



El estudio fue presentado ante 500 personas en el encuentro de Arlog EXPOTRADE

al definir la etapa de transición que atraviesa el mundo de los negocios: "Es un cambio de época tan profundo como la revolución industrial, con un cambio del modelo de *management* de dirección de control a uno de mayor colaboración, y en el cual es difícil ser líderes".

Asimismo, señaló que en las organizaciones actuales se padece la falta de mandos medios y de especialistas, y los quiebres disruptivos aparecen permanentemente: "Se pasó de las fábricas -donde se trabajaba 12 horas, nadie se quejaba y el sacrificio era el motor- a un tiempo en el que el trabajo no es donde estamos, sino lo que hacemos y el disfrute es una de las condiciones básicas exigidas por los empleados".

Por primera vez, destacó Molinari, en las compañías coexisten cuatro generaciones

con mentalidades distintas y, a veces, opuestas: los tradicionalistas, los *baby-boomers*, la Generación X y la Generación Y, estos últimos definidos como nativos tecnológicos.

"Los grandes cambios van a venir de la mano de los que nacieron con las nuevas tecnologías, cuando les llegue el momento de tomar decisiones. Son gregarios, no individualistas como los X, y frente a un mundo de incertidumbre la mayor fuente de contención para ellos son las redes", amplió.

Son optimistas como los *baby-boomers*, pero no idealistas, sino pragmáticos. "No hay otra posibilidad que modificar la forma de liderar equipos que otorgando herramientas a los mandos medios y haciendo eje en la calidad de vida, un valor cada vez más sensible en las nuevas generaciones", concluyó. ●

EL CASO TA-TA

UN SUPERMERCADO QUE SE POSICIONÓ CON LA LOGÍSTICA

A partir de una vieja planta textil que en 2006 tenía un alto costo operativo, el grupo emprendedor que se puso como objetivo posicionar en un lugar de privilegio a la compañía Ta-Ta -del sector supermercados de Uruguay- tenía en claro la importancia de alinear la estrategia logística con el negocio. Como lo señaló Horacio Lorenzo, gerente de Logística de la firma uruguaya, una de las claves fue iniciar "un proceso de capacitación que orientara al personal hacia el cliente y eso generó un ambiente favorable de cara a los cambios que se venían en la empresa". Si la gente es liderada adecuadamente, acompañó el cambio, aseveró Lorenzo. Y así se fue involucrando al personal dentro del proceso, no enfrentándolos a algo diferente, sino a una

expectativa que ya esperaban. Una de las razones de haber hecho con Ta-Ta un caso de éxito, según Fernando Balzarini, titular de Miebach Logística, es la confianza de trabajar en equipo y crear en

EL MEJOR RESULTADO SERÁ EL QUE TENGA A LAS PERSONAS COMO PROTAGONISTAS DEL CAMBIO

un plan de negocios que comprendió las fusiones, la flexibilidad y la escalabilidad. "La logística es algo internacional, uno hace mucho *benchmarking* con países desarrollados, pero la realidad local es lo que nos marca cuando un proceso va a ser exitoso", señaló.

Así, con un crecimiento orgánico proyectado a seis años, la empresa uruguaya inauguró este año un centro de distribución, cerró la adquisición de Multi Ahorro y va a concluir este ciclo con 97 locales, cobertura en los 19 departamentos y el 50% de ventas en Montevideo y el otro 50% en el interior. Pasó de facturar US\$ 85 millones en 2006 (con un 8% de participación de mercado) a US\$ 700 millones y casi un tercio del mercado. No importa cuál sea la tecnología que se tenga o las herramientas, el mejor resultado será el que tenga a las personas como protagonistas del cambio, indicó Lorenzo. Comprenderlo es un punto de inflexión para una buena convivencia entre las cuatro generaciones que hoy interactúan en una organización. ●



DAILY 83 CUBIK

Un FURGÓN CON ALMA de Camión

CD / MP3 / USB.

Pack Eléctrico.

Iveco FIC, el motor más potente de la categoría.

Mayor volumen de carga 8,3 m³.

Puerta lateral más ancha del segmento.

IVECO

www.iveco.com.ar

f /IvecoArgentina

@ivecoargentina