

3^{ER} FORO ACADÉMICO BIM COLMAYOR

Modelos de información
y Facility Management





JULIÁN ALBINATI

- > **Coordinador académico de los programas ejecutivos de Facility Management, Customer/Employee Experience**
Educación Ejecutiva, Universidad de San Andrés, Argentina
- > **Titular y Consultor Senior**
FM2B / CX2B
- > **Ingeniero Industrial**
Instituto Tecnológico de Buenos Aires
- > **Executive MBA**
IAE Business School



THE
DEVIL IS IN
THE DETAILS



El diablo está en los detalles



RIESGO

*No hay nada tan inútil
como hacer eficientemente
algo que no debería
haberse hecho*

Peter F. Drucker



BIM

BUILDING INFORMATION MODELING

IOT

INTERNET OF THINGS

AI

ARTIFICIAL INTELLIGENCE

PROPÓSITO

LA MEJOR ESTRATEGIA DE DATOS



Hablemos sobre BIM en el ciclo de vida

- Comunidad interdisciplinaria
- Repositorio integrado y abierto
- Capacidad para gestionar detalles

Aportes
del BIM



- Menor impacto de los “implantes” post-obra
- Uso departamental, desconectado del negocio
- ¿Dónde está el usuario?

Limitaciones
del BIM



BIM en la Operación

Apps en terreno

Tours virtuales

CMMS / O&M

Colaboración en la nube

IoT (Internet de las cosas)



- Control de accesos
- La batalla del cielorraso
- Monitoreo y eficiencia energética
- Sensores ambientales y de ocupación
- Salas y puestos inteligentes
- Dispensadoras inteligentes
- Automatización

Analítica de datos e Inteligencia Artificial

Big data

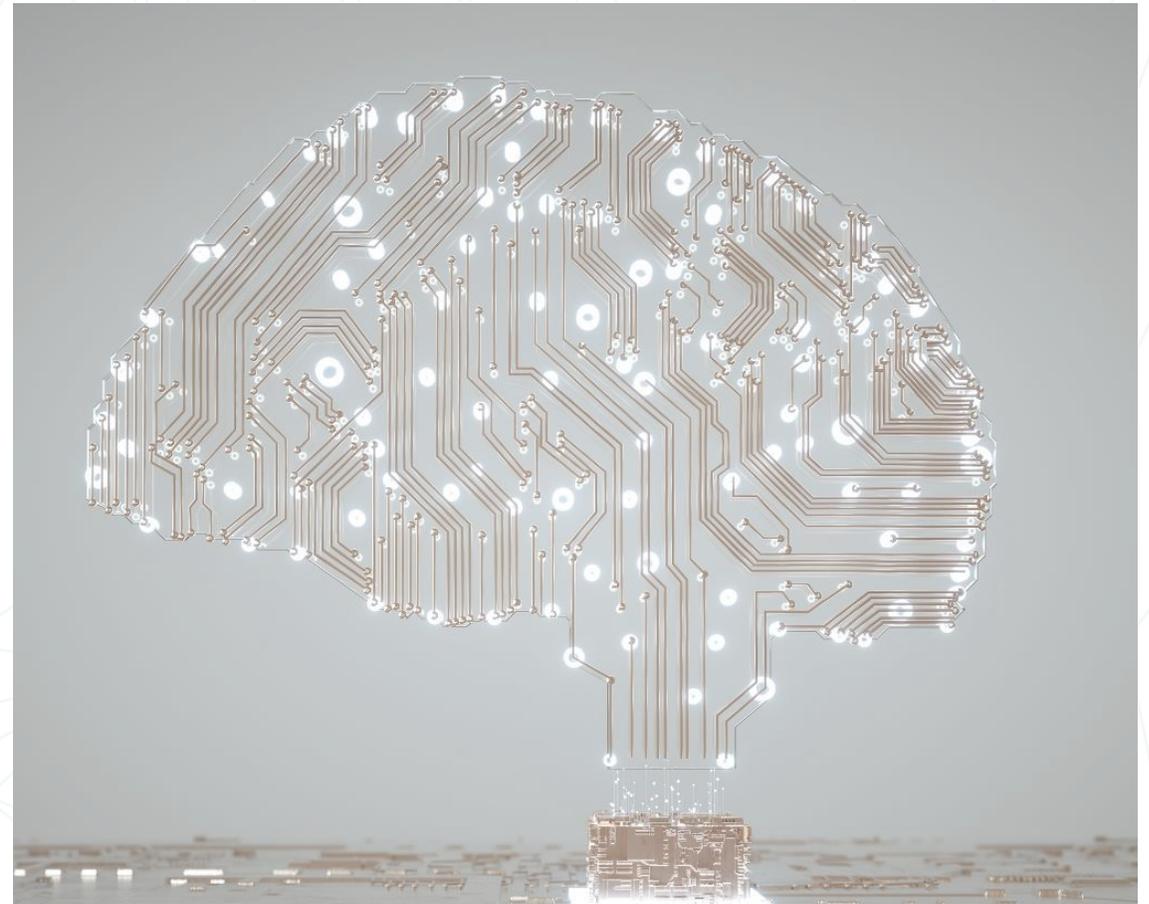
Analítica descriptiva

Analítica predictiva y prescriptiva

Robots y *chatbots*

Aprendizaje supervisado

Automatización





BIM

BUILDING INFORMATION MODELING

IOT

INTERNET OF THINGS

AI

ARTIFICIAL INTELLIGENCE

PROPÓSITO

LA MEJOR ESTRATEGIA DE DATOS

*¿Qué datos generamos
y gestionamos?*

¿Cuál es su propósito?





¿Quién es nuestro/a Usuario/a?

¿Cuándo y por qué nos elige?

¿Cómo usa nuestros inmuebles?

¿Qué valora? ¿Qué le molesta?

¿Nos recomienda?

MODELOS DE INFORMACIÓN Y FACILITY MANAGEMENT

BIM BUILDING INFORMATION MODELING

IOT INTERNET OF THINGS

AI ARTIFICIAL INTELLIGENCE

- *Deseos y necesidades*
- *Características y conductas*
- *Mejorar procesos, servicios y experiencias*
- *Impacto en la organización*





SHOPPING DIGITAL



DIGITALIZAR TODO

INTEGRAR EL *MINDSET* DIGITAL EN NUESTRA ESTRATEGIA DE DATOS

- Un **cambio cultural**; otra forma de ver a la tecnología
- Apalancarse en la tecnología para agregar valor al **negocio**
- Incorporar la nueva relación de las **personas** con la tecnología
- **Reinventar** los inmuebles y los servicios
- Acciones con **impacto** y a largo plazo

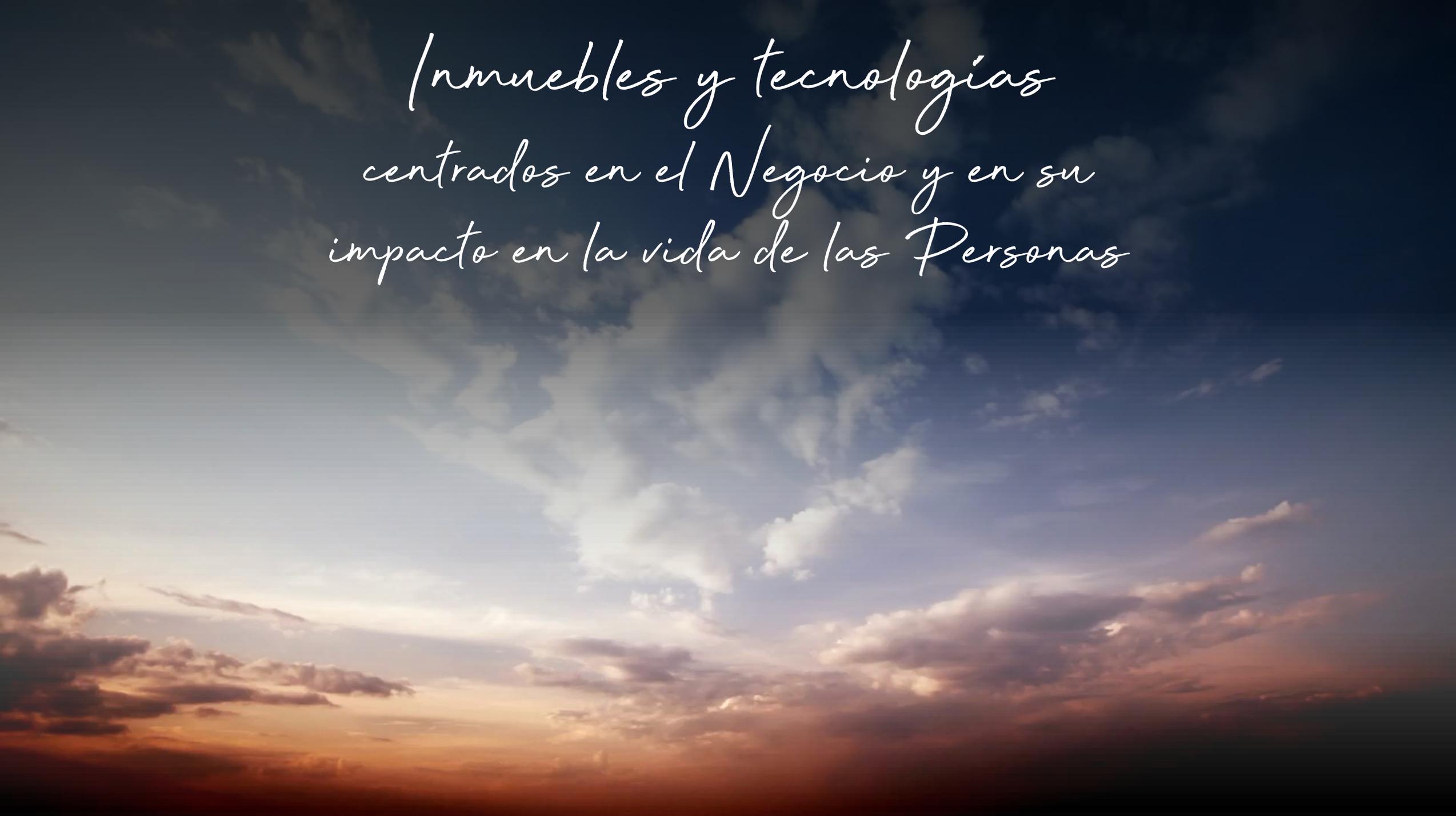


“ El propósito es esa sensación de que **somos parte de algo más grande que nosotros mismos**, de que somos necesarios, de que tenemos algo mejor por delante para lo que trabajar ”

Mark Zuckerberg



*Los Usuarios
en el centro*



Inmuebles y tecnologías
centrados en el Negocio y en su
impacto en la vida de las Personas



¡GRACIAS!



jalbinati@fm2b.com



+54-9-11-5808-2982



www.linkedin.com/in/jalbinati