

Junio 2017 |

Director-editor

Miguel Ángel Díez | mdiez@mercado.com.ar

Secretaría general de redacción

Carina Martínez | cmartinez@mercado.com.ar

Colaboran en este número

Leandro Africano

Rubén Chorny

Fabiana Culshaw

María Teresa Lavayén

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

Las 1000 que más facturaron.

4 Contenidos

6 Mercado digital

8 Foco

10 Opinión

10 | La crisis en Brasil afecta mucho más a la Argentina.



14 Ideas y debates

Las dos caras de la transparencia.

ANÁLISIS

18 Entrevista

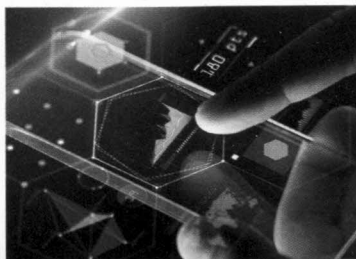
Didier Lelièvre. La digitalización no puede esperar.

22 Ranking

Evolución con altibajos, a la espera de signos positivos.

26 Escenario global

Tendencias de la modernidad. Las empresas deberán estar preparadas.



30 Grandes temas

Hacia un nuevo tipo de progreso.

38 Perspectiva

Litio, gran oportunidad para la minería argentina.

ESTRATEGIA

46 Empresas

46 | Vogue. Colores para todas.

48 | Sage. Fortalecer el mercado latinoamericano.

50 | Protagonistas.

56 Informe

Arminera 2017. El camino hacia la minería sustentable.



62 Alta gerencia

Randstad Employer Brand Research. Los líderes se disputan atracción y retención.

70 Marketing

70 | Chicas en New York Comafi. Una tarjeta a la medida de las consumidoras.

72 | La era cognitiva cambia para siempre el marketing digital.

73 RANKING

Las 1000 que más venden.

170 Colofón

Noruega se convierte en paladín de la transparencia.



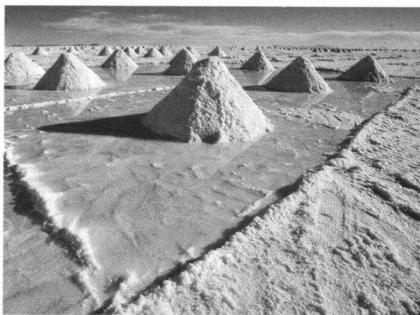
La digitalización no puede esperar

El reloj de las telecomunicaciones en la Argentina atrasa, y mientras en el mundo ya se avanza hacia la norma 5G para ahorrar energía a la vez que se busca una convergencia en las inversiones en banda ancha que integre el cable, el cobre y la fibra óptica, los grandes jugadores internacionales siguen atentamente las trabas judiciales que impiden a un mismo operador brindar televisión, internet, telefonía fija y móvil.



Litio, gran oportunidad para la minería argentina

38 No es la quimera del oro, ni tampoco se puede hablar de una fiebre mundial por el litio. Pero sin lugar a dudas, es una chance que tiene la minería local para expandirse. Según proyecciones del Gobierno nacional, la Argentina podría alimentar entre 57% y 70% de la demanda mundial prevista para 2021. Para lograr ese objetivo se necesitan U\$ 2.200 millones de inversión.



Randstad Employer Brand Research. Los líderes se disputan atracción y retención

62 Como cada año, la compañía especializada en RR.HH. lleva a cabo un estudio sobre marca empleadora que tiene, como uno de sus resultados, la entrega de premios a las empresas destacadas. En la edición 2017, Roemmers se instala como líder, seguida de Arcor y Toyota. Debates, claves y expectativas de referentes de la economía, y también de postulantes y empleados.



Un 2016 complicado y un 2017 con interrogantes



73 Si se realiza un recorrido por los distintos sectores que componen la economía del país, se puede apreciar una disparidad notoria de los desempeños de 2016. Sectores que venían "castigados" reaccionaron positivamente a los cambios en las medidas económicas implementadas en el último año. Mientras que otros, fundamentalmente los vinculados a la industria manufacturera, se vieron duramente afectados.

Hacia un nuevo tipo de progreso

30 Hay una dinámica nueva: el crecimiento es diferente, la disrupción se acelera y las tensiones sociales aumentan. Entender estos fenómenos ayudará a diseñar una mejor estrategia y a forjar un futuro mejor. Tres investigadores de McKinsey –Ezra Greenberg, de la oficina de Stanford; Martin Hirt, de la de Greater China, y Sven Smit, de la de Amsterdam–, realizaron una profunda investigación sobre las tendencias de largo plazo que se van insinuando y la conveniencia para las empresas de aprovechar los vientos de cola que generan para abrirse camino y prosperar.



Una tarjeta a la medida de las consumidoras

70 En alianza con la comunidad Chicas en New York, Banco Comafi lanzó un producto pensado por y para las mujeres. Descuentos en tiendas, restaurantes, espectáculos y, fundamentalmente, la facilidad para juntar millas para viajar son algunos de los diferenciales de esta propuesta 100% digital; la primera que el banco ofrece dentro su nueva estrategia de ofertas segmentadas.

