



Cristina González Unzueta : <https://www.linkedin.com/in/cristinagonzalezunzueta/>

Mabel Omine: <https://www.linkedin.com/in/mabel-omine-08827653/>

PERCEPCIÓN



Es la forma en la que el cerebro interpreta los mensajes que recibe a través de los sentidos para formar una idea inconsciente.

PERCEPCIÓN

Lo PERCIBIDO es una **CONSTRUCCIÓN MENTAL**

Los cliente eligen los productos o servicios
por la **percepción** que tienen de ellos

Los cliente NO eligen los productos
o servicios por **lo que son**



**VALOR REAL: precio o costo
económico del producto**



**VALOR PERCIBIDO: mérito
que un cliente le asigna
inconscientemente a un
servicio o producto**

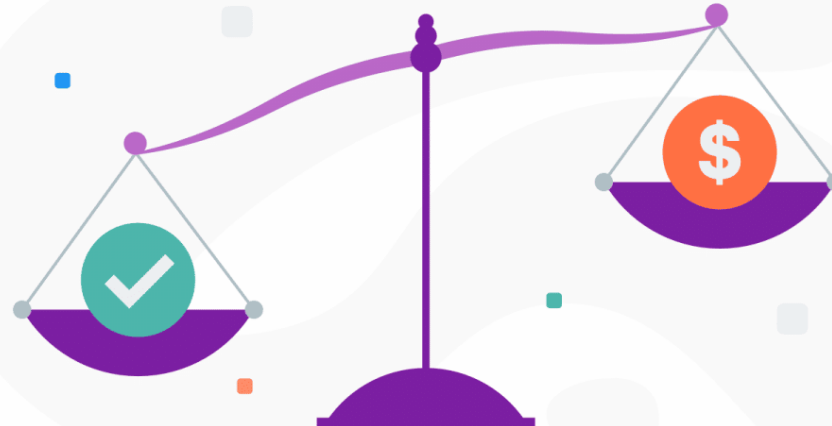


EL CLIENTE NOS ELIGE CUANDO...

VALOR
PERCIBIDO



VALOR
REAL



COMO AUMENTAMOS EL VALOR PERCIBIDO?

$$\text{VALOR PERCIBIDO} = \frac{\text{BENEFICIOS}}{\text{COSTE GLOBAL}}$$

TRABAJAMOS



ENGAGEMENT EMOCIONAL

02 - Se activa en el cerebro el
sistema de recompensas

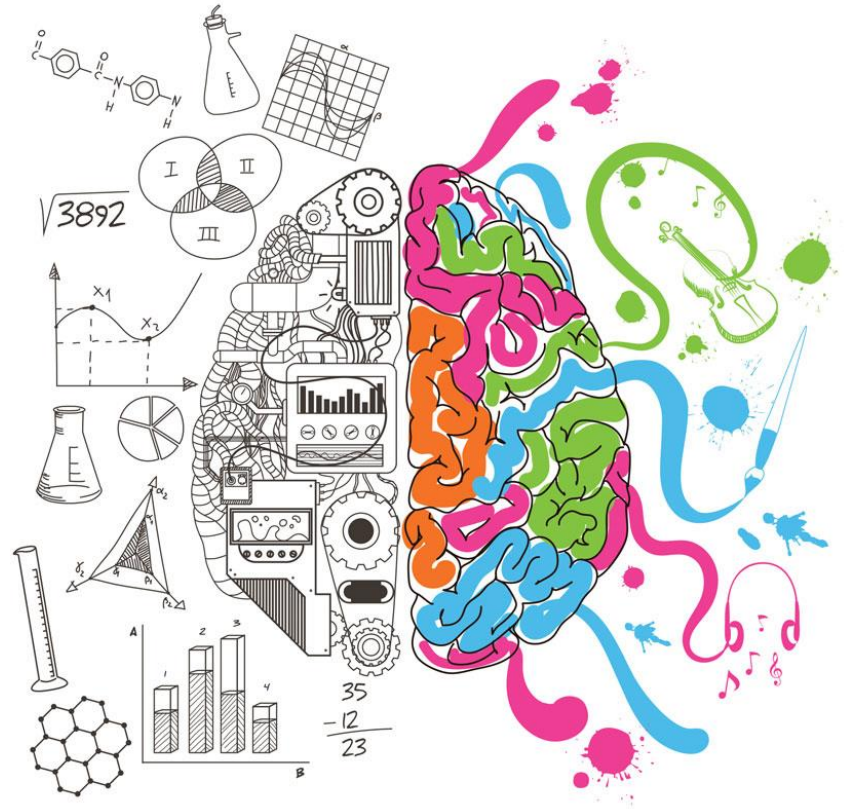
04 - Se termina fidelizando
al cliente



01 - Si el Valor Percibido durante las
experiencias fue satisfactorio

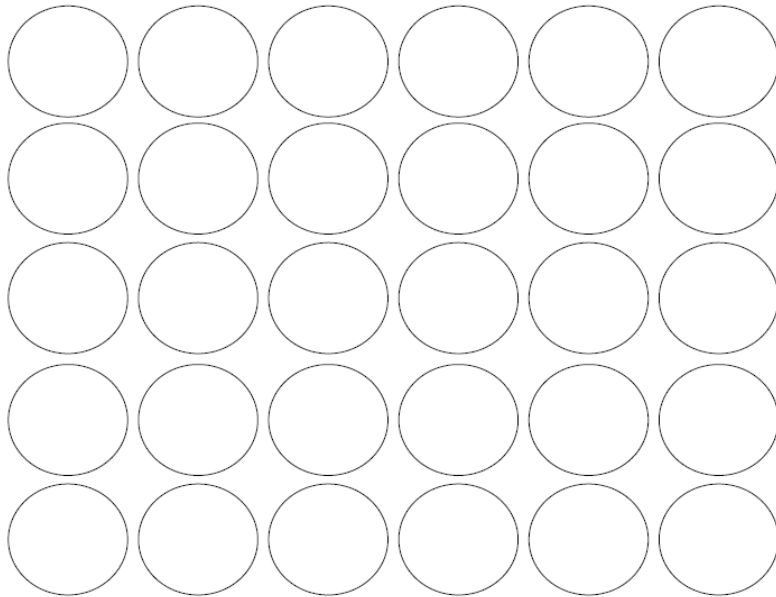
03 - El cliente tiende a querer repetir la
experiencia y el cerebro se
compromete con la marca

CREATIVIDAD



Capacidad de generar nuevas ideas que habitualmente producen **nuevas soluciones**

DIBUJAMOS



Utiliza esos círculos para dibujar. Haz dibujos en los que los círculos sean parte de ellos.

Tienes 3 minutos

¿Pudiste usar los 30 círculos?

FLUIDO

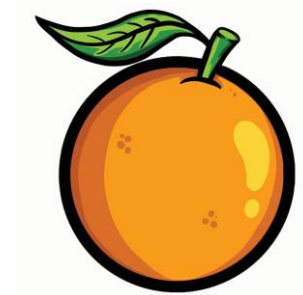
Capacidad de generar una cantidad considerable de ideas o respuestas, aunque tengan que ver unas con otras. Tiene que ver con la **rapidez** de respuestas.



¿Los dibujos no tienen nada que ver entre si? ¿o hay algún patrón que los relaciona?

FLEXIBLE

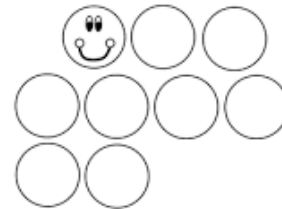
Es la capacidad de ampliar nuestras alternativas. Lograr generar opciones muy **distintas** unas de otras y no repetir modelos.



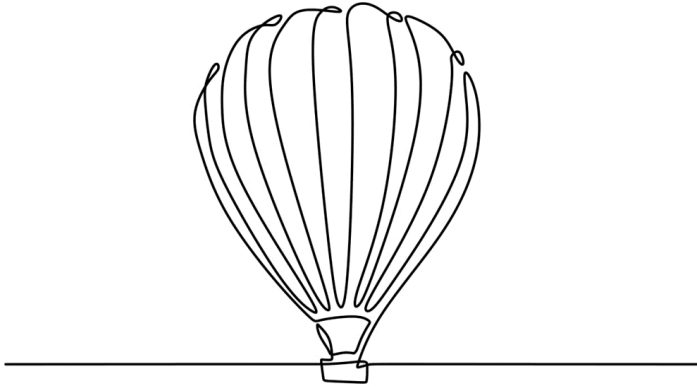
¿Viste algo que nadie mas ve?

ORIGINAL

Capacidad de visualizar los problemas de forma diferente al resto y proponer ideas **novedosas**, algo que nunca se ha pensado una nueva perspectiva o una nueva relación de elementos.



PRACTICAMOS



Pensamos CREATIVAMENTE para salvarnos.

Aplicamos el pensamiento original, el flexible y el fluido.

Sabiendo lo que pensamos de cada profesión Resignificamos lo que sabemos

«Sólo en la actividad deseearás
vivir cien años.»
PROVERBIO JAPONÉS

Preguntas para el propósito

- o ¿Para qué hacemos lo que hacemos?
- o ¿Qué queremos lograr?
- o ¿A quienes impactamos?



Hydro es una empresa energética y de aluminio líder, comprometida con un futuro sostenible. Nuestro propósito es crear sociedades más viables mediante la transformación de los recursos naturales en productos y soluciones de forma innovadora y eficiente.

¿cómo agregamos valor a este propósito de HYDRO y que se traduzca en un objetivo?





loading...



Planificamos....

Acción estratégica > hacia dónde vamos?

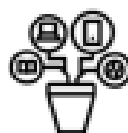
Proyección 



Objetivo



Acciones



Recursos



Tiempo



Impacto
esperado

¿Qué compromisos pueden asumir entre ustedes para embarcarse en el proyecto compartido?



Conclusiones



Y decimos....

¡Gracias!