cuando un comprador es miembro de este tipo de iniciativas, sus proveedores pueden estar sujetos a dos auditorías diferentes: una del comprador y otra de la iniciativa multilateral. Por ejemplo, como Adidas y Nike son miembros de la FLA, sus proveedores son auditados por la FLA y también por los compradores. Por lo general, las auditorías de iniciativas multilaterales se llevan a cabo sin previo aviso.

Cuadro 7: Iniciativa de Comercio Ético (ETI)

La Iniciativa de Comercio Ético (ETI) es una alianza de empresas, organizaciones no gubernamentales (ONG) y sindicatos orientada a mejorar las condiciones de trabajo de las cadenas de suministro a nivel mundial. Se centra principalmente en el mercado del Reino Unido, pero sus puertas también están abiertas a compañías de otros países.

Las compañías que participan se comprometen a cumplir con el Código Base de la ETI, el cual se fundamenta en los convenios de la OIT, y también a implementarlo mediante la firma de los Principios de Implementación de la ETI. Las compañías miembro presentan un informe anual sobre sus actividades al respecto y los resultados que logran a nivel agrícola o fabril.

Cada año, la Secretaría de la ETI, junto con representantes de los sindicatos y ONG miembro, realizan visitas de validación al azar al 20%, como mínimo, de sus miembros informantes. El propósito de las visitas es verificar que los sistemas y procesos de gestión de las compañías, destinados a recabar información para el informe anual, sean coherentes y confiables. Las visitas también contribuyen a fomentar el diálogo con las compañías miembro sobre los avances que realizan y los problemas que surgen.

Una vez que la junta de la ETI revisa los informes anuales de las compañías, la Secretaría realiza una devolución detallada a cada una, donde identifica las áreas en las que hubo avances y aquellas que requieren de otras acciones. Si las compañías miembro no avanzan lo suficiente o no cumplen con sus obligaciones como miembros, la ETI finaliza su condición de tales.

Fuente: www.ethicaltrade.org

Cuadro 8: Asociación para el Trabajo Justo (FLA)

Constituida en 1999, la Asociación para el Trabajo Justo (FLA) es una iniciativa conjunta de compañías, universidades y organizaciones de la sociedad civil socialmente responsables para mejorar las condiciones de trabajo de fábricas de todo el mundo. La FLA ha desarrollado un código de conducta para el lugar de trabajo, basado en las normas de la OIT, y ha creado un proceso práctico de verificación, reparación y control para cumplir con estas normas.

Las compañías que adhieren a la Asociación se comprometen a establecer sistemas internos para controlar las condiciones del lugar de trabajo y sostener los principios del código, como parte de un riguroso sistema de Control Externo Independiente (IEM) y elaboración de informes públicos sobre las condiciones de las fábricas de sus proveedores. La FLA homologa a organismos de control de terceros independientes y los contrata para que realicen auditorías anuales sin previo aviso a un grupo de fábricas seleccionadas al azar que suministran productos a las marcas afiliadas a la FLA. Para garantizar la transparencia, los resultados de las auditorías de IEM se publican en el sitio web de la FLA y en el Informe Público Anual de ésta. La FLA es la única iniciativa de derechos laborales que publica los resultados de sus actividades de control sistemático.

La Asociación para el Trabajo Justo también responde ante infracciones laborales en el lugar de trabajo a través de su mecanismo de Reclamos de Terceros. Cualquiera, sea un trabajador, un abogado, una compañía o una persona, puede comunicarse con la Asociación para el Trabajo Justo para denunciar infracciones del código en una fábrica que suministre productos a una compañía afiliada. Los reclamos son confidenciales y se investigan con rigurosidad. Cuando se detectan infracciones, la FLA las hace públicas y trabaja junto a las partes interesadas para hallar soluciones sustentables.

La FLA exige a las compañías trabajar junto a las fábricas para que se corrijan las infracciones del código mediante el desarrollo y la implementación de un plan de reparación. La Asociación informa sobre las medidas de reparación y también realiza auditorías de verificación para confirmar el avance continuo en una muestra de fábricas auditadas.

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



Estrategias para proveedores de países en desarrollo



Cuando exportan a mercados mundiales, los proveedores de países en desarrollo se ven obligados, tarde o temprano, a cumplir con normas privadas. Frente a esta situación, las compañías exportadoras pueden reaccionar de dos maneras: adoptando una estrategia reactiva o una proactiva, siendo ésta última la que aumenta, a la larga, las ventajas competitivas del exportador en el mercado. Sin embargo, antes de analizar las estrategias, las compañías exportadoras tienen que reunir ciertos requisitos básicos que serán factores determinantes al momento de establecer una relación comercial con marcas y distribuidores mundiales.

Estos requisitos básicos se describen a continuación, seguidos de una descripción de las estrategias reactivas y proactivas. Los enfoques estratégicos descritos se reflejan en los ejemplos reales citados en los Cuadros, derivados de las entrevistas en profundidad que se realizaron a proveedores seleccionados de las encuestas en las que se basa esta guía.

REUNIR LOS REQUISITOS BÁSICOS NECESARIOS PARA COMERCIALIZAR

Independientemente de su ubicación en la cadena de valor, los fabricantes de países en desarrollo tienen que reunir, primero y principal, una serie de requisitos básicos para poder comercializar. Los requisitos son los siguientes:

- Escala suficiente (es decir, capacidad para entregar pedidos en el volumen requerido).
- Precio competitivo.
- Buena calidad.
- Sistemática y confiabilidad.

- Capacidad para cumplir con las regulaciones técnicas y medidas SFS obligatorias, incluidas las regulaciones de salud y seguridad, de los mercados objetivos (es decir, aprobar inspecciones de aduanas y lograr la aprobación del producto antes de introducirlo al mercado, si corresponde).

Con respecto a las cuestiones sociales, medioambientales y de seguridad, se exige a todas las compañías respetar las leyes que les competen. Esto se da por hecho. Desde un punto de vista más estratégico, dado que muchas leyes nacionales se basan en las mismas normas y convenios acordados internacionalmente que las normas privadas, el cumplimiento de las primeras suele retrasar el cumplimiento de los requisitos de estas últimas por parte de una compañía, en caso de tener que hacerlo.

Es evidente que muchos fabricantes de países en desarrollo aún no se han enfrentado a normas privadas. Estas compañías suelen encontrarse en los eslabones más alejados de la cadena de valor (por ejemplo, subcontratistas de compañías exportadoras) y es posible que comercialicen sus productos a través de mayoristas o distribuidores, o que fabriquen para mercados locales, regionales o de otro tipo que sean menos exigentes en cuanto a las condiciones de producción sociales y medioambientales. Sin embargo, aun las compañías que no se han enfrentado a normas privadas pueden satisfacer, en gran medida, los criterios de conformidad sin tener certificación o ser auditadas por terceros, como se ejemplifica en el caso del Cuadro 9.

Cuadro 9: Compañía india de artículos de cuero “ILC” que aún no se ha visto obligada a cumplir con requisitos sociales y medioambientales del comprador

ILC¹⁷ señala que cumple con todas las leyes y regulaciones locales pero que no observa ningún código de conducta del comprador, dado que no ha sido obligada a hacerlo hasta el momento. La compañía utiliza auditores internos propios para verificar el cumplimiento de leyes y regulaciones locales, y considera que las normas de cualquier código de conducta del comprador ya se encuentran reflejadas en la legislación nacional existente. Dado que cumple con las leyes y regulaciones locales y, por consiguiente, sostiene ya un nivel aceptable de principios sociales, no debería ser un gran problema para la compañía el hecho de tener que observar un código del comprador en el futuro, si se lo exigieran. ILC dice estar preparada para cumplir con un código de conducta, si éste fuera una condición indispensable para cumplimentar nuevos pedidos. La compañía reconoce que las normas privadas son importantes para los compradores, quienes necesitan confirmar que las fábricas a las que les compran cumplen, como mínimo, con las leyes locales. Si ILC se ve obligada a cumplir con un código de conducta, la compañía prevé que los costes de cumplimiento incluirán honorarios de consultoría, capacitación, honorarios de auditores, establecimiento de medidas sociales para los empleados y documentación.

17 Por motivos de confidencialidad, en este capítulo no se utilizan los nombres reales de las compañías a las que se alude.

NORMAS PRIVADAS: INVOLUCRARSE Y SABER LO QUE LE ESPERA

Muchas marcas y distribuidores mundiales sólo analizan establecer relaciones comerciales con aquel proveedor que reúna los requisitos básicos mencionados. Si éste es el caso, la compañía podrá convertirse en (potencial) proveedor, y es en esta instancia donde deberá conocer debidamente los requisitos necesarios para aspirar al cumplimiento del código de conducta específico del comprador.

Las normas privadas implican costes y beneficios. La mayoría de los costes deberían considerarse una inversión en realidad, dado que, a largo plazo, pueden generar beneficios superiores. Esta inversión no sólo crea oportunidades de exportación debido a la exigencia de cumplimiento por parte de las marcas y los distribuidores, sino que también suele contribuir a aumentar la competitividad de la compañía y a hacer más eficientes las operaciones. Por ejemplo, mejores medidas de salud y seguridad pueden generar una disminución del ausentismo. Prácticamente todas las compañías entrevistadas para esta guía señalaron que su competitividad había mejorado como resultado de las iniciativas para mejorar las condiciones sociales y medioambientales de sus lugares de producción, dado que dichos cambios les permitieron, a su vez, atraer nuevos clientes. Muchas compañías señalaron, además, que sus iniciativas habían levantado la moral de los empleados, con un consiguiente aumento de la productividad.

Tabla 6: La inversión versus los beneficios de las normas privadas

Inversión/Costes	Resultados/Beneficios
<ul style="list-style-type: none">■ Inversión en infraestructura (acondicionamiento/renovación)	<ul style="list-style-type: none">■ Mayor eficiencia y productividad
<ul style="list-style-type: none">■ Unidades organizacionales/departamentos adicionales para administrar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none">■ Inicio o mantenimiento de relaciones comerciales con compradores de gran volumen y alto valor
<ul style="list-style-type: none">■ Costes adicionales de personal (nuevos empleados, capacitación, salarios)	<ul style="list-style-type: none">■ Situación preferencial ante el comprador
<ul style="list-style-type: none">■ Inversión en hardware y software (p. ej., nuevos equipos de seguridad, tecnología de la información, sistemas de documentación)	<ul style="list-style-type: none">■ Mejor imagen corporativa
<ul style="list-style-type: none">■ Honorarios de consultoría y auditoría	<ul style="list-style-type: none">■ Mayor bienestar y motivación de los empleados (menos ausentismo, menos cantidad de accidentes laborales)
	<ul style="list-style-type: none">■ Mayor rentabilidad

Al toparse por primera vez con normas privadas, los fabricantes de países en desarrollo pueden enfrentarse a dilemas o disyuntivas entre continuar operando como siempre o cumplir con los requisitos de los compradores. Un gran problema al que se enfrentan los proveedores es la disyuntiva entre las exigencias del comprador en términos de precios de productos y plazos de entrega, por un lado, y las exigencias en términos de condiciones laborales, por el otro. Por ejemplo, muchos códigos de conducta del comprador establecen una cantidad máxima de horas de trabajo por semana y por empleado en relación con normas y derechos laborales. Sin embargo, si las exigencias del comprador en términos de tiempo de producción y volumen siguen siendo altas, los proveedores pueden enfrentar la disyuntiva entre respetar las leyes sobre el máximo de horas de trabajo y mantener el nivel de productividad de la compañía. Pueden exigirles a los empleados que sean más productivos en menos tiempo y, como es de esperarse, terminar en una medida poco deseada por éstos. Otro reclamo frecuente es que las normas que imponen los compradores occidentales, principalmente, no se adaptan fácilmente a la cultura local. Por ejemplo, una de las compañías en nuestra encuesta señaló que sus compradores imponían restricciones al uso de mano de obra contratada temporalmente, cuando en realidad son los trabajadores (en su mayoría mujeres) los que prefieren contratos de trabajo temporales en lugar de permanentes, y desean trabajar a destajo.

Muchos proveedores enfrentan problemas al tratar con normas privadas por primera vez (véase el Cuadro 11). Cuando las normas privadas imponen requisitos que exceden la legislación nacional, el cumplimiento puede exigir una inversión imprevista, además de conocimientos y experiencia que la compañía aún no posee. En todos los casos, el establecimiento de un sistema de gestión y documentación para cumplir con las normas del comprador comienza con cinco pasos básicos (Cuadro 10).

Cuadro 10: Cinco cosas que se deben comenzar a hacer, si aún no se hacen, ante la exigencia de una norma privada

1. Asegurarse de tener copias de todas las leyes y regulaciones locales pertinentes que se apliquen al sector (incluidas las regulaciones sobre salud y seguridad, medio ambiente y trabajo).
2. Estudiar la norma e identificar los requisitos adicionales.
3. Confeccionar una lista para la auditoría interna.
4. Si no se tiene uno, implementar un sistema básico de documentación que incluya, como mínimo, lo siguiente:
 - copia de la identificación de todos los trabajadores
 - registro de horas trabajadas por cada empleado
 - registro del salario percibido por cada empleado
5. Designar a un miembro del personal para que se capacite y se responsabilice de lograr y mantener el cumplimiento de las leyes y regulaciones.

Se aconseja a las compañías controlar los costes, la inversión y los beneficios relacionados con las normas privadas desde el momento en que comienzan a implementar los requisitos sociales y medioambientales, ya que esto generará un registro de los beneficios resultantes, cotejados contra los gastos incurridos. Por ejemplo, además de los cinco pasos básicos que se recomiendan en el Cuadro 10, también es una buena práctica conservar registros de las facturas de agua y electricidad, e implementar un sistema básico de trazabilidad en el flujo de productos, desde los proveedores de materia prima, pasando por los subcontratistas, hasta el despacho final de los productos por la compañía. La implementación de un sistema de trazabilidad implica identificar la cadena de producción y la documentación básica necesaria en cada etapa. Resulta bastante viable si se comienza por implementar un sistema simple de tipo manual.

Cuadro 11: Costes de cumplimiento iniciales de la compañía india de calzado de cuero “Shu”

Shu señaló que el coste de cumplimiento de las normas de su compañía cliente, una marca de indumentaria de alto nivel, fueron elevados al principio. El cliente comenzó las auditorías cuando la producción se encontraba aún en la fase inicial. Como Shu acababa de iniciar sus operaciones, no estaba muy familiarizada con algunos requisitos del código de conducta del cliente y, de hecho, no cumplía con algunos de los aspectos evaluados. Aun así, los auditores le concedieron un plazo de tres meses para tomar medidas correctivas y asegurar el cumplimiento, lo que le permitió a Shu contar con el tiempo necesario para implementar las medidas requeridas. Las medidas incluyeron la señalización de pasillos, la creación de espacios seguros para el ensamblaje, el suministro de ciertas medidas de seguridad adicionales en las instalaciones de la fábrica e instalaciones de capacitación fuera de la fábrica. El coste total incurrido en la fase inicial fue de 1,5 millones de rupias indias (alrededor de USD 32.000). Los costes recurrentes por el cumplimiento de los códigos de conducta del comprador ascienden a 700.000 rupias (alrededor de USD 15.000) al año y se relacionan con documentación, personal adicional, capacitación de nuevos empleados y honorarios de auditoría y consultoría.

ESTRATEGIAS FRENTE A LAS NORMAS PRIVADAS

El fundamento para las compañías exportadoras de países en desarrollo que tienen que cumplir con requisitos sociales o medioambientales del comprador es simple. Básicamente, tienen que aceptar que las normas privadas y los códigos de conducta del comprador no van a desaparecer y que, si desean iniciar o continuar una relación comercial con los compradores, deberán cumplir con sus códigos de conducta. En otras palabras, o los proveedores cumplen con los requisitos de sus (potenciales) compradores en el plazo acordado o sus contratos se rescindirán luego de un determinado tiempo, o no se materializarán. Frente a esta realidad, se puede asumir una actitud reactiva o una proactiva. Se recomienda optar por ésta última, ya que genera ventajas competitivas en el largo plazo.

ESTRATEGIA REACTIVA

La estrategia reactiva hace referencia, básicamente, a la implementación, por parte de la compañía del proveedor, de los requisitos mínimos necesarios solamente, con el fin de cumplir con las exigencias del comprador. Como cada código del comprador es único (a pesar de sus similitudes, véase el Capítulo 3) y, lo que es más importante, las exigencias del comprador son un blanco móvil debido a las demandas en constante evolución de los clientes, los proveedores se enfrentarán continuamente a nuevos requisitos.

Desde la perspectiva del proveedor, la consecuencia será que, aunque la compañía cumpla con uno o más códigos de conducta del comprador, cada nuevo comprador que se sume a la cartera de clientes implicará costes de cumplimiento y auditorías adicionales.

El caso de “Sporty” en el Cuadro 12 es típico de una compañía que adopta una estrategia reactiva. Es evidente que esta compañía no se “apropia” de sus prácticas sociales y medioambientales, ni ha internalizado un compromiso al respecto. En su lugar, satisface las exigencias del comprador a medida que surgen. En otras palabras, reacciona ante las exigencias en lugar de preverlas. Si continúa estando a la zaga de las exigencias de los compradores, Sporty incurrirá en costes adicionales cada vez que un comprador imponga nuevos requisitos o cada vez que aparezca un comprador nuevo. La estrategia proactiva, en cambio, ofrece un enfoque mucho más positivo y beneficioso frente a las normas privadas, que se describe a continuación.

Cuadro 12: La compañía de indumentaria deportiva turca “Sporty” adopta una estrategia reactiva frente a las normas privadas

Sporty fabrica indumentaria deportiva e informal. Entre sus compradores se incluyen grandes marcas como Nike, Next, Reebok, Quicksilver, Adidas, Timberland y Puma. Sporty no tiene un código de conducta propio pero observa todos los códigos de sus clientes.

La compañía comenzó a cumplir con estos códigos sólo porque sus clientes se lo exigían. Para lograr el cumplimiento, ha sufrido problemas económicos y de capacidad. Además de la capacitación de empleados, los siguientes son ejemplos de los gastos incurridos por Sporty para cumplir con los códigos del comprador:

- Creación de un jardín de infantes en respuesta a los requisitos de Adidas.
- Creación de un nuevo sistema de almacenamiento para desechos peligrosos, conforme a lo exigido por H&M.
- Construcción de salidas de incendio adicionales en diferentes lugares de la fábrica, conforme a lo exigido por Reebok.

Al preguntarle sobre los beneficios del cumplimiento, la compañía afirma que no ha recibido ningún otro beneficio en particular aparte de continuar recibiendo pedidos de las marcas mundiales. De hecho, en la entrevista, la compañía planteó la siguiente pregunta: “¿Cuán responsables son estos compradores mundiales si ordenan que nosotros cumplamos con sus normas?” (traducción del turco).

ESTRATEGIA PROACTIVA

Frente a las normas privadas, la reacción inicial más lógica puede ser la de cumplir con las exigencias del comprador de forma gradual como se describe anteriormente. Luego de que una compañía exportadora logra cumplir con todos los requisitos de un comprador mundial, los mercados suelen abrirse y la compañía suele divisar oportunidades claras para aumentar aún más su base de clientes. Esto significa que la compañía se enfrentará cada vez más a normas privadas, en cuyo caso la elección de una estrategia proactiva demostrará ser la vía más eficiente y eficaz en el largo plazo.

Si adopta esta estrategia, el fabricante o la compañía exportadora de un país en desarrollo asume la “propiedad”. En lugar de esperar pasivamente que se presenten nuevos requisitos del comprador, la compañía comienza a prever los requisitos futuros. El fundamento básico de esta estrategia es minimizar la confrontación con requisitos imprevistos y costes de cumplimiento adicionales cada vez que aparece un nuevo comprador, mientras se saca provecho de los beneficios recibidos al introducir un sistema de gestión eficiente.

Esto implica observar algunas de las normas sociales y medioambientales más ambiciosas, lo que requiere ciertos conocimientos e inversión. En consecuencia, esta estrategia puede ser especialmente adecuada para las compañías que han alcanzado niveles de producción

considerables y están listas para hacer más eficientes sus procesos empresariales. Además de los beneficios enumerados en la Tabla 6, los beneficios adicionales comparados con la estrategia reactiva son la eficientización y simplificación del cumplimiento de los requisitos del comprador, y el hecho de demostrar un rendimiento social y medioambiental en el mercado, algo que puede atraer en gran medida a nuevos clientes.

Una estrategia proactiva puede adoptar muchas formas, las que dependerán de las circunstancias particulares de la compañía, así como de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas relacionadas. No existe algo así como un modelo único de estrategia proactiva, pero sí muchas herramientas e instrumentos que ayudan a desarrollarla (véanse los Cuadros 14, 15 y 16). No obstante, toda estrategia proactiva incluirá los siguientes elementos:

1. Visión y compromiso
2. Implementación
3. Verificación externa

1. Visión y compromiso

Una estrategia proactiva sólo funcionará si se logra el compromiso de la alta gerencia. Dado que esta estrategia requiere una inversión considerable además de persistencia y sistematicidad, su éxito no podrá depender solamente de uno o algunos miembros del personal, sino de la participación activa de la alta gerencia. Éste es un requisito indispensable para integrar la estrategia a la cultura corporativa y a los procesos empresariales.

Como punto de partida de la estrategia proactiva, la gerencia tendrá que comprometerse con una visión sobre el rendimiento social y medioambiental de la compañía. Una buena forma de formalizar esta visión es crear un código de conducta propio, que defina los compromisos sociales y medioambientales de la compañía (véase el ejemplo de una compañía textil turca que siguió este camino, en el Cuadro 13).

Cuadro 13: La compañía textil turca “Yasmin” crea un código de conducta

Un ejemplo interesante de compañía manufacturera exportadora con un enfoque proactivo es Yasmin. Esta compañía ha creado su propio código de conducta con el fin de incorporar la responsabilidad social a su cultura corporativa. La gerencia de la compañía está convencida de que “para asegurar el acceso continuo a los mercados de exportación importantes, los fabricantes no tienen otra alternativa que realizar la inversión necesaria para cumplir con los requisitos de los códigos de conducta privados y las normas de calidad”. Su código contempla los principales temas sociales y medioambientales. Algunos compradores imponen requisitos adicionales al código de Yasmin, lo que implica otros costes. Además de su código de conducta, la compañía obtuvo la certificación SA 8000 (siendo la primera y única compañía textil de Turquía en tenerla) y esto le da una importante ventaja competitiva y situación preferencial como proveedor frente a algunas de las principales marcas mundiales.

La creación de un código de conducta le permite a la compañía retomar el control y comenzar a hacer más eficientes los procesos de producción de forma proactiva y ambiciosa. Sin embargo, la mayoría de los compradores no se convence con el compromiso solamente, sino que desean verificarlo a través de sus propios auditores (independientes). Un código de conducta ambicioso también demuestra el compromiso de la compañía con sus compradores, lo que puede aumentar el interés de éstos en la compañía y contribuir a atraer nuevos clientes. En el Cuadro 14, se mencionan varias herramientas de referencia para crear un código de conducta.

Cuadro 14: Algunas herramientas de referencia para crear un código de conducta

La Iniciativa de Comercio Ético (ETI), una alianza de compañías, sindicatos y organizaciones voluntarias orientada a mejorar la vida de las personas que producen bienes de consumo, ha desarrollado el **Código Base ETI** para el uso común. Éste se encuentra disponible en www.ethicaltrade.org > Resources (Recursos).

La Asociación para el Trabajo Justo (FLA), una iniciativa conjunta de compañías, universidades y organizaciones de la sociedad civil socialmente responsables para mejorar las condiciones de trabajo de fábricas de todo el mundo, ha desarrollado un código de conducta para el lugar de trabajo de uso común. Éste se encuentra disponible en www.fairlabor.org > About us > Workplace code of conduct (Quiénes somos > Código de conducta para el lugar de trabajo).

En su publicación “Route to Social Compliance” (Camino al cumplimiento social), la Société Générale de Surveillance (SGS) presenta un **código de conducta modelo** que las compañías pueden utilizar para desarrollar sus propias políticas (páginas 27 a 31). Esta publicación se puede descargar del sitio web de SGS en www.sustainability.sgs.com.

2. Implementación

Una vez que se formula la visión y el compromiso de una compañía sobre las cuestiones sociales y medioambientales, será necesario diseñar un plan y los procedimientos para su implementación. Es probable que esto implique capacitar al personal y que también requiera control. Se recomienda a las compañías diseñar un par de indicadores clave de rendimiento (KPI) para hacer un seguimiento del progreso desde el inicio de la implementación (línea base) en adelante. Éstos pueden incluir indicadores de productividad, licencias por enfermedad de empleados, accidentes laborales, satisfacción de los empleados, eficiencia energética, calidad de las aguas residuales, etc. Esta tarea permitirá obtener una visión de los costes y beneficios de las medidas sociales y medioambientales, y también ayudará a crear un modelo de negocio, lo que implica recopilar información para demostrar la rentabilidad de una inversión.

Cuadro 15: Algunos recursos de apoyo disponibles para la capacitación

El Programa de Logro de Empresarios Responsables (REAP) de la ONUDI permite a las pequeñas y medianas empresas incorporar los aspectos sociales y medioambientales a su estrategia principal de negocio. Basado en los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, así como en normas internacionales sobre cuestiones sociales y medioambientales (p. ej. ISO 14001, ISO 26000, SA 8000 y el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional, OHSAS 18001), el REAP brinda un marco estructural para la capacitación y la orientación junto con un software analítico, el que se puede utilizar para recopilar, procesar y evaluar información de la compañía para el seguimiento y el informe del progreso durante la implementación de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Para obtener más detalles, consúltese <http://www.unido.org/reap>.

Para las compañías de países en desarrollo interesadas en exportar a la Unión Europea, el Centro para la Promoción de las Importaciones de Países en Desarrollo (CBI), cuyo objetivo es fortalecer la capacidad competitiva de las pequeñas y medianas empresas exportadoras y fabricantes de países en desarrollo, también ofrece capacitación e instrucción. Se puede obtener más información en www.cbi.eu.

Algunas marcas y distribuidores mundiales ofrecen a sus proveedores capacitación y desarrollo de capacidad para implementar sus códigos de conducta. Algunas asociaciones de empresas y cámaras de comercio también ofrecen capacitación. Se aconseja a los proveedores que obtengan más información y averigüen si estas opciones de capacitación están a su disposición.

Una vez que se implementa un sistema de control, la compañía puede analizar la elaboración de informes sobre su rendimiento y progreso. Éstos pueden hacer más eficientes las auditorías externas y, posteriormente, ser utilizados en comunicación externa. La elaboración de informes aumenta la transparencia de la compañía, un aspecto cada vez más valorado por compradores, clientes y autoridades por igual.

Dado que ya existen muchas herramientas e instrumentos para ayudar a las compañías a desarrollar sistemas de gestión social o medioambiental, esta guía no los reiterará. En su lugar, en el Cuadro 16 se mencionan algunos instrumentos útiles recomendados por organizaciones e iniciativas de amplio reconocimiento.

Cuadro 16: Algunos instrumentos y herramientas disponibles para implementar un sistema de gestión social o medioambiental

La Organización Internacional de Normalización (ISO) está concluyendo una norma internacional que establece directrices sobre responsabilidad social, denominada **ISO 26000**, la cual será publicada a fines de 2010. La norma ofrece una guía sobre conductas socialmente responsables y posibles acciones. A diferencia de otras normas ISO sobre sistemas de gestión, ésta no se puede utilizar como fundamento para la certificación. Se puede encontrar más información en www.iso.org/sr.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas (una iniciativa empresarial voluntaria dirigida por las Naciones Unidas para aprender e informar sobre responsabilidad social empresarial) ha desarrollado varias guías e instrumentos prácticos para asistir a las compañías en el logro del cumplimiento social. El **Modelo de Gestión del Pacto Mundial de la ONU** puede ser de especial utilidad y se puede descargar en www.unglobalcompact.org > 'About Us' > Tools and resources (Quiénes somos > Herramientas y recursos).

Otro instrumento útil creado por el Pacto Mundial es la herramienta de autoevaluación. Ésta se encuentra disponible en <http://www.globalcompactselfassessment.org/>.

La Asociación para el Trabajo Justo ha creado un **Portal de Evaluación** que ofrece una gran variedad de herramientas para evaluar el nivel de cumplimiento con los códigos de las compañías y los proveedores. El portal ofrece evaluaciones generales y específicas para brindarles a las compañías y los proveedores una idea de su situación actual con respecto al cumplimiento de cuestiones laborales. Se puede obtener información en ap.fairlabor.org.

Las compañías también pueden usar como guía los requisitos y las medidas de implementación que se describen en los **programas de certificación**. Sin que sea necesario solicitar la certificación, las compañías pueden utilizar estos programas a modo de guía para crear su propio código y sistema de gestión, y al mismo tiempo prepararse para una posible certificación en el futuro.

Para obtener orientación específica sobre sistemas de gestión ambiental, el **Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente** es un punto de partida útil. En el siguiente enlace se pueden descargar publicaciones prácticas: www.unep.org/resources/business/Publications/.

El Programa Mundial de Cumplimiento Social (GSCP) es una plataforma mundial impulsada por empresas para fomentar el intercambio de conocimiento y las mejores prácticas con el fin de establecer comparabilidad y transparencia entre los sistemas existentes. Este programa también ha formulado algunas **directrices de implementación medioambiental**. Todas las herramientas de referencia del GSCP se pueden descargar desde el lado derecho de la página de inicio en www.gscpn.com.

Una fuente autorizada de donde obtener orientación sobre elaboración de informes de rendimiento social y medioambiental es la Iniciativa de Reporte Global (una red multilateral que ha desarrollado y continúa mejorando un marco junto con directrices para la elaboración de informes sociales). El **marco y las directrices para la elaboración de informes de GRI** se encuentran disponibles en www.globalreporting.org/ReportingFramework.

3. Verificación externa

Una vez que el proveedor de un país en desarrollo ha creado un código de conducta sólido y ha puesto en marcha sistemas de gestión para su implementación y control, la compañía debería ser capaz de superar la prueba de verificación externa.

El paso final de una estrategia proactiva es la verificación externa independiente del rendimiento social y medioambiental de la compañía a través de un organismo de certificación homologado. Esto también se puede utilizar posteriormente para la promoción externa. La certificación ofrece beneficios pero es un proyecto costoso y ambicioso que requiere a las compañías exportadoras estar en una fase relativamente avanzada en la mejora de aspectos sociales y medioambientales de sus procesos empresariales. En el Cuadro 17, se muestra un ejemplo de los costes y beneficios relacionados con el cumplimiento.

En la mayoría de los sectores de la economía, existen uno o más programas de certificación disponibles sobre cuestiones sociales y medioambientales. Por ejemplo, la investigación para esta guía demostró que el certificado del Consejo de Administración Forestal (FSC) predomina en el sector maderero de Brasil, la norma SA 8000 en el sector del cuero de la India y la norma Oeko-Tex en el sector textil de Turquía. Estos certificados sirven como herramientas de mercadotecnia y comunicación externa, al demostrar principios elevados en cuestiones sociales y medioambientales que pueden atraer a nuevos clientes. Además, algunos compradores pueden reconocer determinadas certificaciones como una mejor práctica, lo que permite a las compañías que tienen esta certificación reducir la cantidad de auditorías exigidas por el comprador. Éste es el caso, por ejemplo, de las compañías miembro de la Iniciativa de Cumplimiento Social Empresarial (BSCI), las que reconocen a la norma SA 8000 como mejor práctica.

La certificación puede ser un proceso costoso. Además de implementar los requisitos sociales y medioambientales, lo que puede resultar una operación costosa en sí misma, también están los honorarios del organismo de certificación y sus auditores. Si bien los costes pueden disminuir considerablemente después de la inversión inicial y de recibir la certificación, existen costes recurrentes para conservarla y actualizarla. Éstos no siempre se pueden trasladar al comprador. Aunque los compradores prefieran proveedores certificados, a menudo no están dispuestos a pagar un precio más alto por el producto.

Cuadro 17: Certificación del Consejo de Administración Forestal (FSC) para la compañía de muebles “Furnitura” de Brasil

Furnitura obtuvo la certificación correspondiente al programa del FSC (véase el Cuadro 1). Como principal motivo para obtener la certificación, la compañía mencionó objetivos de mercadotecnia. Luego de obtenerla, Furnitura descubrió que era reconocida como una compañía que respeta el medio ambiente y mantiene una conducta responsable con respecto a la comunidad. Este reconocimiento no sólo proviene de los compradores actuales de Furnitura, sino también de los posibles compradores. Como una de las pocas compañías certificadas por el FSC en América Latina, Furnitura ha obtenido una ventaja competitiva a través de la certificación.

El caso de Furnitura ofrece una visión de los costes relacionados con la certificación FSC. Para que el FSC certifique la madera, el procesamiento de ésta tiene que ser transparente en todo momento, permitiendo la total trazabilidad desde la materia prima. Éste es un asunto complejo y genera altos costes de producción. Por ejemplo, el aserradero que se utiliza debe ser diferente al que se usa para una madera no certificable. Otros costes relacionados tienen que ver con la contratación de más personal para controlar el proceso y con la compra de aserraderos adicionales para separar la madera certificada. Furnitura calcula que los costes relacionados con la obtención de la certificación FSC conforman entre el 3% y el 5% de los costes totales del producto.

El resultado del análisis de coste-beneficio para la certificación varía en cada compañía. El cumplimiento puede implicar más cambios para algunas compañías que para otras. Además, algunas empresas obtienen una mayor ventaja competitiva que otras después de la certificación. Toda compañía que piense en la certificación deberá decidir por sí sola si los beneficios compensan los costes.

EXPERIENCIA DE PROVEEDORES CON LAS NORMAS PRIVADAS

La encuesta y las entrevistas a las compañías exportadoras del sector de muebles de Brasil, del sector del cuero de la India y del sector textil de Turquía revelaron que las normas privadas son una realidad a la que hay que enfrentar si se desea exportar a los mercados mundiales. Si bien abundaron las quejas sobre los costes que esto implica (véase también el Cuadro 11), la mayoría de las compañías puede identificar también los beneficios a la vista, los que incluyen mejoras en los procesos empresariales internos, mayor ventaja competitiva y bienestar de los empleados (véase la Tabla 6). Por consiguiente, las normas privadas implican costes, inversión y beneficios para las compañías exportadoras de los países en desarrollo.

Una estrategia proactiva contribuirá a que estas compañías reduzcan los costes de cumplimiento imprevistos y aprovechen las oportunidades del mercado. Sin embargo, ciertos problemas y dilemas acerca de las normas privadas son difíciles de superar, sobre todo en situaciones donde los compradores continúan presionando a los proveedores de países en desarrollo para que bajen sus precios y acorten los plazos

de entrega. Por ello, los compradores tienen que desempeñar un rol activo para facilitar el cumplimiento de sus normas privadas. En el Cuadro 18, se expone con más detalle este mensaje de los proveedores a las marcas.

Cuadro 18: Mensaje de los proveedores de países en desarrollo a los compradores mundiales

Los proveedores suelen señalar que los compradores no están dispuestos a pagar más por productos que se fabrican de acuerdo con los requisitos sociales y medioambientales de éstos últimos. En este sentido, los costes relacionados con la mejora de condiciones pueden traducirse en una caída de los márgenes de beneficio del proveedor o bien, los requisitos sociales y medioambientales del comprador pueden considerarse superficiales. La siguiente cita de C. Moss (2009) ilustra muy bien este punto: “El departamento de cumplimiento presiona a los proveedores para que cumplan con las normas sociales. Quiere que los proveedores reduzcan las horas extras y paguen un salario digno. Realiza una auditoría para verificar el cumplimiento. Luego, el departamento de compras interviene y presiona para reducir los precios y acortar los plazos de entrega. Si una marca envía un mensaje confuso, el proveedor escuchará al departamento de compras. ¿Por qué? Porque el proveedor escuchará al departamento que realizará el pedido. La única manera que tiene una marca de enviar un mensaje coherente a los proveedores es cuando existe un acuerdo interno dentro de la marca sobre el contenido y el tono del mensaje. Las marcas tienen que lograr el acuerdo interno total entre los departamentos para poder mostrar una imagen unificada ante los proveedores. Es imposible para las compañías enviar un mensaje coherente a los proveedores a menos que incorporen las medidas de cumplimiento social en el sistema de evaluación de proveedores de los departamentos de compra y de comercialización”...

Para compensar los costes que implica garantizar el cumplimiento, es importante que los compradores y los proveedores no sólo se comprometan a mejorar ciertas cuestiones sociales y medioambientales, sino también que se comprometan a establecer una relación comercial a largo plazo. Además, los compradores podrían contribuir con los costes de cumplimiento de los proveedores, o ambas partes podrían realizar una inversión conjunta en determinados activos. Otros aspectos a considerar por los compradores que desean imponer requisitos específicos al proveedor tienen que ver con las diferencias interculturales y la disponibilidad de información sobre los requisitos del comprador en la lengua materna del proveedor. Una mala traducción y la ignorancia de las diferencias culturales entre proveedores y compradores, como el temor a avergonzarse cuando se señala algo que no se comprendió del todo, pueden conducir a malentendidos.

Fuentes: C. Moss. “Key performance indicators for social compliance in the supply chain in D. Leipziger, SA8000 - The first decade”, 2009. E.R. Pederson and M. Anderson. “Safeguarding corporate social responsibility (CSR) in global supply chains: how codes of conduct are managed in buyer-supplier relationships” in Journal of Public Affairs 6 (3/4): 228–240 (2006); The Chartered Institute of Purchasing & Supply and Traidcraft Exchange. “Win/win: achieving sustainable procurement with the developing world”. 2010





Tendencias

5

Las normas privadas de los sectores de indumentaria, calzado y muebles son similares en muchos aspectos. Sin embargo, existen diferencias en el enfoque y en el énfasis. Con el fin de diferenciarse entre sí, los distribuidores adaptan sus normas constantemente y las hacen más específicas o más generales, en respuesta a las demandas, necesidades y expectativas de los interesados. Nuevas normas se imponen permanentemente, las diferentes partes interesadas se involucran cada vez más en el desarrollo e implementación de dichas normas y se observa de cerca su relación con los marcos regulatorios. A medida que las normas privadas aumentan su presencia en muchas industrias, se pueden identificar algunas tendencias importantes. En este capítulo, se describen algunas de las principales tendencias que se cree que afectarán al desarrollo e implementación de las normas privadas en los próximos tres a cinco años.

RELACIÓN DINÁMICA ENTRE LAS REGULACIONES TÉCNICAS Y LAS NORMAS PRIVADAS

En los últimos 30 años, muchas normas del área de salud y seguridad para el consumidor se han convertido en leyes. Por otro lado, muchos requisitos legales se han traducido en requisitos privados más estrictos. Esta relación dinámica entre las regulaciones técnicas y las normas privadas se refleja en los requisitos sobre el etiquetado de productos orgánicos que se han convertido en ley en la Unión Europea y en los EE. UU. (véase el Cuadro 19), y en el efecto que tiene la regulación REACH de la UE para el registro, la evaluación y la autorización de sustancias químicas sobre la relación entre compradores y proveedores (véase el Cuadro 20).

Cuadro 19: De normas voluntarias a leyes: el caso de los textiles orgánicos

En 2007, la Unión Europea decidió crear una legislación específica sobre la producción orgánica, el etiquetado y la importación de productos alimenticios. Esta legislación, que comprende tres directrices diferentes, se basa en los requisitos establecidos por primera vez en las normas voluntarias de la IFOAM (Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica)¹⁸. En la actualidad, pese a los requisitos de otras etiquetas orgánicas, todos los productos comercializados como orgánicos en la UE deben, como mínimo, cumplir con las normas obligatorias de la UE. Los productos orgánicos que no cumplen con las directrices no se pueden vender como orgánicos en la UE. Sin embargo, la legislación actual no contempla los productos textiles ni cosméticos. No obstante, este ejemplo de normas orgánicas demuestra que, lo que actualmente es de carácter voluntario, en el futuro puede ser exigido por ley.

Se espera que este tipo de relación dinámica continúe, dado que muchos representantes de compradores consideran que las regulaciones técnicas son muy débiles y que las normas voluntarias internacionales son muy lentas para adecuarse a la situación actual, debido principalmente a los extensos debates de las partes interesadas en los comités técnicos. Por otro lado, los entes reguladores pueden percibir la multiplicidad de programas privados como un caso que requiere mayor regulación (y más eficiente), sobre todo en lo que respecta a la exposición de los consumidores a riesgos para el medio ambiente y para la salud y seguridad, ámbitos donde es poco probable que las fuerzas del mercado alcancen el nivel de cumplimiento deseado.

¹⁸ La agricultura orgánica es un sistema de gestión de la producción que fomenta y mejora la biodiversidad y la actividad del suelo. Es un sistema que se basa en el manejo del ecosistema más que en agregados agrícolas externos. El sistema excluye el uso de agregados como fertilizantes y plaguicidas sintéticos, medicamentos veterinarios, organismos genéticamente modificados (OGM), conservantes, aditivos y radiación. Si bien los métodos de producción orgánica pueden variar ligeramente, cumplen en gran medida con lo establecido en las Normas Básicas del IFOAM (IBS) para la producción y el procesamiento orgánicos.

Cuadro 20: Efecto de la regulación REACH sobre las relaciones entre compradores y proveedores

La norma REACH (Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de Sustancias Químicas) de 2006 exige a los fabricantes e importadores de productos químicos de la UE recopilar información sobre peligros y evaluar los riesgos. La norma REACH también exige la autorización previa para el uso de ciertas sustancias particularmente peligrosas y restringe la comercialización y el uso de determinados productos químicos y preparados.

La parte clave de la norma REACH que afecta a los sectores de textiles, calzado y muebles son determinadas disposiciones sobre las sustancias presentes en *artículos*¹⁹, si dichas sustancias están diseñadas para liberarse y si son sustancias altamente preocupantes (SVHC)²⁰.

Dado que los importadores de la UE deben cumplir con la norma REACH, los proveedores son, y serán cada vez más, obligados a suministrar información sobre lo siguiente:

- Sustancias químicas utilizadas en la fabricación del artículo.
- El hecho de que dichas sustancias estén diseñadas para liberarse del artículo (p. ej. a través del lavado de una camiseta).
- El hecho de que se utilice más de una tonelada de la sustancia química por año, si se prevé su liberación.
- El hecho que un producto contenga alguna SVHC, en niveles superiores al 0,1% en peso.

Una de las respuestas a la norma REACH provino de la Asociación Oeko-Tex, la que ha publicado límites, reglamentos y criterios de prueba revisados y ampliados para su proceso de certificación de productos bajo la norma Oeko-Tex 100, con el fin de cumplir con ciertos requisitos de la norma REACH. Es evidente que, mientras los fabricantes no radicados en la UE no se vean obligados a registrar las sustancias químicas o a obtener la certificación de cumplimiento de REACH, percibirán el efecto de esta norma en sus relaciones intercomerciales con compradores de la UE.

Fuente: <http://guidance.echa.europa.eu>, 2010.

19 Un artículo es “un objeto al que durante su fabricación se le da una forma, superficie o diseño especial que determina su función en un mayor grado que el que tiene su composición química”. Elementos como camisetas, zapatos o carteras se consideran artículos porque lo importante es su forma y diseño más que las sustancias químicas que contienen o los componen.

20 Las SVHC son sustancias cuyo uso está sujeto a la autorización y posible restricción. Éstas se clasifican en Carcinogénicas, Mutagénicas o Tóxicas para la Reproducción (CMR), en Persistentes, Bioacumulables y Tóxicas (PBT), y en muy Persistentes y muy Bioacumulables (mPmB). Las sustancias se incluyen en la lista de candidatos para autorización luego de acordar mediante un procedimiento formal que cumplen con los criterios del Artículo 57 de REACH (Sustancias Altamente Preocupantes, SVHC). La lista de candidatos para autorización se publica en el sitio web de la Agencia Europea de Sustancias y Preparados Químicos. Esta lista se actualiza cada vez que se toma la decisión de incluir una nueva sustancia.

NUEVAS PREOCUPACIONES DE SUSTENTABILIDAD: EFICIENCIA HÍDRICA Y ENERGÉTICA

En los últimos años, han surgido nuevas demandas relacionadas con el cambio climático y el uso sustentable de recursos, como el agua y la energía, debido a las preocupaciones internacionales acerca de la sustentabilidad. Se prevé que entren en vigencia nuevos protocolos internacionales que requerirán el compromiso de las naciones y planes de implementación. Los compradores están respondiendo a esta preocupación incorporando a sus códigos los temas de agua, energía y carbono, y exigiendo a sus proveedores que tomen determinadas medidas de mitigación.

La eficiencia hídrica y la clasificación de productos que utilizan agua es una preocupación emergente tanto de los gobiernos como de la sociedad civil. En julio de 2006, Australia puso en marcha uno de los primeros Programas de Etiquetado para la Eficiencia Hídrica (WELS) nacionales, que exige el etiquetado de ciertos productos que utilizan agua para lograr la eficiencia hídrica. A mediados de 2008, la Water Stewardship Initiative (WSI), The Nature Conservancy (TNC) y el Pacific Institute crearon la Alliance for Water Stewardship (allianceforwaterstewardship.org), que reúne a muchas partes interesadas en la defensa de la sociedad y el medio ambiente como el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), asociaciones reguladoras del agua, como la Federación ambiental del Agua (WEF) y otras iniciativas centradas en el agua, como Water Witness, con el fin de establecer normas reconocidas a nivel mundial. A través de esta alianza, importantes sectores de la industria, el gobierno y ONG han analizado ampliamente las opciones básicas para un programa de administración del agua diseñado por la WSI. Actualmente, se encuentran establecidas las normas básicas para poner a prueba el proceso de certificación y verificación.

La eficiencia energética, por otra parte, es una preocupación que concierne tanto a países desarrollados como en desarrollo, dado que la energía no sólo es una cuestión de sustentabilidad, sino también una parte importante de los costes de producción. En la actualidad, casi todos los países desarrollados más importantes y muchos países en desarrollo cuentan con normas voluntarias sobre eficiencia energética basadas en productos. Sin embargo, la creación de una norma sobre eficiencia energética basada en sistemas de gestión es una iniciativa más reciente que cuenta con el respaldo de la ONUDI (ISO 50001).

Además de las normas y programas de etiquetado relacionados sólo con la eficiencia del producto final, se están desarrollando actualmente una variedad de normas, etiquetas y programas de certificación que estudian el impacto ambiental de un producto a lo largo de todo el ciclo de vida. Observar todo el ciclo de vida permite identificar los puntos críticos y las ineficiencias, en las etapas de abastecimiento de materia prima, fabricación, transporte o consumo. Uno de los criterios clave en el análisis del ciclo de vida son las emisiones de gases de efecto invernadero, análisis que se conocen comúnmente como “huella de carbono”.²¹ Estos instrumentos analizan y muestran información sobre las emisiones de gases de efecto invernadero de los productos, con el fin de identificar las principales fuentes de emisiones en las cadenas de suministro. Una vez que se identifican las emisiones en las diferentes partes de la cadena de suministro, se espera que se tomen medidas para reducirlas de forma rentable y oportuna (en el Cuadro 21, se mencionan algunos ejemplos de etiquetas de huella de carbono en el sector textil y de calzado).

La medición del carbono y el etiquetado de productos son instrumentos nuevos para la gestión de la cadena de suministro que pueden afectar a las oportunidades de exportación de los países en desarrollo. Aun así, muchos de estos países no se encuentran obligados de forma directa a respetar compromisos nacionales para reducir la emisión de gases. Los proveedores de países en desarrollo que integran cadenas de valor mundiales serán presionados para limitar su huella de carbono debido a los compromisos de las contrapartes. La capacidad para controlar la huella de carbono constituirá una gran ventaja competitiva o bien, obligará a ciertos actores a quedar fuera del mercado. Según un estudio reciente llevado a cabo por el CDP (Proyecto de Divulgación del Carbono) en 34 fabricantes líderes del mundo que también son compañías miembro²² y sus 634 proveedores, el 6% de las compañías dejaría de elegir a proveedores que no controlan correctamente las emisiones de carbono. Además, la mayoría (56%) también afirmó que prevé dejar de operar con ciertos proveedores en el futuro por no cumplir con los criterios de control de la huella de carbono establecidos por los primeros.

21 Ejemplos de metodologías para medir el carbono son el Protocolo de Medición de Gases de Efecto Invernadero del Instituto de Recursos Mundiales/Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WRI/WBCSD), la norma ISO 14067 y la PAS 2050: Evaluación de las emisiones de gases de efecto invernadero durante el ciclo de vida de productos y servicios.

22 Véase https://www.cdproject.net/CDPResults/CDP-Supply-Chain-Report_2010.pdf.

Cuadro 21: Ejemplos de etiquetas de huella de carbono

Timberland, una compañía de indumentaria y calzado de abrigo, ahora etiqueta sus zapatos con información sobre la energía utilizada para fabricarlos, la parte que es renovable y la plantilla de personal de la fábrica. Dado que una gran parte de las emisiones de Timberland proviene de la cadena de suministro y está fuera del control directo de la compañía, se está llevando a cabo una campaña para asegurar que la marca trabaje junto a los proveedores para reducir las emisiones. Parte de este proceso incluye informar la magnitud y el alcance de las emisiones, de modo que actualmente, Timberland informa cada trimestre las emisiones de las fábricas de calzado relacionadas con sus productos.

De forma similar, Continental Clothing, una tienda minorista de ropa de moda del Reino Unido, ha creado la primera etiqueta de huella de carbono para indumentaria del mundo luego de trabajar junto a Carbon Trust para lanzar una etiqueta de reducción de carbono para productos textiles. La nueva etiqueta incluye información sobre la huella de carbono de todo el ciclo de vida de las prendas, desde la materia prima y la fabricación hasta el uso del consumidor y su desecho. La Etiqueta de Reducción de Carbono para textiles aparecerá en una variedad de camisetas y sudaderas impresas para informar a los consumidores sobre la huella de carbono de todo el ciclo de vida, y sobre la forma en que éstos pueden contribuir a través del lavado, secado y planchado.

Fuentes: Timberland, 2010 www.timberland.com/corp/index.jsp?eid=7500061233&page=pressrelease; Continental Clothing, 2010 www.continentalclothing.com/page/carbon_footprinting.

TRANSPARENCIA Y TRAZABILIDAD EN TODA LA CADENA DE VALOR

Los consumidores actuales exigen cada vez más el derecho a obtener respuestas a preguntas como las siguientes: ¿Qué estoy usando o vistiendo? ¿De dónde proviene y cómo se fabricó? ¿Cuánta energía se gastó para hacerlo? ¿Qué tipo de sustancias químicas contiene? ¿Quién lo cosió o unió sus piezas?

Todas las tendencias mencionadas en esta guía implican, de hecho, una mayor transparencia en las cadenas de valor y en la trazabilidad de productos. La implementación de normas sociales, medioambientales y de seguridad depende de un sistema de trazabilidad eficaz que permita responder fácilmente las preguntas anteriores. En otras palabras, la trazabilidad es la capacidad para verificar la historia, ubicación o aplicación de un artículo mediante su identificación documentada y registrada.

Sin embargo, una percepción frecuente entre los compradores y proveedores es que las partes más bajas de la cadena de valor, donde abundan los subcontratistas, son las que menos cumplen. Esta percepción también se manifiesta en la encuesta a los exportadores de indumentaria y textiles de Turquía que se llevó a cabo para esta guía. Las compañías que exportan productos terminados cumplen con los códigos del comprador con mayor frecuencia que las que exportan

materias primas o productos semiterminados. El 92% de los fabricantes de productos terminados, comparado con el 56% de los fabricantes de productos no terminados (véase la Tabla 7), cumplía con las normas; con la salvedad de que algunos fabricantes de materias primas (p. ej. algodón orgánico) suelen enfrentarse a normas privadas con más frecuencia que los fabricantes de productos semiterminados.

Tabla 7: Cumplimiento de códigos de conducta del comprador y certificaciones sociales y medioambientales por parte de exportadores de indumentaria y textiles terminados y no terminados de Turquía

	% de compañías que cumplen con uno o más códigos de conducta del comprador	% de compañías con uno o más certificados sociales o medioambientales
Productos no terminados²³ (total: 16)	56%	Oeko-Tex: 88% Otros certificados: 38%
Productos terminados²⁴ (total: 13)	92%	Oeko-Tex: 92% Otros certificados: 85%

A medida que ciertas marcas y distribuidores se vuelven más estrictos en el cumplimiento de los subcontratistas de los principales proveedores, la presión para cumplir con las normas privadas se traslada cada vez más hacia la parte más baja de la cadena. Esto genera la necesidad de profundizar el conocimiento sobre lo que sucede más allá de los límites tradicionales de una organización o compañía. Por consiguiente, los requisitos de trazabilidad implican el establecimiento de un mayor nivel de cooperación e intercambio de información que excede a los socios comerciales directos y abarca toda la cadena de suministro. Esta necesidad de un alto nivel de coordinación también induce a los compradores y vendedores a establecer relaciones más estrechas. Cuando una compañía cumple con la norma de un distribuidor importante, es probable que éste desee mantener la relación durante un largo tiempo.

Al mismo tiempo, la necesidad de una mejor administración del riesgo por parte de las marcas puede llevarlas a consolidar su base de proveedores y a comprar a un reducido número de compañías que cumplen. Dado que un menor número de proveedores integrados verticalmente

23 Productores de materias primas o de productos semiterminados.

24 Las compañías de este grupo también pueden operar en el segmento de productos semiterminados y de materias primas junto con sus exportaciones de productos terminados.

que entregan pedidos de gran volumen implica menos riesgos y menos costes, puede ser cada vez más difícil para los nuevos participantes acceder a las cadenas de suministro de estas marcas y distribuidores. Durante las entrevistas realizadas para esta guía, se identificaron dos estrategias opuestas de administración del riesgo en los compradores: omitir intermediarios y comprar directamente a un número limitado de proveedores verticalmente integrados o bien, comprar sólo a través de intermediarios o representantes locales confiables que sean responsables únicos ante el eventual incumplimiento de alguno de los proveedores. Aunque es difícil discernir hacia dónde se dirige la tendencia, es evidente que los compradores seguirán buscando reducir el riesgo.

ARMONIZACIÓN Y EVALUACIÓN COMPARATIVA

Es evidente que los compradores y fabricantes se enfrentan a muchas normas que se solapan pero que no se encuentran alineadas. Según algunas estimaciones, existen más de 1000 códigos de conducta y sistemas de gestión²⁵. Esto genera mayores costes de administración y complejidad para todas las partes interesadas, incluidos los compradores, las compañías de certificación y, por supuesto, los proveedores.

Dado que parece haber muchos puntos en común en los requisitos básicos de las normas privadas y públicas, la armonización se perfila como un objetivo deseado y alcanzable. En los últimos años, se ha tratado la elaboración de “metanormas” en muchos foros. En teoría, las normas internacionales sobre sistemas de gestión, como ISO 14000 o ISO 26000, se crearon precisamente para abordar el problema de la proliferación de normas. A pesar de este objetivo, la cantidad de programas no ha dejado de crecer.

Como el desarrollo de estas “metanormas” resultó ser más complicado de lo previsto, se han establecido varios programas de evaluación comparativa con el fin de crear herramientas de referencia que describan las mejores prácticas emergentes. La ISEAL Alliance, una asociación mundial para normas sociales y medioambientales, ha estado desarrollando un Código de Buenas Prácticas para Establecer Normas Sociales y Medioambientales que se publicó por primera vez en 2004. También ha actuado como intermediaria en Acuerdos de Reconocimiento Mutuo (ARM) entre sus miembros fundadores, como la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) y la Fairtrade Labelling

²⁵ World Bank, 2003. “Company codes of conduct and International Standards: an Analytical Comparison” Parte I y II.

Organization (FLO). Sin embargo, todavía existe una considerable diversidad, dado que la negociación de Acuerdos de Reconocimiento Mutuo entre diferentes programas es una tarea abrumadora debido a la cantidad de intereses implicados y a la diferencia de peso y recursos que ponen sobre la mesa de negociación los diferentes actores.

Las normas de seguridad son las que más probablemente lideren los avances hacia una mayor armonización, como se manifiesta en las iniciativas de evaluación comparativa en el sector de seguridad alimentaria. No obstante, es una certeza que la preocupación por la inclusión de procesos de fijación de normas continuará y que demandará considerable tiempo y esfuerzo lograr una armonización significativa y hacer más eficientes los programas actuales.

Cuadro 22: Armonización y evaluación comparativa: Programa Mundial de Cumplimiento Social

Una de las iniciativas líderes en armonización proviene del Programa Mundial de Cumplimiento Social (GSCP), el cual reúne a distribuidores y fabricantes de marcas de todo el mundo y de una amplia variedad de sectores dentro de la industria de bienes de consumo. El GSCP es organizado y facilitado por el Foro de Bienes de Consumo. Este Foro fue creado en junio de 2009 tras la fusión del Comité Internacional d'Entreprises à Succursales/Comité Internacional de Cadenas Minoristas de Alimentación (CIES), la Iniciativa Global de Comercio (GCI) y el Foro Mundial de CEO. El Foro de Bienes de Consumo es regido por una junta directiva, que incluye igual número de CEO y de presidentes de fabricantes y distribuidores. El total de ventas combinadas de las compañías miembro del foro es de 2.1 billones de euros.

Para fomentar la convergencia y la definición de un mensaje global, compartido y sustentable para los proveedores, el GSCP ha estado desarrollando un conjunto de herramientas de referencia que describe las mejores prácticas y ofrece una interpretación común de los requisitos medioambientales y de trabajo justo, así como de su implementación. El objetivo de este enfoque es fomentar la transparencia y la confianza, y de esa manera, la comparabilidad entre las normas privadas. Esto permitirá, en última instancia, el reconocimiento mutuo entre los programas existentes que utilicen las herramientas del GSCP como referencia y compartan los resultados de las auditorías. Las compañías compradoras estarán luego en posición de reinvertir recursos en la capacitación y el desarrollo de capacidad del proveedor, centrándose menos en las auditorías y más en la creación de soluciones propias de éste para los casos de no conformidad con cuestiones sociales y medioambientales.

Las herramientas de referencia del GSCP incluyen un código de referencia, un proceso y una metodología de referencia para auditorías, directrices de referencia para auditar la competencia y herramientas de referencia para los sistemas de gestión de programas y compañías. Un paso posterior es el Intercambio de Datos, que busca facilitar la transferencia de información, como resultados de auditorías, entre sistemas existentes mediante la creación de protocolos para el intercambio de datos e información. El reconocimiento de procesos y resultados de auditorías entre las compañías se logrará con un proceso de equivalencia que permitirá a las compañías y programas evaluar sus propias herramientas, sistemas y metodologías frente a las herramientas de referencia (autoevaluación) e intercambiar esta evaluación entre sí, una vez validada (evaluación de equivalencia).

Todas las herramientas de referencia más recientes son de libre acceso y se pueden encontrar en el sitio web de GSCP (www.gscpnet.com), junto con versiones para consulta pública.

Fuentes: www.ciesnet.com; www.gscpnet.com



En conclusión



Esta guía demuestra la importancia de las normas privadas para los fabricantes de países en desarrollo que desean iniciar o continuar una relación comercial con una marca o distribuidor mundial. Es probable que dichas normas adquieran cada vez más importancia en el futuro. Esto significa que los proveedores tendrán que prepararse para hacerles frente. Aunque el cumplimiento de la mayoría de los requisitos no sea demasiado difícil, ya que muchos se corresponden con regulaciones locales y nacionales existentes, las normas privadas pueden imponer requisitos adicionales. Éste es el caso, particularmente, de los requisitos adicionales que exceden las leyes y regulaciones, son dinámicos y varían con cada marca y distribuidor. Es por este motivo que resulta aconsejable adoptar una estrategia proactiva frente a las normas privadas. Este tipo de estrategia no sólo creará oportunidades de exportación, sino también permitirá lograr ventajas competitivas y más eficiencia en las operaciones comerciales de una compañía. Se espera que los proveedores tomen en serio este mensaje, para asegurarse de no quedar afuera y poder beneficiarse con dichas normas.

Si bien esta guía busca brindar apoyo a los proveedores potenciales o existentes de distribuidores y marcas que operan a nivel mundial en el sector de indumentaria, calzado y muebles principalmente, también ofrece lecciones para otros actores, entre los que se incluyen fabricantes de otros sectores de países en desarrollo, compradores, organizaciones de capacitación y desarrollo de capacidad, y gobiernos. En general, se necesita un enfoque más práctico y coherente para ayudar a los proveedores a ser más sustentables y eficientes. La armonización y la evaluación comparativa de las normas privadas, en particular, simplificarán el cumplimiento de éstas por parte de los proveedores y también tendrán un efecto positivo en los precios de productos para el consumo, dado que contribuirán a reducir los costes de etiquetado, certificación y auditoría. En vista de lo anterior, se alienta a todas las partes interesadas de este proceso a trabajar y contribuir en función de la armonización de las normas privadas, conservando, a su vez, el deseo de mejorar las condiciones sociales y medioambientales en las cadenas de suministro a nivel mundial.



Glosario de normas e iniciativas internacionales



Este glosario enumera en orden alfabético las principales normas e iniciativas internacionales que fomentan la responsabilidad social y medioambiental, y constituyen el estímulo y la base de muchas normas privadas.

AGENDA 21

La Agenda 21 es un plan de acción integral a ser implementado a nivel local, nacional y mundial por organizaciones del sistema de Naciones Unidas, gobiernos y grupos importantes (empresariales e industriales) de cada área en que el ser humano tenga impacto sobre el medio ambiente.

La Agenda fue adoptada por más de 178 gobiernos en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (UNCED) celebrada en Río de Janeiro, Brasil, del 3 al 14 de junio de 1992, junto con la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (véase más abajo) y la Declaración de Principios para el Manejo Sustentable de Bosques.

www.un.org/esa/dsd/agenda21

CONVENIOS DE LA OIT

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) es un organismo de las Naciones Unidas con estructura tripartita (gobiernos, trabajadores y empleadores) creado con el fin de establecer normas internacionales para el trabajo. Estas normas mínimas constituyen instrumentos legales que establecen principios básicos y derechos laborales universales. Se aplican a los trabajadores de todo el mundo que trabajen en cualquier tipo de organización, y tienen como fin evitar la competencia desleal basada en la explotación y el abuso. Las normas de la OIT se crean mediante la negociación tripartita a nivel internacional entre gobiernos, trabajadores y empleadores, y se adoptan mediante el voto de las tres partes constituyentes. Los instrumentos de la OIT se actualizan a través de un proceso de revisión y de la jurisprudencia de un mecanismo formal de supervisión que interpreta el significado y la aplicación correcta

de las normas de la OIT. Los Convenios y Recomendaciones de la OIT, junto con la Declaración de Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo de 1998 y la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de 1977 (modificada por última vez en 2006) de la OIT, conforman la guía más autorizada sobre prácticas laborales y otras cuestiones sociales importantes. La OIT busca fomentar oportunidades para que hombres y mujeres obtengan un trabajo decente y productivo, el que se define como trabajo realizado en condiciones de libertad, equidad, seguridad y dignidad humana.

Los Convenios Fundamentales de la OIT versan sobre trabajo forzoso, libertad de asociación y protección del derecho a organizarse, derecho a organizarse y a la negociación colectiva, remuneración equitativa, abolición del trabajo forzoso, discriminación (empleo y ocupación), edad mínima y las peores formas de trabajo infantil.

www.ilo.org

DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS

La Declaración Universal de los Derechos Humanos (Declaración Universal) fue adoptada por la Asamblea General de la ONU en 1948 y es el instrumento de mayor reconocimiento en derechos humanos. Ofrece las bases para una legislación sobre derechos humanos y sus elementos forman parte del derecho común internacional que obliga a todos los estados, individuos y organizaciones. La Declaración Universal apela a todas las personas y a todos los órganos de la sociedad a contribuir para proteger los derechos humanos.

La Carta Internacional de Derechos Humanos consta de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, con sus Protocolos opcionales a los Pactos, uno de los cuales tiene como fin abolir la pena de muerte. Además, siete instrumentos sobre derechos humanos básicos internacionales forman parte del derecho internacional que rige tales derechos. Éstos contemplan la eliminación de todas las formas de discriminación racial, la eliminación de todas las formas de discriminación de la mujer, medidas para evitar y eliminar la tortura y otros tratos o castigos crueles, inhumanos o degradantes, los derechos del niño, la participación de niños en conflictos armados, la venta de niños, la prostitución y la pornografía infantil, la protección de trabajadores migrantes y sus familias,

la protección de todas las personas contra la desaparición forzada y los derechos de las personas con discapacidades. En su conjunto, estos instrumentos constituyen la base de las normas internacionales para los derechos humanos universales.

www.ohchr.org/en/udhr/

DECLARACIÓN DE RÍO SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y EL DESARROLLO

La Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, también conocida en forma abreviada como Declaración de Río, es un documento breve elaborado en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (UNCED) de 1992. La Declaración de Río consta de 27 principios y tiene como fin guiar el desarrollo sustentable en todo el mundo.

www.unep.org

LÍNEAS DIRECTRICES DE LA OCDE PARA EMPRESAS MULTINACIONALES

Éstas son las líneas directrices para empresas multinacionales formuladas por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Las directrices comprenden lo acordado por los gobiernos de la OCDE como componentes básicos de una conducta empresarial responsable y explican la conducta que los gobiernos esperan de las empresas. Las directrices abordan las siguientes áreas: divulgación, relaciones industriales y de empleo, medio ambiente, lucha contra el soborno, intereses del consumidor, ciencia y tecnología, competencia e impuestos.

www.oecd.org

OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO

En septiembre de 2000, luego de una década de importantes cumbres y conferencias de las Naciones Unidas, los líderes del mundo se reunieron en la sede principal de la ONU en Nueva York para adoptar la Declaración del Milenio, donde se comprometió a las naciones a trabajar en conjunto a nivel mundial para reducir la pobreza extrema y se fijó una serie de objetivos en el tiempo (con plazo límite en 2015) que se dieron a conocer como Objetivos de Desarrollo del Milenio.

www.un.org/millenniumgoals/

PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

El Pacto Mundial es una iniciativa de las Naciones Unidas lanzada en el año 2000, dirigida a las organizaciones empresariales. Abierta a cualquier organización, los participantes se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones a 10 principios en las áreas de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción, y a tomar medidas para respaldar los objetivos generales de la ONU. El Pacto Mundial es una plataforma voluntaria donde las organizaciones deben informar anualmente sobre sus tareas para implementar los principios mediante prácticas y políticas. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas ha desarrollado herramientas y material de orientación para todas las áreas y principios con el fin de asistir a las organizaciones participantes. No se deben pagar cuotas para ser miembro.

www.unglobalcompact.org

ISO 9001

La ISO 9001 es una norma internacional que establece requisitos para los sistemas de gestión de calidad. Es mantenida por la ISO, Organización Internacional de Normalización, y administrada por organismos de certificación y homologación. Las reglas se actualizan, dado que los requisitos demandan cambios con el paso del tiempo.

Una compañía u organización que ha sido auditada de forma independiente y ha recibido la certificación de conformidad con ISO 9001 puede declarar públicamente que está certificada o registrada por ISO 9001. La certificación conforme a la norma ISO 9001 no garantiza la calidad de productos finales ni de servicios, sino más bien, certifica que se aplicaron procesos empresariales formalizados.

www.iso.org

ISO 14001

La ISO 14001 es una norma internacional que establece requisitos para los sistemas de gestión ambiental. Es mantenida por la ISO y administrada por organismos de certificación y homologación. Las reglas se actualizan, dado que los requisitos demandan cambios con el paso del tiempo.

La ISO 14001 especifica los requisitos genéricos que debe tener un sistema de gestión ambiental. La filosofía subyacente es que, sin importar la actividad de una organización, los requisitos de un sistema de gestión

ambiental eficaz son los mismos. Dado que la ISO 14001 no establece niveles de rendimiento ambiental, la norma puede ser implementada por una gran variedad de organizaciones, independientemente de su grado actual de desarrollo medioambiental. No obstante, se exige un compromiso con el cumplimiento de las leyes y regulaciones medioambientales pertinentes, además de un compromiso con la mejora continua, para lo cual la norma ofrece el marco.

Al igual que la ISO 9001, una compañía u organización que ha sido auditada de forma independiente y ha recibido la certificación de conformidad con ISO 14001 puede declarar públicamente que está certificada o registrada por ISO 14001.

www.iso.org

ISO 26000

La Organización Internacional de Normalización (ISO) está en proceso de concluir una norma internacional que establece directrices voluntarias sobre responsabilidad social, denominada ISO 26000. Se prevé que sea publicada a fines de 2010. La norma ofrece una guía sobre conductas socialmente responsables y posibles acciones. A diferencia de las normas ISO sobre sistemas de gestión como la ISO 9000 y 14001, ésta no se puede utilizar como fundamento para la certificación.

www.iso.org/sr