

Noviembre 2018 |

Director-editor

Miguel Ángel Díez | mdiez@mercado.com.ar

Secretaría general de Redacción

Carina Martínez | cmartinez@mercado.com.ar

Colaboran en este número

Rubén Chorny

Blas Gómez

Claudio Iglesias

María Teresa Lavayén

Portada

María Martínez

Diagramación

Diego Gorzalczany

Ilustraciones

María Martínez

Contenidos de Internet

María Teresa Lavayén | mtlavayen@mercado.com.ar

Gerente general

Eduardo Blanco | eblanco@mercado.com.ar

Administración

Alejandra Sánchez | asanchez@mercado.com.ar

Atención al suscriptor

Magalí Pérez | mperez@mercado.com.ar

Gerencia de Publicidad

Margarita Jourdan | mjourdan@mercado.com.ar

3959-9400 int. 471

Atención al suscriptor

info@mercado.com.ar

WeWork, Torre Bellini, Esmeralda 950, piso 10, of 112

(C1007ABL). Tel. (54-11) 3959-9400.

3 Carta del Director

Sustentabilidad es un buen negocio.

4 Contenidos

6 Mercado digital

8 Foco

10 Opinión

10 | Inteligencia artificial en el centro del debate geopolítico.

12 | La otra visión sobre la IA.



14 IDEAS Y DEBATES

Hablan los olvidados de EE.UU.



ANÁLISIS

18 Entrevista

Martín Dealessandro, de la Sociedad Argentina de Análisis Político. La decepción crea condiciones para que surja un cisne negro.

22 Perspectiva

¿Qué hacen las empresas por las comunidades en las que operan?

36 MARKETING

Grandes marcas desconcertadas con exigencias de los *millennials*.

40 ALTA GERENCIA

40 | Transformación y desafíos en el nuevo rol del CIO.



46 | Muchas escuelas de negocios aún no reflejan el cambio de paradigma.

50 TECNOLOGÍA

50 | Hoy hay un nuevo perfil del talento en tecnología.

51 | Innovación y flexibilidad son ingredientes esenciales.

52 NEGOCIOS

Reemplazo del cobalto en vehículos eléctricos.



56 PROTAGONISTAS

62 LIBRO BLANCO DE LA SUSTENTABILIDAD Y LA RSE

62 | Introducción. Sustentabilidad es un buen negocio.

64 | Capítulo I. El delicado equilibrio de los programas de RSE.





78 | Capítulo II. Opiniones en primera persona. El futuro que ya es hoy.
 94 | Capítulo III. Aportes que dejan huella. Teoría y estrategia de los protagonistas.
 120 | Capítulo IV. Nueva versión del directorio más completo en este campo.



Sustentabilidad es un buen negocio

62 Hay una perspectiva de tendencia en vías de afianzarse: una visión que promete conseguir adhesiones: la inversión verde que genera rentabilidad, buenos negocios, y además respetabilidad dentro de la comunidad en la que está inserta una empresa. Pero también inversión ética. Hoy, el eje de la discusión pasa por precisar cuán central al modelo de negocios deben ser estas actividades ya insoslayables.



122 Colofón

Talento joven entre la pyme y la gran empresa.



La decepción crea condiciones para que surja un cisne negro

18 Las inciertas expectativas económicas previas y posteriores a la aún lejana elección presidencial plantean a los ojos de los politólogos múltiples escenarios posibles: ¿polarización con Cristina?, ¿se baja Macri y van María Eugenia Vidal u Horacio Rodríguez Larreta por Cambiemos?, ¿Lousteau por la UCR?, ¿hay *plafond* para *outsiders*, como Marcelo Tinelli o Facundo Manes, o algún mano dura tipo Bolsonaro?



Inteligencia artificial en el centro del debate geopolítico

10 No es solo una guerra comercial entre Estados Unidos y China. Eso es apenas lo que se ve. Hay mucho más. El avance tecnológico de la potencia oriental es enorme y veloz. Su potencial militar también. Todo indica que, a pesar de que pueda haber alguna tregua, el conflicto seguirá de diferentes maneras.



¿Qué hacen las empresas por las comunidades en las que operan?

22 Ahora, el tema central en este campo es dónde se pone el énfasis. Con nitidez se comienza a percibir un grupo creciente de compañías que ponen el acento cada vez más en lo que pueden hacer por el crecimiento y la mejoría de la comunidad dentro de la cual desarrollan su tarea.



Muchas escuelas de negocios aún no reflejan el cambio de paradigma

46 Los tecnólogos saben mucho de tecnología pero no explican el tipo de problemas que pueden resolver. Los empresarios tienen muchas ideas para mejorar sus compañías pero no tienen forma de saber en qué los puede ayudar la tecnología. Lo que hace falta saber es cuáles son los problemas de negocios que la tecnología puede resolver bien.

