



**CONTEXTO
VOLATIL
INCIERTO
COMPLEJO
AMBIGUO**

**LA
EMPRESA
EN
TIEMPOS
DE CRISIS**



**¿QUÉ PAPEL
ASUMEN LAS
EMPRESAS?**

CRISIS

Una crisis de negocio es un evento que tiene el potencial de **amenazar el éxito y salud** de una empresa al perjudicar su reputación, dañar las operaciones de su negocio, impactar de manera negativa en sus finanzas o perjudicar a sus empleados o el mismo ambiente laboral.

Presiones de costos, aumento de competencia, cambios en la demanda, crecimientos acelerados, nuevas tecnologías y una economía global cambiante son sólo algunos ejemplos de los retos a los que toda empresa actual se enfrenta y que **ponen a prueba su permanencia en el mercado**



TIPO DE CRISIS INTERNAS



Clima
organizacional
no saludable

Alta rotación
de personal

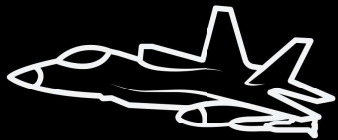
Mala
comunicación

Cyber ataque

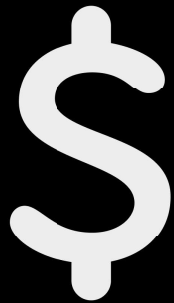
Sueldos

TIPO DE CRISIS

EXTERNAS



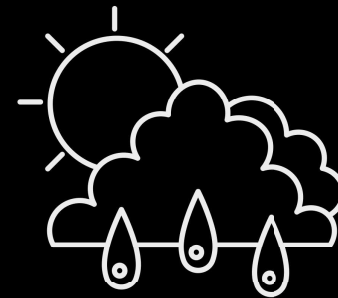
Conflictos
belicos



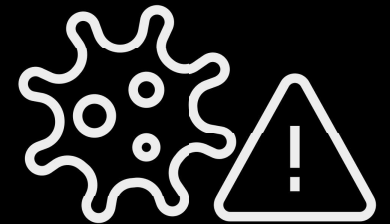
Crisis
cambiaria



Crisis
sociales



Desastres
Climaticos



Crisis
sanitaria

ROL DE LIDER ANTE UNA CRISIS

LA FORMA EN QUE UN LÍDER MANEJA SITUACIONES DE CRISIS DETERMINA EL FUTURO DE SU EMPRESA.

TRES DESTREZAS DE LIDERAZGO QUE CONSIDERAMOS ESENCIALES PARA MANEJAR EXITOSAMENTE LOS MOMENTOS DE CRISIS:

ADAPTABILIDAD

Reconoce la situación que enfrenta y se adapta apropiadamente a la misma.

PERSUACIÓN

Requiere inteligencia emocional, paciencia y diplomacia

EMPATÍA

Fomentar la honestidad y el diálogo entre la administración y la fuerza laboral. Esto reduce los rumores que aportan al desconcierto y reconforta a los empleados.



Miembros

del Comité de Crisis

- 1** Director General
- 2** Director del Departamento Legal
- 3** Encargado de comunicación
- 4** Encargado de área técnica y soporte
- 5** Personal de Recursos Humanos

Los Comités de Crisis se encargan de prever y atender las posibles crisis que pueden llegar a surgir, así como las que ya se pudieran estar atravesando. Es por ello, que estos deben conformarse por personas de distintas áreas



POSTURAS

¿CÓMO ENFRENTO LA CRISIS?



**REPLIEGUE
ESTRATEGICO**



RESISTENCIA



TRANSFORMACIÓN

REPLIEGUE EXIT

¿QUE HAGO?

REDUZCO MI VISIÓN

NUEVAS TÁCTICAS

REDUZCO RIESGOS Y
MEDIOS

ESCENARIO

LA URGENCIA ME IMPIDE
TOMAR INICIATIVAS

SECTOR DAÑADO POR LA
CRISIS

INICIATIVAS

POSTERGO INVERSIONES

REDUZCO ESTRUCTURA

TÁCTICAS AGRESIVAS

MANTENGO MI VISIÓN Y
MEDIOS

APROVECHO
OPORTUNIDADES

¿QUÉ HAGO?

EL SECTOR VOLVERÁ A SER LO
QUE ERA

ANTICIPARME (SI MIS
COMPETIDORES SE REPLIEGAN)

SI EL SECTOR DECAE, HAY NUEVAS
OPORTUNIDADES PARA LOS
LÍDERES

ESCENARIO

ASEGURARME FINANCIACIÓN,
PARA EVITAR PERDIDAS

CAPTO RRHH CON "NUEVOS
AIRES"

INVIERTO

INICIATIVAS

RESISTENCIA

TRANSFORMACIÓN

¿QUÉ HAGO?

NUEVA VISIÓN Y
PLAN ESTRATÉGICO

NUEVAS TÁCTICAS
PARA EL NUEVO
CONTEXTO

ESCENARIO

LA CRISIS ACELERÓ
CAMBIOS Y GENERÓ
OTROS INESPERADOS.

NUEVAS OPORTUNIDADES
PARA LAS ADELANTADOS

HAY ESPACIO EN EL
MERCADO APRA QUIÉN SE
ADAPTE

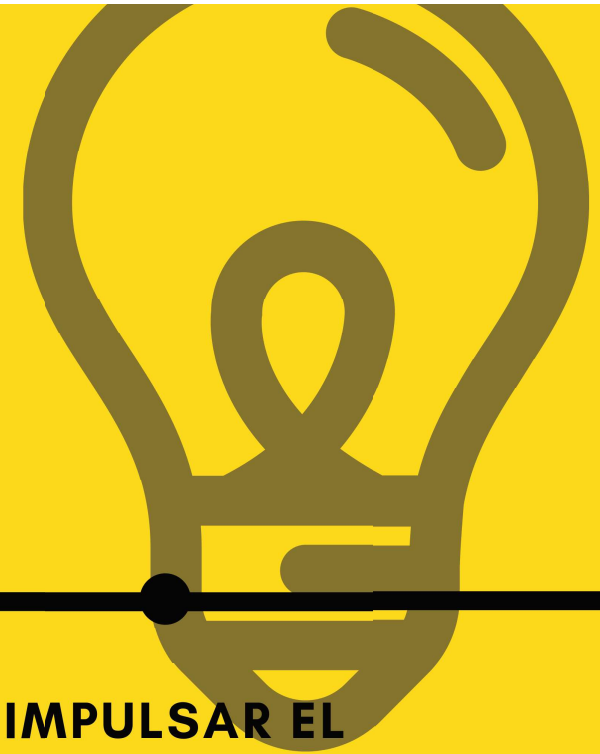
INICIATIVAS

BUSCO APOYO
FINANCIERO

IDENTIFICAR LÍDERES DE LA
NUEVA REALIDAD

IMPLEMENTAR UN CAMBIO
ESTRUCTURAL Y
COMUNICAR CAMBIOS

CLAVE PARA SUPERAR LA CRISIS



**COMBINAR
VELOCIDAD Y
ESTABILIDAD**

**CONVERTIR LA
DIGITALIZACIÓN
EN UNA
VENTAJA**

**IMPULSAR EL
CAMBIO
SISTÉMICO A
TRAVÉS DE LA
COOPERACIÓN**

¿CUÁL ES LA EMPRESA ARGENTINA QUE MÁS GANÓ EN LA PANDEMIA?



DATOS DE ML



mercado
libre

VENDIÓ 229.4 MILLONES DE
ARTÍCULOS EN 2020

ventas totales crecieron más de 70% en medio de
la pandemia

LA EMPRESA REGISTRÓ EN 2020
INGRESOS NETOS POR UN TOTAL DE
US\$3.973 MILLONES

aumentó su facturación un 96,9% respecto de
igual periodo del año anterior.

LA BASE DE USUARIOS ÚNICOS ACTIVOS
DURANTE EL TRIMESTRE AUMENTÓ
INTERANUALMENTE UN 71,3% Y ALCANZÓ 74
MILLONES.

ALCANZÓ SUS OBJETIVOS DE 10 AÑOS EN 5 MESES



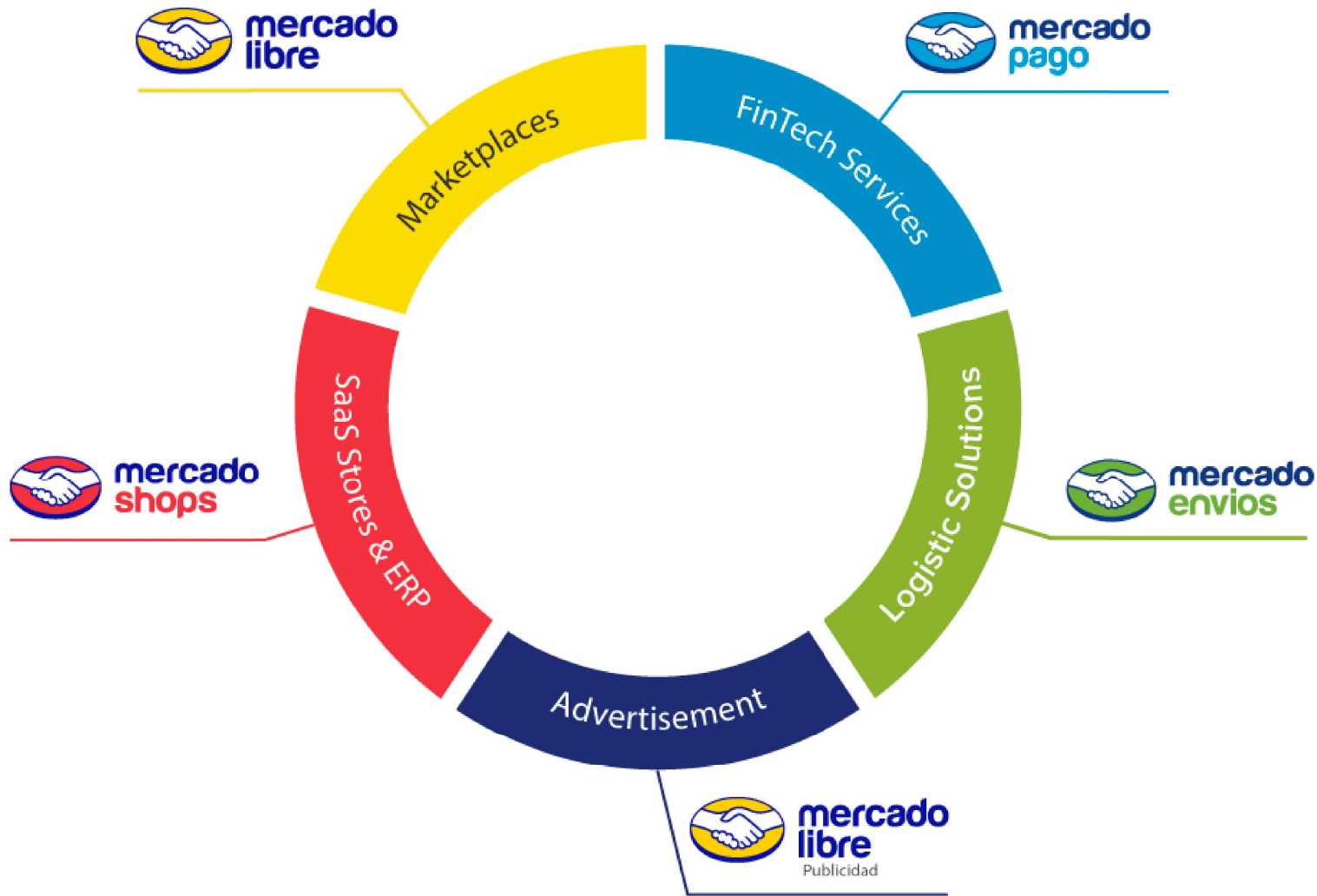
ESTADILLO EN PANDEMIA



PERFORMANCE DE ML COMPARADAS CON EBAY, AMAZON



UNICORNIOS



**¿QUÉ
OFRECEN?**

**UNA RUEDA DE
SERVICIOS
INTEGRALES TANTO
PARA EL USUARIO
COMO PARA EL
VENDEDOR**

¿CÓMO LO LOGRARON?



TOP OF MIND

en e-commerce y líder en tráfico
en todos sus mercados



46M

Compradores



11M

Vendedores



+267M

**Productos
publicados**

**98% artículos
nuevos**



13

**Compras
por
segundo**



+350

**Visitas
por segundo**

55%

de los artículos vendidos
se entregaron en un
máximo de 48 horas
después de haber hecho
la compra



¿A QUÉ
APUNTARON?

A LA EFICACIA EN SUS
ENTREGAS

¿CÓMO ENTONCES ABORRAR EL NUEVO MUNDO?



LA ERA DE LOS NEGOCIOS DIGITALES HA VENIDO PARA
QUEDARSE



LA CRISIS ECONÓMICA DERIVADA DEL COVID-19 TOMÓ POR SORPRESA A LA MAYORÍA DE COMPAÑÍAS A NIVEL MUNDIAL. MUCHAS DE ESTAS EXPERIMENTARON UNA CONSIDERABLE CAÍDA EN SUS INGRESOS POR LAS RESTRICCIONES GUBERNAMENTALES Y POR LOS CAMBIOS EN LOS PATRONES DE LOS CONSUMIDORES. NO OBSTANTE, DURANTE ESTA COYUNTURA TAMBIÉN EXISTIERON UN GRUPO DE EMPRESAS, VINCULADAS AL SECTOR DE TECNOLOGÍA Y DE COMERCIO ELECTRÓNICO, QUE AUMENTARON EL VALOR DE SUS ACCIONES.

LA MAYORÍA DE ESTAS EMPRESAS SE DIFERENCIAN DE SU COMPETENCIA POR TENER UN ALTO GRADO DE DIGITALIZACIÓN, INNOVACIÓN, AGILIDAD Y RESILIENCIA. ES IMPORTANTE INDICAR QUE LA MAYORÍA DE ESTOS FACTORES SE FUERON CONSTRUYENDO DESDE ANTES DE LA PANDEMIA, RAZÓN POR LA CUAL PUDIERON RESPONDER DE MEJOR MANERA ANTE ESTA.

NO OBSTANTE, EL CORONAVIRUS HA LOGRADO IMPULSAR LA DIGITALIZACIÓN E INCLUSO CAMBIOS EN EL MODELO DE NEGOCIOS. Y AQUELLA EMPRESA QUE LOGRÓ TOMAR ESTE CONTEXTO COMO OPORTUNIDAD PARA DIGITALIZAR SU NEGOCIO, SEGURAMENTE PERMANECERÁ EN LA NUEVA ERA DE NEGOCIO

LIDER EN TIEMPO DE CRISIS

PUNTOS A TENER EN CUENTA



LIDER EN TIEMPO DE CRISIS

PUNTOS A TENER EN CUENTA



LIDER EN TIEMPO DE CRISIS

PUNTOS A TENER EN CUENTA



NO COMPROMETER TU INTEGRIDAD
Eres el faro que los guía

NUNCA TE RINDAS
BUSCA LA SOLUCIÓN

