



ano VIII – número 68
maio 2009

EDITORIAL

editorial	pg 01
reportagem	pg 02
entrevista	pg 04
notas	pg 01

NOTAS

Top Hospitalar

A MHA é a vencedora do prêmio Top Hospitalar 2008 na categoria projetos e construção. Esta conquista comprova o engajamento da equipe e confirma nossa liderança no setor hospitalar. Mas este prêmio não é só da MHA. Ele é dos mais de 300 hospitais realizados ao longo desses quase 35 anos de trabalho, como Hospital Alemão Oswaldo Cruz, Hospital Beneficência Portuguesa, Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, Hospital do Coração, Hospital Samaritano, Hospital Santa Catarina, Hospital e Maternidade São Luiz, Hospital Sírio-Libanês, Instituto do Câncer do Estado de São Paulo Octavio Frias de Oliveira, Instituto de Infectologia Emílio Ribas, Instituto Nacional de Traumatologia e Ortopedia (INTO), Amil, Medial Saúde.



EXPEDIENTE

Conselho Editorial

Eduardo Luiz de Brito Neves
Salim Lamha Neto

Repórteres

Thaissa Lamha | MTB 38.245/SP
Frederico Perret | MTB 38.244/SP

Projeto Gráfico e Editoração

Frederico Perret

Criatividade, inovação e confiança

Passados os primeiros meses de 2009, podemos constatar que os prognósticos mais sombrios para a economia nacional e mundial não se realizaram, e que apesar das dificuldades é possível seguir em frente. Como dissemos em outras ocasiões, a MHA não participa e não participará desta crise. Mas também não pode deixar de se informar e de se manifestar a respeito.

É por isso que acompanhamos com cuidado as informações e análises da imprensa falada, escrita e televisiva do Brasil e do mundo. A depender de economistas renomados, estamos caminhando a passos largos para o fim dos tempos. É verdade que setores específicos estão em dificuldades, muitos deles por determinações externas. É algo que lamentamos, pois uma visão curta pode resultar em desfechos catastróficos para uma situação apenas complicada na origem.

Por outro lado, avaliações mais otimistas criam expectativas que podem ser rapidamente frustradas. Para o empresário, a principal dificuldade é de planejamento. O efeito dominó da crise tem origem no medo do que há por vir – que afeta desde o pequeno investidor até as maiores companhias. Se por um lado a decisão de paralisar atividades e demitir funcionários pode diminuir de imediato o equilíbrio entre receita e custo, ela também pode danificar a estratégia da empresa no mercado por um longo período. Ao mesmo tempo, a manutenção da atividade em nível próximo ao período que precedeu a crise

pode levar à falta de caixa e à insolvência.

É para evitar consequências desastrosas que pensamos a longo prazo, trabalhando em diversas frentes, revendo condições comerciais e trilhando soluções inovadoras. Tudo sem perder o foco no cliente, a quem atendemos com cuidado e dedicação. Assim como nós, nossos clientes acreditam que podemos superar esta crise econômica com muito trabalho e novos investimentos. É com eles que navegamos por estes tempos difíceis.

Queremos agradecer às empresas e empresários que continuam a gerar oportunidades e a nossos colaboradores que não esmorecem diante de complicações. A confiança e dedicação de ambos os grupos é fundamental. Também é de vital importância a participação dos líderes do País. Como disse o ex-ministro Antônio Delfim Netto em recente entrevista à imprensa, o governo precisa agir para “trazer de volta o espírito animal do empresário, que hoje, com razão, está assustado”. Por isso elogiamos as posições governamentais, que apesar de tardias têm feito muito pela economia interna: a busca incessante por novas obras, a redução do IPI sobre diversos produtos, o pedido aos empresários de trabalhar como sempre o fizeram.

É com esta mensagem de otimismo que pretendemos encarar o segundo trimestre de 2009.

O início de uma parceria



foto Dario Zalis/divulgação

O projeto do BarraShoppingSul foi o primeiro que a MHA fez para a Multiplan. Desde então, a colaboração entre as duas empresas é contínua – elas trabalham juntas no ShoppingAnáliaFranco, RibeirãoShopping, BH Shopping, ParkShoppingBarigui, Shopping Vila Olímpia e no edifício comercial da Multiplan, junto ao Morumbi Shopping, em São Paulo.

Às margens do rio Guaíba e ao lado do Hipódromo do Cristal. Esse foi o lugar escolhido para a construção do BarraShoppingSul, inaugurado em novembro do ano passado na capital gaúcha. Trinta e duas marcas escolheram o empreendimento para inaugurar suas primeiras lojas em Porto Alegre. No total, são mais de 200 pontos de venda, cinemas, boliche, fliperama, centro de eventos, academia de ginástica e um gourmet shopping com dois pisos – cujo principal atrativo são restaurantes com vista para o Guaíba.

Com área total construída de mais de 87.000 metros quadrados, o shopping integra um complexo que prevê uma torre de escritórios, dois prédios comerciais e um hotel. A MHA, que tem longa experiência em shoppings e prédios comerciais, foi contratada pela Multiplan para projetar as instalações elétricas, hidráulicas, de telecomunicações e automação do shopping e da torre de escritórios. “O BarraShoppingSul foi o primeiro projeto da MHA para a Multiplan”, conta o engenheiro Alberto Garay. “Foi durante a execução deste projeto que começamos a fechar outros contratos com a empresa”.

Uma das principais preocupações da MHA foi oferecer um amplo leque de opções ao cliente. “Quando fazemos uma proposta, incluímos nela tudo o que sabemos fazer. O que muda é a concepção de tecnologia para cada sistema”, explica o engenheiro Fabio Rabaça Andrade, da equipe de telecomunicações e automação. “É o caso da infra-estrutura para medição de demanda



BarraShoppingSul

foto Dario Zalis/divulgação

e consumo de energia elétrica. A rede está preparada para controlar a demanda de carga de cada usuário de forma automatizada, sem a necessidade de uma pessoa para fazer a vistoria pessoalmente. Mas o shopping pode decidir não utilizar este recurso, se preferir". O controle automatizado foi elaborado em conjunto com o projeto luminotécnico, que tem diversos circuitos para possibilitar efeitos e intensidades luminosas diferentes nos acessos, lojas e espaços internos do shopping.

O projeto de automação prevê integração total dos sistemas. Segurança, circuito fechado de TV, controle de ar-condicionado, tudo está interligado à rede corporativa. Isso permite maior eficiência e minimiza os custos de equipamentos e cabeamento, além de garantir maior segurança. "Os servidores individuais de cada sistema ficam completamente isolados, e a operação é feita a partir de uma sala diferente. É possível acessar tudo a partir das estações de trabalho, através da rede", explica Fabio. Mas os sistemas também podem funcionar de forma isolada, dependendo da análise de custos, segurança e possibilidades feita pelas empresas responsáveis pelos equipamentos. "A infra-estrutura que leva o cabeamento estruturado também leva o cabo de som, os cabos para o circuito de TV... Mas é possível separar tudo. Neste caso, os cabos estariam fisicamente no mesmo rack, com infra-estruturas separadas".

De acordo com o projetista Luiz Fernando Sansone, uma grande vantagem para os projetos de instalações neste shopping foi a vasta disponibilidade de corredores técnicos para instalação de quadros e centros de medidores das lojas. "Isso permitiu criar acessos independentes e bastante favoráveis para manutenção".



BarraShoppingSul

foto Dario Zalis/divulgação

Para garantir o fornecimento ininterrupto de energia elétrica, foram previstos dois ramais seletivos de fornecimento pela concessionária. "Além da entrada de energia elétrica e das duas cabines de medição, temos cinco subestações interligadas em anel. Desta forma, asseguramos a segurança e confiabilidade das instalações elétricas", diz Sansone. "Esta configuração também permite manobras futuras tanto para manutenção quanto para necessidades especiais: se falta energia em um trecho específico do anel de média tensão, as subestações continuam alimentadas e o abastecimento do shopping não é interrompido". Além destas precauções, o BarraShoppingSul está preparado para quedas generalizadas de energia elétrica: ele possui dois geradores, cada um com 650 kVA. Eles atendem parte da iluminação, todos os elevadores e bombas hidráulicas.

Os conceitos que a equipe da MHA usa como base também deixam as portas abertas para uma eventual expansão do shopping. "É curioso dizer que projetamos as instalações hidráulicas do BarraShoppingSul já pensando em uma expansão, mas foi isso mesmo que fizemos", conta Garay. "Como o empreendimento é térreo, poderíamos ter colocado a caixa d'água no teto. Mas isso inviabilizaria uma futura ampliação. Por isso, o sistema é pressurizado e tem um reservatório inferior".

O empreendimento também tem um reservatório de reuso que atende toda a parte de bacias e mictórios. A água é tratada separadamente e corre em uma tubulação especial. Além da consciência ecológica, essa medida garante economia. A água da chuva também é recolhida e integrada à rede pública de Porto Alegre. "Aliás, a rede pública da capital gaúcha é bastante interessante. Eles garantem que não falta água na cidade há vinte anos e que, por isso, não é necessário garantir uma reserva de dois dias de consumo, como determina a norma brasileira", explica Garay. "Em compensação, tivemos que separar os reservatórios de sprinklers e hidrantes, que originalmente seriam abastecidos por um único reservatório de incêndio".



BarraShoppingSul

foto Dario Zalis/divulgação

Raymond Liong Houw Khoe Sustentabilidade e luxo no Ceará



imagens Claudio Silvestrin Architects

A rede portuguesa Aquapura é conhecida por seus hotéis cinco estrelas de pequenas dimensões, com arquitetura e design assinados por profissionais badalados, serviços de primeira linha e filosofia ecologicamente amigável. Seu primeiro investimento no Brasil será na praia de Balbino, no município cearense de Cascavel. A arquitetura é do italiano Claudio Silvestrin.

Jornal MHA: Como foi desenvolver os projetos de instalações do novo Aquapura?

Raymond: Foi um projeto extremamente desafiador, um dos mais interessantes de que já participei até hoje. O projeto da rede Aquapura, sediada em Portugal, nasceu com uma bandeira de sustentabilidade. A idéia é fazer um hotel para pessoas que pagam mais para se hospedar em um local ecologicamente amigável. Sei que existem diversos significados para esta expressão, e nosso primeiro desafio foi entender a conceituação do projeto.

Jornal MHA: Quais idéias vale a pena mencionar?

Raymond: Muitas propostas são ideologicamente boas, como trabalhar com energia eólica, células fotovoltaicas e vegetações da própria região, fazer uma estação de tratamento de esgoto própria, usar água do mar para redução de temperatura... Algo que foi aproveitado no projeto, que eu acho muito interessante, foi usar os ventos dominantes para ter ventilação natural onde fosse viável.

Jornal MHA: As especificidades do litoral cearense criaram alguma dificuldade?

Raymond: Tivemos a preciosa ajuda da Labaut, um laboratório da USP especializado em conforto ambiental – que lida com a parte de conforto natural, acústico e luminoso. É diferente da climatização, que é o conforto artificial. Como a Labaut trabalha basicamente no eixo sul, ela conhece muito bem as características da nossa área tropical. Como resultado desse trabalho, tivemos, por exemplo, que mudar a orientação do empreendimento em cerca de 20 graus para aproveitar melhor os ventos dominantes.

Jornal MHA: Quais foram as outras mudanças?

Raymond: Também tivemos que repensar toda a parte de ar-condicionado. Por ser um projeto sustentável, a primeira idéia era que o empreendimento tivesse muito pouca climatização. Mas os estudos mostraram que isso não seria viável, porque o local é bastante quente e há momentos sem vento. E o projeto passou a ter bastante ar-condicionado.

Jornal MHA: Como foi decidido o tipo de ar-condicionado a ser utilizado?

Raymond: Uma das sugestões foi o sistema de piso resfriado – uma rede de mangueiras e tubulações passando água resfriada no piso, de tal forma que o piso condicione o ambiente. Na idéia, é interessante; na prática, é muito complicado. Não se pode esfriar muito porque os hóspedes gostam de andar descalços. E também não se pode esfriar a tal ponto que haja qualquer possibilidade de condensar a água contida no ar no piso – haveria grande perigo de escorregar. Também chegamos à conclusão de que não iria valer a pena utilizar a água do mar para usar como resfriamento desse piso : para ter uma temperatura fria você tem que buscar águas profundas e não muito costeiras, porque a água costeira é mais quente e suja. Além disso, é preciso filtrar e tratar essa água. Da muito mais trabalho e é muito mais custoso do que planejar de outra maneira. Estudamos ainda a criação de uma tubulação subterrânea, na qual a água circularia para ser resfriada pela baixa temperatura da terra, a 100 metros de profundidade. Isso evitaria o gasto de energia em compressores para esfriar a água, mas a tecnologia é muito cara. Finalmente, estudamos todos os sistemas convencionais de condicionamento de ar, até chegar nos chillers que foram efetivamente colocados. Sempre mostrando estudos de custo-benefício.

Jornal MHA: Que outros aspectos do Aquapura você gostaria de ressaltar?

Raymond: Além de muito bonito e desafiador, o projeto tem uma parte social bastante interessante. Para que a comunidade local aceitasse a intervenção de um hotel como vizinho, a Aquapura teve que negociar muito e fornecer muitos benefícios. Um exemplo é a construção de uma estação de tratamento de esgoto independente do hotel para servir a localidade. A meu ver, isso é muito importante, é a sustentabilidade do ponto de vista social. Ninguém pode fazer um hotel sustentável jogando esgoto ao lado, mas ser sustentável é bem mais do que isso, é ter que fazer benfeitorias para a comunidade. Todos têm a ganhar.