



## ANAPRE inaugura regional no interior de São Paulo

Com a presença de aproximadamente 80 pessoas, entre associados e convidados, foi inaugurada, no dia 2 de abril de 2009, a Regional Interior SP, em Campinas.

O evento, patrocinado pela Fame-th, FE – Fernandes Engenharia, FibraSteel, PisoPlan, Reparcon e Trima Engenharia e Consultoria, aconteceu na CIESP Campinas (Centro das Indústrias do Estado de São Paulo) Regional Campi-

nas e foi marcado por palestras e um coquetel.

Membros da diretoria da ANAPRE estiveram presente para prestigiar o lançamento da Regional e felicitar os três diretores responsáveis pela Regional, engenheiros Alexis J.S. Fonteyne, Marcelo T. Quinta e Ricardo T. de B. Nonato.

Confira detalhes da inauguração na página 5.



Da esq. p/dir. representantes da Regional Interior da ANAPRE Ricardo T. de B. Nonato, Marcelo T. Quinta, Wagner Gasparetto (presidente) e Alexis J. S. Fonteyne receberam convidados para as apresentações e para o coquetel (abaixo)



## Editorial

## Liderança e inovação



Em momentos decisivos, as esperanças e os olhares se concentram na figura do líder. Parece um ato pensado e racional, mas trata-se de uma reação natural, instinto puro, comum nas sociedades, das mais evoluídas às mais primitivas, sem esquecer do mundo animal.

De fato, líderes ascendem em momentos variados, mas aqueles que realmente despontam são os que reagem de modo adequado nas situa-

ções de maior pressão e dificuldade.

O mercado necessita de reações rápidas e certeiras. As decisões técnicas apoiadas em fatos e não em ideologias requerem coragem e presteza. Surge, então, a principal pergunta: o que explica o surgimento de líderes; isto é, como cultivar ambientes que permitam despontar de líderes?

O espírito de inovação surge como a principal resposta. Tornar possível um meio aberto a novas idéias, propostas e, conseqüentemente, novas vozes

cria o cenário ideal para o aparecimento das mais variadas propostas e das mais diversas lideranças.

E é assim que a ANAPRE quer ser reconhecida. Traga sua sugestão e sua proposta, e esteja certo, sua voz será ouvida. Participe!

As nossas principais ações surgiram da iniciativa de associados como você. Confira alguns exemplos descritos nesta edição e venha fazer parte das nossas atividades.

Um abraço e até breve,

**Levon Hagop Hovaghimian**  
Diretor Técnico

## Notícia Técnica

## Subleito e sub-base – suas especificações



Eng. Joel Levy

Coordenador Técnico da BNA Engenheiros Consultores/ Grupo Falcão Bauer

Denominamos subleito o terreno de fundação preparado para receber o pavimento industrial. Na fase preliminar ou de projeto do pavimento é importante realizar ensaios com intuito de se conhecer as características do terreno, através de sondagens (SPT), e ensaios de caracterização do solo superficial através da realização de ensaios de limites de liquidez (NBR 6459), limite de plasticidade (NBR 7180), análise granulométrica por peneiramento e/ou sedimentação (NBR 7181), Índice de Suporte Califórnia (C.B.R.) (NBR 9895) e coeficiente de recalque (K), sendo que esses dois últimos podem ser correlacionados através de tabelas bastante usuais para esse tipo de serviço.

Na fase de execução é fundamental o controle tecnológico, com a realização dos ensaios de laboratório especializado para comprovar exigências de projeto e

acompanhamento da compactação da camada através dos ensaios de compactação (NBR 7182), densidade “in situ” (NBR 7185 ou 12102) e umidade “in situ” (DER M28), ocorrendo a liberação da camada somente quando os parâmetros de projeto forem alcançados.

Sub-bases são elementos estruturais intermediários entre o piso em concreto e o subleito, e dentre diversas funções tem como principal o controle de deformações oriundas do piso, de forma a compatibilizar o comportamento mecânico das placas com o subleito. Em outras palavras a sub-base é responsável pela transferência dos esforços gerados pelo piso para a fundação - subleito. Elas podem ser divididas em dois grupos: granuladas e estabilizadas. As granuladas podem ter granulometria fechada ou aberta, sendo a última mais usual em pisos industriais; quanto às estabilizadas

as mais comuns são constituídas por solo cimento e brita graduada tratada com cimento (B.G.T.C.).

É importante que a eficiência do material a ser utilizado na sub-base, independentemente do tipo, seja controlada em laboratório especializado, visando a verificação dos parâmetros de projeto. Os ensaios de controle tecnológicos a serem realizados nas sub-bases granulares são análise granulométrica (DNER ME083) e Índice de Suporte Califórnia (C.B.R.) (NBR 9895). Quando os parâmetros são estipulados em projeto, além dos ensaios já citados, as sub-bases estabilizadas devem ser ensaiadas a resistência a compressão axial (NBR 5739).

Na fase de execução é fundamental o controle tecnológico, com a realização dos ensaios de laboratório especializado para comprovar exigências de projeto e acompanhamento da compactação, ensaios de compactação (NBR 7182), densidade “in situ” (NBR 7185) e umidade “in situ” (DER M28) e desde que solicitado moldagem de corpos de prova para a realização dos ensaios a compressão axial. A liberação das respectivas camadas dar-se-á somente quando os parâmetros de projeto forem alcançados. Caso seja solicitado pelo projeto, pode ser realizado o ensaio de placa para determinar o coeficiente de recalque (K) no topo da sub-base para avaliar o conjunto sub-base e subleito.

## Entrevista

## Luis Carlos Sá aborda comportamento das empresas que querem evoluir



**P**rof. Luis Carlos S. de Sá é economista, mestre em Administração de Empresas (MBA) pela HEC School of Management (França) e em Planejamento Organizacional pela FGV-EBAPE e doutorando pelo ISCTE - Lisboa. Idealizador, professor e coordenador acadêmico dos Programas de Pós-Graduação MBA em Marketing e Gestão Estratégica de Serviços da Fundação Getúlio Vargas em inúmeras cidades do Brasil. Como executivo, foi responsável pela Direção Executiva de Marketing da Bradesco Seguros, pela Gerência Nacional de Vendas da American Express e pelas Gerências de Marketing e de Planejamento Estratégico do Citibank. É sócio-diretor da Sá & Associados - Integradora de Conhecimentos, empresa especializada em Consultoria e Treinamento em Estratégia Empresarial, Marketing e Vendas.

#### **Qual a postura que as empresas devem ter em momentos de mudança de paradigmas como o que estamos vivendo?**

Acredito que as lideranças das empresas devam investir na formação e desenvolvimento de equipes de alta performance que sejam capazes de aprofundar os conhecimentos a respeito dos mercados e dos clientes visando entender o seu comportamento, demandas e tipo de relacionamento que desejam obter. Me parece evidente que alguns clientes continuarão a atribuir ao preço o valor mais importante para este relacionamento, mas estes terão mais dificuldades para competir no futuro do que outros que visam o estabelecimento de um relacionamento comercial a longo prazo, focado no desenvolvimento de soluções valiosas que, como consequência, permitirão crescimento das vendas, melhor posição no mercado e lucratividade. A inovação através do desenvolvimento de novos produtos e serviços, do desenvolvimento de novos canais de distribuição, de novas formas de comunicação com o mercado, de novas formas de precificação, entre outras possibilidades, será fundamental para competir, ao longo do tempo, de forma sustentável. Para tanto, voltamos a enfatizar a importância de as empresas terem gente preparada, ousada, motivada e bem remunerada para terem sucesso continuamente.

#### **O que as empresas devem fazer para “anular” suas fraquezas e evoluir positivamente?**

Muitas empresas acreditam que prestam um serviço superior aos seus clientes e quando vão perguntar a eles se isto é verdadeiro se surpreendem com respostas negativas. É necessário, portanto, ouvir os clientes que ficaram descontentes conosco, aqueles que pararam de comprar ou diminuíram significativamente os seus pedidos e tentar entender as razões para estas ocorrências. Mas só isto não basta: é igualmente importante verificar com os clientes atuais por que continuam comprando conosco e pela confrontação das duas amostras poderemos entender os elementos que discriminam o comportamento de compra daqueles que ficaram insatisfeitos. Manter-se sempre alerta, vigilante, junto aos clientes, fará a empresa evoluir positivamente, seja pela minimização das fraquezas, seja pela capitalização de suas forças.

#### **Para as empresas de prestação de serviços, qual o melhor posicionamento para obter uma evolução importante?**

Felizes as empresas que vêm à mente do cliente em primeiro lugar, aquelas que o cliente não hesita em indicar para os amigos... Como elas conseguem tal proeza? Através do desenvolvimento de um posicionamento estratégico, único, singular. Essa pergunta é o desafio de todo o executivo e está relacionada a inúmeros fatores: o elevado grau de orientação para mercado dos funcionários; a orientação empreendedora dos líderes; o comprometimento incondicional com a qualidade do serviço prestado, seja para os clientes externos, seja para os internos. Do ponto de vista técnico, trata-se de desagregar as atividades organizacionais presentes na cadeia de valor da empresa, vis a vis seus concorrentes, para entender onde residem as fontes de diferenciação ou vantagem de custos. As diferentes formas de executar as mesmas atividades organizacionais que os concorrentes realizam é que permitirão à empresa desenvolver um posicionamento exclusivo junto aos segmentos que pretende atuar. As empresas também podem gerar um posicionamento único pelo desenvolvimento de inovações radicais, que criam novos mercados até então não ocupados pelas já existentes.

#### **Como deve ser a contribuição pessoal do profissional?**

Ter o foco do cliente em tudo que faz; desenvolver soluções que agreguem valor ao negócio do cliente valorizando a marca da empresa em que trabalha; produzir e compartilhar internamente o conhecimento desenvolvendo projetos, se possível através de equipes multifuncionais de trabalho; ser ousado; ser honesto e ético nas relações com os clientes, empresas, colegas e sociedade.

#### **Quais são as principais atitudes que uma empresa deve ter para manter a lealdade do cliente?**

Em primeiro lugar, é preciso que os líderes empresariais acreditem que o melhor cliente é o

que já está em casa. Muitas empresas ficam mais preocupadas em conquistar novos clientes do que aprofundar o relacionamento com os existentes, tornando-os fiéis à marca com o passar do tempo. É preciso entender que a maior fonte de lucratividade das empresas vem dos clientes atuais. Esta é uma atitude que deve ser compartilhada com todos os funcionários. Alinhada com ela está a afirmação de que conhecer, cuidar dos clientes é uma responsabilidade de todos, não apenas da área comercial. Infelizmente, na prática de muitas empresas, isto não é verdade. Quando perguntamos a alguns diretores: qual foi a última vez que esteve com um cliente ou em uma linha do callcenter ouvindo suas solicitações e reclamações? a resposta é surpreendente e isto mostra que do discurso à ação a distância é grande. Imaginem questões mais complexas relacionadas à gestão dos clientes! Lealdade dos clientes pressupõe no mínimo estar muito próximo deles, entender com profundidade e antecipar as suas necessidades, desenvolver soluções personalizadas, fortalecer confiança mútua e fazer negócios que favoreçam um relacionamento sustentável e de longo prazo benéfico para todos os stakeholders.

#### **Na sua opinião, quais são as tendências futuras no marketing de serviços?**

Serviços na economia brasileira são responsáveis por 63% do PIB Nacional (IBGE 2007). A tendência é que a demanda por serviços aumente em todos os países desenvolvidos. Esta inclinação está relacionada a alguns fatos: os consumidores desejam mais qualidade de vida e mais tempo para o lazer e entretenimento; a crescente longevidade da população que requer para os idosos novos serviços; o avanço extraordinário da tecnologia da informação, notadamente dos computadores e softwares, as telecomunicações; a maior participação das mulheres no mercado de trabalho; a sofisticação crescente dos consumidores; os avanços da medicina; entre tantas outras realidades, que proporcionarão um crescimento significativo nos serviços de marketing aos consumidores, às empresas, aos governos, às organizações sem fins lucrativos, entre outros, nas próximas décadas.

#### **Como a ética, sob todos os aspectos, impacta a relação entre empresa e cliente?**

O resultado é a proteção da imagem, um bem caríssimo à empresa. Isso elimina muitos custos porque os sistemas de controle de riscos são caros. O funcionamento dos mercados envolve custos de transação. Quando os agentes vivem num ambiente ético, a transparência diminui a ineficiência da falta de informações, e a confiança diminui os custos de controle. Auxilia no gerenciamento de crises, pois quem sempre se comporta eticamente responde com maior segurança a situações de stress e problemas. A ética granjeia para a empresa uma sólida boa reputação, que atrai empregados, fornecedores, clientes e investidores, aumentando o valor da marca.

## Novo estatuto é aprovado em Assembléia

Diretores, associados, conselheiros e sócios fundadores estiveram reunidos em Assembléia Geral Extraordinária, na sede da ANAPRE, na noite de 31 de março de 2009, para deliberarem sobre a revisão e alteração das normas do estatuto da Associação.

As principais mudanças efetuadas referem-se à elaboração e aplicação de código de ética para regular as condutas dos associados, definição dos cargos em favor dos associados e não de seu representante (ressalvado o de presidente e vice-presidente), reestruturação das funções de cada órgão deliberativo e atualização das finalidades da associação.

“O principal objetivo da revisão do estatuto é aproximar este documento da realidade da Associação, que vem ganhando repre-

sentatividade junto ao setor em seus quase cinco anos de existência”, justifica o presidente da ANAPRE eng. Wagner Gasparetto.



### Ajustes

Pelo motivo exposto acima, a relação de finalidades da Associação sofreu acréscimo de ações e o código de ética, que já vem sendo elaborado por uma equipe composta por membros da diretoria, figura como instrumento para nortear as condutas dos

associados e, em breve, será concluído e lançado.

Outra importante alteração refere-se aos cargos. Com o novo estatuto, os eletivos pertencem aos associados e não aos seus representantes. O associado poderá substituir seu representante no prazo máximo de 30 dias, sob pena de perda do cargo eletivo e convocação de nova eleição para essa vaga, com exceção do presidente e vice-presidente.

As funções de cada órgão deliberativo também foram ajustadas de acordo com as necessidades percebidas durante a atuação das gestões vigentes até o momento.

O novo estatuto da ANAPRE pode ser consultado no site ([www.anapre.org.br](http://www.anapre.org.br)), na seção Institucional/Estatuto.

## Prêmio ANAPRE de Planicidade e Nivelamento conquista parceria da SIKA

ANAPRE acaba de ganhar uma parceira para a realização do Prêmio ANAPRE de Planicidade e Nivelamento, cujas inscrições já estão abertas. Trata-se da Sika, uma das líderes em produtos químicos para a construção civil nas áreas de aditivos para concreto, impermeabilizantes, selantes e adesivos, pisos industriais e anticorrosivos, grautes e ancoragens, reparo e proteção do concreto.

“A adesão da SIKA ao Prêmio significa um importante impulso na iniciativa de atribuir às empresas e profissionais do setor de pisos e revestimentos de alto desempenho reconhecimento pela busca constante da qualidade, assim como pela capacidade criativa de vencer os desafios das obras”, justifica o presidente da ANAPRE eng. Wagner Gasparetto.

Segundo o presidente, o objetivo desta parceria é engrandecer ainda mais o concurso, criando, para as próximas edições, novas categorias que possibilitem contemplar não só os melhores índices de planicidade e nivelamento executados.

O Prêmio ANAPRE de Planicidade e Nivelamento é o primeiro concurso promovido pelo setor e, em sua primeira edição, escolherá um único vencedor: a empresa que obtiver a maior soma dos índices de planicidade e nivelamento, independente do valor especificado em projeto.

Podem concorrer empresas associadas que

tenham executado obras com área maior que 2.000 m<sup>2</sup> medidas com projeto de piso que contemplem as especificações dos índices de planicidade e nivelamento. É necessário também que tenham FNumbers medidos por profissional certificado pelo fornecedor do equipamento de medição.

“Esperamos que este Prêmio se torne uma referência para os profissionais da área de pisos e revestimentos de alto desempenho, valorizando sua importante atuação no mercado da construção”, reforça Paulo Roberto Grimaldi, gerente da Unidade de Negócios Contractors da SIKA.

Com a adesão da SIKA à promoção do concurso, o vencedor receberá agora, além de um troféu alusivo ao Prêmio, uma passagem e hospedagem para participação no World of Concrete 2010, maior evento voltado para o lançamento de produtos e tecnologia para sistemas construtivos à base de concreto.

O vencedor será homenageado no dia 26 de agosto de 2009, durante a realização do 3º Seminário de Pisos e Revestimentos de Alto Desempenho, promovido pela ANAPRE na Concrete Show Sout America, no Transamérica Expo Center, em São Paulo (SP).

As inscrições vão até o dia 30 de junho de 2009 e podem ser efetuadas por intermédio do site [www.anapre.org.br/premio2009](http://www.anapre.org.br/premio2009), onde consta o regulamento.

PRÊMIO

ANAPRE

DE PLANICIDADE E NIVELAMENTO

Realização:

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PISOS E REVESTIMENTOS DE ALTO DESEMPENHO

ANAPRE

Sika®

# Apresentações marcam inauguração da Regional Interior SP



Wagner Gasparetto, presidente da ANAPRE, reforçou a importância da Associação para o setor de pisos e revestimentos de alto desempenho



Natal Martins, diretor titular da CIESP Campinas, falou sobre o Brasil e a crise

Além do clima de festa e descontração, o lançamento da Regional Interior SP foi marcado por apresentações do diretor titular da CIESP Campinas, Natal Martins, e do presidente da ANAPRE, eng. Wagner Gasparetto.

Visões otimistas em tempos de grandes mudanças foi a palestra proferida por Martins, que traçou um panorama dos efeitos da crise mundial em diversos países e como o Brasil vem sentindo-os. “A crise afetou o Brasil; porém temos um cenário favorável para retomar o crescimento”, enfatizou.

Segundo Natal, não podemos pensar em crise, mas sim em trabalho e desenvolvimento. E imbuído neste espírito, o palestrante parabenizou a ANAPRE pela iniciativa em abrir uma regional em Campinas manifestando todo o

apoio da CIESP na realização de palestras e cursos que visam beneficiar as empresas regionais.

O presidente da ANAPRE, ao falar sobre a

mercado de pisos de concreto ressaltando sua evolução desde 2004. “2009 continua sendo um ano muito bom para os que querem continuar atuando neste mercado”, ressaltou.



Cerca de 80 pessoas prestigiaram o evento

Após traçar um panorama atual da construção civil brasileira (considerando o mercado industrial e logístico), reforçou que “os sobreviventes serão aqueles que trabalharem com planejamento, tiverem a excelência e a qualidade como metas, souberem controlar os custos, focar os resultados, atuarem norteados com a cultura do aprendizado contínuo e saberem ouvir o cliente”.

importância da Associação para o setor de pisos e revestimentos de alto desempenho, demonstrou um gráfico da estimativa do

Para concluir, os três diretores responsáveis pela regional enunciaram as áreas de atuação desta unidade, a missão da ANAPRE e os benefícios dos associados.



Os diretores da Regional Interior SP Alexis Joseph S. Fonteyne, Marcelo T. Quinta e Ricardo T. de B. Nonato apresentaram, respectivamente, as áreas de atuação da ANAPRE, sua missão e os benefícios dos associados

## Acontece

### Seminário Patologia em Edificações

Data: 19 de maio de 2009  
Local: Hotel Renaissance  
(São Paulo - SP)  
(11) 2173-2474  
eventos@pini.com.br

### VIII SBTA - Simpósio Brasileiro de Tecnologia das Argamassas

Data: 19 a 22 de maio de 2009  
Local: Centro de Exposições Expo Curitiba (Curitiba - PR)  
www.sbta2009.com.br

### CINPAR 2009 - 5º Congresso Internacional sobre Patologia e Reabilitação de Estruturas

Data: 11 a 13 de junho de 2009  
Local: Hotel Four Points By Sheraton (Curitiba - PR)  
www.cinpar2009.com.br

### IX Seminário Desenvolvimento Sustentável e Reciclagem na Construção Civil

Data: 16 e 17 de junho de 2009  
www.ibracon.org.br/eventos/50CBC\_beta/informacoes.asp  
office@ibracon.org.br

### V Fenahabit - Feira Nacional das Tecnologias da Construção e Habitação

Data: 17 a 21 de junho de 2009  
Local: Parque Vila Germânica (Blumenau - SC)  
www.fenahabit.com.br

### Construfair 2009

Data: 18 a 21 de junho de 2009  
Local: Pavilhões da Festa da Uva (Caixas do Sul - RS)  
www.construfair.com.br

## Curtas

✓ Representantes de empresas brasileiras do ramo de pisos industriais, muitas delas associadas da ANAPRE, estiveram reunidas em um restaurante de Las Vegas, logo após o World of Concrete, que aconteceu no período de 2 a 6 de fevereiro de 2009. O evento é a maior exposição de produtos e tecnologia para sistemas construtivos à base de concreto e apresenta soluções inovativas para aumento da produtividade, qualidade e velocidade na execução de obras.



✓ A Parluto Advogados, empresa contratada pela ANAPRE para oferecer orientação jurídica gratuita aos associados, pode responder a dúvidas por intermédio da seção Serviços/Assessoria Jurídica do site ou diretamente na Área do Associado.



✓ Além do selo Associado ANAPRE 2009, disponibilizado para utilização em todo material publicitário e comercial das empresas associadas, a ANAPRE enviou, no mês de março, um certificado de associado. O documento é mais uma forma de identificar o associado e

será emitido anualmente aos que estiverem em dia com suas obrigações associativas.

## Novos Associados

Mais quatro empresas paulistas passaram a integrar a ANAPRE: GNP Construtora Ltda., de Itapira, L&M Construction Chemicals Química para Construção Ltda., de Mogi das Cruzes, Santiago & Cintra Importação e Exportação Ltda., de São Paulo, e LENC Engenharia & Construção, também de São Paulo. Sejam bem-vindas!

**CONCRETE SHOW**  
SOUTH AMERICA 2009

O maior evento internacional de tecnologia em concreto na América do Sul

**26 - 28**  
Agosto 2009

**TRANSAMÉRICA EXPO CENTER**  
SÃO PAULO - BRASIL

www.concreteshow.com.br