

SUMARIO

04.

EDITORIAL | QUÉ HAY PARA LEER EN ESTE NÚMERO

08.

2da. LECTURA

Gestionar no es no arriesgar

Por Luis Manuel Calleja

Interacciones complejas en las empresas familiares

Por Carlos Folle

Competencia y cooperación

Por Pablo Regent

¿Sale un olímpico?

Por Pablo Sartor

16.

ENTREVISTA

Juan Montero, MBA 2016

“Lo que hace falta es educación previsional”

22.

FACTS & FIGURES

Centro de Emprendimiento Deloitte del IEEM

23.

FACTS & FIGURES

Centro de Economía, Sociedad y Empresa del IEEM

76.

RECOMENDAMOS LEER

El reto de la innovación de la empresa industrial

Alejandro F. Bello

86.

RECOMENDAMOS LEER

Tendencias de mercado

Verónica Massonnier

90.

HOY Y AYER

Construir un mundo más justo

Por Antonio Argandoña

COLUMNAS



42.
COMUNICACIÓN Y EMPRESA
El boom de las noticias falsas
Por Gabriela Rocha



44.
EMPRENDIMIENTO
Las barreras a la actividad emprendedora en Uruguay
Por Leonardo Veiga

56.
EMPRENDIMIENTO
La venta del emprendimiento
Por Enrique Ermoglio



54.
ENTORNO DE NEGOCIOS
Mi empresa es eficiente... ¿Seguro?, ¿contra quién se compara?
Por Mario Tucci



74.
RR.HH
¿Estás alcanzando tu potencial? Gerencia tu propio desarrollo profesional
Por Ximena Carbone



78.
ECONOMÍA, SOCIEDAD Y EMPRESA
La agenda pendiente
Por Ignacio Munyo



82.
LEGAL
Los acuerdos de protección de inversiones: beneficios y problemas
Por Gonzalo Lorenzo



84.
PALABRA
El pensamiento único y el derecho a pensar distinto
Por Carlos González Saracho

ARTÍCULOS

24.
Sean nuestros robots tan educados como obedientes
Por Pablo Sartor

Qué podemos esperar en los próximos años sobre los procesos de aprendizaje de las máquinas y la interacción con el trabajo humano.

30.
La fragilidad de los planes de negocios
Por Gabriel Vallone

La formulación de un plan de negocios, y su expresión financiera, cualquiera sea el destinatario de la información, conlleva siempre una gran responsabilidad.

36.
Decisiones consistentes, confianza y huellas
Por Josep M. Rosanas

El enfoque de Pérez López es más necesario hoy que nunca, porque se nos están olvidando algunos conceptos básicos por perseguir la eficacia a corto plazo.

58.
Benefit vs. Profit
Por Joan Fontrodona y Guillermo Casanovas

Si estás dispuesto a pasar de ser la mejor empresa de tu comunidad a convertirte en lo mejor para tu comunidad vas camino de transformarte en una B Corp.

64.
El entorno digital: cómo incide en el marketing actual
Por José Aulestia

¿Es consciente que los clientes hoy están en capacidad de opinar, interactuar e intercambiar información sobre los productos, servicios y marcas?

68.
Difícil pronóstico
Por Eduardo Fracchia

La recuperación en 2017 de Argentina, un país todavía en terapia intensiva, dependerá en buena medida de la evolución del contexto político.