

30 pesos

42° aniversario

www.mercado.com.ar

Mercado



MEMORANDO
AL PRÓXIMO
PRESIDENTE(A)

Agosto 2011
**10 ideas,
10 líderes,
10 marcas**

Crece la industria
automotriz, pero
su déficit también

¿Adónde cree que
va la publicidad?

Nuevos sectores
ganadores en la
economía local

Management de
las posibilidades

Prospectiva: más allá
de "la previsión" y
de "la futurología"



Agosto 2011 |

Director-editor

Miguel Ángel Díez | mdiez@mercado.com.ar

Secretaria general de redacción

Carina Martínez | cmartinez@mercado.com.ar

Rankings

Luis García | lgarcia@mercado.com.ar

Colaboran en este número

Leandro Africano

Gustavo Baiman

Patricio Cavalli

María Teresa Lavayén

Carina Martínez

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

4 Aniversario

Los periodistas deben repensar el modelo de negocios *online*.

6 Carta del director

Los temas centrales para festejar el 42° aniversario.

8 Mercado digital

12 Contenidos

16 Foco

18 Opinión

La década perdida de las economías centrales.

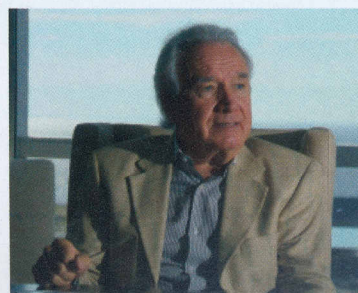


22 Ideas y debates

Incidencia en negocios globales del nuevo plan quinquenal chino.

26 ANÁLISIS Entrevista

26 | Alfredo Román. "Lo que el mundo desarrollado proclamaba cayó por tierra".



30 | Alejandro Wellisch, de Sandoz. Nuevos desafíos de la industria de genéricos.

34 | Donald G. Hillebrand, Centro Nacional Argonne. La industria automotriz se prepara para el futuro.

38 Perspectiva

Esta economía debe reinventarse.

46 Escenario global

46 | La prospectiva, superadora de "la previsión" y "la futurología".



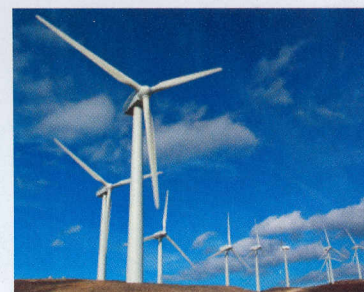
50 | Cómo reimaginar al futuro Japón.

58 | Hay que repensar la vanguardia tecnológica.

60 | ¿Por qué el Imperio no aprende de sus errores?

62 | Una encrucijada decisiva para la energía renovable.

68 | China ya superó a Estados Unidos en energía eólica.



72 | Hacia la adopción masiva de automóviles eléctricos.

74 | Industria química. Una mutante escena de competencia mundial.

78 | La infraestructura, un multimillonario negocio.

83 PORTADA

83 | Memorando al próximo Presidente (a).

84 | La agenda presidencial con más de 50 políticas.

86 | Propuestas y desafíos para el (la) Presidente (a) y su jefe de Gabinete.

90 | Políticas educativas para los próximos cuatro años.

94 | La gran oportunidad en protección social.

100 | Agenda de propuestas y desafíos para la salud.

104 | Una agenda de transparencia.



110 | Potenciar la integración global.

114 | Los desafíos fiscales del próximo Gobierno.

120 | Energía. Un esquema gradual para garantizar el abastecimiento.

124 | Reformas necesarias para contar con una Justicia independiente.

132 | Transporte. Es clave fortalecer la institucionalidad.

142 | En la Argentina, es posible el desarrollo sustentable.

142 ESTRATEGIA

En foco

142 | 10 ideas de estos tiempos.

148 | 10 líderes sobresalientes.

155 | 10 marcas que se destacaron.

158 Empresas

158 | La industria automotriz crece, su déficit también.



162 | Securitas. La capacitación como eje de la calidad de servicio.

164 | Mapfre. La seguridad de contar con ingresos constantes.

166 | Protagonistas.

172 Alta gerencia

172 | El *management* de las posibilidades.



176 | El desafío del *management* 2.0.

178 | Peligros de una mala estrategia.

180 | Papel clave del CEO en la retención de talento.

184 | Hay mejores directorios, pero todavía falta mucho.

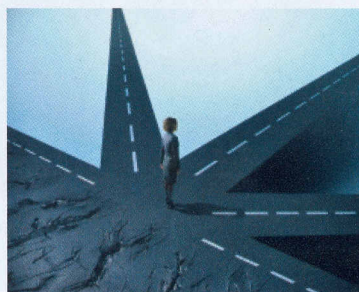
188 | ¿Centralizar o no centralizar?

192 | La sustentabilidad crea valor.

196 | Historia, Shakespeare y lecciones de liderazgo.

198 Marketing

198 | Publicidad, ¿adónde crees que vas?



202 | La omnipresencia del marketing del beneficio.

208 | Más arriba en el camino *online*.

210 | El mundo detrás del GPS.

214 | El renacer de Yahoo!, atado al contenido.

218 | El foco puesto en el desarrollo del negocio.

220 DOSSIER

220 | Nuevos sectores ganadores.

221 | Potencial y sustentabilidad.

224 | Biocombustibles. Cómo se incentivan consumo y producción.

228 | La minería. Una actividad lista para dar el salto.

232 | Telecomunicaciones. Clave: alta receptividad e innovación permanente.

235 | Motos. Crecimiento sostenido, pero también dirigido.

238 | Oportunidad con rasgos de una economía cerrada.

245 INFORME

10 tendencias que cambiarán el mundo.

260 ANIVERSARIOS

260 | Robert Bosch. 125 años de innovación.

262 | Lexmark. 20 años de documentos e imágenes.

266 | Procter & Gamble. Dos décadas de liderazgo.

270 VIDA Y ESTILO

270 | Los chinos compran los diamantes más grandes.

272 | Mujeres sauditas toman el volante.

274 | Amor y economía, juntos.

276 | Brasil atrae a muchos constructores de yates.

278 TECNOLOGÍA

278 | Países que lograron un alto perfil tecnológico.

280 | Ciberseguridad. Seguridad absoluta es imposible.

284 | ¿Es India capaz de liderar una revolución en Internet móvil?



288 REDES SOCIALES

288 | ¿Qué es lo que pueden enseñar los medios sociales al sector privado?

292 | Web 3.0. Onda social y ruptura en Internet.

294 | Las redes sociales centradas en negocios: ¿revolución o artimaña?

298 Colofón

En América latina la innovación no surge de fuentes tradicionales.