

Octubre 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
María Teresa Lavayén
Florencia Lippo
Alejo Marcigliano

Portada

Max Rompo

Diagramación

Diego Gorzalczany

Ilustraciones

María Martínez

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

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

50 del Marketing y crecimiento económico.

4 Contenidos

6 Mercado digital

8 Foco

10 Opinión

10 | La globalización en retirada y el proteccionismo en auge.



12 | Capitalismo y democracia, ¿puede haber un divorcio?

14 Ideas y debates

Vivir y trabajar en la era de la longevidad.



ANÁLISIS

18 Entrevista (I)

Agustín Salvia. Matar al mensajero.

22 Entrevista (II)

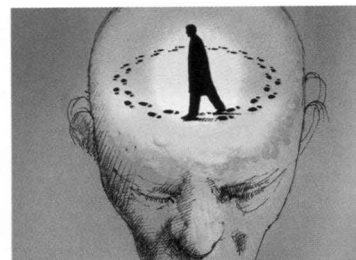
Michael Reiterman, CEO mundial de Siemens Healthineers. Las grandes tendencias que ahora transforman los sistemas de salud.

26 Perspectiva

El crecimiento económico es para siempre. ¿O no?

30 ESCENARIO GLOBAL

La compañía que "piensa diferente" descubre límites a la originalidad.



ESTRATEGIA

34 Empresas

34 | Productos para la incontinencia de parabienses.

38 | GE extiende su contrato con Central Puerto.



40 | Protagonistas

44 INFORME

Tercer estudio sobre *outsourcing*. Un negocio para seguir creciendo.

54 PORTADA

Los 50 del Marketing.

86 ALTA GERENCIA

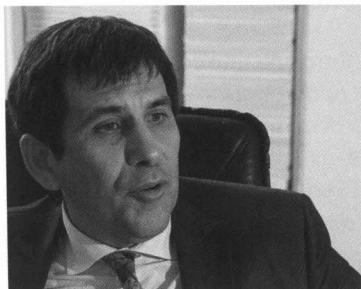
86 | Diversidad de género y cómo hacer que funcione.



92 | El MBA ante una crisis de irrelevancia global.

98 TECNOLOGÍA

Aníbal Carmona, de Cessi. Prepararse para el gran salto.



102 DOSSIER

Seguros. Balance rentable y potencial para crecer.

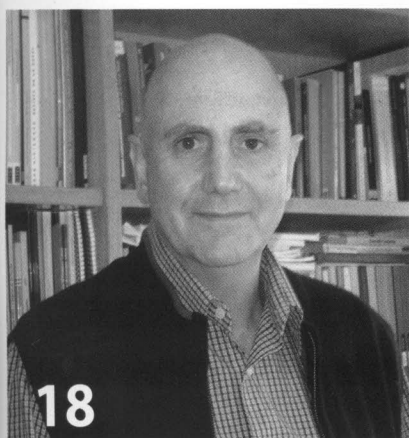
116 ENCUESTA

Avances y retrocesos en el desempeño en e-commerce.

130 Colofón

El big business será el derrotado en Washington.

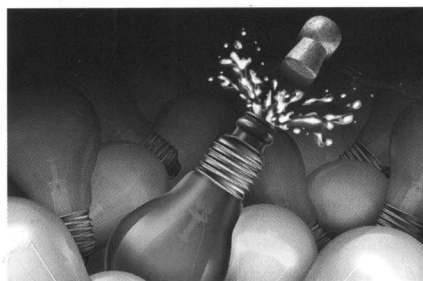
Agustín Salvia. Matar al mensajero



18

Las estadísticas siempre alteran a alguien por los metamensajes que portan. El del INDEC de Cristina: "todo marcha fantástico". La oposición replicó con índices paralelos. La medición social de la UCA emitió dos. El de 2014: "¡cómo década ganada, si hay más pobreza que en 2001!". Y el de este año, con Macri en la Casa Rosada: "acuérdense de los pobres".

Los 50 del Marketing



54 Es una investigación muy especial, pero no es un ranking. Son simplemente 50 sobresalientes, destacados.

El listado definitivo surgió del trabajo de un equipo evaluador –independiente de Mercado e integrado por calificados profesionales de la especialidad–. Es el cuadro de honor de la actividad en la Argentina.

Seguros: balance rentable y potencial para crecer

102 Aunque el resultado financiero fue positivo, el mercado asegurador tuvo una pérdida técnica –como ya es usual– de \$25.000 millones en el último ejercicio. Alta inflación y el freno en las diferentes actividades impactaron en cada uno de los segmentos. El sector cree que la actividad puede expandirse en la medida en que la economía del país se reactive.



El crecimiento económico es para siempre. ¿O no?

26 No hay debate más actual ni más intenso que éste. Los pesimistas advierten que es un proceso en declinación y que tal vez esté terminado. Los optimistas dicen que será eterno. La sustentabilidad impone límites muy concretos y obliga a repensar modelos de desarrollo e incluso la esencia misma del capitalismo.



Las grandes tendencias que ahora transforman los sistemas de salud

22 Michael Reiterman, CEO mundial de Siemens Healthineers, una de las compañías más importantes del mundo en provisión de equipos de tecnología médica, hace una exhaustiva pintura de las corrientes que están moviendo el piso al modelo tradicional de prestación de servicios sanitarios y de cómo afectan la misión de la compañía que preside.

