

El Corazón de las Empresas

ALEJANDRO CÓRDOBA LARGO

Licenciado en Matemáticas y en Sociología, diplomado en Planificación - Administración de Empresas y PDD por el IESE.



El libro analiza los desafíos provocados por una sociedad cada vez más concienciada y exigente y cómo esos desafíos están obligando a las empresas a replantearse su compromiso social.

Lo novedoso del planteamiento del libro es la forma coloquial en la que un directivo que ha triunfado profesionalmente analiza las consecuencias que se derivan de ese cambio social y cómo debe responder su empresa a esos retos.

El consultor con el que dialoga para adaptar su empresa a las nuevas circunstancias es también su amigo. Y entonces, por primera vez en su vida, se le cae la careta de directivo y aparece su persona, con sus dudas, sus crisis y sus conflictos familiares.

En su reflexión sobre lo que es y lo que implica la Responsabilidad Social Corporativa descubre que ésta también habla de la conciliación de la vida profesional y personal. De esta forma su proyecto ya no atañe en exclusiva a su empresa sino también a su vida, de forma que todo ello deberá abordarlo en su integridad.

Sobre el libro han dicho:

1) Alejandro Córdoba conoce con seriedad este tema de la responsabilidad social de las empresas y el lector hará bien en profundizar en él. Es un tema que va a estar ahí durante los próximos años y merece la pena que los empresarios y los directivos sepan "por dónde va la cosa". Es además un libro fascinante desde el punto de vista intelectual. **Antonio Garrigues Walker**

2) Con una técnica narrativa muy ágil se ofrece una visión de la responsabilidad social de la empresa realmente novedosa, solidaria y humanizadora. La recomiendo a empresarios, padres de familia trabajadores y educadores. Especialmente para éstos, pues aborda cuestiones de gran interés y que lamentablemente no suelen tener mucho espacio en las aulas. **Manuel de Castro**, Secretario general de FERE-CECA y de EyG

3) La Responsabilidad Social de la Empresa requiere cambiar nuestra forma de entender cuál es el papel de la empresa en la sociedad, cuál debe ser nuestra actitud en el trabajo, por qué valores vale la pena luchar, qué nos hace ser hombres y mujeres de provecho. Este libro nos ayuda a convencernos de la gran tarea que tenemos por delante, a desterrar los tópicos de siempre y a ver las cosas con una novedad que entusiasma. Sí, el desempeño del trabajo profesional puede ser una labor apasionante, y en este libro se nos dan muy buenas razones para ello.

Joan Fontrodona, Profesor de IESE Business School.

4) En este siglo XXI está surgiendo un NUEVO TIPO DE CONSUMIDOR, mucho más crítico, consciente, responsable y solidario. Los consumidores asumiremos un papel fundamental en el estímulo y en la exigencia de la responsabilidad social empresarial, de ahí que este libro de una forma amena y didáctica y con una enorme moraleja que subyace en todo el texto sea una de las mejores aportaciones para esta reflexión. **María Rodríguez**, Presidenta de CECU