

Alumina

SETEMBRO 2022 | Nº01 | Sapa Portugal

Página 2. Sustentabilidade

Página 3. Evento com Clientes

Página 4. Projeto Casal Ribeiro

Páginas 6 a 8. Entrevistas Exclusivas

sapa:

By  Hydro



sapa-portugal.pt



/sapabuildingsystemportugal



Sustentabilidade

EDITORIAL

Renovar é sem dúvida um dos termos mais utilizados nos últimos tempos.

Esta publicação pretende e deverá ser acima de tudo um veículo de comunicação privilegiado para levar até si todos os projetos de renovação em curso na SAPA!

Citando o célebre naturalista britânico Charles Darwin, em tempos de enorme transformação social e económica, não irão sobreviver os mais fortes mas sim todos aqueles com melhor capacidade para se adaptarem à mudança!

A mudança na SAPA já começou e a ALLUMINA estará cá para o provar... renove-se connosco para estarmos juntos no futuro!

José Dias, *Sales Director*



A sustentabilidade é a capacidade de satisfazer as nossas necessidades no presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades.

No seu sentido literal, o termo 'sustentabilidade' consiste na capacidade de sustentação de um sistema. O vocábulo latim '*sustentare*', do qual o termo deriva, tem o significado de sustentar, suportar, conservar em bom estado, manter, resistir. Torna-se claro, assim, o carácter intertemporal do conceito, que, aplicado a um sistema, remete à possibilidade de que seus atributos sejam

mantidos ao longo do tempo, mesmo em face de interferências externas a ele.

Historicamente, o conceito de sustentabilidade está ligado à luta pela justiça social, ao conservacionismo, ao internacionalismo e a outros movimentos do passado. No final do séc. XX, estas ideias culminaram no chamado "desenvolvimento sustentável".

Hoje, é um tema-chave para a competitividade das empresas, cada vez mais importante para as suas estratégias de curto, médio e longo prazo.

A rápida **delapidação dos recursos naturais, os impactos que a atividade humana tem nos ecossistemas e na biosfera, os níveis elevados de desigualdades sociais e de pobreza que enfrentamos, e a falta de ética de gestão corporativa** são inimigos de um modelo de desenvolvimento sustentável, capaz de assegurar às gerações futuras as oportunidades e qualidade de vida de que as atuais gerações (ainda) gozam.

Definição de Sustentabilidade para a Hydro

O nosso objectivo é criar uma sociedade mais viável, desenvolvendo recursos naturais em produtos e soluções de forma inovadora e eficiente. **A nossa ambição é aumentar a rentabilidade e impulsionar a sustentabilidade, criando valor para todas as partes interessadas.** Para enfrentar os nossos desafios globais, o mundo precisa de produzir e consumir de novas formas. Queremos contribuir para a criação de uma sociedade justa e de uma economia circular, produzindo de forma responsável, fornecendo soluções circulares, produzindo alumínio líquido-zero até 2050 ou antes, e produzindo e utilizando mais energia renovável.



TRÊS... DOIS... UM... GO SAPA!

No passado mês de julho tivemos o evento de karts com os nossos clientes.

No dia 1 de julho foi o nosso encontro com os nossos clientes da zona Sul, no kartódromo de Évora, e no dia 8 de julho estivemos no kartódromo de Baltar com os clientes da zona norte.

Este evento teve como principal objetivo fomentar a relação com os clientes, criar um ambiente onde estivéssemos mais descontraídos, longe das dores de cabeça do escritório e numa competição amigável.

Foi uma ótima forma de conhecermos melhor os nossos clientes, perceber o seu espírito competitivo e partilharmos bons momentos de convívio.

Depois de cada uma das corridas tivemos um almoço ou jantar para repormos as energias e calorias que perdemos nesta corrida.

Apesar de estar calor foram dias memoráveis que permitiram aproximar a marca e os seus clientes. Contamos vê-los em breve, no asfalto ou fora dele.



Fotógrafo: ©Miguel Mira Sequerra



Fotógrafo: ©Paulo C. Santos





Casal Ribeiro

A recuperação projetada preservou a identidade histórica do edifício desenhado em forma de V.

A Arte de Viver num Edifício Icónico

O icónico edifício Casal Ribeiro 37, com uma arquitetura dos finais do século XIX/XX, foi reabilitado com Sistemas Sapa que vieram realçar a traça arquitetónica original do conjunto edificado pré-existente e garantir a entrada de uma maravilhosa luz natural e um conforto térmico e acústico excecional no interior dos 73 apartamentos deste projeto residencial de luxo, localizado numa das zonas mais nobres do eixo central de Lisboa.

Este projeto de reabilitação contou com a assinatura do gabinete de arquitetura Saraiva + Associados que conseguiu manter a identidade histórica dos edifícios,

transportando a sua majestosa elegância de outros tempos, até aos dias de hoje.

Um Projeto de Reabilitação Urbana e Conservação do Património

A aplicação dos Sistemas Sapa na recuperação deste projeto, preservou a identidade histórica do edifício, não só nas fachadas como no interior, evidenciando, à luz da contemporaneidade, a sua elegância original.



Uma fachada clássica, completamente reimaginada.



O projeto residencial Casal Ribeiro une o traço histórico-patrimonial ao design funcional e contemporâneo.



Os sistemas Sapa garantem a entrada de uma maravilhosa luz natural e um conforto acústico excepcional no interior dos apartamentos.

FICHA TÉCNICA

Projeto

Casal Ribeiro 37

Localidade

Av. Casal Ribeiro, 37. Lisboa

Gabinete de Arquitetura

Saraiva + Associados

Serralheiro/ Instalador

Metaloviana

Sistemas Sapa

Bzi Oculta

Fotografia

FG+SG Fotografia de Arquitetura

Nuno Moura está de regresso ao mundo do Alumínio

"É bom estar de regresso ao maior grupo de alumínio do mundo por isso, quando trabalhamos para os melhores queremos ficar por cá."

1. Como é que o destino o trouxe à Sapa?

Eu diria que como em quase tudo na minha vida, foi uma mera casualidade de fatores. Quem me abordou numa 1ª instância, sensivelmente há uns 4/5 anos, foi um "amigo" com quem nunca tinha tido o prazer de trabalhar, mas um rosto conhecido no mundo Hydro, o Orlando Sampaio.

Entretanto, por uma questão de projetos em mãos não foi possível o meu regresso, e o tema marinou por mais uns 2 anos, sensivelmente, contudo, e após uma 2ª abordagem, achei que o Universo não cria estas oportunidades muitas vezes, e, a juntar a isto a possibilidade de voltar a representar uma empresa onde já tinha sido muito feliz, e onde fiquei sempre com a sensação de ter saído cedo demais, fizeram o resto! A partir daí mudei o chip e decidi que estava na hora de regressar ao alumínio!

No entanto, pelo meio, meteu-se uma pandemia, depois a saída de pessoas mais ou menos influentes em todo este processo, e nas decisões outrora tomadas, e acabei, no final, por regressar por intermédio de alguém que já conhecia há alguns anos e que acabara de assumir a Direção Comercial da empresa - o José Dias.

2. O que distingue, na sua opinião, a marca Sapa dos seus principais concorrentes?

Eu acho que o que distingue a marca Sapa é uma característica muito



própria da marca – os seus clientes e a relação exclusiva que estes mantêm com a marca. Eu conhecia a Sapa numa vertente de concorrência, e sabia que essa empresa tinha feito um trajeto absolutamente magnífico, por isso, eu digo que o que a distingue tem a ver com esta característica muito pessoal que a Sapa tem. A Sapa trabalhou muito bem o mercado nacional, desenvolveu produtos muito orientados para este mercado, fez um trabalho absolutamente fabuloso. Aliás, quando se dá a junção da Sapa com o grupo Hydro, a Sapa está numa vertente de completo domínio no mercado e acho que o que ainda hoje define a Sapa é esta habilidade que tem, uma equipa comercial que acaba por estar muito presente junto dos clientes, uma rede de clientes muito fiel à marca, que a apoiam e defendem naquilo que é a sua essência. Ficam inclusivamente (o que é uma coisa gira) incomodados quando a marca "supostamente" sofre alguns revés, os clientes sentem isso como sendo, também, da sua responsabilidade, ou então que esteja também ligados a eles e isso é uma característica que se calhar não se encontra em muitas marcas, quer dizer, há muitas marcas por aí que acabaram por desaparecer e as pessoas acabam por ir comprar a outro lado, contudo a Sapa tem essa particularidade, tem um leque de clientes (eu falo de toda a estrutura) que vivem isto de uma forma muito apaixonada e que estão sempre dispostos a lutar por aquilo que são os interesses da marca, e é malta que realmente é muito engraçado de se trabalhar com eles.

3. Sabemos que correr é umas das suas paixões, quais são as outras?

Uii paixões... neste momento é a minha filha pequenina que tem 3 meses por isso essa digamos que é a paixão número 1 da minha vida. Gosto muito de viajar, gosto de correr embora não seja uma paixão, corro por necessidade (risos) eu se pudesse, se ficasse magrinho sem correr digo-vos já que preferia comer cozidos à portuguesa todos os dias do que ir correr. Gosto de correr só para manter a boa forma e para poder brincar com a minha filha durante mais alguns anos, não gostaria de ser um gajo muito barrigudo daqui por algum tempo. Depois gosto muito de *puzzles*, adoro resolver *puzzles*, e de filmes.

4. Qual foi o maior *puzzle* que já resolveu, tinha quantas peças?

Tinha 3000, não era nada de especial.

E tenho uma paixão muito grande pela parte de enologia, gosto muito de vinhos e é uma coisa que também ainda quero ver se desenvolvo mais um bocadinho.

5. Disse que gosta muito de viajar, qual o sítio que visitou que mais gosta?

Sei lá, não faço ideia...



BIOGRAFIA

- **Nome:** Nuno Moura
- **Idade:** 49 anos (13 de julho de 1973) sem certeza absoluta
- **Naturalidade:** Porto
- **Clube de futebol:** Futebol Clube do Porto
- **Prato favorito:** corre o país inteiro à procura do melhor Cozido à Portuguesa

6. Ou então qual é o seu destino de sonho?

Ahh isso é fácil é a Austrália, é o sítio onde ainda não consegui ir... (fica aqui o repto se alguém me quiser mandar para a Austrália, eu não tenho problemas nenhuns).

Dos sítios mais giros que tive a oportunidade de visitar... já estive em sítios absolutamente espetaculares, mas vou dar uma resposta politicamente correta... os Açores, nomeadamente as ilhas de S. Jorge e do Pico, sem esquecer são Miguel e a Terceira...ah, e internacionalmente, as Filipinas, do outro mundo. Afinal eu estou talhado para ilhas, notam... Austrália, Açores, Filipinas!!!

7. É supersticioso? Qual o ritual diário/semanal que não pode falhar?

Sim, sou, mas não tenho nenhum ritual que eu siga. Quando digo que sou supersticioso é, por exemplo, se alguma coisa corre bem eu gosto de fazer sempre a mesma situação. Um caso prático, lembro-me que quando fumava ia ver jogos de futebol e fumava, religiosamente, 4 cigarros. O 1º quando o arbitro apitava no início do jogo, o 2º aos 30 minutos, o 3º no início da segunda parte e depois o último aos 75 minutos. E isto era um ritual. Não gosto de passar por baixo de escadas, mas lá está eu acho que é pelo facto de ser alto e ter medo de bater lá com a cabeça (risos), e depois nos sítios onde bati de carro (nunca bati muito na vida), por norma, se puder fugir deles, não passo por lá... Não são superstições, são mais manias... é de ser maluco, de resto mais nada.

8. Sabemos que as suas noites não têm sido fáceis, como lida com a privação de sono?

(Risos) acho que lido bem com a privação de sono, não tenho problemas com o sono, até porque normalmente durmo pouco. Já quando andava a estudar, na faculdade, a altura que tinha melhor rentabilidade para estudar era à noite, nunca fui gajo de conseguir estudar durante o dia, porque me distraía com muita facilidade. Ou era com a cerveja ou com outra coisa qualquer, mas distraía-me com muita facilidade, ou com os bilhares ou com o jogo da bola, ou os jogos de padel numa última fase.

9. Quais são os maiores desafios da Sapa nos próximos anos?

Bem, estamos a fazer uma mudança importante, quer nós queiramos quer não, inclusivamente o paradigma, esta mudança de paradigma para mim não é constrangedora, mas é impactante para a estrutura Sapa, porque a equipa não está habituada a ver-se numa vertente *Smart Choice*. Espero que por daqui a 5 anos a capacidade de adaptação à mudança esteja mais apurada, que nos habituemos, que tenhamos a perfeita noção do espaço onde estamos enquadrados, que sejamos fortes naquilo que é o nosso segmento de mercado! Eu acho que temos todas as capacidades para sermos uma marca muito mais forte no segmento de mercado que queremos agarrar, com estes clientes que temos e com novos clientes que possamos trazer para cá. Creio que não perderemos qualquer tipo de pendão, qualquer tipo de importância no seio do grupo. O objetivo da Hydro é, logicamente, sermos os primeiros no *Premium* e também chegarmos a primeiros no segmento de *Smart Choice*.

10. Quais são os maiores desafios da Sapa nos próximos anos?

Eu acho que há um desafio grandíssimo, agora parecia o Futre a falar (risos), eu acho que é enorme este aspeto de mudança, é um desafio porque é difícil. Eu compreendo, para sermos um bom comercial, temos de nos pôr na pele dos nossos clientes, temos de gostar de pessoas essencialmente, e eu pondo-me na pele deles digo, é difícil. Os clientes estavam habituados a umas festas mais vistosas, são pessoas que se sentiam bem, acarinhadas, importantes até, que sentiam naquele bocadinho que havia alguém que os punha num patamar diferente daqueles onde eles normalmente

gravitam, que os reconheciam e lhes agradeciam pela dedicação! Por isso é importante que a malta perceba este desafio como sendo fundamental. Depois, há outro que é, para mim, essencial, que passa muito pelo *marketing*, e que tem a ver com a imagem da marca. A imagem da marca pode, e deve ser a mais forte possível. Se a imagem estiver perfeitamente defendida e visível, se todos sentirmos orgulho na camisola que vestimos e na defesa dos seus interesses, a Sapa como *Smart Choice* estará sempre na linha da frente de qualquer desafio. Se, por outro lado, descurarmos esta parte da imagem, a Sapa vai perdendo visibilidade, e ao perder visibilidade por mais que queiramos mudar, perdemos força, porque uma empresa que, nos dias de hoje, não seja visível e digitalmente ativa, facilmente é suplantada. Mudança e imagem são dois pontos fundamentais para que a Sapa continue a trabalhar bem, continue a ajudar os seus clientes e os interesses da Hydro, e continue sem nenhum problema a sua expansão e estratégia.

11. Defina a Sapa numa palavra? E a sua equipa comercial? Experiência.

12. Qual é o futuro que vê no setor tendo em conta a sustentabilidade?

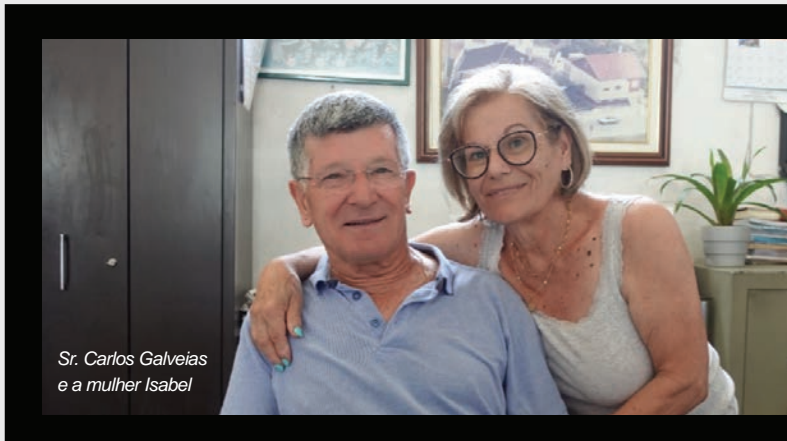
A sustentabilidade é um dos pilares da empresa, importante para o nosso futuro e o dos nossos filhos, e nós sabemos que temos de continuar a trabalhar no sentido de nos tornarmos cada vez mais sustentáveis. A empresa está a fazer o que é possível para se tornar cada vez mais *green*, cada vez mais sustentável ao nível do produto, mas também ao nível dos processos. É o futuro, e não temos como fugir a isto.

Por isso, estou em crer que daqui por alguns anos (poucos) as empresas que continuarão no mercado serão aquelas que primem pela sustentabilidade. Tenho a certeza que o grupo Hydro está muito bem posicionado para lá chegar primeiro do que todos os outros, e, sem dúvidas, que quem liderar este processo será o que terá a maior farsquia do mercado. Esse será o caminho, e o grupo Hydro e a marca Sapa estarão na linha da frente desse grande desafio.



"Temos a capacidade para ser uma marca muito mais forte no segmento de mercado que queremos agarrar"

Espero que por daqui a 5 anos a capacidade de adaptação da Sapa à mudança esteja mais apurada, que nos habituemos, que tenhamos a perfeita noção do espaço onde estamos enquadrados, que sejamos fortes naquilo que é o nosso segmento de mercado!



Sr. Carlos Galveias e a mulher Isabel

BIOGRAFIA

- **Nome da Empresa:** Carlos M. Galveias Ramos, LDA
- **Clube de futebol:** Sporting Clube de Portugal
- **Nome:** Carlos Manuel Galveias Ramos
- **Prato favorito:** Qualquer coisa
- **Idade:** 76 anos
- **Hobbies:** Tenho 8/9 cães Podengos devido à minha paixão pela caça
- **Naturalidade:** Alcanena

Serralharia Carlos Galveias

Nesta primeira edição da Allumina damos-lhe a conhecer a história de um dos nossos clientes mais antigos.

1. Como conheceu a Sapa?

Em 1980 e picos, era a Anodil, depois da Anodil veio a Arkial, depois passou para Sapa e agora é Hydro. Quando comecei a trabalhar, havia a Manuel Ferreira e havia a Anodil e eu trabalhava com as duas. Na altura não existiam comerciais, nesses tempos nós é que sabíamos que a firma X e Y vendiam alumínio e eramos nós que íamos à procura. E foi assim que começámos. Eventualmente acabei por ficar mais ligado à Sapa e tem sido sempre assim até aos dias de hoje.

2. Porquê a Sapa?

A Sapa era naquele tempo, quem tinha mais soluções, os preços eram bons e tínhamos mais soluções para a questão da caixilharia. Tínhamos também a questão da proximidade uma vez que o armazém estava perto de nós. No entanto, naquela altura não existiam entregas, nós é que íamos lá buscar o material que precisávamos. Praticamente todas as semanas ia carregar ao armazém da Sapa, telefonávamos, chegávamos ao armazém e tínhamos de ir às prateleiras como todos os outros colegas, buscar perfis disto ou daquilo e pronto era assim o negócio na altura.

3. A empresa começou consigo?

Sim eu fui a primeira pessoa a trabalhar em alumínio aqui no concelho. Estava a trabalhar na construção civil quando apareceu o alumínio. Foi o Mário Santos que na altura vendia alumínio fabricado na Alemanha. Comecei por ir para o Porto por 15 dias fazer formação por conta dele que tinha uma oficina equipada com tudo. Entretanto, voltei do Ultramar e a empresa

onde estava a trabalhar faliu, mais ninguém trabalhava com alumínio então comecei eu. Um dos vendedores dessa antiga empresa forneceu-me o alumínio e eu comecei a trabalhar por conta própria com os clientes que já tinha na firma. Ele trazia o alumínio, eu transformava e montava as obras e no fim fazíamos contas. Assim começou tudo...

4. Ao fim de tantos anos quais são os motivos que o levam a continuar a comprar Sapa?

Continuo a comprar Sapa pela questão da qualidade do produto, os perfis apresentam uma espessura superior face à generalidade dos sistemas do mercado. Tanto tem qualidade que ainda não desistimos dela. Mas não é por falta de pessoas a vir aqui para nós mudarmos, nomeadamente comerciais de outras firmas. Depende sempre também daquilo que o cliente final quer.

5. Quais considera os maiores desafios da Sapa no futuro?

O desafio da Sapa é evoluir o mais possível, fazendo séries que sejam mais completas. Acho que precisam de mais desenvolvimento. Vem aqui a Sapa, a Anicolor, a Cortizo, de certa maneira estou feito ao vosso sistema, mas na questão do acabamento poderiam ser um pouco mais aprimorados.

6. Onde vê a sua empresa daqui a 5 anos?

Isso não lhe vou dizer. Não sei, não vejo um futuro muito risonho, só se isto mudar, hoje está bom, amanhã já não se sabe, tanto



Carlos Galveias com os filhos (Hélder e Nuno) e os colaboradores

pode estar melhor como pode estar pior. Isto estava tão bom e, entretanto, começa a guerra na Ucrânia que deu a volta a isto tudo. Coisas imprevisíveis, mas hoje é hoje, amanhã logo se vê como é que é.

7. O que acha do compromisso da Sapa com a sustentabilidade?

Eu acho que a Sapa deveria manter os mesmos padrões que tem vindo a desenvolver até agora, uma vez que a sustentabilidade é fundamental, sem dúvida.

8. Que práticas sustentáveis implementou na sua empresa?

Painéis solares fotovoltaicos nos telhados, dá resultado sem dúvida. Não negoceio nada com a EDP. O que estou a produzir estou a gastar e não dou à EDP praticamente nada. Com oficina e casa pago cerca de 20 e poucos euros, com máquinas industriais a trabalhar todos os dias, assim se vê o que se poupa.

9. Como vê a evolução e tendência do mercado nos próximos anos?

A evolução, eu acho que isto vai evoluir muito. Isto tem que evoluir, não se pode manter os mesmos sistemas muito tempo. Mas isso já não é para o meu tempo. É para os meus filhos se eles quiserem!

