



ENTREVISTA CON ANDERSCH INGENIERÍA

# UN MENSAJE EN LAS ALTURAS

Las monocolumnas ganan espacio al costado del camino. Son una solución publicitaria, pero su instalación requiere un proceso que pocos conocen; la palabra de los especialistas y todos los detalles.

Son gigantes al costado del camino. Menos mal que no mueven los brazos, si no Don Quijote las confundiría en nuestros tiempos con desahorados gigantes. Y quién pudiera predecir, entonces, el final. Es imposible no verlas. Esa es su misión: no pasar inadvertidas ni siquiera para el más distraído. Las monocolumnas ganan terreno en la función publicitaria y arman un mundo a su alrededor. Tienen todo tipo de mensajes para entregar. Allí están. Solo es cuestión de verlas. Construir las no es una tarea para improvisados. Las monocolumnas requieren cálculos realizados por ingenieros y una gran logística. Mucho más de lo que cualquiera podría imaginar. Un buen GPS es fundamental, y ya se verá por qué. Son carteles muy grandes, inmensos, que solo gente idónea puede realizar. En cada paso hay un desafío técnico: el cálculo. Y cualquier error será imperdonable. ¿Cómo empieza el reto? Lo primero es una minuciosa inspección de la zona. El cliente marcará los límites y los especialistas evaluarán la conveniencia, las características y los alcances de la columna. Hay una comunicación de ida y

vuelta que tendrá que satisfacer los requerimientos y que, a la vez, tendrá que cumplir con las normas de seguridad y eficiencia.

En general, las monocolumnas son soportes publicitarios de superficies mayores a los 80 metros cuadrados, fabricadas y diseñadas para vías rápidas (autopistas, rutas o avenidas colectoras). Su presencia es imponente y su gran visualización las vuelve fundamentales en cuanto a la estrategia de marketing. Las grandes marcas se inclinan mayoritariamente hacia ellas. Nadie podrá dudar del impacto visual que representan.

Los especialistas cuentan que no hay dos obras iguales. Hay modelos estandarizados, pero a la vez cada uno demandará una atención especial. Parece contradictorio, pero no... Una cosa será, por ejemplo, una columna pegada al río y otra a medio kilómetro del agua. O, acaso, entre medio de edificios y una visual contaminada. Ahí empezarán a "jugar" otros aspectos: los materiales, la altura, los colores y hasta la orientación. Los expertos dicen que los principales problemas con los que se encuentran son los espacios. Las máquinas precisan los metros cuadrados para las tareas y, a veces no hay disponibilidad.

Nuestra revista se acercó a la planta de Andersch Ingeniería, empresa fundada en 1989, líder en la fabricación, el diseño y el montaje de estructuras publicitarias. En total, tiene más de 150 columnas instaladas en la Argentina. Los dueños son un padre, Guillermo Eduardo Andersch, ingeniero; y un hijo, Guillermo Gabriel Andersch, abogado especiali-



zado en Administración de Empresas. De la combinación de carreras surgió una alquimia que funcionó a la perfección en un negocio que siempre está a la vista de todos.

Hay una introducción que los une. Será la que romperá el hielo. A partir de ella, y para evitar confusiones, cada uno será mencionado por el segundo nombre. Después de todo, lo más importante serán los conceptos. En muchos coinciden y no harán falta las aclaraciones.

“Lo primero que hicimos fueron carteles triédros (son tres caras que van girando). Los primeros que realizamos se comercializaban para Fuji, Topper y varias empresas más. Después hicimos lo mismo, pero con otras dimensiones. El primero grande lo pusimos en el aeropuerto, en la Costanera, estaba CALED en el aeropuerto en esa época. Después instalamos uno en la avenida Pueyrredón, frente al Sanatorio Anchorena; además habíamos hecho varios para fotocopias color. Era algo muy novedoso y nos compraban estos carteles para las marquesinas. Después derivamos en las monocolumnas, que recién estaban empezando en los Estados Unidos. Allí eran una novedad. Clan, que en ese momento era dueño de SERENIL, nos pidió si se podía replicar ese tipo de estructura acá y la hicimos. Fue un desafío, y todavía existe esa columna, no está en el mismo lugar, pero existe. Es de la época en la que la General Paz no se juntaba con la Panamericana y estaba ahí puesta. En una casa en esa

## 12

Son las personas que se necesitan para instalar una monocolumna estándar; en algunos casos, según el trabajo, alcanza con 10.

## 20

Son las columnas que, aproximadamente, instala por año la firma Andersch Ingeniería.

esquina”, resumen padre e hijo. Y, a partir de ahora, las explicaciones corren por su cuenta.

**—¿Alguna vez les pidieron una columna en un lugar que no sirviera?**

—Guillermo Gabriel: Sí, muchas veces. Una vez que se establecen el lugar y la altura, se pasa a definir el tamaño de cartel porque la altura es un mal necesario. Es decir, hace el cartel más caro y que se vea más chico. Si se va por la avenida Lugones, los carteles parecen enormes y tienen 60 metros cuadrados. Si se va por la Panamericana, en Vicente López, los carteles parecen más chicos, pero tienen 150 metros cuadrados. Lo que hay es mayor distancia y mayor altura. Pero dependiendo del lugar, hay que dar la altura porque no se ve, y la distancia porque lo pide la traza de la ruta.

—Guillermo Eduardo: En el lugar se define la altura, porque puede haber árboles o puentes. Una vez delimitada, simultáneamente, mandamos a hacer un estudio del suelo para poder hacer la fundación correspondiente, si todo sale bien, la normal se llama pozo romano.

**—¿Con qué problemas se pueden topar que no permitan colocar una columna?**

—GG: Principalmente con los espacios físicos. El trabajo es complejo, hay que llevar equipos y a veces no hay lugar para hacerlo. Pero cuando el problema está dado porque el suelo es malo, es necesario hacer determinado tipo de base llamado pilote o platea.

**—¿Cómo es el proceso de instalación de una columna?**

—GG: Es toda una movida, porque hay que llevar un caño que mide un cuarto de una manzana. Entonces hablamos de un camión de 22 metros. Primero hay que hacer una logística: por dónde se lo va a llevar, porque no en todos lados dobla, y después se piden permisos especiales porque son transportes que van fuera de medida, tanto en el largo como en el ancho; pesan entre 15 o 20 toneladas. Luego la instalación se hace con grúas grandes de 150 o 180 toneladas, depende de cuál es el tamaño. Y luego hay que tener en cuenta el lugar que existe para hacer el montaje. Porque las grúas son muy grandes y no entran en cualquier lado. Deben estar a una distancia dada.

—GE: Cuanto más lejos esté la columna, más grande debe ser la grúa.

—GG: Por eso a veces no hay lugar donde vas a armar el cartel, o dónde poner la grúa o para acceder al lugar. Nos ha pasado de llegar y tener

una casa delante, una vereda, cables, árboles, es imposible llegar, armarla. Este tipo de cosas son las que hay que ver en el lugar y definir las.

**—¿Cuáles son las medidas máximas y mínimas de estas columnas?**

—GG: Ahora está habiendo una nueva tendencia, que es colocar dos columnas y hacer un megacartel uno al lado del otro. Con lo cual la medida es algo relativo a lo que se quiera. Algo standard, en los lugares que se puede, es una pantalla del orden de los 150 metros cuadrados. Con el tiempo, los formatos se fueron haciendo más apaisados por un tema de comunicación. Así quedan más estéticos, siguen el formato digital de 16x9, los modelos viejos eran más cuadrados. Pero hay lugares donde hay limitantes de tamaño, como en la ciudad de Buenos Aires, de 60 metros cuadrados; en San Isidro el máximo es de 100 metros cuadrados.

—GE: Eso es para los letreros nuevos, porque hay viejos instalados con otras medidas.

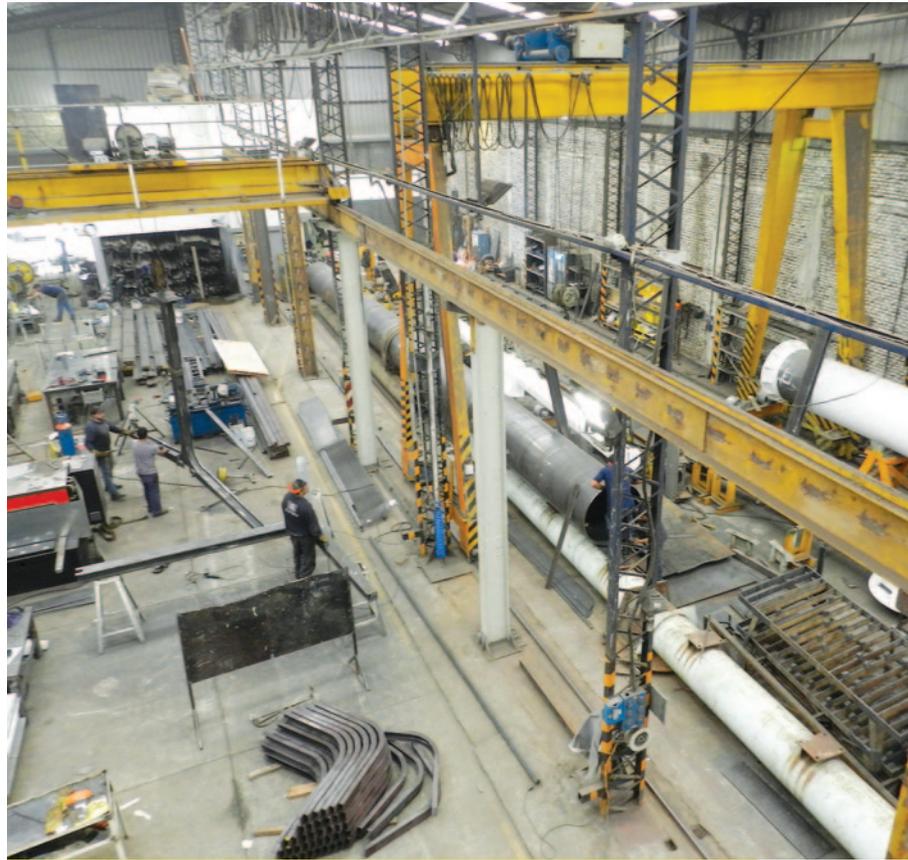
—GG: Pero hay algo que es fundamental: la seguridad. Todas las estructuras tienen que estar hechas, calculadas y diseñadas para que sean elementos seguros. Por supuesto que, en una primera instancia, está el tema ético de lastimar o matar a alguien en el caso de un accidente. Después también hay un aspecto de temor: se piensa que los carteles son peligrosos, y eso no es cierto. Tienen que estar mal hechos para que sean peligrosos, entonces, ese es un punto en el que hay que trabajar y ser conscientes. Hay que pensar que 35 metros es un edificio de diez pisos.

**—¿Qué tipos de bases existen para las monocolumnas?**

—GG: Lo normal es usar patas tipo cajón, son aquellas que tienen cuatro puntas, pero también pueden tener una pata tipo brida circular, o no tener patas y seguir para abajo.

—GE: Pueden ser de varios metros. No hay una regla, ya que todo depende del lugar. Se calcula el viento, la fuerza y, en función de eso, se determina.

Allí están, a veces en soledad o a veces acompañadas por las miradas que las siguen en un camino de distracciones. Algunas parecen tener vida propia. Otras hacen un guiño a todo aquel que les preste un segundo de atención. Son columnas. Son gigantes. Y todas tienen algo que decir.



## PARA TENER EN CUENTA

### El mantenimiento

Uno de los principales aspectos a la hora del mantenimiento de las monocolumnas es la iluminación. La instalación eléctrica tiene una vida útil. Los cables, por ejemplo, resisten a la intemperie entre seis y siete años. Los reflectores también se van resecaando y, finalmente, se queman. Algunas veces, determinados clientes piden un informe anual de revisión de las columnas. En él se realizan verificaciones y evaluaciones sobre lo que es más conveniente hacer.



# CORMETAL

## Fabricar monocolumnas

La empresa experta en ingeniería y metalurgia lleva más de 45 años en el mercado y hace cinco fabrica estructuras publicitarias y monocolumnas. Su presidente, Diego Rodríguez, nos contó algunos detalles de las características técnicas de estas costosas estructuras.

Cormetal S.A. es una empresa metalúrgica de corte, fabricación y plegado de chapas que lleva 45 años en el mercado siderúrgico. Desde hace cinco incorporó un nuevo producto: la fabricación de estructuras publicitarias y monocolumnas. Diego Rodríguez, presidente de la compañía desde hace diez años, se siente motivado con la apuesta. "Empezamos por un cliente que necesitaba acero fraccionado con diferentes medidas para refuerzo de una columna que estaban fabricando; cuando vinieron al taller, vieron que teníamos máquinas para cilindrar y nos preguntaron si no nos animábamos a hacerlas nosotros completas", cuenta Diego. Entre otros, fabricaron monocolumnas para empresas como: Delfino Magnus, Publicitar y Publicar.

Diego explica las características promedio de una columna estándar que suelen fabricar, cuyo valor (realización y montaje) ronda los USD 80.000. "Están hechas de acero al carbono en espesores de media pulgada, con un diámetro promedio de un 1,30 m, soldadas con sedimentos de soldaduras certificados y tienen refuerzos por dentro; son columnas que pesan alrededor de 18 toneladas y van montadas sobre una estructura prismática de hormigón", detalla, y sobre las medidas agrega: "Generalmente se piden de 20 m de despeje desde el piso hasta la base de la pantalla o cartel, cuyas medidas rondan entre los 16 x 9 m".



**Los números de una monocolumna promedio**

**18**

toneladas es el peso

**20**

metros es lo que mide la columna hasta la base del cartel

**16 x 9**

y 15 x 10 m es la medida del cartel

**1/2**

pulgada es el espesor de las cañerías

**1,30**

metros es el diámetro de la columna

**80.000**

dólares es lo que cuesta una columna fabricada, montada y lista para funcionar



La empresa cuenta con su propio equipo de ingeniería y diseño, que se encarga del montaje, tiene 50 empleados y plantas industriales que abarcan una superficie de 6000 m<sup>2</sup> ubicadas en Rosario, Santa Fe.

Los estudios de suelo realizados sobre la superficie donde se va a colocar la columna dictaminan qué tipo de base se va a utilizar. "En suelos firmes van montadas sobre una base prismática de hormigón. En el caso de la Autopista La Plata, por ejemplo, muchos suelos son de relleno, en ese caso hay que usar pilotes de hormigón a 10 m de profundidad para que la columna quede bien clavada", aclara Diego.

# EXPO Impresión 2016

Una Feria Distinta

6° Feria Internacional de Rubros Gráficos y afines del Interior del País

3° Salón para la Industria Textil

06 al 08 Octubre

Córdoba, Argentina

15 a 21 hs.

La Feria  
+ importante  
del interior del país



1300 mts<sup>2</sup> expositivos

60 stands

Complejo Ferial  
Córdoba  
Argentina

Pabellón Verde  
Av. Carcano S/N  
B° Chateau Carreras

preacredítese en  
[www.expoimpresion.com.ar](http://www.expoimpresion.com.ar)

Organiza: Auspician:



Flexoguila

Letrer/S

A adhieren:



A adhieren Instituciones Educativas:

