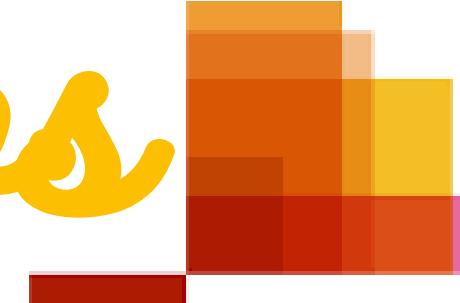
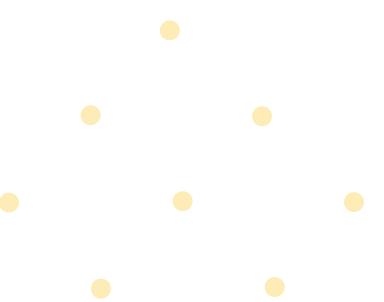




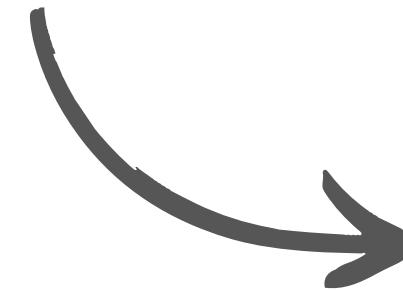
Bienvenidos 

pwc



¿Quién soy?

VALENTÍN



Padre de 4. Sí, 4!!
Cocinero y digno
jugador de
squash.

Gillette

P&G

BOSTON

Mondelēz
International

LVMH
MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON



PEPSICO



UBA
Universidad de Buenos Aires

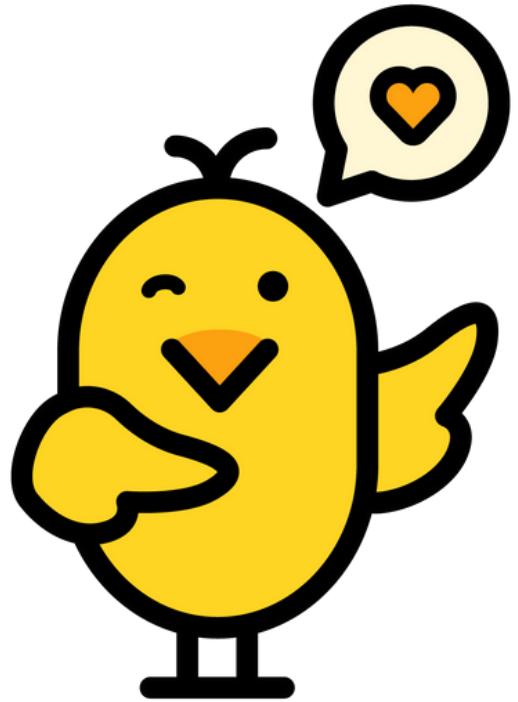
DANONE
ONE PLANET. ONE HEALTH



HARVARD
UNIVERSITY

 **CRACK**
CONSULTING

¿CÓMO LLEGAMOS?

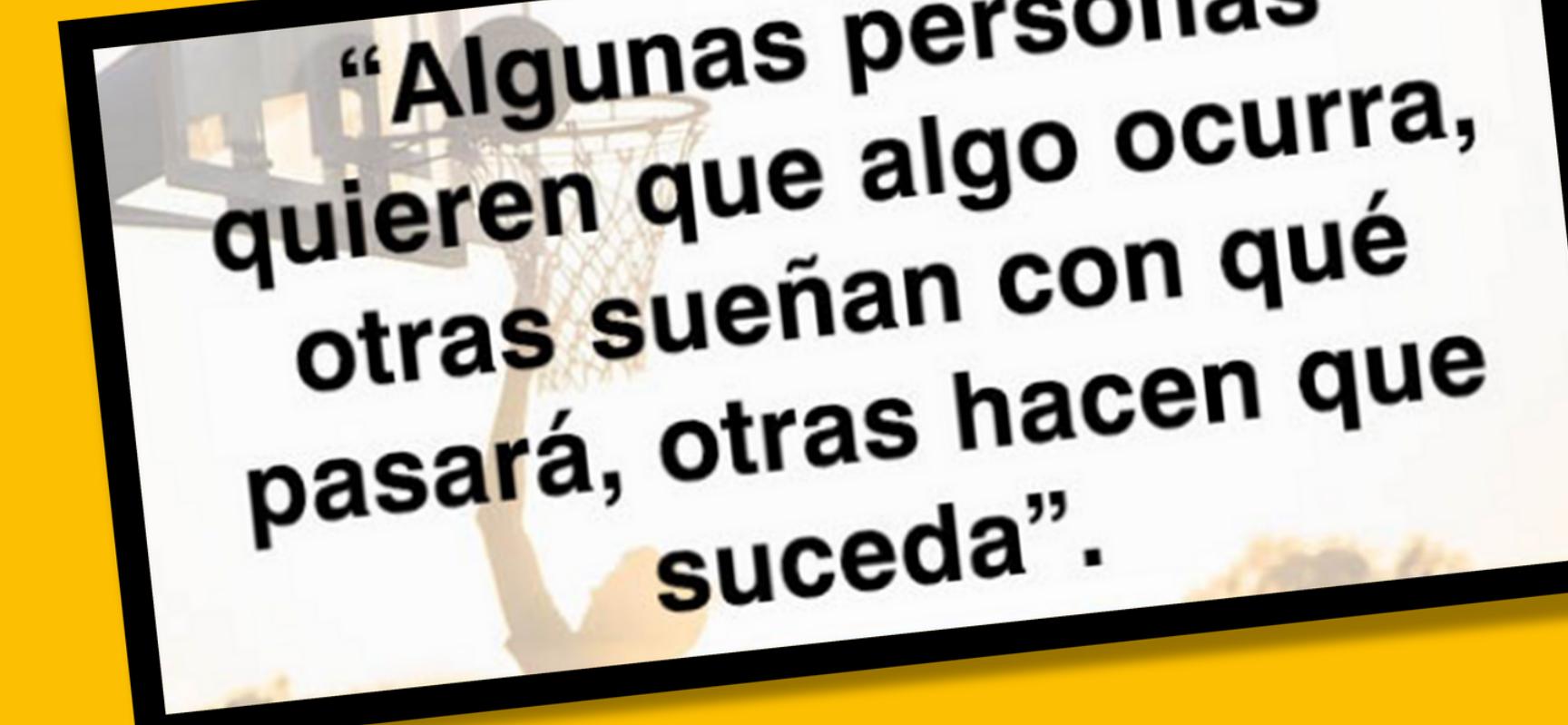


¿Para qué estamos acá?

DESCUBRIR

RESIGNIFICAR

PROVOCAR



“Algunas personas quieren que algo ocurra, otras sueñan con qué pasará, otras hacen que suceda”.



¿Para qué estamos acá?

¿Cuál es mi propuesta de valor?



BOXES





VEED.IO

Top 10 Moments of Pit Lane Drama

VEED.IO



• Kovalainen & Raikkonen

www.veed.io está compartiendo la pantalla y el audio.

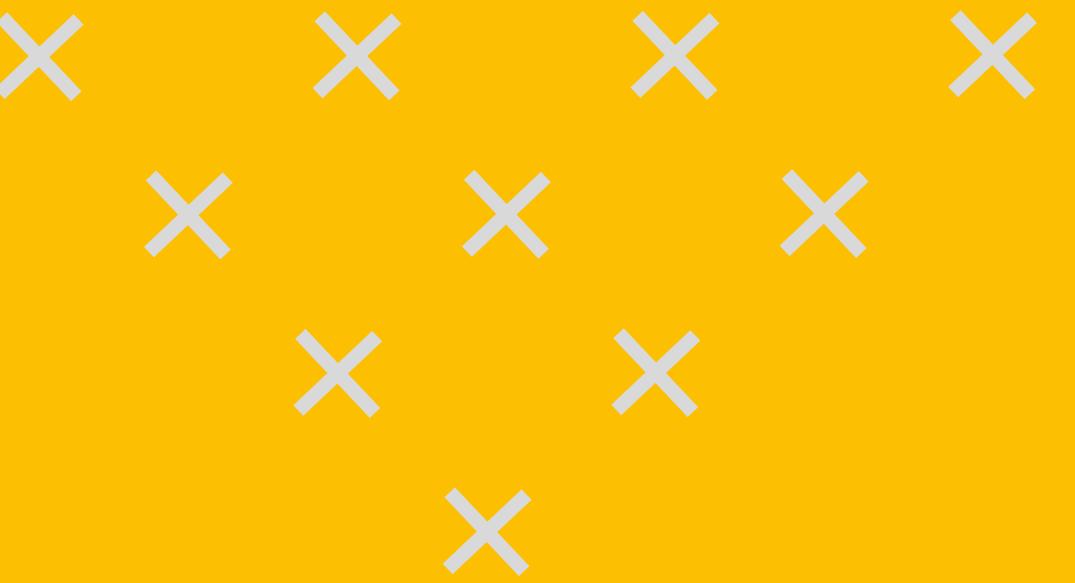
Dejar de compartir

Ocultar

09

|| ▶ 🔍 0:03 / 3:53

▶ 🔍 ⚙ 🔍 #



¿QUE HICIERON MUY BIEN?

Menti



¿QUÉ SIGNIFICA LIDERAR en PWC?



¿QUÉ SIGNIFICA LIDERAR?

SERVIR →

"Lo importante no es ser líder, sino
ser útil"
(Alberto Assa)

INFLUIR EN LA FORMA DE SER Y ACTUAR DE LAS PERSONAS O EN UN GRUPO DE TRABAJO DETERMINADO, HACIENDO QUE ESTE EQUIPO TRABAJE CON ENTUSIASMO HACIA EL LOGRO DE SUS METAS Y OBJETIVOS.

RANKING ¿QUÉ LÍDER TE INSPIRA MÁS?

WWW.MENTI.COM CÓDIGO: 4757 5967



MARADONA



MANDELA



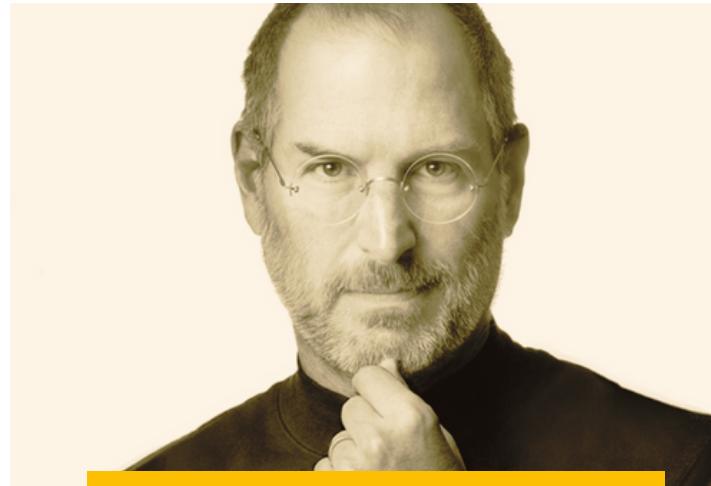
FRANCISCO



SCALONI



MERKEL



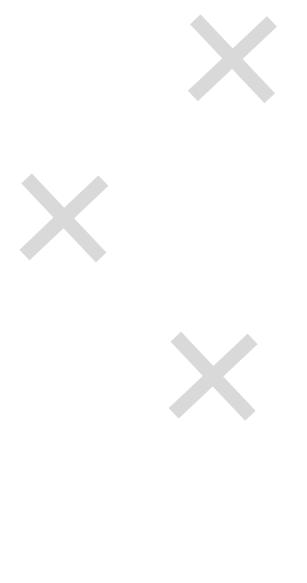
STEVE JOBS



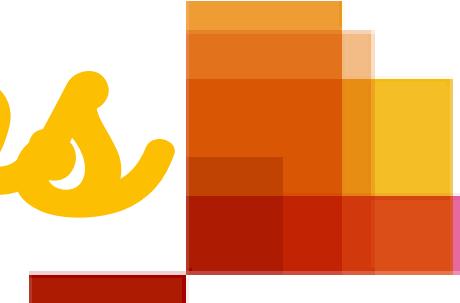
MADONNA



DONALD TRUMP





Bienvenidos 

pwc

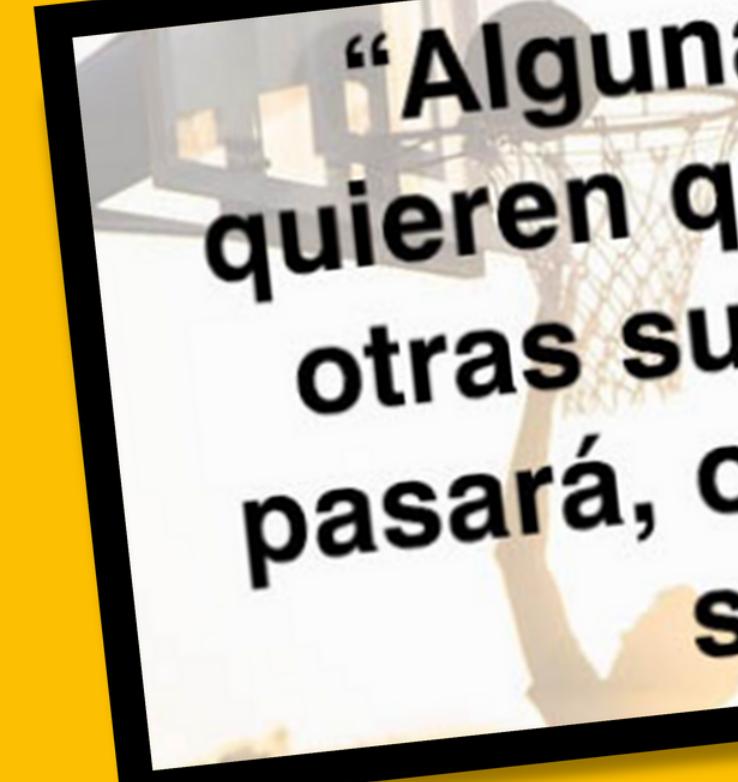


¿Para qué estamos acá?

DESCUBRIR

RESIGNIFICAR

PROVOCAR



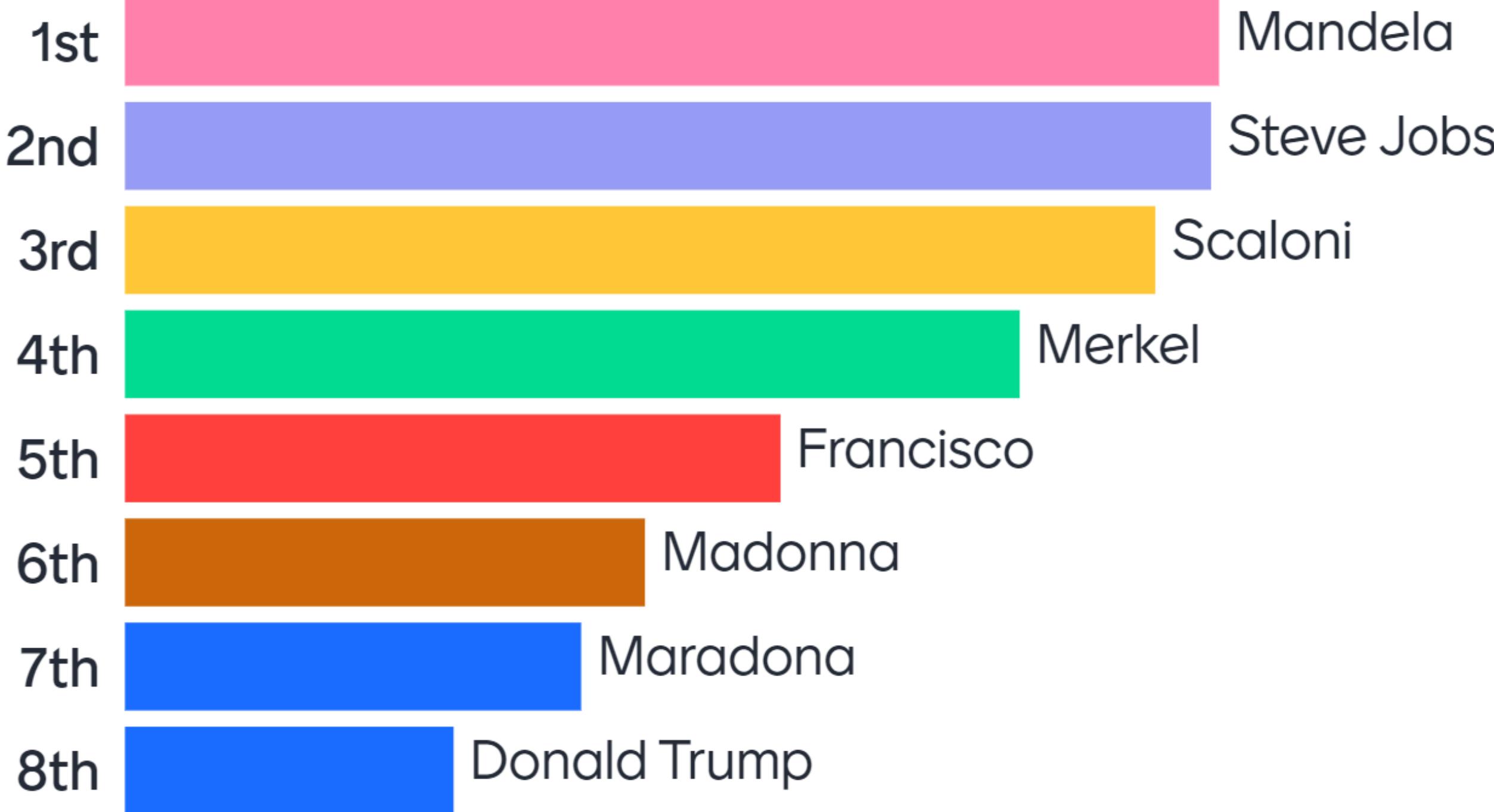
“Algunas personas quieren que algo ocurra, otras sueñan con qué pasará, otras hacen que suceda”.



BOXES



RANKING ¿Qué líder te inspira más?



RANKING

Si pudieras vivir la vida de uno de ellos, ¿cuál elegirías?



MARADONA



MANDELA



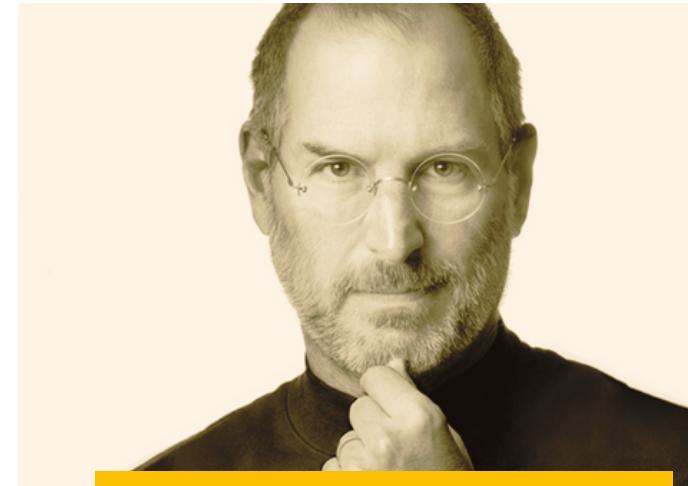
FRANCISCO



SCALONI



MERKEL



STEVE JOBS



MADONNA



DONALD TRUMP



COSTOS Y BENEFICIOS DE SER EL LÍDER QUE QUIERO SER

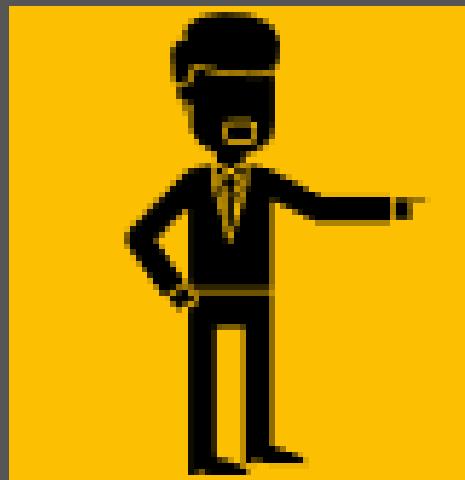


¿QUÉ TIPO DE LÍDER SOY?

Directivo

"¡Hacé lo que te digo!"

Demanda cumplimiento de inmediato.
Supervisa de cerca las acciones de sus
colaboradores.



Motivador

"¡Vení conmigo!"

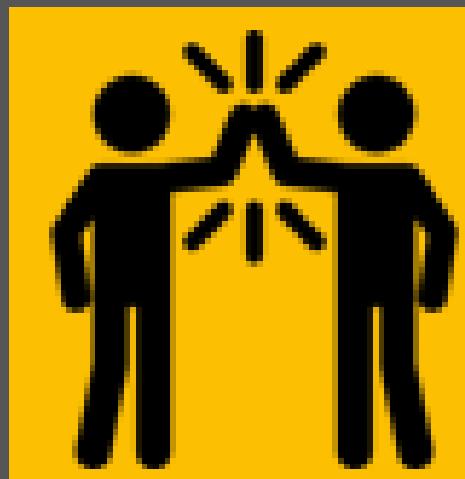
Moviliza a otros hacia una visión.
Marca objetivos pero deja libertad
sobre cómo conseguirlos.



Afiliativo

"Las personas son lo primero"

Crea armonía y relaciones
emocionales. Identifica oportunidades
para dar feedback positivo y evitar el
confrontamiento.



Democrático

"¿Qué opinás?"

Busca el consenso a través de la
participación. Mantiene reuniones con
su equipo durante los procesos de
decisión.



De referencia

"Hacé lo que hago"

Lidera con el ejemplo. Se fija
estándares de desempeño altos y
espera la misma actitud por parte de
los demás.



Coach

"Probá esto"

Desarrolla a las personas. Da prioridad
al feedback y al apoyo. Se centra más
en el desarrollo que en las tareas.



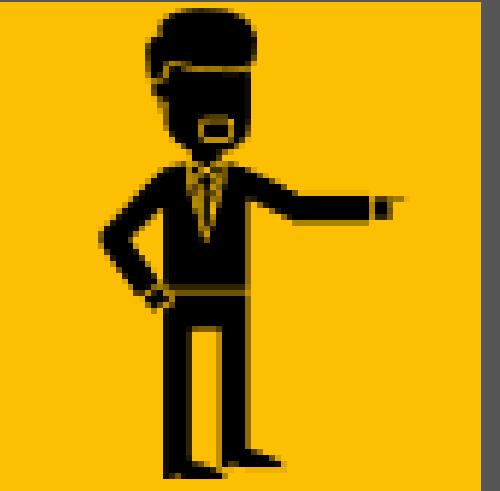


¿QUÉ TIPO DE LÍDER SOY?



Directivo

"¡Hacé lo que te digo!"
Demanda cumplimiento de inmediato.
Supervisa de cerca las acciones de sus
colaboradores.

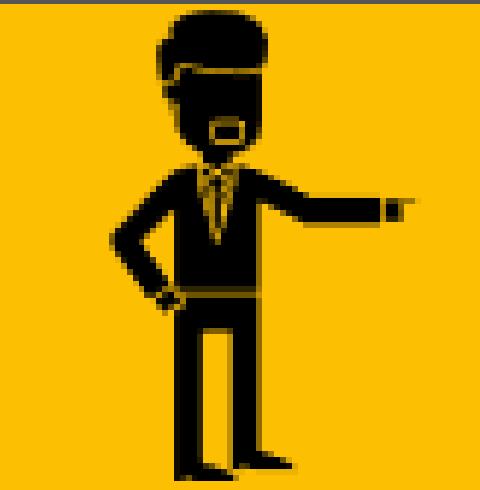


SE CENTRA EN QUE SUS COLABORADORES
CUMPLAN DE INMEDIATO CON SUS
INSTRUCCIONES

• • • ¿QUÉ TIPO DE LÍDER SOY? • • •

Directivo

"¡Hacé lo que te digo!"
Demanda cumplimiento de inmediato.
Supervisa de cerca las acciones de sus
colaboradores.



SE CENTRA EN QUE SUS COLABORADORES
CUMPLAN DE INMEDIATO CON SUS
INSTRUCCIONES

Motivador

"¡Vení conmigo!"
Moviliza a otros hacia una visión.
Marca objetivos pero deja libertad
sobre cómo conseguirlos.

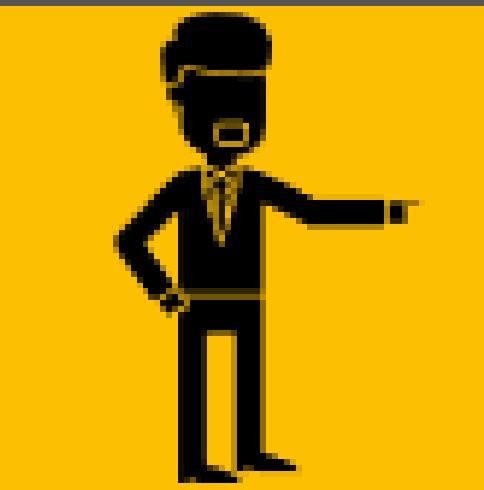


PROVEE UNA VISIÓN DE FUTURO A LOS
MIEMBROS DE SU EQUIPO, MARCANDO
OBJETIVOS SIN EXPLICAR CÓMO
ALCANZARLOS.

• • • ¿QUÉ TIPO DE LÍDER SOY? • • •

Directivo

"¡Hacé lo que te digo!"
Demanda cumplimiento de inmediato.
Supervisa de cerca las acciones de sus
colaboradores.



SE CENTRA EN QUE SUS COLABORADORES
CUMPLAN DE INMEDIATO CON SUS
INSTRUCCIONES

Motivador

"¡Vení conmigo!"
Moviliza a otros hacia una visión.
Marca objetivos pero deja libertad
sobre cómo conseguirlos.



PROVEE UNA VISIÓN DE FUTURO A LOS
MIEMBROS DE SU EQUIPO, MARCANDO
OBJETIVOS SIN EXPLICAR CÓMO
ALCANZARLOS.

Afiliativo

"Las personas son lo primero"
Crea armonía y relaciones
emocionales. Identifica oportunidades
para dar feedback positivo y evitar el
confrontamiento.



CREA ARMONÍA Y RELACIONES EMOCIONALES
ENTRE LOS DIFERENTES MIEMBROS DE SU
EQUIPO, ES UN ESTILO MUY ENFOCADO EN LA
COLABORACIÓN. LOS MEJORES RESULTADOS
SE OBTIENEN CUANDO ESTE ESTILO SE
COMBINA CON OTRO.

• • • ¿QUÉ TIPO DE LÍDER SOY? • • •

SU PRINCIPAL OBJETIVO ES CREAR CONSENSO Y COMPROMISO ENTRE SUS COLABORADORES PARA LA CONSECUCIÓN DE TAREAS COMUNES. DESTACA POR SU CAPACIDAD PARA ESCUCHAR LAS OPINIONES DE SU EQUIPO.



Democrático

"¿Qué opinás?"
Busca el consenso a través de la participación. Mantiene reuniones con su equipo durante los procesos de decisión.

• • • ¿QUÉ TIPO DE LÍDER SOY? • • •

SU PRINCIPAL OBJETIVO ES CREAR CONSENSO Y COMPROMISO ENTRE SUS COLABORADORES PARA LA CONSECUCIÓN DE TAREAS COMUNES. DESTACA POR SU CAPACIDAD PARA ESCUCHAR LAS OPINIONES DE SU EQUIPO.



Democrático

"¿Qué opinás?"
Busca el consenso a través de la participación. Mantiene reuniones con su equipo durante los procesos de decisión.

SE BASA EN LA CONSECUCIÓN DE RESULTADOS EXCELENTES QUE SUPEREN LAS EXPECTATIVAS. LIDERA CON EL EJEMPLO POR LO QUE SE UTILIZA EN EL DESARROLLO DE COLABORADORES MUY MOTIVADOS Y COMPETENTES QUE TENGAN UN NIVEL ALTO DE DESEMPEÑO.



De referencia

"Hacé lo que hago"
Lidera con el ejemplo. Se fija estándares de desempeño altos y espera la misma actitud por parte de los demás.

• • • ¿QUÉ TIPO DE LÍDER SOY? • • •

SU PRINCIPAL OBJETIVO ES CREAR CONSENSO Y COMPROMISO ENTRE SUS COLABORADORES PARA LA CONSECUCIÓN DE TAREAS COMUNES. DESTACA POR SU CAPACIDAD PARA ESCUCHAR LAS OPINIONES DE SU EQUIPO.



Democrático

"¿Qué opinás?"
Busca el consenso a través de la participación. Mantiene reuniones con su equipo durante los procesos de decisión.

SE BASA EN LA CONSECUCIÓN DE RESULTADOS EXCELENTES QUE SUPEREN LAS EXPECTATIVAS. LIDERÁ CON EL EJEMPLO POR LO QUE SE UTILIZA EN EL DESARROLLO DE COLABORADORES MUY MOTIVADOS Y COMPETENTES QUE TENGAN UN NIVEL ALTO DE DESEMPEÑO.



De referencia

"Hacé lo que hago"
Lidera con el ejemplo. Se fija estándares de desempeño altos y espera la misma actitud por parte de los demás.

AYUDA A QUE SUS COLABORADORES SE DESARROLLEN PROFESIONALMENTE PARA CONSEGUIR SU MÁXIMO POTENCIAL EN EL LARGO PLAZO. CONTINUAMENTE PROPORCIONA FEEDBACK A SU EQUIPO, ASÍ COMO ORIENTACIÓN SOBRE SU DESEMPEÑO PROFESIONAL



Coach

"Probá esto"
Desarrolla a las personas. Da prioridad al feedback y al apoyo. Se centra más en el desarrollo que en las tareas.

¿QUÉ TIPO DE LÍDER SOY?

Directivo

"¡Hacé lo que te digo!"

Demandá cumplimiento de inmediato.
Supervisa de cerca las acciones de sus
colaboradores.



Motivador

"¡Vení conmigo!"

Moviliza a otros hacia una visión.
Marca objetivos pero deja libertad
sobre cómo conseguirlos. e



Afiliativo

"Las personas son lo primero"

Crea armonía y relaciones
emocionales. Identifica oportunidades
para dar feedback positivo y evitar el
confrontamiento.



Democrático

"¿Qué opinás?"

Busca el consenso a través de la
participación. Mantiene reuniones con
su equipo durante los procesos de
decisión.



De referencia

"Hacé lo que hago"

Lidera con el ejemplo. Se fija
estándares de desempeño altos y
espera la misma actitud por parte de
los demás.



Coach

"Probá esto"

Desarrolla a las personas. Da prioridad
al feedback y al apoyo. Se centra más
en el desarrollo que en las tareas.



¿Cuál es tu mix?

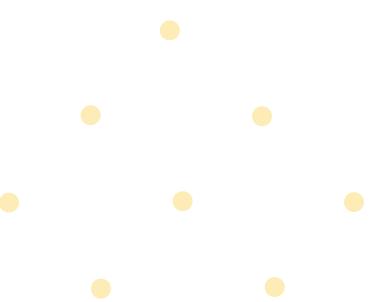
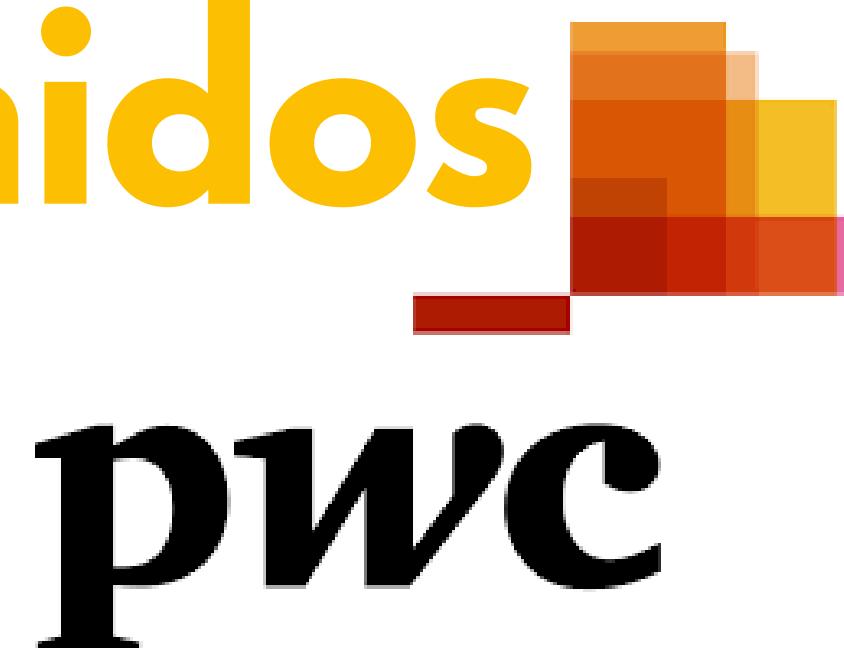
INGRESAR A [WWW.MENTI.COM](http://www.menti.com)



menti.com
8101 5630

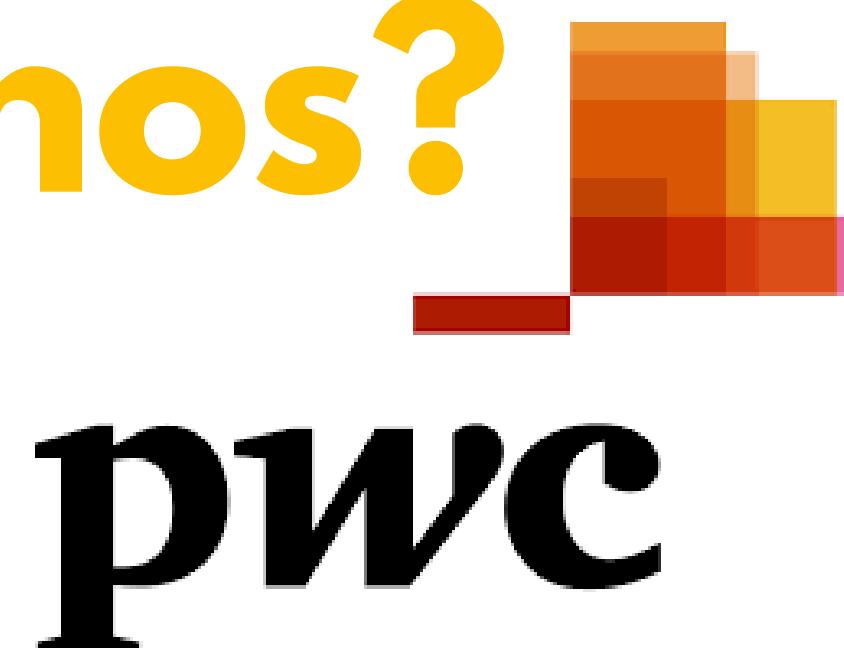


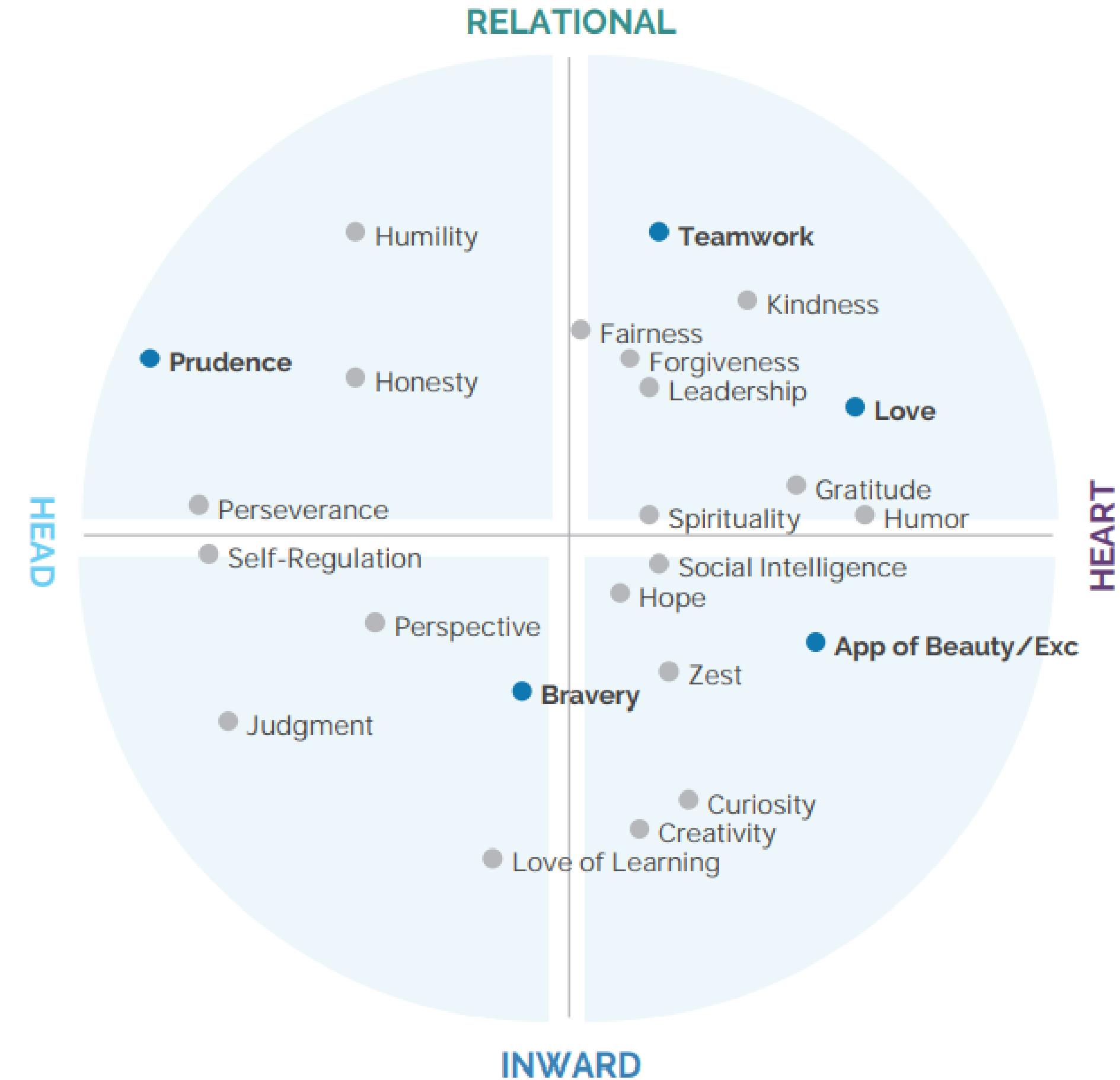
Bienvenidos





¿Que hicimos?





BOXES

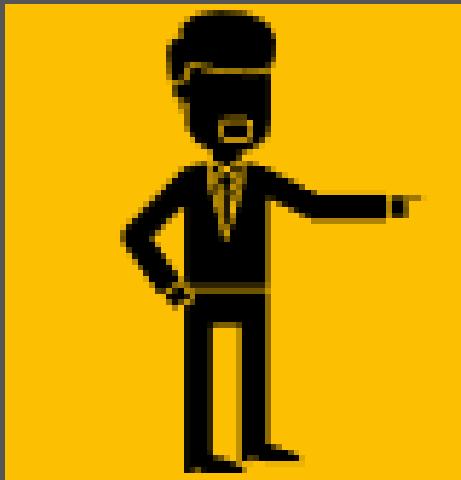


¿QUÉ TIPO DE LÍDER SOY?

Directivo

"¡Hacé lo que te digo!"

Demandá cumplimiento de inmediato.
Supervisa de cerca las acciones de sus
colaboradores.



Motivador

"¡Vení conmigo!"

Moviliza a otros hacia una visión.
Marca objetivos pero deja libertad
sobre cómo conseguirlos. e



Afiliativo

"Las personas son lo primero"

Crea armonía y relaciones
emocionales. Identifica oportunidades
para dar feedback positivo y evitar el
confrontamiento.



Democrático

"¿Qué opinás?"

Busca el consenso a través de la
participación. Mantiene reuniones con
su equipo durante los procesos de
decisión.



De referencia

"Hacé lo que hago"

Lidera con el ejemplo. Se fija
estándares de desempeño altos y
espera la misma actitud por parte de
los demás.

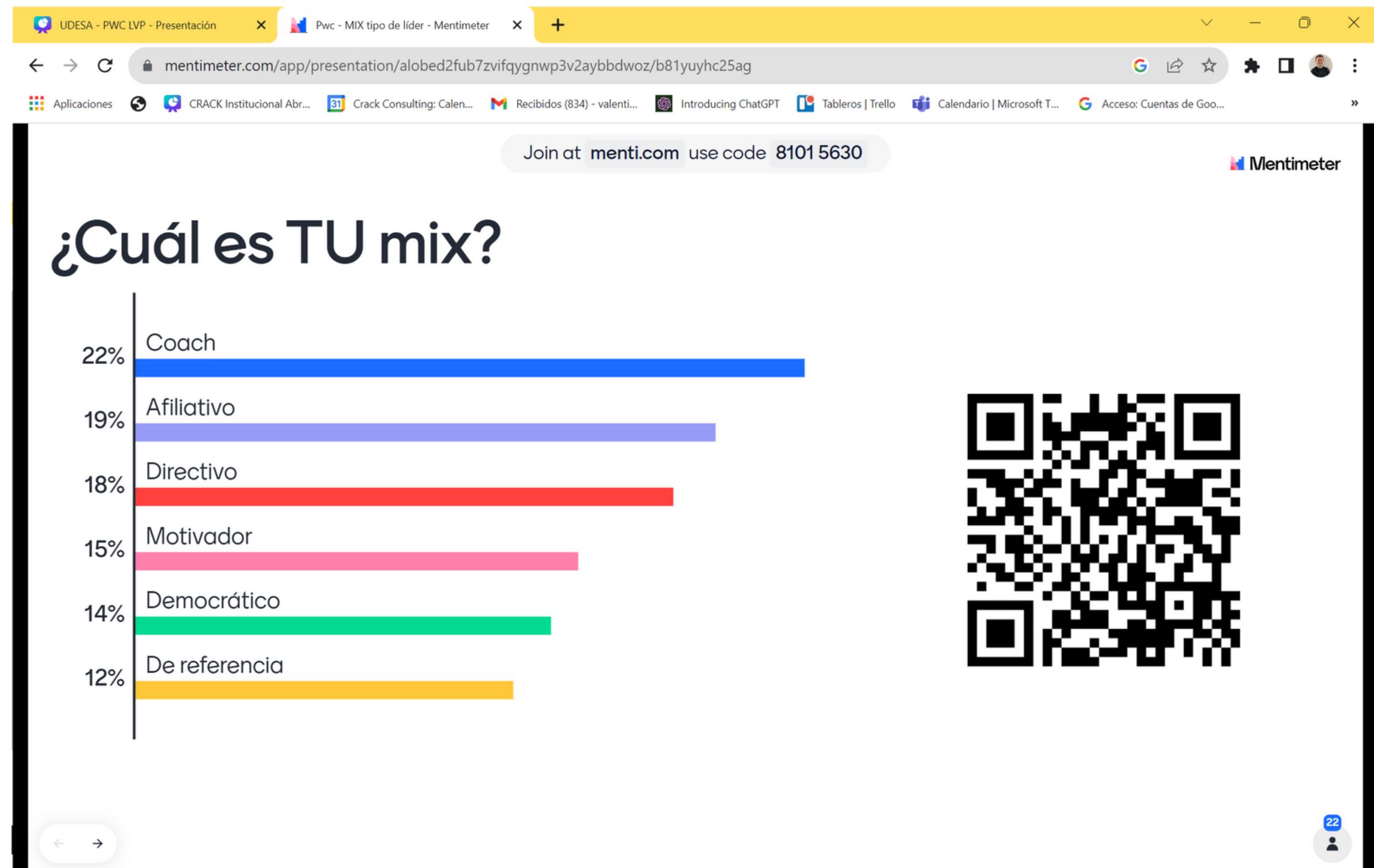


Coach

"Probá esto"

Desarrolla a las personas. Da prioridad
al feedback y al apoyo. Se centra más
en el desarrollo que en las tareas.





RANKING

Si pudieras vivir la vida de uno de ellos, ¿cuál elegirías?



MARADONA



MANDELA



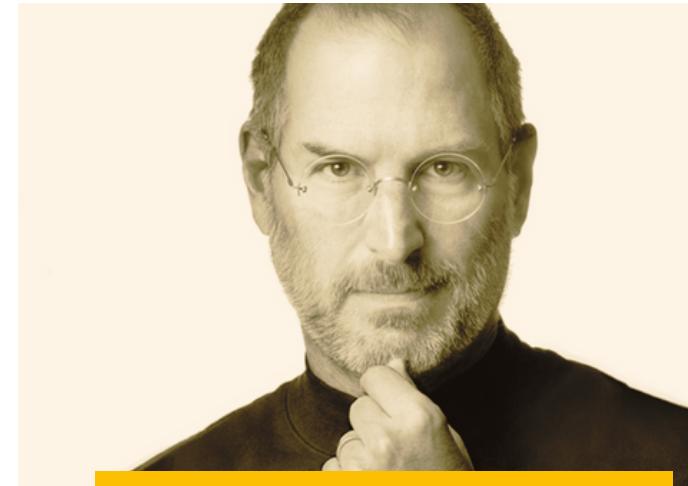
FRANCISCO



SCALONI



MERKEL



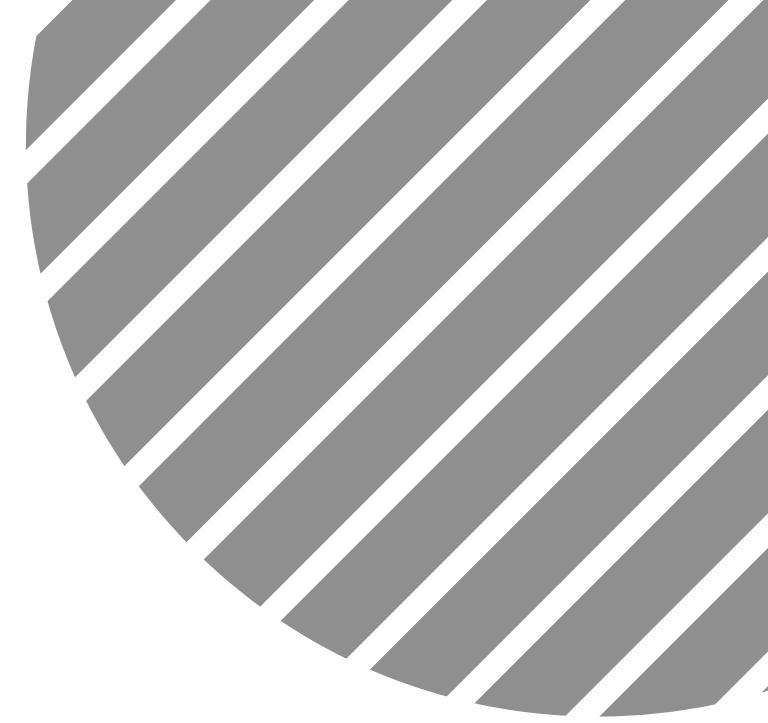
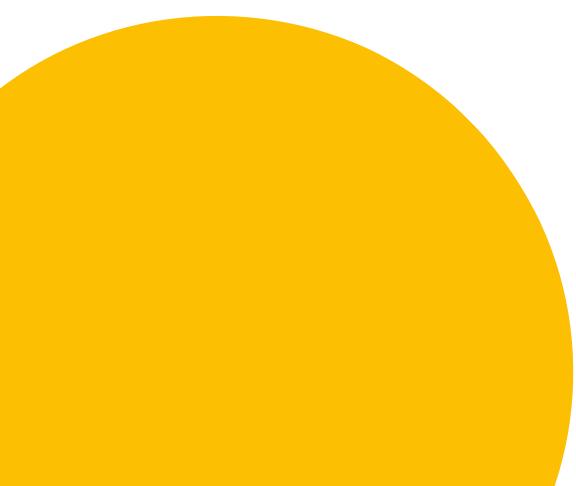
STEVE JOBS



MADONNA

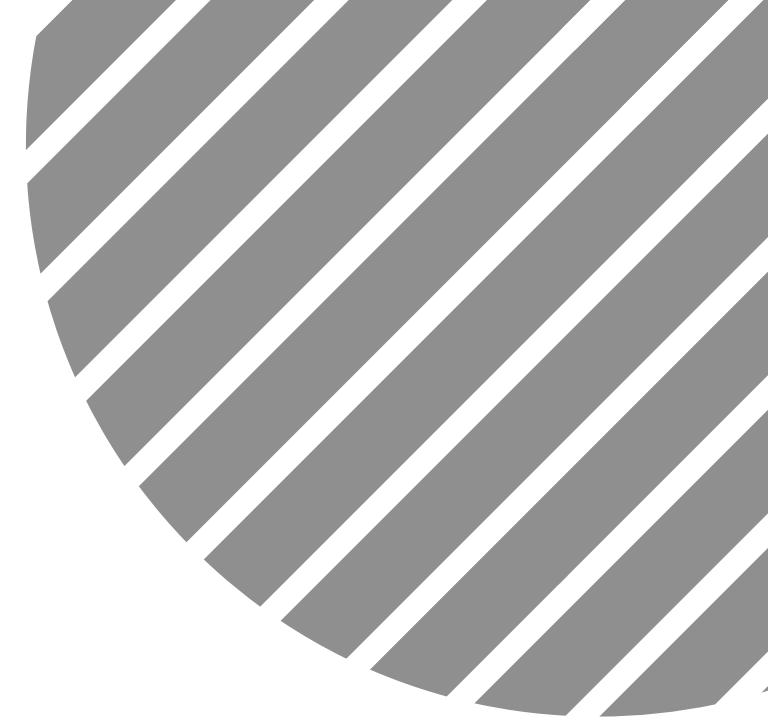
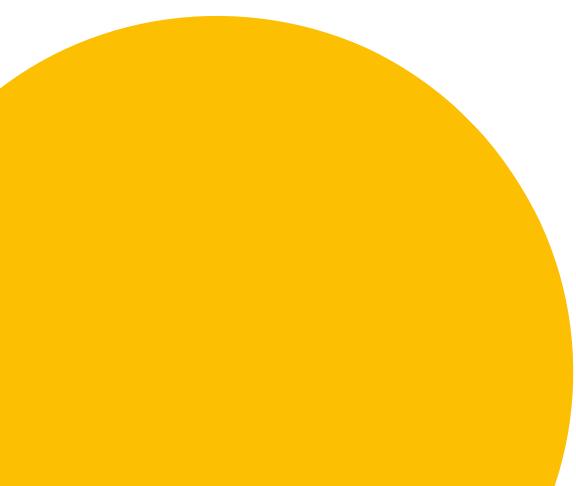


DONALD TRUMP

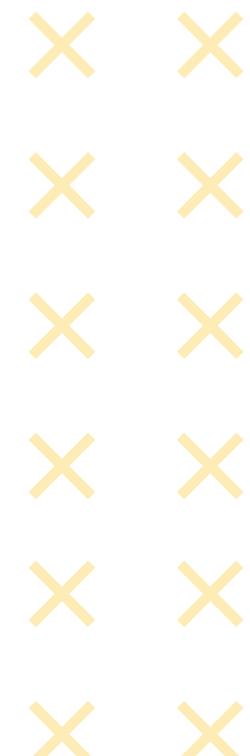


**Tu propuesta de
valor HOY**





**Hablemos de
TUS líderes**



	EMPRESA	JEFE	QUE TOMÉ	QUE RECHACÉ	QUE EMOCIÓN REGISTRÉ	LO VOLVERÍAS A ELEGIR ?
1	VENTAS LIBRERÍA	M	DISTANCIA SOCIAL	APATÍA	NEGATIVA	NO
2	MINIMERCADO	A	BUEN HUMOR	SUPERFICIALIDAD	POSITIVA	NO
3	TELEMARKETING	M	HUMANIDAD	DESCONOCIMIENTO TECNICO	POSITIVA	SI
4	BANCO RIO	J	RESOLUTIVO	LOBBYSTA	POSITIVA	SI
5	BANCO RIO	G	DISCIPLINA	PERSECUTIVO	NEGATIVA	NO
6	BANCO RIO	M	TRANSFORMACIÓN	LOBBSMO	POSITIVA	SI
7	GILLETTE	C	PERSEVERANTE	SIEMPRE TÁCTICO	POSITIVA	NO
8	GILLETTE	R	PRESENCIA	INSEGURIDAD	NEGATIVA	NO
9	GILLETTE	D	METODICO	MUY METODICO	POSITIVA	NO
10	GILLETTE	R	COMPROMISO	BURNOUT	NEGATIVA	NO
11	GILLETTE	A	INSPIRACIÓN	DESORDEN	POSITIVA	SI
12	GILLETTE	A	POLITICAL SAVVY	INDIVIDUALISMO	NEGATIVA	NO
13	P&G	L	TEMPLANZA	APERTURA A CONTAR LO QUE PIENSA	POSITIVA	SI
14	MONDELEZ	M	LOCUACIDAD	FALSEDAD	NEGATIVA	NO

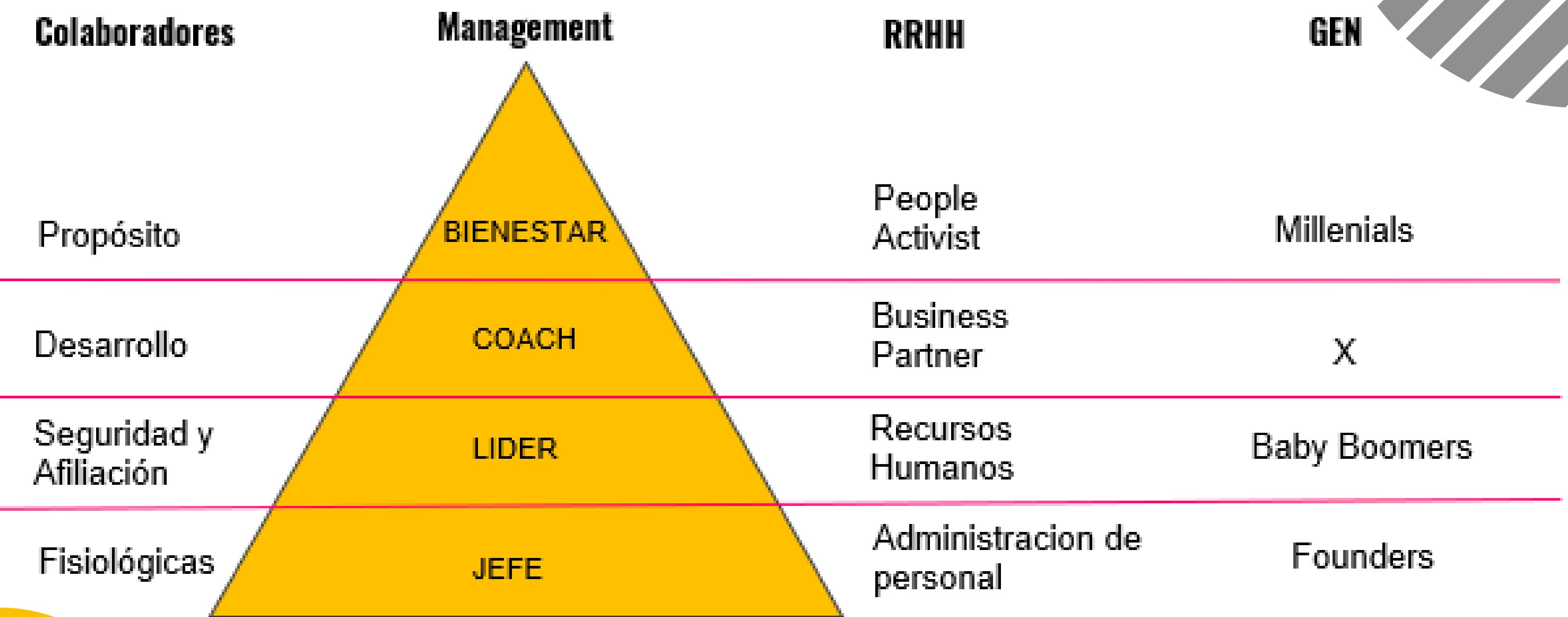
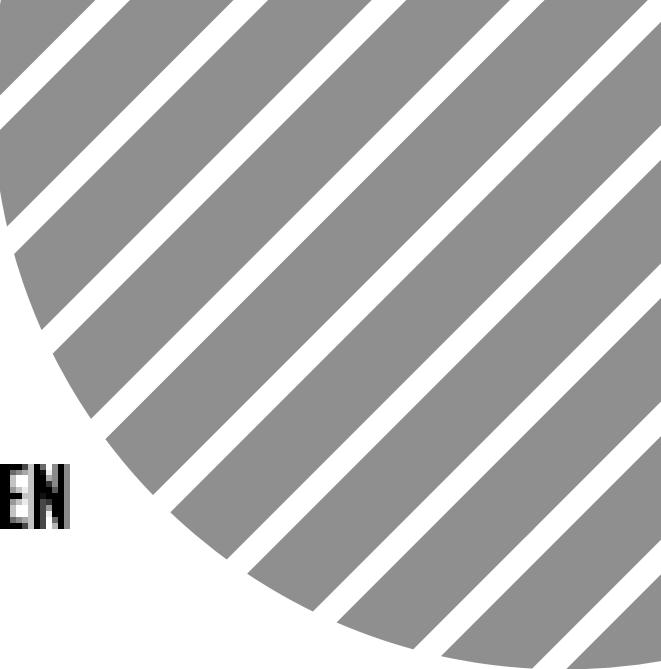
...

SER ÚTIL
ES
AGREGAR
VALOR




$$S = R - E$$


Evolución de las expectativas





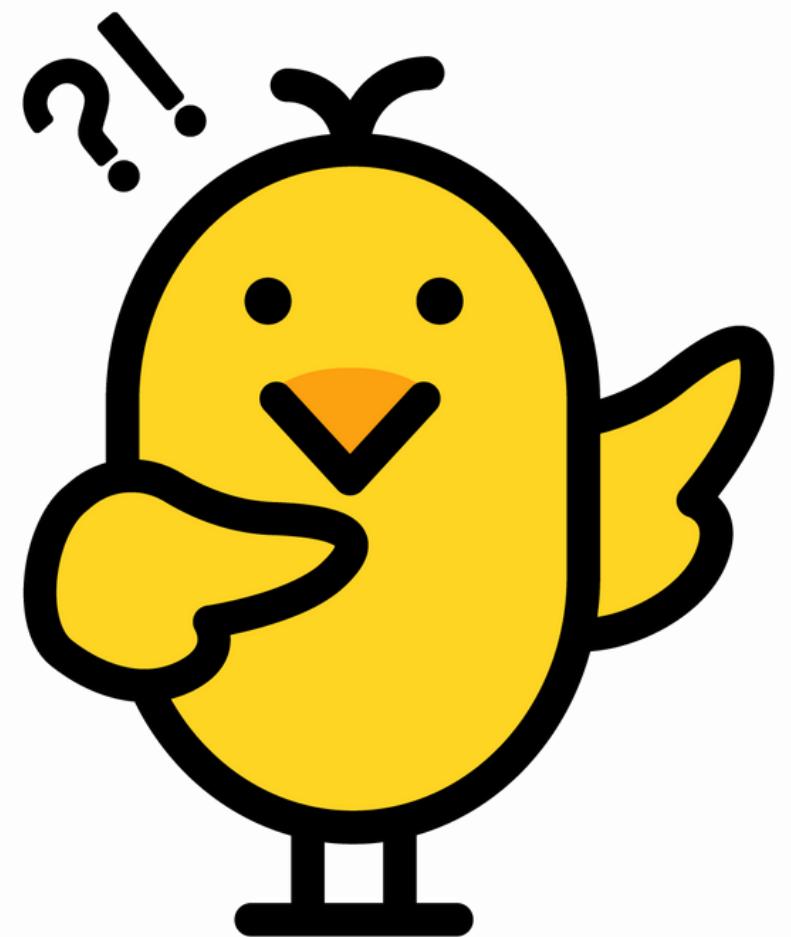
TENSIONES

TENSIÓN 1: un estado final inspirador contra metas desafiantes

TENSIÓN 2: el control jerárquico contra la democratización del cambio

TENSIÓN 3: desarrollo de capacidades contra presión por obtener resultados

TENSIÓN 4: la creatividad contra la disciplina



¿Cuánto
conocemos
del otro?

X X X
X X X

¿Cuánto conocemos del otro?

SI NO CONOCÉS LA
RESPUESTA,
COMPLETAR CON "X"

X X X
X X X

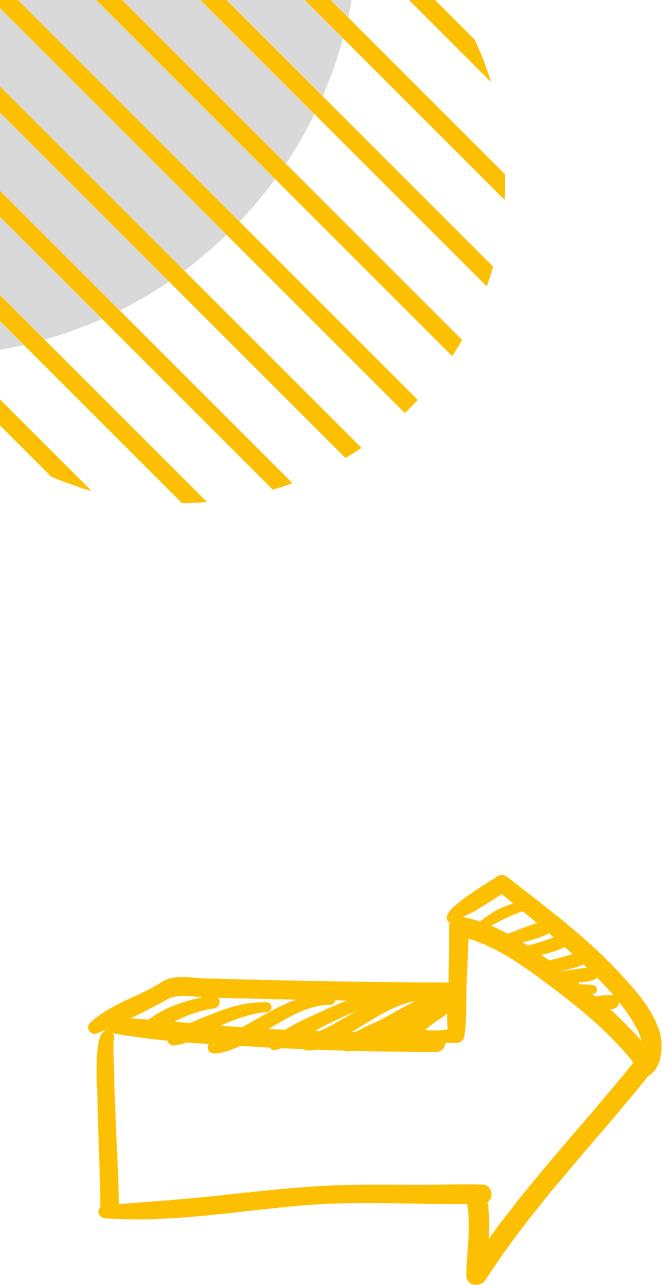
NOMBRE	1	2	3
Estado civil			
Barrio donde vive			
¿Estudió una camera? ¿Cuál?			
¿Habla otro idioma?			
Hermanos			
Último viaje			
¿Prefiere la mañana o la noche?			
¿Vive solo?			
¿Hace deportes?			
Último trabajo previo			
¿Qué tema le apasiona?			
¿Qué hace bien en términos profesionales?			
¿Qué le cuesta mucho esfuerzo hacer?			
Herramienta tecnológica que mejor domina			
Ambición profesional del mediano plazo			
Lo que más le gusta del trabajo			
Lo que menos le gusta del trabajo			
¿Qué lo motiva?			
¿Cómo le gusta ser reconocido/a?			





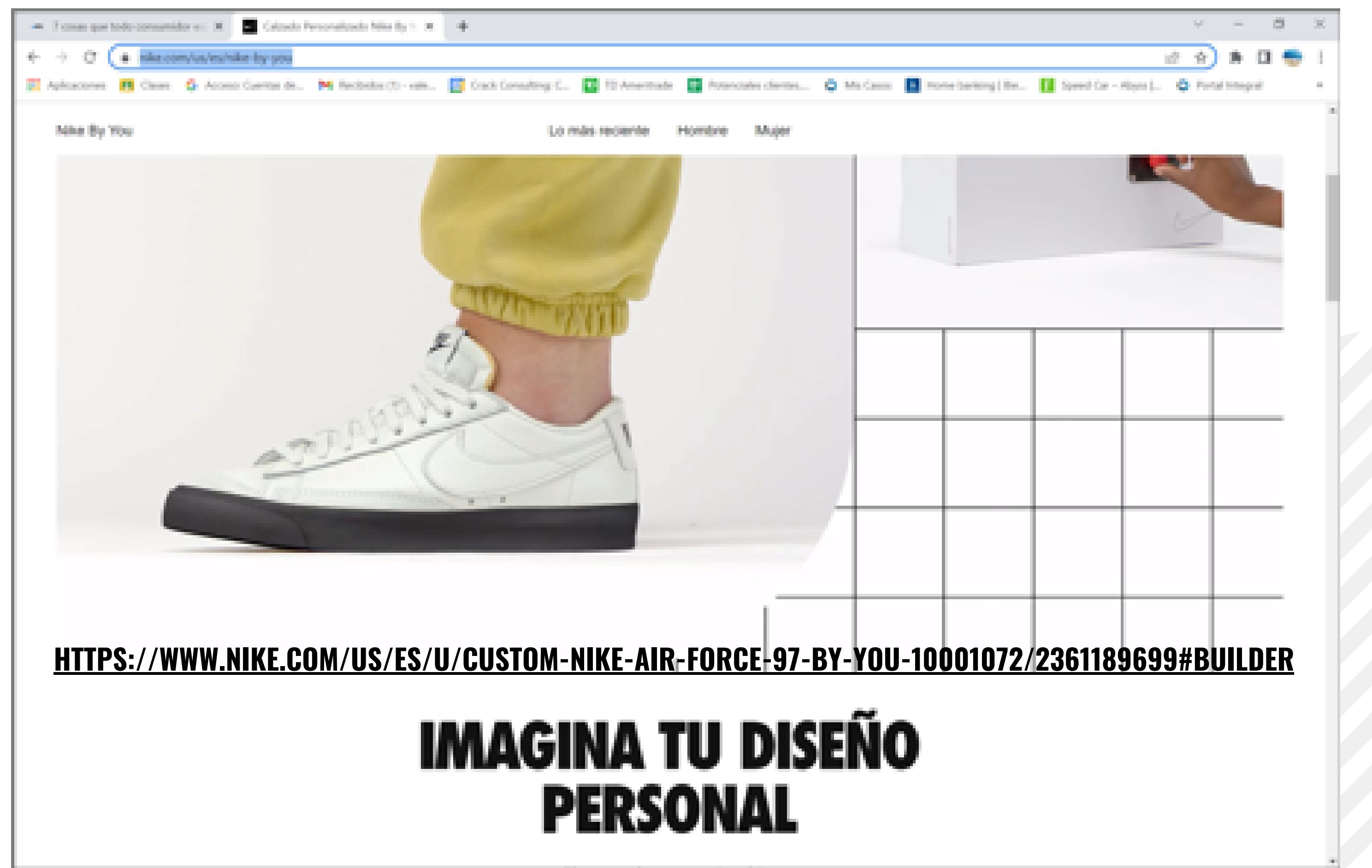
"El cliente puede elegir el auto del color que quiera, siempre y cuando sea negro"

Henry Ford



[HTTPS://WWW.NIKE.COM/US/ES/U/CUSTOM-NIKE-AIR-FORCE-97-BY-YOU-10001072/2361189699#BUILDER](https://www.nike.com/us/es/u/custom-nike-air-force-97-by-you-10001072/2361189699#builder)

**IMAGINA TU DISEÑO
PERSONAL**





**¿QUÉ
CAMBIÓ?**



La era de la personalización

Pero... ¿qué es?

SIGNIFICA GENERAR UNA OFERTA INDIVIDUALIZADA, LO MAS CAPILAR POSIBLE, REALIZANDO RECOMENDACIONES RELEVANTES CON EL OBJETIVOS DE GENERAR UNA EXPERIENCIA ÚNICA Y MEMORABLE



La era agraria





La era industrial

A photograph of a person's hand wearing a white shirt cuff, holding a blue printed circuit board (PCB) with white traces and components. The PCB is held horizontally, and the hand is positioned as if it's about to connect or plug it into something. The background is a dark, solid color.

La era digital

Personalización



Personalización

DIGITALIZACIÓN

+

TRANSFORMACIÓN





Sólido
Pesado
Seguro
Predecible
Soberbio

Flexible
Ágil
Inseguro
Focalizado en el individuo
Humilde



El mundo
digital
rompió el
paradigma
de lo masivo

¿Cómo nos entretenemos?

Guía de Cine canalxcanal • diáxdia **SEPTIEMBRE 1999**

MIERCOLES 1
RECOMENDAMOS

LOS EXPEDIENTES SECRETOS X
SERIE
Septiembre es el mes de los Expedientes Secretos X en Canal 20; por eso de lunes a viernes a las 21 hs., se emitirá un episodio de la serie de suspense más galardonada en la historia de la TV.
VERA TODOS LOS DÍAS A LAS 21 HS. FOX CANAL (Canal 27).

04.45 25	Suspense	58 SEPTIEMBRE - C.Dramática
05.00 11	Romántica	1 A SMALL CIRCLE OF FRIENDS - C.Dramática
05.25 43	Comedia	2 CORAZONES CAUTIVOS
06.00 10	Drama	3 ROUGE - Drama
06.25 25	Acción	4 EL TERCER HUESPED
06.30 26	Acción	5 CON LOS NERVIOS DE PUNTA - Acción
06.45 11	Comedia	6 PHOENIX - Acción
07.15 37	Comedia	7 PEQUEÑOS FUGITIVOS
07.30 58	Comedia	8 NUESTRA ULTIMA AVENTURA - Comedia
07.45 43	Comedia	9 HISTORIA DE DOS CIUDADES
08.00 10	Drama	10 MAS ALLA DE LA MEDIANOCHE - Aventura
08.15 11	Acción	11 SOY DEL TIEMPO DE GARDEL - Musical
08.30 24	Infantil	12 RIDE WITH THE WIND
08.45 11	Vibraciones - Drama	13 EL PRINCIPIO
08.50 24	Suspense	14 VIBRACIONES - Drama
09.00 11	Comedia	15 TIBURON, LA VENGANZA - Serie
09.15 11	Comedia	16 RESCATAME - Comedia
09.30 24	Comedia	17 SONANDO CON LOS PECES - Serie
09.45 11	Comedia	18 FORMULA PARA AMAR - Romántica
10.00 10	Comedia	19 UN PADRE PARA JOEY - Drama
10.15 11	Comedia	20 BUFFY, LA CAZAVAMPIROS - Serie
10.30 24	Comedia	21 TAHITI'S GIRL - Suspense
10.45 11	Comedia	22 HIJO DEL RIO - Drama
10.50 24	Comedia	23 CINE PREMIER PRESENTA - Serie
11.05 44	Comedia	24 EL SECRETO - Suspense
11.20 25	Comedia	25 THE BLACK WINDMILL - Drama
11.35 43	Comedia	26 REENCUENTRO Y DESENCUENTRO - Drama
11.50 43	Comedia	27 INSIDE EDGE - Policial
12.05 59	Comedia	28 EL RETRATO DE DORIAN GRAY - Drama
12.20 11	Comedia	29 OPCIONES DIFÍCILES - Drama
12.35 11	Comedia	30 SIN ESCAPE ALGUNO - Suspense
12.50 10	Comedia	31 MILLENNIUM - C.Ficción
12.55 43	Comedia	32 DE QUE SE RIEN LAS MUJERES? - Comedia
13.00 48	Comedia	33 LA CIGARRA - Comedia
13.15 58	Comedia	34 CINE PREMIER PRESENTA - Serie
13.30 25	Comedia	35 ANA DE LOS MIL DIAS - Drama
13.45 44	Comedia	36 MUERTOS DE MIEDO - Drama
13.50 43	Comedia	37 RASTROS ROJOS - Thriller
14.05 11	Comedia	38 LA OJUA - Terror
14.20 25	Comedia	39 EL TATUAJE DE TERESA - Comedia
14.35 48	Comedia	40 CUATRO PICARDOS BOMBEROS - Comedia
14.50 26	Comedia	41 TAHTIS' GIRL - Suspense
14.55 43	Comedia	42 RIESGO A BORDO - Thriller
15.00 44	Comedia	43 MONSEÑOR - Drama
15.15 40	Comedia	44 REHESRAL FOR MURDER - Suspense

NETFLIX DISTINGUE ENTRE LAS SERIES QUE VEMOS MÁS RÁPIDAMENTE (CONSUMIENDO CAPÍTULOS DURANTE MÁS DE 2 HORAS SEGUIDAS), Y AQUELLAS QUE VEMOS MÁS TRANQUILAMENTE, TODO ELLA PARA CONOCER CON LA MAYOR EXACTITUD CUÁLES SON NUESTROS GUSTOS Y PREFERENCIAS.



CONVERSORES
ACONDICIONADOS ESPECIALMENTE PARA LA LÍNEA DE CABLEVISION

CONVERSORES NUEVOS
CON CONTROL REMOTO
OFERTAS VALIDAS POR ESTE MES
DE DESDE \$89.99
Hasta Agotar Stock

SOPORTES
T.V. Y VIDEO
\$49.90
Instalación GRATUITA
Candado Electrónico para teléfonos
OFERTAS VALIDAS POR ESTE MES
DE DESDE \$14.90

CONTROLES REMOTOS
TODAS LAS MARCAS Originales y Reemplazos Inteligentes DESDE \$30.00
REPARACIONES CON GARANTIA ESCRITA

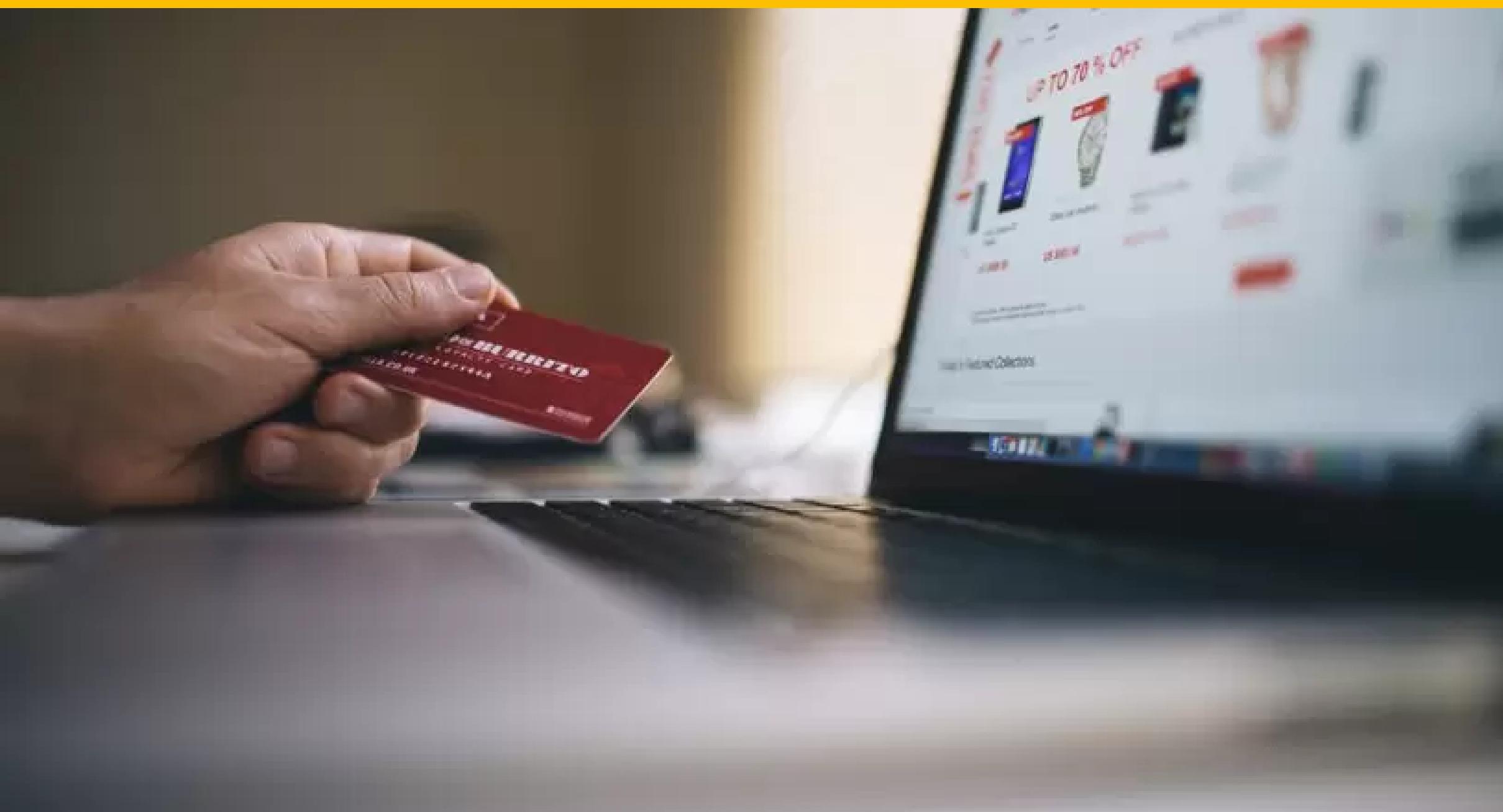
SERVICIO TECNICO
• TELEVISORES
• VIDEO CASSETTERAS
• REMOTOS
• CONVERSORES

REPARACIONES CON GARANTIA ESCRITA

RAYBOR INGENIERIA ELECTRONICA PTE. ROCA 947 - 4212910

¿Cómo compramos?

EL E-COMMERCE CRECIÓ UN 81% EN PANDEMIA



mercado
libre

GOTO
digital

¿Cómo nos trasladamos?

EL TIEMPO AHORRADO POR DÍA PARA LOS USUARIOS DE GOOGLE MAPS A TRAVÉS DE LA FUNCIONALIDAD DE TRÁFICO ES DE 2 AÑOS

GOOGLE MAPS RUTEA 12 BILLONES DE MILLAS POR AÑO. EQUIVALEN A 47.619 VIAJES A LA LUNA



¿Cómo nos conocemos?





airbnb

uber

Conectan.

No producen nada.

The Digital Maslow





EL RECURSO MÁS VALORADO EN EL
MUNDO NO ES EL PETRÓLEO. ES LA DATA.



Tribuna

Por **Eduardo Manchón**

La decadencia de los jefes: por qué el poder ha cambiado y ahora lo tiene el empleado

El dinero y el poder está pasando a quienes son capaces de ejecutar de verdad. Cuando la gestión de personas ya no implica liderazgo, ni capacidad de decisión, ser jefe ya no tiene 'glamour'... ni sentido



Elon Musk, fundador y CEO de Tesla y SpaceX. (Reuters)

Por **Eduardo Manchón**

19/11/2021 - 12:37 Actualizado: 19/11/2021 - 16:24

“...Cariño, me han ascendido!” siempre ha sido una frase victoriosa. Hasta



Eduardo Manchón
[Ver más artículos](#)

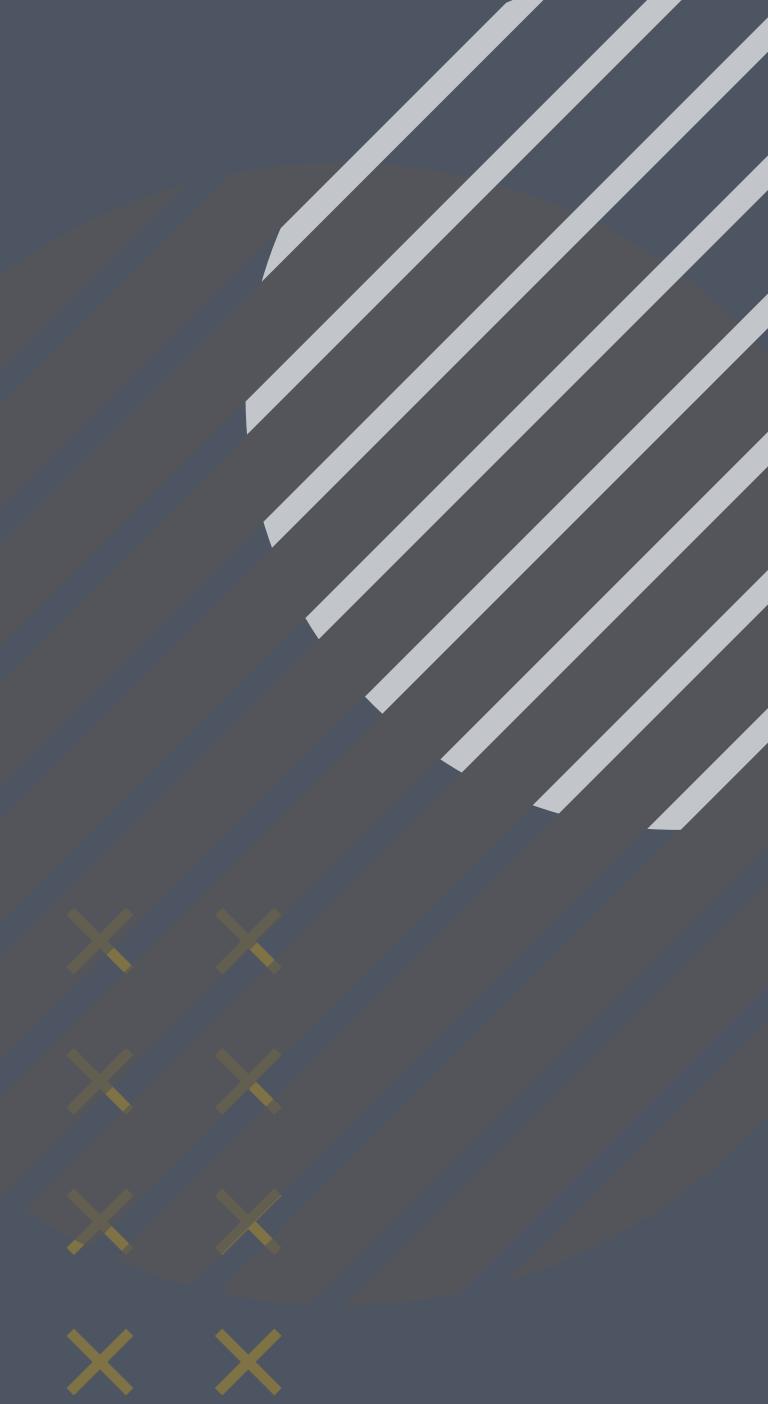
Eduardo Manchón es CEO de Mailtrack, un complemento para...

El mundo de la gestión de las personas comienza a imitar al de los consumidores.

¿Qué estamos haciendo?

LOS TALENTOS DEMANDAN LO MISMO
QUE LOS CONSUMIDORES.





**NUESTRA MAYOR FORTALEZA,
ES NUESTRA DEBILIDAD.**

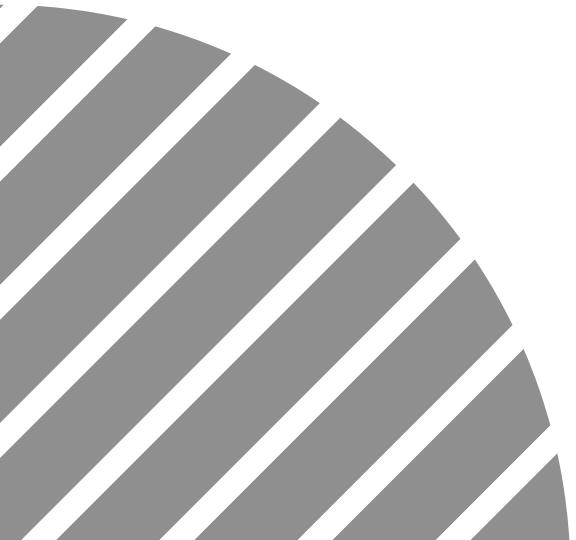




**NUESTRA MAYOR FORTALEZA,
ES NUESTRA DEBILIDAD.**

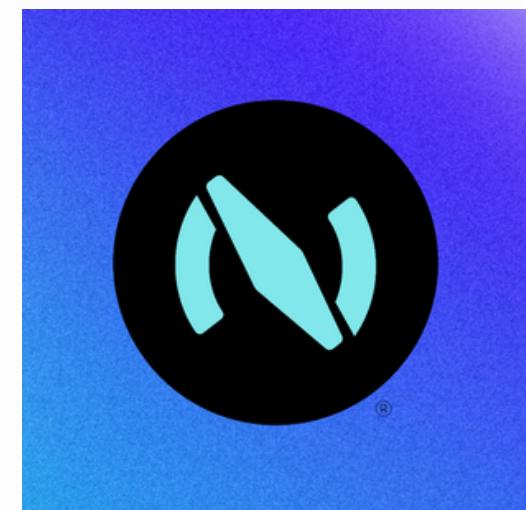
La gestión de las personas 360° aún tiene
clientes cautivos.

**Si fuesen libres...
¿nos elegirían
nuevamente?**





¿Se está
transformando?



NAWAIAM

LARA

slik

LARA - INTELIGENCIA
ARTIFICIAL

 degreed

 Maslow

Medallia





▶ 0:00 / 2:05





EN MODO BETA

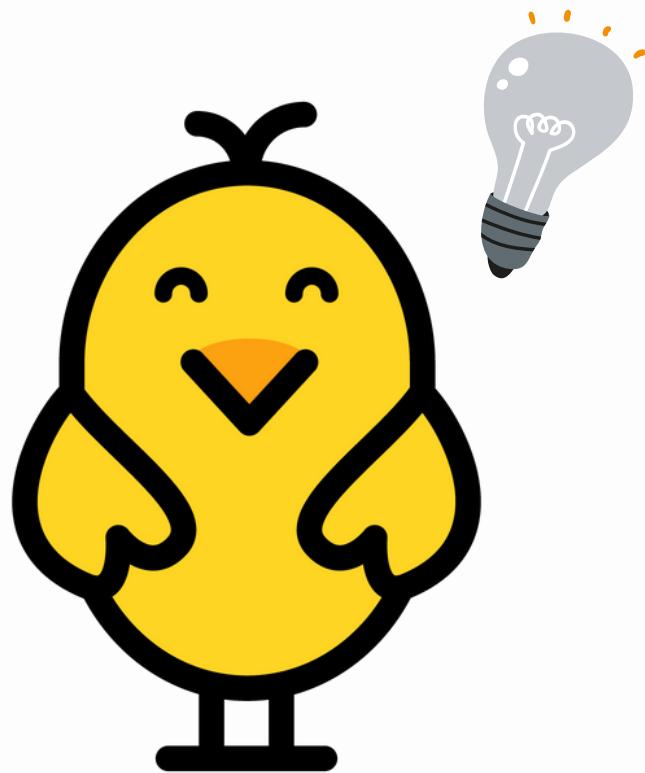
LA VENTAJA DE FALLAR
RÁPIDO



**¿DESDE DÓNDE
OPERAMOS?**

**NUESTRO PUNTO
DE PARTIDA**

¿Cuál es TU
propuesta de valor?



¿Cómo me veo?



¿Cómo me ven?

CRACK
CONSULTING



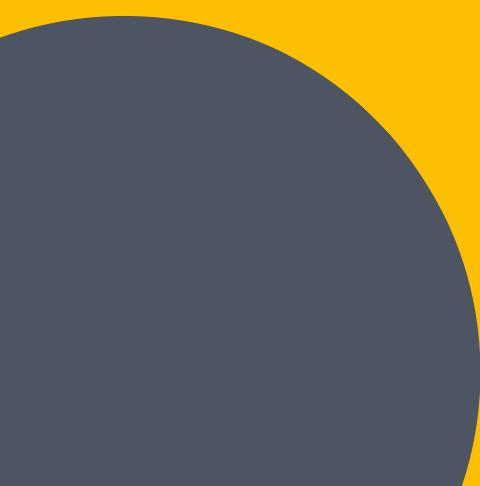
100



0



100



0

Cuánto me importa lo que dicen los demás de mí

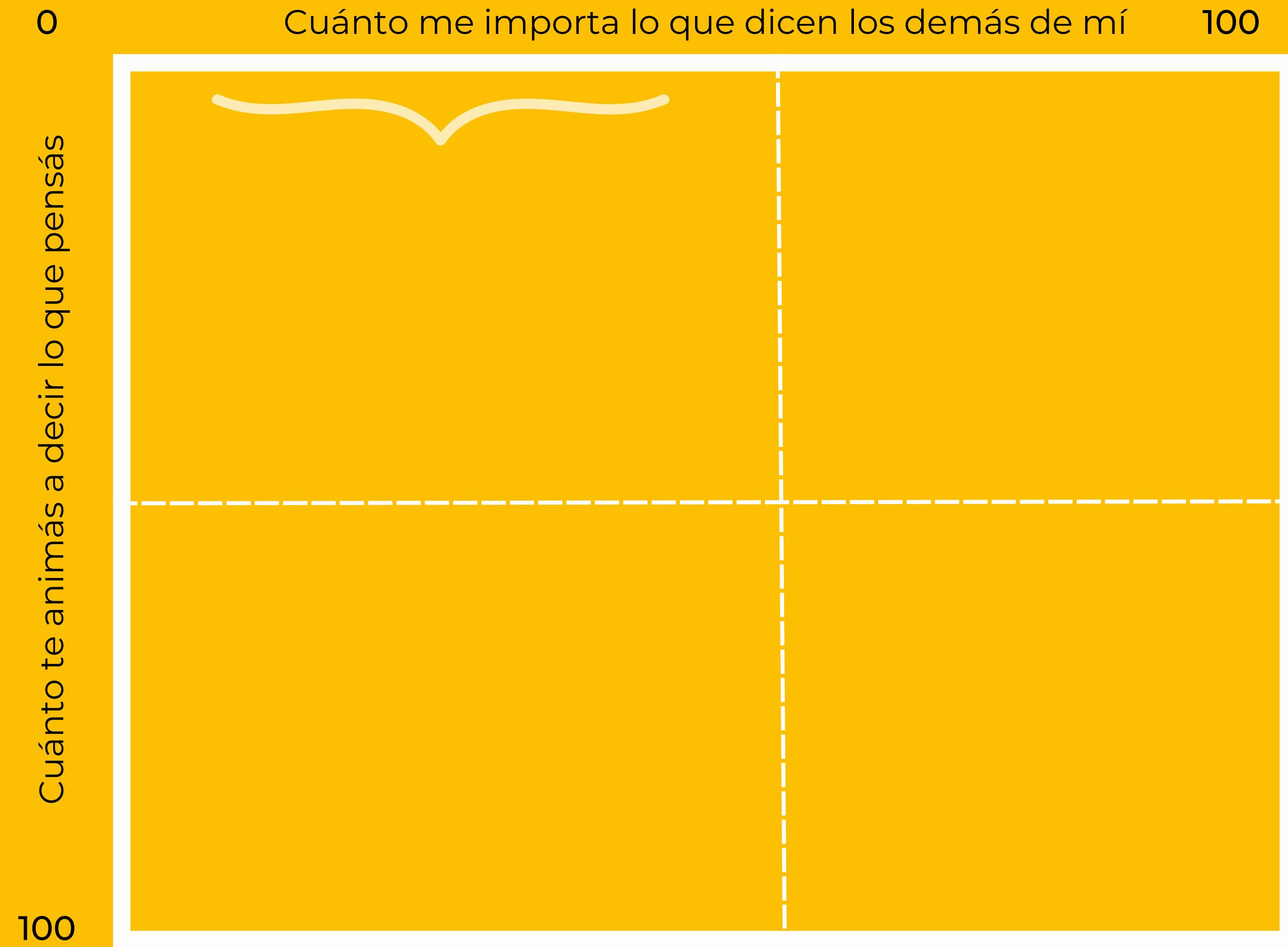


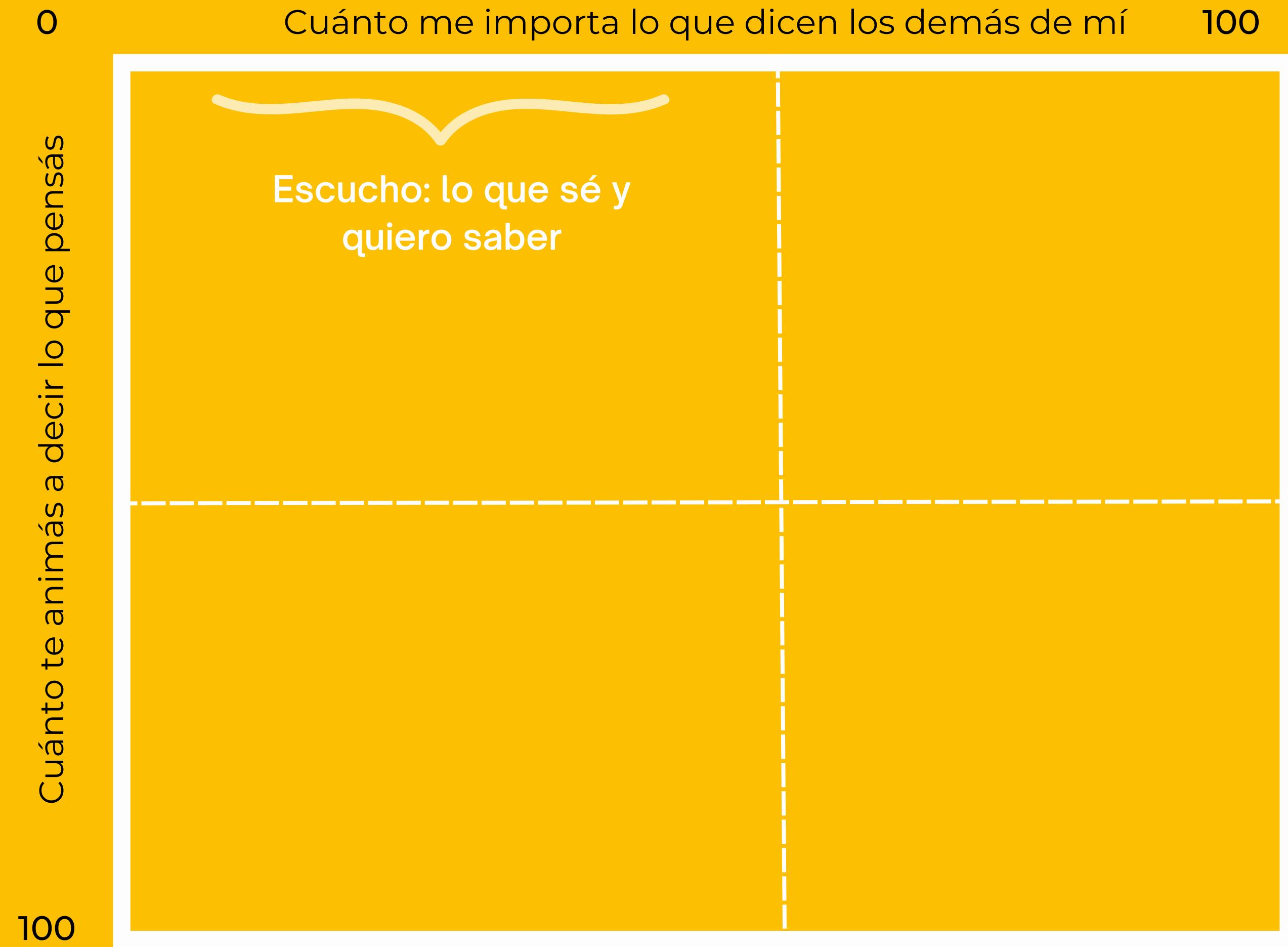
100



100







0

Cuánto me importa lo que dicen los demás de mí

100

Cuánto te animás a decir lo que pensás

Escucho: lo que sé y
quiero saber

No escucho: no lo sé y no
lo quiero saber

100

0

Cuánto me importa lo que dicen los demás de mí

100

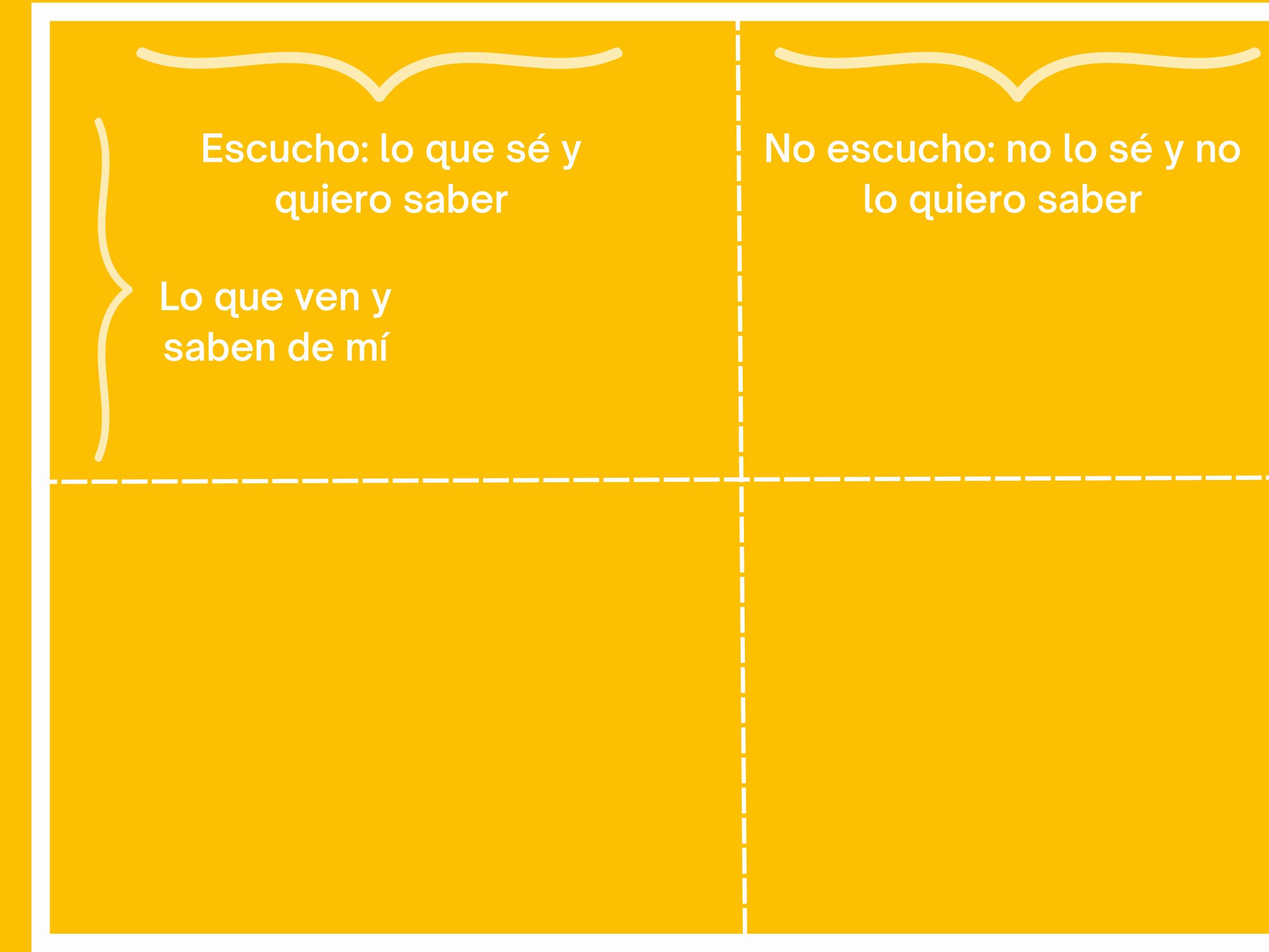
Cuánto te animás a decir lo que pensás

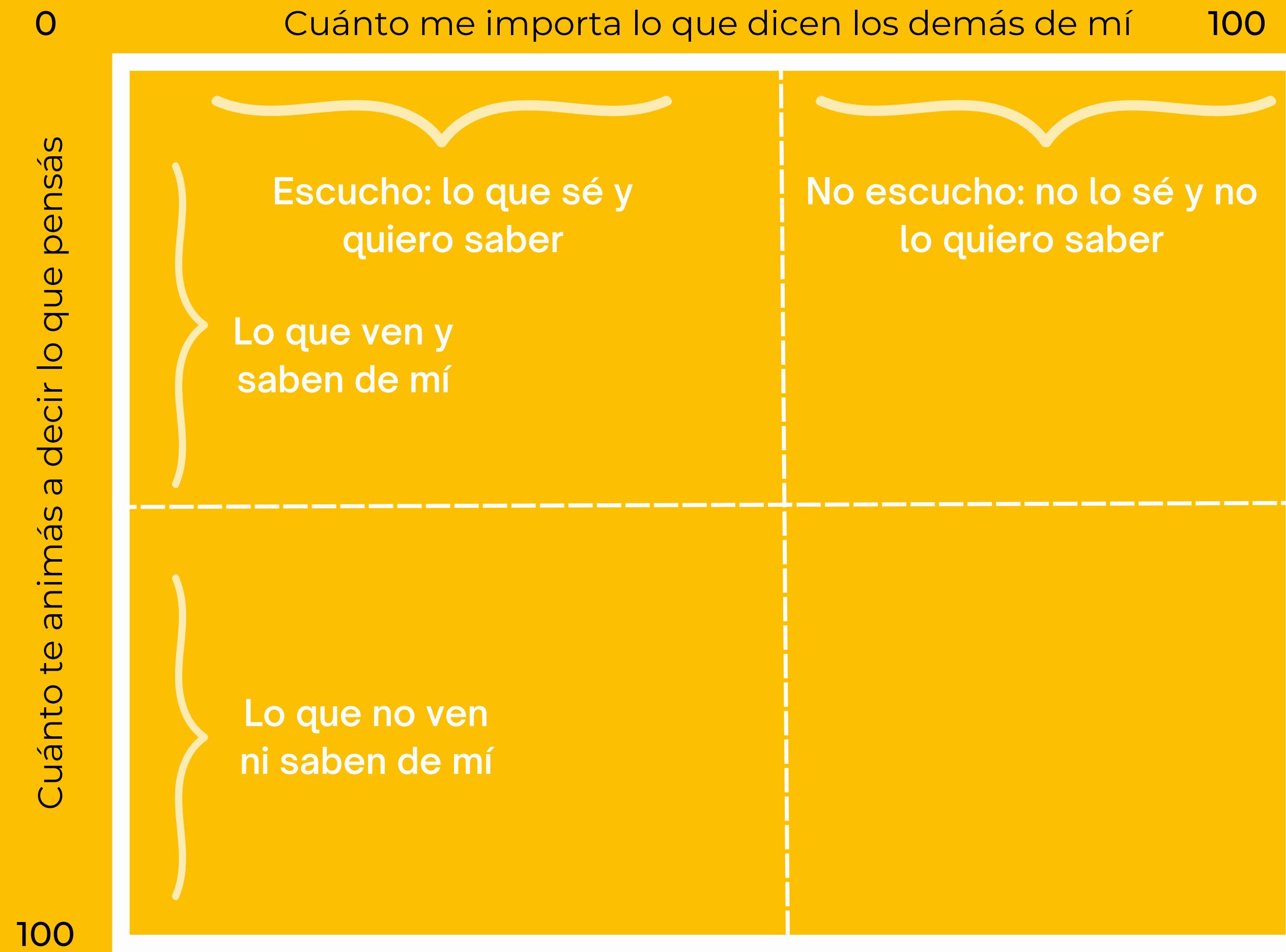
100

Escucho: lo que sé y
quiero saber

Lo que ven y
saben de mí

No escucho: no lo sé y no
lo quiero saber













TU
SUPERPODER



MI PROPUESTA DE VALOR



El Mercado Laboral

INFO DE LOS 31 AGLOMERADOS URBANOS

POBLACIÓN	NÚMEROS	%
ECONÓM. ACTIVA	13,9 millones	100%
DESOCUPADOS	1 millón	7,2%
OCUPADOS	12,9 millones	92,8%

El Mercado Laboral

ASALARIADOS
72,5%
9.4 millones

INFO DE LOS 31 AGLOMERADOS URBANOS

POBLACIÓN	NÚMEROS	%
ECONÓM. ACTIVA	13,9 millones	100%
DESOCUPADOS	1 millón	7,2%
OCUPADOS	12,9 millones	92,8%

El Mercado Laboral

NO ASALARIADOS
27,5% 3,6 millones

ASALARIADOS
72,5%
9.4 millones

INFO DE LOS 31 AGLOMERADOS URBANOS

POBLACIÓN	NÚMEROS	%
ECONÓM. ACTIVA	13,9 millones	100%
DESOCUPADOS	1 millón	7,2%
OCUPADOS	12,9 millones	92,8%

El Mercado Laboral

NO ASALARIADOS
27,5% 3,6 millones

ASALARIADOS
72,5%
9.4 millones

TRABAJADORES
REGISTRADOS
(SECTOR PRIVADO)
62,78%
5.9 millones

INFO DE LOS 31 AGLOMERADOS URBANOS

POBLACIÓN	NÚMEROS	%
ECONÓM. ACTIVA	13,9 millones	100%
DESOCUPADOS	1 millón	7,2%
OCUPADOS	12,9 millones	92,8%

El Mercado Laboral

NO ASALARIADOS
27,5% 3,6 millones

ASALARIADOS
72,5%
9.4 millones

NO REGISTRADOS
3.5M - 37,5%

TRABAJADORES
REGISTRADOS
(SECTOR PRIVADO)
62,5%
5.9 millones

INFO DE LOS 31 AGLOMERADOS URBANOS

POBLACIÓN	NÚMEROS	%
ECONÓM. ACTIVA	13,9 millones	100%
DESOCUPADOS	1 millón	7,2%
OCUPADOS	12,9 millones	92,8%

El Mercado Laboral

NO ASALARIADOS
27,5% 3,6 millones

ASALARIADOS
72,5%
9.4 millones

NO REGISTRADOS
3.5M - 37,5%

TRABAJADORES
REGISTRADOS
(SECTOR PRIVADO)
62,78%
5.9 millones

DENTRO DE
CONVENIO
88%

INFO DE LOS 31 AGLOMERADOS URBANOS

POBLACIÓN	NÚMEROS	%
ECONÓM. ACTIVA	13,9 millones	100%
DESOCUPADOS	1 millón	7,2%
OCUPADOS	12,9 millones	92,8%

El Mercado Laboral

NO ASALARIADOS
27,5% 3,6 millones

ASALARIADOS
72,5%
9.4 millones

NO REGISTRADOS
3.5M - 37,5%

TRABAJADORES
REGISTRADOS
(SECTOR PRIVADO)
62,78%
5.9 millones

FUERA DE CONVENIO
12%

DENTRO DE
CONVENIO
88%

INFO DE LOS 31 AGLOMERADOS URBANOS

POBLACIÓN	NÚMEROS	%
ECONÓM. ACTIVA	13,9 millones	100%
DESOCUPADOS	1 millón	7,2%
OCUPADOS	12,9 millones	92,8%

El Mercado Laboral

NO ASALARIADOS
27,5% 3,6 millones

ASALARIADOS
72,5%
9.4 millones

NO REGISTRADOS
3.5M - 37,5%

TRABAJADORES
REGISTRADOS
(SECTOR PRIVADO)
62,78%
5.9 millones

FUERA DE CONVENIO
12%

DENTRO DE
CONVENIO
88%

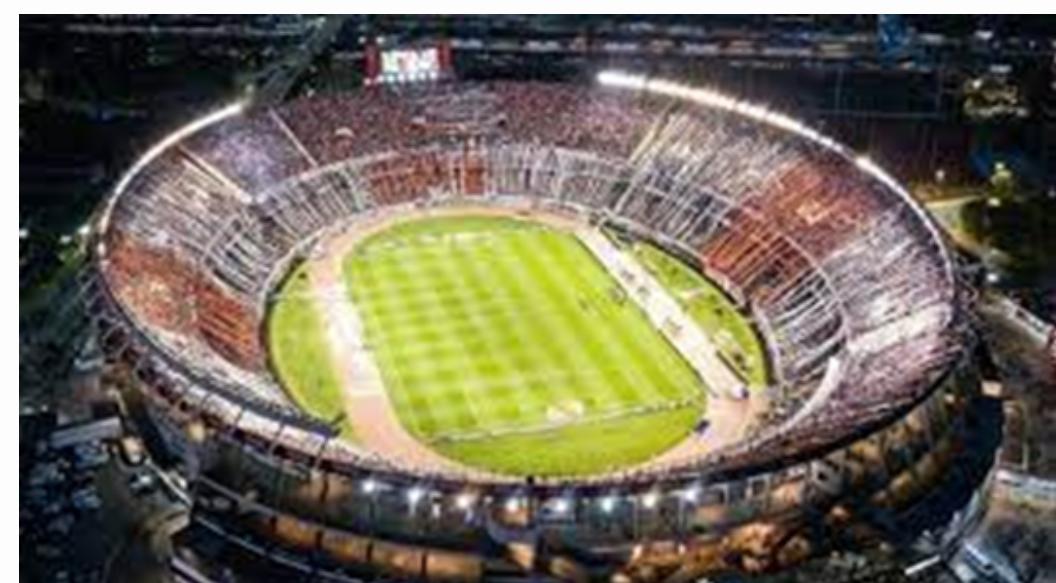
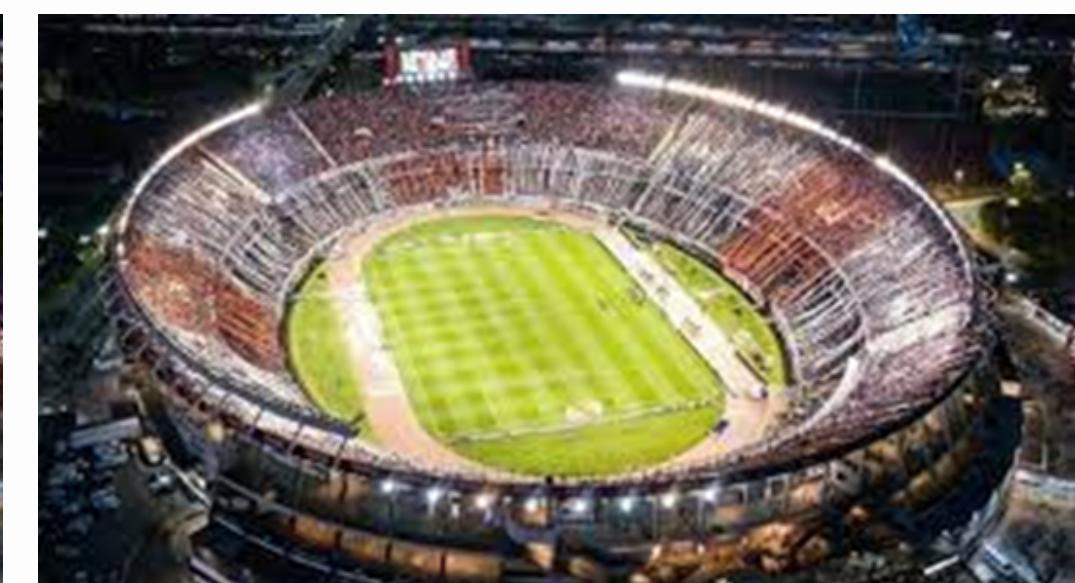
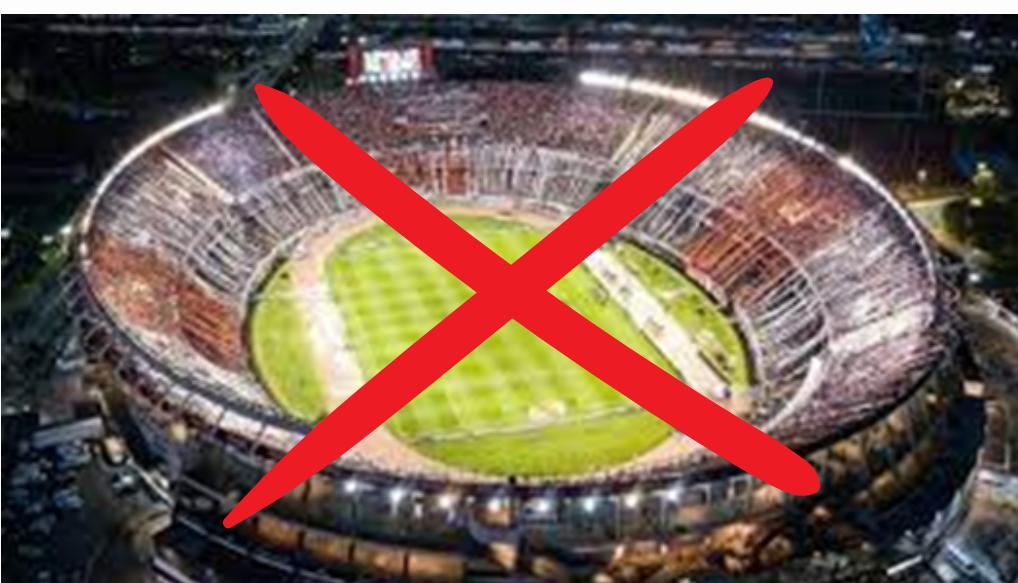
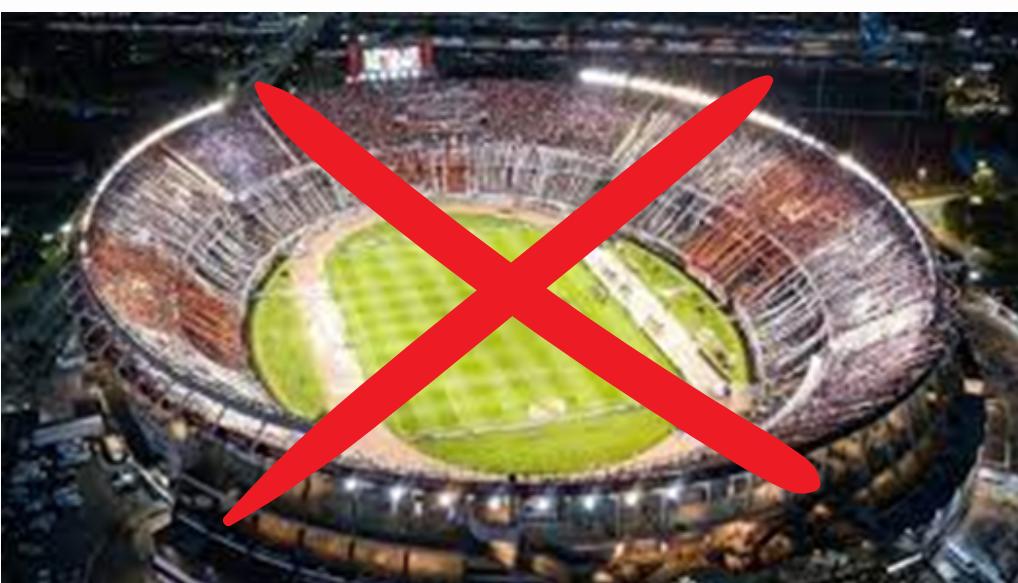
INFO DE LOS 31 AGLOMERADOS URBANOS

POBLACIÓN	NÚMEROS	%
ECONÓM. ACTIVA	13,9 millones	100%
DESOCUPADOS	1 millón	7,2%
OCUPADOS	12,9 millones	92,8%

0,7 millones
=
**0,5 % Mercado
Laboral**



**TALENTO JOVEN
(HASTA 25 AÑOS)**

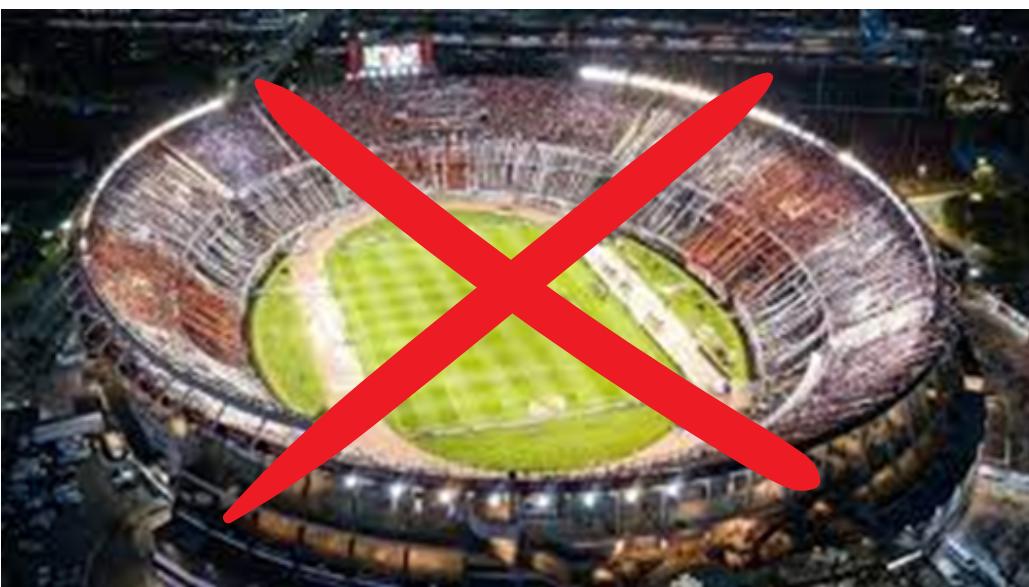
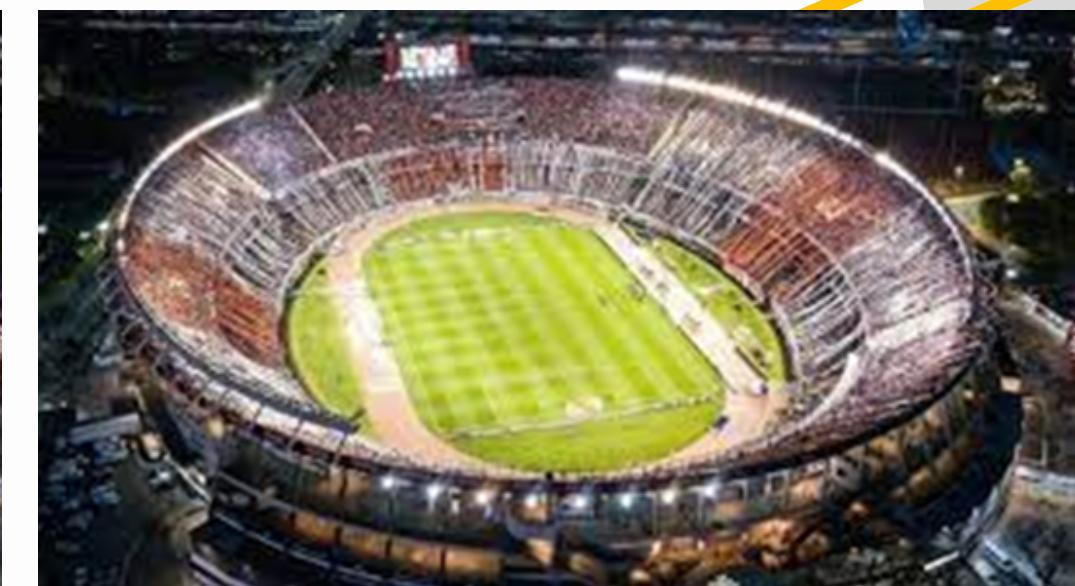




**TALENTO JOVEN
(HASTA 25 AÑOS)**



PROFESIONALES





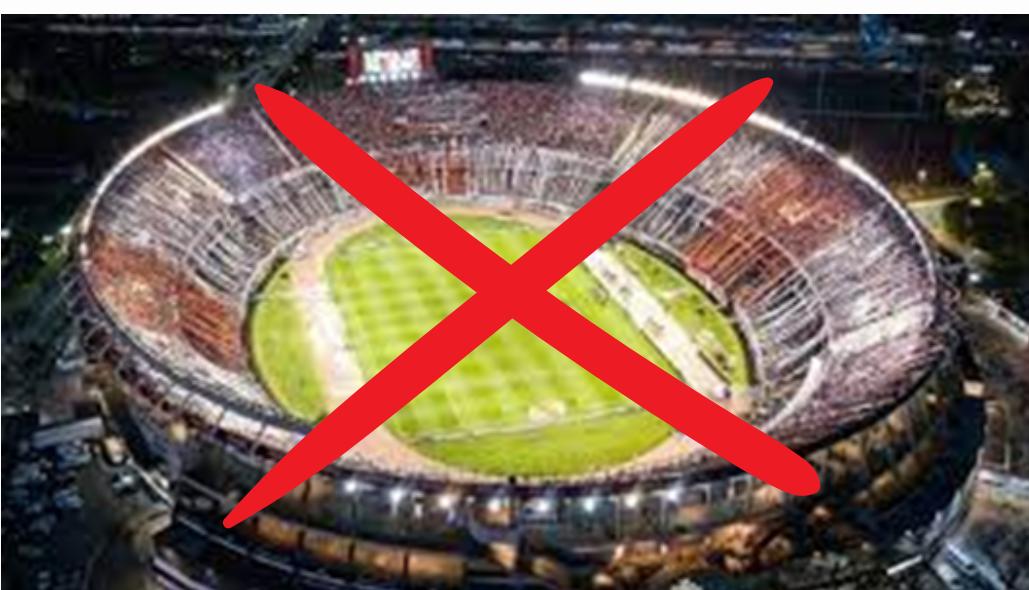
**TALENTO JOVEN
(HASTA 25 AÑOS)**



PROFESIONALES



**CARRERA
ESPECÍFICA**

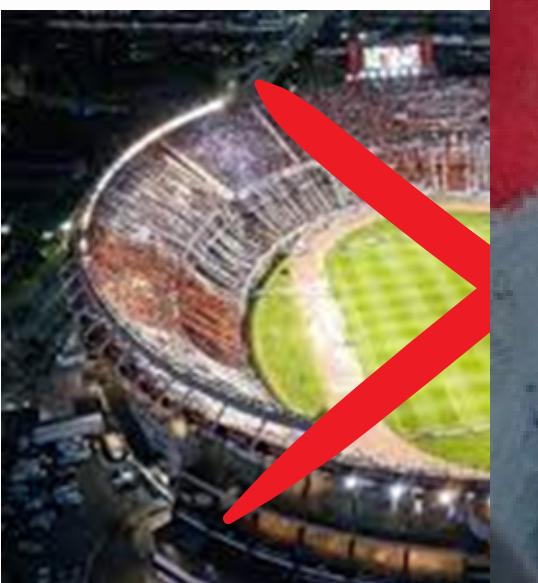




**TALENTO JOVEN
(HASTA 25 AÑOS)**



PROFESIONALES



**CARRERA
ESPECÍFICA**



**HABILIDADES
ESPECÍFICAS**



BILINGÜES



MI PROPUESTA DE VALOR



Una propuesta de

valor es una

declaración de

posicionamiento que

explica los beneficios

que podes proporcionar,

para quién, y cómo lo

haces singularmente

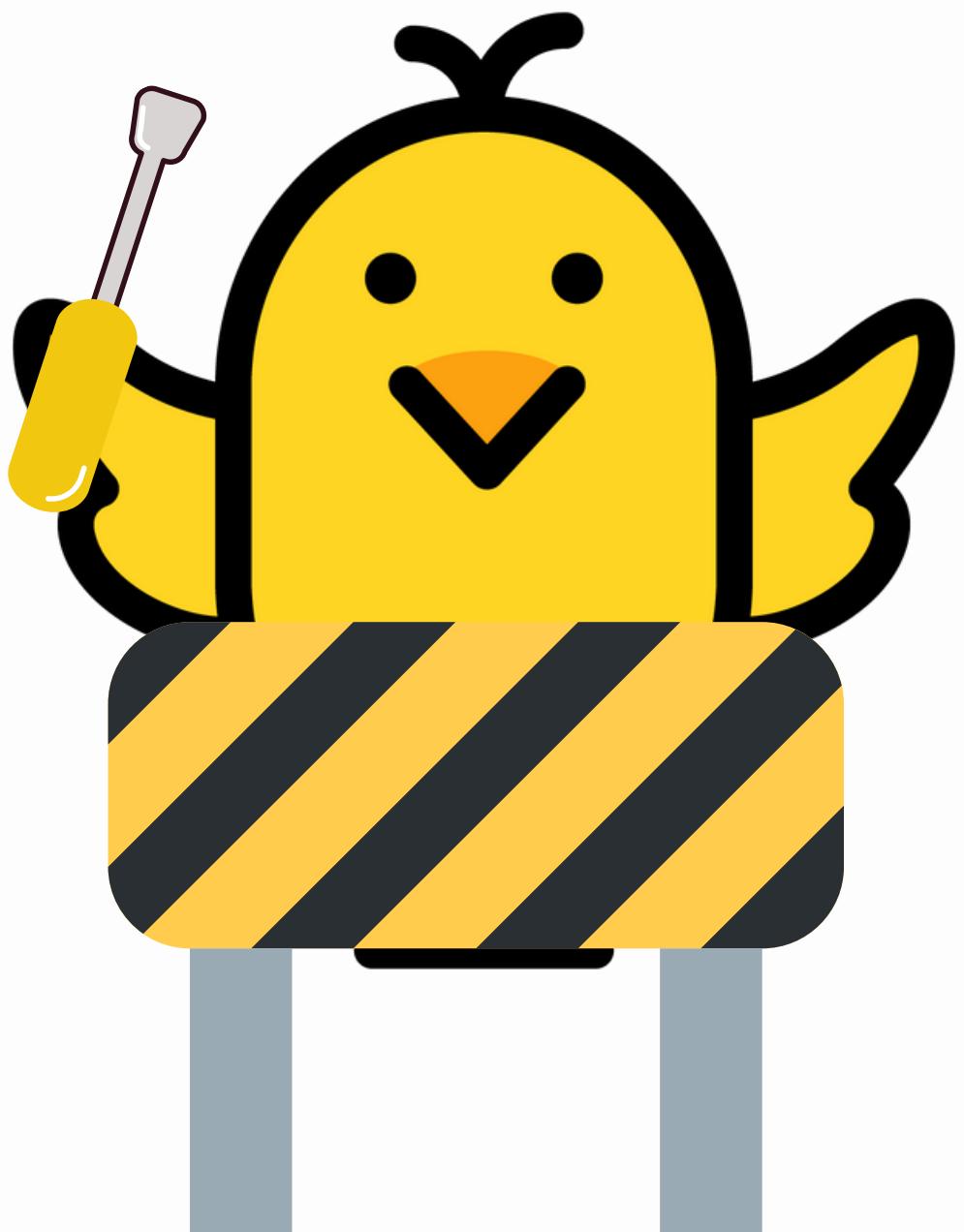
bien.



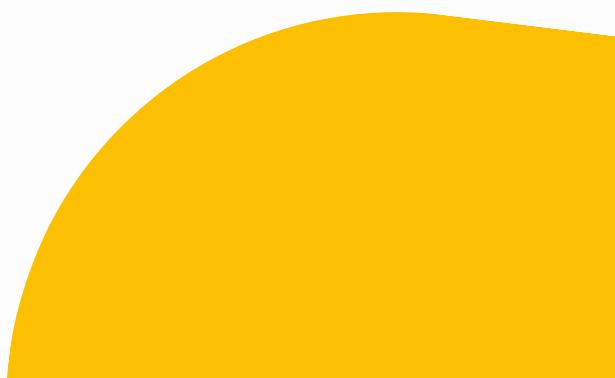


× ×
× ×
× ×
× ×

**TU
MARCA**



CONSTRUIR UNA PROPUESTA DE VALOR





Un producto VS una marca



Un producto VS una marca



Un sabor conocido

Crocantes y frescas

Enteras

65 grms

La construcción de una marca: caso Lay's

¿Cómo se describe
el producto?

La construcción de una marca: caso Lay's

¿Qué hace por mí?

¿Cómo se describe el producto?

La construcción de una marca: caso Lay's

¿Qué hace por mí?

¿Cómo se describe el producto?

¿Cómo me hace sentir?

La construcción de una marca: caso Lay's

¿Qué hace por mí?

¿Cómo se describe el producto?

¿Qué se dice sobre mí?

¿Cómo me hace sentir?

La construcción de una marca: caso Lay's

¿Qué hace por mí?

Placer simple,
tentador

¿Cómo se describe el producto?

¿Qué se dice sobre mí?

¿Cómo me hace sentir?

La construcción de una marca: caso Lay's

¿Qué hace por mí?

Le da disfrute al momento

Placer simple, tentador

¿Cómo se describe el producto?

¿Qué se dice sobre mí?

¿Cómo me hace sentir?

La construcción de una marca: caso Lay's

¿Qué hace por mí?

Le da disfrute al momento

Placer simple, tentador

¿Cómo se describe el producto?

¿Qué se dice sobre mí?

Illumina y aligera el ánimo

¿Cómo me hace sentir?

La construcción de una marca: caso Lay's

¿Qué hace por mí?

Le da disfrute al momento

Placer simple, tentador

¿Cómo se describe el producto?

¿Qué se dice sobre mí?

Genuino, fácil, espontáneo

Ilumina y aligera el ánimo

¿Cómo me hace sentir?

La construcción de una marca: caso Lay's

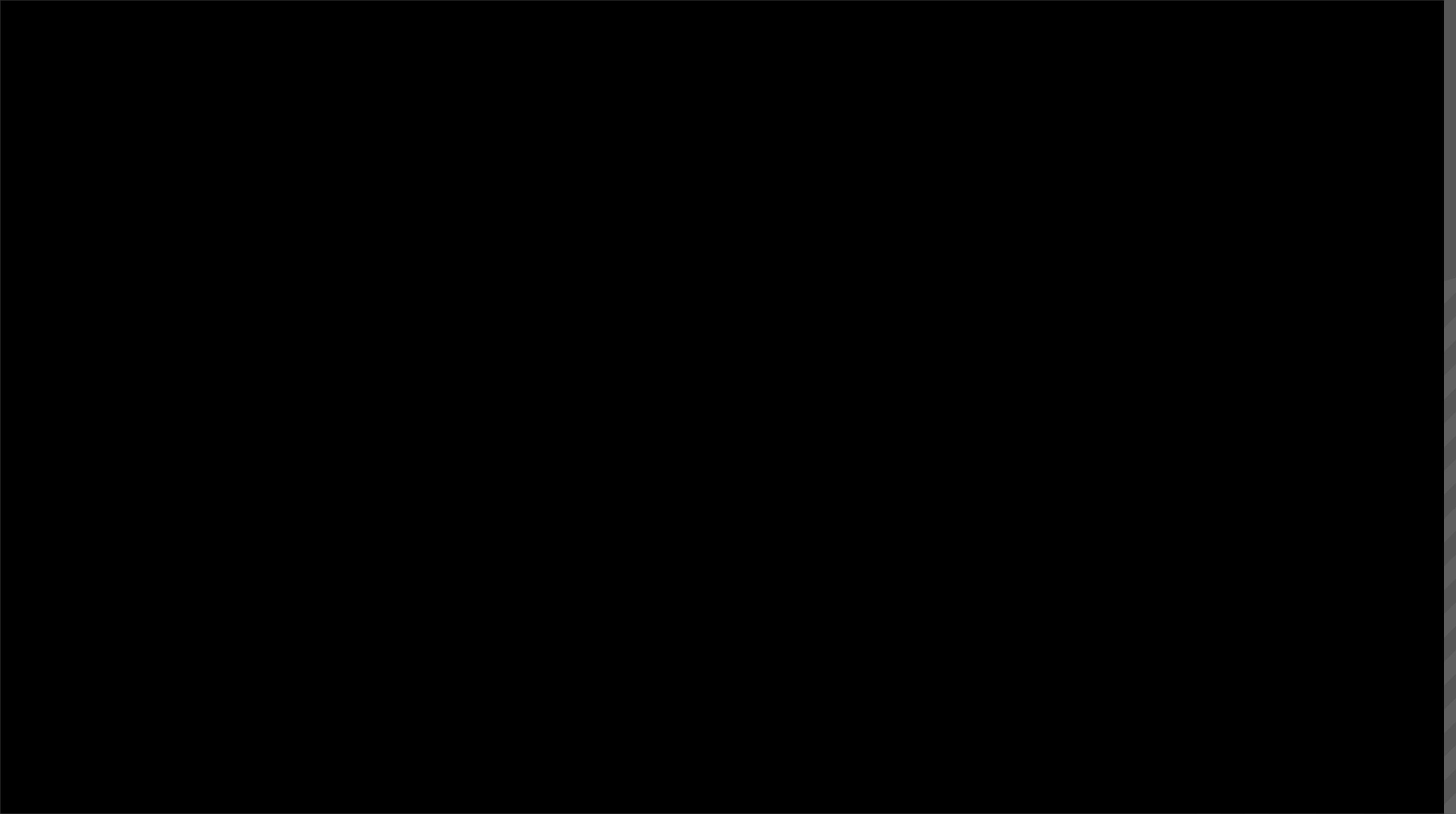
¿Qué hace por mí?	Le da disfrute al momento	Placer simple, tentador	¿Cómo se describe el producto?
¿Qué se dice sobre mí?	<p><u>Hechos y Símbolos</u></p> <p>Sonidos clave: crocante Colores clave: amarillo, rojo y blanco Ritual clave: no puedo no amar a lay's</p>	¿Cómo me hace sentir?	
Genuino, fácil, espontáneo	Ilumina y aligera el ánimo		

La construcción de una marca: caso Lay's

¿Qué hace por mí?	Le da disfrute al momento	Placer simple, tentador	¿Cómo se describe el producto?
	<p><u>Hechos y Símbolos</u></p> <p>Sonidos clave: crocante Colores clave: amarillo, rojo y blanco Ritual clave: no puedo no amar a lay's</p>		
¿Qué se dice sobre mí?	<p><u>Personalidad</u></p> <p>Brillante, amada, deseada, para todos, infecciosa</p>		¿Cómo me hace sentir?
	Genuino, fácil, espontáneo	Ilumina y aligera el ánimo	

La construcción de una marca: caso Lay's





La construcción de tu propuesta de valor

¿Cómo describo a la persona?

PERFIL

La construcción de tu propuesta de valor

¿Qué hace por
mí?

BENEFICIO

¿Cómo describo a la
persona?

PERFIL

La construcción de tu propuesta de valor

¿Qué hace por
mí?

BENEFICIO

¿Cómo describo a la
persona?

PERFIL

¿Cómo me hace
sentir?

IMPACTO

La construcción de tu propuesta de valor

¿Qué hace por mí?

BENEFICIO

¿Cómo describo a la persona?

PERFIL

¿Qué se dice sobre mí?

REPUTACIÓN

¿Cómo me hace sentir?

IMPACTO

La construcción de tu propuesta de valor

¿Qué hace por mí?

BENEFICIO

¿Qué se dice sobre mí?

REPUTACIÓN

Inspirador,
comprometido, simple ¿Cómo describo a la persona?

PERFIL

¿Cómo me hace sentir?

IMPACTO

La construcción de tu propuesta de valor

¿Qué hace por mí?

Me desarolla

BENEFICIO

¿Qué se dice sobre mí?

REPUTACIÓN

Inspirador,
comprometido, simple

¿Cómo describo a la persona?

PERFIL

¿Cómo me hace sentir?

IMPACTO

La construcción de tu propuesta de valor

¿Qué hace por mí?

Me desarrolla

BENEFICIO

¿Qué se dice sobre mí?

REPUTACIÓN

Inspirador,
comprometido, simple

¿Cómo describo a la persona?

PERFIL

¿Cómo me hace sentir?

Tranquilo, entusiasmado,
me brinda apoyo

IMPACTO

La construcción de tu propuesta de valor

¿Qué hace por mí?

BENEFICIO

Me desarrolla

¿Qué se dice sobre mí?

REPUTACIÓN

Profesional, analítico,
extrovertido

Inspirador,
comprometido, simple
¿Cómo describo a la
persona?

PERFIL

¿Cómo me hace sentir?

IMPACTO

Tranquilo, entusiasmado,
me brinda apoyo

La construcción de tu propuesta de valor



La construcción de tu propuesta de valor



La construcción de tu propuesta de valor





**TU PROPUESTA DE
VALOR**

La construcción de tu propuesta de valor



**LET'S
PITCH!**



¿Cómo
les fue?

Q

A



La era de la personalización

CRACK
CONSULTING

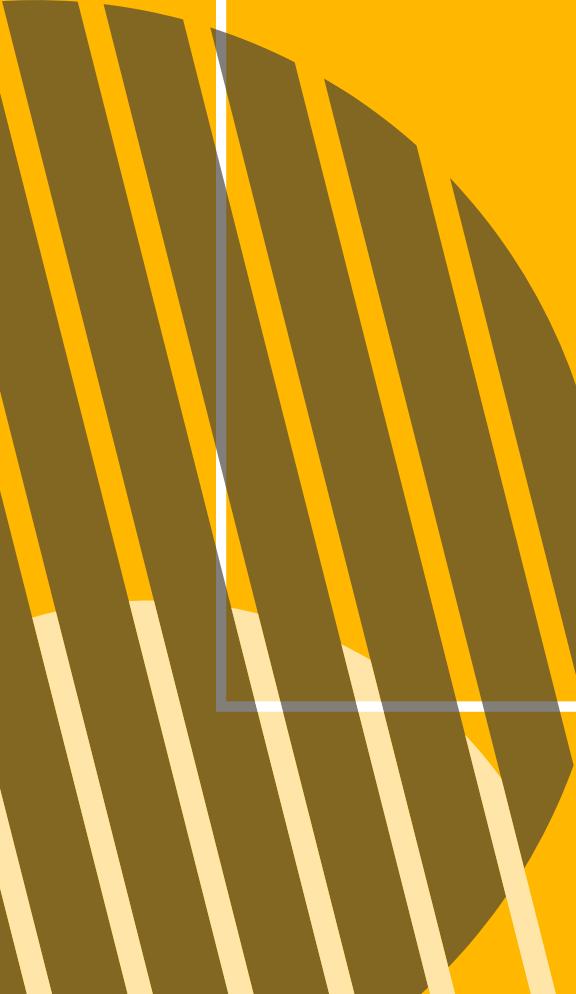


EMPRESA	Jefe	QUE TOMÉ	QUE RECHACÉ	QUE EMOCIÓN REGISTRÉ	LO VOLVERÍAS A ELEGIR?
1 VENTAS LIBRERIA	M	DISTANCIA SOCIAL	APATÍA	NEGATIVA	NO
2 MINIMERCADO	A	BUEN HUMOR	SUPERFICIALIDAD	POSITIVA	NO
3 TELEMARKETING	M	HUMANIDAD	DESCONOCIMIENTO TECNICO	POSITIVA	SI
4 BANCO RIO	J	RESOLUTIVO	LOBBISTA	NEGATIVA	NO
5 BANCO RIO	G	DISCIPLINA	PERSECUITIVO	POSITIVA	SI
6 BANCO RIO	M	TRANSFORMACIÓN	LOBBYSMO	NEGATIVA	NO
7 GILLETTE	C	PRESERVANTE	SIEMPRE TÁCTICO	POSITIVA	NO
8 GILLETTE	R	INSEGURIDAD	MUY METODICO	NEGATIVA	NO
9 GILLETTE	D	METODICO	BURNOUT	POSITIVA	SI
10 GILLETTE	R	COMPROMISO	INDIVIDUALISMO	NEGATIVA	NO
11 GILLETTE	A	INSPIRACIÓN	DESORDEN	POSITIVA	SI
12 GILLETTE	L	TEMPLANZA	FALSEDAD	NEGATIVA	NO
13 P&G	M	LOCUACIDAD	APERTURA A CONTAR LO QUE PIENSA	POSITIVA	SI
14 MONDELEZ				NEGATIVA	NO

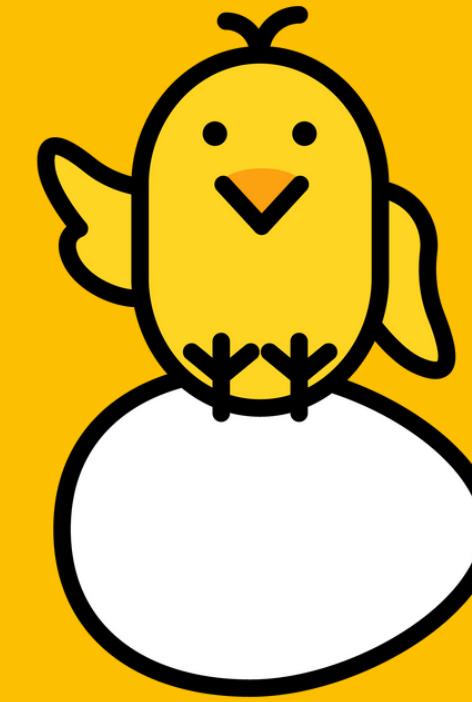


**¿CÓMO NOS
VAMOS?**





...
**¡MUCHAS
GRACIAS!**
...



• • •

Let's CRACK!

"Si un huevo se rompe desde fuera se acaba la vida. Si se rompe desde dentro, la vida comienza"

• • •

VALENTÍN VIDELA

valentin@crackconsulting.com
+54 9 11 4173 8130

www.crackconsulting.com

GASTÓN BLUVOL

gaston@crackconsulting.com
+54 9 11 6534 1932