

CONFERENCIA DE PRENSA DE LA SECRETARIA DE PLANEAMIENTO Y POLÍTICA DEL MINISTERIO DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN PRODUCTIVA, RUTH LADENHEIM; DEL SR. ROBB RASMUSSEN, VICEPRESIDENTE DE HP Y DE MARIANO DOLHARE, GERENTE GENERAL PARA ARGENTINA, PARAGUAY Y URUGUAY DE HP, EN EL SALÓN DE LOS PENSADORES Y ESCRITORES ARGENTINOS DEL BICENTENARIO.

LADENHEIM:- Buenas tardes a todos, mi nombre es Ruth Ladenheim, soy la secretaria de Planeamiento y Política del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva; quiero anunciar la decisión de la empresa Hewlett Packard (H.P.) de generar una expansión muy importante en su capacidad de dar servicio global para clientes en el mundo. Es la séptima ubicación de la empresa en la Argentina y la segunda en la provincia de Córdoba. Acá tengo conmigo al gerente general de H.P., Mariano Dolhare, quien le va a dirigir unas palabras explicándoles cuál es la estrategia de la empresa en ese sentido y a Robb Rasmussen, que es el vicepresidente de lo que ellos llaman el Bets Shore, es decir estos servicios para clientes globales.

De alguna manera con esta decisión se está profundizando la presencia en la Argentina en las cadenas globales de valor, los dejo con ellos.

DOLHARE.- Gracias Ruth, creo que podemos conversar bien sobre la definición de Best Shore. En primer lugar, quiero agradecer la reunión que tuvimos con la señora Presidenta, ha sido un encuentro muy agradable donde hemos tenido la oportunidad de compartir esta decisión que hemos tomado como corporación, hemos compartido nuestras ideas y hemos percibido la pasión hacia el desarrollo del talento argentino, que la Presidenta manifiesta prácticamente con todo lo que dice.

Esta decisión implica para nosotros abrir nuestra séptima locación en la Argentina y

básicamente se produce por esta fortaleza que percibimos en la Argentina del talento; la locación geográfica y una serie de condiciones que hacen que la Argentina sea un excelente lugar, una plaza para que expandamos el Servicio de Best Shore, que en palabras sencillas significa encontrar los mejores lugares del mundo desde donde entregar a aquellos clientes, a los que les vendemos mundialmente nuestros servicios.

Voy a dejar la palabra al líder mundial de este tipo de operaciones, Robb Rasmussen y luego estamos a disposición para seguir charlando si lo desean.

RASMUSSEN.- Estoy feliz de estar en Argentina, un país tan hermoso, nosotros empezamos a suministrar servicios a la Argentina ya en el año 1994; recientemente cuando empezamos a analizar todos los países, a los cuales ofrecíamos servicios globales a todos el mundo, empezamos a analizar los activos y las capacidades que se podían ofrecer en la Argentina y fue allí donde tomamos esa decisión estratégica de seguir invirtiendo y fortaleciendo nuestras inversiones en el país. Realmente estamos muy entusiasmados con la inauguración de nuestro séptimo centro operativo, en la provincia de Córdoba, como ya se ha mencionado.

La Argentina se nos vuelve sumamente estratégica por una serie de razones: como nuestro negocio tienen que ver con los servicios justamente la capacidad y el talento de la gente que trabajan con nosotros para brindar servicios al resto del mundo, a nuestros clientes, se vuelven de importancia crítica. Y justamente es el talento, el nivel de educación, de capacitación, el tipo de compromiso ético que encontramos en el país, ni que decir de las destrezas y habilidades que encontramos en los recursos humanos de esta nación que hace que nuestra decisión se incline a favor de él.

Las relaciones que establecemos entre universidades se vuelven de importancia crítica, justamente para atraer el tipo de talento que buscamos a través de esas altas casas de estudio. Y algo que se vuelve también sumamente importante para nuestras actividades como empresa y para nuestros negocios, tiene que ver con los programas que establece el Gobierno que permiten vincular la actividad empresarial y los negocios con la educación. Finalmente, otro punto muy importante, es la ubicación, la localización que, en el caso de Argentina, realmente es perfecta para brindar servicios a nuestras empresas globales, tanto en Estados Unidos como en Europa Oriental. Realmente estamos muy entusiasmados con las oportunidades, agradecemos mucho su atención, su apertura y, desde ya, estamos dispuestos a contestar cualquier pregunta que puedan tener.

PERIODISTA.- Quería saber cuánto es la inversión que se va a realizar en la Argentina y en qué período.

DOLHARE.- Estamos abriendo un segundo edificio en la locación de Córdoba, lo que nos va a permitir ampliar nuestra capacidad de 900 a 1.500 profesionales. La capacidad que tenemos de crecer el negocio y la velocidad con que lo hagamos, va a venir asociada a la velocidad con que vendamos servicios en el mundo. Tenemos una alta confianza de que este es un primer paso de varios más que vendrán luego. El edificio y la capacidad es la inversión, es parte de un paquete global que fue anunciado para todo el mundo, para este negocio de 1 billón de dólares que, de vuelta en la Argentina, representa ese edificio.

PERIODISTA.- Al señor Rasmussen: una definición, desde su punto de vista, de lo que piensa HP de la Argentina y que haga una comparación en la región de cómo estamos, según lo que él piensa.

DOLHARE.- Quiero hacer una introducción primero. Argentina tiene una suma de capacidades, para definirlo de alguna forma, que cuando se ponen todas juntas la hace muy competitiva a la hora de decidir en qué país expandir la capacidad de entrega de servicios de HP. Voy a nombrarles varias de ellas y podemos, incluso, ampliar el concepto de cada una. La primera, hace al talento argentino, el talento de los profesionales argentinos, digamos que las personas educadas en la Argentina son competitivas mundialmente y nosotros tenemos, como empresa, esa oportunidad y buscamos capturar el talento argentino. Otra de las capacidades que tiene Argentina es la ubicación geográfica. Compartimos husos horarios con Estados Unidos y, además, tenemos la capacidad simple de también acercarnos a Europa. Este segundo punto hace que Argentina esté ubicada estratégicamente en el mundo, está en un lugar estratégico. Tenemos, además, capacidad de comunicación con el mundo, tenemos logística para poder comunicarnos. Esta también es una variable importante, tenemos las personas correctas ubicadas en el lugar correcto y hasta capacidades de comunicación correctas. HP ha construido, además, centros que permiten optimizar esta ecuación. También tenemos vocación de crecimiento, o sea, culturalmente somos parecidos a los mercados que atendemos, tenemos herencia cultural que nos muestra cercanos. Para una persona en Estados Unidos o en Europa, comunicarse con un argentino es natural, es más normal; esto quiere decir estar vinculados culturalmente en comparación con, sin ánimo de hablar mal de nadie, alguien del Asia, por ejemplo. Todo esto junto, hace una especie de receta que hace que Argentina sea ganadora en estas comparaciones. Les agradecemos muchos y estamos a disposición en cualquier momento. Gracias.