

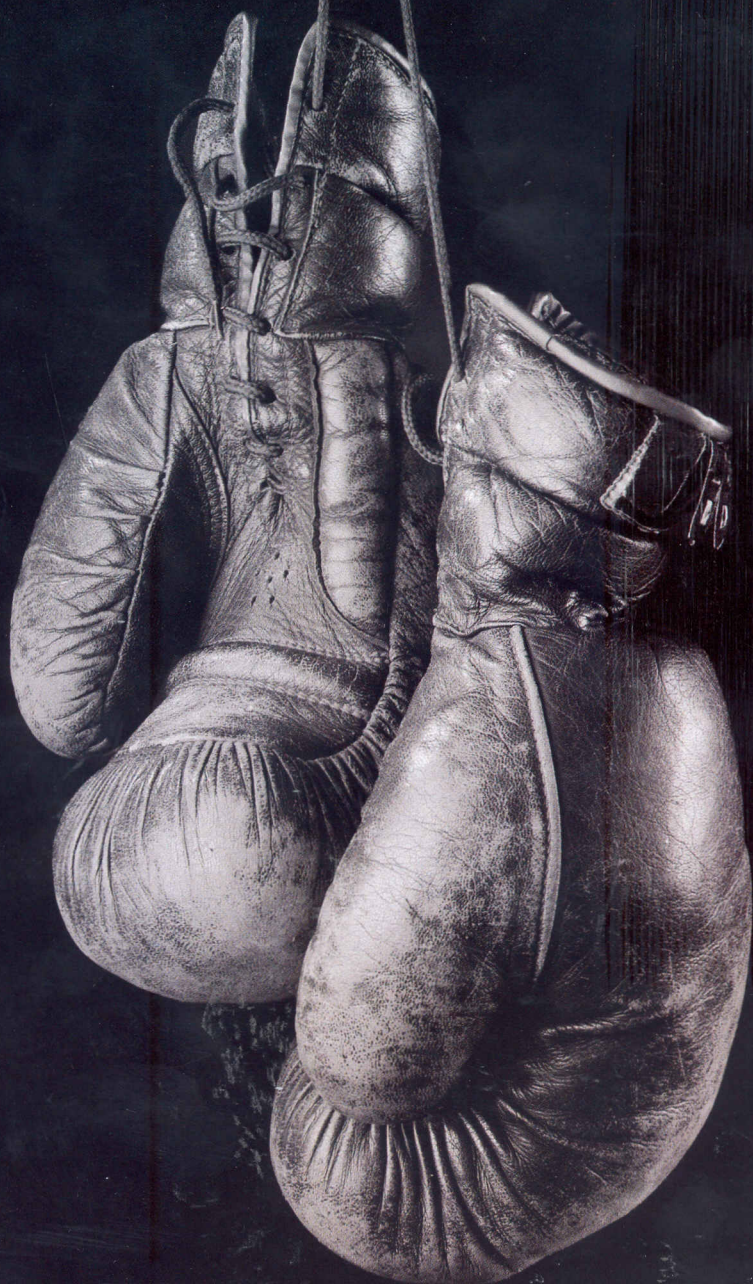
35 pesos

¿A quién le importa el largo plazo?

43° aniversario

Mercado

El ocaso de EE.UU.



Claves para entender
el comercio exterior

Nuevas conductas
en Barrio Facebook

10 líderes, 10 marcas

Tendencias
en consumo

Gasto e inversión
en marketing



9 770325 068009

Agosto 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

Gustavo Baiman

Martín Boerr

Rubén Chorny

Yuri Doudchtizky

Francisco Llorens

Mauro Maciel

Javier Rodríguez Petersen

Diseño general

Lorenzo Shakespear | www.shakespearweb.com

Portada

Lorenzo Shakespear

Diagramación

Diego Gorzalczy

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 Aniversario

43 años de *Mercado*. Estrategias para sobrevivir.

6 Carta del director

8 Mercado digital

12 Contenidos

16 Foco

18 Opinión

El gigantesco escándalo de la tasa Libor, recién comienza.

20 | Los problemas de la *knowledge economy*. Alimentos caros por largo tiempo.

22 Ideas y debates

La oportunidad de ser un gran productor de alimentos.



26 ANÁLISIS Entrevista

Carlos Corach. "El kirchnerismo, todavía en el período ascendente".



30 Perspectiva

30 | Claves para entender el comercio exterior.

32 | Comercio exterior y PBI. ¿Dónde está el problema?

36 | Aumentan las ventas argentinas, pero menos que las de los vecinos.

37 | La denuncia de la UE. ¿Quién está bajo amenaza?

38 | Radiografía de las importaciones.

43 | Baja recepción de inversión extranjera.

44 | Las ventas externas pierden dinamismo.

46 | ¿Quién es quién en el dinamismo exportador?

49 | La competitividad argentina según los distintos mercados.

52 | Relaciones con las distintas regiones económicas del mundo.

56 | Origen y composición de las principales importaciones.

57 | Exportaciones bajo tensión.

62 | Competitividad por provincias.

64 | Déficit que aumenta en el comercio de los servicios.

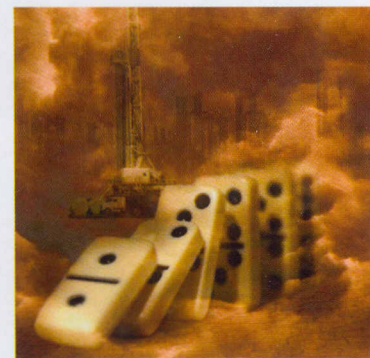
68 PORTADA

68 | El ocaso de EE.UU.

78 | La reinención de EE.UU. Más gobernabilidad, menos fuerza y apuesta tecnológica.

84 ESCENARIO GLOBAL

84 | Ironías de la decadencia.



92 | China: 40 años de relaciones con la Argentina.

94 | Crisis europea, rebote en Asia y consecuencias para la Argentina.

98 DOSSIER

98 | ¿A quién le importa el largo plazo?

99 | Urgencia del largo plazo.

102 | Una presidencia institucional para potenciar el desarrollo.



106 | ¿Habrán jubilaciones para todos (y todas)?

112 | Avanzar en una protección social integral y federal.

118 | La situación fiscal ya no es un pilar del modelo.

122 | Políticas para garantizar la independencia judicial.

128 | La enseñanza en el centro de la política educativa.



134 | La hora del consenso: un pacto por la salud.

140 | Los tres pasos para moderar la inflación.

146 | Ideas para fortalecer la gestión en la escasez.



152 | Evaluación, herramienta para tomar decisiones.

158 | Desafíos urgentes del sistema de transporte.

164 | Más fortaleza a los partidos y menos uso partidario del Estado.

170 | Es el mundo quien empuja crecimiento con equidad.

ESTRATEGIA

176 En foco (I)

Sectores en caída. Nuevo contexto, nuevas reglas.

180 En foco (II)

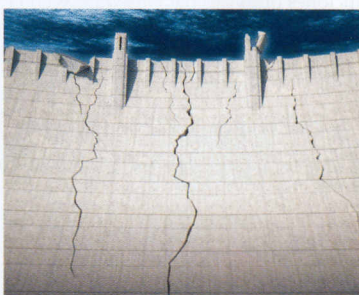
180 | Tendencias del consumo. Entre tasas chinas y cuentos de gallegos.

184 | Luz amarilla tras una década de bienestar.

188 PROTAGONISTAS

192 Alta gerencia

192 | Modelo de negocios en tres dimensiones de desarrollo.



197 | Hay empresas con más poder e influencia que muchos países.

198 | Riesgos cada vez mayores.

200 | Dos estilos de *management*.

202 | Errores de la industria automotriz.

206 | El desafío: liberar hoy la potencia productiva.

208 MARKETING

208 | 10 líderes que mostraron el camino.

209 | Woods Staton. Una marca, una franquicia pero también una gestión.

210 | Miguel Galuccio. El elegido para la transición.

212 | Isele Constantini. La automotriz con liderazgo femenino.

213 | Rogelio Viesca Arrache. Cuando la unión hace la fuerza.

214 | Daniel Fernández. El crecimiento como estrategia.

216 | Martín Ramos. Una gestión multimarca.

218 | Juan Bruchou. Gerente de Sudamérica, con desafíos y logros.

220 | Mario Quintana. Un negocio donde otros no lo vieron.

224 | Juan José Aranguren. Resistencia empresaria.

226 | 10 marcas que supieron destacarse.

227 | Garbarino. Las claves de un éxito viral.

228 | Sony. Eterno respaldo de una marca.

230 | Tarjeta Naranja. Otra visión de las finanzas.

232 | Lan. Una marca inalterable.

234 | Cervecería y Maltería Quilmes. El líder con la espuma de oro.

236 | Jumbo. Un verdadero líder del *retail*.

238 | Aquarius. Gran desafío de Coca-Cola.

240 | Personal. Intrépido caso de *rebranding*.

242 | Samsung. La innovación en áreas tecnológicas.

244 | La gestión del gasto en Marketing y Comunicación.

254 | La hora del *shopper marketing*.

262 INFORME

262 | Nuevas conductas en Barrio Facebook y sus alrededores.

276 PREMIOS

Cuatro "leones" para Mercado, en Cannes.



280 FINANZAS

Fraude, soborno y corrupción como estrategia de negocios.

282 TECNOLOGÍA

282 | El futuro (y el negocio) está ahora en los datos.

287 | Cinco tecnologías que no hay que perder de vista.

290 REDES SOCIALES

290 | Monitorear la conversación 2.0

294 | Nuevos aires para la investigación social.

298 DOCUMENTOS

La visión estratégica de Juan Domingo Perón.

306 CONVERGENCIA

50 grandes actores de la digitalización.

314 Colofón

Vender a los clientes; atender a los usuarios.