

# Modelos de Facility Management, factores de éxito para su implantación

*Son muchas las ventajas de implantar un modelo de Facility Management en la organización, pero para alcanzar todos sus beneficios es necesario tener en cuenta varios aspectos críticos para su implantación.*

## ▲ FASE 1: Comprender el estado actual

*"Es necesario saber dónde estás antes de decidir dónde quieres ir".*

Las organizaciones con demasiada frecuencia, carecen de una comprensión completa y exacta de su estado actual, por ejemplo, el coste de los servicios actuales, el número de personas o metros cuadrados, la satisfacción del cliente, etc. Pero sin esa información, es difícil definir el modelo de FM más adecuado. Es esencial determinar y documentar la información sobre su estado actual, definir lo que se necesita. Esto incluye asegurar que su estrategia del modelo de gestión de FM está alineada con otras estrategias internas – empresa, unidad de negocio,...

En definitiva, el proporcionar un modelo más flexible y adaptable a las necesidades cambiantes de cada organización.

Organizaciones que hacen un buen trabajo al comprender y documentar su estado actual evitan problemas más adelante en el proceso – especialmente cuando prepare RFPs y evalúan las respuestas de los ofertantes, este paso es fundamental para que licitantes presenten soluciones eficaces, ya que si no, se puede conducir a decisiones equivocadas y oportunidades de mejora perdidas.

### Ventajas de un modelo FM:

- Reducir los costes
- Optimizar las operaciones y simplificar los procesos
- Mejorar la eficiencia operativa
- Mejorar la prestación de servicios
- Reducir la complejidad de gestión
- Mejorar la capacidad de compartir información
- Introducir *best practices*
- Mejorar la prestación global
- Establecer sinergias entre servicios
- Impulsar la mejora continua

## ▲ FASE 2: Definición del alcance del modelo

### *¿Por dónde empezar?*

No se puede, o es muy difícil hacerlo de un día para otro, cambiar a un modelo de FM de forma inmediata. Tiene más sentido establecer unas fases, en lugar de hacerlo todo a la vez. Esto es particularmente deseable cuando hay varios inmuebles o cuando los mismos están ubicados en diferentes regiones. Un enfoque por fases mitiga el riesgo proporcionando la oportunidad de aprender y mejorar como vas.

Debe evaluar qué servicios incluir en el modelo de FM. En ese análisis, algunas compañías se dan cuenta que hay servicios que no se están gestionando o incluso que están pagando a dos proveedores para hacer el mismo servicio.

### ▲ FASE3: Dimensionar servicios

#### *¿Cómo repartir tus recursos?*

Dependiendo de la organización unos servicios serán más importantes que otros y también dependerá de la misma su dimensionado; por ejemplo el mantenimiento, si el edificio es en propiedad hablamos de ciclos de vida, Si el edificio es alquilado se suele realizar un mantenimiento más ajustado cercano en muchos al casos al legal.

El grado de importancia, la probabilidad de fallo y su impacto en la organización son factores determinantes en su dimensionado, es necesario analizar y evaluar cada una de ellas, antes de ir al mercado.

### ▲ FASE4: Selección de proveedor RRR

Se debe tener un proceso para seleccionar el proveedor de servicio correcto y otorgar los servicios adecuados. Preparando un buen RFP aseguras mejores ofertas por parte del proveedor, se adaptaran mejor a tus necesidades reales.

Pasar a un modelo FM, se debe ver como algo más que una oportunidad de ahorro de costes. También es una oportunidad para mejorar la integridad operacional, minimizar riesgos, impulsar la excelencia operativa, mejorar procesos, introducir las *best practices*, mejorar la continuidad del negocio y mucho más. Un



proceso de selección estructurada asegurará todos los beneficios y disminuirá los riesgos.

Se debe utilizar el proceso como una oportunidad para interactuar con cada uno de los candidatos para comprender mejor sus ideas, estrategias y capacidades. También es conveniente, hablar con otras organizaciones que utilizan los licitadores seleccionados para ofrecer servicios similares para obtener conocimientos en lo que funciona, lo que no, lecciones aprendidas, lo que harían diferente, etc. Algunas organizaciones seleccionan un proveedor de servicios para toda la cartera de servicios, mientras otros uno diferente para cada región. Otros sin embargo, eligen un proveedor de *hard services* y otro proveedor para *soft services*. La decisión debe basarse en factores como las posibilidades del proveedor, alcance geográfico, la capacidad de aprovechar pasar y coherencia de los programas, procesos, sistemas, informes, etc.

Hay muchas maneras de crear e implementar un modelo FM, y lo que es correcto para una empresa puede no ser adecuado para otra. Por lo que se necesita decidir qué es mejor para la compañía,

### ▲ FASE 5: Establecer un plan de transición

La parte del final del proceso es tan importante como la inicial en la evaluación y toma de decisiones. Si no se planifica y prepara esta parte del proceso, surgirán problemas – por ejemplo, la falta de comunicación, entrega de servicio deficiente, pérdidas de plazos, insatisfacción de clientes, etc. Las unidades de negocio deben comprender el cambio. Por lo tanto, es fundamental tener un plan de comunicación que cubra antes, durante y su implementación.

*"Un plan detallado garantiza una transición suave y una adecuada".*

## ▲ Conclusión

Comprender su estado actual y la necesidad de cambio son las bases para un proceso exitoso, los hechos indican beneficios más allá de los ahorros de costes. Una vez establecidos estos correctamente se debe determinar y comenzar un proceso adecuado para seleccionar del modelo adecuado a su organización, los proveedor/es correctos para sus necesidades únicas. Un plan de transición detallado debe estar preparado para asegurar que todas las actividades necesarias se realizan con éxito antes de llegar a la línea de meta. Sin tal, será difícil realizar estas actividades y alcanzar el éxito.

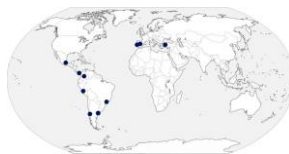
Este artículo destaca algunas actividades críticas que es necesario atender. Pero sólo se ha arañado la superficie, hay muchas otras cuestiones que es necesario abordar por expertos.

Se recomienda buscar asesoramiento y orientación de los demás que han hecho ya este viaje.

*“A veces una pequeña ayuda puede marcar una gran diferencia”*

FMHOUSE es una empresa independiente, especializada en consultoría y formación de Facility Management, con prestigio y reconocimiento nacional e internacional. FMHOUSE apuesta e invierte para hacer que esta disciplina ocupe el lugar que se merece en el mercado y en las organizaciones proporcionando para ello las mejores soluciones y los mejores profesionales.

ARGENTINA – BRASIL – CHILE – COLOMBIA – ESPAÑA – MÉXICO – PANAMÁ – PERÚ – PORTUGAL – TURQUÍA



Este informe forma parte del catálogo de actividades del INSTITUTO FMHOUSE dentro de su labor de difusión y promoción del Facility Management. Para leer más artículos, visite [www.fm-house.com](http://www.fm-house.com)  
©FMHOUSE 2015