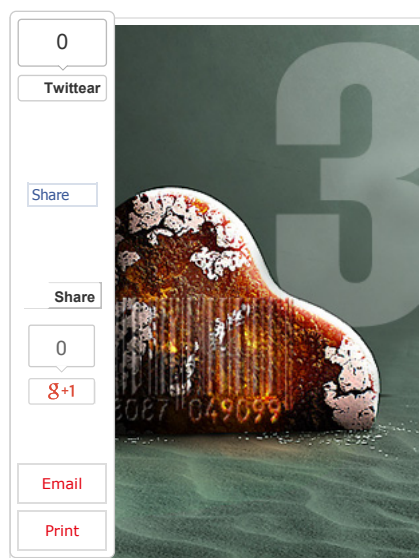




Las 3 empresas que amamos odiar

por **ExpokNews** el 5 septiembre 2012 en **RSE**

Estimated reading time: 3 minutes



Por: **María José Evia Herero**

Hablamos mucho del éxito de las empresas que deciden hacer de la sustentabilidad una meta, y que la integran a todas sus actividades. Pero ¿qué pasa con las compañías o industrias que continúan creciendo a pesar de ser poco responsables? Elaine Cohen se hace esta pregunta en un artículo para **CS Wire**.

1. La industria tabacalera: Como señala Cohen, es difícil encontrarle un lado amable a esta industria. En México, el tabaquismo causa la muerte de **unas 60,000 personas al año**. Sin embargo, las compañías tabacaleras tienen ganancias mayores al Producto Interno Bruto de países como Polonia y Venezuela.

Es cierto que la industria intenta minimizar sus efectos en el ambiente y mejorar sus prácticas de agricultura pero, ¿justifica esto que las acciones de tabaco continúen siendo extremadamente populares entre inversionistas?

2. Monsanto: Los consumidores odiamos a esta compañía, que produce **granos modificados genéticamente**. Ha sido acusada de perseguir a granjeros aduciendo que usan sus semillas patentadas, de reducir la población de organismos polinizadores y de que sus

productos causan daños a la salud. Sin embargo, **Monsanto** presenta un crecimiento promedio del 44.7 % anual en sus ganancias, **según Forbes**.

En Brasil, la empresa **acaba de ser juzgada y condenada** por publicidad engañosa respecto a la soya genéticamente modificada.

Tal vez no todas las acusaciones son fundadas, pero en ese caso ¿no debería **Monsanto** invertir un poco más en comunicar sus esfuerzos sustentables y acabar con los mitos?

3. Nestlé: la marca está bien situada en el **Índice de Sustentabilidad de Dow Jones** y su lema es "Para que una empresa sea exitosa a largo plazo y genere valor para sus grupos de interés, debe también crear valor para la sociedad". En 2010 **presentó su excelente iniciativa Nescafé Plan**, que reúne en un solo proyecto los compromisos de **Nestlé** con el cultivo, la producción y el consumo de café. Hasta aquí todo bien.

Por otro lado, como señala Elaine Cohen, el 8% del negocio de Nestlé proviene del agua embotellada, un producto duramente criticado por ambientalistas, al igual que su fórmula de leche para bebés, otra estrella de la marca. En 2009 **ganó uno el Public Eye Award**, los anti-premios de la **RSE**; y en 2010 Greenpeace **organizó una campaña en contra de la marca** por deforestar zonas de Indonesia, lo que puede poner en peligro la biodiversidad y especies como el orangután.

El amor de los inversionistas es el que mueve a las grandes empresas, y algunas no pueden ser sustentables al 100% si quieren continuar con su "business as usual". De modo que aquí entra de nuevo nuestra responsabilidad como consumidores: si continuamos bebiendo agua embotellada, fumando y consumiendo productos genéticamente modificados, estamos animando a invertir en aquellas compañías que producen estos bienes, en vez de impulsarles a que cambien sus procesos por formas más sostenibles.