



---

**Boletín 0: El poder y la capacidad de influir de las multinacionales**

---

Dossier completo

<b>Parte I:</b>	<b>Quienes somos</b>
<b>Parte II:</b>	<b>El creciente poder de las multinacionales</b>
<b>Parte III:</b>	<b>Responsabilidad social o lavado de imagen</b>
<b>Parte IV:</b>	<b>La cooptación de la ONU</b>
<b>Parte V:</b>	<b>Los grupos de lobby en el ámbito europeo</b>
<b>Parte VI:</b>	<b>Respuestas de la ciudadanía, herramientas para la acción</b>
<b>Parte VII:</b>	<b>Enlaces y bibliografía</b>

**Parte I: Quienes somos**

IDEAS es una Organización de Comercio Justo, siendo empresa social y solidaria, de carácter no lucrativo. Su objeto social es la importación y distribución de productos artesanales y alimentarios dentro del marco ético del Comercio Justo. IDEAS realiza labores de sensibilización, cooperación y educación al desarrollo, campañas de presión política y programas de asistencia técnica a los grupos productores.

Su actividad está encaminada a favorecer una transformación social y económica, fomentando unas relaciones comerciales más justas y dignas, y un consumo responsable.

**Parte II: El creciente poder de las multinacionales.**

El poder de las empresas multinacionales crece cada vez más y las instituciones políticas tanto nacionales como internacionales son cada vez menos activas en la labor de enfrentar y reglamentar el comportamiento de las corporaciones. Más bien al contrario, en la Unión Europea (UE) se están formando alianzas fuertes entre empresas y las propias instituciones de la UE, llegando rápidamente a un nivel que supera el grado de colaboración que se ve y critica en Estados Unidos, donde los lobbies industriales tienen una larga tradición.

El dialogo trasatlántico de comercio (TABD) es el más alarmante, debido a su influencia. Incluso las Naciones Unidas (ONU) han iniciado una colaboración directa con las multinacionales a través del global compact. Este desarrollo es preocupante ya que las grandes empresas actúan primero en su propio interés económico, un interés que busca maximizar los beneficios para los altos cargos y los accionistas. Estos intereses suelen chocar con los de los grupos mas directamente afectados, como las trabajadoras y trabadores de la empresa, comunidades locales, el medio ambiente y muchas veces con los intereses de consumidoras y consumidores. También perjudica a los intereses del público en general, que por un lado se ven afectados por campañas agresivas de publicidad y por otro lado, aún más grave, por una presión política que ignora por completo los instrumentos democráticos asegurando a las empresas multinacionales un acceso directo a los gobernantes.

## Boletín 0: El poder y la capacidad de influir de las multinacionales

En otras palabras, las multinacionales están construyendo redes de lobbying sofisticadas a través de las cuales influyen en la política para defender sus intereses. Y aunque las grandes empresas emplean muchos recursos en el lavado de su imagen, se hace cada vez más obvio que estos intereses no son los de la ciudadanía ni los del medio ambiente.

El crecimiento de las multinacionales concentra cantidades excesivas, de dinero y de poder, en las manos de muy poca gente. Las grandes empresas y los individuos a quienes pertenecen reúnen cantidades de riqueza económica que sobrepasan en gran medida los PIBs de varios países del mundo. Las 222 personas más ricas del planeta reúnen más del doble (!) de dinero que los PIBs conjuntos de los países del África Subsahariana.

Bill Gates, quien sigue siendo el hombre más rico del mundo, posee 40,7 mil millones de dólares, cantidad que sobrepasa el PIB de un país como Marruecos (37 mil millones dólares).

La persona más rica del Estado Español y el número 18 en el listado mundial es Amancio Ortega. Es propietario de la empresa textil Inditex cuya marca más conocida es la cadena ZARA (aparte de otras como Massimo Dutti, Pull and Bear, Bershka u Oysho). Ortega posee 10,3 mil millones de dólares, cantidad superior al PIB de Chipre ( 9 mil millones dólares). En otras palabras, este hombre posee más o menos el equivalente a la producción conjunta de los 786.000 habitantes de Chipre.

Ya no se trata solo de un poder económico. Las secciones siguientes cuentan del poder político que buscan y ejercen actualmente las multinacionales. Pero reflexionemos un instante para darnos cuenta de la influencia que tienen sobre nuestra vida cotidiana. “Prácticamente ya no hay ningún espacio libre de publicidad” dice Jane Roberts, la presidenta de Media Joven de Australia<sup>1</sup>. Nos enfrentamos a una ola de publicidad cada vez más profesional, agresiva y omnipresente. A continuación ofrecemos algunos datos que muestran hasta donde llega la publicidad actual:

- En Australia se discutió en 2003 una limitación de la publicidad de alimentos, ya que se observó que el marketing de las cadenas de comida rápida como McDonalds y productos con altos contenidos de azúcar como cereales azucarados, gaseosas, etc., está cada vez más dirigido directamente a niñas y niños. Al mismo tiempo el nivel de obesidad infantil ha crecido rápido en los países ricos, y hoy día constituye, según la OMS una de las enfermedades no transmisibles más preocupantes, que provocan ya alrededor del 60% de la mortalidad mundial<sup>2</sup>.
- Coca-cola ha sido juzgado en 2002 por pintar paneles de publicidad encima de roca sensible en las montañas del Himalaya<sup>3</sup>.
- Las grandes empresas ya no solo se dedican a promover sus marcas sino a “crear estilos de vida”<sup>4</sup>.

### Parte III: Responsabilidad social o lavado de imagen

En los últimos años ha surgido como temática innovadora la responsabilidad social de las empresas. Gracias a la creciente presión por parte de consumidoras y consumidores las empresas están respondiendo poco a poco a esta nueva demanda que pide aparte de un buen precio o alta calidad, un control social y medio ambiental del producto.

---

<sup>1</sup> The Guardian, 02-10-03

<sup>2</sup> The Guardian, 02-10-03

<sup>3</sup> BBC news, 17-07-02

<sup>4</sup> Klein, Naomi, No Logo, 2001:51

## Boletín 0: El poder y la capacidad de influir de las multinacionales

En los años 70 las acciones para regular el comportamiento de las transnacionales estaban caracterizadas por la unión entre gobiernos y sindicatos. El creciente poder de las multinacionales y los conflictos con los derechos laborales y humanos habían provocado una inquietud entre los gobiernos y mostraban claramente la necesidad de actuar, para reglamentar el comportamiento de dichas empresas. Los 80, sin embargo, estuvieron marcados por un desencanto general con el control estatal.

Desde los años 90 han renacido con nueva fuerza los códigos de conducta (que tratan de establecer algún tipo de control sobre el comportamiento corporativo de las corporaciones en diversos aspectos, social, laboral y medioambiental), pero son de otro carácter. Anteriormente estaban pensados como herramientas de control externa sobre las corporaciones multinacionales, ahora las corporaciones las emplean en el sentido contrario: crean códigos internos de conducta, que en su inmensa mayoría carecen de una evaluación externa, para evitar la reglamentación desde fuera. Estos códigos de conducta son utilizados por las empresas como un medio para revertir la publicidad negativa. Adoptar un código está percibido como el mal menor ante el “peligro” que supone la imposición de una legislación.

El último ejemplo preocupante de la aceptación de este lavado de imagen al más alto nivel es la nueva política de acercamiento de la ONU, que ha entrado en una cooperación directa con las empresas multinacionales. A través de su código de conducta, el Global Compact, la ONU se está asociando en algunos casos con empresas que violan los derechos humanos o destruyen el medio ambiente. No es apropiado para una organización como la ONU entrar en colaboración directa con corporaciones transnacionales de la talla de Nike y Shell, que son conocidas por sus prácticas criminales en el ámbito de los derechos humanos, medio ambiente y las condiciones laborales. Estas y otras empresas transnacionales se han comprometido, a través del Global Compact, a seguir nueve principios en el ámbito de los derechos humanos, los derechos laborales y el medio ambiente.

Pero no hay ningún control sobre la adherencia de las corporaciones a estos principios y ningún mecanismo de imposición de los mismos, por lo cual se teme, probablemente con razón, que el Global Compact es una forma de lavado de imagen de estas empresas, ya que su participación les permite usar el sello de las Organización de las Naciones Unidas en sus campañas publicitarias.

### **Parte IV: la cooptación de la ONU**

El Global Compact es solamente una faceta más del cambio de prioridades que se está llevando a cabo dentro de la ONU. El Secretario General Kofin Annan ha demandado de todas las organizaciones de la ONU que entren en diálogo y que pongan en marcha proyectos de cooperación con corporaciones multinacionales. Así lo hacen por ejemplo la conferencia sobre comercio y desarrollo (UNCTAD) y el programa de desarrollo (UNDP). La UNCTAD ha comenzado la edición de guías para los países “menos desarrollados” sobre como atraer inversiones (DFI), y sorprendentemente cuenta con la participación de empresas “ilustres” como British-American Tobacco, Nestlé, Unilever, Shell, Coca-Cola y muchas más. Es un grupo de empresas cuyo comportamiento en los países del sur donde invirtieron anteriormente en muchos casos no ha sido positivo para los países. En India por ejemplo se manifiestan cada vez más protestas contra las acciones de Coca-Cola, el mayor inversor extranjero en el país.

No es sólo sorprendente, sino además peligroso que empresas con un comportamiento inaceptable en los países del sur se hagan cargo de editar guías para la inversión directa. En protesta contra los nuevos vínculos entre transnacionales y la

## Boletín 0: El poder y la capacidad de influir de las multinacionales

ONU se ha formado la “Alianza para una ONU libre de corporaciones”. Sus miembros defienden una ONU que:

- Subordina reglas comerciales bajo los derechos humanos, laborales y principios medio ambientales
- evita una influencia excesiva e indebida de las corporaciones
- mantiene a las corporaciones monitoreadas dentro del marco legal
- mantiene la integridad de acuerdos internacionales, sociales y medio ambientales
- recibe fondos adecuados de los gobiernos

### **Parte V: Los grupos de Lobby en el ámbito Europeo**

El caso de la ONU refleja una tendencia global que se manifiesta también en la Unión Europea. La influencia sobre la toma de decisiones en el ámbito de políticas europeas por parte de los transnacionales es impresionante. Su fuerza y el acceso a los políticos las consiguen a través de un número creciente de grupos de presión o lobbies, agencias de relaciones públicas y de “think tanks” financiadas por ellas con sede en Bruselas. El Corporate Europe Observatory (CEO), un grupo de investigación sobre las amenazas a la democracia que supone el poder no solo económico sino también político alcanzado por las multinacionales, desvela la actividad de presión política de las multinacionales y el grado alarmante de influencia que tienen sobre la política Europea. Su libro *Europa, S. A.* recoge información muy detallada sobre las actividades de este lobby.

En esta sección presentamos en breve algunos de los grupos más fuertes de lobby en Europa.

- **European Round Table of Industrialists – ERT (Mesa Redonda Europea de Industriales y el Competitiveness Advisory Group – CAG (Grupo Asesor sobre Competitividad)**

El ERT fue creado en 1983 como grupo de presión o “lobby” para avanzar en los intereses de la industria en el ámbito de la Unión Europea. Es una de las entidades más efectivas y decisivas para la política europea. El ERT fue decisivo en las negociaciones sobre el Mercado Único europeo, dando lugar a que se adoptara definitivamente una propuesta prácticamente copiada de una propuesta del ERT de 1985. También tuvo mucha influencia sobre el plan de Infraestructuras de transporte que se aprobó en 1991 como el plan Redes Trans-Europeas y también sobre las negociaciones sobre la adopción de la Moneda única que empujó el ERT desde 1991, proponiendo un calendario que se aprobó en 1995.

De donde viene esta fuerza e influencia aplastantes?

El ERT está formado por los presidentes de las 47 principales empresas transnacionales europeas. Estas empresas emplean a 4 millones de trabajadores y su facturación en conjunto de 950.000 millones de euros equivale a un 60% de la producción industrial en Europa.

Pero no es sólo el mero peso económico que hay tras la organización lo que la hace tan efectiva. El ERT tiene un doble acceso a los políticos de la UE: por un lado se trata de relaciones personales entre los presidentes de las grandes empresas y algunos políticos de alto rango. Por otro lado el ERT influye directamente a través del Grupo Asesor sobre Competitividad (Competitiveness Advisory Group - CAG). El CAG es el organismo oficial de consulta la Unión Europea, que así institucionaliza la influencia de los lobbies de la industria sobre la toma de decisiones de la UE.

Al mismo tiempo las empresas miembros del ERT también influyen en las políticas nacionales, como sucedió por ejemplo en Alemania en 1999, cuando dimitió el ministro de Economía Oskar Lafontaine, referente de una reforma fiscal progresista y blanco de las campañas empresariales. Fue sustituido por Hans Eichel, que nombró como su secretario de Estado al jefe del departamento fiscal de la multinacional Bayer. Manfred Schneider, director ejecutivo de Bayer, comentó: “Hemos enviado a nuestro mejor hombre y le hemos dado instrucciones, así que todo irá bien”<sup>5</sup>. No dudamos de que todo fue bien, la verdadera cuestión es para quién.

➤ **Union of Industrial and Employers’ Confederations of Europe- UNICE (Unión de Confederaciones de Industriales y Empleadores de Europa)**

La Unión de Confederaciones de Industriales y Empleadores de Europa (UNICE) ha sido la voz oficial de la industria en la UE desde 1958, y trabaja con el mismo objetivo que el ERT, aunque en otro nivel, ocupándose principalmente de los detalles, influyendo en regulaciones, directivas y propuestas. “Hay cerca de 19.000 expertos en la Comisión, y les hacemos llegar nuestra postura sobre cada punto que pueda afectar a las empresas... Nuestro secretario general escribe a los miembros de la Comisión, nuestros directores discuten con los directores de cada unidad y nuestro personal se comunica con los expertos.”<sup>6</sup>.

➤ **AmCham – American Chamber of Commerce (Comité para la UE de la Cámara Americana de Comercio)**

El grupo representante de las multinacionales con sede en EE.UU. introdujo el estilo americano de lobby empresarial en Bruselas. Después de diez años con poca actividad reforzó sus acciones en los años ochenta y se convirtió en uno de los primeros grupos de lobby. Trabaja con un seguimiento sistemático. Las empresas reunidas en AmCham tienen una inversión en torno a los 350.000 millones de dólares, y emplean a 3 millones de trabajadores en Europa. La organización tiene una enorme influencia en el diseño de políticas de la Comisión Europea.

➤ **US Council for International Business – USCIB (Consejo de los Estados Unidos para el Comercio Internacional)**

El Consejo de los Estados Unidos para el Comercio Internacional está formado por más de 300 corporaciones transnacionales, gabinetes jurídicos y gremios sectoriales. Tiene una política clara en pro de la liberalización del comercio y del mercado.

➤ **“Think tanks” como el International Life Sciences Institute – ILSI (Instituto Internacional de la Ciencia de la Vida), Centre for European Policy Studies – CEPS (Centro de Estudios Políticos Europeos, European Policy Center – EPC (Centro Europeo de Política)**

El Instituto Internacional de la Ciencia de la Vida es uno de los “think tanks” de ideología conservadora fundado por la industria estadounidense. Existen organizaciones similares que supuestamente son instituciones científicas independientes como el CEPS y el EPC en Europa. Su influencia se nutre de la alta cobertura que dan los medios de comunicación a sus informes. Según el CEO “la centralización del poder político en una Unión Europea no muy democrática y la falta de un debate público auténtico sobre Europa, ofrecen las mejores condiciones de trabajo.” El EPC no es mucho más que una organización de fachada para la industria.

<sup>5</sup> Citado en Balanyá et al., 2002: 29

<sup>6</sup> Christophe de Callatäy, citado en Balanyá et al., 2002: 70

Obtiene financiación de sus miembros como ERT, BP, British Telecom y de otras multinacionales, entre ellas Phillip Morris. En cambio ofrece contactos regulares con los centros de decisión.

### ➤ **Trans Atlantic Business Dialogue – TABD (Dialogo Trasatlántico de Comercio)**

Establecido en 1995, el Dialogo Trasatlántico de Comercio (TABD) es la alianza entre empresas privadas y estados que disfruta de un mayor alcance internacional. A través del TABD, más de un centenar de las mayores transnacionales con sede en EE.UU. o UE trabajan para identificar regulaciones y políticas que ellos definen como “barreras para el comercio transatlántico”. En otras palabras se trata de atacar cualquier regulación o política que no conviene a la agenda corporativa diseñada a ambos lados del Atlántico.

El TABD tiene una influencia directa y masiva en las políticas de la UE y de los EE.UU. Aunque se trata de una entidad del sector privado que no tiene ningún estatus oficial dentro de la UE, la Comisión Europea titula las reuniones con el TABD como “negociaciones”. Esta posición exclusiva y cercana a los centros de toma de decisiones marca una diferencia destacada con la atención que se da a los grupos de interés de consumidores, del medioambiente y de trabajadores (los TACD, TAED, TALD). Mientras el TABD está invitado a las cumbres bianuales entre UE y EE.UU. y sus miembros son fotografiados con los políticos, los otros grupos que representan los intereses de la ciudadanía no son invitados y reciben pocos fondos.

El TABD obtuvo sus mayores éxitos en sus primeros años de existencia, cuando por ejemplo en 1997 se implementó el “Mutual Recognition Agreement” que hizo legal la venta de productos probados en EE.UU. sin más análisis o comprobaciones en la Unión Europea y viceversa. El vicepresidente de EE.UU. Al Gore en 1998 constató dirigiéndose al TABD: “Sé que estáis orgullosos del hecho de que 129 de las propuestas que habéis hecho durante los tres últimos años, más del 50% han sido implementadas en ley.” Y aunque la influencia haya disminuido un poco en los últimos años no cesa su actividad.

Actualmente el TABD tiene una larga lista de regulaciones concernientes a la protección del consumidor o del medio ambiente que está atacando por ir en contra de sus intereses.

A continuación se detallan algunos ejemplos inquietantes, que nos muestran acciones del TABD tomando medidas en contra de:

- las restricciones al acceso al mercado europeo para productos genéticamente modificados,
- la prohibición del uso de HFC, un gas contaminante usado en frigoríficos
- la prohibición de experimentos con animales para cosméticos
- la legislación para el reciclaje de desechos eléctricos y electrónicos
- la actual prohibición de publicidad de productos farmacéuticos en Europa
- una legislación para limitar la evasión fiscal de corporaciones multinacionales
- la protección del consumidor y del medioambiente

Ante tal panorama, la cooperación entre la UE y el TABD es, cuando menos, inquietante. El Observatorio Europeo de Corporaciones (CEO) escribe: “La Comisión Europea se niega a ver que adaptar sus políticas regulatorias y de comercio internacional en acorde con las prioridades de las corporaciones está reñido con el

progreso social y medio ambiental, y sobre todo con la democratización de la toma de decisiones.”<sup>7</sup>

### **Parte VI: respuestas de ciudadanas y ciudadanos, herramientas para la acción**

Hemos visto que las empresas transnacionales han conseguido un acceso privilegiado a los gobiernos y a las instituciones internacionales como la ONU. Su impacto en las decisiones se siente cada vez más mientras que los intereses sociales y medio ambientales son excluidos e incluso atacados por las leyes que regulan el comercio internacional. ¿Qué podemos hacer ante esto?

Un “cambio de rumbo podría iniciarse con el rechazo de aquellas políticas que aumenten el dominio económico de las transnacionales y con la adopción de medidas que limiten su poder.” Pero en lugar de esperar hasta que actúen nuestros gobiernos existen una multitud de respuestas ciudadanas ante esta problemática. En concreto significa para cada una y uno de nosotras y nosotros en primera instancia ser conscientes y estar informados de todo lo que está pasando.

#### ➤ Informarnos y pasar la información

La Unión Europea y la Comisión toman decisiones importantísimas para nosotras y nosotros y tenemos que asegurar de que nos informamos a tiempo de lo que los lobbies sugieren, para poder actuar.

#### ➤ Participar en campañas

Se han formado varias alianzas para protestar contra la política actual. Las acciones se pueden dirigir no sólo a las entidades europeas, sino también a nuestros gobiernos nacionales, ya que se observa como algo más fácil mover a un gobierno nacional a promover legislaciones progresistas. Al fin y al cabo, las instituciones europeas e internacionales están compuestas por miembros de los gobiernos nacionales. Por otro lado, las protestas se deben dirigir directamente a las corporaciones.

#### ➤ La revolución con el carrito: el consumo responsable.

Con cada acto de compra estamos votando a favor de la empresa a la que compramos, y la estamos financiando. Por lo cual cambiando nuestras opciones de consumo rescatamos nuestro dinero y lo podremos invertir en un proyecto social, justo y verde. Esto lo hacemos si basamos nuestra selección de productos en criterios más allá del precio o de la marca.

#### ➤ Rescata tu dinero

Propuestas y alternativas económicas hay varias, a nivel de comunidades, barrios, ciudades, grupos de amigos etc. Entre ellos destaca el comercio justo, la financiación ética, cooperativas de consumidores y productores, grupos de micro créditos y muchos más.

---

<sup>7</sup> CEO, TABD in Troubled Waters, 2001:8

## Parte VII: Enlaces y bibliografía

### Libros y revistas:

Balanya, B., Doherty, A., Hoedeman, O., Ma'anit, A., Wesselius, E. *Europa, S.A. La influencia de las multinacionales en la construcción de la UE*, Icaria Editorial, s. a., Barcelona. 2002

Europa S.A. nos ofrece una perspectiva detallada y veraz de las prácticas sistemáticas que las empresas multinacionales, a través de grupos de lobby, vienen utilizando para influir sobre las políticas de la UE y de otras instituciones internacionales como la OCDE, la OMC y la ONU.

CRIC. *Opcions – Información para el consumo*. Centro de Recerca i Informació en Consum Desde 2002

Revista con información práctica para un consumo crítico o consumo responsable. Numero 2 contiene información sobre los grupos de lobby en Europa y se puede consultar en la página web de la revista: [www.opcions.org](http://www.opcions.org).

### Páginas de web:

Corporate Europe Observatory

<http://www.corporateeurope.org/>

en inglés, de alto interés para campañas e investigación, información fundada y detallada

Control Ciudadano

<http://www.socwatch.org.uy/es/portada.htm>

y en especial el artículo:

¿Europa para las empresas privadas o Europa para sus habitantes? La Unión Europea y el GATS

Mirjam van Reisen, EUROSTEP, 2003

<http://www.socwatch.org.uy/es/informesTematicos/76.html>

en español.

El Monitor de los Multinacionales

Es una revista sobre el comportamiento de las multinacionales. Se centra en EE.UU. pero tiene informaciones generales y publica todos los años un listado de las peores multinacionales.

<http://multinationalmonitor.org/>

inglés, de interés para campañas, información actualizada

---

El trabajo de este Observatorio de Corporaciones Transnacionales, al igual que sus investigaciones y ediciones, está patrocinado por el Excmo. Ayuntamiento y la Excm. Diputación de Córdoba (España).

**IDEAS no necesariamente comparte opiniones y análisis en su totalidad, ni toma partido en los distintos puntos de vista que se presentan en este dossier. El dossier pretende ser una recopilación actualizada de investigaciones e informes realizados por diferentes particulares, organizaciones y empresas. De igual modo, IDEAS no puede garantizar la exactitud de los datos y hechos presentados en las distintas fuentes citadas.**