

FM

AÑO 1

NOVIEMBRE 2001
ISSN 1666-3446



FACILITY

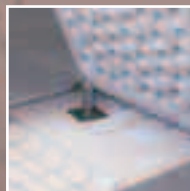
M A G A Z I N E



ARQUITECTOS EN
EL MUNDO DE HOY

NUEVOS ROLES PARA PROFESIONALES

FACILITY MANAGEMENT
DE TENDENCIA A POSTGRADO



LA FALACIA DEL
METRO CUADRADO

PISOS TÉCNICOS



REPORTAJE

ENTREVISTA A HENRY JONES

odv

Milliken Carpet

Componé tus pisos.



Milliken Carpet,
alfombras modulares
de base acojinada
con diseños versátiles
y uniones perfectas.

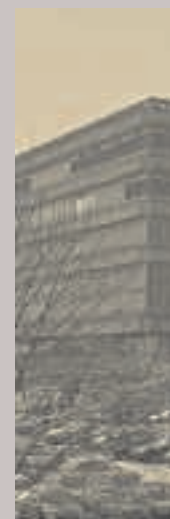
Meller Alfombras
respalda en la Argentina
la tecnología
Milliken Carpet.

MELLER S.A.
único representante con stock
en la Argentina.

meller co.
alfombras de alta tecnología



Calle Pellegrini 5750 Valentín Alsina
Tel (54 11) 4208 8013 | Fax (54 11) 4208 8713
info@meller.com.ar | www.meller.com.ar



EDITORIAL

Estamos muy entusiasmados por el lanzamiento de Facility Magazine, la primera revista en Argentina enfocada al sector del Facility Managment.

Este emprendimiento lo estamos llevando adelante con el espíritu de difundir y profesionalizar la actividad dentro de las empresas que actúan localmente.

En un momento de tanta dificultad económica entendemos que ésta publicación va a contramano del humor general y nos complace enormemente hacerla porque es una forma de luchar contra el desánimo y la desidia.

Facility Magazine quiere ser un canal abierto y pluralista para todos los que pertenecemos a este mercado, desde profesionales y empresas hasta proveedores de bienes y servicios, por eso los invitamos a utilizar la revista como propia, enviando sugerencias e información que consideren de interés difundir.

Hasta el próximo número.

Arq. Víctor Feingold
Facility Magazine
Director

STAFF

Director

Víctor Feingold Arquitecto

Coordinación General

Pincas Feingold

Edición

Osvaldo P. Amelio Ortiz Arquitecto

Secretario de Redacción

Pablo Muttini

Diseño y Producción

Jäntti Ortiz & Ortiz

Equipo de Arte

María Celia Arnaude Dg

Indiana Rodríguez Rossi Dg

Andrea Rodríguez Vidal Dg

Mariana Infante Dg

Departamento Comercial

Lic. Ricardo Pachamé

Lic. Martín Baigorri

15-5177-8826

Fotografía

Daniela Mc Adden Arq.

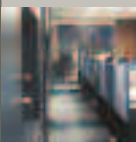
Facility Magazine es una publicación de
CONTRACT RENT S.A., Av. Santa Fe 1193, 2° piso Of. 9,
Buenos Aires, Argentina, Telefax (5411) 4813-4517
E-Mail: info@facilitymagazine.com.ar · ISSN 1666-3446.
Registro de la Propiedad Intelectual en trámite. Todos los
derechos reservados. Prohibida su reproducción total o
parcial. Si bien los editores seleccionan el material
presentado, las notas firmadas reflejan de cualquier
manera la opinión de los autores sobre los temas
tratados, por lo que su publicación no significa aceptación
plena por parte de la revista de todo o parte de lo
exposto. La responsabilidad por el contenido de los
avisos publicitarios corre por cuenta de los respectivos
anunciantes.

info@facilitymagazine.com.ar

INDICE

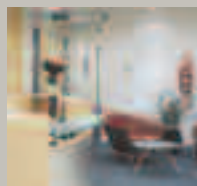
ARQUITECTOS
EN EL MUNDO DE HOY
NUEVOS ROLES PARA PROFESIONALES

5



LA FALACIA DEL
METRO CUADRADO
PISOS TÉCNICOS

FACILITY MANAGEMENT
DE TENDENCIA A POSTGRADO



HUMOR



BURÓ

Elegida por Aeropuertos Argentina 2000

Nuevo Aeroparque Jorge Newbery de la Ciudad de Buenos Aires

Sistema de asientos Tubis de Wilkhahn - Alemania

LO NUEVO

SE VIENE EL SITE DE



NOVIEMBRE
DICIEMBRE



29-30 DE NOVIEMBRE DE 2001

U.S.A. – New York, N.Y.
Hosted by IDRC (International
Development Research
Council) NY. Capitulo New York
2-días · Executive
Development Series: Getting
‘Net Ready’: Management
Techniques & Web-Enabled
Tools for CoRE Decision -
Making

13-16 DE ENERO DE 2002

U.S.A. – Dallas, Texas
3-días Executive
Development Series: The
Premier Seminar for Senior
CoRE Executives.
“Strategic Corporate Real
Estate Management –

Enabling Corporate Value in the
New Economy”

MARZO 2002

Asia Seminar – IDRC
(International Development
Research Council) Asia World
Congress
2-días · Executive Development
Series: Real Estate/Workplace
Strategy

MARZO 2002

U.S. A. Seminar – Silicon Valley,
California
2-días · Executive Development
Series: Organizational Strategy

Felicitaciones por la iniciativa. Es una excelente idea que
será muy valorada por todos los que ejercemos esta
disciplina ya que viene a llenar un vacío.
Por favor no olviden incluirme en la lista de destinatarios y
aguardo ansioso la llegada del primer ejemplar.
Un abrazo

Horacio Sackmann Sala
PricewaterhouseCoopers

Con la esperanza que este nuevo proyecto genere un
acercamiento entre todos los que compartimos esta
especialidad, quedo a vuestra disposición para responder
cualquier consulta. Un cordial saludo.

Arq. Roberto Suarez.
Banco Galicia

Agradezco la informacion que nos ha sido enviada
con el deseo que el emprendimiento prospere.
Cordialmente

Alfredo Longobardi
Banex

Recibí el “mono” de la revista y me pareció muy bueno,
tanto la diagramación y los contenidos como el papel y el
diseño realmente muy logrado.

Les acercaré a la brevedad el artículo de Facility Manage-
ment del cual hablamos.

Les agradezco el reportaje y los felicito por la revista.
Un abrazo

Henry Jones
Arthur Andersen

Ante todo quiero acerles llegar mis felicitaciones por el
inicio de este brillante emprendimiento.

Espero que la revista logre el reconocimiento de todos los
representates locales de la actividad a fin de obtener un
amplio y pluralista abanico de opiniones de profesionales y
empresas. Creo que el éxito del proyecto dependerá del
apoyo y la colaboración de todos los que pertenecemos a
este sector, por lo que intentaré humildemente contribuir
con lo que personalmente este a mi alcance.

Me gustaría suscribirme a la revista para compartir la
información con quienes desempeñamos la tarea de Facility
en las propiedades del Grupo HSBC, pertenecemos a la
empresa Jones Lang LaSalle y estamos administrando los
servicios de mantenimiento y limpieza desde el año 1999.
Por favor orientame al respecto sobre los pasos a seguir.

Gustavo D’Ippolito
Jones Lang LaSalle

MERCADO DE PULGAS

CENTRAL LUCENT DEFFINITY G31

BCS simil carrier con una capacidad actual de 488
internos (80 digitales y 408 analógicos) y una capacidad
máxima por encima de los 500 internos.

UPS correspondiente a la central con banco de baterías
completo.

61 TELEFONOS DIGITALES. De los cuales 35 a 40 son de
última generación. Todos marca Lucent con display y
funciones varias.

CONSOLA completa de operadora.

PAGINAS AMARILLAS

Mario Blanco

mblanco@paginasamarillas.net.ar
4968-7000

12 cajoneras rodantes en laminado de 3 cajones c/corred.
metálica negras.

4 archivos mod. G-25 de 90x47x74 c/ 2caj, Lam. Negro.

3 armarios mod. G-25 de 90x47x74 c/2 puertas, Lam. negro.

1 mueble para fotocopidora de 90x70x107 c/2 est, Lam. negro.

3 Butacones con brazos curvos, tapizado con tela
tramada, con ruedas.

1 puesto de recepción extra small, con sobretapa,
cajonera pedestal, extensión y paneles tapizados.

CONTRACT

Arq. Antonio Di Paolo

adipaolo@contract.com.ar
4813-4517

PUESTOS DE TRABAJO · HERMAN MILLER
Asientos y Archivos en excelente estado:
COTIA ARGENTINA S.A.
José Silva Pannunzio
jsilva@cotia.com.ar
4819-2200

mercado
de pulgas

SERVICIOS INSTAL-AR S.A.



Servicios para Empresas
muebles • tabiques • pinturas
Ferretería Industrial

Piedras 463, Buenos Aires
Tel. 4331.9060 (C1070AAI)
E-mail: instal-ar@movi.com.ar

INDELMU S.R.L.
MUEBLES PARA EMPRESAS



SABERCHAGA 1800
1280A1-1812RD GALANQUE
BUENOS AIRES
TEL 2.111.11.11 FAX: +54911 0000 ...
info@indev.com.ar

ARQUITECTOS
E



F28 PROXIMAMENTE
E N
I N T E R N E T

F28 MULTIMARKETING


Información Consultar Capacitación

Servicios F28
Experte para de servicios variados para
a gestión de edificios y edificios.

Doctor FM
Inspección y diagnóstico
de problemas de edificios.

FM Diagnostic
Inspección y diagnóstico
de problemas de edificios.

Steelcase TRANSFORMING THE
WAYS PEOPLE WORK™



OPTIMIZACIÓN DE ESPACIOS DE TRABAJO
CONSULTORIA Y SERVICIOS

www.steelcase.com

NUEVOS VALORES PARA
PROFESIONALES



ARQUITECTOS EN EL MUNDO DE HOY

NUEVOS VALORES
PROFESIONALES



LOS ARQUITECTOS DE HOY EN EL MUNDO INMOBILIARIO CORPORATIVO DEBEN PROBAR QUE SUS HABILIDADES PARA DIRIGIR PROYECTOS TRASCIENDEN LOS SERVICIOS DEL DISEÑO TRADICIONAL

¿ES EL ARQUITECTO “UN VALOR AGREGADO” ?

Los “nuevos” arquitectos presentan más que sólo un montón de bocetos. Desarrolladores, inversores y empresarios están demandando y en muchos casos, esperando, que los profesionales del diseño les den valor agregado al equipo del proyecto; nuevo valor medido en términos de recursos humanos y estrategia, ahorro y rapidez.

Sistemas de entrega integrados, relación de venta preferencial y paquetes de tiempo comprimido están desplazando los sistemas de servicios “a pedido” antiguamente aceptados por los gerentes corporativos. La fórmula tradicional proyecto/licitación/construcción ya es anacrónica. La necesidad de ahorrar tiempo se ha transformado en un factor más importante que el paradigma ladrillo-cemento, de la antigua tecnología en la entrega de proyectos.

Los arquitectos agregan valor y calidad cuando operan como aliados estratégicos, proveen conocimiento experto, organizan la entrega llave en mano, combinan proyecto con procesos de construcción y comprimen los tiempos saliéndose así de los roles tradicionales.

Julian Volberg, presidente Comsat Argentina, ha sido testigo de los cambios

y la expansión de los roles de los arquitectos. “...Históricamente las empresas empleaban su propio personal técnicamente competente...” y asegura “...con grandes volúmenes de obras y la necesidad de mantener ciertos estándares, era lógico realizar el proyecto “in-house” y utilizar métodos tradicionales de construcción”. Pero a medida que las compañías se volvieron más concientes de los elevados costos y gracias a la globalización, fueron siendo más abiertas a las nuevas técnicas de construcción y pro-

“El valor que los arquitectos agregan, es primero y principal, la habilidad de comprender nuestro negocio”

yecto, y comprendieron que resultaba poco eficiente y nada rentable contar con un abultado equipo estable de profesionales en la empresa. El explica “...con un arquitecto responsable de dirección de proyecto, los desarrolladores pueden evitar costos innecesarios y problemas asociados con la coordinación, así como también conflictos humanos y arquitect-

tónicos. En otras palabras, los empresarios hoy, arman sus especificaciones y dejan que el equipo encargado del proyecto haga su trabajo. Esto no sólo reduce los costos sino que mejora el proceso en términos de velocidad y eficiencia.”

EL ARQUITECTO COMO SOCIO

Con el sistema llave en mano, el riesgo del desarrollo se transfiere del propietario a la única fuente responsable del proyecto total. Como un aliado, entonces, el arquitecto debe tener en claro los objetivos estratégicos del grupo desarrollador o su cliente corporativo.

“El valor que los arquitectos agregan, es primero y principal, la habilidad de comprender nuestro negocio” señala Ignacio Galarda, Director de Marketing de General Electric Capital. “Sin esto, no pueden realizar la ingeniería de proyecto necesaria para dar solución a nuestras necesidades. El arquitecto necesita comprender rápidamente lo que nosotros hacemos, cómo lo hacemos y por qué lo hacemos. Deben hacerse las preguntas adecuadas y por sobre todo, tener la capacidad de escuchar atentamente las respuestas. Sólo así, conociendo e interpretando íntimamente las necesidades, puede ser parte del equipo.” “Debe reconocer cuando tomar otro camino para



Los arquitectos agregan valor y calidad cuando operan como aliados estratégicos, proveen conocimiento experto, organizan la entrega llave en mano, combinan proyecto con procesos de construcción y comprimen los tiempos saliéndose así de los roles tradicionales.





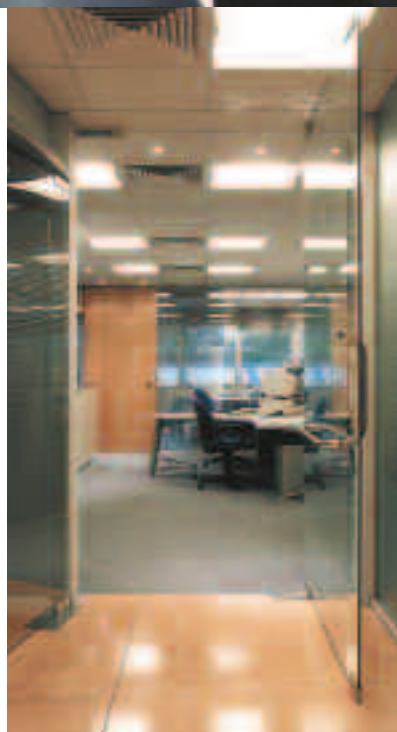
CON EL SISTEMA LLAVE
EN MANO, EL RIESGO
DEL DESARROLLO SE
TRANSFIERE DEL
PROPIETARIO A LA ÚNICA
FUENTE RESPONSABLE
DEL PROYECTO TOTAL.
COMO UN ALIADO,
ENTONCES, EL
ARQUITECTO DEBE
TENER EN CLARO LOS
OBJETIVOS
ESTRATÉGICOS DEL
GRUPO DESARROLLADOR
O SU CLIENTE
CORPORATIVO.



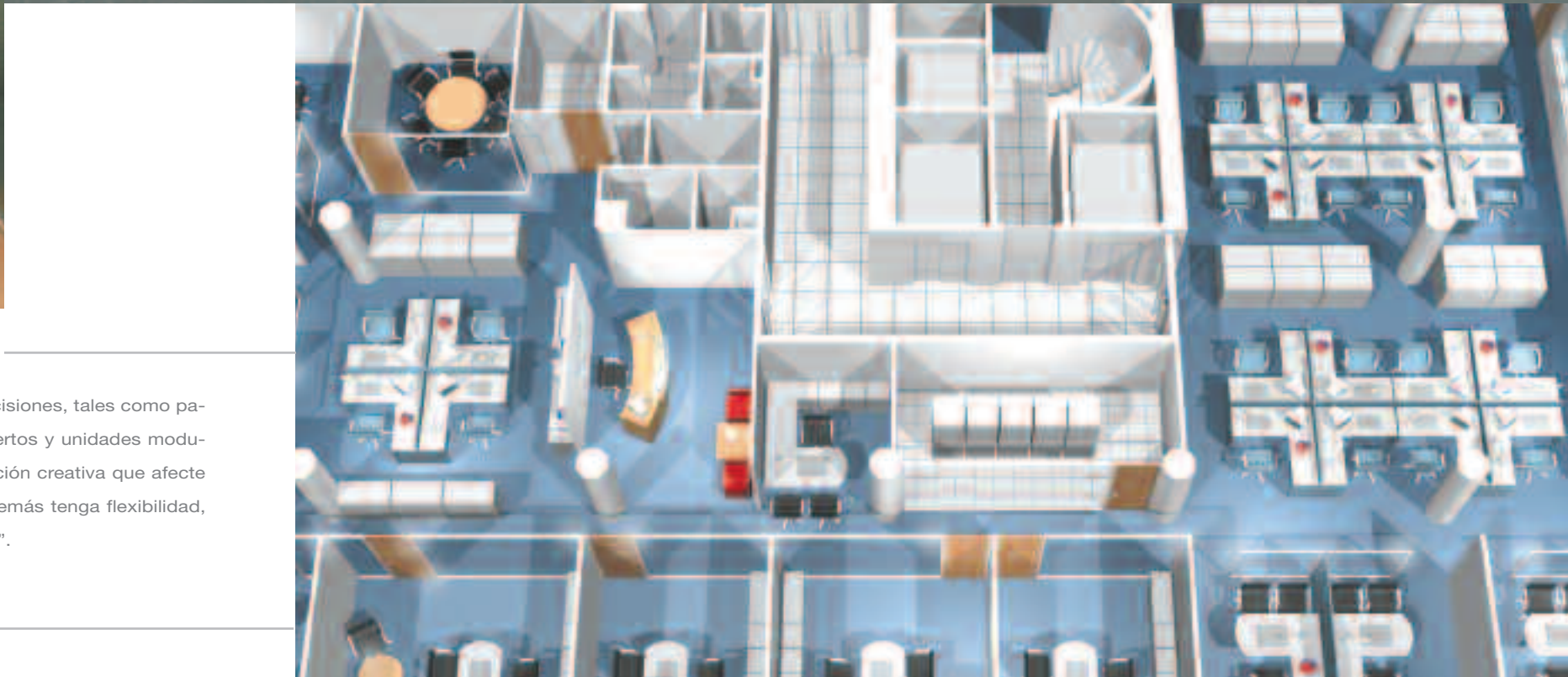
HOY UN CLIENTE CORPORATIVO, SE DIRIGIRÁ SIN DUDARLO AL EQUIPO CON MAYOR

simplificar y cuándo ir de la mano del cliente” Galarda enfatizó “Deben saber cómo unificar, crear consenso, sintetizar ideas y volver con un plan en el cual todos hayan tenido la oportunidad de participar y por lo tanto, todos se sientan involucrados y comprendidos. Un plan que desde el inicio cuente con el acuerdo del grupo y todos se comprometan en la obtención del resultado.”

El arquitecto en su nuevo rol táctico, está preparado para ver más allá. No sólo busca lo mejor para el hoy de la empresa, sino que también, gracias al involucramiento con los objetivos del cliente, deja el proyecto preparado para opciones futuras, dándole flexibilidad tanto a la estructura de la construcción como a los posibles cambios propios de las organizaciones (expansión, contracción o salida del negocio). Galarda agregó “la flexibilidad es la clave para maximizar la eficiencia de nuestras inversiones. Cuando evaluamos las opciones de proyecto, priorizamos aquellas que contemplen la dinámica de los negocios actuales y que nos permitan, por lo tanto, adaptarnos a los cambios y evitar futuros costos de renta muerta” y aclara “Nosotros luchamos con los costos en todo el proyecto; hay mu-



chas cosas relacionadas con las decisiones, tales como paredes “fuertes” versus espacios abiertos y unidades modulares. Si un arquitecto trae una solución creativa que afecte favorablemente los costos y que además tenga flexibilidad, entonces nosotros lo escucharemos”.





HACIA EL NUEVO ROL

Reducciones presupuestarias, reestructuraciones, consolidaciones y fusiones, están llevando a los grupos empresarios a construir más con menos. “Un nuevo modelo reemplazó la relación tradicional propietario-arquitecto-contratista, dice Mike Dare, Director de Operaciones de Providian Bank. “Por necesidad, las empresas han prescindido del personal que desarrollaba el alcance y los requisitos para el proyecto; sin embargo, el trabajo debe hacerse igual. Los arquitectos externos están compensando esta carencia. Quienes se encuentran en la vanguardia, ya están acumulando la información, cimentando su experiencia y sistematizando sus tareas además de realizar los proyectos. Una relación con el arquitecto nace naturalmente cuando el cliente no posee ya un “staff” fijo y debe realizar un trabajo en forma rápida, dice Dare, “ Es más fácil buscar gente experimentada que comprenda los requisitos y que pueda ordenar toda la información y de este modo colaborar sensiblemente en la toma de la decisión final. Hoy un cliente corporativo, se dirigirá sin dudar al equipo con mayor expertise.

Wayne Jhonson, Presidente de Providian Bank, concuerda, “un buen ‘raport’ con el arquitecto es muy importante para nosotros. Si sólo tenemos un punto de contacto con un equipo de arquitectura básica en el cual confiamos, entonces tenemos un

equipo eficiente y efectivo. Queremos asegurarnos que la curva de aprendizaje se realice de una sola vez, y continuar con los resultados que surjan de la experiencia e información que ya tienen de nosotros. El tiempo es el único y más importante factor en ciertos desarrollos de proyectos.”

Dare, por ejemplo, siempre enfrenta exigencias para acelerar los tiempos: “Corporaciones e industrias están dispuestas a utilizar recursos extra para ser operacionales y productivos en forma más acelerada”; él asegura, “Para algunas industrias el ‘fast track’ no es nada nuevo; pero para todas las industrias es lo que hay que hacer. No hay ya mucho espacio para el error. Propietarios, desarrolladores e inversores confían en el equipo de arquitectos que pueda brindarles presupuestos acertados y fundamentalmente, talento para mostrar opciones viables, resumir un plan, cuantificar decisiones de peso frente a los inconvenientes que siempre surgen en el camino y coordinar eficazmente la entrega garantizando el resultado final.”

Los sistemas de entrega integrada, también les permiten a los arquitectos adaptar los recursos de su “staff” para complementar las estructuras organizacionales de la empresa. Le permiten al profesional mantener confidencialidad y controlar en forma táctica la información. Ray Dupont de Citibank, cita como ejemplo el desafío de maximizar el número de empleados en una oficina del extranjero: “Nuestro objetivo era lograr mayor densidad de población, pero no era posible por lo intrincado de la organización local. Yo necesitaba los servicios de un experto externo, un experto objetivo para convencer al ‘management local’ y a los empleados de que sí era posible. De tal suerte, a través de mi

proveedor habitual en Cleveland, recurrí a una firma europea muy conocedora de los códigos y reglamentaciones, y con gran experiencia en el aprovechamiento de los espacios. El resultado fue una reducción en 5 m2 brutos por persona.”

En este caso, fue de gran ayuda el realizar esta conexión estratégica y crear un flujo de información desde Cleveland hacia Europa. La diferencia horaria, permitía trabajar prácticamente 24 horas por día y lo avanzado

“POR NECESIDAD, LAS EMPRESAS HAN PRESCINDIDO DEL PERSONAL QUE DESARROLLABA EL ALCANCE Y LOS REQUISITOS PARA EL PROYECTO; SIN EMBARGO, EL TRABAJO DEBE HACERSE IGUAL.”



DIMAAT

EQUIPAMIENTO DE OFICINAS • TABIQUES MODULARES

DIMAAT S.A. • Av. Pte. Roque Sáenz Peña 852, 8º piso
CP 1035, Cap. Fed., Argentina • Tel/Fax: 4328.9111 (Lineas Rotativas)

de la tecnología (internet) posibilitó que nuestro estudio Americano, aportara toda la experiencia ya adquirida con la empresa en emprendimientos anteriores. Agrega Dupont, “ Si yo tengo un solo proveedor trabajando con nosotros con un conocimiento total de nuestra empresa, entonces ese proveedor nos resulta útil no sólo localmente sino que en forma global. Yo puedo así convocar a ese arquitecto y obtener la respuesta que necesito en cualquier lugar del mundo”.

HASTA LOS PARADORES DE RUTA NECESITAN NUEVAS IDEAS

La entrega integrada, el estudio de mercado, la reducción en los tiempos y las ideas innovadoras, permitieron al Travel Centers of America (TA) implementar un programa para construcciones a través de todo Estados Unidos, programa este que significó un nuevo prototipo de parador para viajeros y una reingeniería de imagen para los ya conocidos, con una inversión de U\$S 250 millones en tres años.

TA, usó técnicas de análisis del mercado para desarrollar una nueva visión y adoptar los criterios de realización a fin de expandir el clásico mercado de los choferes y captar el negocio del viajante, transformándose en la mayor cadena para automovilistas con todo tipo de servicios.

El equipo utilizó la investigación de mercado para el desarrollo del programa prototipo. Luego probó y midió el proyecto confrontándolo con los objetivos financieros y comerciales del cliente (TA). De este análisis, surgieron los tiempos que debían ser contemplados y cumplidos: El plazo límite para generar una nueva imagen debía ser de trece semanas; para diseño final y aprobaciones, otras doce semanas y veinte semanas más para la construcción y entrega. Trabajando eficientemente, estos plazos – todos en conjunto - se redujeron a sólo veinte semanas.

Se crearon cuatro casos piloto para verificar el proyecto y las estimaciones de utilización. Los primeros cuatro proyectos de reingeniería de imagen, consiguieron duplicar el ingreso en cada centro –servicios de restaurante, fast-foods, mercados y talleres de reparaciones y mantenimiento–. Los arquitectos, hicieron un equipo de proyecto autónomo y colocaron coordinadores dentro de las oficinas de TA. Además, desarrollaron procedimientos escritos para las aprobaciones insistiendo en un control total por parte de una sola entidad fundamentalmente para todos los temas financieros y propios del programa.

La firma creó incentivos para lograr sus objetivos de ochenta y cinco construcciones en un período de tres años. El equipo de arquitectos, por su parte, recurrió a los más sofisticados avances en materia de comunicación y transmisión de datos para brindar eficientemente el servicio, integrando además las tecnologías de ambas empresas y con todas aquellos proveedores estratégicos incorporados al proyecto.

Los arquitectos desarrollaron “templates” prototipo y normas estandarizadas para producción en serie. Se crearon bibliotecas específicas para el proyecto y “software” personalizado incluso con íconos propios para ahorrar tiempo al máximo.

El motivo de tamaño jugada fue muy simple: los honorarios de los arquitectos eran compensados por los ingresos obtenidos a partir de la aceleración en los tiempos de entrega.

El éxito del programa fue evidente a corto plazo. Dentro de los primeros meses de las operaciones (instalaciones ya actualizadas y reciclajes) los ingresos superaron los presupuestos. El proyecto permitió que la compañía captara un nuevo negocio, abarcando incluso a los residentes locales pasando rápidamente a ser líderes en el mercado.

Durante la fase de proyecto los arquitectos incentivaron a TA a verse de una nueva manera, a contemplar y evaluar las nuevas posibilidades que se les abrían en vez de simplemente mejorar las tradicionales.

Michel O’conor de TA dijo, “Nosotros comenzamos con una hoja de papel vacía, sin ideas preconcebidas acerca de lo que queríamos hacer; en el camino no nos apartamos de nuestros objetivos, pero obtuvimos un nuevo ‘mix’ de clientes”.

Darle al mercado inmobiliario, industrial y corporativo una ventaja competitiva y usar las construcciones como capital estratégico, es brindar valor agregado. Los arquitectos que aportan su experiencia basada en conocimientos, rapidez y flexibilidad, serán los que dirijan y ejecuten los proyectos en el futuro*.

* Fuente Site Selection

la europea

Porque nuestro objetivo es brindar el mayor respaldo para sus proyectos, tenemos un compromiso: la calidad.



Clara Hotel Intercontinental



Clara Telefónica de Argentina



Clara Banco Caja



Clara Aguila & Bucciotti

Asesoramiento profesional · Servicios garantizados · Financiación



DIVISION CORPORATIVA - Arenales 1415 - 5º Piso [C10B1AAG] - Capital Federal - Tel: 4814-0123/4815-4344
e-mail: corporate@laeuropea.com · www.laeuropea.com

DE TENDENCIA A POSTGRADO

Facility Management

DE TENDENCIA A POSTGRADO

CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN EN SERVICIOS PROFESIONALES PARA CORPORACIONES

La Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (FADU), ha incorporado a su propuesta de formación un nuevo postgrado: la “Carrera de especialización en Servicios Profesionales para Corporaciones” (Facility Management).

Este hecho, que en sí mismo podría no dar lugar a demasiado análisis, para quienes de un modo u otro nos encontramos relacionados con el intrincado y cambiante mundo de las empresas, reviste un particular interés.

¿Qué nos está indicando? Bueno, en primer lugar, que aquello que hace ya varios años comenzó siendo una tendencia o muchas veces una “especialización particular”, hoy ya ha tomado tal relevancia que amerita

un programa de formación específico. Un postgrado es casi un galardón que ayuda a valorar una rama de la actividad profesional que crece día a día, convirtiéndose en muchos casos en indispensable.

Pero el postgrado en Facility Management no es el fin de la problemática. No brinda el acceso a una verdad revelada convirtiendo al profesional en una suerte de “gurú de la arquitectura interior”. Nada más lejano. La carrera de Facility Management es una oportunidad de apertura de los profesionales al mundo cambiante e “hiper-exigente” de las empresas y corporaciones, mundo en el cual, el trabajo dinámico en equipo constituye una llave sin la cual resulta imposible acceder eficientemente a los mercados globalizados.



La Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (FADU), ha incorporado a su propuesta de formación un nuevo postgrado: la “Carrera de especialización en Servicios Profesionales para Corporaciones”

Desarrollar nuevas tecnologías de trabajo, adaptar con creatividad y anticipación los servicios a las necesidades de los clientes, destacarse aportando una actitud proactiva frente a otros profesionales y cuerpos consultores de las corporaciones, son algunos de los llamados a los que los arquitectos hoy tienen que responder si esperan insertarse a pleno en el mercado corporativo.

La carrera entonces de postgrado, tienen fundamentalmente su base en la experiencia que, a lo largo de estos años, se ha ido cosechando en el campo de la arquitectura y que ha sido notoriamente enriquecida con la participación de las empresas y corporaciones. Este mix de experiencia + conocimientos + investigación, organizado sistemáticamente es la base fundamental que se plantea a los profesionales como punto de partida para iniciarse en una rama de la arquitectura que, si logra seguir acompañando eficientemente su propio mercado, sin duda se encuentra recién en los albores y constituye una de las que en el futuro tendrá un desarrollo más marcado y sostenido.

Nuevos paradigmas

La tendencia actual retroalimentada por innumerable cantidad de desarrollos inmobiliarios (renta) específicos para el área comercial e industrial, va llamando –a veces desesperadamente- a la “profesionalización de los profesionales”. Una planta libre constituye en sí misma un enorme desafío para el profesional y si a este le sumamos en muchos casos, la necesidad de contemplar también la imagen institucional y el análisis de las distintas alternativas de evolución de las empresas, vemos que ya es imprescindible encarar desde lo académico, el tema de Facility Management al más alto nivel de especialización.

La relación que históricamente existía entre el arquitecto y el cliente está cambiando. Hoy el profesional comienza mucho antes su trabajo y lo termina mucho después de finalizada y entregada la obra. Esto también requiere un replanteo académico y una instancia superior en su formación.

Por último ya no somos nosotros, los argentinos quienes establecemos nuestros propios estándares. Cada empresa, cada corporación y cada industria multinacional que se instala en el país, necesita de una respuesta, de un nivel de excelencia global. Entonces sí, somos los profesionales argentinos los que no debemos perder nuestro rol y por el contrario, avanzar en un mercado que gracias a la caída de las fronteras comerciales, nos invita a competir, nada más ni nada menos que con el mundo.

Ficha de la carrera

- 1 • Organización del curso**
La carrera consta de 3 cuatrimestres, organizados en módulos de trabajo sobre cada uno de los puntos específicos del programa. Estos módulos están a cargo de especialistas invitados del extranjero y de nuestro país y son coordinados por Emilio Gómez Luengo y Enrica Rosellini.
- 2 • Destinatarios**
Arquitectos que buscan ampliar su capacitación profesional, incorporando conceptos y técnicas proyectuales no contempladas en la curricula de la carrera, que constituyen una oportunidad de apertura de su campo de acción profesional.
- 3 • Perfil del egresado**
Un profesional con la capacidad de poder incorporar, manejar y coordinar el aporte de tecnologías de ingenierías de punta y comprender y dar respuesta a las demandas diferenciales de la organización en el espacio de estructuras empresariales.
- 4 • Propuesta Pedagógica**
Eje estructurador de la propuesta pedagógica: instrumentar profesionales en las más modernas técnicas de abordaje y materialización de la arquitectura interior. Jerarquizar la especialidad y el reconocimiento de su especialidad. Identificación y experimentación del sistema de normas y operaciones proyectuales y pre-proyectuales que conforman el campo de la práctica profesional. Incorporar el bagaje de las técnicas de abordaje de la especialidad, que faciliten la comprensión acabada de la demanda de servicios y sustente su capacidad y calidad profesional para responder a la misma. Para ello, es necesaria la comprensión del contexto en que se origina esa demanda de servicios profesionales y el desarrollo eficiente y profesional de estrategias proyectuales que lo capaciten para dar respuestas acordes con el desarrollo tecnológico actual. Capacitar para la gestión y gerenciamiento de proyectos y obras, comprendiendo el arco que va desde los primeros contactos arquitecto-cliente hasta la terminación, puesta en marcha y elaboración de manuales de mantenimiento de las obras.
- Cuerpo docente**
Director académico
Arq. Emilio Gómez Luengo
Vice-directora
Arq. Enrica Rosellini
Coordinadora
Arq. Adriana Guevara
Profesores Invitados
Destacados profesionales invitados del exterior y de nuestro país para el desarrollo de temas específicos

Facility Management

HACIENDO HISTORIA

Desde el comienzo, arquitectos y constructores han buscado mejoras para sus proyectos, imaginando proyectos diversos donde la funcionalidad, la seguridad, la facilidad de comunicación y el confort, debían ser parte del argumento. Así tenemos la evolución de las cavernas a chozas y de éstas a casas de barro. En la época greco-romana el patio era el centro vital de las casas y precisamente a este período se remontan los primeros ejemplos de pisos elevados ligados únicamente al concepto de calefacción.

A partir del siglo pasado, con el inicio de la era de la industrialización, comenzamos a tener un gran desarrollo también en los predios de oficinas.

LA CONSTANTE ES EL CAMBIO

En los años '60, frente al advenimiento de nuevas tecnologías, del inicio de la era informática y de las comunicaciones, esta evolución asumió un ritmo vertigino - so, llegando al gran desafío de hoy: la Conectividad.

En este escenario nos encontramos con una gran necesidad de flexibilidad para enfrentar el cambio permanente, sin resignar ergonomía y confort para que las personas puedan producir cada día más y mejor, libres de limitaciones impuestas por un ambiente de trabajo desactualizado.

Los grandes desafíos de la competitividad global demandan rápidas evoluciones tecnológicas, frecuentes mudanzas de “lay-out”, cambios culturales y corporativos, que normalmente son dependientes de una mayor informatización “on line”, que impone a su vez, también nuevos desafíos para el planeamiento de interiores.

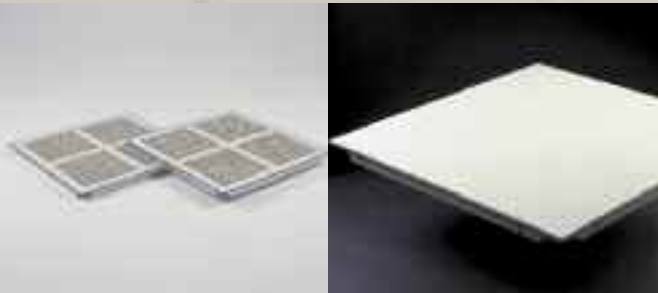
LA NUEVA ESTRELLA

Para resumir en un nuevo concepto que englobe las diversas responsabilidades que le caben al piso elevado, en el contexto de su interacción con otros dispositivos (*), y su contribución a la mayor disponibili-

dad del ambiente de trabajo, la tendencia actual es pensar en una tecnología de plataformas para edificios (Building Technology Platform), lo cual dista mucho del viejo paradigma de evaluar el piso elevado como un material cuantificable por metro cuadrado.

Visto de este modo la BTP es una herramienta muy poderosa para valorizar el ambiente de oficina que consiste en el uso de pisos elevados para distribución racional de servicios de: electricidad, informática, telefonía, aire acondicionado insuflado por el piso y varias terminaciones, en proyectos parciales o “turn key”.

Este concepto agrega valor a la inversión en el caso de un nuevo edificio o la modificación del existente, en los que la facilidad y rapidez en la instalación, generan economía en los tiempos de ejecución de la obra y permiten a los inversores ampliar la base de potenciales clientes ya que los beneficios de modularidad, escalabilidad y velocidad de readecuación son argumentos diferenciales al momento de elegir una locación.



El piso elevado valoriza el inmueble, porque viabiliza la reforma y transformación de edificios antiguos, fábricas y galpones.

Para los arquitectos el piso elevado como parte de una plataforma para diversas tecnologías, les permite imaginar proyectos distintos y más enfocados a las demandas de la era de la conectividad. Es un sistema que permite economía. Se consideran diversos ítems en su implementación: reducción del pie directo del pavimento, menor plazo de instalación, reducción en el consumo de energía, facilidad y menor dependencia para el mantenimiento.

Con la instalación de piso elevado, el edificio o la oficina, estará preparado para poder recibir cualquier tipo de cableado, pero no todos los pisos elevados podrán resistir las demandas que antes detallamos.

Por ejemplo, en un edificio corporativo actual con piso elevado, no menos del 20% de las placas deben de haber sido perforadas para instalar algún dispositivo, lo cual deteriora entre un 40 a un 60% de su resistencia. ¿Será entonces posible pensar en metros cuadrados de placas, o en lay-out de pisos con diferentes niveles de calidad?

Por tratarse de placas intercambiables, su flexibilidad es total, ya que se utiliza el espacio entre el piso y el contrapiso como ducto pleno. Su control individualizado proporciona un mejor confort al usuario.

Para una completa integración, la plataforma tecnológica, podrá recibir los más diversos tipos de revestimiento como: HPL, vinílicos, granitos, porcelanato, madera y alfombras en placas.

UN PROYECTO DENTRO DEL PROYECTO

La evolución de los ambientes de trabajo han obligado a que los pisos elevados deban dejar de ser tomados como un simple producto compuesto por placas y pedestales, para dar paso a un nuevo concepto que obliga a que sean diseñados, fabricados y proyectados como un sistema de múltiples componentes capaces de proveer una plataforma para tecnologías sujetas a cambios permanentes.

Dado esto, es necesario encarar un proyec-

to nuevo, partiendo de la premisa que los beneficios del piso elevado sólo podrán capitalizarse si se deja de pensar en función de metros cuadrados de superficie, y se encara como un proyecto dentro del proyecto, para lo cual habrá que exigir de los proveedores locales un mayor compromiso con la ingeniería de aplicación y con los procedimientos de test de sus productos.

PERFORMANCE Y TEST

En el Mundo, los fabricantes utilizan varios métodos para validar el desempeño de sus pisos elevados, pero CISCA - Ceiling & Interiors Systems Construction Association - (Asociación de constructores de Sistemas de Revestimientos e Interiores) publica “Procedimientos recomendados para test de Pisos Elevados”, que establecen procedimientos precisos para test, que contribuyen a la transparencia en cuanto a comparativas, sobre :

- Cargas concentradas
- Cargas máximas
- Cargas sobre longarinas
- Cargas axiales en la base
- Cargas de momento de caída del pedestal
- Cargas rodantes

TEST DE PERFORMANCE

Para una correcta selección y comparativa de pisos elevados, es fundamental definir un procedimiento de “test homogéneo” para evitar comparar “peras con manzanas”, siendo el procedimiento más riguroso y actualizado el descrito por CISCA, el cual sintetizamos a continuación:



(*) como el cableado estructurado, las comunicaciones, la climatización bajo-piso, los sistemas de monitoreo y detección de eventos, a partir de diferentes estándares de integridad en un mismo proyecto para garantizar la resistencia a todo tipo de cargas, y priorizando su rol funcional ante demandas de mantenimiento preventivo y correctivo.

	FINALIDAD	PROCEDIMIENTO
Cargas Concentradas Resistencia a Carga Vertical Concentrada MB3385 / NBR 12048	Determinar la resistencia de la placa a la carga vertical concentrada en una pequeña área en cualquier parte de la placa, más específicamente en el centro. Tenemos como referencia bases de mesas, base de apoyo de computadoras.	Una carga vertical es aplicada al punto medio de la placa y al punto medio del borde de la placa durante 24 hs. Después de este período medida su deformación con aplicación de carga, que es retirada. Después de 2 horas es verificada su deformación residual.
Carga Uniformemente distribuidas Carga Vertical Uniformemente Distribuida – MB3386 / 12049	Validar la resistencia de la placa a cargas aplicadas sobre toda el área de la superficie del panel. La referencia son bases de cofres, archivos antiguos de acero.	Sobre una placa de piso montada conforme norma, y aplicada sobre una cama de arena (con altura y densidad controlada), que recibe una carga distribuida uniformemente sobre su superficie. Después de 24 hs la carga es removida y luego de los 3 minutos es validada la deformación residual de la placa.
Carga Máxima (Ultimate Load) (Normas domésticas no preveen – test CISCA)	Validar el punto máximo de resitencia de la placa, antes de sufrir una falla estructural.	Multiplifica por 3 x (tres veces) las cargas aplicadas a los test de cargas concentradas.
Cargas Rodantes (Normas domésticas no especifican este test – test CISCA)	Validar la resistencia de las placas cuando son sometidas a los diversos tipos de cargas rodantes aplicadas al piso elevado. Con las ruedas pequeñas tiene como objetivo la utilización de cargas como ruedas de racks de computadoras, carros de correspondencia o mantenimiento, equipamientos. El test con ruedas grandes tiene como objeto simular el desempeño del piso a lo largo de su uso.	Son alineadas tres placas de piso, montadas con sus pedestales, en un equipamiento especial, y luego son sometidas a dos tipos de cargas rodantes. La carga ejercida por una pequeña rueda (modelo, material y resistencia específicos) con carga controlada aplicada y la cantidad de pases determinados. El otro test utiliza una rueda mayor (modelo, material y resistencia específicos) con una carga controlada aplicada y una gran cantidad de pases determinados para reproducir el desempeño del piso a lo largo de su uso.
Carga Horizontal Concentrada MB 3384 / NBR 12047	Verificación de las condiciones de estabilidad del conjunto de piso elevado en condiciones de obra, desconsiderando apoyos laterales.	Es montado un conjunto de piso elevado con 9 placas y los respectivos pedestales con vigas de arriostramiento, dado el caso, al cual es aplicado una carga lateral horizontal concentrada, conforme a la norma, validando la resistencia y estabilidad del conjunto.
Test de Pintura Adherencia de la Tinta MB 985	Verificar la adherencia y durabilidad de la pintura en la chapa de la placa.	Se cuadrícula una pequeña área de la placa pintada, a través de un elemento de corte que atinja la chapa, con distancia predeterminada, especificada por norma. Después es aplicada una cinta filamentososa, bien asentada hasta que la adherencia sea perfecta. Luego de 2 minutos, esta cinta es retirada conforme al procedimiento normatizado y es hecha la validación de la adherencia de la pintura.
Test de Pintura Espesor de la Película MB 1333	Verificar si el espesor de la camada de pintura (película) está conforme a la especificación de fábrica.	Utilizándose una placa sin pintura, se calibra el equipamiento de medición. Después de este procedimiento el equipamiento realiza la medición sobre la placa pintada .Con los dos resultados se hace una comparación y validación del resultado.
Test de Soldadura	Validar y verificar la calidad y resistencia de todos los puntos de soldadura aplicados a la placa.	Con la placa soldada, sin llenado y abierta en punto, por medio de un equipamiento especial se realiza una presión para separar las dos chapas (superior e inferior).
Test de Llenado	Verificar si el relleno de las placas está completo, si no hay puntos de aire o globos en la masa. Validación de la consistencia/resistencia del concreto.	Algunas placas de cada lote son retiradas y recortadas en sus ángulos estructurales para análisis y verificación de las condiciones y calidad de llenado.
Test de Planicidad	Análisis y verificación de la condición de planicidad de la placa de piso. Verificación de la existencia de irregularidades en el prensado, soldadura y control de calidad de las chapas empleadas, que pueden estar ocasionando falta de planicidad.	Es utilizada una regla de acero rectificada, perfectamente alineada con una dimensión mayor que el panel. Esta regla se posiciona sobre la placa en 8 líneas distintas y se verifica si hay paso de luz entre la regla y la placa. En caso de que haya diferencia, esta es medida a través de láminas de mayor espesor.
Test de Carga Axial en el Pedestal	Verificar cual es la carga axial aplicada al conjunto de pedestal del piso elevado y es capaz de resistir sin presentar fallas estructurales, ni daños a componentes, inclusive roscas, piezas, etc.	Son aplicadas cargas sobre el centro de la cabeza del pedestal, a través de un punzón con dimensiones y cargas estipuladas por norma, simulando la aplicación de la carga en los cuatro vértices de la placa hasta alcanzar la carga máxima prevista, durante un minuto. Después de esto, la carga es retirada y el conjunto del pedestal es validado, debiendo mantener íntegras sus características funcionales.
Test de Derribamiento (CISCA)	Determinar cuál es el momento de derrumbe al cual el conjunto de pedestales y placas de piso pueden resistir.	Deben ser fijados al menos 5 conjuntos de pedestales a una base de concreto, conforme condiciones de obra y a éstos se aplica una carga lateral en el tope del conjunto, en la cabeza del pedestal. Las cargas deben ser aplicadas continuamente hasta que se note el rompimiento del pedestal o su método de fijación al piso.



- Cableado Estructurado
- Fibras Opticas
- Sistemas de Energía
- Control de Procesos
- Soluciones integrales de conectividad
- Sistemas de puesta a tierra
- Grounding
- Data Center

Lavalle 730 5ºB (C1047AAP) Capital Federal
Tel. Fax: 4322.0913 / 4328.0732

...hay que resistir González, hay que resisi-



– González, lo que le voy a contar no debe salir de este despacho.

– Por supuesto, Sr. Director.

– La compañía está pensando en la mudanza de sus oficinas. Ud. es nuestro Facility Manager y se encargará de la tarea. De más está decir que deberá hallar el lugar más adecuado a nuestra imagen, analizar detalladamente las necesidades operativas de la compañía, asegurar la calidad y los tiempos de la obra y organizar la logística de la mudanza. Prepare un presupuesto estimativo del proyecto el que será enviado a nuestra casa matriz para su aprobación.

– Sr. Director, es un gran desafío para mí profesionalmente y no dude que estaré a la altura de las circunstancias.

– Confiamos en Ud. González para culminar con éxito este encargo. Espero su informe la semana próxima,... ah me olvidaba, se acabó el papel higiénico en mi baño, ocúpese de que se reponga y por favor que no vuelva a pasar. Gracias y buen día González.

– Quién habla?

– Sr. González mi nombre es Jorge Felp, director de ventas corporativas de Nice Carpet alfombramientos. Quería ofrecerle nuestros productos para los 2344 m2 de oficinas que están por alquilar.

– Disculpe Sr. Felp, no sé como maneja esa información y cómo obtuvo mis datos, yo mismo acabo de enterarme de esta posibilidad y ni siquiera he analizado que superficie necesitamos.

– Ahhh, ése es nuestro trabajo. Ya mismo lo voy a visitar, en lo inmediato le envío

catálogos para que vaya eligiendo, chárlelo con su mujer que debe tener muy buen gusto y si encuentra algo lindo para el cuarto de los chicos tómelo como una atención de la casa.

–Pe pe pero.....

–Un abrazo Gonzalito nos vemos.

– Sr. Alvarez...

– Alvarez Inchausti y Obes (hijo)

– Sí. sí.

– Puede decirme Pepo.

– Bueno. Lo que me trae es casi igual que las ocho carpetas con propiedades que me han mandado sus colegas.

– Eso habla a las claras de la capacidad de nuestra inmobiliaria, tenemos todo lo disponible en el mercado.

– Sus comisiones y servicios son similares. ¿Por qué debería trabajar con ustedes?

– Le brindamos atención personalizada, mi presencia aquí lo demuestra cabalmente.

– Mire,....

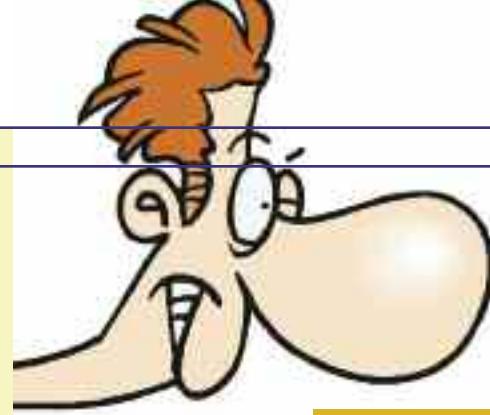
– Pepo

– Si, Pepo. Lo he recibido por no ser mal educado y para terminar con su acoso telefónico.

– Esa es otra de nuestras virtudes, la perseverancia.

– Dígame, de éstas propiedades, cuáles considera que deberíamos visitar?

– Le he preparado un detallado intinerario, partiendo a las 6.15 hs. am., visitamos durante la mañana 14 oficinas, a las 12.00 hs. almuerzo, 12.15 hs. salimos del microcentro al norte donde recorreremos 21 propiedades, 16.00 hs. refrigerio, 16.05 hs. partimos al sur conociendo 9 muy buenas opciones, 18.40 hs. la gran



vuelta sobre el macrocentro, 45 propiedades en sólo 4.15 horas; 23.55 hs. cena de trabajo, donde analizaremos detalladamente las 89 oficinas visitadas; 2.30 hs., respetuosos de su intimidad y dejándole un ambito para la reflexión, lo despedimos en sus oficinas para que pueda elaborar su informe.

– Encuentro el programa muy cansador.

– Mire González, es la única forma que conozca lo que la plaza tiene para ofrecerle, además le aseguro que en sólo tres días con nuestra invalorable ayuda usted ya es un experto.

– Tres días seguidos!!?... Imposible.

– Vamos Gonza, nada se consigue sin esfuerzo, además no podemos dejar que lo confundan mostrándole cualquier cosa.

– Pero no pueden hacer una preselección?

– Estábamos preparados para su inquietud y aquí esta la respuesta. ¿Qué le parece?

– Esta oficina es muy chica, no parece tener un buen precio y ademas la ubicación es decididamente mala.

– Mire, seleccionar esta propiedad ha llevado horas de estudio de nuestro departamento de Research; no lo debe tomar a la ligera, ademas es la única que no tenemos que compartir comisión con otro colega, con lo que accederá a un 1.2% de descuento en nuestros honorarios profesionales.

– 1.2%?

– Así es, pero sólo accede a esta gran oferta si los viáticos y refrigerios de las visitas corren por cuenta de su empresa.

– Quisiera hablarle del programa de necesidades que me ha enviado con motivo

de las nuevas oficinas de la empresa.

– Dígame González, ¿qué no le queda claro?

– En su sector trabajan 54 personas.

– Así es.

– Y me solicita 54 despachos.

– Coincide

– Pero no tengo espacio para acomodar tantas oficinas cerradas. Por qué no trabajan en puestos de trabajo como el resto de las áreas?

– El área comercial le da de comer a toda la empresa, si nosotros no vendemos, ni ud. ni yo cobramos a fin de mes, por lo tanto necesito brindarle a mis empleados las mejores condiciones de trabajo para que mejoren su productividad, además necesitan privacidad ya que manejan información sensible de la empresa y tranquilidad para poder concentrarse. Por eso es que le solicito los 54 despachos.

– Y el cadete, qué me dice del cadete.

– Ah! ese es otro tema. El trabajo de archivo es muy desordenado, no lo quiere a la vista, no se olvide que aquí vienen muchos clientes y la imagen de la compañía está en juego.

– Y para qué, teniendo todos despachos privados, quieren 32 salas de reuniones?

– Mire González, no le puedo explicar en pocos minutos lo que la experiencia en esta posición durante años me ha enseñado, pero tómelo como una verdad revelada, es necesario para nuestra tarea.

– Pero ahora sólo tienen dos y la mayoría del tiempo están desocupadas.

– Implementaremos un nuevo programa de reducción de viáticos, de esta manera estaremos contribuyendo con un sustancial ahorro a la compañía atendiendo a

los clientes en nuestras oficinas, pero para eso necesitamos dónde recibirlos...

– Entiendo. En cuanto a los requerimientos de su privado, ¿no le parece excesivo el escritorio de 3m de largo, el estar para 14 personas, la mesa de reunión de 32 posiciones, el baño con jacuzzi, sala de relax, equipo multimedia, pantalla de plasma de 60 pulgadas, música funcional, piso de mármol y paredes tapizadas en cuero de leopardo?

– Mire González, en lo personal yo no necesito nada de eso, lo pido en función de la posición que ocupo, las personas pasan y las instituciones perduran, no lo hago para mí, es por la compañía, imagínese que cliente querría realizar negocios con nosotros si sólo perciben miseria a su alrededor, créame González, soy una persona de gustos sencillos y esto no lo pido para mí, es en beneficio de la empresa.

– El problema que tengo es que las normas que me imponen de la casa matriz preveen un 15% de la superficie que Ud. requiere para el área.

– Esos gringos no entienden nada, pre-tenden trasladar sin más su forma de trabajo a todo el planeta sin adecuarse a la idiosincrasia de cada país, es uno de los grandes males que padecemos con la globalización, pero ni Ud. ni yo, González, permitiremos este avasallamiento sobre nuestros valores autóctonos, hay que resistir González, y sé que Ud. va a encontrar la forma de darnos lo que nos corresponde y nos hemos ganado.

CONTINUARÁ...





Henry Jones es el Facility Manager de la empresa Arthur Andersen. Además es miembro activo del capítulo argentino del IFMA (International Facility Managment Association)

Henry Jones

Podés contarnos desde cuándo la figura del Facility Manager comienza a tener un lugar en las organizaciones.

Básicamente desde el momento en el cual, para toda empresa, su estructura edilicia y sus instalaciones pasan a ser un activo estratégico. Al dar este paso, sus activos físicos ya no puede quedar en manos de un encargado tradicional, porque comienzan a tener un impacto muy fuerte que lleva naturalmente a los directores a entender que este manejo requiere otro grado de profesionalismo.

Los activos físicos son capitales importantes para las empresas. Tienen que ver con su imagen institucional, con la eficiencia y la respuesta de una estructura para cumplir con su misión empresarial. Es entonces cuando la figura del intendente se diluye y aparece la del FM como clave. Hoy la dinámica que tiene el bien de la empresa y cómo se utiliza ha cambiado radicalmente por eso aparece la figura del Facility Managment como clave. Es necesaria una ingeniería específica para utilizar los recursos, al punto de que cada vez son más las empresas que no inmovilizan su capital en la compra de un edificio propio.

Las condiciones de mercado han llevado a optimizar todos los recursos, físicos, intelectuales, tecnológicos para poder competir y poder dar mejor servicio o producto. Esto obliga a la gente, la condiciona y le impone cambios, así como se la ha obligado a volcarse a la computación, teniendo que vencer toda la resistencia, luchando contra “dinosaurios” que seguían con el ábaco, las

planillas y el lápiz. Revoluciones, sin duda; estos cambios en las organizaciones y en las personas significan verdaderas revoluciones.

Optimización de recursos, avances tecnológicos y cambios de reglas comerciales obligan a ser cada vez más competitivos y conducen irremediabilmente a especializarse cada vez más en todas y cada una de las actividades.

Entonces el FM aparece como respuesta a eso; porque comienzan a interrelacionarse temas que no sólo comprometen activos físicos sino que involucra una enorme cantidad de otras funciones antes consideradas de menor importancia pero que hoy también hay que optimizar, como por ejemplo el área de servicios, de catering y un sin número de cuestiones que están ligadas a la actividad y que tienen que ver con la tecnología. Ya, prácticamente todo tiene que ver con la tecnología; antes un toma no funcionaba y se conseguía un alargue; hoy tenés un toma que no funciona y es un drama, porque un toma no es “un toma” es la posibilidad de que un puesto de trabajo interrelacionado con toda la red de la empresa no se encuentre operativo.

Hasta en los mínimos detalles interviene la tecnología. El sobre que se le entregaba al cadete era una cosa cuadrada de papel, se la ponía debajo del brazo y partía a su destino. Hoy se “escanea” un código de barras, que a su vez debe ingresar a un sistema que lo traslada a una planilla... todo un mundo detrás.

El FM da respuesta a ésta evolución desde distintos lugares y de acuerdo a la estructura de la corporación en la que cada uno esté inserto.

Básicamente la fortaleza del FM es trabajar sobre

“...el FM da respuesta a esta evolución desde distintos lugares y de acuerdo a la estructura de la corporación en la que cada uno está inserto...”



La Tecnología obliga a capacitar constantemente a las personas.

la optimización de los recursos físicos, pero además y mostrando un crecimiento sostenido, está todo lo que tiene que ver con el tema de “real estate”. Alquileres, compras, ventas, sub-alquileres.. todas las alternativas que se puedan generar a partir de los edificios y espacios físicos.

Todo el tema del planeamiento, de cómo se pueden adecuar las distintas conformaciones del espacio y situaciones de trabajo a la conducta de esa corporación. Es muy importante ver que está pasando con la gente que está trabajando hoy y en estas condiciones, y cómo se puede adecuar este espacio a su idiosincrasia. Nosotros, inmersos en esta corriente de transculturación, muchas veces no absorbemos las experiencias o el conocimiento de los otros sino que las imitamos y en esta imitación sin un trabajo de metabolización generamos grandes inconvenientes, como por ejemplo las conductas; un americano medio es distinto a un argentino medio. Esto también es parte del valor agregado que da la profesión. Porque no somos un administrador contable de “real estate” que controla cuánto es el costo anual, cuánto el beneficio, sino que vamos mucho más allá. Llegamos, investigamos y resolvemos el cómo lograr de este espacio el mejor aprovechamiento; si lo resiste la corporación, si le resulta conveniente. Claro está que para todo esto es imprescindible “estar dentro” para ver cuáles son estas conductas en el día a día. Tener el “feedback” de toda la gente.

Un FM es un personaje de varios sombreros.

Es una función abarcativa que requiere ir incorporando distintos conocimientos para poder hacer este proceso y dar una respuesta lógica a la empresa.

Se podría decir que el fin último de un FM es la búsqueda de la eficiencia?

Sí, por supuesto. Se analiza desde el equilibrio y el

funcionamiento del aire acondicionado, pasando por los diferentes consumos, hasta la ergonomía del equipamiento. Todo esto lleva a reducir costos o a un mayor o menor ausentismo.

El personal es nuestra materia prima, y esta materia prima tiene que estar bien, en situaciones de confort, motivada, con un equipamiento adecuado. Tiene que pasar la mayor parte de su día en un ámbito que la va a hacer producir, entonces, ese espacio tiene que ser el adecuado para poder soportar este tipo de situación.

De acuerdo a esto, lo que vos decías antes de estar dentro de la empresa es esencial.

Es importante porque te va dando un panorama. Desde adentro vas viendo como es “la cocina”. El FM es quién conoce, interpreta y se anticipa a las necesidades de la organización, pero atención; tampoco es bueno tener estructuras muy grandes de FM dentro de la empresa cuando no es su objetivo comercial. Parte de la habilidad, el profesionalismo y el “expertise” del FM es tener una mínima estructura interna y contrapesando esto, un fortísimo apoyo de proveedores estratégicos con un alto grado de eficiencia. Un FM no puede hacer una gestión efectiva y dinámica sin un equipo de “outsourcing” absolutamente confiable.

Tercerizar, al FM lo libera de la presión propia de la ejecución de las tareas. Lo deja disponible para seguir controlando la gestión y procurando soluciones globales.

La ventaja del “outsourcing” es que traen experiencia también de otras de situaciones similares a la tuya y cuando son verdaderos profesionales te aportan un camino distinto, una solución distinta, otra propuesta, una evolución, que sin duda enriquece. El proveedor entonces se convierte en tus

ojos fuera de la organización: te permite ver de afuera, resolver temas puntuales pero tener otra óptica. Te aporta la cosmovisión de su experiencia a esa situación específica de una estructura que uno conoce profundamente y te acompaña en problemas que uno no necesariamente hubieras resuelto de ese modo.

Hablaste de diferentes sombreros, y hasta ahora vemos que están todos relacionados en cierto modo con el hacer y el medir. ¿hay algún otro que te pongas y que quieras comentar?

Sí, uno fundamental, que te diría me lo pongo y sacó constantemente: el de psicólogo.

Pasar y ver cual es el estado de la gente, el confort, escuchar la demanda. Y para este sombrero el anecdotario es fecundo. Sucede que muchas veces, un problema se inicia con una persona que se le rompe la corbata con el filo del cajón y claro, cuando ya es la quinta corbata se pone nervioso el hombre... ¡no te cuento si es un Director!. Pero es así, hay que dar respuesta, muchas veces más allá de los pedidos. El FM es la cara visible del servicio.

Un interlocutor válido que termina resolviendo hasta las situaciones más insólitas.

Si tuvieras que describir el requisito fundamental para ser un verdadero FM, qué elegirías?

Sin duda el conocimiento.

¡Y atención! el conocimiento general, ya sea el académico como el conocimiento adquirido a través de la experiencia.

Por eso es muy importante la difusión del FM en

Argentina para generar, un nivel académico importante dentro de los profesionales. Cuando ves qué cantidad de profesionales está auténticamente capacitado para ejercer su actividad, el porcentaje se reduce hasta llegar a una población bastante pequeña y mucho más pequeña aún si tratas de verificar cuántos son a los que el conocimiento verdaderamente les interesa.

Por eso la difusión es importante. La experiencia personal y el conocimiento es todavía pobre frente al universo de ideas que pueden surgir a partir de ponerlo en común, y naturalmente así surgen foros en donde nos juntamos, y absorbemos la experiencia de gente que viene y transmite sus propias vivencias. Los FM para eso nos reunimos en el International Facility Management Association (IFMA); para intercambiar experiencias bastante similares

pero con los matices propios de cada organización; cantidad de gente, superficie, tipo de actividad... infinitas variables.

Hablaste varias veces ya de comunicación. Además de aptitud técnica un FM debe contar con la capacidad de un contacto humano muy fuerte, ya que en todo

el desarrollo de sus tareas, como bien dijiste al principio, la materia prima son las personas.

Sin duda, hay que tener una personalidad muy compatible con distintos grupos para poder llevar adelante esta tarea, porque para detectar necesidades uno tiene que estar caminando, escuchando y observando. Yo trato de caminar bastante. Hay que ser muy permeable para ver cual es la necesidad del otro y entenderla.

Muchas veces en las áreas de mantenimiento, in-



Henry Jones

cluso específicas del mantenimiento, por la respuesta que uno tiene que dar a la gente es mejor tener un psicólogo que un ingeniero.

En espacios con tanta gente dando vueltas, el FM está obligado a estar comunicado. De nada sirve que yo me encierre en mis planillas y trate de bajar los costos y logre una super eficiencia con todos los servicios porque la respuesta va a ser inadecuada; creo que como arquitecto estoy obligado a generar el mejor espacio de trabajo. No puedo hacer el espacio que a mí me guste o que yo creo que tengo que hacer, sino el espacio que necesita el otro, de ahí que esta comunicación es fundamental.

¿Cuándo termina la función del FM?

Nunca. Nunca puedo terminar porque todo sigue evolucionando.

Las cosas no tienen fin, todo es una evolución.

Preguntas personales para terminar: ¿estás casado?, ¿tenés hijos?.

Soy como una antigüedad. No me he separado. Estoy casado, ¿llevo muchos años de matrimonio, tengo tres hijas.

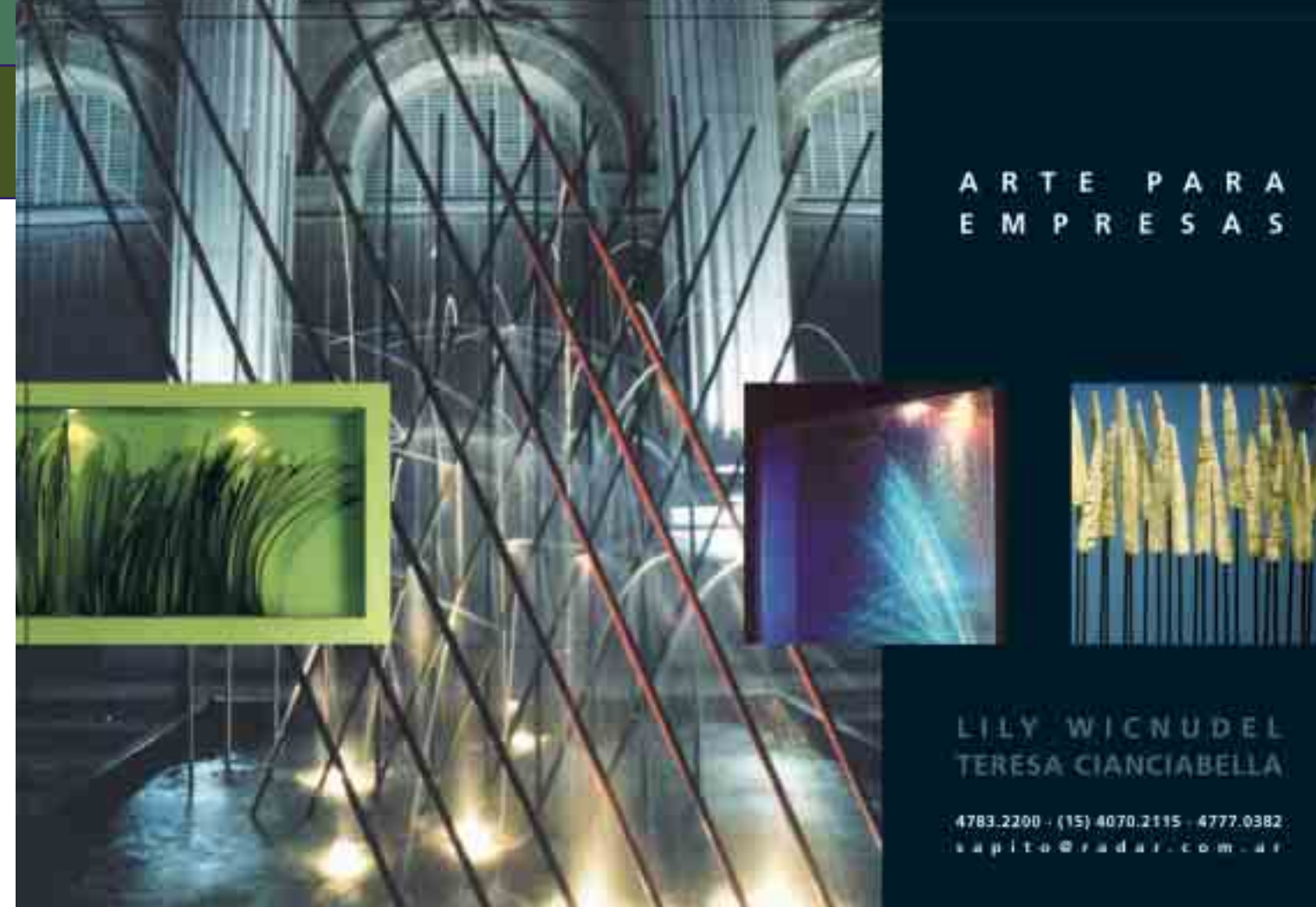
¿Alguna de tus hijas sigue tu camino, digamos, tu carrera?

No, una estudia sociología y está bastante comprometida con su carrera; la otra es maestra en nivel inicial y trabaja también en un hogar de chicos discapacitados y la más chiquita está todavía en el secundario, haciendo sus primeras armas. De cualquier manera, siempre insisto en esto de la formación. Ella está terminando en el Nacional Buenos Aires, que tiene un nivel de exigencia bastante importante y creo que esto es incluso lo que nos va a permitir a nosotros salir de esta crisis.

Estas crisis que nos llevan a momentos de reflexión, la salida a esto... lo asocié con los alemanes, cuando mandaban a sus hijos afuera para que no los agarrara la guerra, que no quedaran encerrados en esa crisis caótica de la guerra que se estaba vislumbrando. Sin embargo, inmediatamente después los pusieron a estudiar, los formaron porque era el único capital que les podían dar. Creo que ésta es la salida que tenemos que buscar. Formarse, estudiar, crecer internamente para poder generar espacios más reflexivos y dar una respuesta desde ahí.



FM con Henry Jones



ARTE PARA
EMPRESAS

LILY WICNUDEL
TERESA CIANCIABELLA

4783.2200 - (15) 4070.2115 - 4777.0382
capito@radar.com.ar



Hans
Alfombras

Av. Pte. Quintana 114
Capital Federal
Tel. 4814.0180 / 4813.3159
info@hansalfombras.com.ar
www.hansalfombras.com.ar

REGUS REGUS

F M P O R L A S O B R A S



Regus

Ubicación: Edificio Laminar

Plaza · Ing Butty 240.

Año de ejecución: 2001

Superficie: 1400m²

Plazo de obra: 60 días

Proyecto: KMD

Gerenciamiento: GA&A

Construcción: Contract



REGUS

ORGANIZACIÓN QUE BRINDA UNA RED DE
"OFICINAS AL INSTANTE" EN TODO EL MUNDO



Regus es una empresa de alquiler temporario de oficinas con centros alrededor del mundo entero. Afrontar la ejecución de esta obra presupone varios desafíos ya que el objeto del negocio de Regus es la oficina como producto.

La mayoría de las empresas poseen oficinas para desarrollar su negocio, mientras que cada centro de negocios Regus, dispone de todo tipo de oficinas

totalmente equipadas para alquilar, ya que éste es el corazón de su negocio.

Las instalaciones se convierten en un factor absolutamente clave como también lo son en el negocio hotelero, por ello, trabajar en el diseño y ejecución de oficinas para Regus hace de esta encomienda un desafío adicional tanto para el FM como para los profesionales.

Bien diferenciada, la figura multiforme del cliente se superpone como una "muñeca rusa". Un gran cliente, Regus, que contiene a su vez, un número importantísimo de necesidades individuales de todos y cada uno de los empresarios o profesionales que utilizan sus servicios. Todo dentro de un mismo envase y cada envase con características propias que deben ser completamente satisfechas.

*Corporaciones como Regus
constituyen un verdadero
desafío para FM y
profesionales.*

Así de extravagante fue el desafío de Regus. Había que pensar, diseñar, equipar y poner en funcionamiento una estructura que, sin perder su característica institucional, pudiera garantizar independencia, individualidad y calidad óptima de servicios, adecuando la tecnología y el diseño a los más altos estándares del mundo empresarial.



Regus

Organización que brinda una red de
“oficinas al instante” en todo el mundo



Como en toda cadena, además, la imagen y calidad de las instalaciones debe asegurar a los usuarios finales la misma prestación en todos los centros, por esta razón, las especificaciones constructivas son muy precisas y estrictas.

Para lograrlo en sus doce centros de América latina, Regus contrató al mismo equipo de profesionales. De ésta manera se aseguró homogeneidad en el servicio y la calidad final del producto. Además la contratación de un volumen mayor derivó en una mejora de precios.

El gerenciamiento de obra estuvo a cargo de GA&A, una empresa especializada en interiores y cuya casa matriz esta en México.



El proyecto arquitectónico fue responsabilidad de KMD, Kaplan Mc Laughlin Diaz. Estudio de origen norteamericano que tiene despachos en varias ciudades de ése país. Para el desarrollo de esta serie de proyectos se eligió la sede de México, por su cercanía con Miami, lugar donde Regus opera su red con América latina y también debido a la facilidad de uso del idioma español que simplificaba la comunicación con los proveedores locales.

La empresa Argentina que actuó como integrador y constructora llave en mano del proyecto fue Contract. Esta firma está especializada en el diseño, construcción y mantenimiento de ambientes de trabajo y su elección resultó decisiva a la hora de asegurar plazos, costos y calidad.

Contract conjuntamente con GA&A en México y Athie Whonrath en Brasil han constituído una alianza regional que les permite atender clientes corporativos en toda América latina. Ya han realizado varias obras en forma conjunta en Buenos Aires donde se destacan Agilent Technology e Intel entre otras firmas de primera línea.

CAROZZA Hnos.

ESTRUCTURAS
DE ACERO Y BRONCE
LETREEROS LUMINOSOS
ESTRUCTURAS
DE ACERO Y BRONCE
LETREEROS LUMINOSOS
BACKLIGHTS
DISEÑO GRÁFICO

CAROZZA Hnos. srl
Fraga 1398 (1427) Buenos Aires
Tel. 4551.1314 / 7903

GROWALC

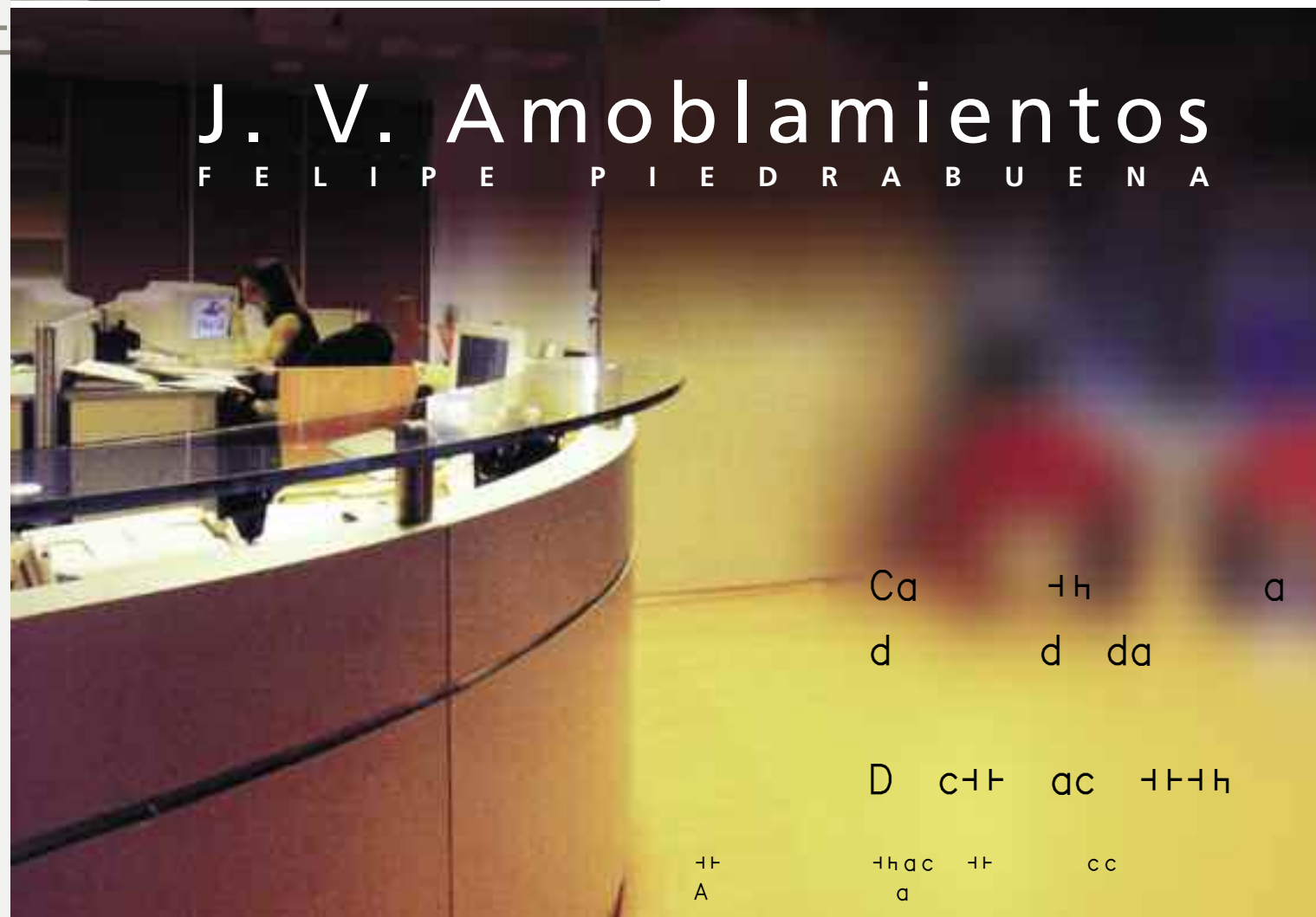
construcción y servicios

- ☐ Construcción de paredes, cielorraso, revestimientos y divisiones con placa de roca de yeso (Durlack)
- ☐ Asesoramiento técnico de BPS Placo Argentina
- ☐ Instalación de cielorrasos, sistemas desmontables y sólidos
- ☐ Construcción en seco con sistema industrializado para exterior, paredes, estripiados, revestimientos
- ☐ Pintura interior, exterior (allwater)
- ☐ Cera húmeda, trabajos varios, trabajos en planería, revestimiento de obra para trabajos varios

Comunicarse con Walter Caro, Asesoramiento Comercial
Wagner 2341 (1744) Moreno, Buenos Aires
Tel/Fax: 0237.4683477 Móvil: 15 5308.1632
growalconstruccionyservicio@infovia.com.ar

J. V. Amoblamientos

F E L I P E P I E D R A B U E N A



Ca +h a
d d da

D c+h ac +h+h

+h A +h ac +h cc
a



Muchos pisos elevados parecen comparables apenas con instalados. Pero la tecnología TATE se diferencia porque sus modelos industriales y procesos de fabricación garantizan prestaciones y niveles de seguridad, que son reconocidas por nuestros clientes al contribuir a una mayor disponibilidad de sus ambientes de trabajo.

La tecnología TATE ACCESS FLOOR ahora es fabricada en el Mercosur, bajo normas CISCA*, y con esta inversión queda definitivamente consolidado el compromiso de Tate con nuestro mercado, ofreciendo productos y servicios, con garantías que sólo una empresa radicada aquí puede ofrecerle permanentemente.

Pisos elevados TATE: 100% confiables, 100% disponibles en el Mercosur.

* CISCA (Cable & Interloc System Construction Association, USA)

Atención directa en Filial Argentina, Uruguay y Paraguay
TEL (54 11) 0 800-333-ACECO (22326) FAX (5411) 4816-7620
Correo electrónico: aceco@interprov.com
www.tatedobrasil.com.br



TABQUES MODULARES

- ESTRUCTURA ALUMINIO
V/O MADERA
- PANELES 20/40/60 mm
- PAÑOS VIDRIADOS FLOAT 4/6/8 mm
- TERMOPANELES
- DOBLES VIDRIO CORTINA

CARPINTERIA ESPECIAL

- REVESTIMIENTOS
- BOISSEIRE
- MARCOS Y PUERTAS
- MUEBLES ESPECIALES

Brasil 244 (B1823AYL) Geril, Buenos Aires
Tel/Fax: 4208.9449 / 4228.4219
sistemasys@infovia.com.ar



LA FALACIA DEL METRO CUADRA-

D



O

La evolución de los pisos elevados obliga a pensar con mayor amplitud. Hoy es tiempo de evaluarlos como proyectos, evitando la simplificación del cálculo por metro cuadrado.

**Juan Marcos
Montero**

ICM

**Instalaciones
de Incendio,
Gas y
Sanitarios**

4690-3352
15-5301-5120
Vicente López 1837 Morón

EBAZA

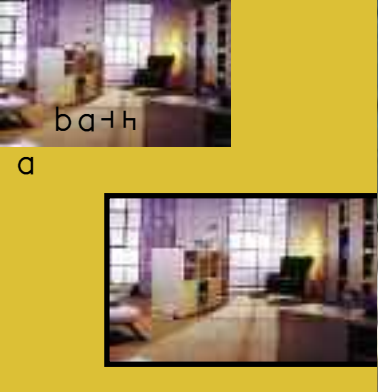
Ebanistería y Carpintería



- Fabricación de muebles,
escaleras artísticas y
revestimientos de madera
- Diseño y construcción de
stands y exhibiciones
publicitarias
- Service y mantenimiento
- Calidad y servicio
garantizado por escrito



Independencia 8818
José León Suárez
(1855) Bn. An. Arg.
Tel/Fax: 4720-9383
ebaza@topmail.com.ar



KNOLL INTERIEUR FORMA
Av. Alicia Moreau de Justo 140 2º
Puerto Madero C1107AAD Bs As
Tel.: 4313-3232 Fax: 4313-0560
interieur@interieurforma.com.ar

J.V. Amoblamientos
José Ignacio Rucci 3393 (Alt. Ruta
3 km. 21500) - Isidro Casanova
Tel. 4625-4625/1075
jvamoblamientos@hotmail.com

BURO
Libertad 1010
(C1012AAV) Capital Federal
Tel. 4816-0707/0710

DIMAAT
Av. Pte. Roque Sáenz Peña 852
8º piso (1035) Cap. Fed., Argentina
Tel/Fax: 4328.9111 (Lín. Rot.)

INDELMU SRL
Sarrachaga 6660
(1765) Isidro Casanova Bs As
Tel / Fax: 4485.9539
indelmuc@clubhp.com.ar

SISTEMAS & SERVICIOS
Brasil 244
(B1823AYL) Gerli, Buenos Aires
Tel/Fax: 4208.9449 / 4228.4219
sistemassys@infovia.com.ar

EBAZA
Independencia 6816
José León Suárez - (1655) Bs. As.
Tel/Fax: 4720-9363
ebaza@topmail.com.ar

STEELCASE
Av. Alicia Moreau de Justo 846 2º12
(C1107AAR) - Buenos Aires
Tel. 4331.2057 / 2880
www.steelcase.com



HANS ALFOMBRAS
Av. Pte. Quintana 114
Capital Federal
Tel. 4814.0180 / 4813.3159
info@hansalfombras.com.ar

LA EUROPEA
Arenales 1415 - 5º Piso
C1061AAQ Capital Federal
Tel: 4814-0123/4815-4344
e-mail: corporate@laeuropea.com

MELLER CO.
Carlos Pellegrini 3750, V. Alsina
Tel. 4208.8013 Fax: 4208.8713
info@meller.com.ar
www.meller.com.ar

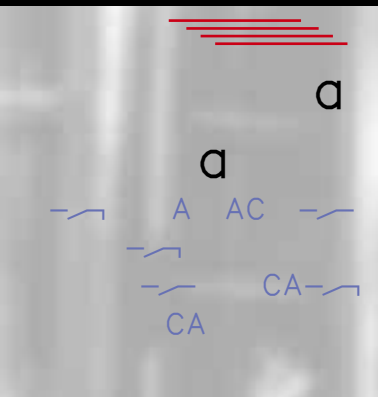
DALUX
Lavalle 730 5ºB
C1047AAP Capital Federal
Tel. Fax: 4322.0913 / 4328.0732

LUMISHOP ILUMINACIÓN
Santa Fe 1056 • Acassuso
Tel 4798-0775 4793.4374
lumishop@ciudad.com.ar

FED-COM
Saratea 2258
Quilmes Oeste
Tel: 4280.4642
Celular: (15) 5177.5659

DISEÑO ILUMINACION
Boedo 234, Capital Federal
Tel/Fax: 4861.5649
disenilu@ciudad.com.ar

GROWLAC
Wagner 2341 (1744) Moreno, Bs As
Tel/Fax: 0237.4683477
Movil: 15 5308.1532



INSTAL-AR S.A.
Piedras 463
(C1070AAI) Buenos Aires
Tel. 4331.9060
instal-ar@movi.com.ar

GEMIKA S.A.
Calle 59 N° 460 PB Dto. 1
(1900) La Plata - Bs As - Argentina
Telefax: 422.8705 / 427.0660
483.1377

TATE
Tel (54 11) 0-800-333-ACECO (22326)
Fax (5411) 4816-7620
aceco@interprov.com

MIGUEL ANGEL CEVALLOS
Estanislao López 945 • Castelar
Celular: (15) 5613.8880

CARRA SYSTIND SRL
Holmberg 1054
(1427) Capital Federal
4554.6314 / 6444 / 6600
carrasytind@sion.com

FERNANDO SEGUI
PARQUES Y JARDINES
Tel.Celular: (15)4538.9272

TECNOVA
Fco. A. de Figueroa 1338
C1180AAZ, Capital Federal
Tel.Fax: 4867.6385 (15)4416.8173
tec_nova@ciudad.com.ar

LILY WICNUDEL
TERESA CIANCIABELLA
Tel: 4783.2200 • 4777.0382
Celular: (15) 4070.2115
sapito@radar.com.ar



EXPRESO LOSA
Buenos Aires • Chivilcoy 1453
Tel/Fax: 4568.9525/9468
Mar del Plata • V. Montes 2455
Tel/Fax: (0223) 470.3000 477.2816

TOTAL SERVICE
Av. Cnel. Díaz 2551 6º "D"
Capital Federal
Celular: (15)4979.7572
Fax: 4802.9722

CONTROL LOCK
Av. H. Pueyrredón 934
(1045) Capital Federal
Tel: 4958.5844 / 45
ventas@control-lock.com.ar

GUIDO EXPRESS
Libertad 1165 • C1012AAW • Bs. As.
Tel/Fax 4814.4746
J.M.Moreno 190 •C1424AAO• Bs. As.
Tel/Fax 4902.4026

GRUPO ABSA
Lavalle 547 Piso 10
C1047AAK, Cap.Fed., Bs. As.
seguros@grupoabsa.com.ar

JUAN CARLOS MONTERO
4690-3352
15-5301-5120
Vicente López 1837, Morón

CAROZZA HNOS. SRL
Fraga 1398 (1427) Buenos Aires
Tel. 4551.1314 / 7903

CONISEHT
Juncal 4484 7º piso
(1425) Buenos Aires. Argentina
(54.11) 4775.4710 Lin. Rot.
info@coniseht.com.ar



COMENZADO EL SINIESTRO NO HAY TIEMPO PARA ENTRENARSE

Capacitación, Estudios y Proyectos vinculados con la
Prevención y Protección contra Incendios y Catástrofes

- Diseño de Planes de Evacuación
- Entrenamiento de Brigadas de Emergencias
- Sistemas de Lucha contra Incendio
- Servicios y Auditorías de Salud y Seguridad Ocupacional

Juncal 4484 7º piso
(1425) Buenos Aires - Argentina
(54.11) 4775.4710 Lin. Rot.
info@coniseht.com.ar
www.coniseht.com.ar



Miguel Angel Cevallos



Pintura Integral
Atención a Empresas
Hidrolavado
Impermeabilizaciones
Pinturas Satinadas
Enduido completo
Patinas
Empapelados

Estanislao López 945 • Castelar
Tel.Celular: (15) 5613.8880

Gemika s.a.

INSTALACIONES TERMOMECAICAS

AIRE ACONDICIONADO
Proyecto • Conductos • Equipos

CALEFACCION CENTRAL
Proyecto • Calderas • Radiadores • Fan Coil
Zócalos radiantes • Piso Radiante

ASISTENCIA TÉCNICA
Service y Mantenimiento de
Equipos Centrales e individuales

e-mail: gemika@netverk.com.ar - Telefax: 422.8705 / 427.0660 / 483.1377
Calle 59 N° 460 PB Dto. 1 (1900) La Plata - Buenos Aires - Argentina

REALITY

Innovation often occurs through spontaneous interaction.

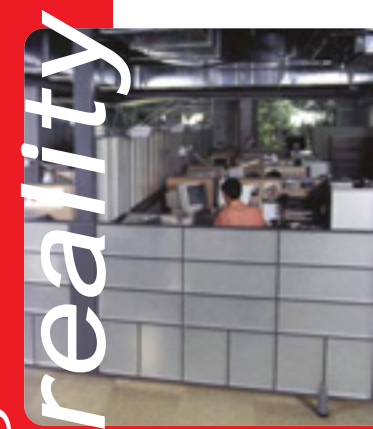
Currents
reality

Knoll interior forma

Av. Alicia Moreau de Justo 140 Piso 2 Puerto Madero C1107AAD Buenos Aires Argentina

Tel.: (54-11) 4313 3232 Fax: 4313 0560

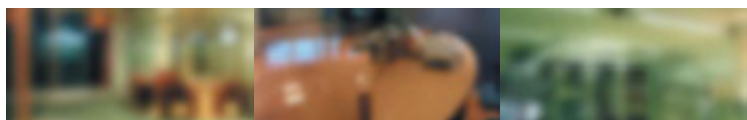
interieur@interieurforma.com.ar www.interieurforma.com.ar



PROVEEDOR DE EQUIPOS: YORK - CARRIER - RHEEM - WESTRIC - HITACHI - SURREY
TRANE - ELECTRA - TEMPSTAR - ARMSTRONG - LENNOX - GOODMAN - SANYO - BGH
PROVEEDOR DE CALDERAS: TRIANGULAR - PEISA - LA MARINA - SMITH - ARISTON

contract

AMBIENTES DE TRABAJO /
W O R K P L A C E S



DISEÑO, CONSTRUCCIÓN & MANTENIMIENTO DE OFICINAS

Av. Santa Fé 1193 · 2º Piso Of. 9
(C1059ABF) · Buenos Aires · Argentina
Tel./Fax: 54 (11) 4813-4517
e-mail: info@contract-rent.com.ar
web: www.contract.com.ar

