

## Director-editor

Miguel Ángel Díez | mdiez@mercado.com.ar

## Secretaria general de redacción

Carina Martínez | cmartinez@mercado.com.ar

## Colaboran en este número

Leandro Africano

Rubén Chorny

Blas Gómez

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 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

Violación cotidiana de la ciberseguridad.



## 4 Contenidos

## 6 Mercado digital

## 8 Foco

## 10 Opinión

10 | Llega un nuevo factor: miedo a la disrupción.



12 | Habrá populismo para largo rato.



## 14 Ideas y debates



La nueva geopolítica.

## 18 ANÁLISIS Entrevista

Javier Eugenio Sebastián Ortiz Batalla, presidente del Ciudad. Cómo hacer próspero a un banco público sin olvidar a los pobres.



## 22 Escenario global

Una era económica de "desempleo tecnológico".

## 26 EMPRESAS

En energía, ha llegado la hora del cambio planetario.



## 28 Protagonistas

## 30 PORTADA

Ciberseguridad al ataque.

## 44 DOSSIER

El nuevo mundo de la auditoría,

## 60 Alta Gerencia

Virtudes de un gerente de Marketing para sobrevivir.

## 64 Marketing

64 | Las marcas iberoamericanas siguen la senda ascendente.

66 | Lo que quieren los consumidores online.

## 68 INFORME

30 empresas diferentes.

## 99 INVESTIGACIÓN

Séptima edición del "Ranking de reputación *online*". Desempeño digital y sinergia necesaria.

## 106 Colofón

Japón, con poca gente, resurge con los robots.



# Ciberseguridad al ataque



**30** El mayor ataque de virus informático que impactó este año en un gigante como Telefónica y en la red global, le marca un antes y un después al nuevo paradigma de protección y prevención al que lleva la economía de las aplicaciones. Latinoamérica se apresta a dar un paso adelante en la seguridad informática, y la Argentina se despereza tras una larga siesta.

# 30 empresas diferentes



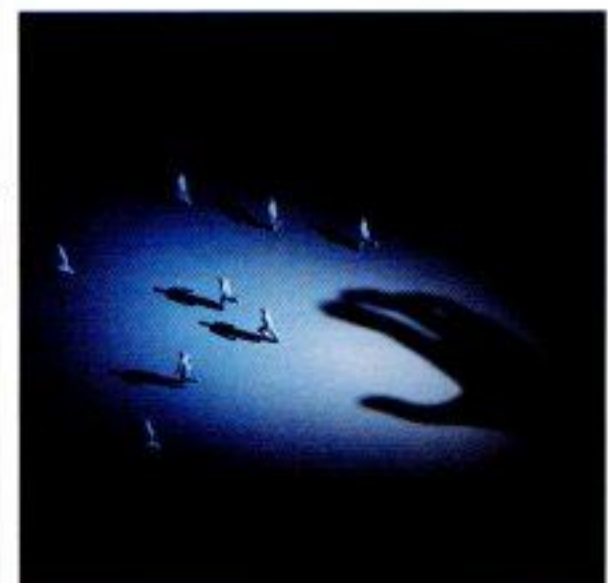
**68** Son muy especiales, que merecen ser distinguidas porque tienen una estrategia original, respaldada por fuertes convicciones, y cultivan la diversidad -aunque en muchos casos lo hagan inconscientemente-. A primera vista cuesta distinguirlas. Prácticamente todas ellas están en el ranking de las 1.000 empresas que más venden. Sin excepción tienen una activa presencia en el campo de la sustentabilidad y de la responsabilidad social empresarial.

## El nuevo mundo de la auditoría

**44** Las grandes firmas del sector enfrentan una revolución incesante y veloz. Los ingenieros se convierten en colegas y respaldo de los contadores. La robotización a través de *software* avanza indetenible. El sector creció en volumen de clientes y de negocios en el sector de consultoría. Sería sobre simplificar decir que consultoría es ahora más importante que auditoría. No son dos negocios totalmente separados, y en verdad se mezclan mucho.



## Virtudes de un gerente de marketing para sobrevivir



## Séptima edición del "Ranking de reputación *online*"



**99** Hoy, las presencias *online* y *offline* de las marcas se funden a niveles nunca vistos. O, por lo menos, deberían. Eso parece reflejar uno de los datos destacados de esta investigación que mide la reputación *online* de las empresas. Un largo camino y ardua tarea entre el mundo "fáctico" y el digital.

**60** Las últimas investigaciones sobre la duración promedio de un gerente de marketing en una empresa importante revelan que casi nunca pasa de los 42 meses. Es una rotación más intensa que la de cualquier otro gerente *senior*, incluso del CEO.