

Czego nauczyli się szefowie gangów narkotykowych, obserwując świat wielkiego biznesu?

Jakim cudem początkujący szef kartelu narkotykowego może odnieść sukces w nielegalnej branży o wartości 300 miliardów dolarów rocznie? Ucząc się od najlepszych. Od tworzenia wartości marki do spersonalizowanej obsługi klienta – ludzie tworzący organizacje przestępcze pilnie studiowali strategię i taktyki korporacji takich jak Walmart, McDonald's i Coca-Cola. A co muszą zrobić rządzący, aby móc walczyć z tą plagą? Przestać wydawać co roku 100 miliardów dolarów na bezskuteczne działania i zrozumieć, że kartele narkotykowe działają jak znakomicie zorganizowane korporacje.

Tom Wainwright, redaktor „The Economist”, odkrywa tajniki najbardziej tajemniczej i brutalnej działalności – produkcji i handlu narkotykami. Droga wiedzie od pól koki w Andach, przez amerykańskie więzienia, sklepiki z marihuaną w Kolorado, aż do narkotykowych melin w najciemniejszych zakątkach internetu. Autor Narkonomii zapewnia świeże i innowacyjne spojrzenie na kwestię handlu narkotykami i 250 milionów ich konsumentów. Rozmawia z boliwijskim potentatem na rynku kokainy, z przywódcą gangu z Salwadoru, wytwórcą pigułek z Nowej Zelandii i uroczą meksykańską babunią, która przy smażeniu naleśników snuje plany morderstwa. Przepytuje prezydentów, policjantów i nastoletnich zabójców, aby zrozumieć, jak funkcjonują gangi narkotykowe, dlaczego ze sobą współpracują i co ma z tym wspólnego społeczna odpowiedzialność biznesu.