

# Abril 2014 |

## Director-editor

Miguel Ángel Díez | mdiez@mercado.com.ar

## Secretaria general de redacción

Carina Martínez | cmartinez@mercado.com.ar

## Redactora

Florencia Pulla | fpulla@mercado.com.ar

## Rankings

Luis García | lgarcia@mercado.com.ar

## Colaboran en este número

Leandro Africano

Rubén Chorny

María Teresa Lavayén

Mauro Maciel

Hernán Murúa

## Diseño general

Lorenzo Shakespear | www.shakespearweb.com

## Portada

Lorenzo Shakespear

## Diagramación

Diego Gorzalczany

## Contenidos de Internet

María Teresa Lavayén | mtlavayen@mercado.com.ar

## Gerente general

Eduardo Bianco | ebianco@mercado.com.ar

## Administración

Alejandra Sánchez | asanchez@mercado.com.ar

## Atención al suscriptor

Magalí Pérez | mperez@mercado.com.ar

## Gerente de publicidad

Miguel Larzábal | mlarzabal@mercado.com.ar

5254-9470

## Ejecutiva de cuentas

Margarita Jourdan | mjourdan@mercado.com.ar

5254-9471

## Centro de información

info@mercado.com.ar

Bartolomé Mitre 648, 8 piso B, Ciudad Autónoma de

Buenos Aires (C1036AAL). Tel. (54-11) 5218-9400.

## 3 Anticipo

Big data, la inversión crucial.

## 4 Contenidos

## 6 Mercado digital

## 8 Foco

## 10 Opinión

10 | Enfoques novedosos para encarar la RSE.



12 | Charter schools, la nueva modalidad.

## 14 Ideas y debates

Kevin Kelly. "El principio de los principios".

## 18 ANÁLISIS Entrevista

18 | Mesa redonda: RSE, marcas y oportunidades. Miradas necesarias en estrategias de negocios.



24 | La estrategia local de Facebook.

## 26 Perspectiva

26 | Sistema financiero. Buena salud actual, pero con fragilidades al acecho.

34 | La innovación en la gestión pública.

38 | Las políticas públicas más innovadoras en perspectiva.

## 40 ESTRATEGIA Empresas

40 | Nanotecnología, el aliado en las sombras.

46 | Toshiba. El desafío es no ser monoproducción.



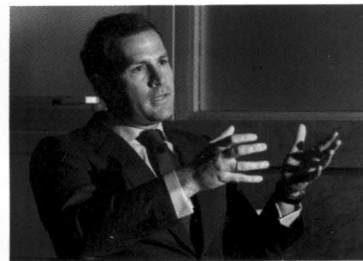
50 | Reporte Inmobiliario: "Seguimos creciendo a pesar de la crisis".

52 | Hoteles, una inversión inmobiliaria diferente.

54 | Protagonistas.

## 58 Marketing

58 | Mayor profesionalización en el marketing digital.



62 | La otra forma de pautar.

64 | Superación para Powerade.



66 EN FOCO

66 | Regeneración de la economía industrial.  
70 | De *off-shoring* a *next-shoring*.

72 FINANZAS

El auge de la banca VIP.

85 PORTADA

85 | RSE, a la hora de rendir cuentas.  
86 | Nuevo modelo de negocios para los recursos naturales.  
88 | En Medio Oriente crea empleo.  
90 | Ser verde no es fácil.  
92 | Los 10 sobresalientes de 2014.  
104 | Testimonios de excepción.

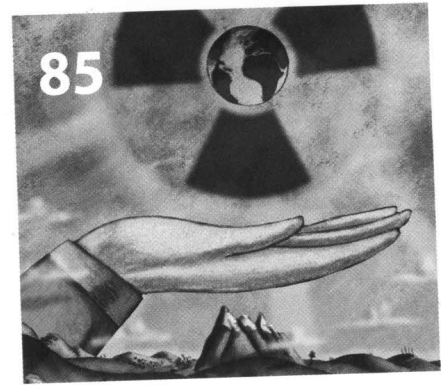
138 Colofón

*Big data* y la revolución que trae.

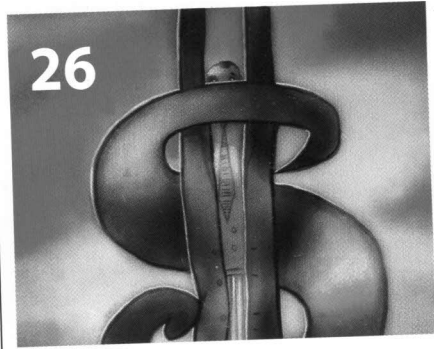


# RSE, a la hora de rendir cuentas

Se consolida la tendencia a producir informes anuales de sustentabilidad, donde prima la transparencia y crece la predisposición de las empresas a reportar acciones vinculadas al medio ambiente, a las iniciativas sociales, y también a integrar los reportes con resultados económicos y financieros. Una corriente propicia mayor regulación estatal en este campo, y otra la rechaza con firmeza destacando el carácter voluntario de la actitud empresarial. Otra vez, como en años anteriores, destacamos "Los 10 sobresalientes" informes que tras ser evaluados merecen ser distinguidos.

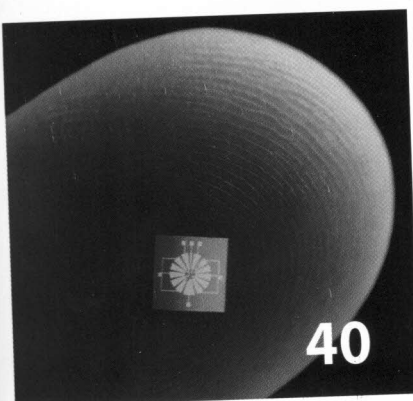


## Sistema financiero. Buena salud actual, pero con fragilidades al acecho



Con administrar títulos públicos, financiar consumo, poco o nada de hipotecas ni de largos plazos para el crecimiento económico, acumula ganancia tras ganancia y así le alcanzó para capitalizarse por encima de los requisitos mínimos dictados en Basilea ante las sucesivas crisis internacionales. ¿Pero qué pasaría si asumiera su función clásica en la economía?

## Nanotecnología, el aliado en las sombras



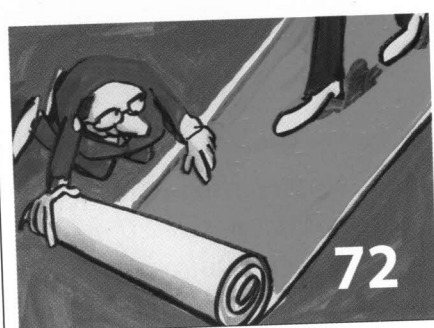
De microcápsulas para cosméticos de alta gama hasta nanopartículas de plata en aires acondicionados, hoy son pocos los productos que no cuentan con desarrollo de nanotecnología detrás. Sin embargo, por desconocimiento o miedo al riesgo, pocos empresarios eligen utilizarlo como diferencial en su negocio y la palabra "nano" quedó relegada a la letra chica del marketing.

## Regeneración de la economía industrial

La esencia del modelo de producción que impera en el mundo más o menos desde la revolución industrial es lineal: los países ricos en energía y recursos los envían a las usinas de manufactura, desde donde salen los productos hacia países donde se van a consumir, tirar o reemplazar. Pero cada vez se resiente más el enfoque lineal aplicado a la industrialización.



## El auge de la banca VIP



Las entidades financieras de todo el mundo tienen los ojos puestos, con avidez, en 199.325 personas diseminadas por todo el planeta. Se trata de individuos dueños de una riqueza superior a los US\$ 30 millones, y por tanto los perfectos clientes para la banca VIP. Algunos de esos magníficos clientes son argentinos o viven en el país.