



Julio 2011

Nuevos horizontes para el *software* de gestión

El sistema financiero con buen margen de rentabilidad

Energías alternativas: recursos óptimos y políticas incipientes

Buen crecimiento en el mundo de la cosmética

¿Hasta cuándo durará el auge de los precios en productos básicos?



Julio 2011 |

Director-editor

Miguel Ángel Díez | mdiez@mercado.com.ar

Secretaría general de redacción

Carina Martínez | cmartinez@mercado.com.ar

Rankings

Luis García | lgarcia@mercado.com.ar

Colaboran en este número

Leandro Africano

Gustavo Baiman

María Teresa Lavayén

Mauro Maciel

Andrea Miranda

Hernán Murúa

Leticia Pautasio

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

3 Anticipo

La edición 42° aniversario. Una fascinante aventura intelectual.

4 Contenidos

6 Mercado digital

8 Foco

11 Opinión

11 | Contra el fundamentalismo ecológico.

12 | Definitivamente, el mundo es distinto.

14 Ideas y debates

La revolución digital explicada por una antigua teoría, reciclada.

18 ANÁLISIS Entrevista

"Hay que pasar del crecimiento real a un proceso de desarrollo".



22 Perspectiva

Energías renovables. Recursos óptimos y políticas incipientes.

26 Escenario global

26 | Crecimiento, el desafío de India.



28 | ¿Hasta cuándo durará el auge de precios en productos básicos?

38 PORTADA

38 | Desarrollo sustentable, clave de la estrategia empresarial.

40 | Un panorama promisorio en desarrollo sustentable.

50 | Horacio Cristiani, del CEADS.

Liderar la visión empresarial.

52 | Guillermo García, de Molinos.

"Trabajamos en nutrición, *packaging* y biocombustibles".

54 | Osvaldo Schütz, de Loma Negra.

"Llevamos invertidos US\$ 180 millones en medio ambiente".

56 | Unilever. A cualquier precio, el crecimiento no es viable.

58 | Telefónica de Argentina. Compromiso más allá de las obligaciones.

60 | CCU Argentina. Estar a la vanguardia es negocio.

62 | Las Marías. Un accionar basado en la ética y en el compromiso.

63 | Telecom Argentina. Foco en el triple desempeño.

64 | El doble rol de las empresas.

68 ESTRATEGIA Empresas

68 | Se consolida el sistema financiero con buen margen de rentabilidad.

72 | Valor económico del agua y cómo las empresas manejan la escasez.

74 | Grupo Rhuo es una oferta completa en recursos humanos.



78 | TMF Group. "Nuestro *core business* es lo que no es central para las empresas".

80 | Protagonistas.

84 | Informe. Hay buen crecimiento en el mundo de la cosmética.

96 Alta gerencia

Rotación de los número uno y tendencias en la sucesión.

102 Marketing

102 | Groupon enfrenta feroz competencia y críticas al modelo de negocios.

106 | ¿Qué hay detrás de la toma de Skype por US\$ 8.500 millones?



110 DOSSIER

Nuevos horizontes para el *software* de gestión.

126 TECNOLOGÍA

La inteligencia en negocios es herramienta clave en la gestión.

130 Colofón

Ambiente: el año próximo vence el protocolo de Kyoto.

Hay buen crecimiento en el mundo de la cosmética



Si bien tanto cremas como maquillajes presentan importantes alzas en sus demandas, son los incrementos de precios los que justifican buena parte de la evolución del sector. El incremento en unidades fue de apenas 4%. Inquieta la suba de costos laborales, de insumos y de servicios, porque el sector pierde competitividad.

Desarrollo sustentable, clave de la estrategia empresarial

Las tres patas del desarrollo sostenible son la sociedad, el planeta y las ganancias para los accionistas. Son los tres criterios que responden a este modelo. Hasta ahora, las investigaciones anuales de *Mercado* ponían foco en cómo veían la temática ambiental los ejecutivos y hasta dónde llegaba –según ellos– el compromiso corporativo. Ahora se amplía el campo y se indaga sobre cuestiones del gobierno de las empresas y las implicancias sociales de los programas en marcha.

En la investigación de PWC realizada para CEADS, la mayoría de las empresas mostraron un amplio compromiso con el tema: códigos

de conducta, programas de RSE, compromisos por la diversidad y con el medio ambiente. El desafío: extender las prácticas sustentables a toda la cadena de valor.



Nuevos horizontes para el *software* de gestión

Como todo producto tecnológico –este, también conocido como ERP– vive su momento de transición. Mientras se espera que los bancos, líderes en desarrollos propietarios, incorporen productos de licencia, muchas otras industrias apuestan a la inversión en este sector que hoy tiene como pilares del negocio la movilidad, la nube y el concepto de *software* como servicio.



Se consolida el sistema financiero con buen margen de rentabilidad

El año pasado crecieron los depósitos y el volumen de créditos otorgados. Hacia el futuro, en el sector hay voces divergentes: algunos ven un escenario propicio para seguir creciendo, sobre todo apuntando a la demanda de crédito por parte de las Pyme. Otros advierten señales de saturación. Todos coinciden en que el principal problema es otorgar créditos a largo plazo.



Recursos óptimos y políticas incipientes

Las energías eólica, solar, geotermal y la derivada de la biomasa han ido creciendo progresivamente en los últimos 30 años, con el método de prueba y error. En 2007, todo parecía listo para despegar, pero la crisis financiera global aplicó otra vez los frenos. Mayores precios del gas y el petróleo, y fuertes avances tecnológicos dan nueva oportunidad a las energías alternativas.

