

Marzo 2015 |

Director-editor

Miguel Ángel Díez | mdiez@mercado.com.ar

Secretaría general de redacción

Carina Martínez | cmartinez@mercado.com.ar

Redactora

Florencia Pulla | fpulla@mercado.com.ar

Colaboran en este número

Leandro Africano

Rubén Chorny

Francisco Llorens

Mauro Maciel

María Teresa Lavayén

Diseño general

Lorenzo Shakespear | www.shakespearweb.com

Portada

Lorenzo Shakespear

Diagramación

Diego Gorzalczy

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

Alsina 655, 4to piso, Ciudad Autónoma de Buenos Aires

(C1036AAL), Tel. (54-11) 5218-9400.

3 Anticipo

Anuario de los recursos humanos y cómo se rinde cuentas en RSE.

4 Contenidos

6 Mercado digital

8 Foco

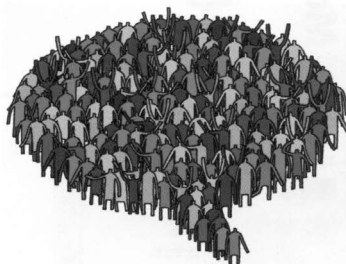
12 Opinión

El difícil arte de negociar con China.



14 Ideas y debates

Nuevo desafío para las democracias de mercado.



ANÁLISIS

18 Entrevista

YPF y la revolución del *shale*. Lo mejor del sector público y del privado.

20 Perspectiva

20 | Cinco temas centrales en la Argentina del día a día.

22 | Vínculo comercial con el mundo. El peor momento desde 2010.

24 ESCENARIO GLOBAL

El sueño de la Gran Rusia tropieza con obstáculos.

30 PORTADA

El frente externo de la empresa.

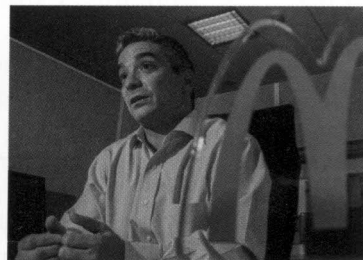
50 INFORME (I)

Seguridad y vigilancia. Prestadores y clientela: solo se trata de sobrevivir...

ESTRATEGIA

58 Empresas

58 | Arcos Dorados. Un negocio apetecible.



60 | Grant Thornton. Negocio en constante movimiento.

62 | Code Logistics. Soluciones de vanguardia en comercio exterior.

64 | Protagonistas.

68 Alta gerencia

Innovar, en *retail*, no es soplar y hacer botellas.



70 Marketing

Más que famoso, *influencer*.

76 DOSSIER

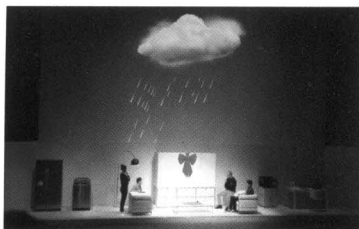
Calidad. Cambio de paradigma: nuevas normas de sistemas de gestión.

88 INFORME (II)

Seguridad informática. Ciberseguridad, o Internet de las amenazas.

102 TECNOLOGÍA

102 | Desafíos múltiples para Internet de las Cosas.



106 | El combustible de las empresas.

108 VIDA Y ESTILO

108 | El mercado suntuuario a la búsqueda de atajos.



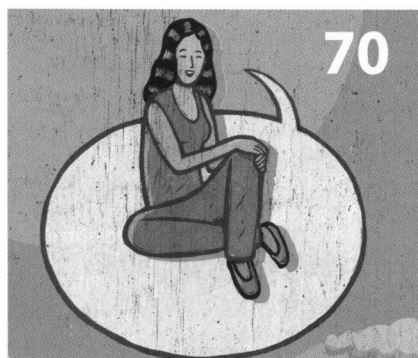
111 | Los *gastropubs*. Comer y beber, en calidades iguales.

114 Colofón

Ya es tiempo de pensar en un Evaluador General de la Nación.

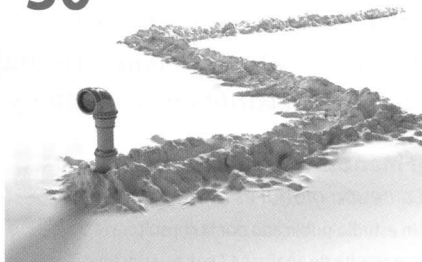
Más que famoso, influencer

Verdaderos líderes de opinión 2.0, generan comunidades robustas a su alrededor y explotan al máximo las plataformas sociales para ayudar a las empresas a dar a conocer sus productos, conversar sobre campañas tradicionales y mejorar la reputación *online*. Buenos representantes de la generación Y –son jóvenes y sarcásticos– son hoy quienes guían la conversación.



El frente externo de la empresa

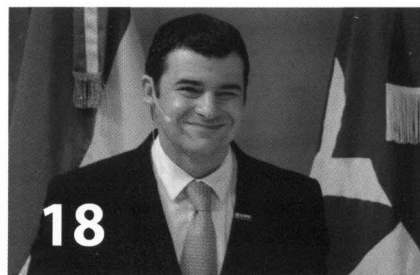
30



¿Cómo será la empresa en los próximos años? En el plano interno, hay cambios profundos en la organización; hay nuevas y exigentes relaciones con los clientes; hay incorporación de tecnología que transforma hasta la esencia del modelo de negocios. Sin embargo, lo más relevante no pasa en el interior de la firma. Pasa en su entorno, en el plano externo.

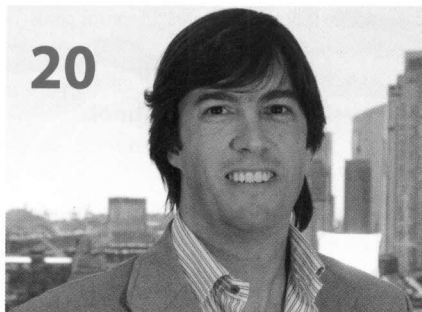
YPF, y la revolución del *shale*. Lo mejor del sector público y del privado

Cultiva un perfil discreto. Da muy pocas entrevistas y evita la notoriedad mediática. Pero lidera la principal empresa del país que además opera en petróleo y gas, un sector clave de la economía. En esta entrevista –efectuada por un directivo de la consultora McKinsey en diciembre pasado– Miguel Galuccio pasa revista a los puntos centrales de su visión y de su estrategia.



Cinco temas centrales en la Argentina del día a día

20



El último año de la gestión kirchnerista será muy complejo ya que la economía y la política marcarán la dinámica. Un ritmo que se preannuncia nada tranquilo: hay un horizonte de certezas que no se extiende más allá de la semana, tanto en las empresas como en los hogares. Por no decir del día a día, con todo lo que esto implica a la hora de esperar resultados.

Seguridad privada: prestadores y clientela: solo se trata de sobrevivir...

50

La inseguridad demanda cada vez más protección física y electrónica a corporaciones e individuos. Las empresas facturan más pero ganan menos: la inflación empuja a paritarias y costo de mano de obra. El traslado a precios es limitado y hoy los talonarios en negro son la gran competencia.

