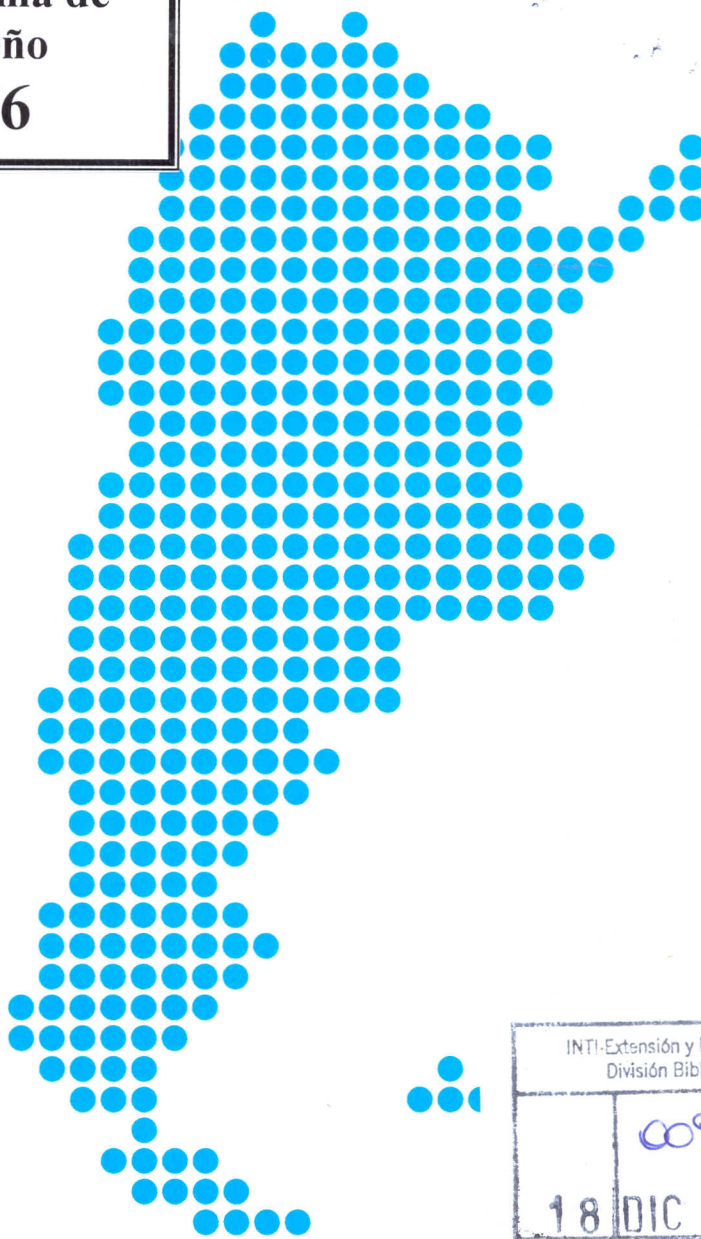


# Una Argentina federal es un país ingobernable

Programa de  
Diseño  
056



Noviembre 2009

La corrupción en el ámbito privado

El gobierno porteño busca más autonomía y parecerse a Madrid

Kraft, la historia de una reorganización

*Augmented reality*, ¿es una moda o tendencia de gran potencial?

El futuro de la publicidad

INTI-Extensión y Desarrollo  
División Biblioteca  
0096  
18 DIC 2009



# Noviembre 2009 |

## Director-editor

Miguel Ángel Díez | mdiez@mercado.com.ar

## Coordinadora editorial

Carina Martínez | cmartinez@mercado.com.ar

## Secretario de redacción (Marketing)

Patricio Cavalli

## Rankings

Luis García | lgarcia@mercado.com.ar

## Colaboran en este número

Leandro Africano

Florencia Álvarez

Gustavo Baiman

Patricio Cavalli

María Teresa Lavayén

Mario Lia

Mauro Maciel

Andrea Miranda

Javier Rodríguez Petersen

Carlos Scavo

Juan Carlos Valenzuela

## 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

## Gerencia de publicidad

Miguel Larzábal | mlarzabal@mercado.com.ar

## Asesoría legal

Estudio Grela Abogados | ggrela@grelaabogados.com.ar

## Centro de información

info@mercado.com.ar

Perú 263, 2° piso (C1067AAE) Ciudad

Autónoma de Buenos Aires Tel: 5166-9400

Fax: (54-11) 5166-9445 | 0810-810-0100

## 3 Anticipo

Las marcas del lujo. Los mayores desafíos en décadas.

## 4 Contenidos

## 6 Mercado digital

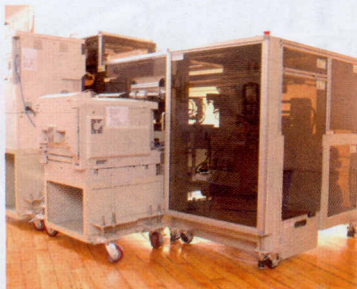
## 8 Foco

## 13 Opinión

El fin de una era.

## 16 Ideas y debates

Avance tecnológico y revolución editorial.



## 18 ANÁLISIS Entrevista

Néstor Grindetti, ministro de Hacienda de la Ciudad. El gobierno porteño busca más autonomía y parecerse a Madrida.

## 22 PORTADA

Una Argentina federal es un país ingobernable.

## 30 Perspectiva

La corrupción en el ámbito privado.

## 34 Escenario global

Crece la influencia china en la geopolítica latinoamericana.

## 38 ESTRATEGIA Empresas

38 | Charles Li Zha, CEO de ZTE. "Pronto nadie va a usar un teléfono 2G".

42 | Se descorre el velo sobre Veladero.



48 | Nissan: calidad, pasión y monozukuri.

52 | Protagonistas.

## 56 Alta gerencia

56 | Estrategia para el desarrollo de las competencias "compartidas".



58 | Kraft, la historia de una reorganización.

64 | Todo se reduce a gente conversando.

## 68 Marketing

68 | *Augmented reality*, ¿una moda o tendencia de gran potencial?

72 | El lejano, muy lejano Este.



74 | La hora de la migración.

77 | Los celulares: identidad y el aporte del "dinero estúpido".

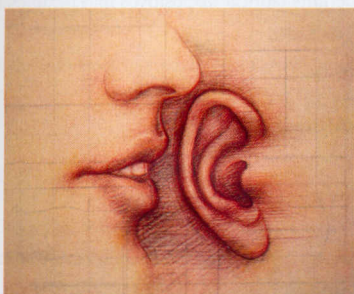
- 80 | Andanzas de un creativo argentino.  
 82 | El vínculo entre las redes sociales y las empresas.  
 84 | La avanzada de la industria orgánica de la alimentación.  
 87 | Análisis y perspectiva desde Internet.  
 90 | El futuro de la publicidad.  
 93 | Más conocimiento compartido y un marketing más efectivo.

## 96 TECNOLOGÍA

- 96 | El camino razonable hacia una IT flexible.  
 101 | Soluciones móviles para más usuarios.  
 102 | La hora de la Web nómada o el futuro de Internet.

## 106 COLOFÓN

Marketing viral, prudencia, indicios y algunas precisiones.



## El Gobierno porteño busca más autonomía y parecerse a Madrid

Néstor Grindetti, ministro de Hacienda de la Ciudad, sigue ofuscado porque la Nación le trabó la emisión de deuda. Remarca la consistencia de los números de la ciudad y amenaza con abrirse del endeble Pacto Fiscal y crear uno propio. También apunta a un consenso "conceptual" sobre el presupuesto. Y pone el foco en la tecnología, el diseño y los medios.



18

## Una Argentina federal es un país ingobernable



El reparto de recursos entre la Nación y las provincias está fijado por una ley de hace dos décadas. La norma carece de criterios de equidad y los cambios que impuso la coyuntura crearon una mayor dependencia de las provincias al PEN. La paradoja es que la reforma inalcanzable resulta imprescindible.

## La corrupción en el ámbito privado

El rechazo a las prácticas corruptas en el ámbito privado no obedece únicamente a convicciones éticas. Es un mal negocio: aumenta los costos y daña reputaciones de personas y marcas. Hace más difícil el acceso al crédito; repercute en productos de menor calidad o peligrosos para las personas; y genera daños no solo en la economía sino también en el medio ambiente.



## Augmented reality, ¿es una moda o tendencia de gran potencial?



La tecnología del momento presenta oportunidades únicas para las marcas. Pero el peligro de caer en el "hype" y olvidarse de los contenidos y los mensajes sigue latente. Un grupo de expertos locales analiza el tema, sus posibilidades y sus riesgos. Todo lo que hay detrás de la parafernalia tecnológica.

## Kraft, la historia de una reorganización

Cuando se descubre que el corazón de una empresa se alejó demasiado de sus negocios, de su mercado y de sus consumidores, es que ha llegado el momento de buscar un nuevo modelo de organización. A esa conclusión llegó Kraft Foods en junio de 2006, cuando Irene Rosenfeld regresó a la compañía a ocupar el cargo de directora ejecutiva.



58