

## Director-editor

Miguel Ángel Díez | mdiez@mercado.com.ar

## Secretaria general de Redacción

Carina Martínez | cmartinez@mercado.com.ar

## Colaboran en este número

Rubén Chorny

Fabiana Culshaw

Blas Gómez

María Teresa Lavayén

Viviana Lupi

Alejo Marcigliano

Carla Serafini

## Portada

María Martínez

## Diagramación

Diego Gorzalczany

## Ilustraciones

María Martínez

## 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

Magali 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

El otro enfoque sobre innovación.

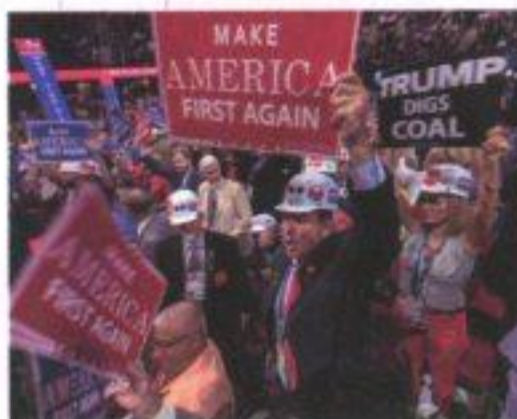
## 4 Contenidos

## 6 Mercado digital

## 8 Foco

## 10 Opinión

10 | Necesidad de entender el gran rompecabezas global.



12 | Se percibe una guerra total entre China y EE.UU.

## 14 Ideas y debates

La tecnología termina siendo un arma contra la democracia.

## ANÁLISIS

## 18 Entrevista

Pasos de Argentina y Japón en la reinención del mundo comercial.



## 22 Perspectiva

En pos de la evidencia.

## 26 PORTADA

26 | Innovación en el proceso de gestión de la empresa.

28 | Innovación centrada en el cliente.

37 | Swiss Medical. Compromiso del accionista y manejo del *change management*.

38 | Farmacity. Soluciones que tornen más eficaces las tareas.

40 | Siemens. Ser innovador, y también excelente y responsable.

42 | Transformación basada en la cultura e innovación.

## 44 EMPRESAS

44 | Air Canada. Atractivos del vuelo directo.



48 | Cyber Security Weekend América Latina, Kaspersky Lab. Claves esenciales para estar prevenidos.

52 | PepsiCo Argentina. Más *snacks* desde Mar del Plata.

54 | Ideas sustentables que merecen ser contadas.

56 | Protagonistas.

## 60 INFORME

Etiquetado frontal de alimentos. Voces de un debate urgente.

## 70 INVESTIGACIÓN

La universidad sí importa.

## 78 ALTA GERENCIA

78 | Clima tóxico para la mujer ejecutiva.

80 | Mujeres en los directorios. ¿Por qué es tan difícil acceder?

82 | La transformación digital como agente de cambio en los negocios.

## 84 MARKETING

La gran competencia por los hábitos del consumidor.

## 88 DEBATES

Reforma tributaria, la asignatura pendiente.

## 90 DOSSIER

Temas centrales para el futuro de la empresa.

## 110 VIDA Y ESTILO

110 | El lujo, al democratizarse, también se desnaturalizó.



112 | El futuro promete cosméticos "waterless".

## 114 Colofón

Encuentro entre regulación, la innovación

# Innovación en el proceso de gestión de la empresa

**26** Esta investigación que desarrolló *Mercado* –con el respaldo y la activa participación de la consultora Olivia– es muy diferente a los enfoques convencionales sobre el tema. El foco está puesto en lo que significa la innovación en el proceso de gestionar la empresa, y además en conocer las expectativas del cliente. La encuesta, especialmente concebida para este propósito, es reveladora en sus resultados y crea un nuevo ámbito propicio para indagar en una nueva generación de ideas y en experiencias concretas.



## Etiquetado frontal de alimentos. Voces de un debate urgente

**60** El aumento exponencial de la prevalencia de sobrepeso y obesidad observado en los últimos años ha puesto en alerta a distintos actores involucrados. Profesionales de la salud y la nutrición, compañías vinculadas al sector de alimentos y bebidas y, por supuesto, organismos públicos han reaccionado de una u otra manera para hacer frente a esta grave situación de salud poblacional.



## Temas centrales para el futuro de la empresa

**90** La vertiginosa disrupción tecnológica, las implicancias de la digitalización en las compañías, las reflexiones que imponen automatización y robotización sobre el futuro del empleo, el notable peso específico de la sustentabilidad, de la transparencia y de la nueva responsabilidad social empresarial. Todos factores



que gravitan de modo decisivo en el nuevo escenario y cuyos efectos resulta difícil pronosticar.

## La universidad sí importa

**70** Para los ejecutivos, la preparación académica de sus potenciales empleados es un valor fundamental. La UBA sigue liderando, cómoda, en cuanto a preferencia. Según su opinión, las carreras están considerablemente adaptadas a los requerimientos actuales, aunque abogan por ciclos más cortos, con especializaciones posteriores.



## Clima tóxico para la mujer ejecutiva



**78** Indra Nooyi, CEO de PepsiCo y una de las mujeres más prominentes en el ranking Fortune 500, anunció en agosto que se retira en octubre. ¿Por qué lo hace en el mejor momento de su carrera? ¿Por qué se va si el directorio no se lo pide? ¿Por qué han hecho lo mismo otras cinco mujeres triunfadoras en el ámbito empresarial?