

30 pesos

www.mercado.com.ar

Mercado

El heredero del capitalismo

Marzo 2012

**Talento:
el petróleo
del futuro**

Seguridad social:
larga historia,
números cortos

En biocombustibles,
mezclar y dar de nuevo

Hay nuevas fronteras
en calidad

La era del consumidor
inteligente

Cómo ser irresistible
para todas las mujeres



Marzo 2012 |

Director-editor

Miguel Ángel Díez | mdiez@mercado.com.ar

Secretaria general de redacción

Carina Martínez | cmartinez@mercado.com.ar

Redactora

Florencia Pulla | fpulla@mercado.com.ar

Rankings

Luis García | lgarcia@mercado.com.ar

Colaboran en este número

Leandro Africano

Florencia Álvarez

Gustavo Baiman

Rubén Chorny

María Teresa Lavayén

Mauro Maciel

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

Gerente de publicidad

Miguel Larzábal | mlarzabal@mercado.com.ar

5254-9470

Ejecutiva de cuentas

Margarita Jourdan | mjourdan@mercado.com.ar

5254-9471

Centro de información

info@mercado.com.ar

Bartolomé Mitre 648, 8 piso B, Ciudad Autónoma de

Buenos Aires (C1036AAL). Tel. (54-11) 5218-9400.

3 Anticipo

RSE, a la hora de rendir cuentas.

4 Contenidos

6 Mercado digital

8 Foco

10 Opinión

10 | La larga crisis del capitalismo.

Cómo liberar el poder productivo.

12 | El primer paso de la gran estrategia.

Clima bélico por el poder nuclear iraní.

14 Ideas y debates

Cómo ser irresistible para todas las mujeres.

16 ANÁLISIS Entrevista

La era del consumidor inteligente.



20 Perspectiva

Seguridad social: larga historia, números cortos.

24 PORTADA

24 | El heredero del capitalismo.

30 | Reinención, regulación, inclusión.

36 DOSSIER

36 | Recursos Humanos. El arte de atraer y retener.

40 | Talento: el petróleo del futuro.

50 | Grupo Rhuo. En las vísperas de una guerra por el talento.

52 | Manpower Group. La búsqueda se intensifica y demanda cambios.

53 | Grupo Sesa Select. Buenas perspectivas de empleo.

54 | Michael Page. Demanda con foco en la actividad industrial.

56 | ZonaJobs. Indicador del mercado.

59 | Execuzone. Tradición *online* en la búsqueda de ejecutivos.

60 | Guía Laboral. El desafío de detectar talento.

62 | Ghidini Rodil. IT, una división que crece.

63 | Bumeran. La informalidad como estrategia.

64 | Bayton. La tecnología como mediadora.

66 | Grupo Gestión. La motivación, eje de la retención.

68 | Claro Argentina. Capacitar y retener. Cervecería y Maltería Quilmes.

Comunicación permanente.

69 | Ernst & Young. Analizar riesgos y detectar problemas.

70 | Los jóvenes "millennials".

72 ESTRATEGIA Empresas

72 | Biocombustibles. Mezclar y dar de nuevo.

78 | Profesionalizar la Pyme familiar.

82 | Tempo Muebles. La marca, como la garantía de calidad.

84 | Protagonistas.

88 Alta gerencia

88 | Incertidumbres que asedian a toda estrategia convencional.

90 | La generación Y.

92 Marketing

92 | La minería que se practica en las montañas de datos.



96 | Escuchar, aprender y crear estrategias desde la cúpula.

100 INFORME

- 100 | Nuevas fronteras en calidad.
- 107 | SN. Camino hacia la mejora constante.
- 108 | A la búsqueda de ahorro y eficiencia energética.
- 109 | La calidad y la excelencia.
- 112 | IRAM. Normas pensadas para cualquier organización.
- 113 | SGS. La calidad comprende el proceso y la gestión.
- 114 | TÚV. Demostrar seriedad y asumir compromisos.
- 115 | DQS. Aún hay campo para la certificación tradicional.
- 116 | BM Trada. Las buenas prácticas se ven en resultados.
- 117 | DNV. Compromiso con la mejora continua.
- 118 | Danone. La visión del auditor es un valor agregado.
- 119 | McDonald's. La calidad mantiene los vínculos con el cliente.
- 120 | Barrick. Transparencia para avalar las acciones.
- 121 | Servicios Compass. Certificaciones, un proceso a largo plazo.

114 Colofón

La máquina de fabricar empleos.

En biocombustibles, se trata de mezclar y dar de nuevo



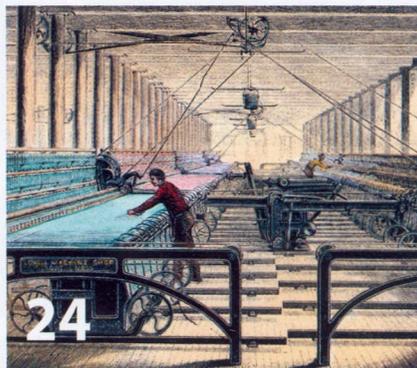
Hay casi US\$ 100 millones en juego dentro de la cadena de valor agroindustrial por cada punto en disputa para el corte de biocombustibles en el gasoil. Los aceiteros quieren llevar el actual 7 a 10%. Para el Gobierno sería menos importación y subsidio, pero una presión adicional sobre los precios.

Talento: el petróleo del futuro

El área de Recursos Humanos se torna cada vez más estratégica, aunque queda camino por recorrer. La escasez de talento y la retención de recursos valiosos continúan siendo los grandes escollos a superar y temas que otorgan llegada a las decisiones de la cúpula de la empresa. Tendencias y desafíos de un sector que debe acomodarse a los vaivenes de una sociedad interactiva y cambiante.



El heredero del capitalismo



La mayoría de los ensayistas que abordan el tema concuerdan en que la crisis del capitalismo tiene su origen en dos fracasos diferentes: la incapacidad del sistema para generar prosperidad sostenible a través de crecimiento económico y generación de empleos; y la percepción de que es groseramente injusto. Cuando los dos fracasos ocurren a la vez, estamos de verdad frente a una crisis. Lo que explica la desorientación de los débiles liderazgos en el mundo occidental, y la virulenta actividad de "los indignados".

Seguridad social, larga historia, números cortos

20

La Argentina fue uno de los primeros países en América latina y uno de los más ambiciosos en la construcción de un sistema jubilatorio que anhelaba un amplio grado de cobertura y altos valores en las prestaciones. En 1958, en su momento de mayor liquidez, cuando eran muchos más los aportantes que los jubilados, se aprobó una ley que buscaba garantizar el 82% móvil.

Nuevas fronteras en calidad

Hay una realidad que esta encuesta pone de relieve: la existencia de empresas que no estando certificadas o habiéndolo estado, desarrollan su actividad bajo normas de calidad. El dato central que devela la investigación de este año es la existencia de dos segmentos de empresas que operan con algún sistema de gestión de la calidad. Están las que lo hacen bajo el régimen de las ISO/Iram y las que lo hacen por algún otro mecanismo, propio o mundialmente reconocido, que puede o no requerir certificación.

