

TEMA	<p><b>VISIÓN Y ESTRATEGIA</b>                  La visión y la estrategia de una empresa constituyen las bases para la definición de sus acciones, motivo por el cual deben ser claramente validadas por la organización. Por el reconocimiento de su importancia, se recomienda que ambas – visión y estrategia de la empresa - incorporen atributos de sustentabilidad, que estén presentes tanto en los productos como en los servicios que la empresa ofrece, como su “modus operandi”, o sea, la forma como organiza y establece sus operaciones.</p>		
SUBTEMA	<p><b>VISIÓN Y ESTRATEGIA</b>                  Cada vez más las organizaciones buscan atender a las necesidades de sus clientes. Entender las nuevas necesidades de la sociedad y transformarlas en estrategia para la empresa puede ser un camino a recorrer para ofrecer productos sustentables e inclusivos.</p>		
INDICADOR	<p><b>01</b>  <b>ESTRATEGIAS PARA LA SUSTENTABILIDAD</b>                  Se trata de la incorporación, tanto en las estrategias como en la planificación, de aspectos relacionados a la RS/Sustentabilidad.</p>	<p><b>02</b>  <b>PROPUESTA DE VALOR</b>                  Se trata de incorporar la RS/Sustentabilidad como diferencial competitivo de la empresa, o sea como un atributo que esté presente en los productos y/o servicios ofrecidos, que los torne únicos y superiores a aquellos producidos por sus principales competidores.</p>	<p><b>03</b>  <b>MÓDELO DE NEGOCIOS</b>                  Se trata de la integración de los atributos de sustentabilidad en los procesos de gestión de la empresa y en su modelo de negocios. Esta acción no se restringe sólo a la selección de insumos, sino también a la medida en que los incluye en la cadena de valor con vistas a promover la conciliación del lucro con la generación de valor para la comunidad.</p>