

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Título:

Autor:

Precio: \$119.00

Editorial:

Año: 2006

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9789707806696

Adidas, Bayer, Nike, Siemens, Shell, McDonald's, Nestlé, Samsung... ¿Cuántas de nuestras marcas preferidas basan sus ganancias en la corrupción, el trabajo infantil, la destrucción del medio ambiente o el maltrato de animales? Cada vez son más las grandes empresas que trasladan sus fábricas allí donde pueden aprovechar condiciones inhumanas de trabajo, que se benefician desvergonzadamente de crisis económicas y conflictos armados, que toleran la tortura y la esclavitud y que transgreden la ley para poder vender bienes probadamente dañinos.

Pero al mismo tiempo hay cada vez más consumidores que no están dispuestos a tolerar a esta situación y que exigen niveles mínimos de moralidad. El libro negro de las marcas desenmascara las verdades más turbias que se esconden detrás de las imágenes exitosas de las grandes marcas, pero también muestra la influencia que pueden tener los consumidores para obligar a las empresas a cambiar algunas de sus prácticas.

Con fichas que detallan una por una las acciones perniciosas de cincuenta compañías conocidas en el mundo entero, explica también qué actitud puede tomar cada lector para luchar activamente en contra de esta situación.