

# Índice

#	Introducción y propósito.....	13
1.	Introducción de Juan A. Márquez.....	15
2.	Prólogo de Pedro Tarak.....	17
3.	Propósito de la autora y cómo usar este libro.....	19
01	Fundamentos de la responsabilidad social.....	25
	La responsabilidad social es un ejercicio de comunicación.....	27
	No es responsabilidad social.....	29
	Sostenibilidad para pymes: no debería ser tan complicado.....	30
	Ventajas competitivas de la sostenibilidad para las pymes.....	31
02	Cumplimiento normativo y sostenibilidad.....	35
	Lo que una pyme debe cumplir o prepararse para cumplir.....	37
03	Modelos de referencia de la sostenibilidad.....	47
	Un poco de historia para entender mejor.....	49
	De filantropía a necesidad real.....	50
	Modelos de sostenibilidad que son una referencia.....	51
	Empresas B Corp y Sistema B: un nuevo paradigma empresarial para una nueva economía.....	55
	Sistema B: la expresión latina de las B Corp.....	57
04	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para una gestión responsable.....	59
	Un modelo de responsabilidad social para el mundo.....	61
	Integrar los ODS en la estrategia, una oportunidad.....	62
	Los ODS como motor de innovación y crecimiento.....	63
	Cómo implementar los ODS en las pymes.....	66

<b>05 El liderazgo que construye organizaciones sostenibles .....</b>	<b>71</b>
El poder del liderazgo femenino como guía para todos los géneros .....	73
Inteligencia emocional para liderar la responsabilidad.....	75
Estrategias prácticas para un liderazgo responsable .....	78
<b>06 Herramientas y recursos para implementar la gestión sostenible .....</b>	<b>85</b>
Cómo realizar un diagnóstico inicial de responsabilidad social.....	87
Cómo definir misión, visión y valores.....	98
Qué es el propósito social y cómo definirlo .....	107
Cómo identificar los grupos de interés .....	113
Cómo evaluar los impactos y establecer una comunicación efectiva.....	117
Cómo adecuar el estilo de liderazgo .....	122
Cómo implicar la plantilla en la estrategia y por qué es esencial .....	126
Cómo establecer metas inteligentes rentables para el negocio y para el mundo .....	130
Cómo medir y seguir los planes de acción y herramientas .....	138
Cómo garantizar la mejora continua.....	144
<b>07 Caso de Estudio y Buenas Prácticas, AlmaNatura.....</b>	<b>149</b>
<b>08 Bibliografía.....</b>	<b>157</b>