

SUMARIO

04.

EDITORIAL | QUÉ HAY PARA LEER EN ESTE NÚMERO

08.

2da. LECTURA

Los robots son el cuco, no el monstruo

Por Adrián Edelman

La composición del Directorio en la Empresa Familiar

Por Carlos Folle

No pierda dinero con la innovación

Por Leonardo Veiga

El *management* en la era digital

Por Gonzalo Gómez Betancourt

16.

ENTREVISTA

Pablo Montaldo, PEMA 2005, SEP 2017

“El mejor momento para entrar a concurso es antes de estar en una situación sin vuelta atrás”

76.

RECOMENDAMOS LEER

Manejando el disenso

Luciano Elizalde

82.

RECOMENDAMOS LEER

Millennials en la oficina

Lee Caraher

92.

HOY & AYER

¿Qué es el gobierno corporativo?

Por Luis Manuel Calleja

COLUMNAS



60.
ECONOMÍA, SOCIEDAD Y EMPRESA
Renta básica universal en Uruguay
Por Ignacio Munyo



62.
COMUNICACIÓN Y EMPRESA
La inminente reconciliación entre la Comunicación y las métricas
Por Gabriela Rocha



64.
EMPRESARIADO
SIEM: Hacia una nueva estrategia de ciberseguridad
Por Matías Davyt

66.
EMPRESARIADO
Reporte Nacional de Uruguay del GEM 2016
Por Leonardo Veiga



78.
ENTORNO DE NEGOCIOS
Crecer por diseño, crecer por experiencia
Por Mario Tucci



80.
RR.HH
Innovar o morir: la cultura organizacional como activo intangible
Por Dinorah Alifa



84.
LEGAL
Ronda Uruguay 3
Por Pedro Bellocq



84.
PALABRA
El miedo y la inmadurez, políticamente correctos
Por Carlos González Saracho

ARTÍCULOS

22.
¿Qué hay que saber de las tecnologías disruptivas?
Por Pablo Sartor

Vale la pena detenerse en definir qué es disruptivo antes de adjetivar a todo lo nuevo como tal.

30.
¿La tecnología como oportunidad o amenaza? ¿Qué pensamos los uruguayos?
Por Federico Saizar y Pablo Sartor

¿Qué piensan los uruguayos interesados en la tecnología respecto de las posibilidades futuras de nuestro país?

36.
The heart of work
Por Valeria Fratocchi

Ponencia en la Pontificia Università della Santa Croce de Roma acerca de los últimos datos sobre el futuro del trabajo en relación con la automatización.

54.
¿Cuál es la nueva ventaja competitiva?
Por Antonio Dávila

Implantar la estrategia mejor que nadie ha dejado de ser una ventaja competitiva para transformarse en una *commodity*.