

Rentabilidad y Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial en *Lo Bueno Funciona*

- *Lo bueno funciona*, ofrece al mundo corporativo una guía y grandes ejemplos de los frutos de la responsabilidad social empresarial.
- **Gwenaelle Gerard**, Directora General de **ResponSable**, aporta sus conocimientos sobre la Responsabilidad Social en *Lo bueno funciona*.
- *Lo bueno funciona*, de Philip Kotler, gurú mundial del marketing, es ya un referente en el mundo de los negocios.

Ciudad de México, Noviembre 14, 2012. ResponSable, agencia de Responsabilidad Social, en su compromiso por divulgar la Responsabilidad Social en las esferas institucionales, económicas, sociales y educativas del país, colabora en la edición de ***Lo Bueno Funciona***, de los autores Philip Kotler, David Hessekiel y Nancy R. Lee, quienes ofrecen al lector orientaciones y consejos para integrar el marketing con las iniciativas sociales, en los principales objetivos de un negocio.

Gwenaelle Gerard, Directora General de [ResponSable](#), autora del prólogo, aportó sus conocimientos sobre Responsabilidad Social en *Lo bueno funciona*, y refiere: “Actualmente más empresas están implantando estrategias enfocadas a las buenas prácticas tanto sociales, medioambientales y económicas, con las que obtienen mayor credibilidad y posicionamiento, así como la generación de vínculos más sólidos con su mercado”.

Lo bueno funciona, “muestra al mundo corporativo una guía e importantes ejemplos de los frutos de la Responsabilidad Social Empresarial y de cómo la rentabilidad de dichas prácticas depende de la capacidad para comprometer a todas las áreas de las organizaciones”, explicó.

“Además de ser leído por integrantes del mundo empresarial, puede servir en las universidades como herramienta para preparar a los líderes de mañana, para ser conscientes y hacerlos pensar en la responsabilidad social de forma más sistemática y a medir su éxito en los negocios de manera social, ambiental y económicamente”, agregó Gerard.

En dicha obra, la prologuista conmina a los líderes e integrantes del mundo empresarial a leer y compartir *Lo bueno funciona*, a fin de que sean capaces de apreciar el valioso impacto que pueden lograr las acciones de sus empresas en beneficio de los demás y, por lo tanto, del suyo propio.

De igual forma, destaca que al concluir la obra sus lectores encontrarán un estímulo para marcar la diferencia y convencerse de que lo bueno funciona, pues en sus páginas Philip Kotler muestra a través de argumentos innovadores que integrar las preocupaciones sociales y medioambientales debe ser una constante en la definición de estrategias, modelo de gestión, y en el análisis de riesgos de toda organización que desea garantizar su permanencia.

En *Lo bueno funciona*, Editado por LID Editorial Mexicana, los autores puntualizan y ofrecen las orientaciones y los mejores consejos para integrar el marketing con las iniciativas sociales en los principales objetivos de un negocio, así como las múltiples maneras en las que la Responsabilidad Social Corporativa se concreta en las empresas mexicanas de diversas esferas a través de su casos de éxito, entre ellos:

ADO y su proyecto de la Ruta de la Insurgencia, el cual promueve y fomenta los más altos valores cívicos, culturales, históricos y éticos del país, y premia a niños de primaria con mejor desempeño y los vincula con la historia, mediante una experiencia vivencial de civismo, valores patrios y respeto por el medio ambiente.

CEMEX, quien contribuye a la transformación de las comunidades que viven en pobreza alimentaria, de capacidades y patrimonial, participando en conjunto con sus habitantes en iniciativas que impulsen su desarrollo.

CIBanco, el primer banco verde de México, con una visión innovadora de los servicios financieros, rediseñando permanentemente la banca y, por lo tanto una redefinición del concepto verde.

Mapfre con Caravana de Educación Vial, proyecto pedagógico que inicia a los participantes en el conocimiento y respeto de las señalizaciones de tránsito, para responsabilizarlos en su papel de peatón o conductor de vehículos.

Restaurantes TOKS y su programa denominado Proyectos Productivos TOKS que tiene como objetivo integrar a su cadena de valor, alimentos naturales sin conservadores o colorantes artificiales, elaborados por pequeños productores indígenas de todo el país, para llevar el sabor de México a la mesa de sus clientes.

Walmart, quien contribuye a mejorar la calidad de vida de las familias en México y Centroamérica, a través de su estrategia integral de RS, que tiene como finalidad impactar de manera positiva en las comunidades en las que opera.

Acerca de ResponSable

ResponSable es una agencia de Responsabilidad Social (RS), creada en enero del 2011 por la Maestra Gwenaëlle Gerard. ResponSable surge como respuesta a la necesidad de divulgar la Responsabilidad Social en Iberoamérica. Comprometida en proporcionar a individuos y organizaciones soluciones estratégicas, integrales y personalizadas de RS más allá de la filantropía, a través de soluciones de comunicación, asesoría, capacitación y eventos de difusión, entre otras. ResponSable busca que la RS sea sinónimo de estrategia y rentabilidad para sus clientes, además de la generación de impactos sociales y ambientales. Sus herramientas de difusión son: la comunidad virtual ResponSable.net, un medio de comunicación y educación, así como la primera comunidad virtual de RS en Iberoamérica que agrupa a expertos en el tema. Fue creada con la finalidad de difundir de manera gratuita la Responsabilidad Social, proveer de información de calidad y fomentar la vinculación entre sus más de 10,000 miembros. **Club LiderRS** es un grupo exclusivo conformado por directivos de algunas de las más grandes organizaciones, nacionales e internacionales y tiene como objetivo fomentar un ambiente en el que la RS sea el eje de conversaciones. En reuniones mensuales, éstos líderes intercambian y comparten ideas, experiencias y mejores prácticas en torno a la RS. El Club está integrado por ejecutivos de las empresas Bimbo, Cassidian, CEMEX, Coca-Cola Femsa, CMR, Daimler, Grupo TMM, Intel, Lafarge, Mane, Mapfre y Merck; y la organización de eventos **RSectoriales**.

Acerca LID Editorial Mexicana

LID Editorial Mexicana nace a principios del 2008. Es una empresa que nace con una idea nueva del mercado editorial en la que se conjugan el libro, el autor, el editor, el tema y el lector, a través de propuestas de comunicación que generan valor en todas las fases del proceso desde la concepción de la idea hasta el disfrute y aprovechamiento del lector. Lid Editorial Mexicana comienza su participación en el mercado mexicano con la publicación y distribución de algunos de los títulos de mayor éxito en España. La distribución a librerías de estos textos estará a cargo del Instituto Mexicano de Contadores Públicos y se podrán adquirir en las librerías de prestigio del país.

Acerca de los Autores

Philip Kotler está considerado el padre del marketing moderno y es autor de los libros más influyentes sobre la materia. Conferenciante internacional, fue nombrado por The Wall Street Journal como uno de los seis pensadores más acreditados de gestión. Sus libros han definido el mundo del marketing en los últimos 40 años. Ha recibido numerosos premios y reconocimientos académicos a su labor.

David Hessekiel es fundador y presidente del Cause Marketing Forum, la principal fuente de información a nivel mundial sobre cómo triunfar haciendo el bien.

Nancy R. Lee es experta en marketing social corporativo y coautora de libros sobre marketing social junto a Philip Kotler.