

Jorge A. Romero Day

Presidente Quintana 2789, B1640ASC – Martinez, Buenos Aires, Argentina

Celular: +54911-6867-6489 * Telefono: +5411-4793-0207

e-mail: jorge@romeroday.com * Skype: jorge.romero.day

RESUMEN

Creatividad

Planeamiento Estratégico

Ejecución

Una comprobada capacidad en las áreas de dirección general, marketing y planeamiento estratégico. Vasta experiencia en el desarrollo de nuevos productos/canales, la expansión de mercados, y el crecimiento de facturación y rentabilidad. Probado desempeño en la gestión de la rentabilidad, mejoras operativas, productividad y reducción de costos. Entre las principales competencias se incluyen: liderazgo, creatividad y una fuerte capacidad para traducir ideas conceptuales en realidades de mercado.

TRAYECTORIA PROFESIONAL

▣ JRD – Startups/ Reestructuraciones/ Interim Management	2018-Presente
▣ DSM Food Specialties ; <i>Regional President LATAM & DSM Landlord Argentina, Paraguay and Uruguay - Argentina</i>	2012-2018
▣ Andre Pectin, China – Raw Material and Market Development Consultant	2013-2016
▣ PANORD S.A. ; <i>Managing Owner - Argentina</i>	2011-2012
▣ World Minerals/ Imerys ; <i>Director Regional, America del Sur - Argentina</i>	2007- 2011
▣ AB Mauri, a division of Associated British Foods	2003 - 2007
<i>Director Regional, Mexico, Central America & the Caribbean</i>	2004-2007
<i>Gerente General, Mexico (start up & greenfield)- Puebla, Mexico</i>	2003-2004
▣ Prosegur S.A. – <i>Gerente General - Alarmas, Buenos Aires, Argentina.</i>	2001 - 2003
▣ E.I. du Pont de Nemours and Company - Wilmington, DE, EE.UU.	1993 - 2001
<i>Director Regional – Estrategia, Comunicaciones e Industria Alimenticia - Argentina</i>	2000
Protein Technologies International, una compañía Du Pont - St. Louis, MO, EE.UU.	
<i>Director General – Mercosur, Chile & Bolivia – Argentina</i>	1999-2000
<i>Director de Area –Cono Sur - Argentina</i>	1994-1999
▣ Eli Lilly and Co., Elanco Animal Health - Indianapolis, IN, EE.UU.	1990-1993
<i>Gerente de Producto – EE.UU.</i>	1992-1993
<i>Gerente de Producto - Internacional</i>	1990-1992

INFORMACION PERSONAL

Ciudadanías argentina y norteamericana. Residente legal en Brasil y México. Casado, 3 hijos. Asesor Programas empresariales; y planeamiento estratégico Fundación Sagrada Familia.

Jorge A. Romero-Day

Página 2

IDIOMAS

Dominio de inglés, español y portugués. Conocimientos de alemán.

EDUCACION

Maestría en Ciencias, Management; Krannert School of Management, Purdue University, 1990.
Finanzas Internacionales y Marketing

Maestría en Ciencias, Economía Agrícola; Purdue University, 1985: Métodos Analíticos y Finanzas

Licenciatura Administración de Empresas; ESAN – Fundación de Ciencias Aplicadas, Brasil, 1980.

COMPETENCIAS

Liderazgo

Analizar las diferencias de la organización, definir las, y establecerlas clara y visiblemente.

- Coordinación de unidades de negocio independientes en la región LATAM que resulta en la duplicación de la facturación de 4 años, mejora de 17% de los márgenes, y el correspondiente aumento de personal. **(12-16)**
- Organización y liderazgo de equipo multi funcional que completo proyecto de US\$ 2,5 millones, y obtuvo el premio al mejor desempeño comercial del 2013. **(12-13)**
- Manejo programa de preservación de caja, agresiva política de precios, y reducción de costos, en cuanto adaptaba la región de América del Sur a las nuevas condiciones económicas, resultando en una mejora de la rentabilidad de 2X de EBIT presupuestado, y de 45% en la generación de caja. **(09-10)**
- Dirección de procesos de startups, y nuevas plantas en Argentina, Brazil, Chile y Mexico que superaron ventas y rentabilidad establecidas en los planos de los respectivos proyecto. **(93-99/03-06)**

Ejecución

El eslabón perdido entre los mejores planes y los resultados.

- Enfoque de recursos limitados y desarrollo tecnologico en las mayores oportunidades de especificos segmentos de mercado que resultaron en un crecimiento 3X en Latinoamerica, y consecuente crecimiento de la organizacion . **(12-17)**
- Análisis y definición de modelo de mercado para Centro América y Caribe que llevo al cierre de todas las operaciones del área, con una mejora de US\$ 2 millones en la rentabilidad de esta región. **(05-06)**
- Establecimiento de una cultura de resultados durante fuerte recesión que permitió la mas rentable operación en su mercado, entre empresas del Grupo, y la numero uno de la unidad de negocios mundial. **(01-03)**
- Integración de compañías en 4 países, en diferentes estados de desarrollo, en una región consolidada lo que proporciono un 20% de crecimiento en la contribución a ganancias. **(07-08)**

Planeamiento Estratégico

La habilidad de obtener ventajas diferenciales sobre la competencia sostenidas a través del tiempo.

- Miembro del comité estratégico de la compañía, en el cual se desarrolla todos los planes estratégicos, y operacionales de la CIA, con su correspondiente ejecución. **(14-17)**
- Desarrollo y comunicación de campaña en los medios y con clientes del lanzamiento de la CIA en un nuevo mercado, lo que permitió capturar diversos distribuidores estratégicos. **(05-06)**
- Reestructuración drástica recortando costos, personal, y guiando una estrategia comercial hacia el segmento ABC1/C1C2, lo que permitió superar el BAI presupuestado a pesar del agravamiento de la crisis argentina. **(01-02)**
- Investigación, diseño y coordinación de las estrategias de desarrollo de mercado orientadas a las necesidades del cliente y enfocadas en alcanzar un modelo de fijación de precios/aporte de valor agregado que generó un aumento del 40% en la participación de mercado. **(98-99)**

Creatividad

La cualidad de expandir, extender, desarrollar, madurar y activar todas las capacidades de la organización para alcanzar su potencial.

- Desarrollo de red de proveedores de materia prima, llevando a contratos multianuales por 60% de requerimientos, fórmula de precios variables/ fijos, y aumento plazos de CAD a 60 días contra BL. **(14-16)**
- Creación de una asociación de co-proveedores no competitivos destinada a generar soluciones de valor agregado y masa crítica en los mercados objetivos, con lo cual se logró una mayor participación y diversos programas de cross-merchandising.. **(97-98/05-06)**
- Diseño de programas de incentivo para todo personal operativo, que conduce a una mejora de la productividad del 20 al 45%. en todas las áreas funcionales del negocio. **(01-02)**
- Liderazgo de unidades de negocios en América del Sur con ventas a la Industria Alimenticia para que al trabajar juntas provean un mayor valor a clientes regionales claves, obteniendo así una mejora en la rentabilidad y el crecimiento del proyecto de Du Pont en dicha industria. **(2000)**

REFERENCIAS

Presentadas bajo solicitud.