

# Mayo 2016 |

## Director-editor

Miguel Ángel Díez | mdiez@mercado.com.ar

## Secretaria general de redacción

Carina Martínez | cmartinez@mercado.com.ar

## Colaboran en este número

Leandro Africano  
 Rubén Chorny  
 Fabiana Culshaw  
 Mauro Maciel  
 María Teresa Lavayén  
 Mario Lia  
 Lorena Obiol  
 Florencia Pulla  
 Ricardo Quesada

## Portada

Max Rompo

## Diagramación

Diego Gorzalczy

## Contenidos de internet

María Teresa Lavayén | mtlavayen@mercado.com.ar

## Sitio y redes sociales

Florencia Pulla | fpulla@mercado.com.ar

## Gerente general

Eduardo Bianco | ebianco@mercado.com.ar

## Administración

Alejandra Sánchez | asanchez@mercado.com.ar

## Atención al suscriptor

Magali Pérez | mperez@mercado.com.ar

## Gerencia de Publicidad

Margarita Jourdan | mjourdan@mercado.com.ar

3959-9400 int. 471

## Centro de información

info@mercado.com.ar

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

(C1036AAL). Tel. (54-11) 3959-9400.

## 3 Carta del director

Transparencia, otra mirada sobre la tecnología, y salud.



## 4 Contenidos

## 6 Mercado digital

## 8 Foco

## 12 Opinión

12 | Revive el aislacionismo en los Estados Unidos.



14 | El precio del petróleo sigue desconcertando.

## 16 Entrevista

Isela Costantini, gerente general  
 ¿Cómo medir el éxito en la gestión de  
 Aerolíneas Argentinas?



## 20 Ideas y debates

Pronto desaparecerá la industria  
 automotriz tal como la conocemos.

## 24 ESCENARIO GLOBAL

24 | El médico del futuro: de autoridad a  
 consejero.

26 | La infraestructura será clave para las  
 ciudades del futuro.



## 30 PORTADA

30 | Transparencia. La real dimensión de  
 los "Panamá papers".

38 | Cuando muestra los dientes el  
 periodismo de investigación.

## 42 INFORME

Nuevo análisis del desempeño en  
 e-commerce.

## 52 Empresas

52 | Larga vida al celular.

54 | CNH Industrial. Campeones de peso  
 pesado bajo un ignoto paraguas.

58 | La era digital exige que haya cambios  
 reales, no recitados.

60 | Protagonistas.

## 64 Alta gerencia

Diez principios para administrar el  
 cambio.



**68 Marketing**

68 | El largo camino de *Mad Men* a la publicidad modelo Uber.

70 | Los sectores que generarán el crecimiento global del consumo.

**72 DOSSIER**

Medicina prepaga. Nuevo contexto local y un inminente cambio global.

**84 ANUARIO DE IT**

Lo que las empresas demandan a los proveedores de tecnología.

**111 VIDA Y ESTILO**

Palo Santo Hotel. Sustentabilidad de alta gama.

**114 Colofón**

La reinención de la empresa.

## Medicina prepaga Nuevo contexto local y un inminente cambio global

**72**

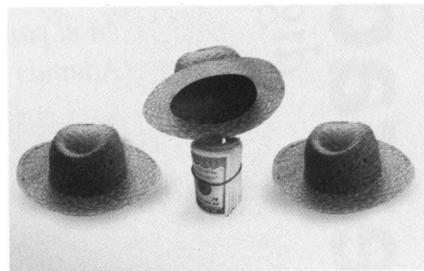
Hay que manejarse con la inflación, altos costos, nuevos y costosos tratamientos, técnicas revolucionarias y fármacos súper efectivos. Por primera vez en mucho tiempo, el capital extranjero puede retornar para dar dura competencia a los prestadores nacionales que han sobrevivido con enorme esfuerzo. Encima, entender y trazar estrategias para enfrentar el cambio de vértigo que se da en todo el mundo en prestación de salud.

## Transparencia

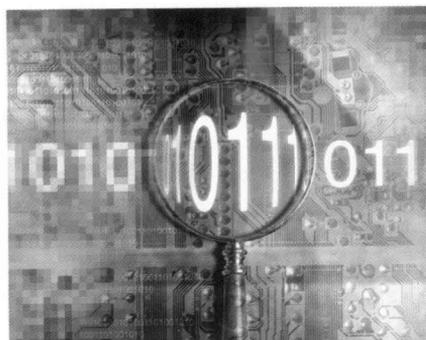
### La real dimensión de los "Panamá papers"

**30**

La verdadera revelación es que existe una actividad que florece entre las omisiones y olvidos de las finanzas internacionales. Ningún país en solitario puede monitorear estos paraísos fiscales ni a los delinquentes que los usan. La evasión de impuestos es grave. El daño a las democracias, cuando sus políticos encuentran lugares para esconder lo robado, es todavía peor.



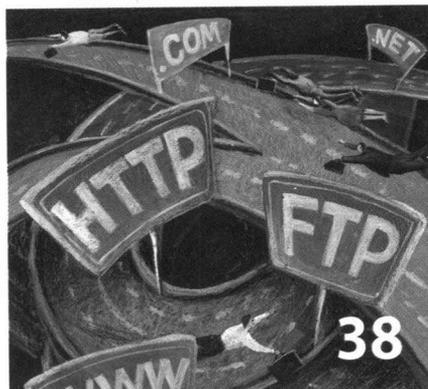
### Lo que las empresas demandan a los proveedores de tecnología

**84**

En una era en la que la automatización de ciertos procesos clásicos es obvia dentro de la mayoría de las empresas, estas intentarán sacar ventaja de las nuevas posibilidades de IT alejándose estratégicamente del enfoque de la clásica cadena de valor. La meta, aquí, fue mostrar el trabajo de los proveedores desde un esquema basado en el comportamiento de la demanda.

### Nuevo análisis del desempeño en e-commerce

El comercio electrónico promete continuar su crecimiento exponencial y las empresas pugnan por posicionarse en un segmento signado por la volatilidad. En esta, la quinta medición del estudio encarado por *Mercado y Oh! Panel*, las marcas más reconocidas en el universo online continúan liderando, aunque con diferencias destacables en las distintas zonas del país.

**38**

### Desaparecerá la industria automotriz tal como la conocemos

**20**

La revolución es tremenda. Autos eléctricos, autónomos, ecológicos y sistemas digitales que reemplazan al taxi tradicional. Todo eso hace pensar que para mediados de siglo el transporte será irreconocible.