



RICARDO PRISTUPLUK

Steve Ingham, CEO de Michael Page, estuvo en Buenos Aires

La inflación inquieta a un gigante de los recursos humanos

Así lo reconoció el CEO mundial de Michael Page

CARLOS MANZONI

LA NACION

El paso de Steve Ingham por América latina no es casual. El CEO mundial del Grupo Michael Page International, empresa dedicada a la contratación de servicios profesionales, opina que las oportunidades están en los países emergentes, cuyo crecimiento, según dice, es tan rápido que logra compensar la desaceleración que sufren las plazas europeas, con el movimiento de "indignados" y la crisis de los PIGS (Portugal, Irlanda, Grecia y España, según sus siglas en inglés). Ingham afirma que, dentro de la región, la Argentina es una plaza muy importante, porque tiene gran demanda de personal y mucho talento académico y profesional. Advierte, no obstante, que hay que estar atentos al largo plazo y tener en cuenta en qué medida la creciente inflación impactará en los salarios.

—¿Impacta en su negocio el fenómeno de los "indignados" en Europa?

—Afecta la confianza de la gente

—En ambos lugares se busca gente calificada, la diferencia está más en los sectores de cada región. Aquí, por ejemplo, se busca más gente para el sector de minería, mientras que en Europa, principalmente en Inglaterra, se selecciona más para sector financiero. Otros sectores fuertes acá son el automotor y el agroindustrial.

—¿Cuánto influye el menor costo de mano de obra a la hora de elegir este país?

—Seguramente impacta. Si uno debe invertir en un centro compartido de servicios, conviene ubicarlo acá. Sin embargo, hay que estar atento a la inflación a largo plazo, que hace que los salarios suban y esa ventaja comparativa se acorte. En Bangalore, India, por ejemplo, se instalaron muchas firmas porque eran más barata los sueldos, pero luego ese mismo aluvión hizo que faltaran trabajadores, lo que incrementó los salarios.

—¿Se terminó la idea de hacer carrera dentro de la empresa?

—Es una tendencia global, lo que pasa es que antes una persona se quedaba 30 años en una firma,

y hace el mercado más difícil. Podríamos crecer más rápido si todo funcionara bien allí, pero aún hay gente que quiere cambiar de trabajo y crecer. La desaceleración de las plazas más duras se compensa por un crecimiento mucho más rápido en las emergentes. En Europa crecimos en facturación 30%, mientras que en América latina, 75%. Por eso, la oportunidad está en los países emergentes.

-¿América latina se beneficia de la crisis europea entonces?

-Hay dos enfoques. Por un lado está la empresa, que mira el mapa mundial y ve que le conviene invertir en América latina o Asia más que en Europa. Desde ese punto de vista, esta región se ve beneficiada porque capta los capitales que podrían ir a países desarrollados. El trabajador, que antes quería quedarse en el mercado laboral europeo, elige emigrar a países emergentes para crecer.

-¿Qué ventajas les ofrece la Argentina para su negocio?

-Es un país con 40 millones de habitantes, que demanda mucho personal; tiene un talento académico y profesional excepcional, que puede ser exportado a otros países y, además, es la segunda economía de América del Sur, por lo que debemos estar fuertes acá.

-¿Qué diferencia hay entre la demanda de la región y la de países desarrollados?

pero ahora no. Además, luego de la última crisis, en la que las compañías tuvieron que despedir, quedó muy dañada la fidelidad de sus empleados. Hoy, la gente piensa más en su propio plan de trabajo, independiente de una empresa.

-¿Esto es bueno o malo?

-En mi opinión, todos deberían tener un plan de carrera. Para nosotros, que crecemos 100% orgánicamente, es fundamental que haya un plan interno. Pero algunos líderes en otras firmas piensan en el corto plazo y no le dan importancia a ese aspecto.

-¿Por qué es tan difícil reinvertirse en el mercado laboral después de los 40 años?

-Porque se considera que las aspiraciones son altas, ya que a esa edad se tiene más conocimiento y más experiencia. Esa persona sólo puede ubicarse en un puesto de alta jerarquía, que son siempre menos que los más bajos porque a medida en que se sube en la pirámide laboral, los lugares son menos.

-¿Cómo impactan las redes sociales en su negocio?

-Creo que no competimos directamente con ellas, ya que es muy distinto publicar un currículum vitae que interpretarlo. Hay un área donde la tecnología no va a reemplazar nuestro negocio. Tomamos las redes sociales como soporte, pero no como una competencia. Por eso crecemos juntos.