

COLOSAL. VIAJE AL INTERIOR DEL MUNDO SAMSUNG. CÓMO PASÓ DE GRAN EMPRESA COREANA A PLAYER GLOBAL.

**Bloomberg
Businessweek**

En colaboración con

Apertura

EDICIÓN 233

MAYO 2013

\$ 33 (Recargo envío al interior \$ 0,60)

ECONOMÍA **B**IPOLAR

Las dos caras de la Argentina. Los pesos queman y hacen que algunos sectores estén calientes: autos, electrónicos, esparcimiento, gastos con "dólar tarjeta". Pero hay otros que pagan el costo. El balance de la década K.

PETROBRAS
POR QUÉ EL GIGANTE
BRASILEÑO DECIDIÓ
IRSE DEL PAÍS.

DOLLAR LINKED
LAS OPCIONES PARA
INVERTIR EN LA DIVISA,
SIN EL VERDE BILLETE.

RECURSOS HUMANOS

Informe especial. La actualidad de un área sin lugar para débiles. Lo que hay que saber.

PROFILE 2013

Exclusivo: los perfiles con toda la información de 150 números uno de la Argentina.

CEO



(STHANZ)



G

Gente para tener en cuenta

**Daniel Dimare** (43)

Director de Marketing de Juguetes Rasti.

Con sólo 3 años, Daniel Dimare acompañaba a su padre –fundador de Rasti– a realizar entregas en jugueterías. Entre los 13 y 19, desarrolló un procesador de texto para manejar los costos de la firma, en la que, hoy, es director de Marketing. "Mamá el negocio desde muy chico. Sabía que quería trabajar en la empresa de mi papá". Estudió Administración (Universidad de Morón). Trabajó en Sistemas, Tesorería y Ventas de la empresa, que, en 1992, abandonó la producción nacional y comenzó a importar, por la pérdida de competitividad que generó la apertura económica. Diez años después, volvió a fabricar. En 2007, relanzó los ladrillos Rasti, que solía producir la compañía Knittax. Define la jugada, en la que invirtió \$ 2 millones, como la gran apuesta de la empresa familiar. En Lomas del Mirador (La Matanza), su planta fabricó 1,5 millón de juguetes terminados en 2012, dice. Exporta a Bolivia, Chile, Colombia, España, Paraguay, Perú y Uruguay, y, este año, plantará bandera en México. "No somos muy competitivos. El año pasado, los costos crecieron 20 por ciento. Tenemos miedo de que se repita lo de 1992: apertura que permita a los supermercados, que manejan el 40 por ciento del mercado, importar juguetes", admite. Es editor del portal Juguetes y Negocios y miembro de la Cámara Argentina de la Industria del Juguete (CAIJ). Un curso de chef, su asignatura pendiente.

**Gonzalo Rosado** (28)

Social Media manager de Wunderman Argentina.

Gonzalo Rosado no se desconecta. "Con una pantalla e Internet, me puedo divertir muchísimo", dice el *Social Media manager* de Wunderman Argentina. En su tiempo libre, aprende francés *online*, toma cursos de *gamification* y mira películas en su *tablet*. Publicista (UCES), dio sus primeros pasos en Yahoo! Argentina. Con 23 años, fue *Community manager* –versión 2006, aclara– del buscador. Luego, asistente de Producto y *Product manager*. "No existían las redes sociales. Mi rol era traducir el sitio Yahoo! Answers al castellano", amplía. A través de su *blog* de películas y series, Turner lo contactó para manejar las redes sociales de las señales TNT, Space e I-Sat, entre otras. Después de dos años, hizo un *shift* al mundo de los *start-ups*. Llegó a Vostu, desarrolladora de juegos sociales, en 2011, donde coordinó el equipo creativo para el *social game* Mini Fazenda. Al año, fue víctima de la reestructuración de la firma, que redujo su plantel de más de 400 empleados a 240. Llegó a Wunderman Argentina, agencia de marketing, como *Community manager* de Nokia, en 2012. Actualmente, coordina las áreas de *analytics* y *community management* para Coca-Cola y Microsoft, entre otras *brands*.

**Miguel Braun** (39)

Director del Banco Ciudad y director Ejecutivo de Fundación Pensar.

Su cuenta en Twitter, @braunmi, ostenta unos 15.000 seguidores. "Viniendo de formación académica, pienso y escribo párrafos. Twitter es un buen ejercicio de comunicación. Me obliga a escribir una idea corta y clara", define Miguel Braun. Economista (UdeSA), se doctoró en Harvard, donde también cursó un *master*. Pudo haberse quedado trabajando en Estados Unidos. No quiso. "Mi vocación es la política pública en la Argentina", asegura. Volvió al país en 2001. Con 27 años, fundó el Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (Cippec), donde permaneció una década. En 2010, se sumó al PRU como director Ejecutivo de Fundación Pensar, centro de políticas públicas del país. Su objetivo, diseñar planes de gobierno con vista a la candidatura presidencial de Mauricio Macri. "Para ser un país que crezca, que su PBI *per cápita* en los próximos 20 años, hay que aumentar la producción energética y construir más rutas y puertos", proyecta. Demandará un plan de infraestructura de US\$ 100.000 millones, estima. Desde febrero, es director del Banco Ciudad. Vislumbra una economía con mínima inversión y un panorama de poco crecimiento con inflación en alza para los próximos años. "El modelo está agotado. Se nos vino el viento de cola", sentencia. Leer novelas, correr carreras de 10 kilómetros y jugar al tenis, sus *hobbies*.