

| PARA BANCOS |



Los clientes exigen rapidez en los trámites

Cajeros automáticos, el tiempo hecho dinero

Requieren de vehículos y herramientas especiales para su estiba. Los equipos con desperfectos son reemplazados y reparados

Por **Leandro Uría**

De la Redacción de LA NACION

Los clientes de los bancos son cada vez más exigentes y quieren retirar su dinero cerca de su domicilio o de su trabajo para emplear el menor tiempo posible en el trámite.

Por eso, la instalación de cajeros automáticos en nuevas sucursales de entidades bancarias está a la orden del día y también el reemplazo de las unidades que no funcionan adecuadamente.

El mensaje es claro: ni el cliente ni el banco quieren perder un minuto porque en este caso, literalmente, el tiempo es dinero. Por suerte, existen compañías de logística que comprenden este concepto, como ITSA (Intouch Sudamérica), y que se especializaron en esta clase de traslados.

De hecho, la firma presta hoy servicios logísticos a la compañía internacional especializada en la fabricación de cajeros automáticos NCR.

Y entrega cajeros de esta empresa a distintas entidades bancarias en la Argentina. Recientemente incorporó a su cartera de clientes al Banco Galicia, y ahora también realiza entregas de los cajeros adquiridos por este banco en sus distintas sucursales en el nivel

nacional. El director de ITSA, Mariano Pino, comentó a LA NACION que, luego de recibir una orden de sus clientes, la compañía entrega cajeros de un día para el otro en los lugares requeridos.

"Los cajeros pueden pesar hasta 700 kilos. Se emplean camiones con palas mecánicas y elementos especiales para facilitar la estiba porque muchas veces hay que subir escalones para instalarlos", aseguró el directivo.

Como la entrega no está exenta de complejidades, personal de una compañía de transporte especializada —en la que ITSA terceriza la entrega— visita antes el lugar en el que se instala.

TECNOLOGÍA

La compañía argentina ITSA está especializada en la prestación de servicios logísticos para compañías de tecnología. Además de las operaciones con bancos, presta servicios a IBM, Ericsson, Nokia, Unilever e Impsat, entre otros. En 2003 la empresa facturó 5,7 millones de pesos. Cuenta con 88 empleados y ya inauguró sucursales en países de la región como Chile.

lará el equipo para llevar las herramientas de manipuleo que van a ser requeridas en cada caso.

También se coordinan los horarios con los técnicos que terminarán de instalar el equipamiento. Y se reemplazan cajeros con desperfectos por equipos en funcionamiento.

Los que deben ser reparados son destinados a los depósitos de ITSA donde quedan a cargo de personal especializado. Una vez arreglados, se los vuelve a distribuir.

En stock

Actualmente, la compañía cuenta con dos almacenes de 6000 m² cada uno. Uno de ellos está ubicado en el barrio porteño de Parque Patricios y el otro en la localidad bonaerense de Esteban Echeverría.

Ambos depósitos tienen inventarios de cajeros automáticos. Sólo del Banco Galicia "son entre 60 y 80 cajeros automáticos que están rotando en forma permanente, según la necesidad", dijo Pino.

En realidad, este tipo de prestación forma parte de un servicio más grande que también incluye la reparación de computadoras personales y servidores.

"Ofrecemos un servicio en el que reemplazamos máquinas defectuosas, las llevamos a un centro de reparación y las volvemos a poner en el inventario. Cuando no sirven más, procedemos a su destrucción y disposición según normas ecológicas", concluyó.

| DISTRIBUCION |

De los datos duros a la información útil

Las empresas comienzan a aplicar en el país el concepto de inteligencia de negocios (BI) para mejorar el servicio a los clientes

Las empresas avanzaron intensamente en los últimos años en el rastreo de sus productos y en el manejo operativo de la distribución de sus bienes.

Sin embargo, aún se pueden realizar muchas mejoras en el análisis de los datos disponibles y lograr que estos últimos se transformen en información útil para la toma de decisiones vitales en el negocio.

Esto se logra con la aplicación del concepto de inteligencia de negocios (BI, por su sigla en inglés), según aseguró a LA NACION el gerente de desarrollo de negocios para el Cono Sur de la consultora MicroStrategy, Diego Keller.

Sin embargo, la aplicación de BI en el sector logístico de empresas nacionales aún no está muy avanzada, salvo excepciones. "Hoy en día existe un seguimiento de envíos y de nivel de stock bastante bien resuelto. Pero no todos han llegado al punto de tener información para sacar tendencias y mejorar eventuales cuellos de botella", comentó el directivo.

Esta carencia puede llevar a perder clientes o a ignorar el aumento o la disminución de inventarios en relación con un período anterior.

Keller explicó que la aplicación de BI no sólo puede evitar estos ries-

gos, sino que también puede servir para consolidar el crecimiento de una compañía. "La mejora en el proceso de toma de decisiones es un vehículo para incrementar la eficiencia de entregas, construir mejores productos, proveer un mejor servicio y reducir costos, entre otros objetivos", destacó.

Ahora bien, ¿qué debe incorporar una solución de BI? Keller expresó que hay que incluir indicadores clave como ventas netas promedio por cliente, márgenes promedio, cantidad de clientes con órdenes en los últimos dos trimestres, tiempos de carga, tiempos de empaque, tiempos de procesamiento y tiempos de transporte.

También índices de retornos de la mercadería distribuida, índices de rechazos y monitoreos de quejas y de reclamos, entre otros factores.

La información sobre esta diversidad de aspectos se logra por medio de la interpretación de datos provistos por los sistemas informáticos de planeamiento de las compañías (conocidos como ERP, por su sigla en inglés). El directivo de MicroStrategy explicó que la implementación del concepto de BI en el área logística de una empresa no debería exceder los tres meses.

Esta consultora ya intervino en la puesta en marcha de este concepto en el grupo Techint y en la empresa Monsanto. MicroStrategy tiene su casa matriz en Washington, Estados Unidos, y subsidiarias en distintos países del mundo. En el nivel mundial, cuenta con unos 1000 clientes de diversas industrias.

ULTIMO MODELO



El camión Renault Radiance fue presentado en la última edición de la Feria Internacional del Motor que tuvo lugar en Hannover, Alemania. Con su color llamativo y su diseño aerodinámico cautivó a los espectadores de la exhibición, que sumó 1300 visitantes provenientes de 39 países. El vehículo fue sólo una de las novedades presentadas en la muestra.