



Problemas generados por empresas multinacionales.

Sergio Eduardo Lucatero Gudiño.

Administración y estrategias de negocios.

8vo Cuatrimestre.

Turno: Matutino.

María del Carmen Cordero

Comitán de Domínguez, Chiapas.

16/02/2021

Problemas generados por multinacionales.

Planteamiento del problema.

En la actualidad existen empresas capaces de generar más capital que algunos países pequeños o menos desarrollados y con un alcance gigantesco que vuelve casi inevitable la tarea de consumirlos, tales como Gazprom que en la actualidad encabeza la lista de las empresas más contaminantes del mundo. En los últimos dos años, Gazprom ha sido responsable de 206 vertidos de petróleo en yacimientos de petróleo en su propio país. Además de aproximadamente 2.000 vertidos de petróleo y productos tóxicos debido al mal estado de sus infraestructuras. Esto acentúa aún más el riesgo de un vertidos en lugares tan vulnerables como el Ártico, donde el pasado diciembre Gazprom comenzó a perforar el Ártico en busca de petróleo.

Glencore Xstrata el operador anglo-suizo de materias primas es la mayor compañía del mundo en el sector minero, con 220 mil millones de dólares de ingresos en 2014. Glencore Xstrata es el mayor comercializador a nivel mundial de materias primas como carbón, petróleo, cobre, zinc, plomo, aluminio y otras. La empresa tiene una presencia fuerte en varios países de América Latina y Asia. Muchas veces, sus actividades mineras obligan a las comunidades locales y los grupos indígenas a abandonar sus territorios. La empresa trabaja con intermediarios corruptos y evade impuestos, privando así a los países proveedores de materias primas de una fuente de ingresos muy necesaria.

En Bolivia, la contaminación del agua y del aire amenaza la salud y el sustento de las comunidades locales. En Argentina, se han iniciado procesos judiciales contra Glencore Xstrata por contaminación ambiental y por contrabando y estafa al Estado Nacional Argentino.

Existe una gran preocupación por el actuar de estas y varias empresas mas quienes han cometido incontables actos en contra de la salud del medio ambiente, así como hacia el ser humano ya que como estudiante de la carrera de administración y estrategias de negocios entiendo la necesidad de los líderes de la organización el priorizar el capital sobre cualquier cosa, para poder

generar más riqueza y alcanzar el éxito laboral, pero también creo que es importante tener una empresa social y ambientalmente responsable, debido a que entre más exitosa se vuelve una organización más responsabilidad pesa sobre sus hombros, esto se debe a que una empresa grande suele atraer más atención, no solo por el medio ambiente, existen diversas problemáticas que, si bien no todas son causadas directamente por las empresas en cuestión, también se han visto involucradas en dichas problemáticas.

Personalmente, la inspiración para el presente tema provino de el de la brillante estrategia de la marca Calvin Klein con un afiche que habla de una nueva era, más inclusiva y lejos de los dañinos estándares de belleza clásicos: una mujer trans, negra, gorda, lesbiana y activista es la nueva cara de una de las marcas de ropa interior más famosas, debido a la viralización, esta acción multiplico el número de ventas de la empresa y si bien yo estoy de acuerdo con la inclusión fue inevitable que me preguntara a mí mismo ¿realmente Calvin Klein era una empresa de moral intachable o tal vez solo socialmente responsable? Y la respuesta fue: ninguna de las anteriores, puesto que Calvin Klein esta involucrada con un total de 83 empresas internacionales han contratado a fábricas chinas que usan a ciudadanos uigures, transferidos desde los 'centros de reeducación' de la provincia china de Xinjiang, en sus cadenas de suministros a través de programas de trabajos forzosos.

Un estudio realizado por el Instituto de Política Estratégica Australiano (ASPI por sus siglas en inglés), ha demostrado que muchos de los detenidos en estos centros fueron enviados a fábricas por todo el país en programas de trabajo forzoso. El ASPI ha identificado 27 fábricas en nueve provincias chinas que utilizan mano de obra uigur transferida desde Xinjiang desde 2017. Esas fábricas afirman ser parte de la cadena de suministro de marcas mundiales conocidas, como Apple, Nike, Google o Calvin Klein, entre otras.

Unos 80.000 uigures fueron trasladados desde de Xinjiang a trabajar en estas fábricas entre 2017 y 2019, y algunos de ellos fueron enviados directamente desde los 'campos de reeducación. En las fábricas viven en dormitorios

separados, reciben formación de mandarín e ideológica, están sujetos a vigilancia constante y tienen prohibido participar en celebraciones religiosas.

Existe una creciente indignación mundial por las atrocidades cometidas contra la población iugur en la región. Expertos de las Naciones Unidas estiman que al menos un millón de iugures y otros musulmanes están detenidos en centros de detención en Xinjiang, también conocidos como campos de trabajo. China ha negado el maltrato y dijo que los centros ofrecen capacitación vocacional y ayuda para combatir el terrorismo y el extremismo.

Llegado a este punto comenzamos a entender la gran importancia que estas empresas le dan a la mercadotecnia y como esta suele enganchar de maneras cada vez mas creativas, de tal modo que es difícil cuestionar la manera en que trabajan internamente o cuales son los valores de la empresa, es que esta cuenta con ellos, o si tan solo los utilizan como un slogan para encubrir sus prácticas ilegales o con muy baja responsabilidad social. Ciertamente es increíble y sobretodo muy interesante el comportamiento de estas empresas, sus estrategias de mercado tienden a ser rentables con altas probabilidades y su marco legal es impecable, sin duda creo que este tipo de organizaciones deben ser un objeto de estudio para cada estudiante de esta carrera o otras con relación, porque a pesar de que son muy pocas las posibilidades de que una empresa pequeña llegue a ese nivel, es necesario tener a una multinacional como ejemplo de que es correcto hacer y que no es correcto.

Preguntas de investigación

- 1.- ¿Por qué las multinacionales son tan difíciles de vencer?
- 2.- ¿Cómo hacen estas empresas para trabajar de la manera más inmoral posible y seguir activa a pesar de la actividad mediática?
- 3.- ¿Qué tanto han repercutido sus acciones en nuestro entorno?
- 4.- ¿Qué otras empresas han cometido faltas?

5.- ¿Las empresas de alto calibre están dispuestas a todo con tal de seguir ganando dinero?

Objetivos de investigación

El objetivo principal de este trabajo es el de presentar un informe completo sobre el daño que distintas empresas generan, con el fin de generar conciencia al lector. Las multinacionales cuentan con campañas de marketing que son de grande influencia ante la sociedad, estas, estrategias también serán estudiadas mediante el presente trabajo, también presentaremos algunos datos que califican el nivel de daño ambiental, se mostrarán más nombres de empresas conocidas y algunas de las acciones más bajas de las empresas estudiadas en cuestión.

Justificación

Las actividades industriales suelen ocasionar problemas ambientales como contaminación, destrucción de ecosistemas, cambio climático y otros. A estos impactos, las empresas les suelen llamar “externalidades”, como una manera de justificarlos, minimizar su gravedad y colocarlos fuera de su responsabilidad. De hecho, la reparación de estos daños no es pagada por las industrias sino por la sociedad en su conjunto, que los padece a través del acelerado deterioro ambiental observable a escala local, nacional, regional y planetaria.

Las empresas trasnacionales acostumbran colocar sus intereses por encima del bienestar colectivo y se niegan a cambiar. Así ocurrió con Dupont, que no quería sacar del mercado los gases CFC que estaban destruyendo la capa de ozono, o con las petroleras como Exxon, que se niegan a reconocer la realidad del cambio climático. Esto habla de la irresponsabilidad empresarial, que llega el extremo de actuar en contra de acuerdos e iniciativas internacionales que buscan salvaguardar las condiciones de vida de ésta y las siguientes generaciones.

La irresponsabilidad ambiental de la mayor parte de las corporaciones es una de las principales causas del deterioro ambiental que vive el planeta. Esta

actitud empresarial se expresa tanto en daños globales como locales. En México, sobresalen los impactos ambientales provocados por Petróleos Mexicanos (Pemex), especialmente en el sureste mexicano. Pemex ha dañado dramáticamente vastas regiones de ecosistemas muy ricos en biodiversidad y productividad, afectando la calidad de vida y la economía de miles de personas. Esta irresponsabilidad ambiental empresarial continúa en México por la falta de una auténtica procuración de justicia. La Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (Profepa) carece de autonomía y recursos, lo cual demuestra la insensibilidad y el desinterés gubernamental por los recursos naturales.

En países como el nuestro, México, donde la democracia es incipiente, es común encontrar que las empresas con mayores impactos al medio ambiente son las que más invierten en campañas publicitarias donde afirman ser ambientalmente responsables. Los integrantes de la sociedad civil hemos calificado esta práctica como “maquillaje verde”.

Los consumidores juegan un papel importante en la promoción de una verdadera responsabilidad ambiental de las empresas, porque tienen el derecho a conocer sus prácticas ambientales y a difundir esta información entre el resto de la población. Además, tienen derecho a elegir productos y servicios que respeten el medio ambiente y a rechazar aquellos que no lo hacen; de esta manera, ejercen su responsabilidad como consumidores.

Estas acciones deben ser más documentadas para que la gente comprenda la gravedad de todas estas problemáticas, sumado al hecho de que una inmensa mayoría de nosotros junto con toda la población, hemos sido cómplices de todo esto.

Hipótesis

Hasta hace algunos años la corrupción era un concepto relacionado directamente al sector público-político, sin embargo, recientemente ha aumentado el análisis de este fenómeno en el ámbito empresarial originado por su cada vez mayor presencia y arraigo en la forma de hacer negocios.

La corrupción empresarial por su parte, conduce inevitablemente a un clima de negocios poco confiable. Este fenómeno puede adoptar distintas formas como

el soborno, fraude, conflictos de intereses, malversación de fondos, acoso sexual e incluso extorsión.

Tan sólo en México el 60% de los directivos de empresas cree que las prácticas de corrupción ocurren de manera común en las compañías y un 38% afirma que el soborno es utilizado comúnmente para obtener contratos.