

COMPAÑÍAS Y SUS MARCAS:

Exigir la responsabilidad empresarial en una industria opaca

2025



Contenido

• Introducción	2
• Tabla de las compañías y sus marcas.....	3
• Una mirada más profunda de la tabla.....	9
• Tendencias que afectan los esfuerzos por lograr la remediación.....	13

INTRODUCCIÓN

Esta publicación está diseñada para apoyar a los sindicatos, investigadores y organizaciones de mujeres y de derechos laborales a desarrollar estrategias para relacionarse con las marcas y/o organizar campañas que busquen acciones correctivas en casos de violaciones de los derechos laborales.

La tabla en las páginas 3–8 cataloga:

- **compañías importantes** en la industria de la confección y
- **las marcas** propiedad de cada compañía

La publicación proporciona información sobre cinco puntos estratégicos de presión, indicando en la tabla qué compañías:

- son propietarias de fábricas manufactureras (🏭);
- publican información sobre las fábricas en su cadena de suministro (📍);
- producen ropa universitaria (🎓);
- participan en una iniciativa de multi-interés (⚙️); y/o
- cotizan en la bolsa de valores (📈).

Ver las páginas 9–11 para más información sobre cada punto.

La tabla muestra que varias compañías actualmente operan con muy poca transparencia o responsabilidad empresarial. Tienen menos puntos de presión que se puedan aprovechar para lograr acciones correctivas en casos de violaciones de derechos laborales en las fábricas donde se confeccionan sus productos.

En esta edición actualizada de **Compañías y sus marcas**, correspondiente al año 2025, resaltamos dos tendencias en la industria de la confección que han tenido implicaciones negativas para la búsqueda de acciones correctivas: 1) los cierres de fábrica y los despidos masivos en Centroamérica; y 2) la expansión de empresas controladas por el capital privado que se dedican a comprar y gestionar marcas (ver las páginas 13–20).

Ninguna de estas tendencias ni la falta de puntos de presión para ciertas compañías deberían desalentar a las organizaciones laborales de interactuar con esas compañías o hacer campañas en su contra cuando se den violaciones en las fábricas en su cadena de suministro. Las campañas sostenidas adaptadas al nuevo contexto serán de crucial importancia para promover y proteger los derechos laborales de aquí en adelante.

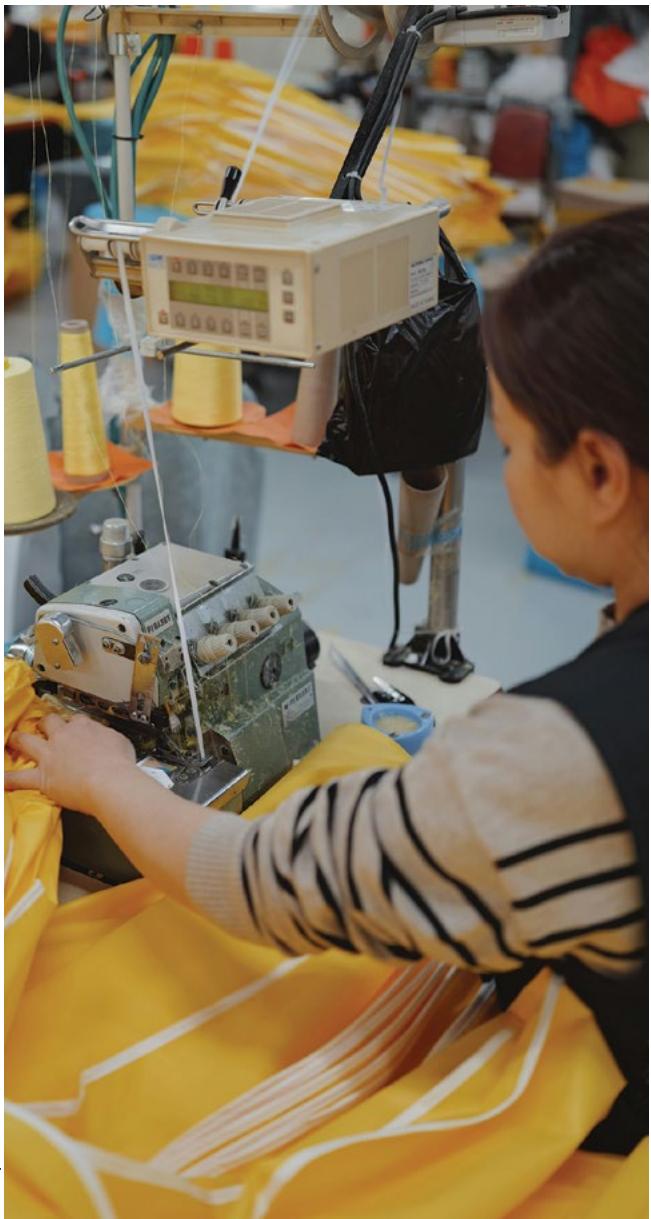


Foto: pexels.com

 Manufacturera – compañía que es propietaria de algunas de sus fábricas
(la marca tiene más control sobre la fábrica)

 Publica información sobre su cadena de suministro
(se puede vincular a la fábrica con la marca)

 Produce ropa universitaria
(se puede presentar quejas al WRC y la FLA)

 Miembro de una iniciativa de multi-interés
(se puede presentar una queja)
ETI = Ethical Trade Initiative
FLA = Fair Labor Association

 Cotiza en la bolsa de valores
(se puede obtener más información, se puede acercar a accionistas institucionales)

COMPAÑÍAS Y SUS MARCAS

Abercrombie & Fitch

Abercrombie & Fitch	Hollister
Gilly Hicks	Your Personal Best (YPB)

adidas

adidas Originals	adidas Sportswear
------------------	-------------------

Amazon

Amazon Aware	Cable Stitch	Moon and Back by Hanna Andersson
Amazon Essentials	Core 10	
Aurique	Daily Ritual	The Drop
Buttoned Down	Meraki	

American Eagle Outfitters (AEO Inc.)

Aerie	Offline	Unsubscribed
American Eagle (AE)	Todd Snyder	

Amer Sports

Arc'teryx	Peak Performance	Veilance
Armada	Salomon	Wilson 

*El ícono de producción universitaria se refiere sólo a la marca Wilson.

Aritzia

Babaton	Little Moon	The Superpuff
Denim Forum	Sunday Best	Tna
Golden	Ten	Wilfred

Authentic Brands Group (ABG)*

Above the Rim	Frederick's of Hollywood	Quicksilver
Aeropostale	Frye	Reebok
Airwalk	Hickey	Roxy
ARROW	Freeman	RVCA
Barneys New York	Guess**	Spyder
Billabong	IZOD	Tapout
Brooks Brothers	Jones New York	Ted Baker London
Champion**	Juicy Couture	Van Heusen
Dockers**	Lucky Brand	Vision Street Wear
Eddie Bauer	Misook	Volcom
Element	Nautica	
Forever 21	Prince	

*ABG es propietaria de varias otras marcas, incluidas marcas de celebridades, marcas de lujo y marcas de calzado. Consultar el sitio web de ABG para obtener la lista completa. Ver la página 18 para más información sobre ABG.

**Entre las adquisiciones recientes más destacadas de ABG se incluyen Champion de Hanesbrands en 2024, Dockers de Levi Strauss & Co en mayo de 2025 y una participación mayoritaria en Guess en agosto de 2025.

 Manufacturera – compañía que es propietaria de algunas de sus fábricas
(la marca tiene más control sobre la fábrica)

 Publica información sobre su cadena de suministro
(se puede vincular a la fábrica con la marca)

 Produce ropa universitaria
(se puede presentar quejas al WRC y la FLA)

 Miembro de una iniciativa de multi-interés
(se puede presentar una queja)
ETI = Ethical Trade Initiative
FLA = Fair Labor Association

 Cotiza en la bolsa de valores
(se puede obtener más información, se puede acercar a accionistas institucionales)

C&A

Angelo Litrico	Clockhouse	Westbury
Avanti	Here & There	Yessica
Baby Club	Palomino	Yessica Pure
C&A	Rodeo	Your Sixth Sense

*C&A Europa y C&A Modas en Brasil publican su lista de fábricas proveedoras en Open Supply Hub. C&A México no ha divulgado sus fábricas proveedoras en los últimos años.

Carhartt

Carhartt

Carter's

Carter's	Just One You (Target exclusive)	Oshkosh B'Gosh
Child of Mine (Walmart exclusive)	Little Planet	Simple Joys (Amazon exclusive)

Color Image Apparel

Alo Yoga (Alo)*   FLA

Bella + Canvas*    FLA

*Alo Yoga y Bella+Canvas pertenecen a la misma empresa matriz, pero siguen operando como empresas independientes. Los íconos de manufacturera, publicación de la cadena de suministro, iniciativa de multi-interés y membresía en la FLA se refieren a cada marca por separado.

Columbia Sportswear Company

Columbia	Mountain Hardwear	prAna
----------	-------------------	-------

*Columbia Sportswear Company no es miembro de la FLA, pero participa en el Programa de Licenciatarias Universitarias de la FLA.

Dick's Sporting Goods

Alpine Design	DSG	Walter Hagen
Calia	VRST	

Disney (The Walt Disney Company)*

Disney	Pixar
Marvel	Star Wars

*La compañía Disney es propietaria de varias otras marcas. Por ejemplo, es propietaria de los derechos de producción de los personajes de Disney, como Mickey Mouse y los de Toy Story, además todos los personajes de Marvel.

Fanatics

Fanatics Apparel	Mitchell & Ness
Majestic	Wincraft

Fruit of the Loom

BVD	Jerzees	Vanity Fair
Fruit of the Loom	Russell Athletic** 	

*Aunque Fruit of the Loom no es una licenciataria universitaria, algunas de sus propias fábricas producen ropa universitaria.

**Boxercraft tiene licencia para la producción universitaria de Russell Athletic.

 Manufacturera – compañía que es propietaria de algunas de sus fábricas
(la marca tiene más control sobre la fábrica)

 Publica información sobre su cadena de suministro
(se puede vincular a la fábrica con la marca)

 Produce ropa universitaria
(se puede presentar quejas al WRC y la FLA)

 Miembro de una iniciativa de multi-interés
(se puede presentar una queja)
ETI = Ethical Trade Initiative
FLA = Fair Labor Association

 Cotiza en la bolsa de valores
(se puede obtener más información, se puede acercar a accionistas institucionales)

Gap Inc.

Athleta	Gap
Banana Republic	Old Navy

Gildan Activewear*

American Apparel	Gildan	Peds
Comfort Colors	GOLDTOE	

*Gildan adquirió Hanesbrands y sus marcas en diciembre de 2025. Se proporcionarán más detalles en 2026.

**Aunque Gildan no es una licenciataria universitaria, algunas de sus propias fábricas producen ropa universitaria.

Guess *

GUESS (Originals, Jeans, USA, Kids)	Marciano	rag & bone**
--	----------	--------------

*AGB adquirió una participación mayoritaria en Guess en agosto de 2025 con planes de privatizar la empresa.

**rag&bone es una empresa conjunta (joint venture) con la empresa de gestión de marcas WHP Global.

H&M

All in Equestrian	COS	Monki
ARKET	H&M	Weekday
Cheap Monday		

Hanesbrands*

Bali	Hanes	Sheridan
Berlei	Just My Size	Sol y Oro
Bonds	Maidenform	Wonder Bra
Bras N Things	Playtex	Zorba
ComfortWash	Rinbros	

*Gildan adquirió Hanesbrands y sus marcas en diciembre de 2025. Se proporcionarán más detalles en 2026. En el futuro, es probable que Gildan asuma la responsabilidad del cumplimiento de los derechos laborales en las fábricas que producen productos de Hanesbrands. Antes de la adquisición, Hanesbrands ya había vendido Champion y sus marcas asociadas (Gear for Sports y Knights Apparel) a ABG en septiembre de 2024.

Inditex

Bershka	Oysho	Stradivarius
Lefties	Pull & Bear	Zara
Massimo Dutti		

Kohl's

Apt. 9	LC Lauren Conrad
Croft & Barrow	Simply Vera Vera Wang
Draper James	So
FLX	Sonoma Goods for Life
Jumping Beans	Tek Gear

 Manufacturera – compañía que es propietaria de algunas de sus fábricas
(la marca tiene más control sobre la fábrica)

 Publica información sobre su cadena de suministro
(se puede vincular a la fábrica con la marca)

 Produce ropa universitaria
(se puede presentar quejas al WRC y la FLA)

 Miembro de una iniciativa de multi-interés
(se puede presentar una queja)
ETI = Ethical Trade Initiative
FLA = Fair Labor Association

 Cotiza en la bolsa de valores
(se puede obtener más información, se puede acercar a accionistas institucionales)

Kontoor Brands

Helly Hansen Musto Wrangler
Lee Rock & Republic

L2 Brands

League Legacy Ouray

Lacoste

Lacoste

Levi Strauss & Co*

Beyond Yoga Levi's Levi Strauss Signature

*Levi's vendió Dockers a la empresa de gestión de marcas ABG en mayo de 2025.

L.L. Bean

L.L. Bean

Loblaw

Joe Fresh

Lululemon Athletica

lululemon

Mountain Equipment Company

MEC

New Balance Athletics

New Balance Warrior

New Era Cap*

New Era Cap 
'47 Brand 

*New Era Cap adquirió '47 Brand en agosto de 2024, pero ambas siguen operando como empresas independientes. Los íconos de publicación de la cadena de suministro, iniciativa de multi-interés y membresía en la FLA se refieren a cada marca por separado.

Next Level Apparel

Next Level

Nike

Converse Jordan Nike

 Manufacturera – compañía que es propietaria de algunas de sus fábricas
(la marca tiene más control sobre la fábrica)

 Publica información sobre su cadena de suministro
(se puede vincular a la fábrica con la marca)

 Produce ropa universitaria
(se puede presentar quejas al WRC y la FLA)

 Miembro de una iniciativa de multi-interés
(se puede presentar una queja)
ETI = Ethical Trade Initiative
FLA = Fair Labor Association

 Cotiza en la bolsa de valores
(se puede obtener más información, se puede acercar a accionistas institucionales)

Nordstrom

BP	Halogen	Treasure & Bond
Caslon	Nordstrom	Tucker + Tate
Chelsea28	Open Edit	Zella

Outerstuff FLA

Outerstuff

Patagonia FLA

Patagonia

Puma FLA

Cobra Puma Golf	 *	Puma	Stichd
-----------------	---	------	--------

* El ícono de producción universitaria se refiere sólo a Cobra Puma Golf.

PVH Corp.

Calvin Klein
Tommy Hilfiger

Ralph Lauren Corporation

Chaps	Lauren	Polo
Double RL (RRL)	Luxury	Ralph Lauren

Recreational Equipment Inc. (REI Co-op)

REI Co-op

SanMar Corporation FLA

CornerStone	Port Authority	Volunteer Knitwear
District Threads	Port & Company	
Mercer + Mettle	Sport-Tek	

Shein*

Cozy Pixies	Glowmode	ROMWE
Dazy	Luvlette	
Emery Rose	MOTF	

*Shein intentó salir a bolsa en Estados Unidos y Londres, pero los dos procesos se estancaron por problemas regulatorios. Según se informa, la empresa está considerando una cotización en Hong Kong.

 Manufacturera – compañía que es propietaria de algunas de sus fábricas
(la marca tiene más control sobre la fábrica)

 Publica información sobre su cadena de suministro
(se puede vincular a la fábrica con la marca)

 Produce ropa universitaria
(se puede presentar quejas al WRC y la FLA)

 Miembro de una iniciativa de multi-interés
(se puede presentar una queja)
ETI = Ethical Trade Initiative
FLA = Fair Labor Association

 Cotiza en la bolsa de valores
(se puede obtener más información, se puede acercar a accionistas institucionales)

Target Corporation

A New Day	Cat & Jack	Original Use
All in Motion	Cloud Island	Shade & Shore
Art Class	Colsie	Universal Thread
Auden	Future Collective	Wild Fable
Ava & Viv	Goodfellow & Co.	
Boots & Barkley	Joy Lab	

Victoria's Secret

Adore Me	PINK	Victoria's Secret
Walmart 		
Athletic Works	George	Terra & Sky
EV1	No Boundaries	Time and Tru
Free Assembly	Joyspun	Wonder Nation

Under Armour

Curry	Under Armour	Unless Collective, Inc
-------	--------------	------------------------

Unrivaled Teamwear

Champion Teamwear	Gear for Sports	Knights Apparel
-------------------	-----------------	-----------------

VF Corporation

Altra	Napapijri	Timberland
Icebreaker	Smartwool	Vans (Off the Wall)
JanSport  **	The North Face	

*VF vendió la marca Dickies a la empresa de gestión de marcas Bluestar Alliance en noviembre de 2025.

**El ícono de producción universitaria se refiere sólo a la marca JanSport.

UNA MIRADA MÁS PROFUNDA DE LA TABLA

Nombre de la compañía y sus marcas

La mayoría de las compañías incluidas en la tabla son norteamericanas. Incluimos unas compañías europeas, así como Shein, una compañía china de moda rápida y comercio electrónico. Todas las compañías tienen una presencia significativa como abastecedoras y/o tiendas en las Américas.

Muchas compañías son propietarias de más de una marca y las marcas de ropa de su propiedad van cambiando con el paso del tiempo. Considerando los grandes cambios actuales en el comercio internacional y la incertidumbre en la industria, es importante comparar la lista de las "marcas" de la tabla con

la lista que aparece en el sitio web de la compañía. Esto es particularmente aplicable a las grandes compañías como Amazon, Target, y más recientemente, el Authentic Brands Group (ABG por sus siglas en inglés), cuyos portafolios de marcas van cambiando conforme venden algunas y/o adquieren nuevas (ver la página 18 para más información sobre el ABG).

En el caso de las tiendas, como Nordstrom y Kohl's, también hemos incluido algunas de sus líneas exclusivas, aunque no necesariamente sean propietarias de la marca.

Manufacturera (FACTORY)

Las compañías con este ícono son propietarias de, por lo menos, algunas de las fábricas que manufacturan sus productos. Como resultado, la compañía es la empleadora directa de las trabajadoras(es) en esas fábricas y, por lo tanto, la compañía puede mejorar los salarios y prestaciones, implementar acciones correctivas cuando se violan los derechos de las trabajadoras(es), y negociar directamente con los representantes de las trabajadoras(es) en las fábricas donde haya un sindicato.

Publica información sobre su cadena de suministro (MAP)

Cuando las compañías revelan información sobre las fábricas donde se confeccionan sus productos, es mucho más fácil asociar esas compañías con una fábrica en particular y relacionarse con ellas para abordar una violación de derechos laborales.

Las compañías con este ícono publican, por lo menos, los nombres y ubicaciones de las fábricas que confeccionan sus productos, en su sitio web y/o en el Open Supply Hub (OS Hub), una plataforma gratuita y accesible con información sobre las cadenas de suministro.¹

Para facilitar el acceso a la información que las compañías publican sobre las fábricas en sus cadenas de suministro, la RSM mantiene una herramienta de investigación en nuestro sitio web con enlaces directos a la información que publica cada compañía.²

Como parte de los esfuerzos por aumentar la transparencia en la industria, desde 2022, la Asociación por el Trabajo Justo (FLA por sus siglas en inglés), una iniciativa de multi-interés, les ha requerido a sus miembros que publiquen la información sobre las fábricas que están en sus cadenas de suministro.

¹ Open Supply Hub ofrece el servicio gratuito de búsqueda de datos para los usuarios registrados. Se les cobra una cuota para descargar cantidades significativas de datos y/o utilizar otros servicios adicionales de Open Supply Hub.

² Herramientas para la investigación de compañías y marcas (RSM). Ver el documento 2. *Compañías y sus marcas: listados de fábricas publicados por las compañías en: maquilasolidarity.org/es/herramientas-investigacion-companias-marcas*.

Algunas compañías publican datos adicionales más allá del nombre y la ubicación de la fábrica, como el nombre de la compañía matriz. Los datos adicionales pueden identificar otros posibles puntos de presión en casos individuales de violaciones de los derechos laborales.

Por ejemplo, cuando se buscaban acciones correctivas para remediar las flagrantes violaciones de la libertad sindical en la fábrica de SAE-Winners en Guatemala, el Consorcio de los Derechos del Trabajador (WRC por sus siglas en inglés) les escribió no sólo a las marcas que se proveen de ropa en SAE-A-Winners, sino también en otras fábricas propiedad de la gran multinacional coreana SAE-A. Este caso podría sentar un precedente importante que pueda ayudar a ejercer presión en futuros casos en otras fábricas propiedad de la misma compañía matriz.³

A pesar de la tendencia general hacia una mayor transparencia en la industria, según el Índice de Transparencia de la Moda de 2023 publicado por Fashion Revolution, la opacidad industrial sigue siendo un obstáculo significativo para garantizar los derechos laborales y abordar los impactos ambientales en la industria. Sólo 52% de las 250 compañías encuestadas en el índice publican información sobre las fábricas en su cadena de suministro.⁴

Produce ropa universitaria (🎓)

Las compañías con este ícono producen ropa con el nombre y/o logotipo de universidades y sus equipos deportivos. Son más vulnerables a cualquier presión por parte de las universidades, las cuales cuentan con políticas éticas para las licencias y las adquisiciones. Además el poder de compra de

las universidades significa que pueden pedir que sus proveedores remedien violaciones de derechos laborales. La mayoría de las universidades principales de EEUU son miembros del Consorcio de los Derechos del Trabajador (WRC por sus siglas en inglés) y/o la Asociación por el Trabajo Justo (FLA por sus siglas en inglés), organizaciones a cargo de recibir e investigar quejas por violaciones a los derechos laborales en fábricas que producen ropa universitaria (ver más sobre el WRC y la FLA en la próxima sección sobre iniciativas de multi-interés).

Para facilitar la identificación de compañías que producen ropa universitaria, el WRC mantiene una base de datos de las fábricas que producen ropa y accesorios universitarios.⁵

Miembro de una Iniciativa de Multi-Interés (MSI) (⚙️)

Las compañías con este ícono son miembros de la FLA o la Iniciativa de Comercio Ético (ETI por sus siglas en inglés). Cuando una compañía es miembro de una iniciativa de multi-interés como estas, las violaciones graves de derechos laborales pueden ser reportadas y potencialmente investigadas a través del procedimiento de quejas de tal iniciativa.

Los miembros de la FLA incluyen importantes marcas norteamericanas y algunas manufactureras en el sector de la confección. La FLA tiene un mecanismo de queja de terceros a través del cual las trabajadoras(es), los sindicatos y las organizaciones de derechos laborales pueden presentar quejas sobre presuntas violaciones al código de la FLA en fábricas específicas, que puedan resultar en una investigación.⁶ Sin embargo, la efectividad del mecanismo de queja de la FLA ha sido tema de debate.

³ Investigación de fábrica realizada por el WRC: Winners (en inglés). workersrights.org/factory-investigation/winners.

⁴ Índice de Transparencia de la Moda de 2023 (en inglés). fashionrevolution.org/fashion-transparency-index. Los informes de 2024 y 2025 de Fashion Revolution clasificaron a las marcas de moda específicamente según la publicación de sus políticas relacionadas con el clima y la energía.

⁵ Base de datos del WRC (en inglés). search.workersrights.org. Para instrucciones sobre cómo utilizar la base de datos, ver el documento 2. *Compañías y sus marcas: listados de fábricas publicados por las compañías en: maquilasolidarity.org/es/herramientas-investigacion-companias-marcas*.

⁶ Para acceder a información sobre quejas actuales (en inglés), ver: fairlabor.org/accountability/fair-labor-investigations/tpc-tracking-chart.



Dos de las compañías incluidas en la tabla son miembros de la ETI, basada en el Reino Unido. Sin embargo, esa iniciativa de multi-interés no cuenta con un mecanismo de queja robusto.

Aunque el WRC no es una iniciativa de multi-interés, como organización independiente que monitorea los derechos laborales, acepta quejas de terceros sobre las violaciones de los derechos laborales a nivel de fábrica, realiza investigaciones y publica informes sobre sus hallazgos y el estado de cualquier remediación.

Cotiza en la bolsa de valores (📊)

Cuando una compañía cotiza en la bolsa –es decir, que inversionistas externos a la empresa compran y venden sus acciones– legalmente tiene que publicar más información sobre la compañía y sus actividades. En algunos casos, los accionistas institucionales, como fundaciones, fondos de pensión y órdenes religiosas, han apoyado campañas presionando a las compañías en las que tienen acciones para que mejoren sus políticas y prácticas en cuanto a los derechos laborales.

Por ejemplo, el 22 de abril de 2021, siete años después de la tragedia de Rana Plaza, el Centro Interreligioso de Responsabilidad Corporativa (ICCR por sus siglas en inglés), publicó una declaración respaldada por 181 instituciones globales que representaban más de US\$4 billones en activos, haciendo un llamado a las compañías globales que tenían producción en Bangladesh a reafirmar su compromiso con el Acuerdo sobre Incendios y Seguridad de Edificios en Bangladesh.⁷

Además, las trabajadoras(es) y/o organizaciones de derechos laborales han logrado influir directamente sobre los accionistas y los consejos directivos de las compañías presentando testimonios sobre el tema de derechos laborales en las asambleas anuales de accionistas.

Organizaciones como la Asociación de Accionistas para la Investigación y la Educación⁸ (SHARE por sus siglas en inglés) y las redes de derechos laborales como el Comité de los Sindicatos Globales sobre el Capital de los Trabajadores (CWC por sus siglas en inglés), basado en SHARE, organizan acciones y estrategias a largo plazo para fortalecer el apoyo de los inversionistas a las prioridades definidas por las trabajadoras(es) y sus sindicatos.

⁷ Declaración de inversionistas en apoyo al mantenimiento y la expansión del Acuerdo de Bangladesh. maquilasolidarity.org/es/declaracion-de-inversionistas-acuerdo-de-bangladesh.

⁸ Leer más sobre el trabajo que realiza SHARE en: share.ca.

Una nota sobre las “licenciatarias” de las compañías

Aunque la tabla cataloga las marcas que son propiedad de cada compañía, no incluye información sobre los acuerdos contractuales que les otorgan el derecho (la licencia) de producir y vender productos con el nombre de la marca de otra compañía. La mayoría de las compañías no publican información sobre estas relaciones licenciatarias cuando publican la lista de fábricas en su cadena de suministro. Aunque algunas compañías, como adidas, Hanesbrands, Fruit of the Loom, Kontoor y New Balance, sí publican el listado de fábricas que producen productos “con licencia”, no divultan el nombre de la compañía licenciataria.

Lamentablemente, al abordar violaciones de derechos laborales, estas relaciones opacas de abastecimiento aumentan la confusión con respecto a qué compañías son clientes directos de una fábrica específica.

La marca Fanatics, por ejemplo, es una de las principales licenciatarias para otras compañías que venden uniformes deportivos y equipo para aficionados, incluyendo otras compañías de ropa y ligas deportivas profesionales. Mientras que puede que Fanatics tenga una relación contractual directa con la fábrica que produce la ropa, si se llega a identificar la compañía o asociación que le otorgó la licencia, como Nike, Dallas Cowboys o la Liga Nacional de Fútbol Americano (la NFL), también se le podría presionar para que aborde las violaciones de derechos laborales en la fábrica.

Este tipo de conocimiento sobre las relaciones licenciatarias aumenta la capacidad de las organizaciones de derechos laborales y de otras partes interesadas de lograr remediar violaciones.

En un caso en El Salvador, Barco Uniforms tenía relación directa con la fábrica de Industrias Florenzi que producía batas médicas de la marca *Anatomía de Grey* bajo una licencia otorgada por Disney, la compañía gigante de los medios de comunicación. Para que las trabajadoras(es) de esa fábrica pudieran lograr un acuerdo de indemnización con Barco Uniforms,⁹ fue necesario identificar a Disney como propietaria de la marca y luego lanzar una campaña en contra de la *Anatomía de Grey* y *Disney*, que además de ser propietaria de la marca, era propietaria de la cadena de televisión ABC.



Foto: Ex trabajadoras de Industrias Florenzi en la campaña contra *Anatomía de Grey*, #PayYourWorkers

⁹ *El Salvador: trabajadoras(es) de Industrias Florenzi ganan US\$1 millón en indemnizaciones*. RSM, 13 de enero de 2022. maquilasolidarity.org/es/el-salvador-trabajadoras-de-industrias-florenzi-ganan-us-millon-en-indemnizaciones.

TENDENCIAS QUE AFECTAN LOS ESFUERZOS POR LOGRAR LA REMEDIACIÓN

Introducción

Durante los últimos cinco años, disruptiones significativas han impactado la industria de la confección a nivel mundial, incluyendo la pandemia global en 2020; el crecimiento de la moda rápida y el comercio electrónico; los cierres de fábricas y despidos masivos; la expansión de las empresas respaldadas por capital privado que adquieren y gestionan marcas; y, más recientemente, los cambios extensos del comercio global en 2025.

Durante estos momentos de grandes disruptiones económicas y políticas, las trabajadoras(es) de la confección suelen enfrentar incertidumbre, más violaciones de sus derechos a nivel de fábrica, el desempleo repentino y el robo de indemnizaciones. Los esfuerzos por promover los derechos de las trabajadoras(es) y asegurar que las compañías se hagan responsables de respetar los derechos de las trabajadoras(es) en su cadena de suministro se vuelven aún más importantes, incluso conforme van surgiendo desafíos nuevos.

A continuación, describimos dos de estas tendencias en la industria de la confección con implicaciones preocupantes para los esfuerzos por presionar a las marcas a tomar acciones y lograr acciones correctivas por las violaciones de derechos laborales a nivel de fábrica. Estas dos tendencias son: 1) los despidos masivos y cierres de fábrica en Centroamérica; y 2) la expansión de empresas de capital privado que se dedican a la gestión de marcas (ejemplo Authentic Brands Group-ABG).



Foto: Campaña por trabajo sin violencia y sin acoso, FEASIES

1. Los cierres de fábrica y despidos masivos en Centroamérica

La reciente ola de cierres de fábrica y despidos masivos en las fábricas manufactureras de la industria de la confección en Centroamérica han tenido un impacto devastador sobre las trabajadoras(es), sus familias y sus sindicatos.

En Honduras y El Salvador, muchos de estos cierres y despidos se han dado en grandes fábricas propiedad de empresas norteamericanas de ropa básica, como Hanesbrands, Delta Apparel, Fruit of the Loom (FOTL) y Gildan Activewear. Al cierre de 2025, Delta Apparel se había declarado en bancarrota; FOTL ya no tenía una presencia importante en Centroamérica; y Hanesbrands había sido adquirida por Gildan, aunque los detalles aún estaban por definirse. Lo que queda claro es que Gildan es el principal fabricante de ropa básica y el mayor empleador del sector en la región.

En Honduras, antes del 2023, estas cuatro compañías empleaban directamente a la mayoría de las trabajadoras(es) de la confección en ese país y a lo largo de la década anterior, los sindicatos habían negociado exitosamente contratos colectivos de trabajo (CCT), obteniendo mejores salarios y prestaciones en algunas de las fábricas más grandes. Un estudio realizado por Mark Anner¹⁰ en 2022, calculó que, en ese momento, aproximadamente un 44% de las trabajadoras(es) de la confección en Honduras estaban cubiertas por un CCT que les había beneficiado.

Como resultado de los cierres realizados durante los últimos dos años, los sindicatos hondureños de la industria de la confección están perdiendo lo que les costó tanto ganar en sus centros de trabajo. Entre abril y diciembre de 2025,



Foto: pexels.com

FOTL cerró sus últimas tres fábricas de ropa y textiles sindicalizadas en el país, despidiendo a aproximadamente 4,000 trabajadoras(es) e incumpliendo un acuerdo innovador firmado en 2009 con la Central General de Trabajadores (CGT). El acuerdo garantizaba la libertad sindical en todas las instalaciones de FOTL en Honduras y le abría la puerta a la sindicalización en otras fábricas en el país. Según el WRC, en un momento determinado, FOTL llegó a emplear aproximadamente 7,000 trabajadoras(es) en instalaciones sindicalizadas en Honduras y desde entonces ha eliminado más de 90% de esos empleos.¹¹

¹⁰ Negociando colectivamente por el trabajo decente y digno: transformando el trabajo y la vida a través de los contratos colectivos en el sector maquilador hondureño. Center for Global Workers' Rights, Penn State, Dr. Mark Anner, 24 de mayo de 2022. ler.la.psu.edu/wp-content/uploads/sites/4/2022/06/Honduras-maquila-report_SP.pdf.

¹¹ Una marca de ropa líder abandona sus buenas prácticas en materia de derechos laborales (en inglés). WRC, 3 de junio de 2025, workersrights.org/commentary/a-leading-garment-brand-exits-the-high-road.

El cierre de las instalaciones propiedad de Hanesbrands en Honduras ha sido igual de significativo.¹² En el año 2022, Hanesbrands fue propietaria de seis fábricas que le daban empleo a más de 9,000 trabajadoras(es). A finales de 2025, la compañía había cerrado sus últimas instalaciones en Honduras. Tan solo el cierre más reciente de Hanesbrands dejó desempleadas a más de 2,200 trabajadoras(es) de Confecciones del Valle. Las fábricas más grandes de Hanesbrands en Honduras estaban sindicalizadas; por lo menos dos de ellas producían productos de la marca Champion, que Hanesbrands vendió a la empresa de gestión de marcas Authentic Brands Group (ABG por sus siglas en inglés) en el mes de septiembre de 2024.

Gildan Activewear cerró su fábrica San Miguel en el mes de junio de 2023, dejando a 2,700 trabajadoras(es) desempleadas en ese entonces.

En El Salvador, Hanesbrands y FOTL pasaron de ser propietarias de 12 fábricas en 2022, tres de ellas con presencia sindical, a ser propietarias y operar sólo siete fábricas.

Delta Apparel, que producía para varias marcas principales en sus propias instalaciones en Honduras, El Salvador y México, se declaró en bancarrota en el mes de junio de 2024, dejando a miles de trabajadoras(es) desempleadas sin pagar millones de dólares en indemnizaciones y demás prestaciones.

En conjunto, estos despidos – particularmente los de instalaciones sindicalizadas reconocidas – generan efectos generalizados sobre las trabajadoras(es) que buscan abordar las violaciones de los derechos laborales en las fábricas. La pérdida de la representación sindical y de la cobertura por un CCT deja a las trabajadoras(es) con menos recursos para responder ante

violaciones y/o crear condiciones de trabajo que bajen la probabilidad de que ocurran violaciones.

Además, el hecho de que tantas fábricas con la presencia de un sindicato o más han cerrado tendrá un efecto inhibidor, desalentando a las trabajadoras(es) de ejercer sus derechos a la libertad sindical y negociación colectiva en la región.



Foto: Sindicalistas exigen que FOTL reabra la fábrica, SITRAJERZEESND/CGT

¹² La adquisición de la compañía por parte de Gildan en diciembre de 2025 por USD\$2.2 mil millones ha puesto fin a su papel como importante actor independiente en la región. Se proporcionarán más detalles en 2026. Hanesbrands se había visto seriamente debilitada por la venta de Champion en 2024.

Los cierres de instalaciones sindicalizadas y sus impactos van más allá de Centroamérica:

¿Están siendo objeto de cierre las fábricas sindicalizadas en la industria de la confección?¹³

En julio de 2025, Jasmin Malik Chua, de la revista Sourcing Journal, publicó un artículo importante en el que compara el impacto del cierre de fábricas sindicalizadas en Sri Lanka y en Honduras, una fábrica propiedad de la marca británica Next en Sri Lanka y dos instalaciones de Fruit of the Loom en Honduras: Jerzees Nueva Dia y Confecciones Dos Caminos. De este artículo, seleccionamos algunos extractos sobre Honduras.

Según el artículo, Fruit of the Loom ha justificado los cierres que ha realizado en 2025... como una "reestructuración multianual" de sus operaciones debido a una "disrupción significativa del mercado norteamericano de ropa".



Foto: Trabajadoras(es) afectadas por el cierre de una fábrica en Sri Lanka, CCC

El artículo cita una respuesta a Fruit of the Loom publicada en el sitio web del Consorcio de los Derechos del Trabajador (WRC por sus siglas en inglés): "Estos cierres son trágicos para las miles de trabajadoras(es) afectadas: por casi 15 años, disfrutaron el respeto del derecho a la libertad sindical y mejores salarios y condiciones de trabajo logrados a través de la negociación colectiva... y aunque los cierres de fábricas son comunes en la industria de la confección, es profundamente desalentador ver que se cierre una planta que ha sido ampliamente reconocida como símbolo del respeto genuino de los derechos de asociación de las trabajadoras(es) – en una región y en una industria en las cuales suelen pisotear los derechos".

O bien, como declara Scott Nova, el Director de WRC, puede ser que los cierres hayan respondido a una motivación económica... aunque no de la manera planteada por las empresas. Después de todo, los sindicatos buscan aumentar el costo de la fuerza de trabajo a través de lograr salarios más elevados y condiciones más seguras y más humanas en el centro de trabajo. "Para decirlo francamente, no se puede vender a los empleadores la idea de que la sindicalización va a reducir sus gastos".

¹³ *¿Están siendo objeto de cierre las fábricas sindicalizadas en la industria de la confección?* (en inglés). Sourcing Journal, Jasmin Malik Chua, 1 de julio de 2025. sourcingjournal.com/topics/labor/fruit-of-the-loom-next-honduras-sri-lanka-factory-unionized-closure-1234753941.



Los cierres ilegales y el robo de indemnizaciones

Además de las fábricas propiedad de las marcas internacionales, a lo largo del mismo periodo, se han cerrado un gran número de fábricas proveedoras en Centroamérica, sin pagar a las trabajadoras(es) millones de dólares en prestaciones, en particular indemnizaciones, salarios caídos, y cuotas de seguridad social.

A pesar de precedentes importantes, pocas marcas asumen de manera proactiva la responsabilidad de asegurar que se les pague a las trabajadoras(es) las indemnizaciones y demás prestaciones que se les debe por ley cuando cierran las fábricas. La Asociación por el Trabajo Justo (FLA por sus siglas en inglés), no requiere que las compañías participantes indemnizan a las trabajadoras(es) cuando sus fábricas proveedoras no cumplen con sus obligaciones legales en cuanto al pago de indemnizaciones y prestaciones.¹⁴

En respuesta al robo de las indemnizaciones, los sindicatos locales presentaron amparos y organizaron campañas nacionales. Cuando esto resultó infructuoso, los sindicatos locales ampliaron sus estrategias para buscar el apoyo de aliados internacionales. En varios casos, interpusieron quejas ante el WRC e involucraron al Centro de Solidaridad, la Red de Solidaridad de la Maquila y otras organizaciones de derechos laborales a través de campañas coordinadas buscando que las marcas asumieran su responsabilidad de asegurar que se les pague a las trabajadoras(es) que manufacturan sus productos sus indemnizaciones completas y demás prestaciones que se les deben.¹⁵

Victorias significativas en Centroamérica incluyen el pago de contribuciones de más de US\$4 millones para las extrabajadoras(es) de tres fábricas en

¹⁴ Aunque la FLA no requiere que las marcas participantes asuman la responsabilidad cuando las fábricas proveedoras no pagan la indemnización, salarios caídos y otras prestaciones legalmente obligatorios, algunas universidades tienen códigos que sí incluyen este requisito.

¹⁵ Leer más sobre los casos de robo de salario, que abarcan más de una década, en los que el WRC ha logrado una remediación en: workersrights.org/issues/wage-theft.

El Salvador (APS El Salvador, Style Avenue e Industrias Florenzi) y US\$1.5 millones de dólares para las extrabajadoras(es) de Industrial Hana en Guatemala (ver los detalles más adelante).

Es importante destacar las victorias de estas campañas, en parte para reconocer la extraordinaria cantidad de tiempo y energía que invierten las trabajadoras(es), los sindicatos y las organizaciones internacionales de

derechos laborales cuando las marcas no asumen de manera proactiva sus responsabilidades al cerrar una fábrica. Ya es hora de que las marcas y las iniciativas de multi-interés, como la FLA, acepten sus responsabilidades ante las trabajadoras(es) cuando se cierran fábricas que manufacturan sus productos o los productos de sus afiliados, y que resulta en el endeudamiento de las trabajadoras(es) en miles y, a veces, millones de dólares en salarios caídos, indemnizaciones y demás prestaciones.

2. La expansión de empresas como ABG que se dedican a adquirir y gestionar marcas

Cada vez más marcas de alto perfil han sido compradas por empresas dedicadas a la gestión de marcas, lo cual representa un giro con posibles implicaciones enormes para la transparencia y la rendición de cuentas en la industria. Los grandes cambios en abastecimiento y el cierre de fábricas propiedad de compañías como Hanesbrands es sólo el inicio. Además, las empresas de gestión de marcas mantienen relaciones empresariales complejas y difíciles de identificar en los esfuerzos por lograr una remediación en casos de violaciones de derechos laborales.

Debido a sus recientes adquisiciones de alto perfil, el grupo Authentic Brands Group (ABG por sus siglas en inglés) es una de las empresas de gestión de marcas más notables. El amplio portafolio de ABG creció aún más después de adquirir la marca Reebok por US\$2.46 mil millones en 2022, Champion (la marca popular de Hanesbrands) por US\$1.2 mil millones en 2024, la reconocida marca Dockers de Levi Strauss & Co. por US\$311 millones en el primer trimestre de 2025, y la participación mayoritaria en Guess en agosto de 2025.

Compañías como ABG¹⁶ compran la propiedad intelectual de una marca (nombre, logotipo, marca registrada). Muchas veces adquieren marcas en decadencia por un precio relativamente bajo, esperando obtener ganancias para sus inversionistas con base en la reputación histórica de la marca y recortes a los gastos generales. Para producir la marca, se asocia con una red compleja de empresas, que suele cambiar con frecuencia e incluye tiendas, firmas de capital privado, otros inversionistas, y compañías operadoras, que de manera activa asumen las operaciones diarias tales como el diseño, el abastecimiento y la distribución. Por ejemplo, Unrivaled Teamwear, Gildan, Fanatics y Target son cuatro de los múltiples socios de ABG para la marca Champion.

En este modelo de las empresas de gestión de marcas, muchas veces faltan medidas robustas de responsabilidad empresarial y protecciones a los derechos de las trabajadoras(es).

¹⁶ Entre otras empresas de gestión de marcas que son respaldadas por el capital privado y son propietarias de marcas reconocidas se encuentran WHP Global (Express, Bonobos, Vera Wang), Iconix Brand Company (Salt Life, Mossimo, Mudd, London Fog, Umbro), y Bluestar Alliance (Dickies).

En términos de los puntos de presión identificados en nuestra tabla, no aparece ninguno para el grupo ABG, ya que no cotiza en la bolsa, no produce ropa universitaria, y tampoco es miembro de una iniciativa de multi-interés, ni una compañía manufacturera con instalaciones propias. Además, ABG no publica información sobre todas las compañías que cuentan con licencia para abastecer y distribuir las marcas de su propiedad.

La naturaleza compleja de las relaciones empresariales y la falta de ciertos puntos de presión no implican que las trabajadoras(es) y sus aliados deben de evitar comunicarse con empresas de gestión de marcas o evitar de organizar campañas en contra de estas empresas o sus socios. Se debe de exigir una mayor responsabilidad empresarial y remediación en casos de violaciones de los derechos laborales.

Investigaciones recientes y nuevas estrategias de campaña podrán revelar cuáles son los puntos de presión que puedan motivar a estas compañías y/o a sus licenciatarias a tomar acciones correctivas. El caso de Industrial Hana, resaltado abajo, es tan solo un ejemplo de estas relaciones complejas y de cómo las organizaciones han logrado lanzar campañas exitosas a pesar de los desafíos.

Trabajadoras(es) guatemaltecas logran remediación después de una campaña internacional contra ABG y sus socios

Cuando la fábrica de ropa Industrial Hana en Guatemala cerró en octubre de 2023, no les pagó las indemnizaciones a aproximadamente 250 trabajadoras(es)



Foto: Ex trabajadores de Industrial Hana en la campaña contra Lucky Brand. SITRAHANA

a quienes se les debía un estimado de US\$1.5 millones, según la ley guatemalteca. Una investigación realizada por el WRC halló que al momento del cierre, la fábrica producía ropa para American Eagle Outfitters (AEO), Puma y Lucky Brand. Ninguna de las marcas tenía una relación directa con Industrial Hana, ya que sus proveedores habían subcontratado esta fábrica.

El WRC se comunicó con AEO, Puma y Lucky Brand, así como con las propietarias de Lucky Brand, ABG, Grupo SPARC y Shein, el gigante de la moda rápida (en ese entonces, propietaria parcial del Grupo SPARC).¹⁷ AEO y Puma contribuyeron con US\$500,000 cada uno para el pago de las indemnizaciones adeudadas. US\$1 millón fue distribuido entre las trabajadoras(es) en enero de 2025. Lucky Brand y sus propietarias, por otro lado, inicialmente evitaron cualquier involucramiento serio o contribución para remediar el robo de indemnizaciones.

Las organizaciones internacionales de derechos laborales respondieron a la falta de acción de las empresas. El WRC publicó un comentario reconociendo las contribuciones de AEO y Puma y resaltó el hecho de que ABG, Grupo SPARC y Shein no abordaron el robo de las indemnizaciones en Industrial Hana. Los medios de comunicación del sector de la confección publicaron artículos sobre el caso. La organización Partners for Dignity and Rights (cuyo nombre se podría traducir como Socios por la Dignidad y los Derechos) también organizó campañas públicas y produjo investigaciones excelentes sobre las relaciones empresariales detrás de ABG.¹⁸

Finalmente, el increíble trabajo de estas organizaciones llevó a Lucky Brand a realizar una contribución humanitaria para cubrir otros US\$500,000 del total adeudado, casi un año después de que se anunciaron públicamente las contribuciones de AEO y Puma.

Este gran éxito de la campaña también resalta la enorme cantidad de tiempo y recursos que se necesita para garantizar que las trabajadoras(es) reciban lo que se les debe legalmente, un monto por el que las marcas deberían de responder sin la necesidad de campañas públicas.

¹⁷ El proceso de identificar a las empresas propietarias de Lucky Brand para el caso de Industrial Hana da un ejemplo de la naturaleza compleja de las relaciones empresariales de ABG. El ahora cerrado Grupo SPARC era una compañía privada y una empresa conjunta entre ABG, el grupo Simon Property Group (la propietaria más grande de centros comerciales en Estados Unidos) y Shein (el gigante de la moda rápida). Grupo SPARC sirvió de compañía operadora a cargo de las operaciones diarias de numerosas marcas de ABG como Aeropostale, Brooks Brothers, Eddie Bauer, Lucky Brand y Nautica. Para Lucky Brand, Grupo SPARC era "el socio operativo y la licenciataria central", a cargo de supervisar el abastecimiento de la marca, el diseño de los productos y las operaciones de mayoreo, menudeo y comercio electrónico. Sin embargo, desde que cerrara Industrial Hana, el Grupo SPARC se fusionó con JC Penney para formar Catalyst Brands, una nueva organización que seguirá funcionando como operadora de la mayoría de las mismas marcas propiedad de ABG y cuyos accionistas siguen incluyendo a ABG, el grupo Simon Property Group y Shein.

¹⁸ *Los trabajadores no tienen tanta suerte: cómo Lucky Brand, Shein y el capital privado engañaron a los trabajadores de la confección* (en inglés). Partners for Dignity and Rights, 28 de febrero de 2025. dignityandrights.org/2025/02/not-so-lucky-how-lucky-brand-shein-and-private-equity-fleeced-guatemalan-garment-workers.

Créditos

Equipo de investigación: Carrie Stengel y Caren Weisbart

Equipo editorial: Bob Jeffcott, Carrie Stengel, Caren Weisbart y Lynda Yanz

Diseño: andrecarterdesign.com

Traducción: Leslie Pascoe Chalke

Versión en inglés: :

maquilasolidarity.org/en/companies-and-brands-research-tools

Versión en español: :

maquilasolidarity.org/es/herramientas-investigacion-companias-marcas

