



Reunión CREA de la Red

Región SUO
Octubre 2021



Agenda

- **09:00 – 09:15:** Bienvenida
- **09:15 – 10:00:** Presentación de la región y sus comisiones
- **10:00 – 10:15:** Descanso
- **10:15 – 11:15:** Presentación del caso CREA
- **11:15 – 12:00:** Trabajo en grupos
- **12:00 – 13:00:** Devolución
- **13:00 – 14:00:** Almuerzo
- **14:00 – 16:00:** Agenda libre

Durante la presentación del caso tomar nota de...

¿qué ves de **positivo**?

¿qué te **preocupa**?

¿qué **proponés** hacer nuevo o distinto en 2021?

Estructura de CREA

CREA 2021



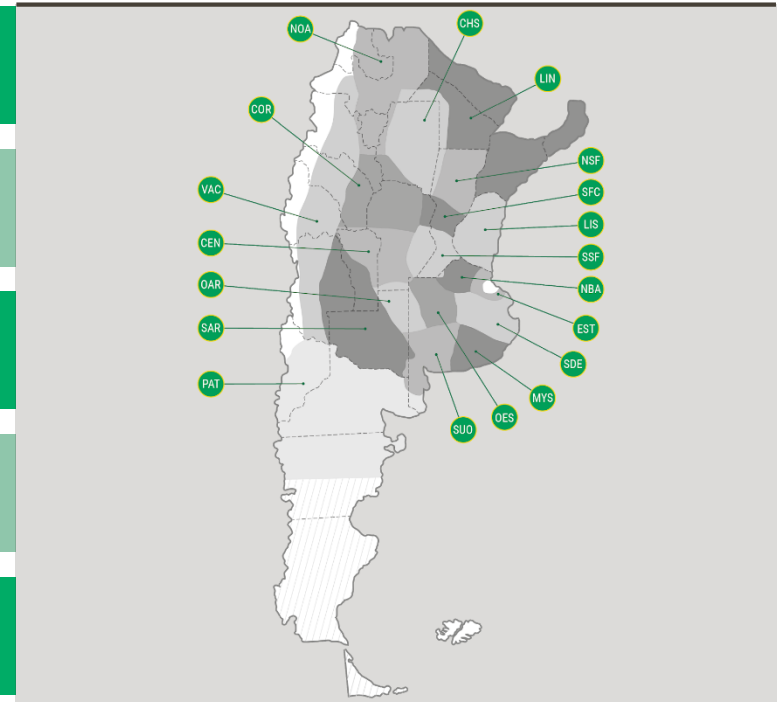
1.873 miembros

216 grupos

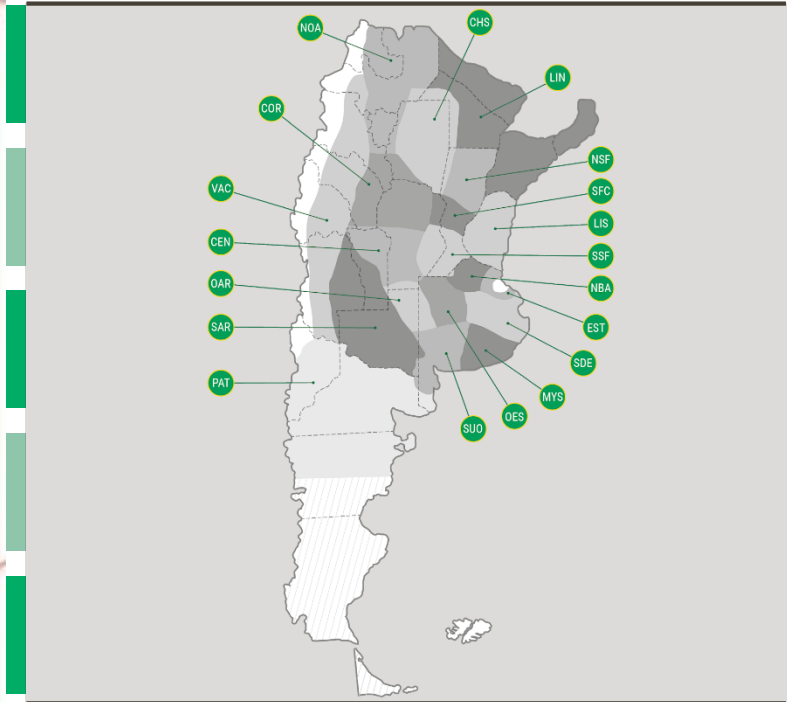
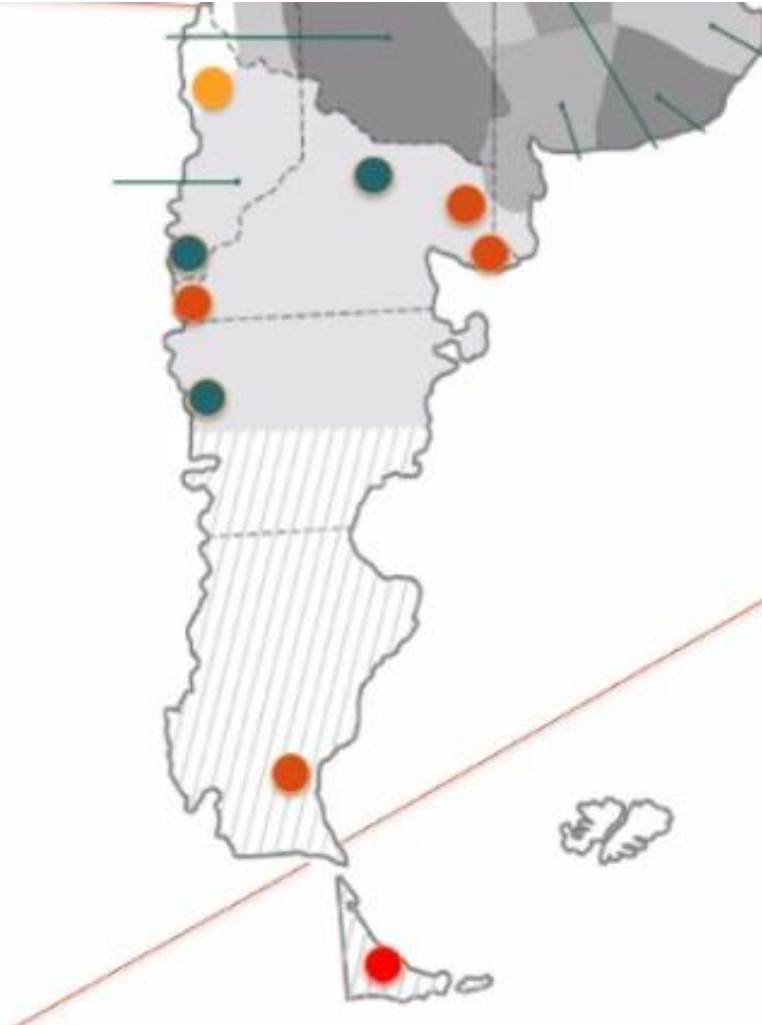
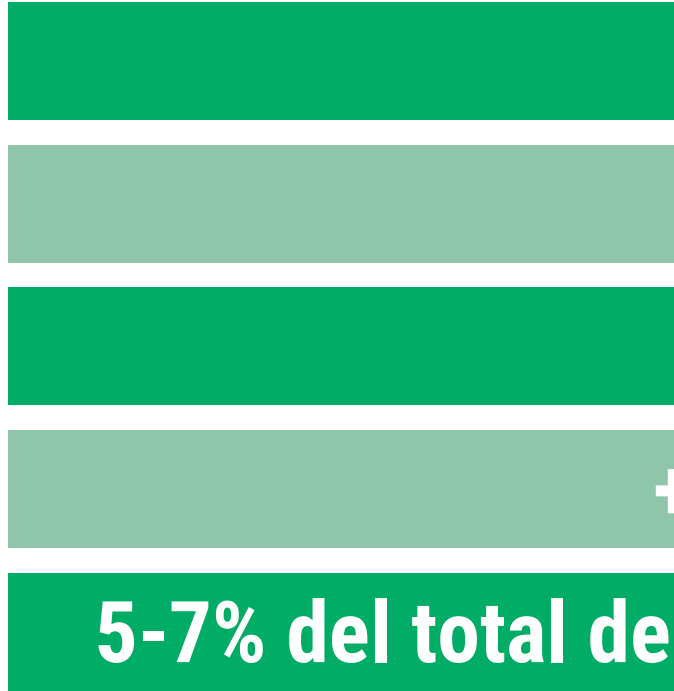
19 regiones

+300 asesores técnicos

5-7% del total de la producción nacional



CREA 2021



Lo que pasa mensualmente en los grupos...

216X



Ocurre también en las regiones...

19X

Mesa de
presidentes

Mesa de
asesores



Mesas regionales

- ganadería
- lechería
- agricultura
- empresaria
- integración a la comunidad

Y en la sede... (ahora en el zoom)

+300 personas

Vocales

Ejecutiva

Directiva

Coordinadores

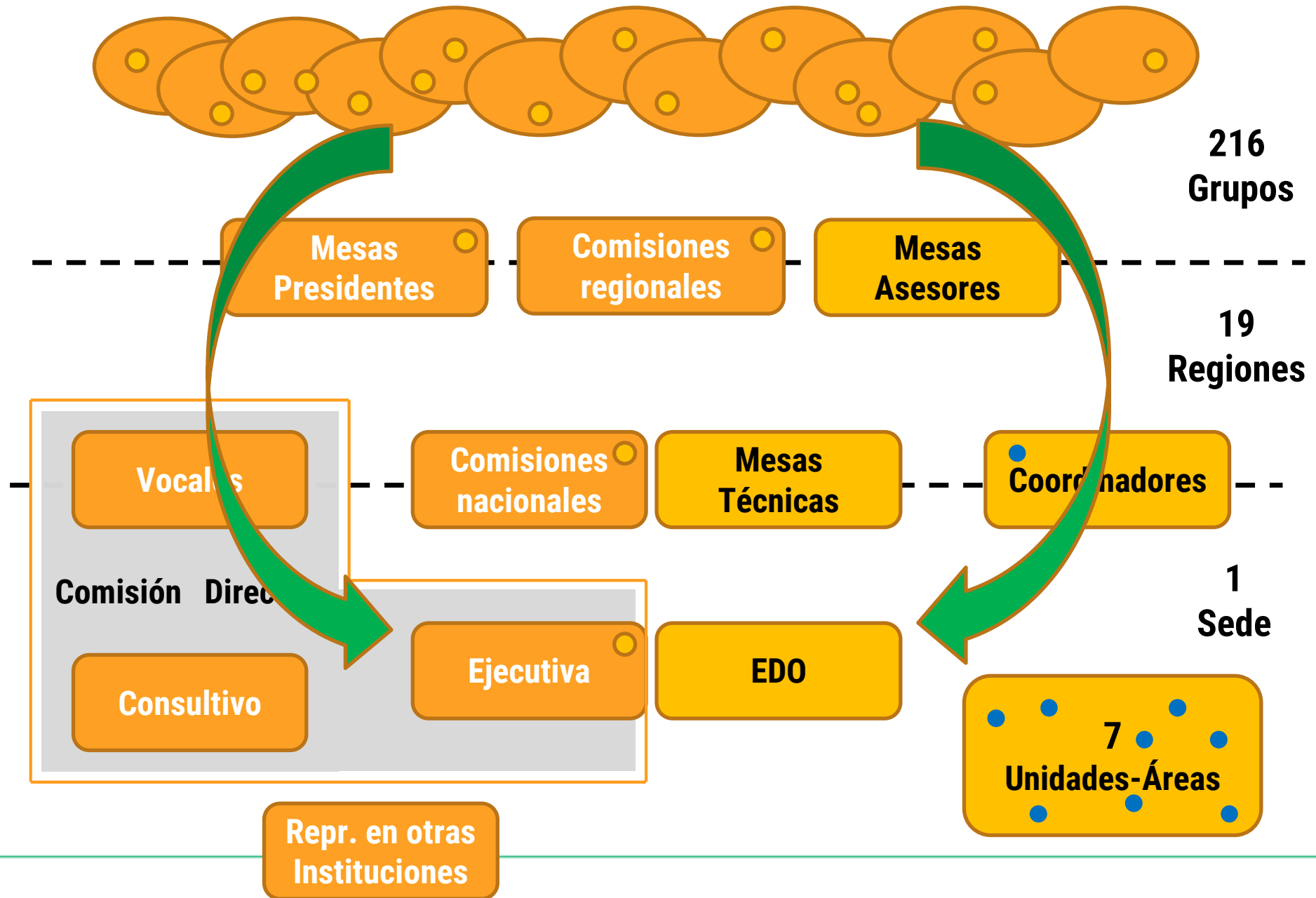


Comisiones

- Agricultura
- Ganadería
- Lechería
- Empresa
- Integración a la comunidad

Mesas técnicas

- Agricultura
- Ganadería
- Lechería
- Empresa



Además...



Encuentros regionales



Tranqueras abierta



Jornada SFC



Jornadas de actualización técnica



Recorrida de ensayos



Jornada empresarial



Y además...



Viaje con Intendentes a EEUU



Reunión Bayer con políticos locales



Convenio con Prov. de Corrientes



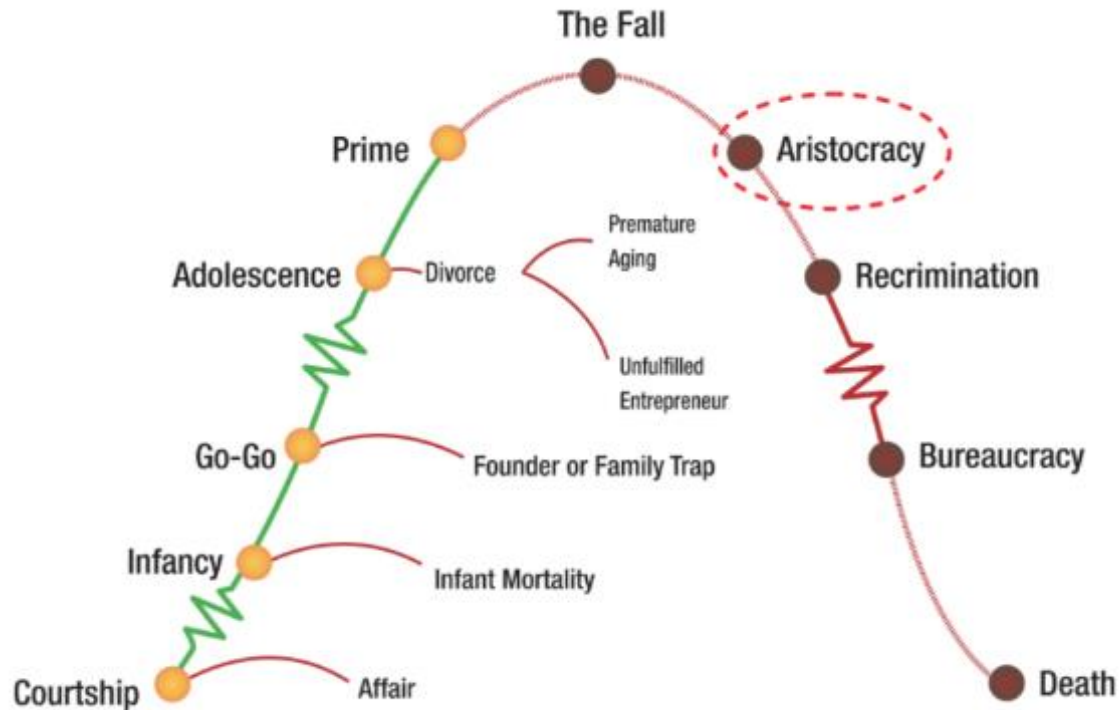
Jornadas con jóvenes



**Reunión CREA
Escuelas CFR Saladillo**



La edad organizacional...



La organización aristocrática

- Finanzas y efectivo Ok!
- Reducidas expectativas de crecimiento
- Poco interés en nuevos mercados, tecnologías y fronteras
- Foco en lo logrado (vs visión de futuro)
- Sospechan del cambio
- Énfasis en “cómo” se hacen las cosas vs “qué” se hace (formas >> función)
- Buscan reducir riesgos

El contexto

Nuevas
generaciones
(y demandas)

Institucionalidad

La economía del
conocimiento

Nuevas generaciones (y demandas)



Generación	Tradicionalista	Baby Boomer	Generación X	Millennial
Liderazgo por	Jerarquía	Consenso	Competencia	Participación y conciliación
Actitud	Práctico	Optimista	Escéptico	Colaborador
Actitud frente al trabajo	Dedicado	Enfocado	Busca balance	Busca libertad
Actitud frente a la autoridad	Respeto	Amor / odio	Distancia y autonomía	Cuestionamiento
Relación en la organización	Sacrificado	Gratificación personal	Poco dispuesto al compromiso	Ganar-ganar
Aspiración vital	Sobrevivir	Vivir mejor	Tener "vida personal"	Encontrar sentido a la vida

Nuevas generaciones (y demandas)



economía del
bienestar



Nuevas
generaciones
(y demandas)

Institucionalidad

La economía del
conocimiento

Nuevas
generaciones
(y demandas)

Institucionalidad

La economía del
conocimiento

Actual



Stock

(nombre; años; # socios; el pasado)

Representatividad

(a quién; cantidad de miembros)

Autoridad

(defensa; reclamos; demandas)



Nueva



Flujo

(valor por lo que contribuye; hoy y futuro)

Conexiones

(integración; vínculos; espacios de encuentro)

Liderazgo

(capacidad para inspirar o movilizar; propuestas colectivas superadoras)

Nuevas
generaciones
(y demandas)

Institucionalidad

La economía del
conocimiento

Tenemos mucho
Gobierno y mucho
Individualismo...

debemos construir
más diálogo en el
medio



**Empresas = capital
organizacional** para la
comunidad

Nuevas
generaciones
(y demandas)



Institucionalidad



Nuevas
generaciones
(y demandas)

Institucionalidad

La economía del
conocimiento




**OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE**



La Economía del Conocimiento es la aplicación del conocimiento para innovar, incrementar el valor agregado y aumentar la productividad de todos los sectores.

Nuevas
generaciones
(y demandas)

Institucionalidad

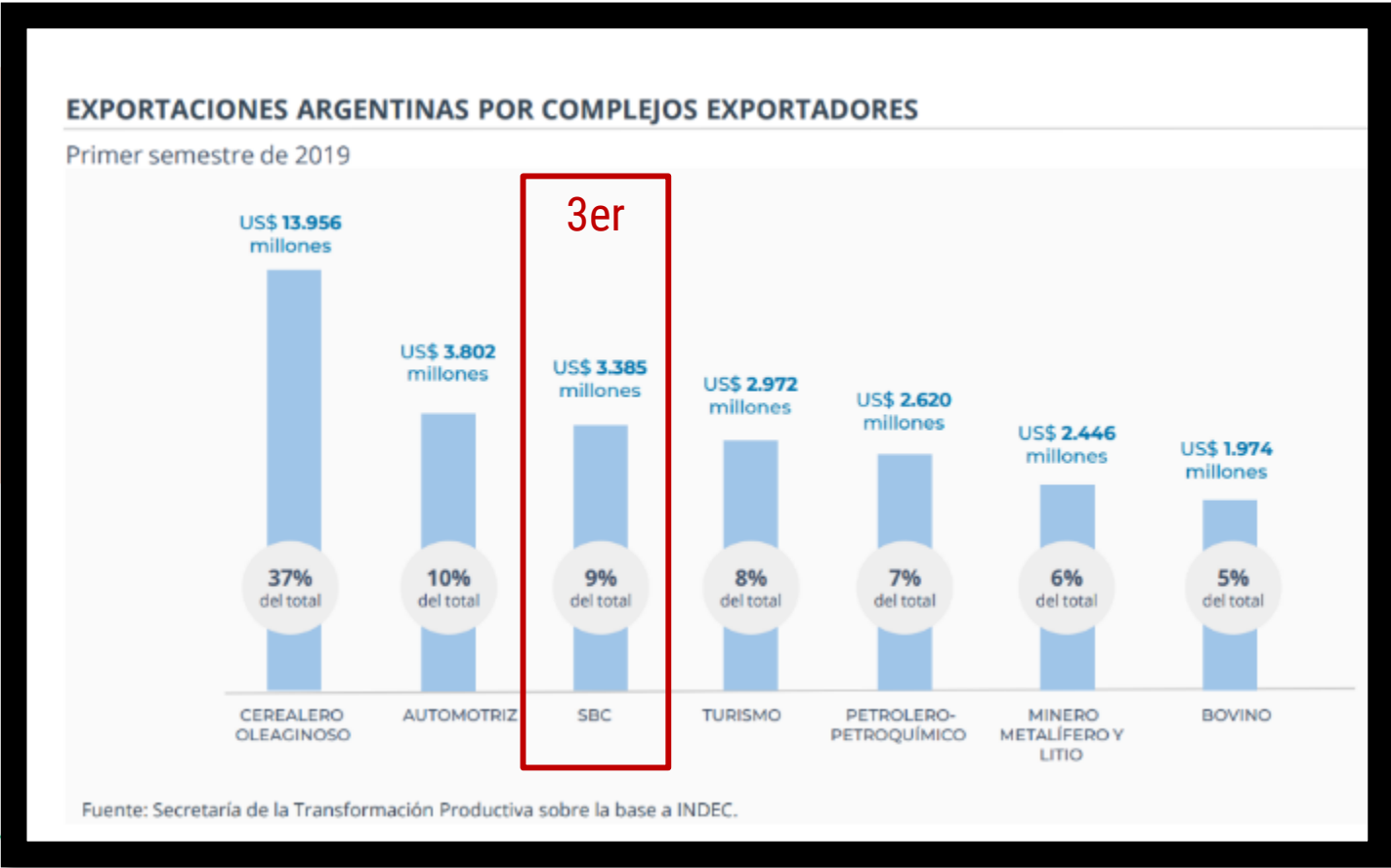
La economía del
conocimiento

- Servicios basados en el conocimiento
- Bioeconomía
- Industria espacial
- Nuevas tecnologías e industrias 4.0

La Economía del Conocimiento es la aplicación del conocimiento para innovar, incrementar el valor agregado y aumentar la productividad de todos los sectores.

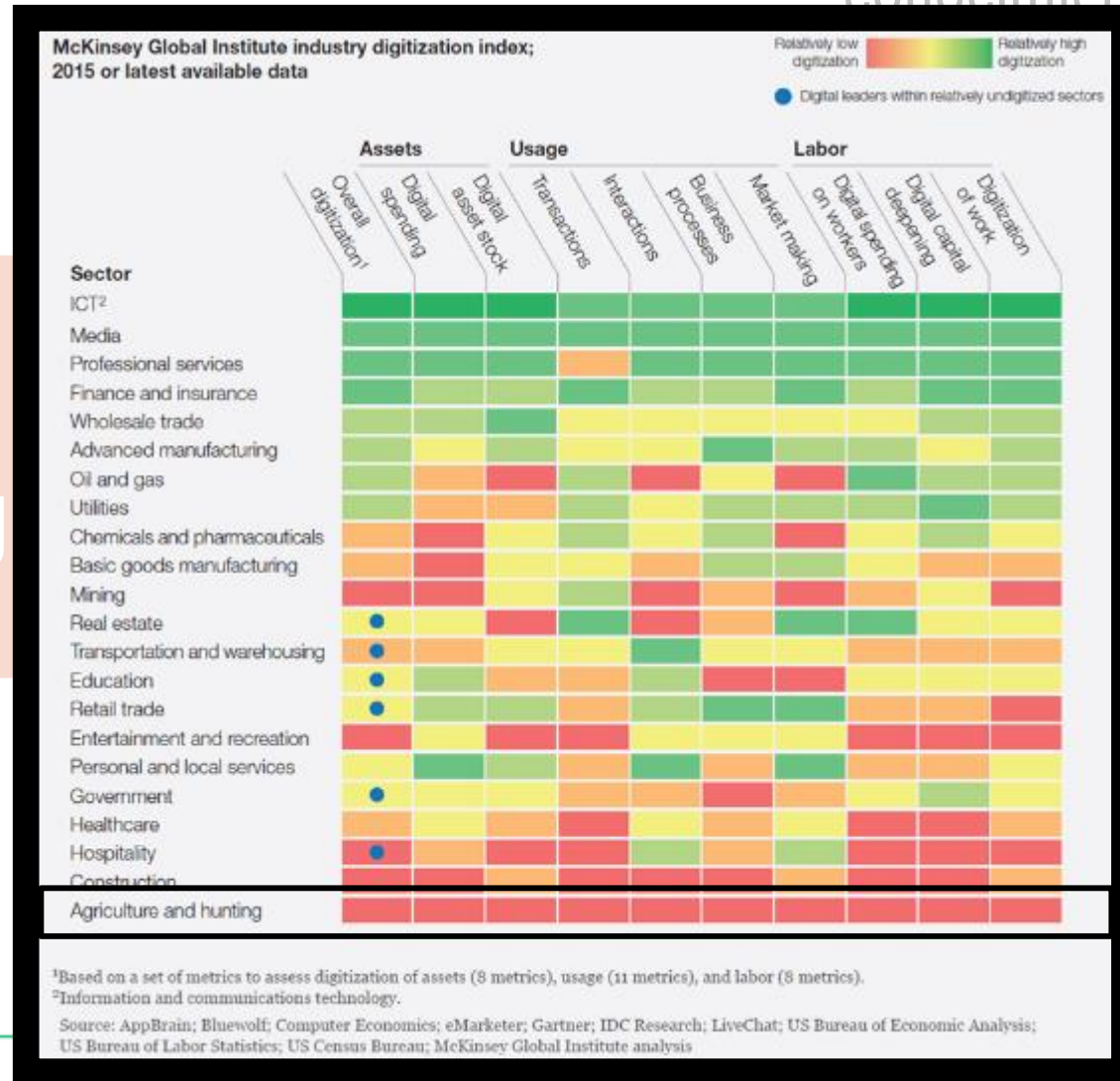
La economía del conocimiento

- Servicios basados en el conocimiento
- Bioeconomía
- Industria espacial
- Nuevas tecnologías e industrias 4.0



La Economía del Conocimiento es la aplicación del conocimiento para innovar, incrementar el valor y aumentar la productividad de todos.

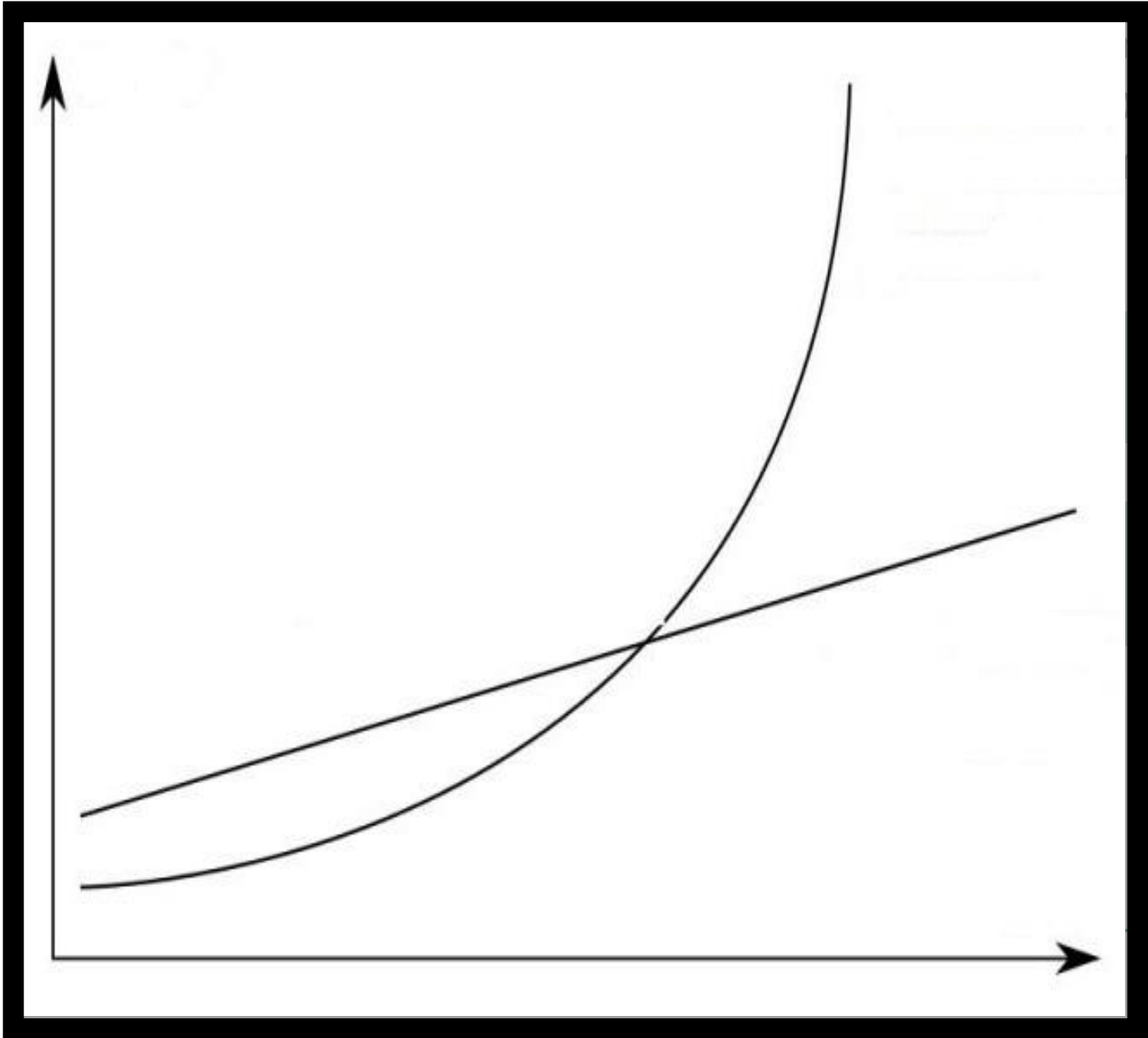
g



lidad

La economía del conocimiento

- Servicios basados en el conocimiento
- Bioeconomía
- Industria espacial
- Nuevas tecnologías e industrias 4.0



ocimiento es la aplicación del
para innovar, incrementar el valor
entender la productividad de todos

ad

La economía del conocimiento

- Servicios basados en el conocimiento
- Bioeconomía
- Industria espacial
- Nuevas tecnologías e industrias 4.0

Nuevas
generaciones
(y demandas)



Institucionalidad



La economía del
conocimiento

Nuevas
generaciones



Institucionalidad

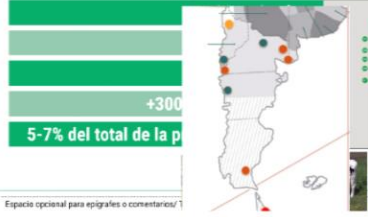


La economía del
conocimiento



Resumen...

CREA 2021



Espacio opcional para epígrafes o comentarios/1

Lo que pasa mensualmente en los grupos...

213X



comentarios/ Tipografía Calibri/ Regular/ Cuerpo: 12/ Color: negro



Ocurre también en las regiones...

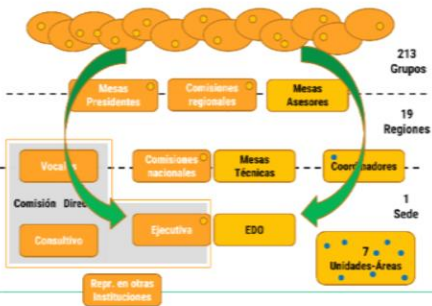
19X

Mesa de presidentes

Mesa de asesores



Espacio opcional para epígrafes o comentarios/ Tipografía Calibri/ Regular/ Cuerpo: 12/ Color: negro



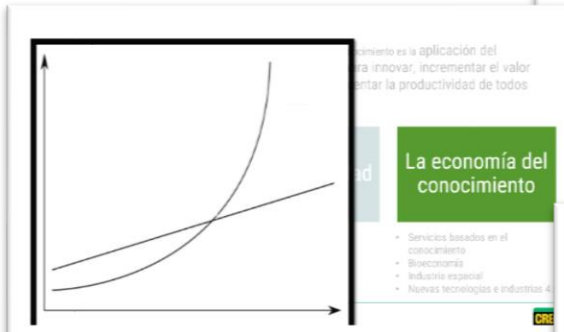
Además...



Nuevas generaciones (y demandas)



Generación	Tradicionalista	Baby Boomer	Generación X	Milenial
Liderazgo por	Autoritario	Consenso	Competencia	Participación y colaboración
Actitud	Práctico	Cínicismo	Escéptico	Curioso
Actitud frente al trabajo	Delicado	Estropeado	Intero balanceo	Busca variedad
Actitud frente a la autoridad	Respeto	Amar / odio	Distancia y autonomía	Camuflaje
Posición en la organización	Identificado	Identificación personal	Poco dispuesto al compromiso	Generar valor
Aspiración vital	Subsistir	Vivir mejor	"Salir" "Vida personal"	Encontrar sentido a la vida



En CREA tenemos un *para qué* excelente, pero con un *cómo* insuficiente, ante *desafíos* como nunca antes, que nos pueden llevar a la *irrelevancia rápidamente*



Encarando estos desafíos...

adaptándonos a los nuevos tiempos,
basados en nuestra esencia

¿Cuál es
nuestra
esencia?



¿qué es
inherente a
CREA?

¿qué es
accesorio a
CREA?

Esencia de la *propuesta de valor* (Marca)



Compartir para mejorar, persona a persona.

CREA = una organización de **personas para personas** que **comparten para mejorar**.

La dimensión HUMANA como rasgo central y distintivo de CREA.

Esencia de la *propuesta de valor* (Marca)



Experiencia > Dato

Persona en el centro

CREA emergente: rasgos estratégicos



Somos Personas

Cercanos – Empáticos – Humanos

CREA emergente: rasgos estratégicos



- Diversidad como valor cultural
- CREA es para cualquiera que cumpla los estándares de base de CREA (vs. *un CREA elitista*)
- Tolerancia y sentido de la libertad

Somos Personas

Cercanos – Empáticos – Humanos



CREA emergente: rasgos estratégicos



- RED > Estructura
- Funcionamiento neuronal
- Todos sabemos lo que está hablando cada nodo
- La tecnología como conector, sin descuidar a la persona

- Oferta descentralizada / distribuida: se consume lo que surge de la red vs. "la estructura / sede me ofrece".
- Todos ProSumidores (*productores y consumidores de información/ contenidos*)

Somos Personas

Cercanos – Empáticos – Humanos



CREA emergente: rasgos estratégicos



- Vanguardia en construir con otros
- Creativos agregando valor
- Diversidad de empresas que coexisten e intercambian
- Experimentar. Damos valor a la crítica

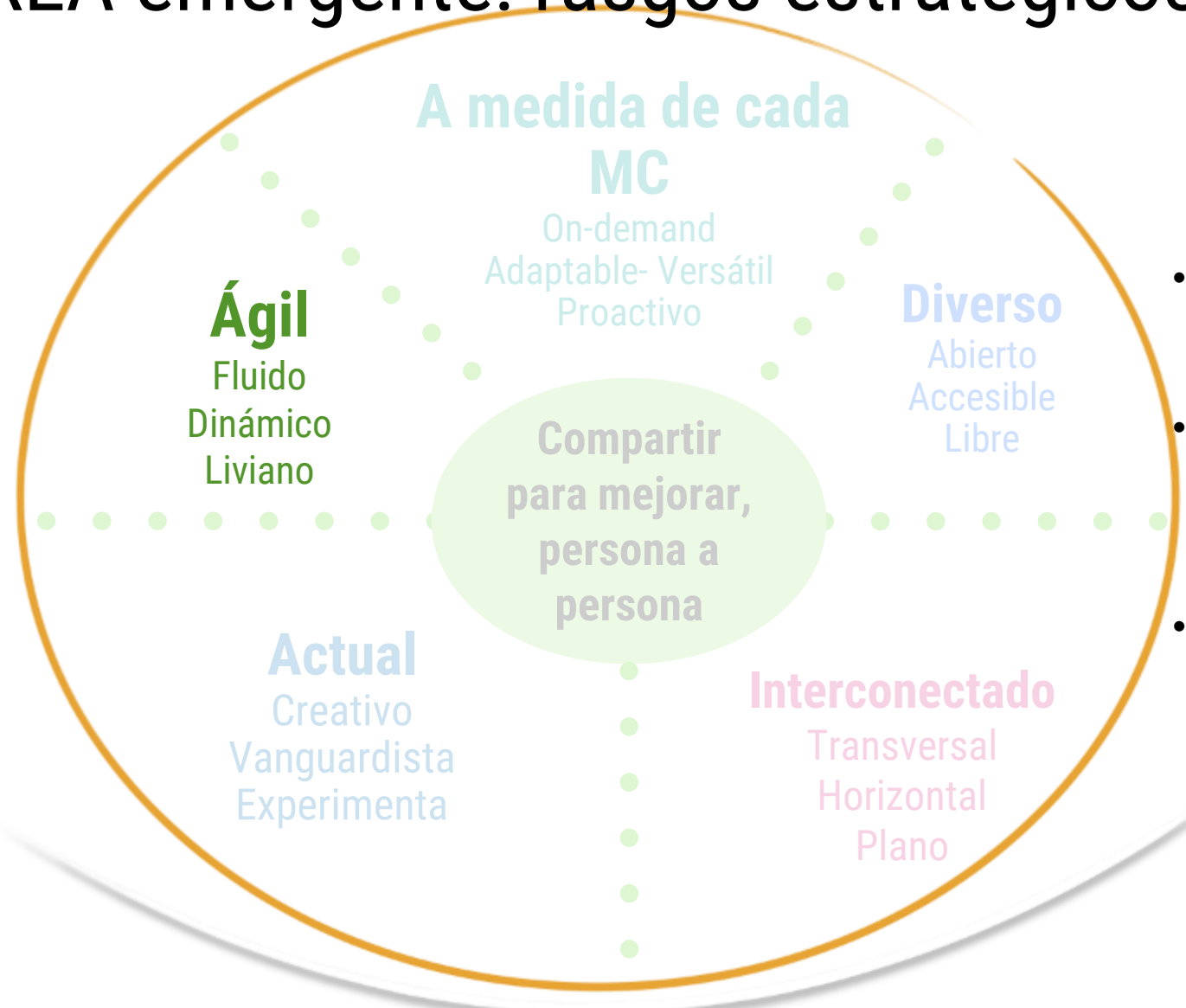
- Actualizar formas, procesos & herramientas (*pensar en las nuevas generaciones*)

Somos Personas

Cercanos – Empáticos – Humanos



CREA emergente: rasgos estratégicos



- Agilidad enfocada en las necesidades de los MC
- Estructura flexible: entiende el entorno y sus necesidades
- Futuro: Sede, Región y Grupos en procesos reflejados en “soluciones”

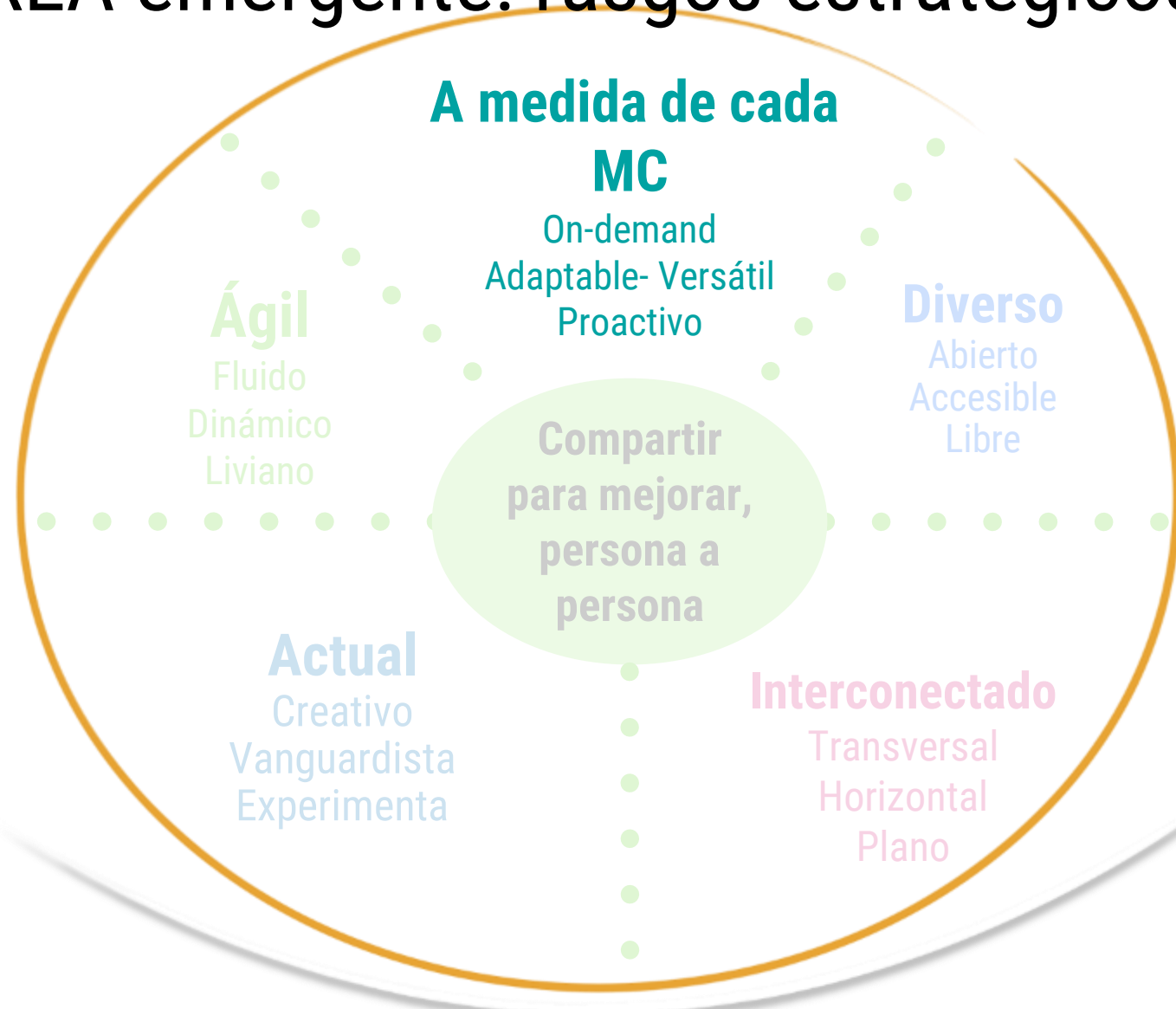
- Agilidad de interacción con la red completa
- En procesos y herramientas, definiciones rápidas
- Menos capas intermedias para llegar a lo que se busca

Somos Personas

Cercanos – Empáticos – Humanos



CREA emergente: rasgos estratégicos



- Distintos tipos de membresías (afinidad)
- Sentido de oportunidad / Servicio disponible: en tiempo y forma cada MC obtiene lo que busca y necesita.
- De regiones y estructuras a ofertas por temas.

Somos Personas

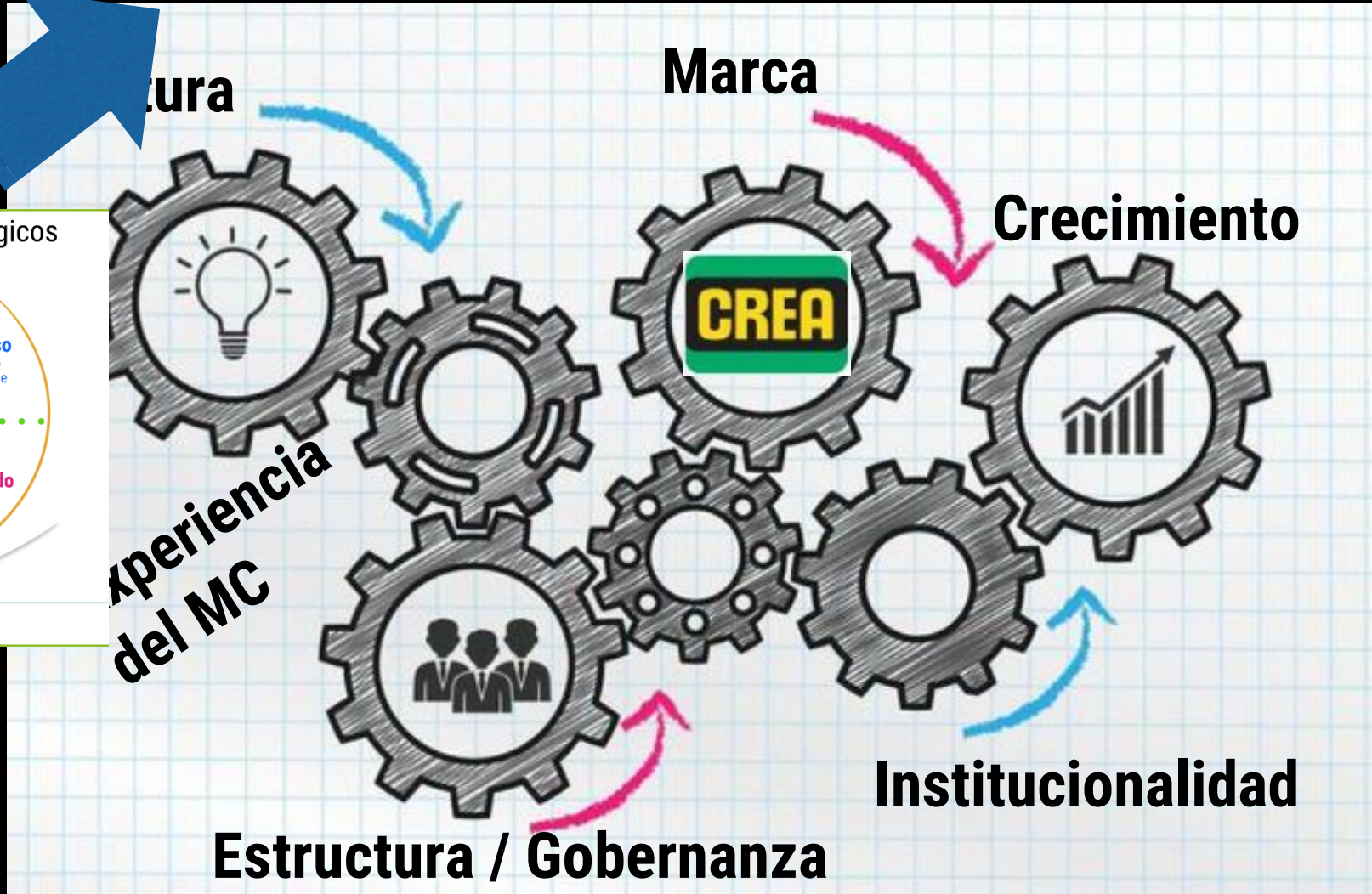
Cercanos – Empáticos – Humanos



Agenda estratégica emergente



CREA emergente: rasgos estratégicos



Agenda estratégica emergente



Agenda estratégica emergente

Jóvenes

Cultura

Marca

Diversidad

Crecimiento



Digitalización para generar valor al MC

Ecosistema

Estructura / Gobernanza

Institucionalidad

Datos para generar valor al MC

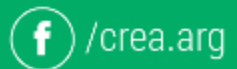
Gobernanza

Agenda estratégica emergente





www.crea.org.ar



[/crea.org](https://www.facebook.com/crea.org.ar)



[/canalcrea](https://www.youtube.com/canalcrea)



[@crea_arg](https://www.instagram.com/crea_arg)



[@crea_arg](https://twitter.com/crea_arg)

Las tres P

¿qué ves de **p**ositivo?

¿qué te **p**reocupa?

¿qué **p**roponés hacer nuevo o distinto en 2021?

Positivo

- El trabajo en red de la institución
- Tratar de responder a la problemática actual (anticiparse)
- Muy positiva esta reunión, de intercambio con CD con las zonas.
- Muy positivo lo de PV (propuesta de valor). NO es una innovación, pero es muy bueno decirlo en pocas palabras
- Importantísimo “que bajen a las bases para hablar”. Para que no haya diferencias.
- Que compartan preocupaciones y planes a futuro.
- Gran apertura al cambio: tener más miembros y más diversos (más jóvenes)
- Virtualidad bajó las barreras: ya no somos una elite.
- Debería haber más mujeres en la gobernanza de CREA.

Positivo

- Que “bajen de AACREA” es muy positivo
- Pensar el futuro a partir del diagnóstico (aristocracia!). Que no se sientan cómodos cómo estamos hoy.

- Visión clara. Tienen la esencia clara
- Mirada de largo plazo
- Muy buen diagnóstico de la situación actual
- La virtualidad que nos ayudó

Preocupa

- Cómo personalizar la ida y vuelta de la información (grupo <-> sede)
- Cómo hacer atractivo CREA a los jóvenes (cómo dar elementos para ser más atractivo a los jóvenes)

- Jóvenes
- Por qué CREA no tiene un soft de gestión ágil, etc. ¿cómo no tenemos un sistema propio completo y con las nuevas normas?
- Hay muchas implicancias administrativas de pasar de un sistema a otro. En el mientras tanto el soft de gestión antiguo colapsa.
- Cómo hacemos empresas atractivas.

- Muy importante el acercamiento de la cd a la zona
- Directiva le está poniendo cabeza a los cambios que se vienen, y eso tranquiliza
- Bien lo de LIN
- Toman los temas de las bases,
- No se abandonan los valores

Preocupa

- Caída en la cantidad de empresas. Pensar en el crecimiento de empresas solamente para que crezca la estructura.
- Las reuniones de los grupos hay veces que no se preparan bien, y eso genera una reunión potente, no se piensa a 10 años! Esto pasa más cuando las empresas son muy parecidas y se conocen desde hace mucho.
- Se genera información, pero falta generar conocimiento y que llegue a los MC y a todo el sector
- La imagen del sector, y de CREA dentro del sector (“elitista”)
- Nuevas generaciones no ven atractivo a CREA y al sector
- Aristocracia
- Edad de los MC
- Cambios organizacionales son lentos (en especial a los millenials)
- La imagen del sector a la sociedad

Propone

- Sobre políticos y comunidad: aumentar sinergia con barbechando (no duplicar esfuerzos)
- Aggionarse con las técnicas comunicacionales, con las redes, para llegar a los MC y a los jóvenes.
- Personalizar las idas y vueltas (las cookies de un sitio web): para que te llegue info a tus intereses.
- Llenar vacíos institucionales, hay muchos vacíos (con Barbechando por ej.)
- Perder miedo a la agilidad en la toma de decisiones. Hoy pueden tener la opinión de los MC rápidamente.
- Reforzar la imagen del sector. Desde la 125 en adelante sabemos que hay que comunicar, pero no dejar de hacer por cuidar la imagen: si están en CD tienen que tener la herramientas para tomar decisiones.
- Seguir trabajando en trazabilidad y BP(que nos den herramientas para trabajar en esto)

Propone

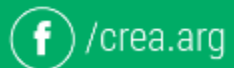
- Con mayor interacciones entre zonas y grupos se puede hacer un aporte mayor a las reuniones de los grupos.
- Trabajar más en poder disrumpir los grupos “homogéneos”.
- El acceso a MEC!!
- Compartan usuarios y contraseñas para que la secretaria regional pueda descargar las facturas de los MC.

- CREA debe ser facilitador en traducir la info (y no coleccionar los datos) a conocimiento
- Acerca sede a los MC, de manera más ágil (visita virtual!)
- Imagen: invitar a actores externos, jornadas abiertas
- Seguir trabajando en la COM, con otras organizaciones (dar letra)
- Jóvenes: integrarlos, sentarnos a la par, jóvenes profesionales, a las reuniones (en grupo, jornadas, mesas técnicas, etc.).

- Métodos para saber lo que opinan todos los MC para tomar decisiones
- Dedicar más tiempo y recursos a la COM
- Estrechar vínculos con la política regional
- Explicar desde lo técnico nuestra visión del temas ambientales,



www.crea.org.ar



[/crea.org](https://www.facebook.com/crea.org.ar)



[/canalcrea](https://www.youtube.com/canalcrea)

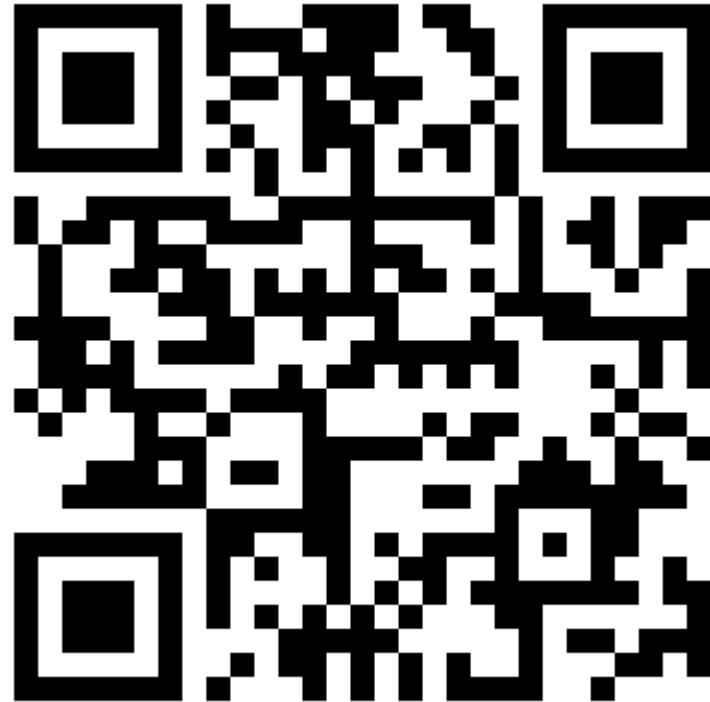


[@crea_arg](https://www.instagram.com/crea_arg)



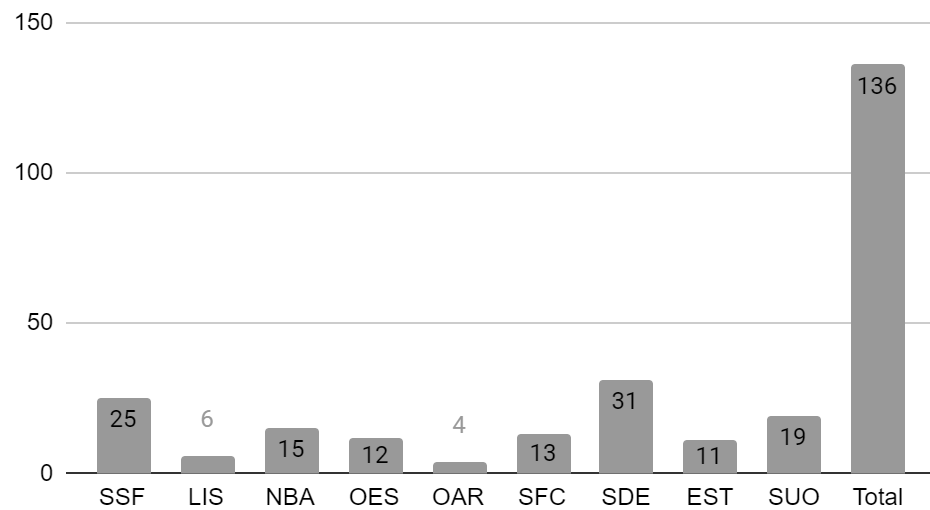
[@crea_arg](https://twitter.com/crea_arg)

<https://forms.gle/qKcaaY7rs1T9PXH1A>



Evaluación

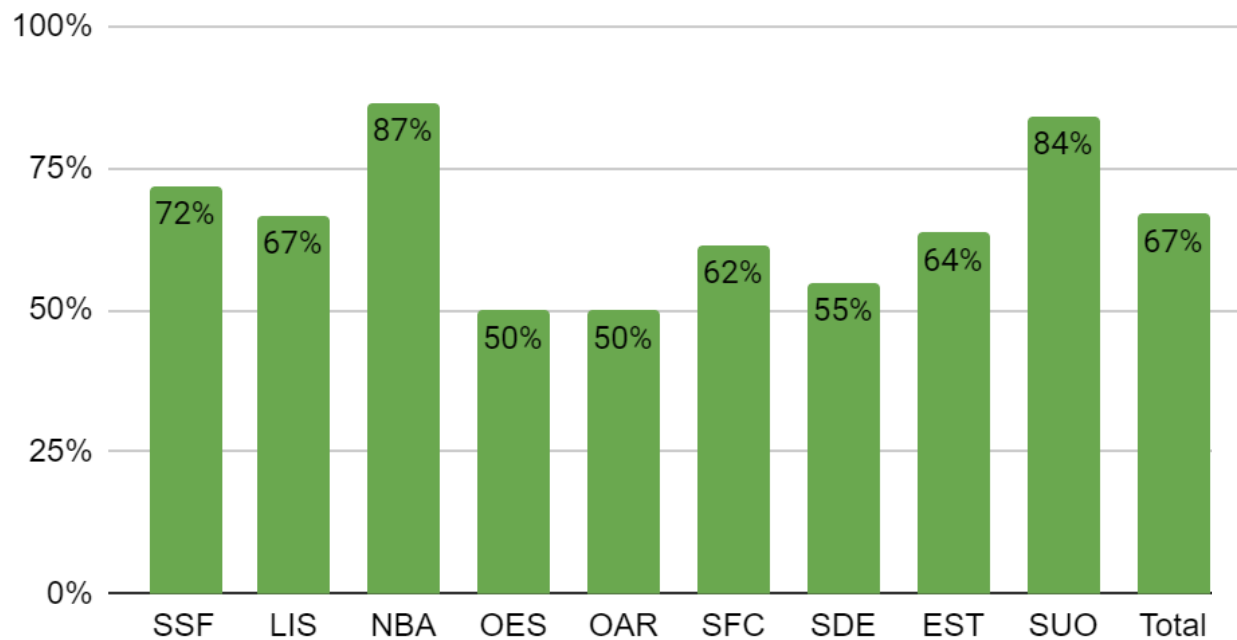
Número de respuestas



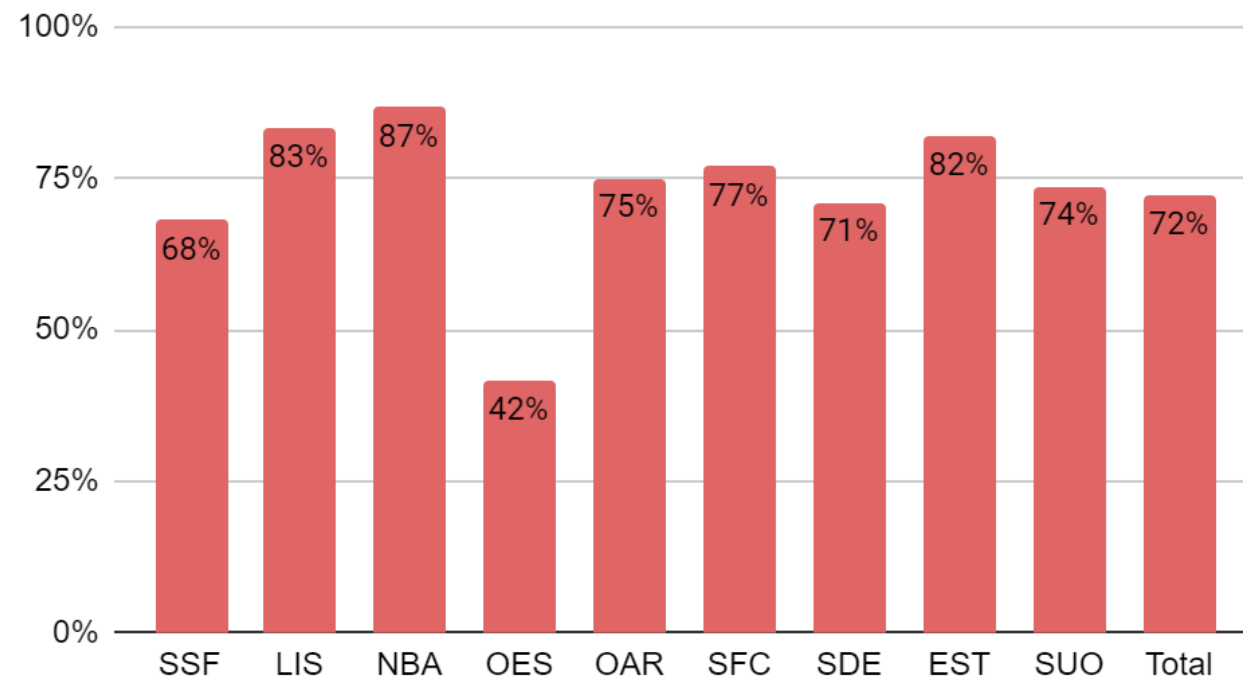
¿Qué tan probable es que recomiendes a un miembro CREA de otra región que participe en una reunión junto a GD como la que compartiste ayer?



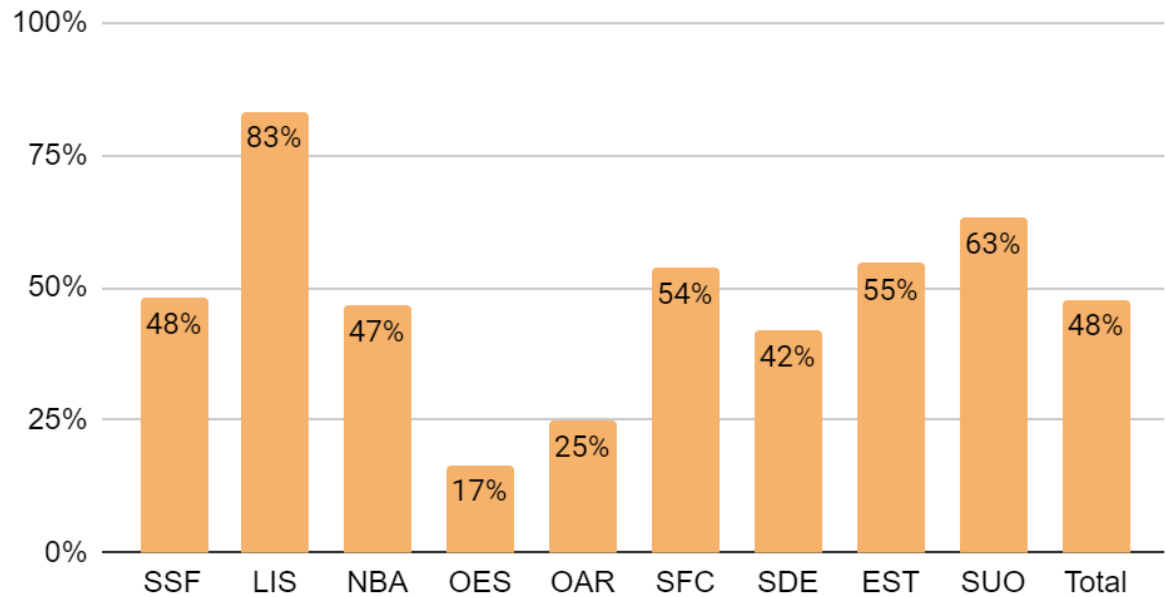
¿Sentiste que se presentaron temas estratégicos para la evolución del movimiento CREA?



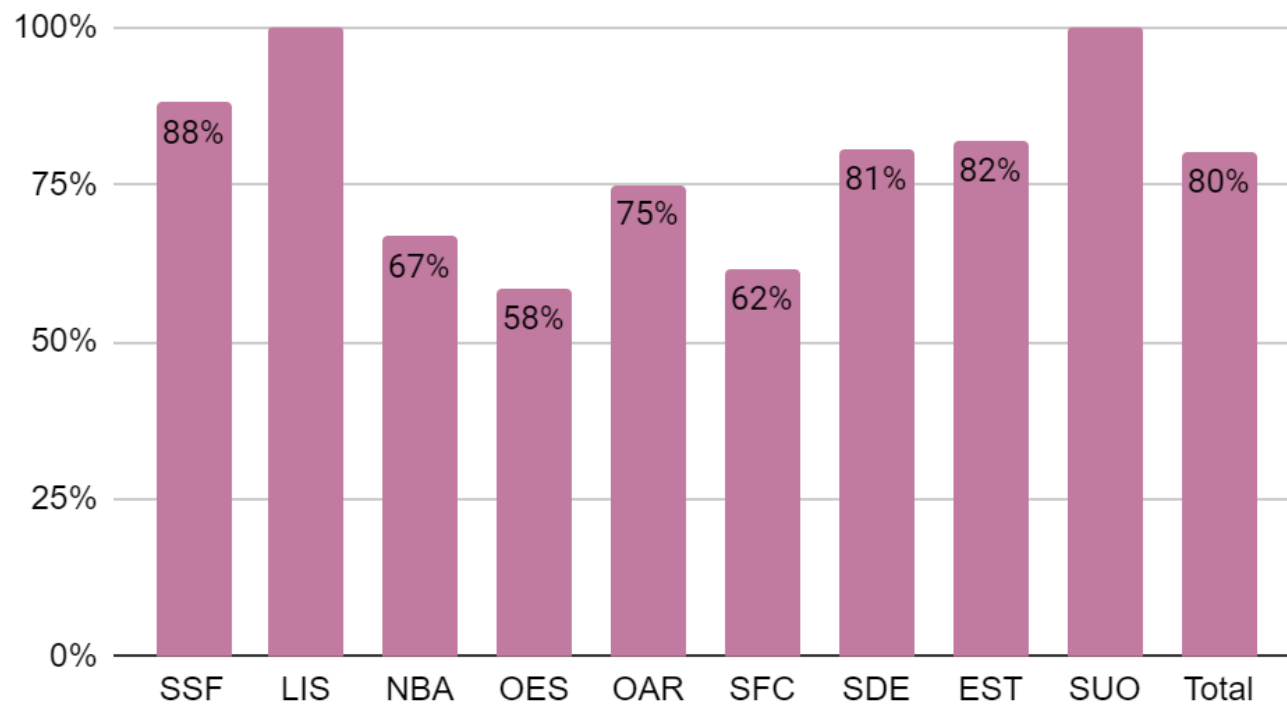
¿Sentiste que tu aporte fue escuchado?



¿Sentiste que te llevaste ideas y conocimientos para tu propio desarrollo, para el de tu grupo y/o para el de tu región?



¿Sentiste que la reunión se desarrolló en un ámbito de apertura total?

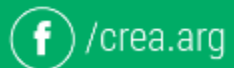


Comentarios

- Muy buena reunión, la primera en mi corta experiencia me gusto la metodología y apertura a escuchar
- Estoy satisfecho
- Muy conforme con este tipo de ida y vuelta entre zona y sede
- Sorprendido con el acercamiento. Superó la expectativa. Se nota el trabajo que hay desde CD para implementar cambios sustanciales para la mejora y crecimiento del movimiento. Escucha activa, mensaje claro. Excelente
- Me gusto mucho la reunión, un lujo discutir e intercambiar con las autoridades de Crea
- Me pareció buena la reunión, hubo intercambio.
- Me parece muy novedoso la intención concreta de mejora y modernización
- Muy buena y de gran utilidad este encuentro
- Excelente diagnóstico de la zona
- Porque es una excelente propuesta que la CD escuche a los grupos
- Por que me pareció una muy buena reunión, con apertura y buen clima de trabajo.
- La reunión superó mis expectativas. Se ve un fuerte trabajo en todos los temas.
- Me pareció excelente que se acerquen a la zona
- Muy bien planteada la reunión.
- Por que me pareció una muy útil y movilizadora reunión
- Excelente reunión.
- Porque es muy importante recibir a la CE de CREA en la región y escuchar directamente de ellos sus preocupaciones y propuestas, y ver el grado de apertura que tienen.
- Fue una reunión que suma mucho en la zona por el gran acercamiento de la comisión con la zona
- Muy interesante todo



www.crea.org.ar



[/crea.org](https://www.facebook.com/crea.org.ar)



[/canalcrea](https://www.youtube.com/canalcrea)



[@crea_arg](https://www.instagram.com/crea_arg)



[@crea_arg](https://twitter.com/crea_arg)