



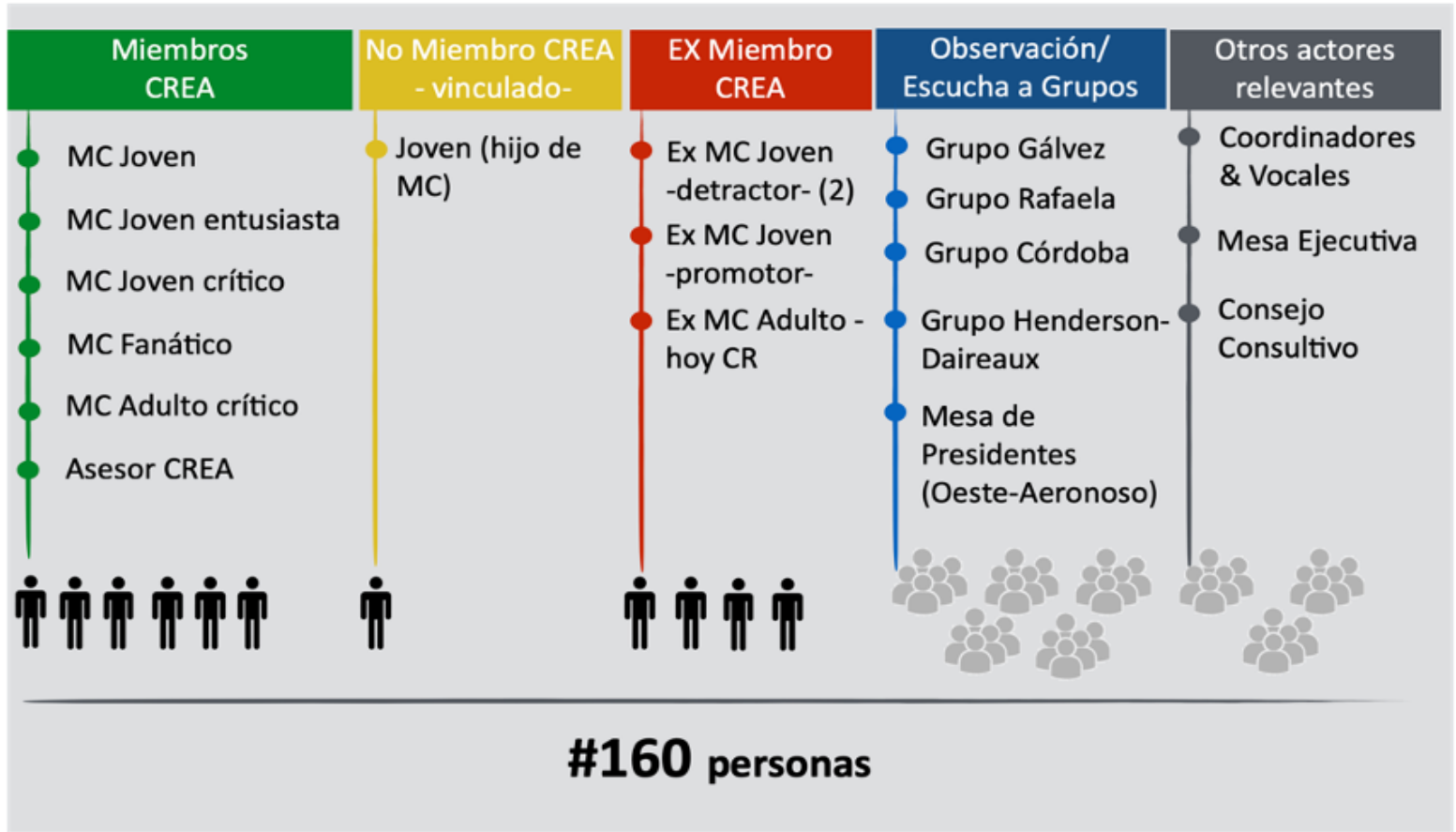
# Propuesta de Valor

---

*Documento elaborado con los emergentes de conversaciones con Comisión Ejecutiva & EDO, Vocales , Coordinadores y Equipo Núcleo*

# Muestra

(Abordaje antropológico)





#1

La Marca  
emergente

#2

El  
Movimiento  
emergente



#3

La Agenda  
estratégica  
emergente

#1

La Marca  
emergente



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

---

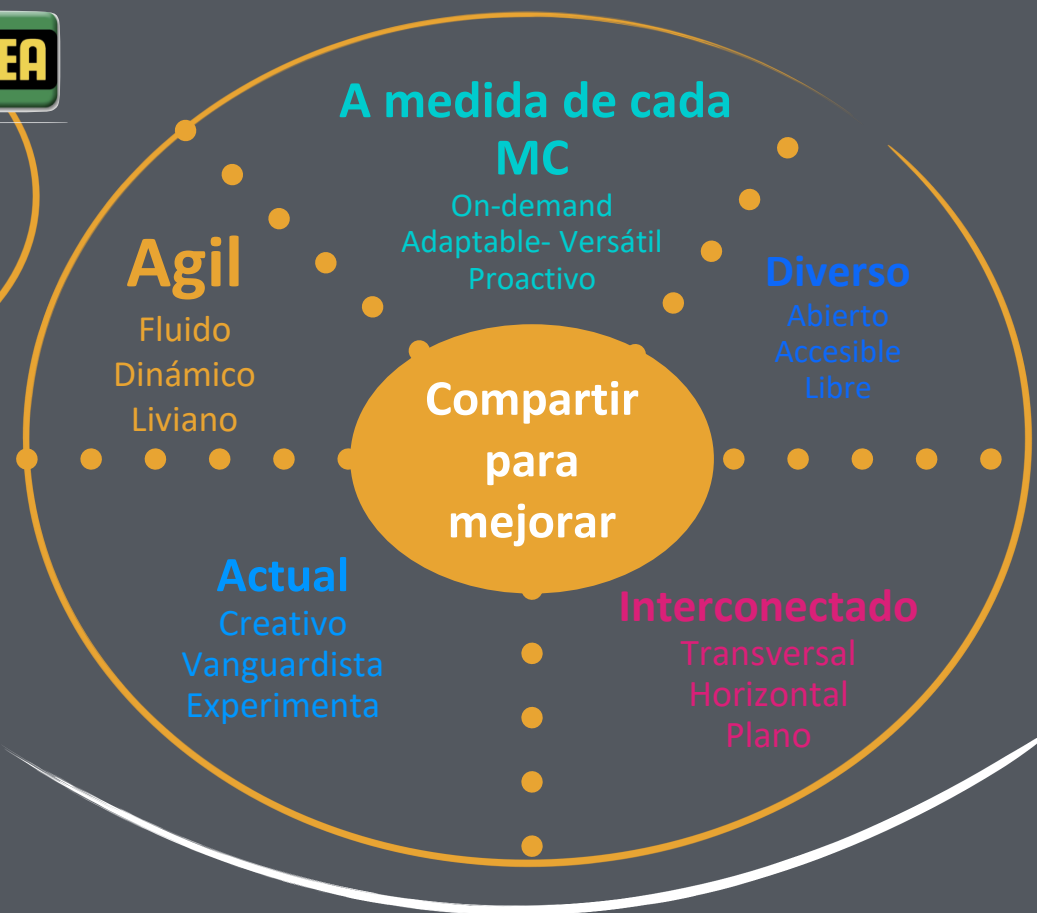
La dimensión HUMANA como rasgo central y distintivo de  
CREA

**CREA**

#2

El

**Movimiento  
emergente**



**Somos Personas**

Cercanos - Empáticos- Humanos

#3

La Agenda  
estratégica  
emergente



Cultura

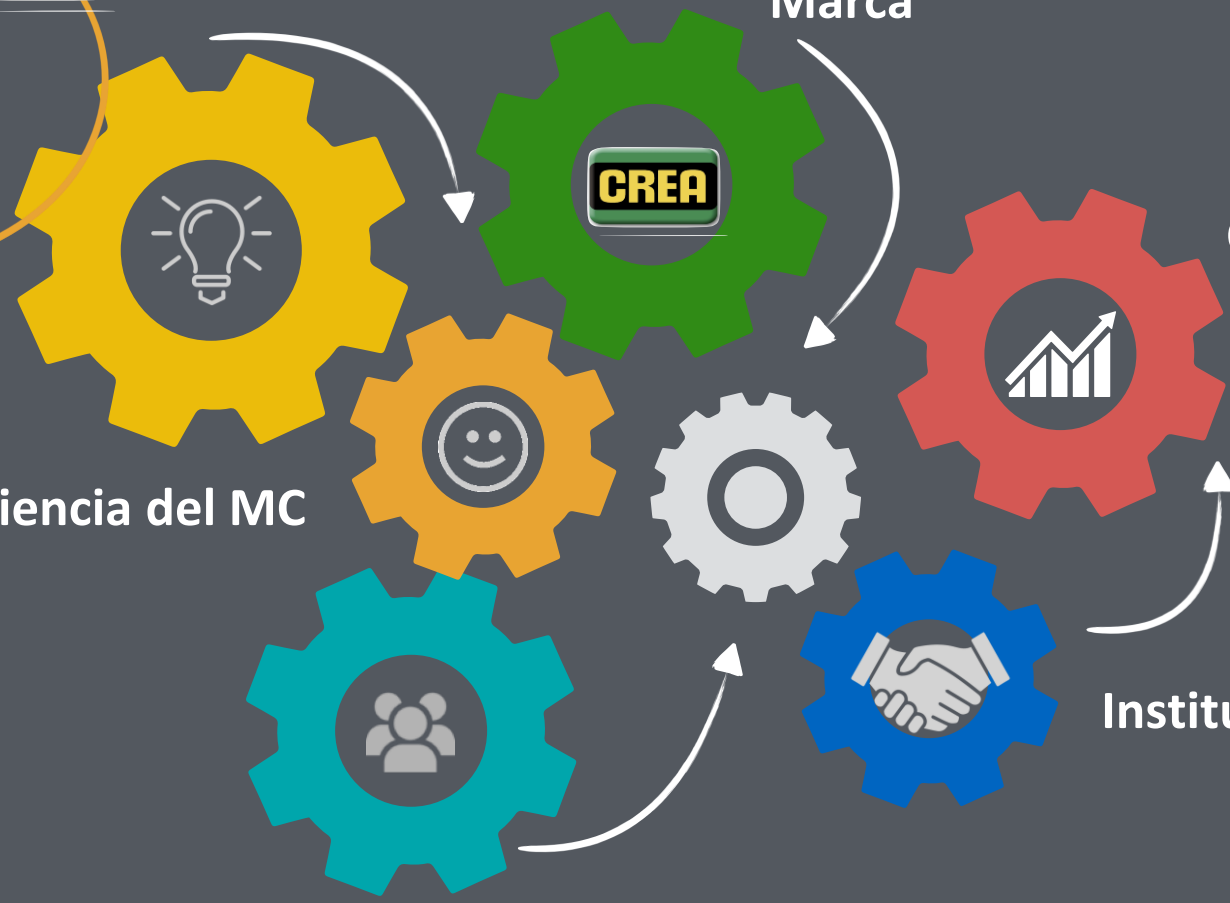
Marca

Crecimiento

Experiencia del MC

Institucionalidad

Estructura/ Gobernanza





#1

La Marca  
emergente

#2

El  
Movimiento  
emergente



#3

La Agenda  
estratégica  
emergente

**CREA**

#2

El

**Movimiento  
emergente**



**Somos Personas**

Cercanos - Empáticos- Humanos



**OKR: Proceso colaborativo** de trabajo por **objetivos** con un claro sesgo hacia el **crecimiento**.

Los Objetivos expresan **qué queremos hacer**

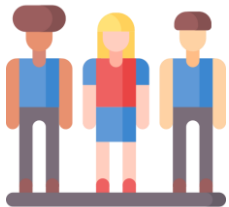
Los resultados clave expresan **cómo sabemos que alcanzamos el objetivo** (cuantitativo!)

\*: presentación OKRs organizacionales 2022



# OKRs Organizacionales 2023

# Objetivos CREA 2023



01. Impactar en el desarrollo de las **personas**



02. Acercar a las **empresas** a la visión 2025



03. Potenciar las interacciones **en la red**

# Objetivos y resultados clave CREA 2023



## O1. Impactar en el desarrollo de las **personas**

**KR1. Logramos que más del 60%** del equipo, presidentes, asesores, directivos y representantes en comisiones **valoren positivamente la contribución de CREA** a su desarrollo personal y profesional

**KR2. Tenemos un sistema de medición** del impacto que CREA genera en el desarrollo de las personas

# Objetivos y resultados clave CREA 2023



## 02. Acercar a las **empresas** a la visión 2025

**KR1. Aumentamos de 19 al 38% la cantidad de empresas que implementan normas de gestión empresarial 2019**

**KR2. Alcanzamos al 80% de las regiones con al menos un grupo CREA completo con Gestión Ambiental CREA (GAC)**

**KR3. Tenemos indicadores de innovación, integración a la comunidad y sostenibilidad social de las empresas**

# Objetivos y resultados clave CREA 2023



## 03. Potenciar las interacciones **en la red**

**KR1. Tenemos la estrategia digital a 2026 definida y en implementación**

**KR2. Alcanzamos 2.300 socios** en abril 2023

**KR3. Logramos la participación** de más de **6.500 personas** en el Congreso CREA

**KR4. Aumentamos en un 10%** el uso de productos y servicios **clave**

**KR5. Tenemos nuevas maneras de ser socio CREA**



[www.crea.org.ar](http://www.crea.org.ar)



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



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



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



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