

Mercado

25 pesos

**El relato
inconcluso:
lo femenino
y masculino**

Las 1000 empresas que más venden

Junio 2010
Todo sobre
investigación
de mercado

Universo ERP:
software de
valor agregado

Logística: foco
en generar más
valor a clientes

ART: un sector
que pide cambios
en la regulación

La gerencia frente a
la parálisis decisoria



Junio 2010 |

Director-editor

Miguel Ángel Díez | mdiez@mercado.com.ar

Secretaria general de redacción

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

Gustavo Baiman

Patricio Cavalli

María Teresa Lavayén

Mauro Maciel

Andrea Miranda

Hernán Murúa

Javier Rodríguez Petersen

Carlos Scavo

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

Centro de información

info@mercado.com.ar

Perú 263, 2° piso (C1067AAE) Ciudad

Autónoma de Buenos Aires Tel: 5166-9400

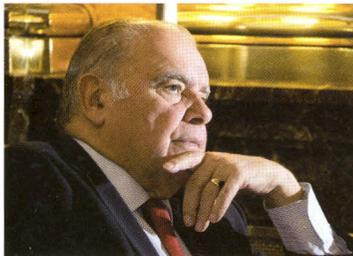
Fax: (54-11) 5166-9445 | 0810-810-0100

4 Contenidos

8 Opinión

El problema en la región es la baja productividad.

12 ANÁLISIS Entrevista



12 | Enrique Iglesias. El desafío de fortalecer los puentes sobre el Atlántico.



17 | Hilary Schneider, de Yahoo. "El futuro traerá relevancia personal y *aplicación*".

20 ESTRATEGIA Perspectiva

20 | Todo sobre investigación de mercado. "Nada que ver con lo que se hacía 20 años atrás".

32 | Protagonistas.

36 | Operadores logísticos. El foco está ahora en generar más valor para los clientes.

48 PORTADA

El relato inconcluso: lo femenino y masculino.

56 TECNOLOGÍA

Software de valor agregado.

65 RANKING

65 | Hoja de ruta.

66 | Las 1000 en el año de la transición.

72 | Las 100 líderes en activo total.

73 | Las 100 líderes en patrimonio neto.

74 | Gravitación de las 1000 en el escenario económico.

78 | Ranking de grupos.

80 | Las 1000 que más venden.

134 | Sector por sector de la economía.

148 | Cambios en una década. YPF retomó el liderazgo.

150 | Las que ganaron y perdieron.

154 | El otro ranking: los auditores. Cambios en el segundo puesto.

160 | Las 1000 empresas por orden alfabético.

166 FINANZAS

ART. Un sector afianzado, pero que pide cambios en la regulación.

173 ALTA GERENCIA



173 | Sandra Yachelini, de Microsoft.

La gerencia frente a la parálisis decisoria.

177 | 50 años de una influyente concepción en *management*.

181 | Innovación y cambio en ventas.

184 MARKETING

184 | Las farmacias en el futuro.

189 | Publicidad argentina. 10 años en la montaña rusa.

194 COLOFÓN

Adaptación al cambio climático.

Ranking. Las 1000 empresas que más venden

- Empresas líderes en cada sector.
- Las 1000 en el año de la transición.
- Las 100 líderes en activo total.
- Gravitación de las 1000 en el escenario económico.
- Ranking de grupos. Una por una, las 1000 que más venden.
- Sector por sector de la economía.
- Cambios en una década. YPF retomó el liderazgo.
- Las que ganaron y perdieron.
- El otro ranking: los auditores.
- Cambios en el segundo puesto.

- Las 1000 empresas en orden alfabético.

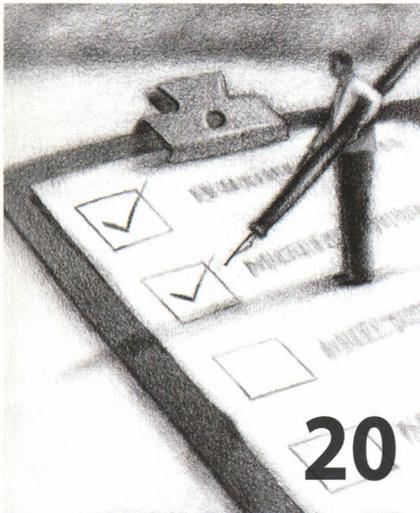
2009 se caracterizó por ser el año donde la crisis financiera global mostró algunas señales positivas, aunque todavía durante el primer semestre sus efectos se hicieron sentir con intensidad, especialmente en los sectores vinculados con la exportación de productos industriales. Recién en la segunda parte del año comenzaron a observarse síntomas de recuperación.



65

Todo sobre investigación de mercado

“Nada que ver con lo que se hacía 20 años atrás”



20

Según Mónica Kleiman, presidenta de la CEIM, en búsqueda permanente de los *insights* más profundos de los diferentes consumidores, la actividad, que analiza hábitos de consumo, opiniones y preferencias, facturó en 2009 en la Argentina alrededor de US\$ 130 millones. Las nuevas tecnologías revolucionaron el sector. Además, los perfiles de las empresas líderes.

Relato inconcluso: lo femenino y masculino

Si bien los aspectos biológicos determinan diferencias naturales entre “machos” y “hembras”, los conceptos masculino y femenino y la distribución de sus roles son construcciones sociales cargadas de imaginarios funcionales según las épocas y sociedades, que están a tono con las necesidades de producción y consumo que le dan marco.



48

Software de valor agregado



56

El universo de programas ERP, que abarca a más de 400 empresas, se mantiene vigente en la Argentina; por lo menos eso es lo que afirman sus principales actores. Los datos lo confirman: se estima un nivel de ventas cercano a US\$ 250 millones si se suman las ventas de CRM. Sus protagonistas, el escenario y sus pronósticos en este informe especial.

En logística, el foco está ahora en generar más valor para los clientes

El sector “aprovechó” la contracción de las operaciones de 2009 para mejorar su eficiencia interna. Ahora prevé un crecimiento de la demanda de la industria y el comercio, que promediaría 4% en volumen. Pero se queja del alza de los costos del gasoil y los materiales de embalaje, dos mercados fuertemente concentrados.



36