

# Mayo 2015 |

## 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

## Colaboran en este número

Leandro Africano

Rubén Chorny

Iván Gurevich

María Teresa Lavayén

Mario Lia

Francisco Llorens

Mauro Maciel

## 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

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

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

## 3 Anticipo

Las 1.000 que más venden y todo sobre pago móvil.

## 4 Contenidos

## 6 Mercado digital

## 8 Foco

## 12 Opinión

12 | La Argentina aislada del escenario del Pacífico.



14 | ¿Es que hay una nueva "guerra de divisas"?

## 16 Ideas y debates

Reformular el modelo de negocios. Mucha imaginación para navegar el mar de cambios.



## ANÁLISIS

## 20 Entrevista

Amadeus. La revolución del "big data" llega a la "industria del viaje".

## 24 Perspectiva

Clima de inversión. Cierta optimismo se perfila en el empresariado.

## 32 ESCENARIO GLOBAL

Menos investigación: menos medicamentos.



## 38 PORTADA

Radiografía del retail de fin de ciclo.

## ESTRATEGIA

## 52 Empresas

52 | Fotografía del mercado de golosinas y snacks.

56 | e-Retail. ¿El fracaso del e-commerce?



60 | Castex. Cómo invertir y formar parte de una comunidad.

62 | Protagonistas.

## 68 Alta gerencia

68 | Mónica Flores Barragán, de Manpower. Trabajo sin fronteras.



72 | Claves para elegir una empresa para trabajar.

74 | Gestión pública eficiente.

## 76 Marketing

La próxima era dorada.

## 82 INFORME

En salud, viene la revolución y hay muchos frentes abiertos.

## 94 DOSSIER

Aporte sustantivo de la industria agrícola.

## 110 TECNOLOGÍA

Big data, bajado a tierra.

## 114 Colofón

Cinco grandes tendencias.



## Fotografía del mercado de golosinas y snacks

**54** La golosina argentina causa furor en otros mercados y bate récords locales de consumo local año a año. Con nuevos jugadores que apuestan a productos innovadores en respuesta a la demanda gourmet o saludable y grandes tanques multinacionales con dinero para invertir en marketing, el famoso kiosko nunca estuvo mejor provisto.



## Radiografía del retail de fin de ciclo

**38** El supermercadismo pisó el freno en materia de aperturas de locales y, al igual que los demás minoristas, está metido para adentro mirando al competidor. Supedita inversiones al año y gobierno nuevos. El consumidor cuida y "lo cuidan": por primera vez desde 2002 compró -2,2% de productos.

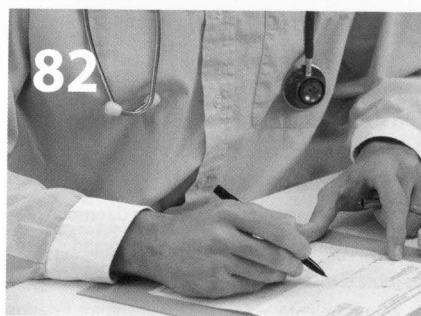


## Aporte sustantivo de la industria agrícola

Fue a partir de los últimos años del siglo pasado, gracias a la aplicación de la tecnología y de las buenas prácticas agrícolas, o del resultado de ejercicios más eficientes y saludables para los suelos, como la siembra directa, cuando hizo explosión el boom de los agronegocios y el sector se convirtió en un protagonista fundamental de la economía nacional. Semillas, inoculantes, herbicidas, fungicidas e insecticidas.



## Medicina prepaga. Viene la revolución y hay muchos frentes abiertos



**82** Está en pleno desarrollo una profunda y gigantesca transformación sanitaria a escala mundial. Los cambios de las últimas décadas parecerán insignificantes en comparación con lo que se viene. Cómo se preparan los actores locales de la medicina para afrontar cambios insondables en medio de un escenario complicado y conflictivo.

## La revolución del "big data" llega a la "industria del viaje"



**20** La empresa de servicios tecnológicos Amadeus, una de las líderes mundiales en el sector turismo, encaró un proceso de inversión y desarrollo para el procesamiento de datos que promete revolucionar la industria de los viajes. Datos para generar cada vez mejores experiencias para el usuario final.