

MKT DE OBRAS



PROTAGONISTAS

ARTURO GARCÍA ROSA

UN INNOVADOR CON
VISIÓN DE FUTURO

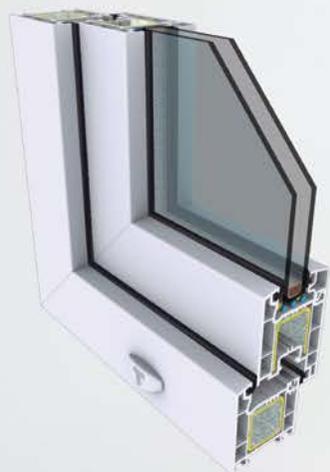


INFORME
ESPECIAL

¿QUÉ PASARÁ CON EL
MERCADO HOTELERO
LUEGO DE LA PANDEMIA?

TECNO**PERFILES**

SUSTENTABLE



Cuida la salud.

Cuida la energía.

Cuida el Medio Ambiente.

Elegir materiales eficientes mejora nuestra calidad de vida, brindando seguridad y confort en nuestro entorno.

ELEGÍ VENTANAS EFICIENTES

ELEGÍ TECNOPERFILES****

Av. Mitre 4461 - Avellaneda - Buenos Aires - Teléfono: (54 11) 3750-5629/30 - ventas@geagroupargentina.com.ar
www.pisosgeagroup.com



PISOS Y REVESTIMIENTOS VINILICOS DE LUJO

residencial - hotelería - retail - educación - salud

PLAC CORR
ABRE LAS PUERTAS EN TODO EL PAÍS

LÍNEA PLAC-FULL
Modelo Blanco

PLAC-FULL es una línea innovadora de puertas interiores, marco y hoja construidas en madera con un revestimiento de terminación final de alta calidad texturada.

Características: :: Marco con contramarcos regulables para adaptarse a los distintos espesores de muros. :: Alta resistencia al contacto con el agua. :: Instalación al finalizar la obra, con espuma poliuretánica.

[011] 4651-0271 | INFO@PLACCORR.COM.AR | WWW.PLACCORR.COM.AR



TEKNO BOMBA

Impulsando soluciones

Solado



Solado autonivelante



Revoque / Yeso



Shotcrete / Gunitado



Hormigón



Aplicaciones especiales



Planta/Oficina: Santa Rosalia (Diag. 78) 1860 - San Andrés
(1651) Pcia. de Buenos Aires - +54 11 4752-4751



Putzmeister

coisoimper
ADVANCED TECHNOLOGY

ZI Zimmerman
Industries, Inc.

Collomix

FRUMECAR

**Feelwood:
Sensación y apariencia real
de la madera.
Colección Egger 2018 – 2019**



Todos los diseños mostrados
y mencionados son reproducciones.

Sienta la textura real de la madera a través de nuestra tecnología de poro sincronizado. Descubra innovadores diseños para su próximo proyecto. Alcance un acabado natural y de alta calidad con las texturas EGGER Feelwood, con alta resistencia al desgaste y a la luz. Disponibles en Tableros Eurodekor y Eurolight, Laminado XI, Cantos ABS (corte longitudinal y transversal). Diseño: H1181 ST37 Roble Halifax Tabaco.

» Conozca más en: www.egger.com

MORE FROM WOOD.

E EGGER

ANAFES ELÉCTRICOS A INDUCCIÓN MAGNÉTICA



Flor 6889C

 2 Focos

 4 Focos

Ventajas del anafe a inducción Florenzia:

-  Mayor rapidez de cocción
-  Seguridad para la familia
-  Bajo consumo de energía
-  Fácil limpieza
-  Tecnología de avanzada
-  Diseño europeo

HORNOS DE EMPOTRAR ELÉCTRICOS

Sistema a convección con **capacidad de 64.5 litros**, puerta con triple vidrio. Uno mecánico y dos digitales de **6 y 14 funciones**.



Flor 7889F

ANAFES DE EMPOTRAR A GAS

Sistema de encendido eléctrico a una sola mano, eficiencia energética clase A.

Con rejillas de fundición o enlozadas.

Flor 6747N



En tres versiones:

-  Blanco
-  Negro
-  Acero inoxidable

COCINAS

Tecnología de última generación y **nivel de eficiencia energética Clase A**. Con válvula de seguridad en horno y hornallas, puerta de horno con doble vidrio templado, freno y desmontable. Respaldo de vidrio, rejillas superiores antivuelco divididas en dos partes, 56 cm de ancho.

En tres versiones:

-  Blanco
-  Negro
-  Acero inoxidable

Flor 5558A



línea de Acero Alta Gama

-  Totalmente de acero inoxidable.
-  Horno autolimpiante.
-  Rejillas superiores de hierro fundido.
-  Luz en el horno.
-  Timer digital.
-  Rejillas de horno extraíbles con apertura de puerta.
-  Encendido electrónico de horno y hornallas a una sola mano.
-  Cajón parrilla deslizable con moderno sistema de guía telescópica.



Más de 30 años
produciendo porcellanatos de excelencia

 Parque industrial Pilar - Calle 9 N° 3982

 Showroom Ilva Estudio: Fitz Roy 2237, Palermo - CABA

www.ilva.com.ar





La red más importante de venta de materiales
para la construcción en seco

Nuestras Sucursales

Ciudadela

Acosta 2090

Tel: (011) 4488.7733

asciudadela@almacenseco.com.ar

Ituzaingó

Av. Pte Perón 7042

Tel: (011) 6086.0391

asituzaingo@almacenseco.com.ar

#STEELFRAME

#DRYWALL

#ARQUITECTURA

Nuestras marcas de confianza

ECOMAT

P-GAL[®]

Materiales para la construcción en seco

DURLOCK[®]

Inrots

Soluciones en lana de vidrio

Superboard[®]

DRYLING[®]
auto perforantes

Einhell

Eternit[®]

LP[®]
BUILDING SOLUTIONS

Lunes a Viernes: 7:00 a 12:00 hs y 14:00 hs a 17:00 hs / Sábados: 7:00 hs a 13:00 hs



**TODO LO QUE NECESITAS,
ENCONTRALO EN UN SOLO LUGAR.
AMPLIA VARIEDAD DE PRODUCTOS
AL MEJOR PRECIO.**


Más ahorro. Más progreso.

Tres maneras de comprar:

 WWW.SODIMAC.COM.AR

 0810-666-6347

 EN LOCALES SODIMAC



**AMPLIO HORARIO: LUNES A SÁBADOS DE 8 A 22 HS.
DOMINGOS Y FERIADOS DE 9 A 22 HS.**

SodimacConstructorAR 



Roca

Inspira IN-WASH® | SMART TOILET

In-Wash es un innovador inodoro con funciones de lavado y secado integradas en el producto.

HIGIENE Y CONFORT EN UNA SOLA PIEZA.

SHOWROOM

Av. Del Libertador 7536
(1429) CABA
Tel. (5411) 4703-4390
www.roca.com.ar

Agua caliente con menor consumo de energía

Termotanque
COMERCIAL



Termotanque
ALTA POTENCIA



Termotanque
HEAT PUMP



CALEFÓN



Termotanque
RESIDENCIAL
ELÉCTRICO



Termotanque
RESIDENCIAL
A GAS



CALDERAS
Convencionales y
de Condensación





ASCENSORES COMPANY



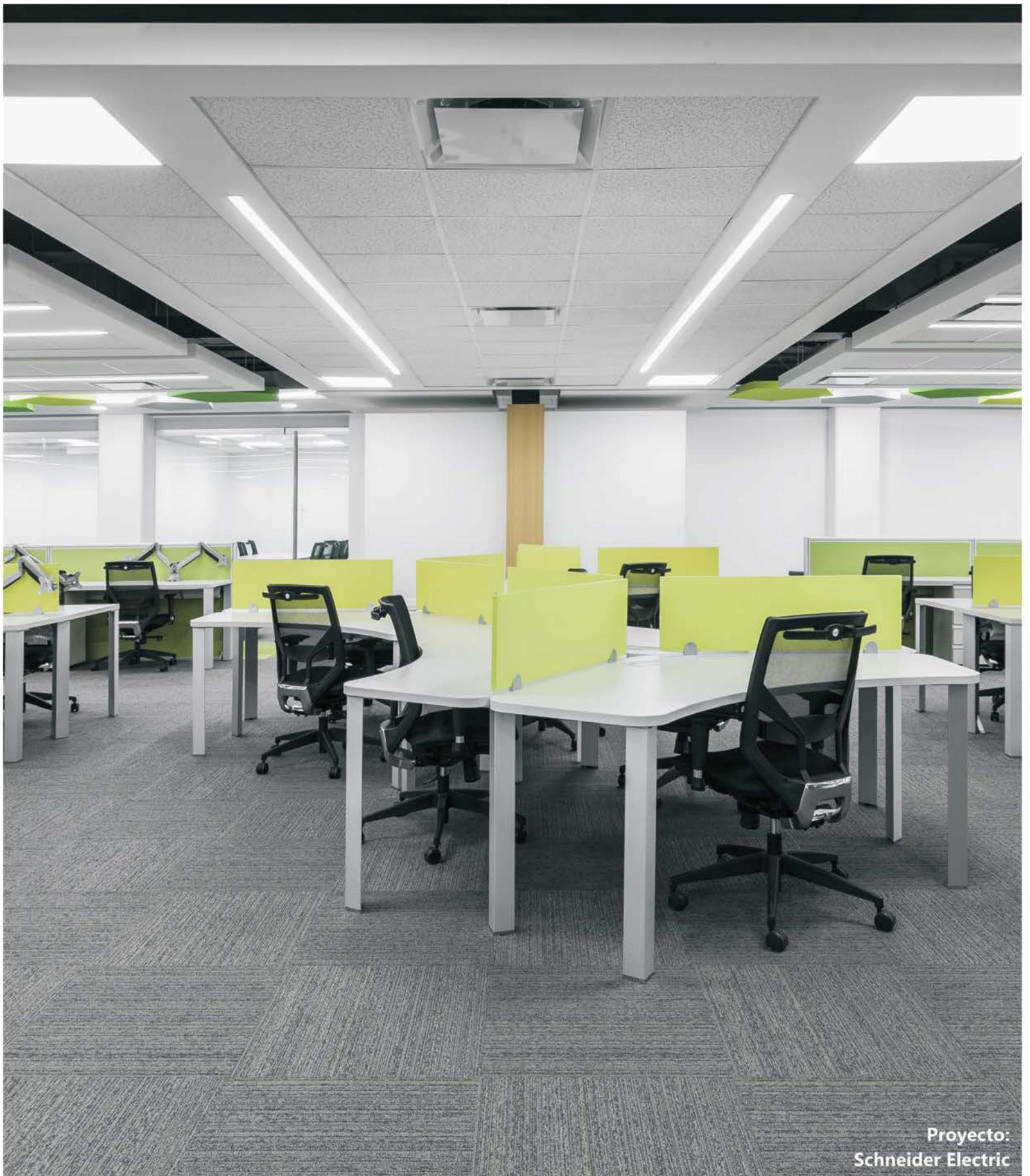
HIDRÁULICOS & ELECTROMECÁNICOS

(A) ASCENSORES (P) PLATAFORMAS (R) RAMPAS MÓVILES
(M) MONTA VEHÍCULOS (E) ESCALERAS MECÁNICAS



 (011) 4756-2410

 presupuestos@comprarascensores.com



Proyecto:
Schneider Electric

Main Showroom

Olavarría 130
Avellaneda, Bs. As.
www.grupoA2.com
ventas@archivosactivos.com
[f/grupoA2.org](https://www.facebook.com/grupoA2.org)
[i/grupoA2.org](https://www.instagram.com/grupoA2.org)

GRUPO(a)²
teknion (a)² interstuhl ACTIU



NUEVO

DM20

> DOBLE MURO | 20x18x33



CUMPLE CON REGLAMENTACIONES DE ACONDICIONAMIENTO TÉRMICO VIGENTES A NIVEL NACIONAL Y PROVINCIAL



CON RESPECTO A UN MURO CONSTRUIDO CON LADRILLO CERÁMICO HUECO 18x18x33

EL LADRILLO DE MÁXIMA EFICIENCIA ENERGÉTICA

Los ladrillos cerámicos huecos termoeficientes **DM20** conservan la temperatura de los ambientes más estable, consumiendo menos energía en climatización. Permiten realizar un DOBLE MURO con un solo ladrillo. Se aceleran los plazos de ejecución, ahorrando costos de mano de obra y materiales.



www.unicer.com.ar



Grupo nacional de empresas líderes fabricantes de ladrillos cerámicos huecos

*Las imágenes son a modo ilustrativo y pueden variar sin previo aviso al momento de su adquisición.

is an appreciation of space

ACOUSTIC PANEL ATLANTIS

Atlantis
A+D
SOLUTIONS

BLAZE & DUSK BY MODULYSS



DE ALTO TRANSITO
100% IMPERMEABLE
CON SISTEMA CLICK
DE RAPIDA COLOCACION
MEMBRANA ACUSTICA INCORPORADA

PISO AUDACITY

STOCK PERMANENTE

PISOS MODULARES · LVT · LOOSELAY · SPC · PISOS TECNICOS · SOLUCIONES ACUSTICAS

WWW.ATLANTIS.COM.AR

REPRESENTANTE EXCLUSIVO

Alvarado 2895, CABA, Buenos Aires, Argentina | (54 - 11) 4303 - 1679/83 | info@atlantis.com.ar

 atlantisarg

Perfecting the Air

DAIKIN

Tecnología Japonesa para tu vida



Daikin, la compañía N°1 en el Mundo de Aire Acondicionado ofrece Sistemas de Climatización Inverter para todo tipo de aplicaciones y climas.

Infórmate sobre como te pueden beneficiar todos los productos flexibles y eficientes de Daikin.



www.daikin-argentina.com
Tecnología japonesa para tu vida

A40

La perfecta evolución



A40 es la evolución de nuestro clásico sistema de aberturas de aluminio de alta prestación A30, con un renovado diseño minimalista y una estética sutil de líneas rectas. El sistema se compone de todas las tipologías batientes y puertas y ventanas corredizas de hojas con corte a 90° y 45°. Gracias a su excelente hermeticidad, resistencia y aislación termo acústica, resulta ideal para ser utilizada tanto en viviendas como en edificios. El aluminio permite variedad de terminaciones superficiales pintadas o anodizadas en una amplia gama de colores.

Aluar es calidad, diseño y respeto por el medio ambiente.



Perfiles certificados según Resolución SCI 158/2018



Disponible para descarga en Biblioteca BIM



Para más información ingresá a www.aluar.com.ar
Elegí nuestros productos en la Red de Carpinteros Certificados
Seguinos en: @AluarElaborados @aluar.elaborados



OSB 2. Un tablero, múltiples aplicaciones.

www.egger.com



Los tableros EGGER OSB 2 están diseñados para un uso estructural en medio seco y encolados sin formaldehídos. Se fabrican con superficie no pulida. Entre sus aplicaciones encontramos el acondicionamiento de locales comerciales, la construcción de estructuras y el embalaje. EGGER desde hace más de 55 años desarrolla productos y soluciones a base de madera.

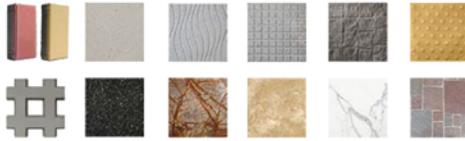
MORE FROM WOOD.

E EGGER

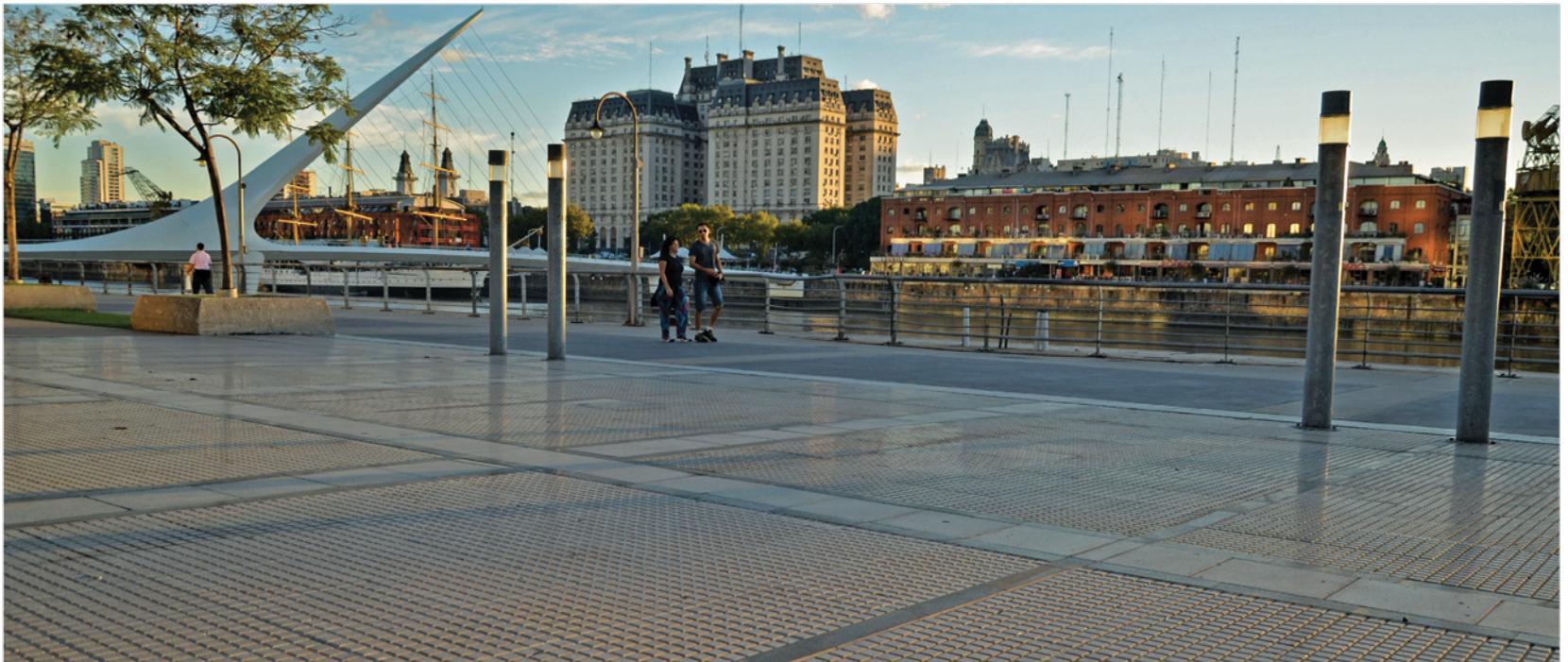
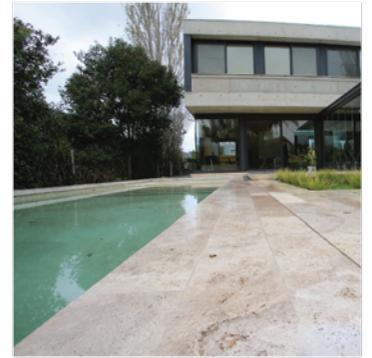
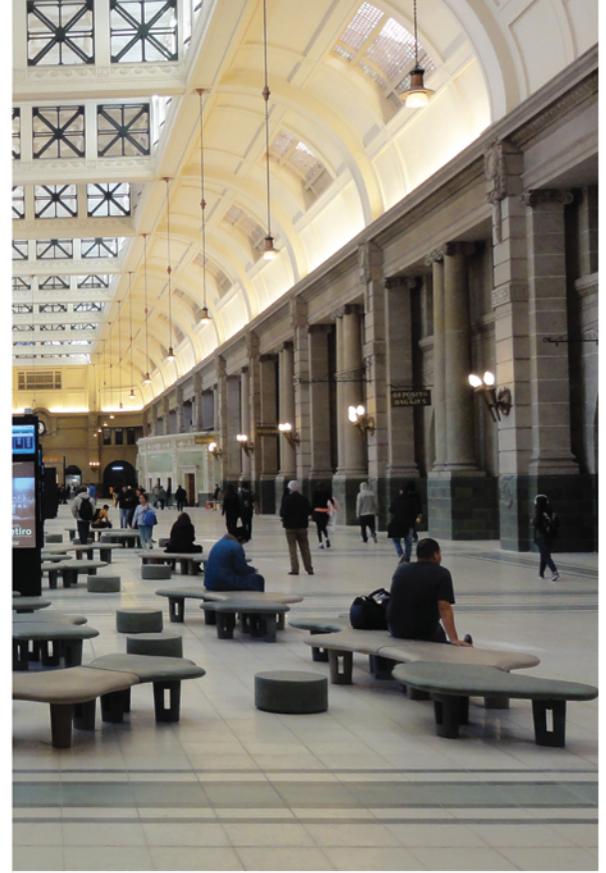


MOSAICOS ALVAREZ

+ MARMOLES + POCELANATOS



www.mosaicosalvarez.com.ar



**Planta Industrial Robotizada
y Salón de Ventas**

Av. San Martín 4585
(1752) Lomas del Mirador
Buenos Aires - Argentina
TEL-FAX: (+54) 11-4652-7777



PISOS Y REVESTIMIENTOS VINILICOS DE LUJO



POLYFLOR
COVERING THE WORLD

The Best Floor
In The World

www.pisosgeagroup.com
ventas@pisosgeagroup.com



GRUPO ELECTROGENO SOLAR



PROTECCIÓN ←

Protege las instalaciones eléctricas de cualquier variación de tensión

ALMACENAMIENTO ←

Almacena la energía en baterías para cuando haya cortes en el suministro eléctrico

AHORRO y ECOLOGIA ←

Es la solución sustentable para generar tu propia energía cuidando el medio ambiente

EQUIPOS CERTIFICADOS ←

Nuestros equipos son certificados bajo las Normas ISO 14.001 y IEC 61010-1



www.geatechsolar.com
info@geatechsolar.com



Av. Mitre 4461 / Villa Domínico / Pcia. de Bs. As.
(54 11) 3750-5629/30.



SEGUNDA EDICIÓN EN CUARENTENA

La revista N° 93 nos encuentra escribiendo sobre la hotelería en un tiempo tan particular que el turismo está suspendido pero no en el aire, porque los aviones no vuelan. Y no solo sucede con esta industria, muchas de las frases que dicen nuestros entrevistados del Informe especial podrían aplicar perfectamente a otros segmentos: "Todos los actores de la industria (...) tendrán que inventarse otra vez, diseñar estrategias para captar la atención de un mercado nacional (...)" o "2020 está perdido: el objetivo es sobrevivir, no es ganar sino perder lo menos posible y estar de pie cuando todo vuelva a la nueva normalidad".

Nuestra realidad no es muy distinta. Sabemos que son momentos difíciles para las empresas y los profesionales. Trabajamos desde nuestras casas para cumplir con el aislamiento social, preventivo y obligatorio de acuerdo con lo establecido por el Gobierno y, en esta situación, hacemos lo necesario para mantener el contacto frecuente con clientes, proveedores y profesionales a pesar de no poder visitarlos o recibirlos en persona. También mantenemos activo el servicio de obras para cotizar, aunque estas no puedan recorrerse. De hecho, nuestra revista se vio afectada por este condicionante: las secciones Visita de obra y Postales no salen en este número. No podía ser de otra forma cuando no hay hoteles que estén construyéndose de forma activa y no se realizan eventos.

Como dijimos en la edición anterior, este es un tiempo para actualizar las agendas, conocer a posibles nuevos proveedores o clientes y optimizar la información para cuando todo vuelva a la normalidad. Creemos que cuando ello suceda, nuestro sector repuntará. El tipo de cambio esta vez nos favorece y eso nos da la esperanza de una reactivación más rápida.

Mantengámonos en movimiento hasta entonces...

Nora Cassolino
Directora General

STAFF

DIRECTORA GENERAL

Nora Cecilia Cassolino
ncassolino@marketingdeobras.com.ar

EDITORIA

Lorena Obiol
editorial@marketingdeobras.com.ar

COLABORARON EN ESTA EDICIÓN

M. Eugenia Usatinsky
Paola Papaleo
M. Victoria Aranda

CORRECCIÓN

María Soledad Gomez

COMMUNITY MANAGER

Maira Ibaló
cm@marketingdeobras.com.ar

DISEÑO GRÁFICO

Fabio López
arte@marketingdeobras.com.ar

DEPARTAMENTO COMERCIAL

Coordinador

Gustavo López
ventas@marketingdeobras.com.ar

Ejecutivos de Cuentas

Alberto Polverini
Alejandra Mallo
Beatriz Keledjian
Cecilia Orta
Jorge Ochoa
Olga Cortese
Perla Molinelli

DEPARTAMENTO DE OBRAS

obras@marketingdeobras.com.ar

En memoria de la Arq. Ana Leiva

Alicia Ponce de León
alicia@marketingdeobras.com.ar
Noelia Cardozo
n.cardozo@marketingdeobras.com.ar

ADMINISTRACIÓN

Silvia Chavez
administracion@marketingdeobras.com.ar

info@marketingdeobras.com.ar
suscripciones@marketingdeobras.com.ar

www.marketingdeobras.com.ar

MARKETING DE OBRAS EN CONSTRUCCIÓN®

Es una publicación trimestral de Cassolino & Cia. S.R.L.
Registro de la Propiedad Intelectual N° 2.246.346
Luis Viale 2510 - (C1416DNP) CABA - Tel/Fax: (011) 4584.5042

cassolino
&
cia. s.r.l.

IMPRESO EN: Galt S.A. | Ayolas 494 - Caba | 4303-3723 | www.galtprinting.com



TECNOLOGÍA EN ALUMINIO Y VIDRIO



www.mdtargentina.com

TEL (5411) 4136.8600

Ricardo Palma 2931, El Talar (B1618BXC)
Buenos Aires - Argentina

[  ] MDT Argentina





SUMARIO #93

22.  EDITORIAL

26.  EN RELIEVE

REGALOS PARA CLIENTES



PISOS EXTERIORES PARA GARAJES Y RAMPAS



PREMIO AZCUY

EL DESAFÍO DE RRHH EN LA ERA COVID-19

WELTECHNIK SE INSTALARÁ EN NORLOG

EL LANZAMIENTO DE CREATIVE HQ

EL NORTE, 28% MÁS CARO QUE EL SUR

DOS ESTRENOS DE GRUPO CORIA EN PILAR

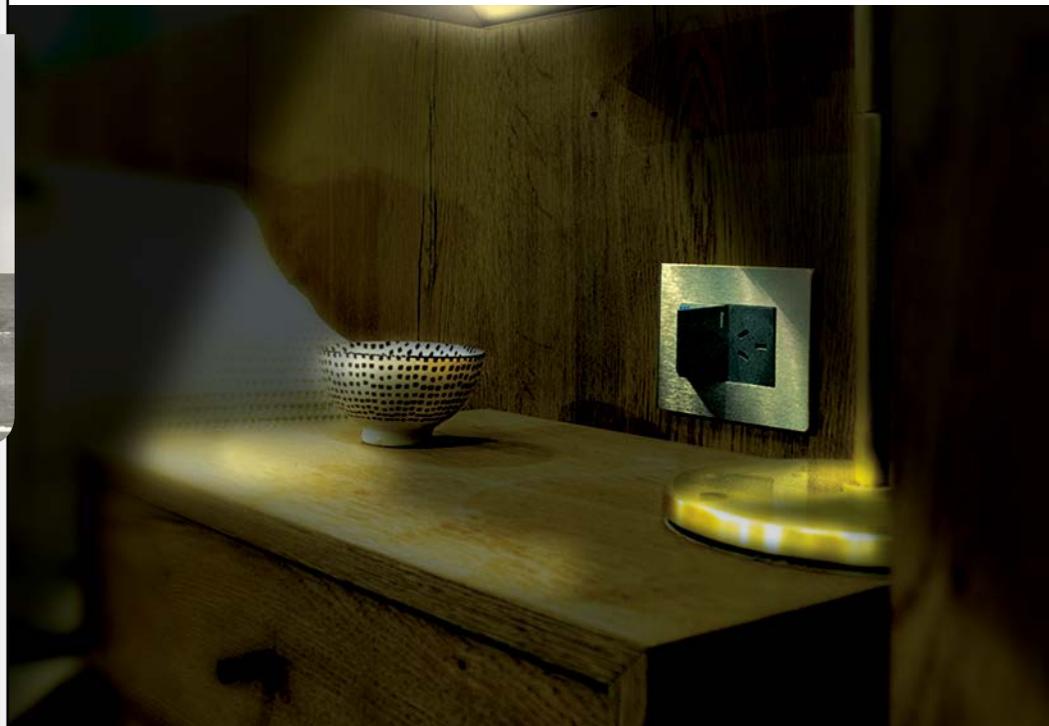
30.  PIE DERECHO

TRABAJAR EN MODO VIRTUAL



34.  EMPRESAS POR DENTRO

CAMBRE: CUANDO SE ENCIENDE LA LUZ





ARTURO GARCÍA ROSA
UN INNOVADOR
CON VISIÓN
DE FUTURO



¿QUÉ PASARÁ CON EL MERCADO
HOTELERO LUEGO DE LA PANDEMIA



REGALOS PARA CLIENTES

Las franquicias de construcción de *steel frame* Almacén Seco festejan el mes de su aniversario con obsequios para sus clientes: capacitaciones gratuitas y exclusivas que, debido al aislamiento preventivo y obligatorio, serán bajo la modalidad virtual.

En las redes de la marca se puede encontrar más información sobre las novedades, los beneficios del mes aniversario y también sobre las ubicaciones de los almacenes.



PISOS EXTERIORES PARA GARAJES Y RAMPAS

Vedek comunica su nueva serie de pisos para exterior, destinada a los espacios de estacionamiento y entrada de vehículos. El diseño de estos productos está inspirado en piedras naturales en los colores estonia gris, estonia blanco y ankara gris.



Entre sus características, se destaca que soportan hasta 1.000 kg por cm², son antideslizantes, reutilizables, resistentes a la humedad y se pueden lavar con hidrolavadora. Además, sus propiedades permanecen inalteradas a temperaturas de -50 °C a +60 °C.

PREMIO AZCUY



En alianza con el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires, la desarrolladora anunció el lanzamiento de la segunda edición del Premio Azcuy, su concurso anual de arte contemporáneo.

Artistas individuales y colectivos de artistas de todo el país podrán participar del concurso, que seleccionará una obra inédita para ser emplazada en Donna Acqua, el nuevo edificio residencial desarrollado por Azcuy. El ganador será premiado con un monto de \$ 800.000, además de la producción de la obra.

Entre los auspiciantes del premio se encuentran Dain y Aluar.



EL DESAFÍO DE RRHH EN LA ERA COVID-19

Cushman & Wakefield elaboró un “Programa para regresar a los lugares de trabajo” orientado a las distintas áreas de las empresas, que se basa en la información sanitaria local y en las experiencias de los distintos países donde ya se han implementado estas prácticas.

Entre las recomendaciones, sugiere: comunicar para mitigar la ansiedad, evaluar quién debe volver al lugar de trabajo, gestionar el cambio, implementar nuevos roles y prácticas, y determinar nuevas responsabilidades.



PROGRAMA PARA REGRESAR A LOS LUGARES DE TRABAJO

PREPARAR EL EDIFICIO



Medidas de control antes de retomar la actividad en los edificios.

- Garantizar la seguridad de los trabajadores
- Reforzar la limpieza y desinfección
- Inspeccionar el equipamiento central

PREPARAR A LOS EMPLEADOS



Políticas para gestionar el retorno y comunicarlo ordenadamente.

- Comunicar para mitigar la ansiedad
- Evaluar quién debe volver al lugar de trabajo
- Programar la Gestión del Cambio

PREPARAR LOS ESPACIOS DE TRABAJO



CONTROL DE ACCESO



DISTANCIA SOCIAL



LIMITACIÓN DE CONTACTOS

Ajustes en los formatos de trabajo para minimizar las posibilidades de contagio. Acciones y medidas para prevenir los riesgos.

- Activar protocolos para la recepción, el chequeo de personas y los envíos de correo
- Disminuir la densidad, diseñar puestos de trabajo seguros e implementar guías de circulación
- Adoptar políticas de superficies limpias, controlar contaminantes y aumentar la limpieza

COMUNICAR CON CONFIANZA



Generación de compromiso mediante la comunicación personalizada de éxitos y logros.

- Generar un ambiente de confianza en los trabajadores
- Implementar sistemas de feedback
- Actualizar las herramientas de capacitación y gestión

WELTTECHNIK SE INSTALARÁ EN NORLOG

En el marco de su plan de desarrollo, la compañía construirá su nueva planta productiva con el objetivo de focalizarse en la calidad de sus productos, la atención al cliente y la inversión en tecnología.



Así, Welttechnik SA eligió instalarse en Norlog, la plataforma logística multicliente destinada al movimiento, el almacenamiento y la radicación de industrias livianas no contaminantes, ubicada en Tigre.





EL LANZAMIENTO DE CREATIVE HQ

Miami Life Realty anunció la comercialización de unidades en Creative HQ, el edificio de oficinas clase A ubicado en el *Downtown* de Miami. Creative HQ se encuentra ubicado en los pisos 5, 6, 7 y la mitad del piso 8 del proyecto Nativo. Se trata de una torre que contará con 51 pisos de uso mixto, diseñada por Arquitectónica, estudio de arquitectura de renombre internacional. Además del sector de oficinas, Nativo dispondrá de áreas de *parking* y *lobby* en sus pisos inferiores; en los inmediatamente superiores a Creative HQ se ubicará Nativo Social, con una multiplicidad de *amenities*; luego se encontrará Nativo Hotel; y en los pisos superiores, Nativo Residences.



EL NORTE, 28% MÁS CARO QUÉ EL SUR

Según un informe elaborado por el portal especializado en mercado inmobiliario Zonaprop, el precio promedio pretendido por propietarios de Zona Norte con respecto a los alquileres es de \$ 17.920 para unidades de 2 ambientes y 50 m², mientras que para unidades de 3 ambientes y 70 m² el monto asciende a \$ 23.830 por mes. Según este análisis, el precio promedio del metro cuadrado en alquiler para un 2 ambientes es de \$ 358, mientras que para un 3 ambientes está en \$ 340.

DOS ESTRENOS DE GRUPO CORIA EN PILAR

Lounge Suites es un *lifestyle hotel* con *amenities* y servicios de lujo pensado para estadias de trabajo o placer, mientras que Cañada Village es un complejo residencial que ofrece unidades de 2, 3 y 4 ambientes.

El segundo proyecto consta de tres etapas: Cañada Village I está 100% terminada (son unidades *townhouses* de 4 ambientes, todas con jardín propio, galerías, parrilla y doble cochera); Cañada Village II, en desarrollo (que plantea departamentos de 2 y 3 ambientes, planta baja con galería y jardín, planta alta con terrazas, todas las unidades con parrillas propias y cocheras privadas), y Cañada Village III (que es la que se lanzó junto con el hotel, compuesta por 192 unidades de 2 y 3 ambientes distribuidas en dos plantas que contarán con tres piscinas, SUM, espacio de *coworking*, parrillas, cocheras de cortesía, seguridad 24 horas y espacio para eventos).





Cambre

conectamos tu mundo



TACK
100% ALUMINIO

EJEMPLOS DE USO



En Salas de Espera.



En Zócalos



En Escritorios - mesas de luz



Sobre Mesadas



En hospitales



Bajo alacenas

www.cambre.com.ar



TRABAJAR EN MODO VIRTUAL

CÓMO SE ADAPTARON O READAPTARON LAS EMPRESAS PARA CUMPLIR CON EL AISLAMIENTO SOCIAL PREVENTIVO Y OBLIGATORIO Y, A LA VEZ, CONTINUAR PRODUCIENDO. QUÉ ESTRATEGIAS TUVIERON QUE IMPLEMENTAR Y QUÉ FUE LO QUE MÁS LES COSTÓ.

Fotos: Gentileza de los entrevistados



Nicolás Ricci, *director comercial de Concretus*

Concretus es una compañía que se dedica a la producción de premoldeados de hormigón y tiene una estructura de trabajo “relativamente chica. Somos una empresa joven, práctica y dinámica, tanto en nuestra forma de trabajar como también de pensar y relacionarnos hacia adentro y hacia afuera”. Así la define Nicolás Ricci, director comercial y uno de sus socios. “Eso fue lo que nos permitió adaptarnos rápidamente a las circunstancias actuales. Hemos tomado todas las medidas y protocolos de seguridad necesarios, no solo para garantizar la salud de nuestros empleados de planta sino también para cumplimentar los objetivos que teníamos establecidos antes de la pandemia”, agrega. Con respecto al personal administrativo y comercial, Concretus cuenta con un software de gestión *online* que permite trabajar a distancia. “Obviamente, uno extraña el contacto diario con las personas y la dinámica de trabajo que eso genera, pero hemos logrado mantener el funcionamiento de la empresa adaptándonos a la circunstancias que nos tocan vivir hoy en día”.

Galvylam, por su parte, comenzó a establecer alianzas estratégicas transversales con clientes y proveedores en función de desarrollar propuestas y soluciones necesarias para la pandemia. “Tal es así que surgieron los Módulos Sanitarios Móviles (MSM) para brindar apoyo a la infraestructura hospitalaria de los municipios en todo el territorio nacional. Son unidades de 15 m² trasladables, con dos consultorios para la atención temprana de todas las necesidades sanitarias y habitacionales”, comenta Alejandro Lenton, líder de Desarrollo de Negocios de la empresa.

Por tratarse de una actividad considerada esencial, Galvylam está trabajando al 100% de la operación. “Pero pasamos distintas etapas en la cuarentena, donde fuimos turnando parte de los equipos día por medio para no estar todos juntos en el ámbito de trabajo. Las personas que integran grupos de riesgo trabajan desde su casa y otros integrantes del equipo también”, suma Lenton, quien cuenta que tuvieron que adoptar protocolos estrictos de cuidado interno, como por ejemplo la higiene continua de manos, superficies, uso de barbijos y camisolines, además de la toma diaria de temperatura a todo el personal. “Pero también hubo cambios que la empresa venía transitando, lo que facilita sobrellevar estos momentos de crisis de una mejor forma. Por ejemplo, la transformación digital ya había comenzado a hacerse hace unos años con el trabajo en plataformas de *e-commerce* y con servidores para mejorar la conectividad dentro y fuera de la empresa. El desarrollo de una oficina técnica también nos permitió trabajar rápidamente en distintas propuestas; entre ellas, el lanzamiento de la marca Prosan en tiempo récord, con toda su propuesta de productos para el cuidado personal, como barbijos, tapabocas, alcohol en gel, camisolines, mamelucos de obra, máscaras faciales, cofias y todo lo necesario para cuidarse en este momento complejo”.



Alejandro Lenton, *gerente de Desarrollo de Galvylam*

ESTRATEGIAS PARA ENFRENTAR LA CRISIS

Justamente, 15 días antes del comienzo de la cuarentena obligatoria, Concretus analizaba la posibilidad de contar con mayor presencia de la marca en algunos canales de comunicación. “Fue por ello que decidimos pautar con *MKT de Obras*, al considerar que era una oportunidad para llegar a potenciales clientes que aún no nos conocían y así ampliar nuestra base de datos. Asimismo, intensificamos y mejoramos nuestras campañas en Facebook, Instagram y Google Adwords, además de actualizar y mejorar nuestra base de datos del *e-mail* marketing, asegurándonos de poder causar un mayor impacto en nuestros clientes. Ya veníamos trabajando en estas campañas, con muy buenos resultados, pero



estamos convencidos de que siempre se puede mejorar generando más impresiones y tráfico en nuestra página web”, describe Ricci.

La última semana de mayo lanzaron una campaña comercial con un producto específico: el bloque estándar liso, de 19x19x39 cm. “Por suerte, hemos tenido buenos resultados –se alegra el directivo–. Este tiempo de pandemia nos dio la posibilidad de analizar en profundidad la venta de nuestros productos a través de Mercado Libre, sin dudas el N° 1 en ventas *online*, lo cual nos pone muy contentos ya que lo consideramos un socio comercial estratégico para la expansión de nuestro negocio”.

En el marco de las estrategias comerciales, Galvylam generó dos canales: uno masivo y otro más específico. Para el primero, creó alianzas con fabricantes de elementos de protección personal, apoyándolas con capital para incrementar la producción y abastecer así al mercado con productos para la pandemia: barbijos, tapabocas, camisolines, cofias, cubre zapatos y otros. “Desde el departamento de Marketing se lanzaron los catálogos al mercado, ayudando así a generar nuevos clientes y a que aquellos que ya nos acompañaban pudieran disponer de elementos de sanidad para revender o para uso del personal. Por otro lado, un canal más específico fue desarrollar los Módulos Sanitarios Móviles, que pueden utilizarse tanto como consultorios como para internación”, agrega Laura Lozano, jefa comercial de la compañía.

En el entorno virtual, transformaron su centro de capacitación –que funciona a través de CONTECSA, en el auditorio de la empresa– “en un centro virtual liderado por los profesionales de siempre”. Allí brindan los cursos de *steel framing* y otros relacionados con las marcas que comercializa Galvylam. “De esta forma, logramos estar muy cerca de nuestros clientes y mantener activo el centro de capacitación, que es un semillero del cual egresan alrededor de 300 alumnos por año”, asegura Lozano.

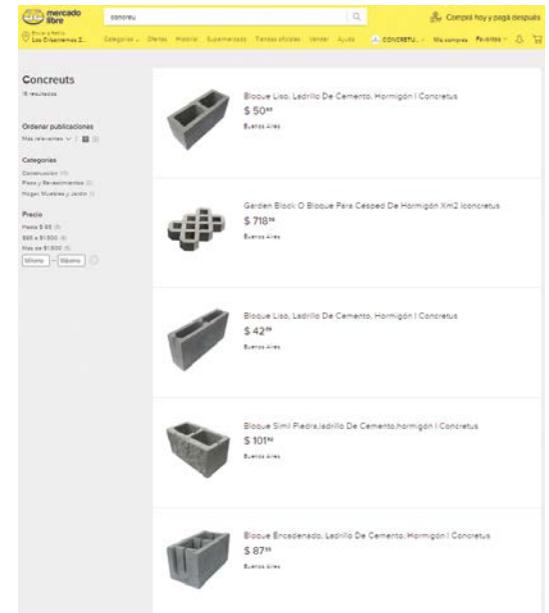
En cuanto a la comunicación, están trabajando en el posicionamiento en las redes con mayor intensidad: “Desde un lugar de presencia casi permanente, con el objetivo de estar cerca de nuestros clientes amigos que día a día reafirman el compromiso con nuestra empresa y viceversa, brindando atención tanto personalizada como *online* para todos aquellos que así lo requieran. Nuestro mayor desafío en un contexto que obliga al aislamiento es hacer sentir a nuestros clientes que estamos cerca”, enfatiza la ejecutiva.

APRENDIZAJE PARA EL FUTURO

“Creo que lo que más nos costó, y nos cuesta aún, es la incertidumbre frente a la situación que se está viviendo. Puedo decir que la empresa está adaptada, a nivel laboral. En parte, porque mantenemos una estructura chica que permite ser flexibles sin perjudicar el correcto funcionamiento. Pero no saber hasta cuándo ni cómo es una incógnita muy difícil de despejar en la ecuación que hacemos diariamente. El escenario es complejo, hoy el problema es la cuarentena y las restricciones laborales. El día de mañana, cuando superemos esta etapa, el desafío será reactivar de forma inmediata la economía y, en nuestro caso, el rubro de la construcción”, define Ricci.

“Personalmente, creo que de todas las experiencias se aprende, sobre todo cuando son tan extremas. Hay cambios que llegaron para quedarse, de forma medida y responsable, como la flexibilidad horaria o el presentismo. Trabajar con objetivos, sin dudas, es más favorable que cumplir un horario de oficina. También sostengo que muchas de las cosas deberían volver a la ‘normalidad’, ya que es fundamental para el desarrollo de una empresa.





Lo pienso de cara a los clientes; poder verlos, que puedan visitar las instalaciones de la empresa, que se sientan contenidos y seguros de dónde están depositando su dinero: esa confianza es difícil de generar a través de una llamada”, sincera el directivo de Concretus.

“Somos una empresa que está siempre cerca del cliente, tanto en su estudio, en su obra o porque nos visita en nuestro centro de capacitación o taller de prácticas. En este momento, es complejo para nosotros no poder mantener esa práctica, aunque sí estamos brindando continuamente capacitaciones *online* o charlas abiertas vía Zoom; nuestro equipo comercial está en contacto con todos los clientes. Tenemos claro que estamos presentes, pero es distinto. Lo importante es que sepan que aquí estamos”, cuenta Lenton.

“La transformación digital que impulsó la restricción a la circulación, sin dudas, es favorable. Por otra parte, toda la industria de la construcción se ha volcado a brindar capacitaciones *online* gratuitas, charlas abiertas, comunicaciones sobre nuevos productos, y ha abocado todos sus recursos a capacitar a sus clientes. Desde el otro lado, el cliente tiene tiempo para poder prestar atención a toda esa información. Por lo cual, más allá de la capacitación que individualmente tenga cada profesional, creo que tendremos un mejor resultado a futuro”, agrega Lenton.

¿Qué queda después de esta experiencia? “Saber que podemos funcionar como empresa en situaciones realmente adversas; aprendimos a relacionarnos entre nosotros sin vernos a diario en la oficina, con nuevas herramientas de comunicación; hemos salido de nuestra zona de confort, si es que la hay cuando tenés tu propia empresa. Tuvimos que reformular todo nuestro esquema productivo sin perder de vista nuestro objetivo anual de producción; y, por último, creo que aprendimos a desarrollar un mejor vínculo con todos nuestros proveedores y fortalecer una relación indispensable para poder seguir produciendo”, enumera positivamente Ricci.

“Esencialmente, no valorábamos las aristas más importantes de las relaciones humanas y del cuidado del medio ambiente. Este tiempo vino a refrescarnos eso con una fuerte intensidad. Todo lo que nos planteemos a partir de aquí como emprendimiento o negocio tiene que tener sí o sí esos dos valores como grandes faros. No puede ser ejecutable si no es totalmente sustentable en cuanto al cuidado del medio ambiente y en pos de mejorar las relaciones humanas. En esto, por suerte la arquitectura y la construcción en seco tienen mucho que aportar”, concluye Lenton. ❏





CUANDO SE ENCIENDE LA LUZ

CON MÁS DE SIETE DÉCADAS DE TRAYECTORIA, CAMBRE EXPLICA CÓMO FUE LA MIGRACIÓN DE LO ELÉCTRICO A LO ELECTRÓNICO. ADEMÁS, EN EL SEGMENTO HOTELERO PRESENTA UNA LÍNEA DE *ICARDS*, QUE ACTIVAN EL PASO DE ENERGÍA AL INTRODUCIR LA TARJETA.

Texto: M. Victoria Aranda

Fotos: gentileza Cambre

Quizás como ninguna otra, la inversión en el área de I+D define a una empresa. Por eso no llama la atención que en Cambre, que institucionalmente se presenta como perteneciente a las industrias metalmeccánica y plástica, hagan hincapié en el departamento que tienen abocado al tema desde hace 12 años. Así lo destaca también Alejandra López, la gerenta de Marketing Regional de la firma, subrayando que cuentan con cinco personas dedicadas exclusivamente a I+D. "Investigan aquello que pensamos que puede necesitar un cliente", asegura. "De hecho, nosotros diseñamos nuestras placas", precisa en relación con la tarea que llevan a cabo en el área y remarca que, de esa manera –y a diferencia de la competencia, que trabaja con diseños chinos–, obtienen productos únicos.

Juntamente con Administración, Ventas y Marketing, I+D es otro de los departamentos agrupados en el sector comercial

de Cambre. Asimismo, Recursos Humanos, Automatización –"son las que congregan la mayor fuerza laboral"–, Matricería, Diseño Industrial, Ensamblado e Inyección –"este último, enfocado a los plásticos"– forman parte del área industrial. En total, cuentan con 170 empleados.

"Los robots son una parte importante porque la producción en general está automatizada", apunta la ejecutiva, enfatizando que el nivel tecnológico de la empresa a escala local solo se equipara con el que en la actualidad posee la industria automotriz. En este sentido, en Marketing subrayan la adquisición en 2018 de una máquina –marca Biller–valuada en 900.000 euros, destinada a la producción de tomacorrientes.

Este y otro equipamiento, sumado a la certificación en 2018 de todas sus áreas, siguiendo los procedimientos de la ISO 9001-2015, le permitieron a la compañía aumentar su



producción general, trabajando a la vez en la mejora continua de sus procesos. Pero lo cierto es que la misma evolución de los productos electrónicos les plantea permanentes desafíos, ya que por una cuestión de obsolescencia quedan desactualizados en poco tiempo, lo que también les exige una inversión constante en I+D.

TECNOLOGÍA, PALABRA CLAVE

Ubicada en el Centro Industrial Garín, Cambre ocupa 7.500 m² sobre un terreno de 10.000. Tiene más de siete décadas de vida y actualmente cuenta con presencia regional. Por un lado, en Perú, con un local propio de 120 m² y, por el

otro, en Paraguay, Bolivia y República Dominicana, a donde exportan a través de representantes. El objetivo, revela en su página institucional, es que las exportaciones participen en más del 25% de la operación total de la compañía.

Anualmente, fabrican 15 millones de productos en 470 modelos diferentes. Su facturación en 2019 alcanzó los \$ 700 millones. Es, en esencia, una empresa familiar de capitales nacionales. Nacida en 1947 de la mano del ingeniero Alberto Carlos Cambre, miembro fundador de la Comisión Nacional de Energía Atómica, comenzó sus actividades con la fabricación de llaves térmicas, cajas de resistencia, *relays* y sonadores para Comunicaciones para Correos y Telecomunicaciones. Un dato de color que pinta por entero a su fundador: en 1953, al comenzar la era de los cambiadores de discos musicales, el ingeniero Cambre se volcó a su fabricación,

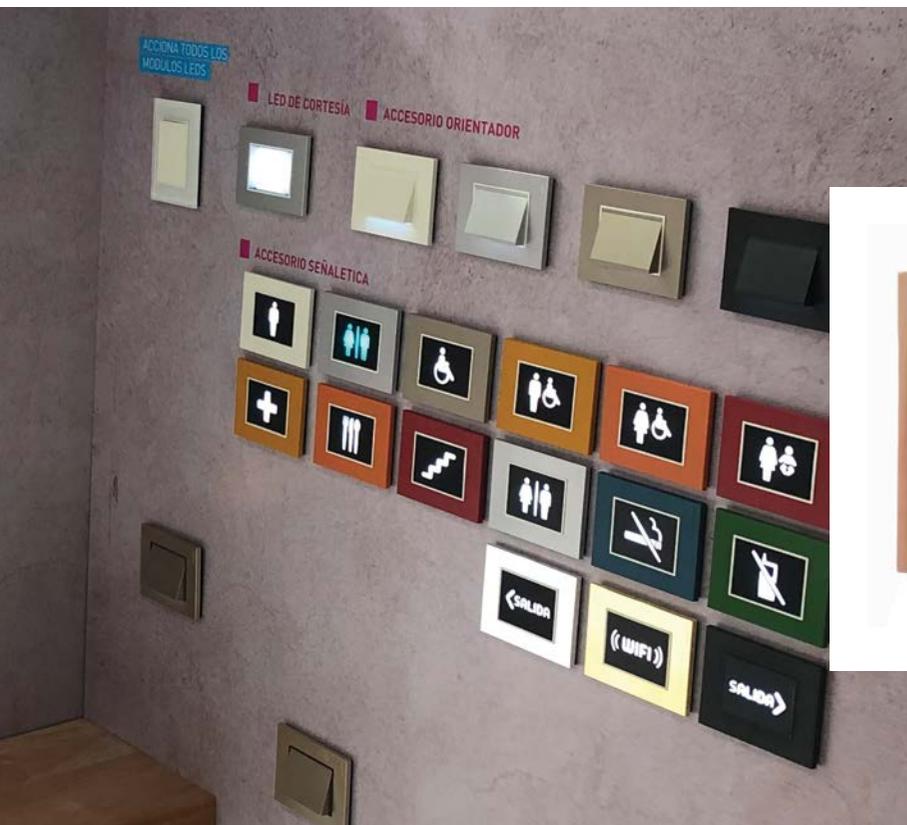


con licencia Webster Chicago de Estados Unidos, y posteriormente creó el Cambre Rotamatic. Hoy son los hermanos Battisti quienes están a cargo del *management*: Alberto en el área comercial, mientras que la dirección industrial está en manos de Jorge.

Alejandra López trabaja en la empresa desde hace 14 años, período en el que, explica, la firma hizo la transición de lo electro-mecánico a lo electrónico. “El diseño no cambió tanto. Donde sí hubo cambios fue dentro de la caja de 10x5, que es lo que hace la diferencia”, asegura la gerenta,

enfocándose en el reverso del producto. A manera de ejemplo, menciona uno en particular: el USB doble con carga ultra rápida.

“Es único en toda la región. Eso es tecnología, y lo que tenés que desarrollar en este caso es lo electrónico, más allá de lo mecánico. La tecnología está ahí”, sentencia la entrevistada. “Lo que varía no es lo que se ve sino lo que está adentro”, insiste López, comentando que hoy, gracias a la tecnología que hay “en la parte de atrás”, por caso, es posible comandar un sistema de iluminación desde el celular.





TARGETS Y PRODUCTOS

La mirada estética involucra a los lanzamientos: por un lado, la nueva línea Tapa Arte de aluminio a diez colores diferentes y, por el otro, el *track* conector múltiple externo, para escritorios, zócalos, bajomesada, que permite colocar los módulos que se deseen y al que se le puede encastrar todo tipo de enchufes y terminaciones, incluso de sistemas diferentes, como son el europeo y el americano.

La empresa se especializa en el mercado residencial, donde se presenta como líder, y en otros mercados verticales como el hospitalario, el comercial, el industrial y también hotelaría. “Sin dudas, nuestro *core business* está en los interruptores y tomacorrientes residenciales”, reconoce el director comercial de la empresa en una entrevista periodística, meses atrás. “Estamos trabajando en líneas residenciales, en estos tiempos, pensando en el confort de las personas”, completa la gerente de Marketing. Sin embargo, los otros mercados verticales no se presentan demasiado rezagados. Según comenta López, cuentan con una línea exclusiva para hospitales, que es toda una novedad.

Un par de párrafos aparte se los lleva la hotelaría. Para este segmento en concreto, Cambre presenta una línea de *lcards*, que activan el paso de energía al introducir la tarjeta; sus módulos universales que garantizan la funcionalidad y son compatibles con todas las líneas de tapas e interruptores de la empresa, y su nueva línea de perfiles de aluminio de elegante diseño, con tapa frontal desmontable a presión.

“Estamos estudiando lo que pasa ahora mismo en Europa”, responde Alejandra al ser consultada por el segmento de hotelaría y lo que observan y proyectan en la empresa para este *target*. En esta línea, comparte, ya hay algunas tendencias: “Se vienen las habitaciones más grandes, con servicios individuales, por ejemplo, con aparatos de gimnasia dentro del mismo cuarto, para que el huésped no tenga que salir”.

Por lo pronto, quien visite el hotel Madero, el Sheraton, el Faena el Arelaunquen de Bariloche y El Correntoso en Villa la Angostura, entre muchos otros, tendrá la posibilidad de testear los productos para este mercado puntual. Por cierto, en las oficinas de Perú, hoy tienen cotizando tres hoteles.

En líneas generales, cualquiera sea el segmento –también están trabajando en el rubro oficinas, en el marco de la pandemia y ante una posible apertura–, el compromiso de la empresa es que los usuarios obtengan de sus productos la seguridad eléctrica que requieren y que este compromiso se vea reflejado también con un alto grado de estética y confort. ■





UN INNOVADOR CON VISIÓN DE FUTURO

ARTURO GARCÍA ROSA LLEVA MÁS DE CUATRO DÉCADAS VINCULADO A LA HOTELERÍA, EL TURISMO Y EL MERCADO INMOBILIARIO. DUEÑO DE LA CONSULTORA RHC LATINOAMÉRICA Y CREADOR DE LA CONFERENCIA SAHIC (HOY SAHIC E-MEETINGS EN SU FORMATO VIRTUAL), SABE TANTO ASESORAR A LOS INVERSORES COMO ADAPTARSE A LOS VAIVENES QUE LE PRESENTA EL MERCADO.

Texto: Paola Papaleo

Fotos: gentileza Arturo García Rosa

El nombre de Arturo García Rosa no pasa desapercibido en el mundo hotelero. Tampoco en el turístico ni en el del *real estate*. Y no es para menos. Es que desde hace 43 años es un referente que supo ver esos tres sectores dentro de un mismo negocio. “Soy un empresario ‘fatalmente’ relacionado con la hotelería y el turismo”, se define y aclara que “fatalmente” lo expresa en el mejor sentido de la palabra: “Está relacionado con su acepción. Significa: algo inevitable o determinado por el destino, al que –por supuesto– yo le puse lo mío, lo que no ha sido poco. Pero sin esa fatalidad, mmm... no sé qué habría sido”.

Asegura que llegó a la industria sin saber nada de ella, solo llevado por su formación económico-financiera (¡y

por el destino!). Por eso, lo primero que hizo fue “dar un vistazo y tratar de entender quiénes marcaban rumbo”. En ese momento, recuerda, “la industria, con proyección internacional, era muy incipiente. Pero, a poco de andar, descubrí a dos personas que me parecieron diferentes. Pablo D’Onofrío, el primer ‘hotelero de fuste’ que conocí, y Antonio Torrejón, un apasionado por el turismo, con una visión bastante global de la industria”. Pero García Rosa también se vio reflejado en un prototipo, como él dice. “Un prototipo único, distinto: los hoteleros europeos, formados en la cuna de la hotelería. Casi todos cortados con una misma tijera. Ellos fueron, sin dudas, mis grandes referentes, el modelo a seguir”. Si bien hoy, “tantos años después, con la globalización y el mayor acceso a compartir

conocimiento, información y *best practices*, ya muchos podemos parecernos a ellos, sin dudas tienen un caché muy especial”, afirma.

UN PASO MÁS ADELANTE

García Rosa lleva un largo camino recorrido que da continuidad y prestigio a su trayectoria en Latinoamérica y el Caribe. Cuando recuerda los principales momentos que marcaron su carrera, no puede dejar de nombrar su importante intervención en el proceso de transformación que lideró en el Alvear Palace Hotel, donde fue su director general entre 1983 y 1994. “Logramos su recuperación y puesta en valor. Obtuvimos el liderazgo del mercado y un amplio reconocimiento internacional”, describe. También realizó la transformación del grupo hotelero Intursa, número uno del Perú y ubicado entre los más importantes de la región; y en 2002 presentó el desarrollo del primer Plan Nacional de Turismo “Argentina 2010” frente a grandes referentes nacionales e internacionales.

Con espíritu inquieto e innovador, Arturo fundó en 1995 RHC Latinoamérica, su propia consultora especializada en hotelería, turismo y *real estate*.

“Habían transcurrido 11 años al frente del Alvear, donde logró todos y cada uno de los objetivos propuestos. En ese momento, la industria comenzaba a despegar tanto en la Argentina como en la región y yo notaba que quienes cubrían ese nicho no estaban a la altura de las circunstancias”, relata. Fue entonces cuando decidió dar un paso más, no sin algunos avatares. “Ni bien comencé, se desató la crisis del Tequila que, al igual que otras en el pasado, se inició en mercados de todo el mundo, provocó serios vaivenes e ineludiblemente impactó en nuestra región. Las consecuencias casi siempre se pagaban de este lado de los mares. Pero se superó y la consultora despegó con fuerza”.

Ya en 2008, García Rosa volvió a sorprender con la creación de SAHIC, la conferencia de inversión para hoteles y turismo en Latinoamérica y el Caribe. “Es una herramienta que viene contribuyendo desde hace 12 años al desarrollo del negocio de hoteles y turismo en Latinoamérica. Es referente en cuanto a información actualizada y nivel de contactos para hacer más y mejores negocios en el rubro; asimismo, es el encuentro anual obligado de los actores del negocio de todo el mundo y de aquellos que quieren comenzar a entender una industria que no ha parado de crecer en los

“El objetivo a perseguir, siempre, debe ser el de desarrollar el mejor negocio de hotel y no el mejor hotel. Porque el hotel tiene un componente de ego muy importante y, producto de ello, el mundo está lleno de malos negocios económicos”



Con David Sutton, presidente del Grupo Alvear

HACER HISTORIA

ARTURO GARCÍA ROSA

Creó RHC, la consultora especializada que presta servicios a la industria y que le permitió expandirse a toda Latinoamérica.

Desarrolló el primer Plan Nacional de Turismo "Argentina 2010", presentado en 2002 frente a referentes nacionales e internacionales.

Realizó la transformación del grupo hotelero Intursa, número uno del Perú y uno de los más importantes de la región.

Es reconocido en foros mundiales de la industria como voz referente de la región.

últimos 50 años y lo seguirá haciendo en breve, tan pronto comiencen a calmarse las aguas del impacto del COVID-19". En una rápida adaptación a las consecuencias de la pandemia que afecta al mundo y que impedirá este año realizar el clásico encuentro presencial, surgió SAHIC e-Meetings, una plataforma virtual y gratuita para facilitar el encuentro y el intercambio cercano de referentes de la industria, líderes de opinión y oradores inspiradores, donde se pueden compartir datos y conocimientos de valor para ayudar a reconstruir el futuro del negocio. "Como herramienta que consideramos es SAHIC, rápidamente pusimos a disposición nuestro conocimiento, experiencia y nivel de contactos para acercar de manera fácil y sin costo a los actores de la industria de todo el mundo. Ya llevamos 11 episodios y dos especiales".

PALABRA AUTORIZADA

Constantemente, García Rosa es consultado por quienes están o quieren incursionar en el negocio turístico hotelero. Cuenta que lo primero que le dice a un inversor es que "el objetivo a perseguir, siempre, debe ser el de desarrollar el mejor negocio de hotel y no el mejor hotel. Porque el

hotel tiene un componente de ego muy importante y, producto de ello, el mundo está lleno de malos negocios económicos que solo, cuando se tiene resto, satisface la propia vanidad". Así, cuando piensa en el modelo de hotel, lo describe como "el que logre la mejor ecuación inversión/retorno de capital con la mejor satisfacción del mercado. Esto puede ocurrir en diferentes modelos de hoteles, de forma de estructuración, en modelos independientes o con marca internacional".

Imaginando su combinación ideal revela que, definitivamente, se trata de "hoteles boutique para la nueva generación de viajeros. Con la idea de "lujo accesible", que brinden al huésped todo lo que necesita y nada de lo que no. Concebido desde el punto de vista de esa nueva generación, el "mayor lujo" es el tiempo y la libertad. Desde ese concepto, un lujo accesible (en términos de precio), aspiracional (en términos del concepto del producto), con una atmósfera de diseño contemporáneo, ajustado a esos requerimientos, y que ofrezca tanto el *networking* como el aislamiento cuando sea necesario. "Si se quiere facilitar y 'encasillar', me refiero al concepto de un hotel 3/4 estrellas, con los espacios muy cuidados, sin superficies innecesarias, pero con la capacidad de brindar todo lo que ese cliente requiere", define.



EL MUNDO POST COVID-19

En la Argentina, dice, el mercado hotelero es “principalmente de hoteles independientes o al menos un mercado donde la participación de la hotelería independiente es mucho más grande que en la de mercados más evolucionados, como Estados Unidos o muchos países europeos, incluso algunos de Asia y de la región como los del Caribe, Brasil o Colombia”.

La pandemia por el coronavirus que afecta al mundo entero puso en jaque al sector turístico, obligándolo a repensarse para volver a ser la industria sin chimeneas que siempre fue. La pregunta que se plantea es ¿cómo resurgirá? “En la Argentina hay muy buenas propuestas en casi todos los segmentos pero, definitivamente, muchos de los grandes mercados de la región están algunos pasos adelante y les facilitará adaptarse al post COVID-19. La buena noticia es que, a poco que amaine la pandemia, lo que para mí ocurrirá más rápido de lo imaginado es que la Argentina tendrá en el turismo una importante herramienta de transformación y desarrollo”, expresa con optimismo y agrega que “los hoteles darán un salto cualitativo producto de decisiones postergadas que se verán facilitadas por la

urgencia que pone arriba de la mesa la actual coyuntura. En este sentido, considera que, como toda crisis, esta también llevará a “profundizar el camino a la profesionalización, y en los próximos dos años veremos muchos cambios, más de los que se han dado en los últimos 15”.

REINVENTARSE HACIA EL FUTURO

A García Rosa se le hace difícil elegir cuando le preguntamos si su corazón se inclina más por el rubro hotelero, por este o por el inmobiliario. “El turismo es mi pasión, pero el turismo no sería posible sin hoteles y me he pasado gran parte de mi vida personal, y casi toda mi vida profesional, entre hoteles. Son una especialidad del negocio inmobiliario que, muchas veces, se complementa bien con el corazón de este último. En tanto otras veces se utiliza solo como salvación de una falta de mercado, lo que puede provocar el desarrollo de hoteles equivocados en mercados inadecuados”, dice.

Acepta con convicción el mote de innovador, pero asegura que lo que más lo caracteriza es la visión de futuro. “Como nos pasa a todos, cada uno de nosotros tenemos fortalezas y debilidades. Entre las primeras, sin dudas, lo que



“El mejor modelo es el que logra la mejor ecuación inversión/ retorno de capital con la mejor satisfacción del mercado. Puede ocurrir en diferentes modelos: de forma de estructuración, en modelos independientes o con marca internacional”.

mejor se me da es la capacidad de interpretar la realidad, comprender los cambios y anticipar lo que vendrá. Seguramente, todo se hace más fácil por el paso de los años. Uno ya acumula mucha experiencia, muchos errores y, entonces, se puede avanzar con más seguridad hacia lo que todavía no todos ven”.

Esa visión es la que le permitió cumplir grandes proyectos y comenzar otros. “La vida ha doblado mis apuestas. De pequeño soñaba con ser un profesional serio y, algún día, conducir una empresa que se destaque; y, al final del camino, ser un consultor respetado. Mucho más joven de lo que pensaba, las cosas se fueron dando y eso me puso un compromiso grande, el de ir por nuevos sueños. Hoy la pandemia me encuentra, como a casi todos, más activo que nunca, contribuyendo con la experiencia de intentar encontrar algunas soluciones y calmar las lógicas ansiedades de la situación presente pero, por sobre todo, repensando el futuro y, si se quiere,

reiventándome, que es aquello que tantas veces tuve que hacer en mi vida”, concluye. Habrá que ver lo que “fatalmente” el destino le tiene preparado. ❖





¿QUÉ PASARÁ CON EL MERCADO HOTELERO LUEGO DE LA PANDEMIA?

DESARROLLADORES, CONSULTORES Y *MANAGERS* ANALIZAN NUEVOS PROTOCOLOS, CAMBIOS EN LOS SERVICIOS, ADAPTACIONES EN ÁREAS COMUNES, NUEVAS ESTRATEGIAS DE NEGOCIO Y HASTA MODIFICACIONES EN LOS PROYECTOS EN CURSO. PARA LO QUE RESTA DEL AÑO, EL PANORAMA ES SOMBRÍO. EL TURISMO DE CERCANÍA Y LOS PEQUEÑOS VIAJES CORPORATIVOS PODRÍAN SER EL SALVAVIDAS PARA QUE LA INDUSTRIA NO SE HUNDA.

Texto: M. Eugenia Usatinsky.

Fotos: gentileza de los entrevistados

“No cambiamos las reglas de juego pero implementamos algunas acciones comerciales, corporativas y publicitarias para beneficiar a los hoteles”.



Alberto Albamonte,
representante de Howard Johnson y
Days Inn en Argentina

El inicio del año era auspicioso por el crecimiento del turismo interno y la receptividad de visitantes del exterior, impulsado por la fuerte devaluación del peso argentino y la mayor oferta aérea de la mano de los vuelos *low cost* que potenciaron los viajes por todo el país. Pero en marzo desembarcó el COVID-19 a la Argentina, y con él, el cierre de toda la actividad económica y de prácticamente la totalidad de los hoteles del país. Los únicos exceptuados fueron los que pasaron a alojar a repatriados que debían cumplir la cuarentena obligatoria al bajar del avión o quienes tenían huéspedes que no podían retomar a sus lugares de origen.

Para lo que resta del año, el panorama hotelero es sombrío y preocupante. Con suerte, hay expectativas de que hacia fines de 2020 la actividad comience a repuntar sostenida por el turismo de cercanía y algunos pequeños viajes corporativos nacionales. La “nueva normalidad” estiman que recién podría llegar hacia 2021.

Pero no hay que claudicar. Más tarde o más temprano, la gente continuará viajando y la industria hotelera seguirá en pie. Son inversiones rentables (rinden entre 6% y 12% anual en promedio), no solo desde el punto de vista del flujo comercial sino también como capitalización inmobiliaria a largo plazo. Además, la Argentina tiene potencial de crecimiento y oportunidades de desarrollo en varios segmentos y destinos. Eso sí, siempre depende de

“Para nosotros es fundamental el mercado corporativo. Del total de nuestros hoteles, el 70% de la facturación es corporativa y solo el 30%, turística”.

que el análisis del mercado esté bien planteado. El producto apropiado en la ubicación correcta, con la tarifa y el servicio acordes, gerenciamiento profesional, instalaciones modernas e intensas campañas comerciales son algunas de las claves a considerar.

Los hoteleros que superen la dura prueba que significará sobrevivir a 2020 retomarán sus proyectos y obras. Quienes no, deberán reconvertirse. En el camino, los desarrolladores, las marcas y *managers* analizan implementar nuevos protocolos de higiene y seguridad, cambios en el tipo de servicios a ofrecer, adaptaciones en las áreas comunes de los hoteles, nuevas estrategias comerciales, replanteo del modelo de negocios y hasta modificaciones en los proyectos que aún estaban en curso. Si bien seguramente habrá transformaciones en las ecuaciones del negocio, existen condiciones y oportunidades para el desarrollo de inversiones hoteleras precoronavirus que perdurarán y otras nuevas que surgirán.

ATRAVESAR LA PANDEMIA

Según los últimos relevamientos del Ministerio de Turismo de la Nación, la oferta hotelera y parahotelera de la Argentina en diciembre de 2018 era de 15.629 establecimientos con 705.000 plazas. Dentro de este mundo, hay diversidad de modelos de negocio, de tipo de inversores y actores. Están los propietarios que vienen de familia hotelera, individuales o fondos de inversión que se dedican al desarrollo y la operación hotelera, ya sea por tradición o para abrir nuevas vías de negocio, por el interés en el flujo comercial que genera como por la seguridad de contar con una inversión inmobiliaria de largo plazo. Están las cadenas que franquician sus marcas, quienes



Hotel Howard Johnson Alvear, Santa Fe

gerencian hoteles con marcas propias o ajenas, quienes se suman como pequeños inversores para desarrollar condo-hoteles, quienes construyen nuevos y quienes reconvierten hoteles existentes. Si bien el sector es diverso, todos en marzo recibieron el golpe de la llegada del coronavirus. Comités de crisis que se activaron, reuniones, análisis y gestiones de evaluación de daños por doquier pasaron a colmar las agendas. Para Roberto Amengual, presidente de la Asociación de Hoteles de Turismo (AHT), "la situación es delicada. Antes de la pandemia, un hotel de ciudad podía tener entre el 50% y el 80% de ocupación promedio mensual y muchos destinos contaban con una

ocupación y una tarifa decentes que, aunque estaban lejos de los márgenes de rentabilidad deseados, eran aceptables. Pero con los hoteles cerrados el impacto es absoluto. 2020 será el año más difícil para la historia de la hotelería en el mundo". Además, agrega, "el mercado inmobiliario también sufrió una caída muy fuerte en estos meses", lo que afecta el valor de la hotelería como instrumento de inversión del *real estate*: "Como flujo operativo, se vienen meses difíciles, por lo cual eso seguramente computa en el análisis de inversiones". Pero en general, aclara Amengual, "al valorar un inmueble se tienen en cuenta factores de uso, valor de la tierra, potencial de la zona, entre



Hotel Howard Johnson Resistencia, Chaco



Hotel Howard Johnson La Plata



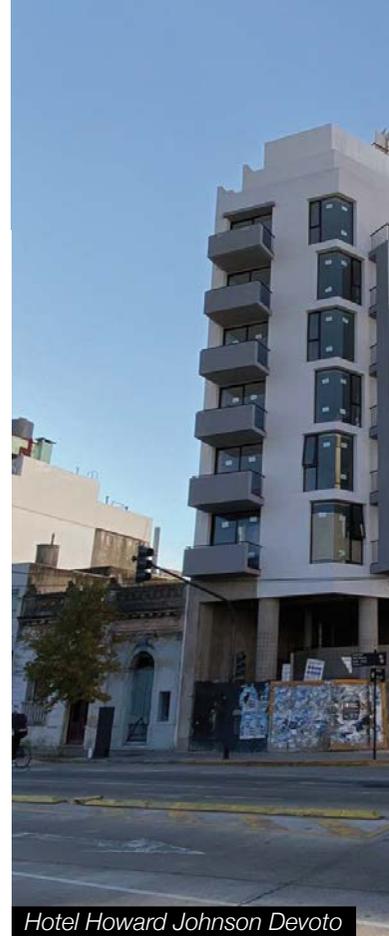
otras cuestiones, además del flujo neto que genera. Por lo cual, como inversión inmobiliaria, puede ser atractiva”.

Asimismo, en su rol como presidente del grupo Amerian (que posee la marca homónima para los hoteles 4 estrellas y Mérit para 3 estrellas), Amengual cuenta: “Como cadena nacional estábamos transitando un período con muy buenos resultados, pero el impacto es muy grande. Las proyecciones para lo que resta del año son muy malas; sin embargo, estamos con una cuidadosa planificación financiera que nos permitirá sobrellevar la situación. Estamos convencidos de que vamos a salir de esta crisis”.

A nivel sectorial, Amengual considera: “En un escenario optimista, se espera que la demanda sea de un 40% a fin de año, que en muchos casos no alcanza para cubrir los costos operativos. La rentabilidad se verá igualmente afectada y la demanda a largo plazo dependerá de las medidas sanitarias que aseguren las propiedades”. Este grupo –con sus dos marcas– cuenta con varios proyec-

tos en obra que desarrollan bajo el modelo de condo-hotel. Para 2020, preveían la apertura de un *apart hotel* en Río Cuarto, un 4 estrellas de 285 plazas con una inversión de u\$s 10,5 millones; un Mérit en la localidad cordobesa de Villa Allende, con capacidad para 64 pasajeros que demanda u\$s 43,5 millones; y un Amerian en Coquimbo, Chile, de 112 habitaciones por u\$s 30 millones. En tanto, para 2021 planean abrir dos Mérit en la provincia de Buenos Aires: uno en Parque Leloir, con una inversión de \$ 180 millones, para alojar 140 personas, y uno en Olavarría con 64 habitaciones, por u\$s 4 millones. Hacia 2022 estiman inaugurar un Amerian en Neuquén para 262 huéspedes. Luego le seguirán otros dos Mérit: uno en Resistencia, Chaco, y otro en la capital catamarqueña.

Sobre el avance de obra, el titular de la compañía cuenta: “Muchos de los proyectos están paralizados porque en varias provincias la obra privada no está exceptuada. Pero, apenas se reanude, podremos retomar. Mientras tanto, estamos en conversaciones con



Hotel Howard Johnson Devoto



Hotel Howard Johnson Lobos



los desarrollistas para realizar pequeñas adaptaciones acorde a las nuevas exigencias del mercado”. Al comenzar la cuarentena, la familia Sutton (propietaria de los hoteles porteños Alvear Palace, Alvear Art, socios con IRSA del Llo Llo de Bariloche y desarrolladores de Alvear Icon, su proyecto de uso hotelero y residencial ubicado en Puerto Madero junto con su estrella residencial Alvear Tower) se encontraba por iniciar trabajos preliminares en el histórico hotel Plaza de Retiro, que compró en 2017 para ponerlo en valor y reconvertirlo. La idea era pasar a tener 200 habitaciones completamente recicladas y 10.000 m² de oficinas corporativas *premium* –que bautizaron Escritorios del Plaza– con plantas de 1.000 m² divisibles. En total, estimaban invertir u\$s 80 millones.

Andrés Kalwill, director de Nuevos Desarrollos del grupo Alvear, cuenta el estado de este desafío: “Hasta que empezó la pandemia avanzamos de manera muy intensa. Pero seguramente tendremos que revisar algunos de los parámetros del proyecto ya que se producirán una serie de cambios

de hábitos que habrá que evaluar, revisar, estudiar y ver cómo adaptarse a la situación. Sería necio no tener esto presente cuando se trata de un proyecto que todavía no inició su construcción”.

En particular sobre las oficinas, el directivo sostiene: “Muchas modificaciones que se han producido con la pandemia seguirán, como el crecimiento del *home-office*, que vino para quedarse. Asimismo, se valorará más la cercanía entre la vivienda y el trabajo. Por ello creemos que las superficies de los espacios habrá que manejarlas muy dinámicamente, para que sean lo más flexibles posible. Esto valdrá para todo lo que se encare”.

No obstante el entusiasmo por este proyecto, Kalwill aclara que actualmente tienen preocupaciones más urgentes: “En este momento el grueso de la energía está puesto al servicio del manejo de la realidad de los hoteles ya existentes que están cerrados. Tenemos una estructura de personal y edificios de gran valor patrimonial que hay que cuidar y preservar. Esta situación nos golpea muy fuerte en lo económico, porque al



Hotel Howard Johnson San Rafael, Mendoza



“La crisis pega mucho más fuerte en el segmento de hoteles 5 estrellas por la incidencia del costo fijo que representan los sueldos del personal”.



tener una nómina muy importante de empleados y no poder facturar, se produce un gran efecto que hay que poder bancárselo. La crisis pega mucho más fuerte en el segmento de hoteles 5 estrellas por la incidencia del costo fijo que representan los sueldos del personal. Los hoteles más chicos en general se manejan con una cantidad sensiblemente menor de empleados”.

ENTRE EL CIELO Y LA TIERRA

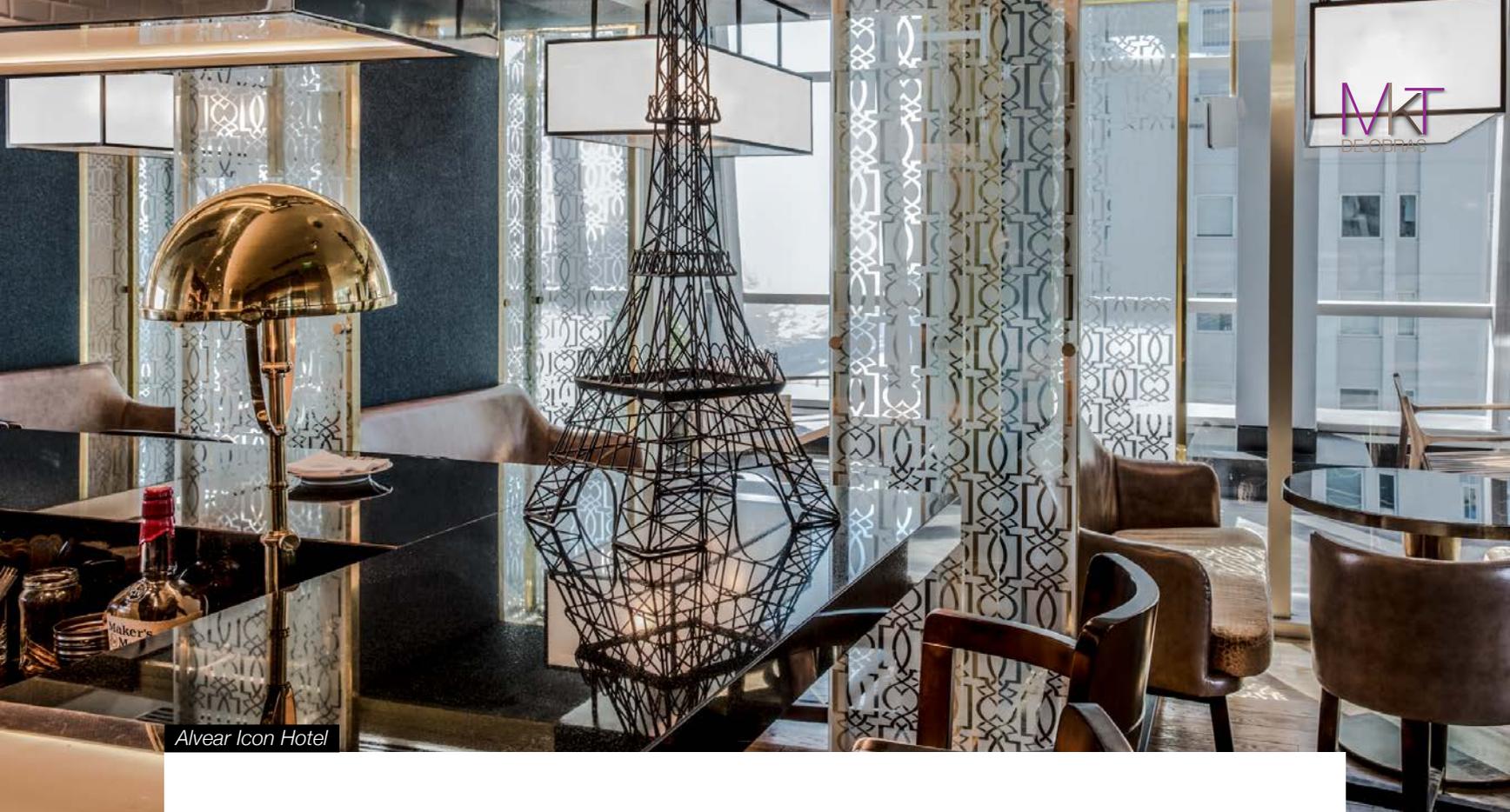
Fabián Rodríguez Suárez es un ex Hilton y actual director gerente de la consultora especializada Horwath HTL Argentina, donde está a cargo de la consultoría y el asesoramiento en inversiones hoteleras, turísticas e inmobiliarias para toda Sudamérica hispana. El consultor comparte su diagnóstico sobre la situación límite que atraviesa el sector: “Este es un año de altísima incertidumbre para todos los sectores. Pero para el turismo y la hotelería será crítico. Aun cuando haya gran parte de hoteles con puertas abiertas, la actividad estará en sus mínimos históricos. El impacto es demoledor. Cuando las tasas de ocupación

son inferiores al 25-30%, no hay esquema de negocio que resista el embate”.

Al respecto, Noel Verger, director de la división Hoteles de la consultora inmobiliaria LJ Ramos, confirma: “El mercado hotelero venía muy bien en todos los segmentos y en el sector turístico, e incluso en lo que era eventos y corporativo. Las *low cost* hicieron viajar a mucha gente. De todas las regiones del país me dijeron que fue una de las mejores temporadas de los últimos 10 años. Pero, con esta crisis, la industria del turismo será una de las más castigadas. Hay lugares que estarán parados más de tres meses. Hay que ver quién aguanta todo ese tiempo, porque todavía no se sabe cuándo podrán reabrir los hoteles y las compañías aéreas. Nunca pasó en el mundo una cosa igual”.

Y advierte: “Habrán casos que no puedan traspasar la tormenta y tendrán que transmutar hacia otra cosa: puede ser hacia *coliving*, geriátricos o residencias estudiantiles. En Bariloche, varios *hostels* cerrados se transformaron en viviendas para gente joven. Otros le buscaron la vuelta para reconvertirse y hay hoteleros que empezaron a alquilar las instalaciones como minidepartamentos para

“Tendremos que revisar algunos de los parámetros del proyecto ya que se producirán cambios de hábitos (...). Sería necio no tener esto presente cuando se trata de un proyecto que todavía no inició su construcción”.



Alvear Icon Hotel

gente que tiene que hacer cuarentena o médicos que trabajan con cierto riesgo y no quieren contagiar a su familia”.

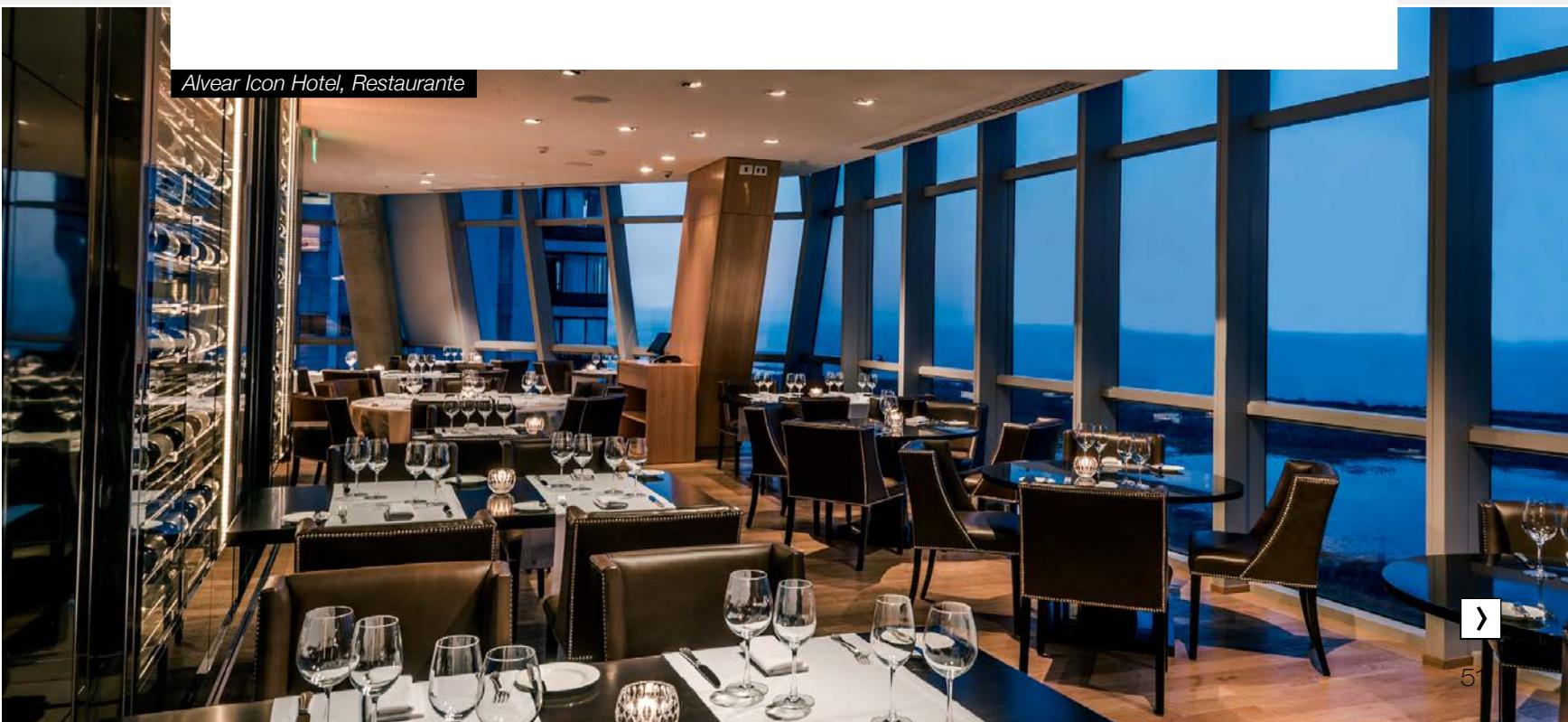
Jimena Faena, vicepresidente de Marketing, Comunicación y Lealtad de la cadena internacional Wyndham, sostiene: “El impacto económico es fuerte, pero todo depende de cómo te encuentra ese impacto. Nuestros hoteles de Argentina están transitando esta caída de demanda obviamente con preocupaciones, pero realizando des-

de Operaciones, Marketing, Ventas y Finanzas todos los cambios y tomando medidas para aliviar el golpe. Los proyectos siguen y la hotelería es una gran inversión inmobiliaria aún más luego de la crisis, donde muchas inversiones perdieron sustancialmente su valor”.

En el país, la cadena está presente con sus marcas Howard Johnson, Dazzler, Days Inn, Wyndham, Wyndham Garden, Ramada y Esplendor. Tienen 10 hoteles próximos a abrir (con

los que sumarán más de 700 habitaciones al mercado) y llegarán a nuevos destinos, como Chaco, Bahía Blanca y San Fernando del Valle de Catamarca. “Las obras se frenaron por la situación del COVID-19, por lo que seguramente las fechas de apertura se atrasen”, comenta Faena.

Alberto Albamonte, socio estratégico de esta compañía global y representante en particular de las marcas Howard Johnson y Days Inn en Argentina, es



Alvear Icon Hotel, Restaurante



contundente en su opinión sobre el aislamiento obligatorio que decretó el Gobierno nacional: “En pos del cuidado de la salud, se tomaron decisiones totalmente sobredimensionadas y en muchos casos irracionales, que generan un daño tremendo a una actividad que venía creciendo muy bien en la Argentina y que se proyectaba como la principal actividad de exportación de nuestro país. Por supuesto, nosotros no bajamos los brazos, somos optimistas hacia el futuro. Pero creo que es un tremendo error haber puesto a todos en la misma bolsa y no diferenciar una propiedad de otra, porque nosotros tenemos hoteles que reúnen todas las condiciones de seguridad y de amplitud de los espacios, y que tranquilamente podrían estar trabajando. Desde un escritorio burocrático se han tomado decisiones –como suele suceder– que afectan enormemente la actividad y que, en algunos casos, probablemente sean irreversibles”.

Sus dos marcas están en 43 hoteles que ya están abiertos en el país. En un 30% de ellos se está trabajando para mejorarlos: se hacen obras de ampliación de habi-

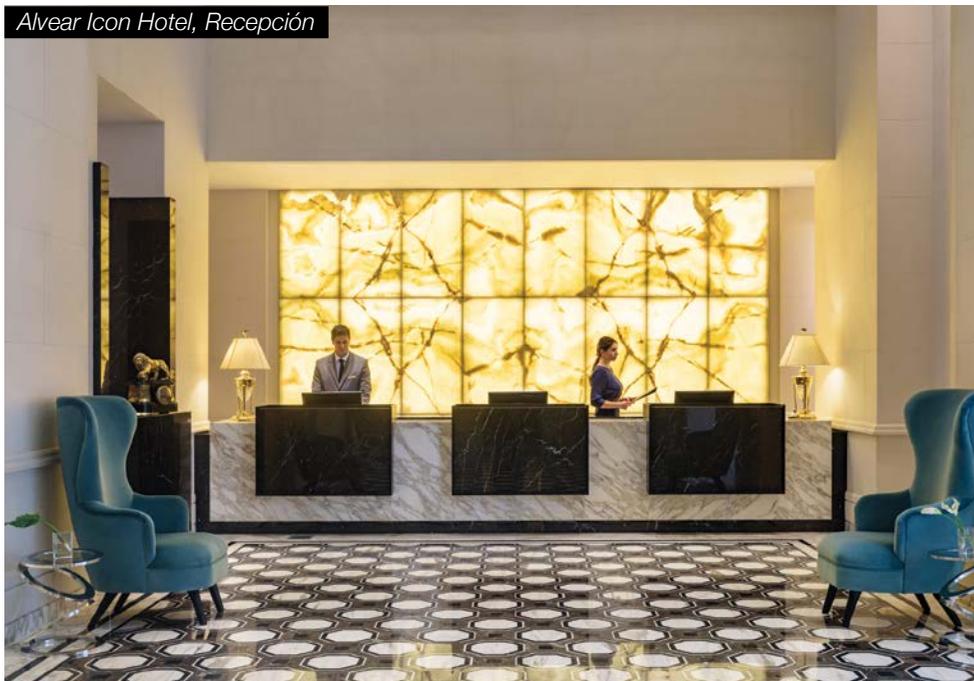


Alvear Icon Hotel, Spa

taciones, más instalaciones en los spa y se construyen más salones de convenciones. Además, hay otros cinco hoteles que iban a ser inaugurados este semestre: tres de la marca Days Inn (en Zárate, en el Parque Termal de Dolores y uno en el barrio porteño de Villa Devoto), un *resort* de Howard Johnson en la ciudad de La Plata y otro en Resistencia, Chaco, “que será el más importante de todo el noreste argentino”, augura Albamonte.

Asimismo, existen otros 17 hoteles en diverso avance de obra.

Alvear Icon Hotel, Recepción





“La idea es que se terminen todos cuanto antes. Ya se hicieron inversiones muy grandes. Hoy estamos en medio de un terremoto imprevisible y, por lo tanto, no podemos decir qué hacer; tratamos de sobrevivir y de mantener los hoteles en perfectas condiciones. Estamos dialogando con todos los inversores y mirando las perspectivas del mercado. No hemos cambiado las reglas de juego (del negocio), pero estamos implementando algunas acciones comerciales, corporativas y publicitarias para beneficiar a los hoteles. No es que hayamos elegido tal vez lo mejor, pero para nosotros es fundamental el mercado corporativo. Del total de nuestros hoteles, el 70% de la facturación es corporativa y solo el 30%, turística, sostiene un preocupado Albamonte, en cuya oficina trabajan 32 empleados pero hay otros 3.200 que dependen de la cadena. Arturo Navarro Ithuralde es CEO y cofundador de Grupo AADESA, firma que gerencia 20 hoteles con más de 1.359 habitaciones en Argentina y Uruguay, ade-

más de desempeñarse como desarrolladores y franquiciantes de marcas propias e internacionales. Consultado sobre la coyuntura hotelera, afirma: “Todos los actores de la industria del turismo de Argentina tendrán que inventarse otra vez, diseñar estrategias para captar la atención de un mercado nacional que no podrá salir del país y que se verá necesitado de optar por alternativas locales a la hora de elegir dónde vacacionar, entendiendo que va existir un merma económica en las familias y los pasajeros”.

Esta empresa fue de las pocas que pudo mantener propiedades abiertas. En ocho de sus hoteles aplicaron un cambio de uso o de mercado objetivo. Así, ofrecieron tres propiedades a los gobiernos para tener unidades extrahospitalarias (para la operación de cuarentenas obligatorias para pasajeros repatriados o para pacientes con síntomas leves); otros hoteles estuvieron a disposición de empresas privadas de salud para alojar a su personal afectado a la pandemia o a pacientes;

cinco establecimientos los enfocaron al segmento de alquiler temporario (entre uno y tres meses) para clientes con necesidades de mudarse; las cocinas de los hoteles las transformaron en unidades de producción de viandas para los pasajeros o pacientes alojados en los cuartos de sus propiedades; y otros se destinaron al segmento de oficinas temporarias por día.

Actualmente, AADESA cuenta con tres proyectos en marcha: la reforma del hotel La Cascada de Bariloche (tendrá la marca Don de la cadena internacional Dot), que aunque “no dejó de reformarse, su apertura se postergó para agosto o septiembre, cuando la ciudad abra sus accesos”; la construcción de un proyecto en la ciudad de Salta; y la reconversión del ex hotel Salles, frente al Obelisco de la ciudad de Buenos Aires (CH Le Petit, también de Dot), que estaban a punto de inaugurar cuando se decretó el aislamiento. Además, avanzan con dos nuevos proyectos de la marca Don (uno en San Martín de los Andes y otro en Iguazú) que serán condo-hotel, tendrán contrato de franquicia y *management*; y reconvertirán el hotel Vuriloche de San Carlos de Bariloche.

NÚMEROS CLAVE

Al hablar de rentabilidad, Rodríguez Suárez es contundente en sus afirmaciones: “Los negocios hoteleros bien planteados en Argentina –con el producto adecuado para ese mercado– son rentables. El primer indicador que debe importar es el RevPar, que es la tarifa media



Arturo Navarro Ithuralde,
CEO y cofundador de Grupo AADESA

“En CABA hay mercado para más hoteles de lujo, en ciudades secundarias falta presencia de hoteles corporativos y de placer con cadenas prestigiosas, mientras que en las terciarias hacen falta conceptos hoteleros con marcas internacionales de menor costo. Además, existen oportunidades de crear productos all inclusive, ya sea en destinos de playa o nieve”.

por ocupación anual: si se tiene una ocupación del 50-60% con una tarifa alta, vale la pena. Además, ocupación alta es sinónimo de mucho tráfico en el hotel y eso desgasta mucho el activo. Hay que saber hacer bien el *fine tuning* para sacarle el mayor provecho al activo inmobiliario y que se sostenga en el tiempo sin mucha inyección de capital de manera frecuente”.

El director gerente de Horwath HTL Argentina agrega: “La rentabilidad en la hotelería comienza siendo baja los primeros años hasta que se estabiliza el flujo de caja y genera una renta razonable. Igual, es preferible hablar de plazos de recupero: si la inversión se recupera en 10 años promedio desde que ingresó el primer huésped, está muy bien, siempre y cuando no hayas tenido una crisis endógena o exógena grave”.

Por su parte, el presidente del grupo Amerian afirma que “la rentabilidad de los hoteles 5 estrellas en general es más dinámica en épocas de alta ocupación, mientras que en los períodos de baja les cuesta un poco más. Los niveles de ocupación suben a medida que baja la categoría para alcanzar el punto de equilibrio. Por ejemplo, un hotel 3 estrellas puede estar en un punto de equilibrio (con recupero de capital) con un 75% de ocupación, mientras que un 4 estrellas puede alcanzarlo con 65% y un 5 estrellas, con 50%”.

Verger coincide en que tras esta crisis los hoteles “sin ninguna duda quedarán golpeados”, pero considera que “tal vez los más sencillos se recuperen más rápido porque con poco porcentaje



“La mezcla perfecta para el futuro debe tener escala óptima, operación a cargo de un equipo profesional con una marca conocida (ya sea propia o de terceros) y contar con un excelente equipo de trabajo”.

El Refugio Ski Lodge



de ocupación, flotan. Es más probable que un 3 estrellas pueda empezar a caminar y a bancarse la tormenta porque un 5 estrellas cuando gana, gana; pero cuando pierde, pierde hasta los pantalones”. Y cita como ejemplo de ello los hoteles de marca Ibis, que “con 25% de ocupación cubren sus costos. En cambio, un 5 estrellas para cubrir sus costos debe tener entre 50-60% de ocupación y, además, habría que ver los precios porque, si arrancan con una tarifa baja, no cubrirán los costos ni con el 60% de ocupación. Esto también sucederá porque habrá mucha competencia”.

Además, señala el directivo de LJ Ramos, “los hoteles que tengan muchos metros de salones –como es el caso del Hilton y el Sheraton de Pilar– estarán muy golpeados al principio porque no tendrán eventos. Un hotel que cuente con muchas habitaciones y no tantos salones –como los

Ibis o Holiday Inn– saldrá menos perjudicado porque tiene costos operativos más bajos”.

De acuerdo con Verger, el mayor potencial de crecimiento está en ciudades que tengan más de 100.000 habitantes, y los más rentables son los 3 estrellas que pueden dar entre 6% y hasta 15%, en muy buenos momentos. A medida que se sube de categoría, baja la rentabilidad: un 4 estrellas brinda entre 6% y 12%, y los 5 estrellas están por debajo de 10%.

Al respecto, Albamonte advierte que “en condiciones excepcionales estábamos entre un 5% y 7% anual en ambas cadenas, aunque todo depende del hotel, la ubicación y el tipo de gerenciamiento que tenga. Sin embargo, todo ha cambiado mucho. Por supuesto que ahora habrá que barajar y dar de nuevo”.

En cuanto a la inversión necesaria promedio por habitación para la construcción de nuevos hoteles, Amengual detalla que “la inversión mínima –sin computar el terreno– ronda los u\$s 1.000 por metro cuadrado. De ahí, dependiendo la propuesta de valor y la plaza, se puede alcanzar u\$s 120.000 por habitación o más. Hoy en día, sigue siendo rentable invertir en Argentina. Siempre se presentan oportunidades que son interesantes para aprovechar”.

Verger cuenta que hay una fórmula que le resulta útil para analizar los proyectos: el cálculo de dólares a desembolsar por habitación surge de agregarle tres ceros a la cifra de la tarifa a cobrar. Es decir, si la tarifa de un 3 estrellas es de u\$s 70 por noche, la inversión aproximada por habitación rondará los u\$s 70.000



Iñaki González Arnejo,
CEO de Dot Hotels

“Desde el punto de vista de la inversión inmobiliaria, los proyectos que ya están en curso no darán marcha atrás, a lo sumo demorarán su apertura”.

(esto incluye el costo de construcción de los espacios comunes). “Si bien esta regla nunca falla, la ecuación es distinta en hoteles donde hay muchos metros de salones. Esos son casos para estudiar aparte. Sin embargo, es muy difícil dar respuestas certeras y poder calcular esto con el desbarajuste actual que hay en los diferentes tipos de dólar. Aparte, seguramente a futuro haya poco trabajo, entonces la gente tampoco se pondrá pretenciosa, con lo que querrá cobrar porque si no no trabajará”, aclara.

En tanto, Rodríguez Suárez acota: “Desde hace unos 10 años aproximadamente, los desarrollos que muestran mejores tasas de retorno, en promedio, son los de uso mixto. Y el componente hotelero es clave para agregar valor a todo el porfolio, así que el interés en construir hoteles ha estado creciendo. Además, los condohoteles (venta de habitaciones o participaciones) son algo que en la Argentina se ha hecho de manera incipiente y no siempre han tenido los resultados esperados por *developers* e inversores minoristas, aunque por supuesto hay algunos casos de buen desempeño. Este esquema, bien diseñado y gestionado desde la construcción y después en la operación, puede ser redituable para todas las partes”.

Por otro lado, Albamonte señala que ante el cambio de panorama “hay que replantear costos de construcción y de proyecto porque se modificó todo”, si bien reconoce que en líneas generales es muy probable que haya menores costos en la construcción de un hotel. “Todavía estamos en medio del lío, así que no me gusta

Hotel La Cascada





hacer pronósticos. Normalmente cuando se hace una devaluación el que más sufre es el mercado interno”, explica.

VISUALIZAR OPORTUNIDADES

Con la mirada puesta en desarrollar el potencial de este mercado, Rodríguez Suárez diagnostica: “La Argentina necesita poner al día su oferta hotelera –sobre todo en calidad– en la mayoría de los destinos y en casi todos sus segmentos. En los últimos 50 años se han dado ciclos en la oferta hotelera cada 10 ó 15 años y entiendo que vamos a vivir un salto –no creo de cantidad, pero sí de calidad– a partir de 2021. La crisis sanitaria global hizo que se aceleraran las inversiones en puesta a punto de varios hoteles, un poco por la necesidad de los nuevos protocolos y del huésped, y otro poco porque esos hoteles necesitaban ya un *update* después de 10 ó 12 años de operación. En *corporate/leisure*

(ocio), hay posibilidades para el producto/marca correcto de cada mercado”.

A su vez, agrega: “Lo que sí es un *must* es estar asociado a una marca o cadena hotelera, en formatos *hard-brand* tradicionales o *soft-brand*, algo novedoso en Argentina, y de varios años de trayectoria en Estados Unidos y Europa”.

Verger señala que en el país hay marcas que “avanzaron mucho, otras que permanecen estables y otras que perdieron mercado; hay un poco de todo. Hoy por hoy, en las principales ciudades turísticas hay buena hotelería, como en Bariloche, Ushuaia, Calafate, Salta, Jujuy, Tucumán e Iguazú. Pero habrá otros lugares del país donde habrá posibilidades de que lleguen cadenas de mucho lujo y muy exóticas, como Fasano. Todo dependerá también de cómo quede la red de transporte aéreo después de esta crisis. Si las *low cost* no pueden volver a arrancar, el tráfico caerá porque habrá menos opciones”.

Hotel Le Petit Parc



“Las obras se frenaron por la situación del COVID-19, por lo que seguramente las fechas de apertura se atrasen”.



Jimena Faena,
vicepresidenta de Marketing,
Comunicación y Lealtad de Wyndham

Sobre las tendencias que visualiza para este mercado, este especialista sostiene que crecerán las marcas de cadenas 3 estrellas nacionales e internacionales y los modelos de gerenciamiento profesional hotelero: “En la Argentina, hoteles bajo cadena hay solamente un 5%, mientras que en la región representan el 35% y en Estados Unidos, el 65%. Es evidente que el país tendrá que ir hacia las marcas, que estandarizan mucho y tienen determinados requisitos, tanto en cadenas argentinas como extranjeras”. También aconseja especializarse en nichos específicos, como pueden ser hoteles para familias que tengan un muy buen *kids club* y propuestas *all inclusive*.

Sin embargo, el miembro de LJ Ramos advierte que contar con una marca no es certeza de éxito: “Las cadenas al dueño no lo ayudan en nada. Los hoteles son siempre de familias o de propietarios individuales. En el mundo muy pocas cadenas son propietarias de hoteles. Ellas cobran un gerenciamiento, pero la plantilla de empleados es del propietario, que es quien se ocupa de pagar sueldos

y despidos. Además, las marcas no siempre asesoran bien a sus inversores, a veces se equivocan con las ubicaciones o el diseño del tipo de hotel”.

Por su parte, Kalwill coincide en que hay oportunidad de crecimiento en el mercado hotelero para establecimientos pequeños que se instalen en el interior del país. En el mediano plazo prevé que habrá aumento de la demanda en el turismo interno, en destinos como el Norte, la Patagonia Central y Sur, y el Litoral. “Habrá un crecimiento significativo del turismo y hay un montón de lugares en el país que son maravillosos, pero en términos de oferta turística están con todo por hacer. Hay que ofrecer propuestas de buena calidad para segmentos medios en lugares que tienen oferta limitada”, aconseja.

El titular de la AHT apunta que el potencial del mercado hotelero “depende de los factores de demanda futura, la conectividad y las leyes de fomento, entre otras variables” y cita como ejemplo a Buenos Aires, “donde se abrió la Ley de Ingresos Brutos y, al reconvertir un inmueble o construir uno nuevo, se puede recuperar hasta el 60% de la inversión en IIBB futuros. Esta normativa fomentó mucha reconversión y nuevas inversiones el año pasado. San Juan y Córdoba también sacaron leyes de fomento para la hotelería. La ventaja de la reconversión es que es más ágil el tiempo para llegar al mercado y que existe un posicionamiento pre-

“La pandemia reforzará el deseo de hospedarse en una marca que genere confianza”.



vio que es capaz de acelerar los plazos de incursión. La desventaja es que se tiene que trabajar con la estructura existente, que muchas veces es ineficiente”.

Asimismo, Rodríguez Suárez coincide en que “hay una clara oportunidad de convertir hoteles, con inversión en remodelación y en tecnología. Si la estructura del hotel es noble y fue diseñada con criterio de flexibilidad en el *layout*, casi todo es ventaja. Las desventajas más importantes surgen si el tipo de *layout* que hay que realizar plantea cambios que no son

viables a nivel estructural o resultan muy costosos en función de la renta que ese negocio hotelero pueda generar, dado el mercado y segmento en el que tiene que actuar”.

Navarro Ithuralde comparte su visión sobre el tipo de negocio hotelero que recomienda desarrollar: “La mezcla perfecta para el futuro debe tener escala óptima, operación a cargo de un equipo profesional con una marca conocida (ya sea propia o de terceros) y contar con un excelente equipo de trabajo. En general –agrega– los hoteles





ECOETIQUETA HOTELERA

Uno de los efectos que generó la pandemia del COVID-19 fue la revalorización de la naturaleza, del cuidado y la protección individual, pero simultáneamente de la vida en comunidad y de la relación sustentable con el entorno. En este marco, la hotelería puede tener la oportunidad de afianzar sus propuestas de gestión, instalaciones y servicios amigables con el medio ambiente.

Hoteles más Verdes es un programa de sustentabilidad hotelera que desarrolla herramientas para la gestión de los alojamientos turísticos de Argentina. Fue ideado por la Asociación de Hoteles de Turismo (AHT) en 2011 y se encuentra validado por el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM), el principal organismo acreditado para la verificación del cumplimiento del Estándar de Certificación Hoteles más Verdes. Además, cuenta con el reconocimiento del Ministerio de Turismo de la Nación y, desde 2014, también del Global Sustainable Tourism Council.

Capacitan, guían y otorgan la certificación Ecoetiqueta Hoteles más Verdes, que es el distintivo que reconoce y valida a aquellos hoteles argentinos que demuestran una gestión sustentable, respetuosa con el medio ambiente y socialmente responsable con la comunidad y con el destino turístico en el que desarrollan su actividad.

“Nuestra Ecoetiqueta promueve un sistema de gestión sustentable basado en la calidad y la mejora continua. Esto, sin dudas, repercute en una profesionalización del sector y en los destinos turísticos. Un alojamiento sustentable genera puentes con el resto de los prestadores y la comunidad local. Además, la comunicación y el marketing de la certificación generan un efecto contagio que produce mayor interés por la responsabilidad social y el desarrollo sustentable”, destaca Roberto Amengual, actual presidente de la AHT.

Actualmente hay 137 hoteles certificados en el país (12 en el nivel Oro, 24 en Plata y 101 en Bronce). Los destinos con mayor cantidad de alojamientos certificados son Córdoba con 41, y Salta, Misiones y ciudad de Buenos Aires con 14 cada una.

“El mercado hotelero argentino no tenía el ejercicio de la certificación, como sí lo tienen otras industrias, acompañado por clientes que tampoco ponían atención en esas cuestiones, tanto en la certificación como en la sustentabilidad. Pero, como ya se ha escuchado varias veces, la sustentabilidad llegó para quedarse y eso plantea nuevas reglas de juego. Por ello nos sumamos al escenario que plantea esta nueva realidad hotelera, valorando el compromiso que viene asumiendo el empresariado, que ha logrado entender que el turismo será sustentable o no será”, sentencia Amengual.

de bandera o internacionales han logrado mejores márgenes por tener mejor acceso a los clientes directos ahorrando en comercialización. Los hoteles *economy* han generado muy buenos márgenes por su eficiente estructura de costos y los emprendimientos manejados por sus propios dueños también han logrado trabajar muy bien por los canales de comercialización alternativos, como las Otas. El segmento *midscale* 4 estrellas con posibilidad de recibir eventos y con una escala de más de 100 habitaciones es lo más indicado. En los buenos momentos, con una correcta estrategia de producto, puede cobrar mejores tarifas y, en momentos de crisis, se puede ajustar más en su estructura de costos”.

En cuanto a los nichos que identifica en los diversos destinos del país, el CEO de AADESA sostiene que “en la ciudad de Buenos Aires hay mercado para más hoteles de lujo; en ciudades secundarias falta presencia de hoteles corporativos y de placer con cadenas prestigiosas, mientras que en las terciarias hacen falta conceptos hoteleros con marcas internacionales de menor costo. Además, existen oportunidades de crear productos *all inclusive*, ya sea en destinos de playa o nieve”.

PROYECTAR EL DÍA DESPUÉS

Si bien las urgencias de la coyuntura ponen el foco en subsistir durante estos meses sin actividad, la mirada de los desarrolladores y operadores hoteleros también está en el mercado a abordar durante la futura reactivación. El presiden-



te de la AHT afirma que “todos los estudios coinciden en que la demanda inicial será a destinos de proximidad y con naturaleza. Es lo que se espera en la mayoría de los países. Por la recesión y las dificultades económicas, los hoteles de menor categoría serán los más buscados siempre que cumplan con todos los requisitos de salubridad. Eso

es condición *sine qua non* para los huéspedes, independientemente del segmento en el que se encuentren. Las grandes ciudades en principio no serían las más elegidas, dado que generan la proximidad de la que se busca escapar. Aunque el turismo recreacional demorará un poco más en retomar, el corporativo se reactivará prime-

ro por necesidad. De hecho, muchos de los sectores que ya se encuentran habilitados están circulando por el país. La reactivación del mercado local llegará a fin de año, y la del internacional, el año próximo”. Para Kalwill “está claro que habrá cambios de hábito y de conducta. Por un buen tiempo se reducirá la cantidad de viajes



Noel Verger,
director de la división Hoteles de L.J. Ramos

“Habrá casos que no puedan traspasar la tormenta y tendrán que transmutar hacia otra cosa: coliving, geriátricos o residencias estudiantiles”.

de negocios y, para que los eventos puedan volver, habrá que hacer cambios en las pautas de organización. Por suerte, los salones de los hoteles Alvear tienen mucha capacidad, con lo cual no resultará complicado adaptarse”. En cuanto a la respuesta esperada del público, el directivo de este grupo considera: “Después de vivir esta fuerte cuarentena, estará el deseo de poder viajar, de moverse y de vivir situaciones nuevas, con lo cual se puede pensar que una vez que se reabran las posibilidades de viajar, habrá un primer movimiento interno. Somos optimistas con respecto al futuro del turismo, pero no a corto plazo, que es difícilísimo. Para la gente del interior, venir a alguno de nuestros hoteles de Buenos Aires será como un aspiracional, un mimo frente a tanto encierro. Esto también vale para el Llao Llao, ya que todos tendremos ganas de volver a encontrarnos con la naturaleza”. Si bien los hoteles Alvear se caracterizan por estar fuertemente orientados hacia el turismo extranjero con tarifas dolarizadas, cuando llegue el momento se “adecuarán”, evalúa Kalwill. Pero aclara que “es muy difícil hoy hablar de tarifas, porque no se sabe cuál será la realidad económica que encontraremos el día que los hoteles puedan volver a abrir sus puertas. No se sabe ni el valor del dólar que habrá”. Sin embargo, agrega que “desde el Alvear Art han hecho mucho trabajo de promoción para el turismo nacional”. Según cuenta, en estos meses internamente trabajan con el fin de encontrar sus propios protocolos de protección para el personal y para los clientes, “de modo de poder brindar –en un contexto nue-

vo y diferente– el mejor servicio, que ha sido siempre el estándar de calidad de Alvear. Tratamos de imaginar escenarios postpandemia pero nadie sabe a ciencia cierta qué pasará, tendremos que aprender humildemente de lo que la realidad nos vaya enseñando”. El director gerente de Horwath estima que “a partir de fines de 2020 es probable que se reactive el turismo de cercanía. Pasarán algunos años hasta que el turismo de lugares distantes de la Argentina retome los niveles prepandemia. Seguirá habiendo un perfil de desarrollo parecido a como era en la precrisis, solo que esta vez podría haber un aumento en los negocios turísticos de ocio locales, con la búsqueda de espacio y entornos al aire libre”.

Verger coincide con el pronóstico de recuperación paulatina y suma: “Tras el COVID-19, uno irá a lugares que recuerde que estaban limpios. La hotelería tendrá nuevos protocolos. Por ejemplo, en algunos casos se podrá entrar directamente con la tarjeta de crédito como si fuesen las llaves de la habitación, probablemente los dueños compren dispositivos para testear a los huéspedes, no existirá más el desayuno buffet (se llevará al cuarto con elementos descartables) y habrá menor cantidad de gente en las áreas gastronómicas. Será importante que el personal que trabaje en el hotel respete las normas de seguridad, porque si no se toma conciencia, se quemarán y una vez que eso pasa es muy difícil recuperarse. Ganar un cliente puede llevar años y perderlo, un segundo”.

Para Faena, el nuevo panorama también presenta una oportunidad como cadena: “La pandemia

reforzará el deseo de hospedarse en una marca que genere confianza. Los nuevos protocolos de limpieza y seguridad nos abren gran cantidad de oportunidades, ya que los hoteles independientes pueden querer transformarse y ser parte de Wyndham. El viajero que primero se recuperará es el perteneciente al segmento medio y medio alto, local, de empresas argentinas, viajeros de ruta y escapadas turísticas cercanas. El punto que aún no podemos estimar con certeza es cuándo se dará este incremento de demanda. Por eso el monitoreo es día a día y las estrategias se

van adaptando. El plan de recuperación abarca estrategias comerciales, de Marketing, de *Revenue Management* y de Operaciones. Se está empatizando con la situación y entendiendo al nuevo viajero para atraerlo a nuestros hoteles. La recuperación en Argentina comenzará durante julio".

En tanto, el directivo de LJ Ramos cuenta que, si bien "los protocolos todavía se están discutiendo en los países, hay cadenas hoteleras que están contratando empresas de las que certifican el cumplimiento de normas tipo ISO. Cada cadena tendrá que buscar su sello

de calidad y los municipios también están hablando sobre los protocolos a tomar para asegurarse de que la gente vaya". No obstante, "habrá hoteles que no podrán volver a abrir porque quedarán obsoletos y tendrán que ver en qué se transforman. Para poder salir adelante hay que tener creatividad. Uno no se puede quedar parado. Hay que reconvertirse. Quienes sepan aprovechar mejor la crisis, saldrán fortalecidos".

Para superar esta situación o similares contingencias en el futuro, Verger destaca la importancia de que los hoteles dispongan de un fondo para renovación y



Hotel Icon Alvear, Wine bar



Fabián Rodríguez Suárez,
director gerente de Horwath HTL Argentina

“Es un must estar asociado a una marca o cadena hotelera”.

“Argentina necesita poner al día su oferta hotelera en la mayoría de los destinos y en casi todos sus segmentos”.

mantenimiento: “Hay que destinar un 5% anual para este fondo. Este ítem debe estar en los planes de negocio porque si el propietario lo exprime y no deja nada en la caja, tarde o temprano queda fuera del circuito, fuera de moda”.

Según este consultor, se estima que el volumen normal a la hotelería “tardará entre uno y dos años en recuperarse, dependiendo de las circunstancias. Si las empresas deciden suspender los eventos corporativos en todo el mundo, repercutirá sin duda en la economía de los hoteles porque habrá menos gente que viaje”.

En cuanto a la continuidad de los proyectos que estaban en ejecución, Verger opina que se verán favorecidos por la coyuntura –con el peso fuertemente devaluado– en relación con que “el costo de construcción está medianamente barato”; así, si la crisis agarró la obra a mitad de camino, se tratará de terminar”. Pero, si es nueva, “se pondrán a pensar qué hacer, porque desde que se empieza hasta que se termina un proyecto hotelero pasan tres años y, si los agarró mal parados y no tienen el dinero para proseguir, la obra quedará detenida”.

Aunque advierte que “todavía es todo tan prematuro que nadie sabe bien (cómo evolucionará el mercado). El dólar *blue* tiene una diferencia del 100% con el oficial y no se sabe si seguirá así. Hay muchas cosas de las que nadie tiene certezas. Es hablar de futurología porque no hay parámetros todavía de que la Argentina arranque”.

Albamonte coincide: “Al problema de la pandemia se le suma una situación económica complicada del país. Cuando conozcamos

un poco más las perspectivas que se diseñan desde el Poder Ejecutivo, podremos hacer un análisis un poco más concreto. En el medio está el enorme desafío de resolver la deuda argentina, que está en una situación grave. No me siento capacitado para hacer pronósticos porque hay muchísimos factores que no conocemos pero que pueden incidir en nuestro mercado”.

En tanto, agrega: “Nosotros somos muy fuertes en Argentina y creemos que todavía hay

muchísimo por hacer. Estamos todo el tiempo estudiando distintas alternativas, firmando contratos y no descartamos avances en otros destinos, sobre todo en los destinos a los que van los argentinos, ya que nuestra marca es muy apreciada por el público local. Somos una cadena que tiene una fuerte impronta federal. De nuestros 43 hoteles, prácticamente 37 están en el interior del país”.

Iñaki González Arnejo, CEO de Dot Hotels, también suma su mirada: “Desde el punto de vis-

ta de la opción hotelera como inversión inmobiliaria, los proyectos que ya están en curso no darán marcha atrás, a lo sumo demorarán su apertura. En términos de inversiones, lo que venía funcionando muy bien son los condo-hoteles, especialmente en destinos como Neuquén. Pero los nuevos proyectos son una incógnita. 2020 está perdido, el objetivo es sobrevivir, no es ganar sino perder lo menos posible tratando de estar en pie cuando todo vuelva a la nueva normalidad. Mientras

LOS NÚMEROS DEL SECTOR

Según la encuesta de ocupación hotelera que elaboró el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), se registraron 4,5 millones de habitaciones o unidades disponibles en febrero de 2020 (último mes en el que la actividad funcionó con normalidad), 3,5% más que en igual mes del año anterior. Las habitaciones ocupadas sumaron 2,4 millones, con un aumento de 4,1% con respecto al mismo período de 2019. Así, la Tasa de Ocupación de Habitaciones (TOH) fue de 53,4%.

La mayor TOH mensual se registró en la región Córdoba -63%- y le siguió Buenos Aires, con 61,8%; y, al analizar por categoría del hospedaje, se destacaron los establecimientos de 3 estrellas,

apart hotel y boutique (57,2%), y luego le siguieron los establecimientos de 4 y 5 estrellas (57%). Las plazas disponibles a nivel nacional sumaron 12,4 millones, 5,3% más que en febrero de 2019, mientras que las plazas ocupadas totalizaron 5,6 millones, que representa una suba interanual de 7,9%. La Tasa de Ocupación de Plazas (TOP) fue de 45,1%.

En tanto, según la misma fuente, los pernóctes concretados durante febrero de 2020 fueron 5,6 millones en las siete regiones turísticas en las que se divide el país y en las 40 localidades de las que se relevaron datos. Esto implica un incremento de 7,9% respecto de igual mes del año anterior. En particular, los pernóctes

de viajeros residentes registraron una suba de 9,7% y los de no residentes disminuyeron 0,3%. El total de viajeros hospedados fue de 2 millones, no hubo variación con respecto al mismo mes del año anterior; 79% del total eran residentes.

Las regiones Buenos Aires y Patagonia concentraron el mayor porcentaje pernóctes que realizaron los turistas en el mes: 26,6% y 18,3%, respectivamente. En tanto, las que presentaron mayor crecimiento interanual fueron Buenos Aires, 18,7%, y el Norte, 9%. Las regiones que hospedaron el mayor número de gente fueron Patagonia (408.948), CABA (342.277) y provincia de Buenos Aires (330.090).



Roberto Amengual,
presidente de la Asociación de Hoteles de Turismo (AHT) y de Grupo Amerian



Hotel Amerian Coquimbo

“2020 será el año más difícil para la historia de la hotelería en el mundo”.

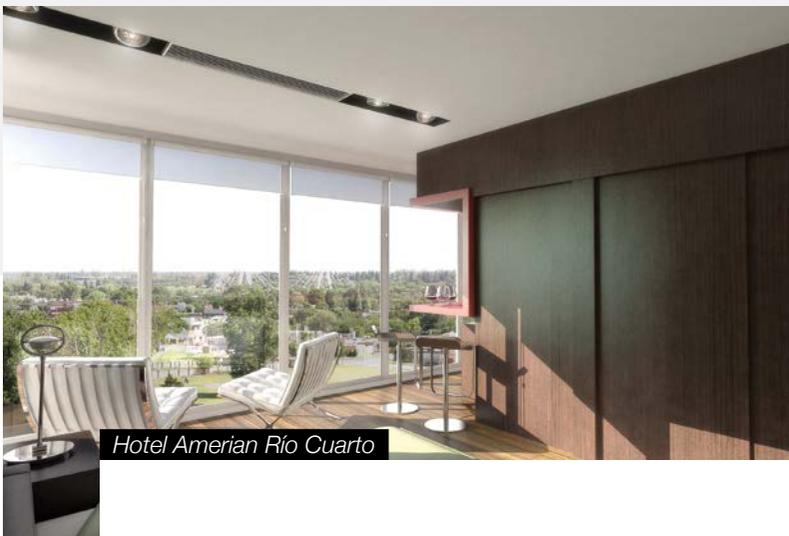
no contemos con una vacuna para el virus, vamos a tener un escenario con clientes únicamente locales. Es decir, argentinos viajando por Argentina. Los hoteles que tenían gran componente de huéspedes internacionales, como por ejemplo los 5 estrellas de Buenos Aires de cadenas internacionales, serán los más afectados, dado que su demanda se verá realmente golpeada. Los ganadores van a ser los hoteles 3 ó 4 estrellas ubicados en entornos naturales. Pero, en esta crisis, todos pierden, el mercado y la demanda bajarán. Habrá varios hoteles que no volverán a abrir, pero esto generará una oportunidad para reconvertirlos y remodelarlos”.

Por su parte, el titular de AADESA señala que el nuevo panorama representa también una oportunidad para captar nuevos viajeros: “Si bien la demanda a nivel general no será la misma ya que luego de la pandemia toda la economía será de un tamaño más chico, en términos de cantidad de turistas y

“Sigue siendo rentable invertir en Argentina. Siempre se presentan oportunidades interesantes”.



Hotel Mérit Villa Allende



Hotel Amerian Río Cuarto



Hotel Mérit Parque Leloir

pernoctes (y tomando en consideración que los adultos mayores estarán más reticentes a salir de viaje lejos de sus hogares una vez finalizada la cuarentena obligatoria), se estima que los distintos actores del sector del turismo doméstico tendrán la oportunidad de captar la atención de aproximadamente 4 millones de

turistas con menos de 60 años que han viajado al exterior durante 2019". Para concluir, Navarro Ithualde sostiene: "Este año será para sobrevivir. Quien salga hecho tiene que darse por contento. En la compañía, el objetivo es mantener la misma cantidad de propiedades para preservar el capital

de trabajo para el relanzamiento. Aún no sabemos la duración de la crisis, estimamos que será de dos meses más (hasta julio/agosto). Ya se nota un cambio de tendencia en las expectativas de las personas. Se comenzará a reactivar en septiembre y la normalidad llegará a partir de marzo de 2021". ■

Presentes en tu obra de principio a fin.



Cálculo y Optimización de materiales.



Capacitación técnica en obra.



Asistencia continua



Certificado de garantía.



Servicio Post-Venta.

0800-444-262626

obra@wavin.com

amancowavin.com.ar

DISEÑA TUS PROYECTOS
CON LAS NUEVAS LIBRERÍAS

BIM

DESCARGALAS
EN NUESTRA WEB



La nueva generación de ascensores a su alcance

Gen2™ Switch de Otis, es un ascensor altamente eficiente y funcional, ideal para edificios residenciales, especialmente para aquellos que se construyeron sin ascensor.

+ Fácil de instalar

Para su instalación sólo requiere una toma de corriente monofásica de 220V.

+ Funciona en caso de corte eléctrico

Puede efectuar más de 100 viajes sin alimentación de red.

+ Genera energía

Recarga los acumuladores, logrando un importante ahorro en la factura eléctrica.

Otis Argentina

Pedro de Luján 2902, Barracas

Capital Federal

+54 11 4309-9500

ccc.argentina@otis.com

Otis Chile

Pérez Valenzuela 1635

Providencia

Santiago de Chile

+56 2 23552100

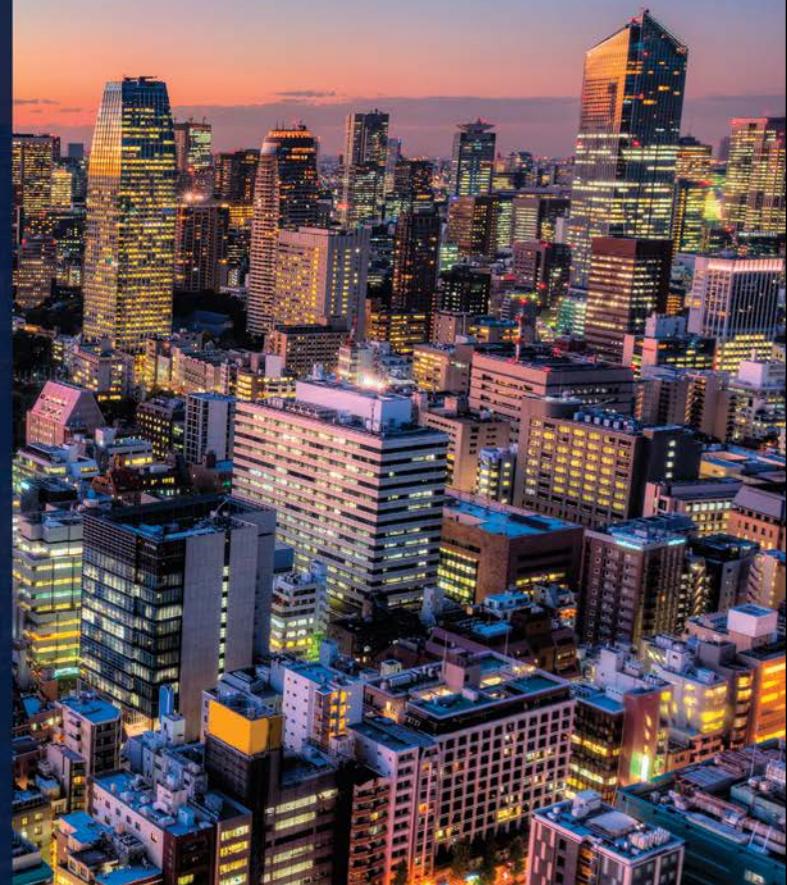
Otis Uruguay

Colonia 1972

Montevideo

+598 2400 7144

OTIS



NUEVA PUERTA
PE-30
IGNÍFUGA F-30



Instituto
Nacional
de Tecnología
Industrial
INTI
Suma valor
a un país de ideas

Linea exclusiva para obra
entera en Construcción.

PRECIO
PROMOCIONAL
USD 450
PRECIO EN EFECTIVO



P U E R T A S
PENTAGONO

Fidelice a sus clientes
con un valor agregado necesario:

- Seguridad y estética inigualables
- Terminación en melamina
- Perfiles de aluminio
- Cerradura y cilindro, tecnología europea
- Colocación en seco, final de obra



www.puertaspentagono.com.ar

DESAGÜE

LINEAL

En línea con tu sentido estético

Estética y funcionalidad conjugadas
en un nuevo producto que redefine
el espacio de tu baño.

0800-777-IDEAL (43325) · info@ideal.com.ar



**80 AÑOS
PENSANDO
EN EL AGUA**

ideal.com.ar



Mantenemos en resguardo lo que necesités



SCATI
VIDEO MANAGEMENT SYSTEM
PELCO

golmar



EDWARDS
NOTIFIER
by Honeywell

LENEL



CONTACTÁNOS

info@elcasrl.com.ar
www.elcasrl.com.ar

+54 11 4925.41.02

Las Casas 3777
C1238ACG - Buenos Aires. Argentina



ELCA
SEGURIDAD ELECTRÓNICA S.R.L.

LONGVIE



COCCIÓN



ANAFE



HORNO



CALEFACCIÓN



TERMOTANQUES



CALENTAMIENTO DE AGUA



LAVADO

Pensados para vos.
Pensados para el futuro.

Seguinos en LongvieOficial      



Liplac s.a.

*Fábrica de puertas placas
corredizas de embutir
corredizas externas
y frentes de placard*

- 📍 Av. del Libertador 2979
(B1744ABC) Moreno - Buenos Aires
- ☎ 0237-4688731 / 4688640
- 📞 1537626450
- ✉ liplacs@uolsinectis.com.ar
- 🌐 www.liplac.com.ar



PRÓXIMO LANZAMIENTO



/ROCAGRIFERIAS.A

WWW.ROCAGRIFERIA.COM.AR



Tucson



porcelanatos - cerámicas - sanitarios - griferías - marmolería

La solución
integral para
cada instancia
de su proyecto

Dpto. de
OBRAS

obras@tucsonsa.com | 011-2269-5786
tusconsa.com | 011-4740-7973 int. 104

MÁS QUE UN LAUNDRY



ACONDICIONAMIENTO DE ESPACIOS COMUNES,
EQUIPAMIENTO, INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO
DE LAUNDRIES PARA EDIFICIOS.

PRESENTAMOS CLICK N' CLEAN UNA APP PARA
GESTIONAR EL LAUNDRY DESDE EL CELULAR.

info@washinn.com.ar
www.washinn.com.ar
(54 11) 4981-2023/69
Av. Belgrano 4133 (1210) - Buenos Aires

Click n' Clean es
una innovación de





Concesionaria Toyota, Córdoba | Estudio Echaniz Gallo

CIELORRASOS TENSADOS



impecable terminación . sin fisuras
inalterable en el tiempo . **desmontable** . fácil mantenimiento
amplia gama de colores y acabados . **rapidez de montaje**
impermeable . absorbente acústico



Aeropuerto Internacional de Ezeiza, 5ta Avenida | AA2000

CUBIERTAS Y FACHADAS TEXTILES

ligereza visual . imagen distintiva
versatilidad formal y de aplicación
permanentes o temporarios . **control solar**
acondicionamiento espacial . luminosidad . ahorro energético

www.wagg.com.ar | info@wagg.com.ar | (5411) 4762-2500

¡NUEVOS!



**LE DAMOS IMPORTANCIA
A LA SEGURIDAD
PORQUE VALORAMOS LO
QUE RESGUARDÁS!**

PRIVE

LA SEGURIDAD BIEN ENTENDIDA

www.cerradurasprive.com.ar | info@cerradurasprive.com.ar | [f/cerradurasprive](https://www.facebook.com/cerradurasprive)

CERRADURAS DE SEGURIDAD | CERROJOS | CANDADOS



Suministro de Obras

GESTIONAMIENTO INTEGRAL



mercado
libre



NUESTROS SERVICIOS

- OBRAS CIVILES
- FABRICA DE PISO BALDOSONES Y GRANITOS
- FABRICA DE VALLAS DE MADERA
- FABRICA DE CARTELES SEÑALIZADORES DE OBRAS
- FABRICA DE ABERTURAS DE ALUMINIO
- VENTA DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCION
- VENTA DE HORMIGON ELABORADO
- SERVICIO DE BOMBEO
- VENTA DE YESO, PUERTAS Y VENTANAS

www.suministrodeobra.com.ar



HIERROMAS

Tel. 0220 4830431 - Cel.: 11-3547-9745 | info@suministrodeobras.com.ar @SuministrodeObr facebook.com/suministro.deobras

3M Ciencia.
Aplicada a la vida.

Las peores condiciones, la mejor protección. 3M™ Cinta barrera y Agua.

3M™ Cinta Barrera Fuego y agua es la solución perfecta para mantener las juntas de la construcción protegidas del fuego, el humo, el agua y el sonido.

Su adherencia agresiva la mantiene pegada incluso en superficies húmedas y funciona con un adhesivo sensible a la presión.

Elegí la mejor opción para llevar tus proyectos a la perfección.



Fácil de aplicar.
(Sella y protege en simples pasos)



Mínimo desperdicio.



Diferentes tamaños de cinta para los rangos.



Se adaptan a superficies y obstáculos variables.



Elasticidad (Alargamiento de hasta 500%)



Uso en condiciones extremas.



Está probada y listada en UL e Interte según ASTM E2307, E1966 y E814, y cumple con el Código Internacional de Construcción.

#3MEIPoderDeHacer



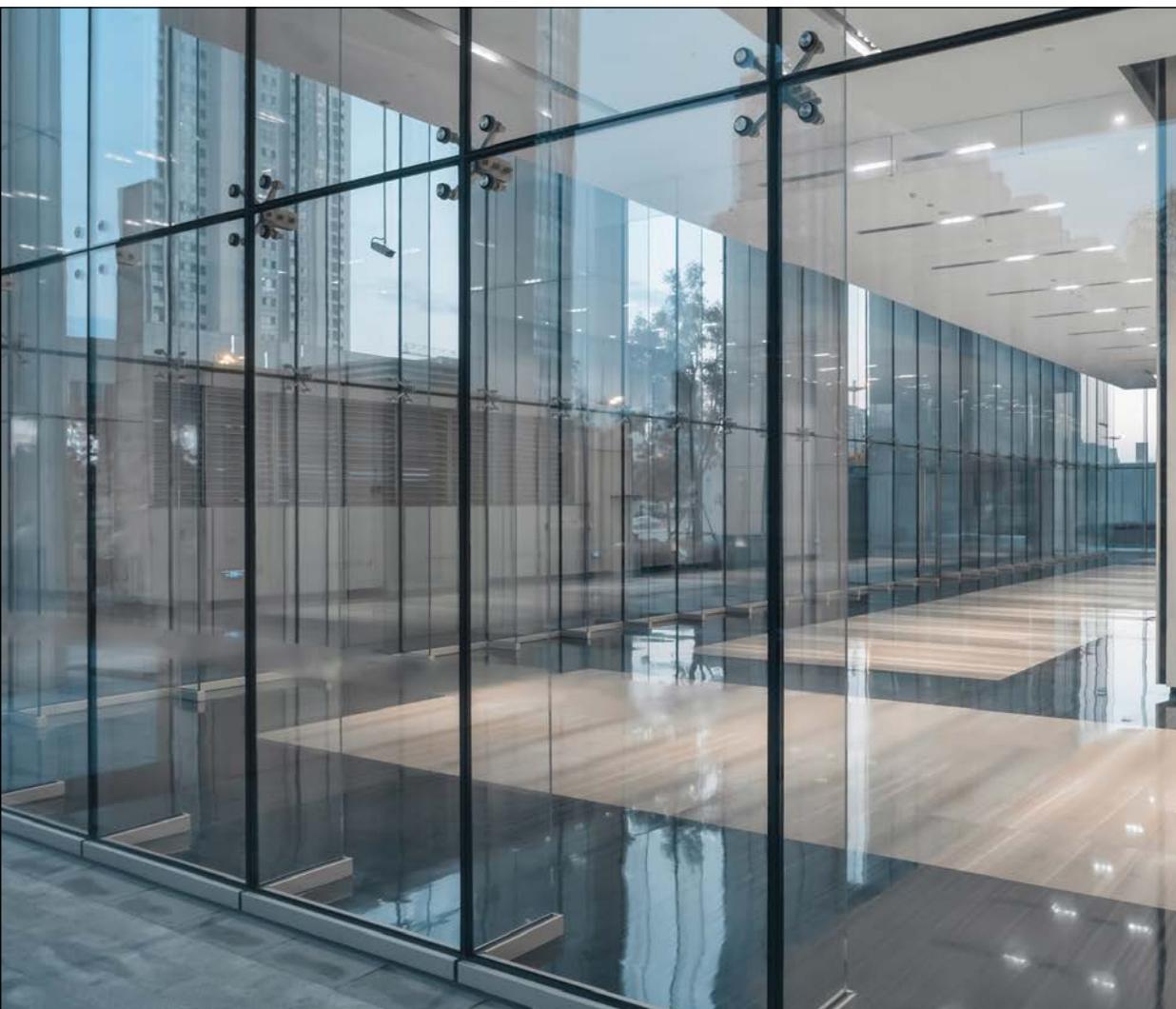
CALDERAS MIXTAS O PARA CALEFACCIÓN CENTRAL

Las calderas mixtas de tiro forzado o de cámara estanca ofrecen la posibilidad de abastecer, en un sólo equipo, agua caliente para consumo sanitario y agua caliente para calefacción. También contamos con modelos diseñados exclusivamente para generar agua caliente para calefacción que pueden utilizarse tanto para instalaciones con piso radiante como en aquellas que poseen radiadores.

Departamento de obras y atención a profesionales de la construcción
Dirección: Fondo de la Legua 253, San Isidro, Buenos Aires
Teléfono: (011) 4766-7431
E-mail: obras.ventas@orbis.com.ar

 orbisar  orbisargentina www.orbis.com.ar

ORBIS



= A =

A-GROUP
ABERTURAS DE CALIDAD

ALUMINIO || PVC || CHAPA

 www.a-group.com.ar
 ventas@a-group.com.ar
 [agroup_aberturas](https://www.instagram.com/agroup_aberturas)
 +54.911.3641.0073
 02320.36.5225

KRASUK S.R.L.

MÁS DE 30 AÑOS COMERCIALIZANDO LAS PRIMERAS MARCAS DEL MERCADO

compriband

DURLOCK

ISOLANT
Aislantes

Ternium

Emapi

ISOVER

LA CONSTRUCCIÓN DEL FUTURO

CHAPAS CONFORMADAS GALVANIZADAS/CINCALUM/COLOR/LISAS/ PLÁSTICAS/ TEJADO METÁLICO
PERFILES C y U | CAÑOS ESTRUCTURALES | AISLANTES | LANA DE VIDRIO | POLICARBONATOS
ZINGUERÍA | INSUMOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE TECHOS | MATERIALES PARA CONSTRUCCIÓN EN SECO

📍 Av. Bartolomé Mitre 3261, Munro, Vicente López, Buenos Aires 📞 4762-6001/0695 ✉ info@krasuk.com.ar 🌐 www.krasuk.com.ar



**FORTE
DEI MARMINI**
MÁRMOLES & GRANITOS



Av. del Libertador 7300 - CP 1429 | Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Argentina
Tel. / Fax.: 4702-0784 | info@fortedeimarmi.com.ar | fortedeimarmi.com.ar

/marmoleriaforte 
@marmoleriaforte 

construnort®

cn DESIGN

ATENCIÓN
A GRANDES
OBRAS



+54-911-2720-5712



acopiograndesobras@construnort.com.ar



f | construnort.com.ar | cnd.com.ar

MÁS DE
15 AÑOS EN
EL MERCADO
DE VENTAS DE
MATERIALES PARA
LA CONSTRUCCIÓN

También contamos con la
más amplia variedad en
terminaciones, porcelanatos,
pisos, griferías y sanitarios.

SHOWROOM PALERMO

Fitz Roy 2237
Palermo (CABA)
+54 9 11 5062-8109

SUCURSAL TIGRE

Av. Liniers 2850
Tigre (Prov. Bs.As.)
+54 11 4506-9305

SUCURSAL PILAR

Honorio Pueyrredón 5025
Pilar (Prov. Bs.As.)
0230-4464465

SUCURSAL ESCOBAR

Av. Gral San Martín 2534
Escobar (Prov. Bs.As.)
+54 11 4167-2006

SUCURSAL ZELAYA

Calle Petrochi 5302
B°C, San Sebastián
+54 9 11 5580-3286

SHOWROOM NORDELTA

¡PRÓXIMAMENTE
APERTURA!

yukon

75º aniversario 1944-2019

011 4555 5100
yukonargentina.com.ar

Somos protagonistas principales cualquiera sea la obra.

LLANA
pinturas y revestimientos

www.pqlana.com.ar
@productoraquimicallana
/pqlana

4743-2017 (LR)

**PINTURERIAS
QUIMTEX
EXPRESS**

CALEFACCIÓN

ABELSON

DESDE 1965 TRABAJANDO CON SERIEDAD

CONSULTE PLANES DE FINANCIACIÓN



SUCURSALES

CABA
MATHEU

ESCOBAR
OLIVOS

PILAR
NORDELTA

TRIANGULAR

Líder en Calefacción & Agua Caliente



@abelsonargentina

Eco 4S

Solo calefacción y doble servicio

Potencia y durabilidad al alcance de tu hogar.

Main 5

Doble servicio. 25.854 kcal/h

Una solución integral en
dimensiones compactas.

AR-G120

Termotanque multigas

Ariston ofrece la mayor garantía del mercado.

Andris Lux

Termotanque eléctrico mural

Mayor eficiencia energética, medidas
más compactas y máximo confort.

ARISTON

THERMO GROUP



/www.abelson.com.ar



Camino Gral. Belgrano 1910, Parque Industrial ACE 12, Berazategui | (54-11) 4351-2147 | herenciadecampo@herenciadecampo.com.ar www.herenciadecampo.com.ar

TecnoAndamio®

Plataformas de cremallera

Montacargas y ascensores de obra

Alquiler y venta de balancines manuales y eléctricos

Pres. Tte. Gral. J. D. Perón 537, 5ºP
CABA, Buenos Aires, Argentina
+54 9 11 4447 7725
info@tecnoandamio.com.ar

KALLAY

Cerraduras y Cerrojos

Soluciones integrales de cierre y equipamiento de puertas.
Pasión y compromiso al servicio de la excelencia.

WWW.KALLAY.COM

Amenedo 2048 (B1845BZF) | José Mármol | Bs. As. Argentina | Tel/Fax + (5411) 4214.3000 | info@kallay.com

Seguinos @ f v

MaderWil S.A.
PLACAS Y MADERAS

+54 911 6045.5681

Encofrados | Pisos | Techos | Decks | Escaleras | Construcción en seco | IMPORTACIÓN-EXPORTACIÓN

mercado libre mercado pago ENVIO A TODO EL PAÍS ARAUCO Tapebicuá Grandis OSB Superboard FA PLAC Sadepan Melamina MDF GUILLERMINA MDP FIPLASTO PAINTA ISOVER

Cientes del interior entregas en expresos sin cargo

Cno. Gral. Belgrano 4629, Lanús este, Buenos Aires | (011) 4289-1515 | info@maderwilonline.com.ar | www.maderwilonline.com.ar

Firestone
BUILDING PRODUCTS

**MEMBRANA IMPERMEABILIZANTE
UltraPly TPO de Firestone**

Diseñada específicamente para techos planos que le permitirá resolver definitivamente las filtraciones.



www.grupoaislar.com
011 4293-7330
contacto@aislarweb.com.ar



finder
SWITCH TO THE FUTURE

Controlá lo que quieras, de forma remota o con tu voz

YESLY TIME FOR COMFORT LIVING

YESLY | Gateway

WORKS WITH amazon alexa works with the Google Assistant



Serie 13 YESLY
Relé multifunción
bluetooth

Serie 15 YESLY
Dimmer
bluetooth



YESLY | Accesorios | BEYON 2 o 4 canales



CHIESE
SISTEMAS CONSTRUCTIVOS

SERVICIO DE MATERIALES EN SECO
PROFESIONALES - CONSTRUCTORES
INSTALADORES



Av. Alvarez Thomas 2166 (y M. Acha) CABA

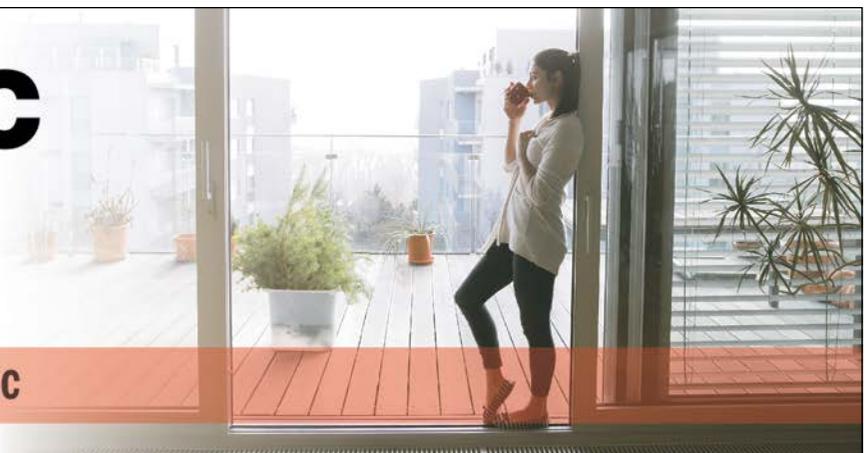
chiese@sion.com
Tel.: 4 554-6314/6660/6600
156-049-9956

MERCADO PAGO - VISA - CABAL - DEBITO

SOLICITE PRESUPUESTO

VERATEC

Sistemas de Puertas y Ventanas de U-PVC





**MATERIALES
Y SERVICIOS #93**

Showroom y Ventas:
Ruta 197 y Panamericana. El Talar de Pacheco.

Somos una empresa con más de 50 años de vigencia y referente del exigente mercado de la construcción.

Somos Foschia. Bien de Familia.

BAÑOS COCINA HOGAR GRIFERÍAS CONSTRUCCIÓN PISOS Y REVESTIMIENTOS

www.foschia.com.ar / obras@foschia.com.ar
4736-4000 int. 199 / +5491160123793 / +549115426-8213

| | | | | |
|---|--|---|-----------------------------------|---|
| Casa Central Ruta 197 y Panamericana (1618) El Talar de Pacheco | Suc. Munro Avda. Velez Sarsfield y Sgto. Baigorria | Suc. Escobar Independencia 250 y Colectora Este | Suc. Zárate Avda. Lavalle 1201 | Suc. Construcción Colectora Oeste esq. Italia El Talar de Pacheco |
|---|--|---|-----------------------------------|---|

**PEDRA
Flex**

Revestí hasta donde llegue tu imaginación

Argentina 4142 -(1754) San Justo
Buenos Aires - Argentina

(11) 2096-3919

www.pedraflex.com.ar

ventas@pedraflex.com.ar

Pedraflex Argentina

pedraflex_argentina

**CONSTRUCCIÓN
EN SECO**

CHAPAS

TODO LO QUE NECESITÁS EN TU OBRA

STEEL FRAME

REVESTIMIENTOS

VENTAS@COMERCIALNORTE.COM.AR
WWW.COMERCIALNORTE.COM.AR

02304-474-127

Alumbrado Público

Estaciones de Servicio

Áreas Deportivas

5 AÑOS
GARANTÍA

Buenos Aires
Argentina

(011) 4764-6365
+54 9 11 6964 2615

info@luzindustrial.com
luzindustrial@hotmail.com

www.luzindustrial.com

Fabricación y distribución de materiales eléctricos

INDUSTRIA NACIONAL

LUZ INDUSTRIAL



Hydro

Nombre del Proyecto: Casa B.T.
Oficina de Arquitectura: Estudio Jorgelina Tortorici Arq. Nicolás Lanza Arq.

HA 110 RPT

Rompiendo el molde de la eficiencia energética

La Ruptura de Puente Térmico (RPT) es sinónimo de alta prestación. Nuestra línea HA 110 RPT es **innovación a un nuevo nivel** con tipologías de 2, 3 y 4 hojas, brindando **eficiencia energética a gran escala** para proyectos de todo tipo y tamaño.



¿Querés saber más sobre HA 110 RPT?

Consultá nuestra red de distribuidores en hydro.com/es-AR.

Y no olvides preguntar por nuestras otras líneas **R640 RPT** y **HA 62 RPT**.

hydro.com/es-AR ☎ 0800 222 HYDRO (49370) [f /HydroenArgentina](https://www.facebook.com/HydroenArgentina) [i hydroargentina](https://www.instagram.com/hydroargentina)

Máxima
PERFORMANCE
con la incorporación de la arquitectura
EcoStruxure™ en **Centro Empresarial Libertador**, la nueva torre de RAGHSA.

#CuálEsTuGranIdea
se.com/ecostruxure

Life Is On | **Schneider Electric**

Pisos y revestimientos vinílicos
Instalación y supervisión de obras

GUMMA
LÍDER EN REVESTIMIENTOS VINÍLICOS

MEDICAL INDUSTRY SPORTS DECO PISOS TÉCNICOS

Tel. +54 11 4571 1551 [@gumma.official](https://www.instagram.com/gumma.official)
ventas@gumma.com.ar www.gumma.com.ar

IMPORTADOR DIRECTO | VENTA A TODO EL PAÍS | HACEMOS COLOCACIONES EN OBRA | SOLICITE LISTA DE PRECIOS MAYORISTAS

BAIT PISOS & DECO | Porcellanatos y Cerámicos | Pisos Flotantes
| Pisos Vinílicos (LVT, SPC) | Pisos de Madera Prefinished

Holzböden German Quality Flooring
BLUETILES PORCELLANATOS

info@baitpisos.com.ar ☎ (011) 5272-5140 ☎ 11-6448-2020 🌐 www.baitpisos.com.ar 📍 Showroom: Fitz Roy 2179, Palermo, CABA [@baitpisos](https://www.instagram.com/baitpisos)

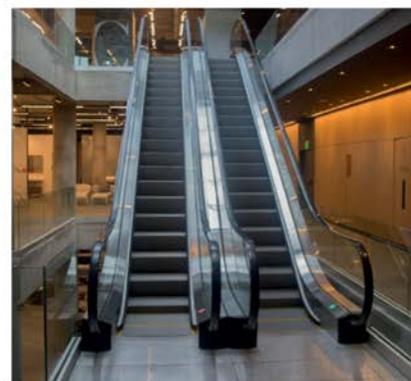


SERVAS

Ascensores Servas S.A.

Vanguardia tecnológica a la altura de las grandes obras

Casa Central: Alsina 901, Ciudad de Buenos Aires
+54 011 6841-3880 | www.servas.com



kipton
COCINAS, HORNOS Y ANAFES ELÉCTRICOS

+54 911-2888-3516
kiptoncocinas@gmail.com
www.kipton.com.ar



GRUPO COSMOS
SOLUCIONES PARA LA CONSTRUCCIÓN

- PISOS VINÍLICOS ARMSTRONG
- PISOS FLOTANTES Y VINÍLICOS CLICK
- PISOS ANTIÁCIDOS
- ALFOMBRAS
- CIELORRASOS DESMONTABLES
- CERÁMICOS Y PORCELANATOS



Sarmiento 4302 - (C1197AAN) CABA- Argentina (+5411) 4862 5599
info@grupocosmos.com.ar www.grupocosmos.com.ar

PRODUCTOS QUÍMICOS PARA LA CONSTRUCCIÓN

CONTAMOS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA BRINDANDO SOLUCIONES AL MUNDO DE LA CONSTRUCCIÓN.

TEL.: (54 11) 4647-0077
info@legatec.com.ar
WWW.LEGATEC.COM.AR

SOLUCIONES
EXCELENCIA
RAPIDEZ

| | | |
|--------------------------|-------------------------|-------------------------|
| ADITIVOS PARA HORMIGÓN | REPARACIÓN Y PROTECCIÓN | ADITIVOS PARA MORTEROS |
| GROUTING | PISOS | SELLADORES |
| AUXILIARES PARA HORMIGÓN | IMPERMEABILIZACIÓN | ADHESIVOS E INYECCIONES |



Vedek
Revestimientos

www.vedek.com.ar

TENDENCIA EN REVESTIMIENTOS:

- Mármol Travertino
- Piedra Bali
- Mesadas de Cuarzo
- Piedra Natural Murete
- Porcellanatos
- Venecitas

☎ 0230-4385140/1 📞 011-6696-1726 @ info@vedek.com.ar
📍 Cayetano Beliera 3074, Pilar, Buenos Aires, Argentina.

REFRIGERACION LOPE DE VEGA

FAMILIAR - COMERCIAL - INDUSTRIAL - AIRE ACONDICIONADO

ALCARAZ 5476 - VILLA LURO WWW.REFRIGERACIONLV.COM.AR 4567-4535 (LINEAS ROTATIVAS)

















Banhero Sanitarios

Porcellanatos - Cerámicos - Griferías -
Loza sanitaria - Agua - Gas - Incendio -
Desagüe - Calefacción - Tanques - Termos



bancherosanitarios.com.ar



DETECCIÓN PREVENCIÓN EXTINCIÓN

VENTA, INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO
DE MATAFUEGOS E INSTALACIONES FIJAS
CONTRA INCENDIOS



**CAYBER
COMERCIAL**





Av. 60 N° 467 La Plata
Telefax: (0221) 421-3361 Rot.
ventas@cayber.com.ar
www.cayber.com.ar | f

LUN A VIE: 8 A 17:30 HS.
SAB: 8 A 12:30 HS.

estudio@paica.com.ar



MATERIALES
Y SERVICIOS #93

PROTEX

► Pisos cementicios | Revestimientos | Impermeabilizantes | Selladores www.protexargentina.com

MAXEL
COCINAS & CLOSETS

Dpto. de Obras & Grandes Emprendimientos
(54 11) 4485-3030
obras@placaresmaxel.com.ar
www.placaresmaxel.com.ar

DOME C
UNA ELECCIÓN PARA SIEMPRE

SUIPACHA 1111 PISO 15 - CABA / TEL. (011) 4315 1881
WWW.DOME C.COM.AR

TARQUINI
INNOVACIÓN EN REVESTIMIENTOS

WWW.TARQUINI.COM.AR

ELECTRICIDAD PANAMERICANA
B.S.A.S. ARGENTINA

Somos una empresa dedicada a la comercialización de productos, suministros y materiales eléctricos a nivel civil e industrial.
Envíos con flota propia. Amplio Stock.

Av. Avelino Rolón 1099 - Boulogne, San Isidro
Tel: 011 4765 8865 / 54 9 11 2657 5696
www.electricidadpanamericana.com.ar

Vier Abinet
MADERAS & CONSTRUCCIÓN

Más de 20 años de experiencia en soluciones a medida.

CONSTRUCCIÓN EN MADERA
Pisos | Techos | Mobiliario | Revestimientos | Decks

Euler 2576, Tortuguitas, Bs. As. Tel: 0800-345-8552
ventas@vierabinet.com www.vierabinet.com

Representante y distribuidor de: **osmo** **KEIM** OFICIAL PARTNER

SHERWIN WILLIAMS

CUBREN LA TIERRA

www.sherwin.com.ar

f t y p i

SAN MARZANO
Naturaleza y Ecología
www.sanmarzano.com.ar

- PISOS FLOTANTES
- PREFINISHED DE MADERA NATURAL
- VINÍlicos CLICK SPC
- PORCELANATOS
- CÉSPED SINTÉTICO
- MOLDURAS DECORATIVAS
- ZÓCALOS Y VARILLAS DE TERMINACIÓN
- REVESTIMIENTOS DE PARED

VENTA E INSTALACIÓN

- 📍 Cuenca 1817 (CABA)
- ☎ 11-3221-2157 📞 11-4980-5697
- ✉ info@sanmarzano.com.ar

Atención a profesionales y particulares

LLEGAS A TU CASA, LLEGAS A TU MUNDO.

CONSTRUÍ TU MUNDO EN
www.ceramicasanlorenzo.com.ar

f t y p i

HERENCIA URBANA Crema PORCELANATO SAN LORENZO

Emapi 68 años liderando el mercado de Impermeabilizantes y Pinturas para Hogar y Obra

OXIFLEX
ASFALTO DE APLICACIÓN EN GALANTE

EMACRIL MEMBRANA LÍQUIDA (POLIURETÁNICA)

MACÁ P PASTA ASFÁLTICA ESPECIAL

MEMBRANA ASFÁLTICA EMACOBER AL 1

LOOK

HD LATEX INTERIOR PREMIUM

TEX COLORS

MADERA

www.emapi.com.ar



CONCRETUS
www.concretus.net
Adoquines premoldeados de hormigón,
para todo tipo de obras.

+ 54 11 3422 2211 Presupuestos al instante en todas nuestras líneas de contacto. ✉ ventas@concretus.net

Bompani
MODENA

cooking solutions
cookingsolutions.com.ar
info@conectech.com.ar
☎ 11 4756 5777

ELECTRO LOURDES

MATERIALES ELÉCTRICOS Y ARTEFACTOS
DE ILUMINACIÓN PARA LA CONSTRUCCIÓN

Av. Rivadavia 6131 C.A.B.A. - CP 1406. Buenos Aires
Tel./Fax 4631 1099/8385
www.electrolourdes.com.ar / electrolourdes@yahoo.com.ar

reno

Cocinas | Placares | Vestidores

- + de 60 años de trayectoria
- + de 2000 obras realizadas
- + de 50 franquicias en el país

✉ info@amoblamientosreno.com
📷 amoblamientos reno
🌐 amoblamientosreno.com

ENAS **ACROW**

APUNTALAMIENTO - PUNTALES - ENCOFRADOS - ANDAMIOS - VALLAS - CERCOS VENTA Y ALQUILER
www.enas.com.ar / Tel 0810 362 3627

Consultanos por tus proyectos lumínicos

Más de 30 años de experiencia en proyectos de iluminación

SOLUCIONES INTEGRALES

- Materiales eléctricos
- Cables
- Morserería
- Luminarias led interior/ exterior
- Fusibles
- Gabinetes
- Contactores
- Columnas



EXPERIENCIA Y CONFIABILIDAD



TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA



PROYECTOS A MEDIDA



Vieytes 1565
4301 0056 / 4301 3154
Ventas@enluz.net
www.enluz.net

CONTACTÁNOS

ISAE

Integrando Sistemas
Ahorrando Energía

Sistema BMS
Control de Acceso
Detección de Incendio
CCTV

Controle los consumos y los puntos críticos de su edificio a través de nuestra única plataforma de gestión y monitoreo.

www.velux.com.ar

Soluciones de ILUMINACIÓN NATURAL

Para todo tipo de techos



VELUX®
Ventanas para techos

ELECTRICIDAD AREV

MATERIALES ELÉCTRICOS E ILUMINACIÓN

WWW.ELECTRICIDADAREV.COM.AR
(011) 4371 - 0210
VENTAS@ELECTRICIDADAREV.COM.AR



Novat, TREFILCO, PHILIPS, BAW, ROKER, PHILCO, SICA, Schneider Electric, OSRAM, Lucciola, ARTELUM, Lumenac, TECLASTAR

Porcelanato Sur

Dr. Ricardo Balbín 4050, CABA, Buenos Aires
7513-4189 | info@porcelanatosur.com
www.porcelanatosur.com



Vinílicos



American Flooring

Porcelanatos



Porcelanato líquido

Industriales





Cryga S.A.

Instalaciones Electricas

- Proyecto
- Ejecucion

4300-3116
info@cryga.com.ar

yukon

75 aniversario
1944-2019

011 4555 5100
yukonargentina.com.ar

SPIRO®

LÍDER EN VENTILACIÓN



www.spiro.com.ar

CAB MAQ

Empresa líder en DEMOLICIONES Y EXCAVACIONES

15-6395-8716
15-6397-2257

Valorizamos su material
cotizacionescabmaq@gmail.com

QUITRAL

Climatización

Calefacción por Piso Eléctrico Radiante

- ✓ Bajo costo de instalación
- ✓ Control de Temperatura en cada Ambiente
- ✓ Sin mantenimiento

+54 11 5026-0290

(011) 2136-3873
www.quitral.com.ar

www.forsa.com.co

FORSA

SISTEMAS DE ENCOFRADOS
PARA LA CONSTRUCCIÓN
INDUSTRIALIZADA
DE VIVIENDA

Acceso Oeste (Col. Norte) Km 47,1 - Gral. Rodríguez - Buenos Aires
Marcello Chirizzolla: +54 911 2686 9379 | arquitectura@forsa.com.es

“Cualquier cosa que construimos terminan construyéndonos a nosotros”.

Jim Rohn

"Proporcionar arquitectura significativa no es parodiarse la historia, sino articularla".

Daniel Libeskind

Ricardo Ospital
Desde 1964

- Pisos y Revestimientos
- Muebles de Baños y Cocinas
- Aberturas
- Griferías
- Construcción en seco
- Sanitarios
- Climatización

Adrogué Av. H. Yrigoyen 13536
Canning Av. M. Castex 107

www.ricardoospital.com.ar

CRISOL
CLIMATIZACIÓN

Seguinos  

- CALDERAS
- RADIADORES
- TERMOTANQUES SOLARES
- PANELES SOLARES
- CLIMATIZADORES DE PISCINAS
- AIRE ACONDICIONADO
- ASESORAMIENTO

Av. de los Incas 4241 CABA - Buenos Aires
011 4551 8310
011 2816 2916
ventas@crisolclimatizacion.com
www.crisolclimatizacion.com

TECCHIONE

Mármoles | Granitos | Compactos

 **TECCHIONE_MGC**
 **Tecchione-Marmoleria**

4 5234 609
AV. CHOARRARÍN 670
WWW.TECCHIONE.COM.AR

GENROD instalaciones seguras

www.genrod.com.ar

"Deberíamos concentrar nuestro trabajo no sólo en problemas de viviendas de manera aislada, sino en viviendas que participan en nuestro trabajo diario y todas las demás funciones en la ciudad"

Alvar Aalto

DOMMARCO HNOS. S.A.
SOLUCIONES EN MADERA.

Presidentes Perón 1759 - San Justo - Buenos Aires
Tel.: (54-11) 4461 - 0622 (Lineas rotativas)
Fax.: (54-11) 4461 - 1233
info@dommarco.com.ar
www.dommarco.com.ar

AISLANTES | DECKS | FENOLICOS | MACHIMBRES | MADERAS | PISOS

LA MAYOR VARIEDAD DE PRODUCTOS, STOCK PERMANENTE, CALIDAD Y ATENCIÓN EXCLUSIVA



ABERCONST
ABERTURAS

sapa: by TECNOOIM PERFILES S.A.

**ALUMINIO | PVC | HERRERÍA
FACHADAS VIDRIADAS**

Merlo 172 - La Tablada - Buenos Aires
7505-0134 | 11 2744-8369
presupuestos@aberconst.com.ar
www.aberconst.com.ar
/aberconst | /aberconst_aberturas

ISOLTECH
ARGENTINA

**EQUIPOS PARA PRODUCCIÓN
Y BOMBEO DE CONTRAPISOS
LIVIANOS EN
CONCRETO CELULAR**

www.isoltechar.com | info@isoltechar.com | (0341) 458 7644

CIROC CALEFACCIÓN

www.ciroc.com.ar
+(54 11) 4726-8753 | 4726-8800 · info@ciroc.com.ar

TRIANGULAR
Líder en Calefacción & Agua Caliente

**SOLUCIONES 360°
EN CLIMATIZACIÓN**

Ahorra energía y m² en la instalación de equipos en tu obra

CALEFACCIÓN & AGUA CALIENTE
Sistemas individuales & centrales con calderas BAXI

AIRE ACONDICIONADO
Equipos con tecnología inverter DAIKIN

triangular.com.ar
/triangularclimatizacion

REALIZACION INTEGRAL

GRUPO **DACA**

Le Corbusier 3169 (B7500)
Área de Promoción El Triángulo
Buenos Aires, Argentina
tel.: 03327 52 5788
info@grupodaca.com.ar

CARPINTERÍAS
EN ALUMINIO
Y PVC

CAROSIO
METRO²

CONSTRUCCIÓN EN SECO | MATERIALES GRUESOS | INSTALACIONES | AMBIENTACIONES | HORMIGÓN ELABORADO | E-SHOP

Showroom Chascomús - Almirante Brown Nro 54
Corralón - Av. Juan Manuel de Rosas Nro 1527
Showroom ciudad de Dolores - Pueyrredón Nro 293

Chascomús 02241 425428 / Dolores 02245 441856
info@carosio.com.ar / dolores@carosio.com.ar
www.carosio.com.ar

Climatización Profesional

BGH

VRF
MULTISPLITS
ROOFTOP
CENTRALES



CALDERAS
AGUA FRÍA
CALEFACCIÓN

MITSUBISHI ELECTRIC
LENNOX



Seguinos en las redes
/isoterma

EXPERTOS en clima

ISOTERMA
El clima en tus manos.

Dr. Luis Belaustegui 4826 - CABA
Teléfonos: 4636-1867 / 4115-8134
mdobras@isoterma.com.ar
www.isoterma.com.ar

anclacentro | Ramos Mejía |

Línea premium



REVESTIMIENTOS
TEXTURADOS

Uso interior- exterior

DISTRIBUIDOR OFICIAL **anclaflex**

4469-2735 / 1550559930 Av. Gaona 2289 - RAMOS MEJÍA
anclacentroramosmejia@hotmail.com anclacentroramosmejia

BARRERA PROTECTORA
CONTRA EL AGUA

Barugel

DISEÑA TU MUNDO

Av. Figueroa Alcorta 7174 — obras@barugelazulay.com.ar

www.gricopanel.com.ar

100% PVC RÍGIDO

GRICODECKS LIBRE DE MANTENIMIENTO

ESPECIALISTAS EN PVC INDUSTRIA ARGENTINA



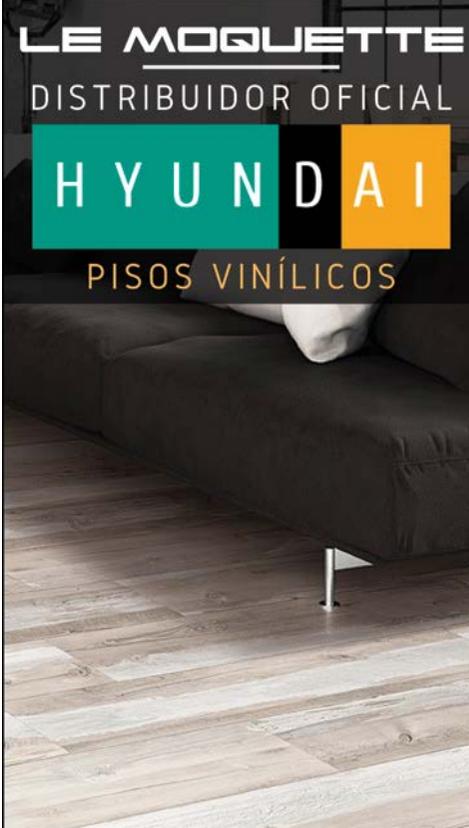
Mar del Plata - Buenos Aires ventas@gricopanel.com.ar
+54 223 4104662 +54 9 223 4008008 /gricodecks

LE MOQUETTE

DISTRIBUIDOR OFICIAL

HYUNDAI

PISOS VINÍLICOS



www.lemoquette.com.ar
(011) 4562-0304 / (011) 2003-8354

MARMOLERÍA Eduardo Galleano

LA CALIDAD DE 50 AÑOS EN EL RUBRO

OBRAS · COCINAS · BAÑOS · MUEBLES DE COCINA
PRESUPUESTAMOS EN OBRA

Fábrica, administración y ventas
Av. Eva Perón 4311, (1834) Temperley, Bs. As.
Tel/fax: (011) 4260-4100 (L.R.)
ventaspublicop@gmail.com

Exposición y ventas Lanús
Av. Hipólito Yrigoyen 5641, (1824)
Lanús - Tel/Fax: (011) 4249-9909
mgescalada@yahoo.com

Exposición y ventas Turdera
Av. Hipólito Yrigoyen 12095,
Turdera - Tel:(011) 4231-6607
mgturdera@gmail.com

www.marmoleriagalleano.com.ar



Ayron Energy
Grupos Electr6genos
GAS · DIESEL

ayronenergy.com
011-4742-5609

KOHLER

ENARGAS
ORIGIN
2
USA

GRANIMAR
MARMOLES Y GRANITOS

Servicios integrales de dise1o, colocaci3n y terminaci3n.
Realizamos trabajos sobre planos y damos soluciones para arquitectos y constructores.
Adem1s, atendemos refacciones y obras.

Trabajos de obra-Mesadas - Escaleras - Frentes - Pisos

S1nchez D. Bustamante 41 - 1824 Gerli Lan1s - Buenos Aires - Tel.: (011) 4208-7574

www.granimarmarmoles.com.ar

RIEL
AMERICANO

CORTINAS - TOLDOS - AUTOMATIZACIONES

rielamericano.com | [instagram.com/rielamericano](https://www.instagram.com/rielamericano)

www.matelectricos.com

materiales el6ctricos s.a.

L1deres hace 45 a1os en Acopios para empresas constructoras

Av. Asamblea 470/472, CABA, Argentina
Tel.: (+54 11) 5281-5600 l1neas rotativas
ventas@matelectricos.com

Antonio Zacar1as
FOT3GRAFO

Eventos
Teatro
Cine
Televisi3n

degalaproducciones@gmail.com
011-15-5881-4086 |

SOLUCIONES EN MADERA

(011) 4342-2557 | WWW.MADEINNOVA.COM | [f](#) [t](#)

MADE INNOVA

» Amoblamientos,
Escaleras, Pisos,
Decks y P3rgolas.

“La arquitectura comienza al poner dos ladrillos juntos cuidadosamente”

Ludwig Mies van der Rohe

eskabe

OFICINA COMERCIAL:
Dr. Nicolás Repetto 1545 (C1416CLI) C.A. de Bs. As.
Tel: (54 11) 4588-4200 Email: ventas@eskabe.com.ar



www.eskabe.com.ar INDUSTRIA ARGENTINA

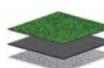
CALEFACCIÓN
AGUA CALIENTE
CALDERAS
COCINAS

la europea

Alfombras en rollo y en baldosas, **pisos** vinílicos, SPC, técnicos e ingenieriles
Revestimientos de pared y murales.
Mobiliarios para oficinas, sillas, escritorios, accesorios y **soluciones acústicas**.

Arenales 1415, C.A.B.A. | (+54) 011 4814 0123
 obras@laeuropea.com | hoteleria@laeuropea.com

www.laeuropea.com f i



TECNO palermo
TRATAMIENTOS IMPERMEABLES

LIDERES EN IMPERMEABILIZACIÓN

Distribuidores oficiales y aplicadores autorizados

Pintura en Altura

Impermeabilizaciones

Terrazas Verdes y Jardines Verticales

Pisos y revestimientos industriales

Piletas, Tanques y sótanos

Av. Córdoba 5049, Palermo, Buenos Aires
 ☎ (011) 4774 1889 | 4899-0347
 ✉ ventas@tecnopalermo.com.ar
 🌐 www.tecnopalermo.com.ar
 📱 /tecnopalermo

sistemailuminación

LUZ PARA CADA PROYECTO



Contacto: 113181-5551
 www.sistemailuminacion.com.ar / info@sistemailuminacion.com.ar



COCINAS Y ANAFES ELÉCTRICOS

ORIGEN



BAJO CONSUMO

ATENCIÓN OBRAS

📍 Sánchez de Bustamante 29 PB "B", CABA
 ☎ +54 911 5340-3444
 ✉ kakleten@yahoo.com.ar
 🌐 cromwellhogar.com.ar



Rentando

ALQUILER DE PLATAFORMAS
MÓVILES DE ELEVACIÓN
DE PERSONAS

SEGURIDAD EN ALTURA

FORMACIÓN PARA OPERADORES DE
PLATAFORMAS SEGÚN NORMAS
IRAM 3928-1 / ISO 18878

www.rentando.com

☎ 0810 345 5800



**MATERIALES
Y SERVICIOS #93**

Porcellanatos
Cerámicas
Vinyl Flooring
Prefinished

**IMPORTADOR DIRECTO
PISOS & REVESTIMIENTOS**

SOLICITE VENDEDOR A OBRA
011 4802-6303

CBN
PISOS
& REVESTIMIENTOS

SHOWROOM PALERMO
CABELLO 3627 - 7° F
CABA - Buenos Aires

www.cbnpisos.com.ar

**Antonio
Zacarias**
FOTÓGRAFO

Eventos
Teatro
Cine
Televisión

degalproducciones@gmail.com
011-15-5881-4086

"Damos forma a nuestros edificios,
luego ellos nos dan forma a
nosotros".

Winston Churchill.

DG DIEGER S.A.
TERMOMECÁNICA

Proveedores e instaladores
de sistemas **VRV** y **VRF**

RESIDENCIAL,
COMERCIAL E
INDUSTRIAL

ATENCIÓN ESPECIAL A CONSTRUCTORAS Y ARQUITECTOS.
SOMOS UNA EMPRESA DEDICADA AL HVAC.

| | | |
|------------------------|------------------|------------------|
| INGENIERÍA Y PROYECTOS | PUESTA EN MARCHA | SERVICIO TÉCNICO |
| VENTAS | INSTALACIONES | MANTENIMIENTO |

Gral. Pico 1140 Lanús Este | Tel/Fax: 2068-3450 / 4880-3806 | ventas@dieger.com.ar www.dieger.com.ar

SPOTSLINE
ILUMINACIÓN PROFESIONAL

www.spotsline.com.ar [@Spotsline_iluminacion](https://www.instagram.com/Spotsline_iluminacion)

SPL
DISTRIBUIDORA

www.spldistribuidora.com.ar

"Creo que las limitaciones son muy importantes. Son positivas porque te llevan a buscar una solución"

Charles Gwathmey

"Mis edificios serán mi legado,
hablarán por mí mucho después
de que me haya ido"

Julia Morgan

UNA VIDA DE RELAX
HIDROMASAJES Y SAUNAS

www.aquaglass.com.ar

Aquaglass
WHIRLPOOL SYSTEMS

Alsina 1669
(Calle N° 103)
San Martín, Buenos Aires

(54 11) 4874 4172 | 4874 4187/88/89

“Si tienes total libertad, estás en problemas. Es mucho mejor cuando tienes algunas obligaciones, disciplina, reglas. Cuando no tienes reglas, comienzas a construir tus propias reglas”

Renzo Piano

vadex

calidad en revestimientos

www.vadex.com.ar
General Savio 2431, San Martín, Buenos Aires
011-5368-8279/80/81 | info@vadex.com.ar

REVESTIMIENTOS PLÁSTICOS,
IMPERMEABILIZANTES
PINTURAS
COMPLEMENTOS CONSTRUCTIVOS

FENSTER

SOLUCIONES EN CARPINTERIAS DE ALUMINIO & PVC

ASESORAMIENTO - COMPROMISO - EXCELENCIA

presupuestos@fenster.com.ar | /AberturasFenster | /aberturasfenster
www.fenster.com.ar

“Los detalles no son detalles. Los detalles son el diseño”

Charles Eame

“La arquitectura debería hablar de su tiempo y lugar, pero anhelar la atemporalidad”

Frank Gehry



VITE

PORCELLANATO

www.viteporcellanato.com

SAN MARTIN
Conexión a la mejor solución

Especialistas en la **comercialización, distribución e integración de productos eléctricos, electrónicos y de iluminación profesional.**

Av. San Martín 1621, Ramos Mejía, Bs. As., Argentina | (54 11) 4658-2304 / 0800-333-7197
elecsanmartin.com | store.elecsanmartin.com | info@elecsanmartin.com

FEGIME
LATAM

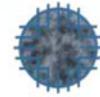
“Belleza y placer son componentes básicos del arte, aunque muchos me consideren fuera de moda porque quieren expandir la idea del arte, buscando tocar las emociones de otras maneras. Pero yo prefiero definir obras de arte sólo a aquellas que de algún modo me conmueven, tocan mis fibras íntimas”

César Pelli



"Hoy en día, muchas etiquetas vehementes que predominaron durante décadas han dejado de funcionar. Dudo mucho que algún arquitecto se defina hoy como funcionalista y no creo tampoco en los ideales absolutistas, que tanto daño le han hecho al ser humano"

César Pelli



Tecnococons s.a.
Tecnología aplicada a la construcción



Concreto Celular Liviano

Contrapiso - Carpeta Monolítico
Carpetas Bombeadas.

Revoques Proyectables

La agilidad de hoy con la terminación de siempre.

Pisos Industriales

La alternativa más resistente con el mejor acabado superficial.

Tel/Fax: (011) 4777-0474 | (011) 4943-5221 / 5237 info@tecnococonsa.com.ar - www.tecnococonsa.com.ar

Seguinos en:



expo sur
aberturas

Carpintería de alta prestación



Tel.:4232-8084

Mariano Castex 58 - Canning
exposuraberturas@gmail.com
www.exposuraberturas.com.ar

"La madre del arte es la arquitectura. Sin la arquitectura de nuestro propio ser no tenemos alma de nuestra propia civilización".

Frank Lloyd Wright

MKT
DE OBRAS




retak®
Construyendo futuro

retak®, el ladrillo blanco líder del mercado, es la elección más inteligente para construir tus proyectos, asegurando el máximo confort térmico con el mínimo consumo de energía.

www.retak.com.ar



LISTADO DE OBRAS

#YOME QUEDO ENCASA



+54 911 6443.5311

| PÁGINA | EMPRESA | RUBROS |
|--------|--------------------------------------|--|
| 74 | 3M | Selladores - Barreras contra incendio - Productos para construcción en seco y fachadas |
| 75 | A GROUP ABERTURAS | Aberturas aluminio - Aberturas PVC - Frentes Vidriados |
| 90 | ABERCONST | Aberturas PVC, Aluminio - Herrería de Obra - Fachada Vidriada |
| 95 | ABERTURAS FENSTER | Aberturas |
| 77 | ABESLON | Sanitarios - Gas - Calefacción - Incendio |
| 79 | AISLACIONES DOBLE VIDRIADO HERMETICO | Membrana Impermeabilizante |
| 16 | ALFOMBRAS ATLANTIS | Alfombras - Alfombramientos - Revestimientos |
| 9 | ALMACEN SECO | Const. en Seco - Materiales y serv. para la construcción - Herramientas Eléctricas- Ind. Metalúrgica |
| 18 | ALUAR | Aluminio - Aberturas |
| 68 | AMANCO | Sanitarios, Productos y Accesorios |
| 86 | AMOBAMIENOS RENO | Amoblamiento para Cocina - Placards y Vestidores |
| 91 | ANCLA RAMOS MEJÍA | Pinturas - Revestimientos - Micropisos - Pisos vinílicos |
| 92 | ANTONIO ZACARÍAS | Fotografía |
| 94 | AQUA GLASS | Bañeras - Hidromasajes - Receptáculos - Mamparas - Boxes de ducha - Saunas - Mini piscinas |
| 14 | ARCHIVOS ACTIVOS | Muebles para oficinas |
| 96 | ARDAL | Ladrillos |
| 13 | ASCENSORES COMPANY | Ascensores y Montacargas - Escaleras Mecánicas - Medios de Elevación |
| 82 | ASCENSORES SERVAS | Ascensores y Montacargas - Escaleras Mec.- Medios de Elevación - Grupos Electrónicos - Puertas Aut. |
| 92 | AYRON ENERGY | Energía, Grupos Electrónicos |
| 81 | BAIT PISOS & DECO | Porcelanatos - Pisos Vinílicos, Flotantes - Pisos de Madera Prefinished |
| 83 | BANCHERO SANITARIOS | Sanitarios - Grifería - Bachas - Cerámicas - Porcellanato - Cañerías - Tanques - Termotanques - Bombas |
| 91 | BARUGEL AZULAY | Sanitarios - Artefactos y Accesorios - Centro de Compras |
| 100 | BATEV 2021 | Exposición Internacional de la Construcción y la Vivienda 2021 |
| 86 | BOMPANI | Cocinas |
| 88 | CABMAQ | Demoliciones - Excavaciones |
| 29 | CAMBRE | Materiales Eléctricos - Materiales Electrónicos |
| 83 | CAYBER | Instalaciones contra incendio - Equipos y elementos - Matafuegos - Mangueras |
| 94 | CBN PISOS Y REVESTIMIENTOS | Pisos - Revestimientos - Pisos Flotantes - Pisos de Madera |
| 82 | CERÁMICA COSMOS | Pisos - Cielorrasos - Revestimientos |
| 85 | CERAMICA SAN LORENZO | Cerámicas - Pisos - Revestimientos |
| 73 | CERRADURAS PRIVE | Cerraduras - Candados |
| 79 | CHIESE SISTEMAS CONSTRUCTIVOS | Durlock - Carpintería de aluminio |
| 90 | CIROC | Calefacción por aire caliente y radiación |
| 80 | COMERCIAL NORTE | Materiales para la Construcción |
| 86 | CONCRETUS | Adoquines premoldeados de hormigón |
| 77 | CONSTRUNORT/CONSTRUNORT DESIGN | Materiales de construcción / Terminaciones |
| 89 | CRISOL | Climatización |
| 93 | CROMWELL | Cocinas - Hornos de embutir - Anafes vitrocerámicos |
| 88 | CRYGA | Instalaciones Eléctricas |
| 17 | DAIKIN ARGENTINA | Sistemas de climatización |
| 94 | DIEGER TERMOMENCANICA | Aire Acondicionado - Calefacción |
| 84 | DOMEC | Cocinas |
| 89 | DOMMARCO | Maderas - Encofrados - Pisos de Madera - Techos - Machimbres - Decks |
| 6 | EGGER ARGENTINA FEELWOOD | Terminaciones |
| 19 | EGGER ARGENTINA OSB 2 | Terminaciones |
| 70 | ELCA SEGURIDAD ELECTRÓNICA | Detección de Incendio - Control de Acceso - Portero visor - Video vigilancia |
| 87 | ELECTRICIDAD AREV | Materiales eléctricos - Iluminación - Redes |
| 84 | ELECTRICIDAD PANAMERICANA | Materiales eléctricos - Iluminación residencial, industrial y comercial |
| 95 | ELECTRICIDAD SAN MARTÍN | Productos eléctricos y electrónicos - Iluminación |
| 86 | ELECTRO LOURDES | Materiales eléctricos - Artefactos de iluminación |

| PÁGINA | EMPRESA | RUBROS |
|---------|-------------------------------------|--|
| 85 | EMAPI | Membranas impermeabilizantes - Pinturas |
| 86 | ENAS | Andamios y estructuras tubulares - Encofrados |
| 87 | ENLUZ | Proyectos y distribución de Materiales eléctricos |
| 93 | ESKABE | Calderas, calefones y termotanques - Estufas y calefactores - Cocinas, hornos y anafes - Paneles eléctricos |
| 96 | EXOSUR | Aberturas Aluminio - Aberturas PVC - Vidrios DVH |
| 79 | FINDER | Componentes eléctricos - Automatización |
| 7 | FLORENCIA | Electrodomésticos |
| 88 | FORSA | Soluciones de Ingeniería - Encofrados - Andamios |
| 76 | FORTE DEI MARMI | Mármoles y Granitos - Pisos - Revestimientos |
| 80 | FOSCHIA | Sanitarios - Griferías - Cerámicas - Porcellanato - Materiales para la construcción |
| 3 | GEA GROUP | Pisos vinílicos comerciales, residenciales, deportivos, hospitalarios e industriales - Revestimientos |
| 21 | GEATECH | Inversores - Cargadores - Baterías y Paneles Solares - Energías Renovables |
| 89 | GENROD INSTALACIONES SEGURAS | Eléctrico - Construcción - Diseño |
| 92 | GRANIMAR | Mármoles y Granitos - Mesadas - Revestimientos |
| 91 | GRICO DECKS | Piscinas - Paisajismo - Pisos Deck de PVC - Revestimientos |
| 90 | GRUPO DACA | Carpintería de Aluminio y PVC - Curtain Wall |
| 15 | GRUPO UNICER | Aislación térmica y acústica - Ladrillos cerámicos - Materiales para la construcción - Techos - Viguetas |
| 81 | GUMMA | Revestimientos - Pisos |
| 78 | HERENCIA DE CAMPO | Horno a gas - Parrillas - Asadores - Accesorios |
| 81 | HYDRO | Sistemas de carpinterías de aluminio |
| 69 | IDEAL SANITARIOS | Sanitarios, Artefactos y Accesorios |
| 8 | ILVA | Cerámicos - Pisos - Revestimientos |
| 87 | ISAE | BMS - Detección de Incendios - CCTU Acceso - Monitoreo Energía |
| 90 | ISOLTECH ARGENTINA | Contrapisos - Bloques - Encofrados - Equipos |
| 91 | ISOTERMA | Aire Acondicionado |
| 78 | KALLAY | Cerraduras - Cerrojos - Pestillos |
| 82 | KIPTON | Equipamiento de cocción eléctrico: Cocinas - Hornos - Anafes |
| 76 | KRASUK | Chapas y zinguería - perfiles y caños estructurales - Construcción en seco |
| 93 | LA EUROPEA | Alfombras y alfombramientos - Revestimientos |
| 91 | LE MOQUETTE | Alfombras y Alfombramientos - Pisos Vinílicos |
| 82 | LEGATEC | Productos químicos para la construcción - Aditivos - Selladores - Adhesivos |
| 71 | LIPA | Puertas Placas, Frentes de Placard, Corredizas Externas y de Embutir |
| 70 | LONGVIE | Cocinas, Hornos y Anafes - Estufas y Calefactores - Termotanques |
| 80 | LUZ INDUSTRIAL - DIMEC - ARQUILED | Fabricante y Distribuidor de artefactos Led - Lámparas y Tubos Led |
| 92 | MADE INNOVA | Industria Maderera |
| 78 | MADERWIL | Maderas y placas - Encofrados - Construcción en seco - Pisos y techos |
| 91 | MARMOLERIA EDUARDO GALLEANO | Mesadas - Revestimientos - Mármoles y granitos |
| 77 y 88 | MATAFUEGOS YUKON - BATALLES | Equipamiento - Accesorios - Elementos contra incendios |
| 92 | MATERIALES ELÉCTRICOS | Materiales eléctricos |
| 84 | MAXEL COCINAS y CLOSETS | Amoblamientos para cocinas - Placard - Muebles de Baños |
| 23 | METALES DEL TALAR | Aluminio - Aberturas - Perfiles |
| 20 | MOSAICOS ALVAREZ | Baldosas y mosaicos - Mármoles y granitos - Revestimientos |
| RCT | NAVARRO ACHE | Porcelanatos - Baños |
| 87 | NOVACAR - PORCELLANATO SUR | Pisos flotantes - Porcellanatos - Revestimientos - Servicios de aplicación |
| 75 | ORBIS | Cocinas, Hornos, Anafes - Termotanques, Calefones, Calefactores - Calderas murales para calef. y H2O - Energía solar térmica |
| 68 | OTIS | Ascensores - Medios de Elevación |
| 80 | PEDRAFLEX | Revestimientos - Pisos |
| 4 | PLAC CORR | Aberturas - Puertas placa - Interiores y Frentes de placard - Puertas de seguridad |
| 77 | PROD. QUIMICA LLANA Y CIA - QUIMTEX | Pinturas y Pinturerías - Revoques Plásticos - Revestimientos |

| PÁGINA | EMPRESA | RUBROS |
|--------|--------------------------------|---|
| 84 | PROTEX | Impermeabilizantes - Aditivos para hormigón - Pisos y revestimientos - Adhesivos, pinturas industriales |
| 69 | PUERTAS PENTÁGONO | Puertas Blindadas |
| 88 | QUITRAL CLIMATIZACIÓN | Climatización |
| 83 | REFRIGERACIÓN LOPE DE VEGA | Sistemas de climatización |
| 93 | RENTANDO | Plataformas de Elevación |
| 12 | RHEEM - SAIAR - SHERMAN | Calderas, Calefones y Termotanques - Termotanques Solares |
| 89 | RICARDO OSPITAL | Climatización - Revestimientos - Materiales para la Construcción |
| 92 | RIEL AMERICANO | Cortinas - Cortinados |
| 11 | ROCA ARGENTINA | Porcelana Sanitaria - Grifería y Muebles - Bañeras e Hidromasajes |
| 71 | ROCA GRIFERÍA | Grifería y Accesorios - Sanitarios, Artefactos y Accesorios |
| 85 | SAN MARZANO - DECO SAN MARZANO | Pisos - Construcción - Decoración |
| 90 | SANITARIOS CAROSIO | Materiales para la construcción - Pisos y revestimientos - Sanitarios y grifería - Aberturas |
| 81 | SCHNEIDER ELECTRIC | Materiales Eléctricos, Artículos y Accesorios (fabricantes) |
| 85 | SHERWIN WILLIAMS | Pinturas |
| 93 | SISTEMAS ILUMINACIÓN | Iluminación, artefactos - Proy. lumínicos - Iluminación led - Iluminación solar (ext.) |
| 10 | SODIMAC | Materiales para la Construcción |
| 88 | SPIRO | Premoldeados de Cemento |
| 94 | SPOTS LINE | Iluminación - Luminarias comerciales - Producción luminarias para industria - Luminarias para el hogar |
| 74 | SUMINISTRO DE OBRAS | Hormigón Elaborado - Fábrica de pisos cementicios - Electricidad - Materiales para la Construcción en general |
| 84 | TARQUINI | Revestimientos |
| 89 | TECCHIONE | Marmolería |
| 78 | TECNOANDAMIO | Plataf. de cremallera - Montacargas - Ascensores de Obra - Alquiler/venta de balancines man. y eléct. |
| 96 | TECNOCONS | Contrapisos Celulares Livianos - Revoques Proyect. - Pisos Ind. - Contrapisos carpetas monolíticos |
| 93 | TECNOPALERMO | Tratamientos Impermeables - Materiales y Servicios |
| RT | TECNOPERFILES | Aberturas y Perfiles de PVC |
| 5 | TEKNO BOMBA | Construcción - Revestimientos - Maquinarias |
| 90 | TRIANGULAR | Calderas - Radiadores - Pisos Radiantes |
| 72 | TUCSON | Pisos y revestimientos - Sanitarios y grifería - Amoblamiento para baño y cocina - Mármoles, granitos y cuarzos |
| | SPIRO | Premoldeados de Cemento |
| 95 | VADEX | Pinturas - Revestimientos - Impermeabilizantes |
| 83 | VEDEK REVESTIMIENTOS | Pisos - Revestimientos |
| 87 | VELUX | Ventanas para techos (planos inclinados) - Túneles solares - Paños Fijos |
| 79 | VERATEC | Sistemas de Puertas y Ventanas de U-PVC |
| 85 | VIER-ABINET | Pisos - Maderas - Decks - Revestimientos |
| 95 | VITE PORCELLANATO | Pisos - Revestimientos - Porcellanatos - Cerámicos |
| 73 | WAGG ARQUITECTURA TEXTIL | Cielorrasos tensados - Cubiertas tensadas - Fachadas textiles |
| 72 | WASH INN | Laundry |
| RCT | TECNOPERFILES | Aberturas y Perfiles de PVC |
| 5 | TEKNO BOMBA | Construcción - Revestimientos - Maquinarias |
| 110 | TRIANGULAR | Calderas - Radiadores - Pisos Radiantes |
| 95 | TUCSON | Pisos y revestimientos - Sanitarios y grifería - Amoblamiento para baño y cocina - Mármoles, granitos y cuarzos |
| 117 | VADEX | Pinturas - Revestimientos - Impermeabilizantes |
| 103 | VEDEK REVESTIMIENTOS | Pisos - Revestimientos |
| 107 | VELUX | Ventanas para techos (planos inclinados) - Túneles solares - Paños Fijos |
| 98 | VERATEC | Sistemas de Puertas y Ventanas de U-PVC |
| 107 | VIER-ABINET | Pisos - Maderas - Decks - Revestimientos |
| 117 | VITE PORCELLANATO | Pisos - Revestimientos - Porcellanatos - Cerámicos |
| 93 | WASH INN | Laundry |

MKT DE OBRAS

#YOMEQUEDOENCASA

Acompañando las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional, el equipo de MKT de Obras se encuentra trabajando desde sus casas, respondiendo sus consultas y brindando todo el asesoramiento necesario para anunciantes, proveedores y profesionales, como desde hace más de 23 años.

Hoy, mientras nos #CuidamosEntreTodos, tenemos el desafío de continuar desarrollando nuestras actividades y consideramos que estamos en un momento oportuno para desarrollar nuevos contactos, conocer nuevos clientes y/o proveedores y reorganizar nuestras agendas y prioridades para cuando todo vuelva a la normalidad.

Nuestras vías de comunicación son:

 **+54 911 6443.5311**

Anunciantes:
ventas@marketingdeobras.com.ar

Profesionales:
obras@marketingdeobras.com.ar

Arte y diseño:
arte@marketingdeobras.com.ar

Administración:
administracion@marketingdeobras.com.ar

LISTADO DE OBRAS

ventas@marketingdeobras.com.ar



www.marketingdeobras.com.ar



NAVARRO ACHE

IMAGINAMOS
TU AMBIENTE



www.navarroache.com.ar

NAVARRO ACHE

PALERMO

Fitz Roy 2018
esquina Nicaragua
Palermo | Buenos Aires
(011) 5263-2522

NAVARRO ACHE

NORDELTA

Agustin Garcia 7259
Rincón de Milberg
Buenos Aires

NAVARRO ACHE

MARTÍNEZ

Dardo Rocha 1788
B1640 Martínez
Buenos Aires
(011) 5263-2550

NAVARRO ACHE

PILAR

Panamericana km 47,5
Colectora este 3281
1629 Pilar | Buenos Aires
(011) 5263-2566

MKT

DE OBRAS

**#YOME
QUEDO
ENCASA**

 **+54 911 6443.5311**

Anunciantes:

ventas@marketingdeobras.com.ar

Profesionales:

obras@marketingdeobras.com.ar

Arte y diseño:

arte@marketingdeobras.com.ar

Administración:

administracion@marketingdeobras.com.ar

www.marketingdeobras.com.ar

