



nº 01 | Trimestral | Junho | 2008 | 2,5 euros

25 anos
a desenhar
o futuro



ACESSO RÁPIDO A UM MUNDO DE VANTAGENS.

Chegou a netcaixa: a nova solução da Caixa para aceitação de pagamentos com cartões de crédito e de débito. Adira à netcaixa e aceite os cartões das marcas MULTIBANCO, VISA e MASTERCARD em condições especialmente vantajosas: adesão gratuita, tarifas adequadas ao seu negócio, benefícios sobre as compras efectuadas com os cartões da Caixa e acesso a produtos bancários exclusivos.

25º Aniversário

25th Anniversary

As comemorações do 25º Aniversário da JORDÃO estão prestes a chegar ao fim. Não me pareceu excessivo, encerrá-las da mesma forma como as iniciei: recordando o "dia 1", 15 de Junho de 1982. Apesar de já terem passado 25 anos sobre esta data ainda recorde, como se fosse hoje, quando a EDP ligou o transformador da primeira unidade fabril da empresa. Foi assim dado o "tiro de partida" para a concretização de um sonho projectado por uma pequena, mas determinada equipa, da qual me sinto orgulhoso de ter feito parte. Liderando-a estava o Sr. José Júlio Jordão, esperançoso e altamente motivado em criar uma empresa associada ao ramo da refrigeração comercial. Projectámos para a empresa um crescimento ao nível do mercado interno, mas também ao nível internacional. E, o objectivo tem vindo a ser atingido.

Com a "COOL" queremos estar mais perto daqueles que utilizam e conhecem os nossos equipamentos: dos operadores do mercado, dos prescritores, dos nossos clientes e fornecedores, dos nossos parceiros. É um novo projecto de relacionamento e comunicação com o mercado para que mais próximos nos possamos conhecer melhor. A este número "um" outros, se seguirão. Contamos com todos para desenvolver este projecto e ampliar a nossa comunidade, a comunidade JORDAO, onde queremos que todos os nossos stakeholders se reconheçam e tenham voz.

Por último, uma palavra de agradecimento às sócias da JORDÃO, pelo voto de confiança que mantêm em todos nós. E claro, muito especial à Dª Alexandrina, que tem demonstrado uma enorme vontade de querer continuar e fazer crescer a obra começada pelo seu marido, o Sr. José Júlio.

Bem hajam e um abraço forte a todos.

Jordão's 25th Anniversary celebrations are almost reaching their conclusion. It didn't seem to me being excessive closing in the same way that I opened them: by recalling 'Day 1' on June 15, 1982. Despite 25 years having gone by, I still remember it like it was only yesterday, when EDP switched on the current to the company's first production unit. That's how the parting shot was given to make a dream by a small but determined team, which I feel proud to have been a part of, come true.

At its helm was Mr. José Júlio Jordão, full of high hopes and motivation to create a company associated with commercial refrigeration. We planned that the company should grow at an internal market level, but also internationally. And we've achieved that goal.

'COOL' aims to bring us closer to those who know and use our equipment: from market players, prescribers, our clients and suppliers to our partners. It is a new communication and association venture with the market aiming to get closer to and understand it better. This is just the 'first' of many future issues.

We rely on everyone to develop this project and increase our family - the Jordão community - where we want all our stakeholders to be recognized and have a voice.

A word of thanks to Jordão's partners, and the confidence they have laid in all of us. And of course a special thanks to Dª. Alexandrina, who showed enormous will in pursuing the work begun by her husband, Mr. José Júlio Jordão, and to continue growing.

A very big thank-you-all



Director Geral - Isidro Lobo

APESAR DE JÁ TEREM
PASSADO 25 ANOS SOBRE
ESTA DATA AINDA RECORDO,
COMO SE FOSSE HOJE,
QUANDO A EDP LIGOU O
TRANSFORMADOR DA
PRIMEIRA UNIDADE FABRIL
DA EMPRESA

DESPITE 25 YEARS HAVING
GONE BY, I STILL REMEM-
BER IT LIKE IT WAS ONLY
YESTERDAY, WHEN EDP
SWITCHED ON THE CURRENT
TO THE COMPANY'S FIRST
PRODUCTION UNIT

Sumário

Equilíbrio Minimal
Interior Design por
Cristina Jorge de Carvalho

Minimal Balance
Interior Design by
Cristina Jorge de Carvalho



PAGE
06-11



PAGE
12-17

Em Stock
Soluções e
Equipamentos

In Stock
Solutions
and Equipments

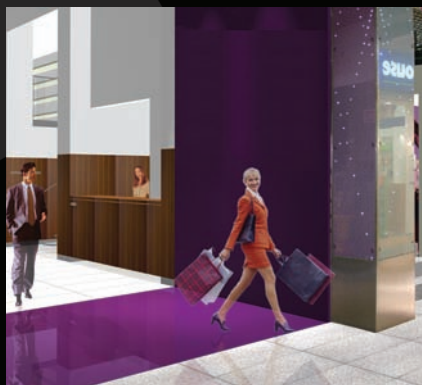
PAGE
18-23



In Focus
From Guimarães to the
World – 25 years at cool's service

Destaque
De Guimarães para o Mundo
25 Anos ao serviço do frio

PAGE
24-27



Architectural Plan
Aesthetics or functionality

Plano de Arquitectura
Estética ou funcionalidade

Ficha Técnica



PAGE
28-31

Estratégia
Certificação e
Qualidade

Certification
Strategy
and Quality

PAGE
32-33



Innovation
Sanyo Project, a
partnership from
the Far East

Inovação
Projecto Sanyo,
a parceria que
veio do Oriente

PAGE
40-43



Lazer
Madeira de
descoberta de
São Vicente

Leisure
Madeira -
discovering
São Vicente

Cool nº 1 - Julho de 2008

Propriedade: José Júlio Jordão, Lda, Parque Industrial de Guimarães, Pav. E1, 4801-910 Guimarães-Portugal, Tel.: 253 470 700, www.jordao.com, cool@jordao.com

Coordenação: Mário Rodrigues, mario.rodrigues@jordao.com

Edição e Produção: Workmedia Corporate,
Director: Diniz Macedo, dmacedo@workmedia.pt
Rua General Firmino Miguel nº3 Torre 2, 3º Piso
1600-100 Lisboa Tel.: 210 410 300
www.workmedia.pt

Estudo Gráfico: José Teixeira zteixeira@workmedia.pt

Fotografia: Francisco Machado, Jaime Machado, José Freitas, Studio 33, Hugo Gamboa

Tiragem: 2000 exemplares

Periodicidade: Trimestral

Impressão: SOCTIP - Sociedade Tipográfica, S.A.
Estrada Nacional 10, Km 108,3
2135-114 Samora Correia, Porto Alto

Os seus clientes parceiros e fornecedores também podem receber a "Cool". Basta que nos envie as moradas através de cool@jordao.com preenchendo os campos abaixo.

Nome _____
Cargo _____
Empresa _____
Sector de Actividade _____
Morada _____
Cod.Postal _____
Localidade _____ Tel _____
Fax _____ Email _____

Cerca de 5000 pessoas vão ler os artigos publicados no primeiro nº da Cool. A revista da JORDAO COOLING SYSTEMS vai chegar aos quatro cantos do Mundo, comunicando com inúmeros intervenientes deste mercado.

Envie-nos as suas ideias, observações, os artigos que gostaria de ver publicados e sirva-se também desta ferramenta para comunicar com o seu target.

Poderá fazê-lo por e-mail através do endereço cool@jordao.com

CRISTINA JORGE DE CARVALHO – INTERIOR DESIGN

CRISTINA JORGE DE CARVALHO - INTERIOR DESIGN

Equilíbrio minimal

Minimal balance



NÃO SEGUE TENDÊNCIAS E CARACTERIZA O SEU TRABALHO COMO UM JOGO DE OPÓSTOS, ONDE MATERIAIS INDUSTRIAIS CONVIVEM LADO A LADO COM PEÇAS ELEGANTES. MINIMALISTA, APOLOGISTA DE LINHAS RECTAS E DE AMBIENTES SÓBRIOS EM CORES AUSTERAS, ESTE É O CUNHO DE CRISTINA JORGE DE CARVALHO

DOESN'T FOLLOW TRENDS AND DESCRIBES HER WORK AS A PLAY ON OPPOSITES, WHERE INDUSTRIAL MATERIALS GO SIDE BY SIDE WITH ELEGANT PIECES OF FURNITURE. A MINIMALIST AND APOLOGIST FOR STRAIGHT LINES AND SOBER ENVIRONMENTS IN AUSTERE COLOURS, THIS IS THE HALLMARK OF INTERIOR DESIGNER CRISTINA JORGE DE CARVALHO.

Licenciou-se em Gestão de Empresas em 1990, e posteriormente fez um curso de Decoração de Interiores em Londres, em 1997. Quando é que o design de interiores lhe "despertou"?

Desde sempre, eu sempre adorei arquitectura. Mas na altura de decidir um curso resolvi-me por Gestão de Empresas em vez de Arquitectura. Mais tarde, também não me senti com disponibilidade para tirar outra licenciatura e por isso optei pela área de interiores, que é a área que mais me seduz dentro da arquitectura, daí ter ido estudar para Londres.

Como foi essa experiência? Sente grandes diferenças quando comparado com Portugal?

Sobretudo não sei muito bem como é o ensino desta área em Portugal, tenho algumas noções baseadas no que oíço falar. Em Londres, as aulas são dadas por pessoas conceituadíssimas dentro de cada área, e a parte teórica é complementada com projectos práticos ao longo de todo o curso, o que nos dá automaticamente uma capacidade de resolver problemas e ques-

Cristina Jorge de Carvalho graduated in Business Administration & Management in 1990 and later on completed a course in Interior Design in London in 1997, when did you wake up to interior design?

I've always loved it, particularly architecture. But when I was deciding what course to follow I decided on Management instead of Architecture. Later on, I didn't feel I had the time to do another degree and so I chose the interior design area, which is the field that I most like within architecture, and from there I went off to London to study.

What was the experience like? Do you think there are lot of differences compared to Portugal?

I can't say that I particularly know a great deal about teaching in this area in Portugal. I've got some vague ideas based on what I've heard. In London the lectures are given by very well known people in each area, and the theoretical part is complemented with practical course work projects throughout the course, which teaches us automatically to solve problems and issues that we have to confront on a daily basis in our work. At the end of the day I would say it's not as theoretic-



tões que se nos deparam no dia-a-dia do nosso trabalho. Em suma, penso que não será tão teórico como cá.

Considera que tem um estilo predefinido. Características que são inerentes a todas as suas intervenções?

Eu acho que sim mas não sei como o poderei definir. As pessoas percebem que os espaços foram feitos por mim. Os "meus espaços" são por um lado elegantes mas depurados, têm normalmente linhas rectas, transmitem alguma calma. São sóbrios e têm uma paleta de cores muito austera.

O que lhe serve de inspiração?

Eu acho que criar é um acto que vem do nada e onde estão certamente implícitas mil e uma memórias da nossa vida, das nossas vivências, das coisas que vimos, dos sítios a que recorremos, e acho que é o resultado de tudo isso. Acho difícil dizer que "aquilo me influencia". Mas existem referências, nomeadamente de arquitectos. Adoro o Tadao Ando, Richard Rogers, Souto Moura, Siza Vieira, a arquitectura dos ARX, por exemplo, entre outros.

Existem metodologias de trabalho numa abordagem a um projecto de design de interiores?

Eu acho que o facto de ter uma formação em Gestão de Empresas, de ter

cal there as it is here.

Would you say that you have a predefined style - characteristics that are inherent in all your projects?

I would say so, but I don't know how I'd define it. People realise that interiors have been designed by me. 'My Interiors' are on the one hand elegant and on the other hand are clean-cut, normally have straight lines and impart a certain kind of calmness. They're sober and the colour palette is very austere.

Where do you draw your inspiration from?

I think that creating is an act that comes out of thin air but where there are certainly 1001 memories implicit in our creative talent, from our lives, the things we see, and from the places we visit, and so I think it's a fusion of all this. I think it's hard saying that "this or that influences me" but there are reference markers that do, as the work by architects such as Tadao Ando, Richard Rogers, Souto Moura, Siza Vieira, whom I love, and the architecture of ARX, for example, among others.

Are there work methodologies in developing an interior design project?

I think the fact that I trained in Business Administration, worked in very different areas, came into this profession quite late and started out

continua

continuação ▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶



trabalhado em áreas muito diferentes, de ter chegado a esta profissão muito tarde e de ter começado sem nunca ter trabalhado em nenhum atelier antes, me faz trabalhar de uma forma diferente de grande parte das pessoas da área. Quando chego a um espaço e me é pedido um determinado projecto primeiro que tudo começo a esquiçar com base nas plantas. Depois as ideias vão surgindo à medida que vou desenhando e elaborando o projecto que assim vai tomando forma. Chegada a uma primeira ideia, esta é apresentada ao cliente, e no caso de ser aprovada chega a altura de a minha equipa passar o projecto para CAD. Depois existe a parte da escolha dos materiais ou dos elementos decorativos, o desenho das peças mobiliárias ou a escolha dos tecidos, e finalmente a orçamentação e a montagem.

E como é essa relação com o cliente?

Há uma pergunta que eu faço sempre primeiro às pessoas que me contactam, "se gostam dos meus projectos e se identificam com eles?". Isto porque eu não faço projectos muito diferentes daquilo que eu gosto de fazer. Eu não faço uma casa clássica, sou capaz de a fazer mas não me vai dar muito prazer fazê-la, e se eu mudei de área é para trabalhar por prazer, por isso normalmente os meus clientes identificam-se com aquilo que eu faço. É lógico que tenho de fazer concessões, eu não vou viver nos espaços deles, logo não posso fazer uma casa exactamente à minha imagem. Os clientes devem escolher os designers por se identificarem com aquilo que o designer faz.

Faz uma distinção entre Arquitectura de Interiores e Design de Interiores. Qual a diferença entre elas?

Quando digo que faço arquitectura de interiores é porque faço no fundo o projecto de execução. Existe o esqueleto e eu visto esse esqueleto, e quando falo disso falo por exemplo de dois projectos que estou a desenvolver actualmente, um hotel em Albufeira, no Algarve e um hotel em Lisboa, em que existem os projectos de arquitectura desenvolvidos cada um deles por uma equipa de arquitectos, mas interiormente está a ser trabalhado por mim, com alteração de algumas áreas dos espaços e por outro lado na definição completa desses espaços, quer em termos de revestimentos, quer em termos de iluminação, de tectos, de chão, de águas e esgotos. Ou seja, existe uma inter-

without ever having worked in any interior design atelier beforehand has made me work in a different way from the vast majority of people working in the area. When I see an interior and I'm asked to carry out a particular project, the first thing I do is to sketch out some rough plans. Then ideas come into my head as I'm designing and developing the project that then starts taking shape. When I've got the first idea, I present it to the client and if it's approved then the idea is passed on to my team who develop it with Computer Aided Design. Then choices over materials or decorative elements have to be made, the furniture designs, the selection of fabrics and finally the budget and set up.

And what's your relationship with the client like?

I ask clients a question as soon as they contact me, "if they like my projects and can identify with them?" That's because I don't execute projects for others that are very different from what I like to do myself. I don't do classic houses, I could do it but it wouldn't satisfy me to do so, and if I change an area it's because I'm working for pleasure, and that's why my clients normally can identify with what I do. Obviously I have to make concessions, after all it's not me that's got to live in their homes and so I can't do out a house exactly according to my own tastes and image of what I think it should be. Clients should choose those designers whose work they identify with.

Do you make a distinction between Interior Architecture and Interior Design? What's the difference between the two?

When I say that I do interior architecture it's because I carry out the project from inside out. There's a framework and I dress this skeleton, and when I'm talking about this, I'm thinking about, for example, two projects that I'm presently developing - one for a hotel in Albufeira in the Algarve and the other for a hotel in Lisbon, in which there are architectural projects being developed in both cases by a team of architects, but I'm doing the interiors, by altering some of the interior spaces and also through the complete definition of these spaces, whether in terms of the coverings, the lighting, the ceilings, floors, the guttering or drains. Or to put it another way, there is a structural process to creating interior architectural spaces. Then there's the interior design part which has to do with the more decorative

"Adoro o Tadao Ando, Richard Rogers, Souto de Moura e Siza Vieira"

venção de criar o espaço de arquitectura interior. Depois aparece a parte de design de interiores, que é o escolher a parte mais decorativa do espaço.

Mas esse trabalho é feito de uma forma integrada?

Eu normalmente faço-o assim, de uma forma integrada, porque resulta muito melhor. Quando estou a definir se existe uma sanca e qual é o ponto de luz já estou a pensar o que vou lá colocar em termos de decoração. O trabalho do designer de interiores é importantíssimo porque se tiver a capacidade de fazer este trabalho de arquitectura de interiores, os espaços vão ganhar muito mais, porque já foram inicialmente pensados e estão executados tendo em conta o espaço final.

Tem também uma linha de mobiliário própria. Como surgiu essa ideia e como caracteriza esses produtos?

É uma linha minimalista. Normalmente tem formas rectas, são muito simples e têm por objectivo seguir uma determinada função. Normalmente nos meus espaços não existem peças decorativas, só existem as peças essenciais para as pessoas viverem o espaço. Cada espaço é diferente do outro, logo não pode existir um sideboard que tem 2,10 metros e que fique exactamente bem numa sala com 30 metros quadrados e numa sala de 50 metros quadrados ou de 80 metros quadrados. Portanto eu desenho as peças de mobiliário de acordo com os espaços que estou a criar, até porque tem a ver com o tipo de espaço, se é um projecto mais ou menos clássico contemporâneo, mais ou menos minimalista ou naturalista, nomeadamente no que diz respeito aos materiais que são escolhidos. Eu trabalho muito com opostos, gosto muito de um material que seja muito duro, bruto e industrial conjugado com um muito elegante, faço sempre muitos jogos deste tipo, e na própria selecção das peças de mobiliário jogo com tudo isto.

aspects of the space.

But is this work carried out in an integrated way?

I normally do it in an integrated way, because it comes out much better like that. When I'm trying to work out if there's coving and what the light point is, I'm already imagining what I'm going to put there in terms of decoration. The work of interior designers is extremely important because if you can do interior architectural work, then the spaces will end up being so much more, because they were thought through beforehand and carried out taking into account the look of the final space.

Do you have your own range in furniture? If so how did that idea come up and how would you define these products?

It's a minimalist line. Normally made up of straight lines, they are very simple and aim to follow a particular function. Normally my spaces don't have decorative pieces of furniture. Instead I only have those pieces of furniture that are functional and essential for the people who are living there. Each room is different from the others; obviously you can't have a 2.10 metre sideboard in a 30, 50 or 80 square metre room, that wouldn't look right. So, I design the furniture according to the rooms that I'm creating, because it even has a lot to do with the type of room and whether we're talking about a mainly classic contemporary, minimalist or naturalistic project for the room, particularly in respect to the materials chosen. I work a lot with opposites, I like using materials that might be very hard, crude and industrial and putting them alongside something else that's very elegant. I often interplay with different types of material, and in the actual selection of pieces of furniture I play with it all together.



"I just love Tadao Ando, Richard Rogers, Souto de Moura and Siza Vieira"

continua 

INSIDE
PAGE

09

continuação **INTERVISTA**

Os ambientes associados ao Feng Shui são muitas vezes enunciados nas questões da criação de ambientes interiores. Utiliza estes princípios? De que forma podem contribuir para um ambiente melhor?

Não utilizo de um modo geral, pelo menos por enquanto. Há pequeninas coisas que utilizo nos meus espaços, mas por exemplo o facto de não ter arestas, de as superfícies serem redondas, não utilizo. Depois a questão da orientação dos espaços das casas na filosofia Feng Shui, por vezes é completamente impossível de adoptar, porque não ficaria mesmo bem, por causa do sistema de vistas, entre outros factores. Por isso não faço grande uso, teria seguramente de investigar um bocado mais sobre o assunto.

Desenvolve mais trabalhos para espaços públicos ou privados? Quais os que lhe dão mais prazer de realizar?

Divide-se entre os dois. Eu gosto de fazer todos eles, porque são muito interessantes. Por um lado gosto muito de fazer habitações, também porque

Environments associated with Feng Shui are very often mentioned in the creation of interior spaces. Do you use these principles? In what way can they contribute to creating a better atmosphere?

I don't use it as a general rule, but just now and again. There are odd bits and pieces I use in my rooms, but I wouldn't use it for example in a room that was round, oval or didn't have corners. Then there's the issue of adopting Feng Shui philosophy in rooms within a house where it's completely impossible to do so, because it just wouldn't look right, because of the system of views adopted, amongst other reasons. It's for this reason I don't really go in for it in a big way, of course I will certainly have to investigate the matter in a little more depth.

Do you do more projects for public or private buildings? Which ones do you most like doing?

I divide my work between the two. I like doing it all, because they're all so interesting. On the one hand I like doing homes a lot, but also because I'm lucky enough to normally get the opportunity of doing out a house from scratch, which is great. I really like creating interior architectural projects in houses, coming up



normalmente tenho a sorte de fazer casa desde o zero, o que é muito simpático. Gosto muito de criar projectos de arquitectura de interiores de casas, conceber a casa toda até à fase de decoração. Por outro lado gosto muito de fazer SPA's, porque são espaços que adoro, assim como hotéis e restaurantes, que são os meus espaços de eleição.

Contratar um designer de interiores é uma opção acessível?

Não está acessível a grande parte da população. Mas também não considero elitista, é uma opção que custa dinheiro e que a maior parte das pessoas não pode pagar.

Que leitura faz do gosto ou noção de estética dos portugueses?

Acho que tem evoluído bastante mas ainda lhes falta muita coisa. Daqui por

with the design for the whole house right down to the interior decoration. On the other hand I really like doing Spas, because I love these kinds of spaces, just as I equally love working in hotels and restaurants, I would say these are my projects of choice.

Is contracting the services of an interior designer open to most people?

No, the majority of people wouldn't do that because of the cost, but that doesn't mean it's an elite service only for the rich either, but it is costly.

How do you measure good taste? What for you is good taste? What do you think about Portuguese notions of aesthetics?

I think Portuguese aesthetics have evolved quite a bit but there's still a long way to go. Certainly that opinion is going to change a few years from now, because the



uns anos certamente já não se vai sentir da mesma forma, porque as pessoas quanto mais viajam, mais conhecem, mais vêm começam a ter outras noções e outras referências e isso automaticamente vai mudando o gosto das pessoas. Grande parte da sociedade não sabe o que é um designer de interiores, acham que são pessoas que fazem cortinas, ou mesmo que não é capaz de fazer a arquitectura ou o design de interiores de um espaço. Parece um bocadinho contraditório, uma vez que existem inúmeras publicações sobre o tema, mas é essa a noção que eu tenho, que as pessoas não percebem ainda muito bem o nosso trabalho, mas o problema também é que fechamos muito as profissões, e não devem ser, devem ser permeáveis a pessoas que conseguem igualmente trabalhar as mesmas áreas.

Segue tendências?

Não. Eu gosto que os espaços sejam intemporais. Mais uma vez acho que este pensamento é fruto da minha formação em gestão de empresas, eu sou incapaz de criar um espaço que daqui por quatro ou cinco anos passou de moda, porque acho que estaria a enganar o cliente.

O que a fascina neste trabalho?

O criar, fazer espaços bonitos, que as pessoas gostem e que se sintam bem. ■

more people travel, the more they get to know and the more they'll see how things are done elsewhere and they will have other ideas and references which in turn will automatically change people's tastes. The vast majority of the population doesn't really know what an interior designer is, they think they're people that run up curtains or really aren't capable of practising architecture or designing the interior of a building. I know that seems a bit of a contradiction, since there are countless publications on the subject, but that's the feeling I've got - that people don't really understand what we do exactly. The problem is that we're a bit of a closed shop when it comes to professions, and we shouldn't be, we should be more open to people that could equally manage to work in the same fields.

Do you follow trends?

No. I like interiors to be timeless. But then I think this idea comes from my training in company management. I couldn't design an interior thinking that in four or five years from now it would be dated, because I think that would be taking the client for a ride.

What fascinates you about this work?

The art of creating, making attractive interiors, that people like and feel good being in, that's what I like most about it. ■



2007 Equipa José Júlio Jordão, Lda

De Guimarães para todo o Mundo: 25 Anos ao serviço do "frio"

From Guimarães to the world: 25 years at cool's service

**ORGANIZAÇÃO. ORDEM. LIMPEZA. NORMALIZAÇÃO
E AUTODISCIPLINA SÃO OS PRINCÍPIOS QUE
REGEM A NOVA POSTURA DA JORDAO COOLING
SYSTEMS. O RECONHECIMENTO DO MERCADO
TEM SIDO OUTRA DAS CONQUISTAS DA EMPRESA.**

**ORGANIZATION, ORDER, CLEANLINESS, STANDAR-
DIZATION AND SELF-DISCIPLINE ARE THE PRINCIP-
LES THAT GOVERN JORDÃO COOLING SYSTEM'S
NEW ATTITUDE. MARKET RECOGNITION HAS BEEN
ANOTHER COMPANY SUCCESS.**

Construir uma empresa especializada em soluções inovadoras de frio, reconhecidas no mercado pela qualidade, design e saber. Foi esta a visão de José Júlio Jordão quando em 1982 avançou, na cidade de Guimarães, com as primeiras bases da actual JORDAO COOLING SYSTEMS.

A ambição do empresário acabou por gerar uma empresa focada no desenho, desenvolvimento e produção de equipamentos de refrigeração comercial para os sectores da restauração, retalho e distribuição alimentar que, durante os últimos 25 anos, conseguiu alcançar uma posição de liderança no mercado português e uma crescente presença no mercado internacional.

Um percurso de afirmação desenvolvido sobre quatro pontos-chave: qualidade de equipamento; inovação no design e serviço de apoio; fidelização de clientes, e uma estratégia de desenvolvimento sustentável.

A JCS produz actualmente cerca de 60 unidades diárias e conta com mais de 160 clientes nacionais e internacionais, dos quais mais de meta-

Building a company specializing in refrigeration innovation, one recognized in the market for quality, design and know-how. That was José Júlio Jordão's vision in Guimarães in 1982 when he laid the foundations of what today is JORDAO COOLING SYSTEMS.

The businessman's ambition lead to the creation of a company focused on the design, development and production of commercial refrigeration equipment for the catering, retail and food distribution markets that, over the past 25 years, has succeeded in attaining a market leader position in Portugal and a growing presence internationally.

An assertive road developed around four key points: quality equipment; design innovation, customer after sales service; customer loyalty, and a sustainable development strategy.

JCS currently produces 60 units a day and boasts over 160 national and international customers, half of which have been with the company for ten years or more.

de trabalha com a empresa há mais de 10 anos.

Com uma equipa de 206 profissionais - longe dos 24 colaboradores iniciais - a José Júlio Jordão distribui 65 por cento da produção para 46 países espalhados pelos quatro cantos do Mundo, como Austrália, Egipto, Espanha, Estados Unidos, França, Holanda, Itália, Marrocos, Nova Zelândia e Reino Unido.

Também ao nível financeiro, a empresa conseguiu impor um ritmo de crescimento assinalável. No primeiro ano de actividade, a Jordão apresentava um volume de negócios na ordem dos 339,6 mil euros.

Passadas mais de duas décadas, a empresa, constituída nos dias de hoje por três unidades fabris, fechou o ano de 2007 com uma facturação de 19,5 milhões de euros.

With a team made up of 206 professional staff - a far cry from the initial 24 employees - José Júlio Jordão distributes 64 per cent of its production to 46 countries spread throughout the world: Australia, Egypt, Spain, the United States, France, Holland, Italy, Morocco, New Zealand and the United Kingdom.

On a financial level too, the company has managed an enviable growth record. In its first year of trading, Jordão had a business turnover to the tune of 340 thousand euros.

Two decades down the road, the company today has three factories and ended 2007 with a 19.5 million euros turnover.



Primeiras instalações; Construção da unidade fabril; Montagem das máquinas
First Premises; Factory unit construction; installing and setting up machinery

As origens

As origens da Jordão remontam a 1950, ano em que José Júlio Jordão vai trabalhar para a empresa familiar do avô, a Bernardino Jordão, na qual o pai era sócio-gerente.

A empresa era distribuidora de energia eléctrica para o concelho de Guimarães e detinha, paralelamente, um estabelecimento que vendia electrodomésticos sob a representação da marca General Motors.

"Eu era o gerente dessa loja e como vendi tantos frigoríficos, a General Motors obrigou-nos a ter um técnico para dar assistência aos aparelhos", referem as memórias do fundador, falecido em Dezembro de 2006.

A escolha recaiu no jovem José Júlio Jordão que foi desafiado a fazer um estágio em França e, mais tarde, a visitar empresas do sector em Inglaterra e na Dinamarca.

De regresso, e já "com o bichinho do frio a entranhar-se" como recordou, José Júlio Jordão propôs a criação de uma fábrica de frio, ideia que reuniu o consenso e deu origem à Bernardino

How it all began


Jordão's origins stretch back to 1950, the year when José Júlio Jordão went to work at the family firm started by his grandfather Bernardino Jordão, where his father was a managing partner.

The company was the electrical energy distributor for the Guimarães district and ran, in tandem, a delegation that sold General Motors household appliances.

"I was the manager of this shop and as I sold so many fridges, General Motors made us have an assistant technician for their appliances," the founder, who died in December 2006, recalls in his memoirs.

The choice for engineer fell on José Júlio Jordão who did training in France and, later on, visited companies in the sector in the UK and Denmark.

On his return, and already bitten by the 'cold bug' as he recalls, José Júlio Jordão proposed creating a fridge factory, an idea which gained widespread currency and became Bernardino Jordão - Refrigeration Division.

continua 

continuação 



1982: Vista geral da produção; A equipa; Os produtos

1982: General view of the production process; The team; Products

Jordão - Divisão de Refrigeração.

Os anos 60 trouxeram para Portugal as primeiras vitrinas frigoríficas, o que despertou a curiosidade do jovem empreendedor.

"A partir desse momento, comecei a acalantar a ideia de fazer essas vitrinas, e ainda mais, a fazê-las numa linha de montagem. Não foi fácil!!!! Chamaram-me maluco!!!", escreveu nas suas memórias.

O objectivo foi concretizado na década de 70 com a criação de uma unidade autónoma, a Jordão - Fábrica Portuguesa de Frigoríficos, mas só em 1982 José Júlio Jordão teria a oportunidade de criar a sua própria empresa sob o patrocínio dos primeiros fundos comunitários.

Fundada a 30 de Março, a José Júlio Jordão, Lda surgia no Parque Industrial de Guimarães com 24 efectivos e uma área de 1800 m2.

A empresa conseguiu dar os primeiros passos na internacionalização e em 1985 assumiu-se como exportador directo.

Construção e afirmação de um futuro

Uma "nova" JORDAO nasce em 1996, ano que a empresa investiu na renovação da imagem e na adopção de um novo conceito de comunicação que iria cobrir toda a gama de serviços.

Assim surgiu a nova marca JORDAO COOLING SYSTEMS, que teve como ponto de partida o reforço da internacionalização da empresa e dos seus produtos.

O investimento na aquisição de novos equipamentos e na implementação de uma estratégia de certificação, numa primeira fase ao nível da qualidade de serviço, foram outras das prioridades ao longo dos anos 90.

Já em 2002, a empresa estabeleceu duas parcerias estratégicas para a distribuição e representação dos produtos nos mercados italiano, com a criação da JORDAO DISPLAY SYSTEMS em Pesaro, e espanhol, através da JORDAO IBÉRICA, sediada na cidade galega de Vigo.

The 1960s brought the first glass-front display fridges to Portugal which fired up the young entrepreneur's curiosity.

"From that moment on, I began to mull over the idea of making these display fridges, and what's more, produce them on an assembly line. Not an easy task!! Everyone said I was mad!!", he wrote in his memoirs.

His goal was realized in the 1970s with the creation of an independent factory, Jordão - Portuguese Refrigerator Factory, but it would only be in 1982 that José Júlio Jordão would get the opportunity to set up his own company with the help of the first European Community grants. Founded on March 30th, José Júlio Jordão, Lda, started up on the Guimarães Industrial Estate with 24 contracted staff on a 1,800m2 site.

The company managed to take its first steps on the international market and in 1985 began direct exportation.

Building and embracing the future

A 'new' Jordão was born in 1996 when the company invested in overhauling its image and adopting a new communication concept that would cover its whole range of services.

Thus the new brand JORDAO COOLING SYSTEMS came into being, which took as its base point the reinforcement of the company's position and products on the international market.

Investment in acquiring new equipment and the implementation of a certification strategy, at a service quality level in the first phase, were other priorities throughout the 1990s.

By 2002, the company had established two strategic partnerships for the distribution and representation of its products in the Italian market, through the creation of JORDAO DISPLAY SYSTEMS in Pesaro, and in Spain, via JORDAO IBÉRICA, in Vigo.



Os primeiros equipamentos JORDAO COOLING SYSTEMS


The early JORDAO COOLING SYSTEMS equipments

25 ANOS EM REVISÃO

1982 - FUNDAÇÃO A 30 DE MARÇO, NO PARQUE INDUSTRIAL DE GUIMARÃES;
1985 - INÍCIO DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO;
1990 - CRIAÇÃO DA 2ª UNIDADE E EXTENSÃO DA GAMA DE PRODUTOS;
1993 - ARRANQUE DA ESTRATÉGIA DE CERTIFICAÇÃO NA ÁREA DA QUALIDADE DE GESTÃO;
1996 - PROCESSO DE "REBRANDING" DA MARCA E GAMA DE PRODUTOS;
1999 - IMPLEMENTAÇÃO DA 3ª UNIDADE FABRIL: CARPINTARIA E SERRALHARIA;
2002 - ESTABELECIMENTO DE DUAS PARCERIAS NOS MERCADOS ITALIANO E ESPANHOL E CRIAÇÃO DAS EMPRESAS JORDÃO DISPLAY SYSTEMS (PESARO, ITÁLIA) E JORDÃO IBÉRICA (VIGO, ESPANHA);
2005 - DESENVOLVIMENTO DA FILOSOFIA DOS 5 S'S (ORGANIZAÇÃO, ORDEM, LIMPEZA, NORMALIZAÇÃO, AUTODISCIPLINA) E INÍCIO DO PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO AMBIENTAL;
2006 - PRÉMIO DO GREAT PLACE TO WORK INSTITUTE - 25 MELHORES EMPRESAS PORTUGUESAS (22º LUGAR);
2007 - PRÉMIO GREAT PLACE TO WORK INSTITUTE - 25 MELHORES EMPRESAS PORTUGUESAS (18º LUGAR); PRÉMIO DE EXPORTAÇÃO DA CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA LUSO-FRANCESA;
2008 - RANKING DA REVISTA EXAME E DA CONSULTORA INTERNACIONAL HEIDRICK & STRUGGLES DAS MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR EM PORTUGAL (15º LUGAR)

25 YEARS IN REVIEW

1982 - FOUNDED MARCH 30, GUIMARÃES INDUSTRIAL ESTATE;
1985 - START OF FOREIGN TRADING;
1990 - CONSTRUCTION OF 2ND FACTORY AND PRODUCT RANGE EXPANSION;
1993 - CERTIFICATION STRATEGY LAUNCH IN QUALITY CONTROL MANAGEMENT;
1996 - RE-BRANDING TRADEMARK AND PRODUCT RANGE;
1999 - CONSTRUCTION OF 3RD FACTORY UNIT: CARPENTRY AND METAL WORKS;
2002 - SETTING UP OF TWO PARTNERSHIPS IN SPANISH AND ITALIAN MARKETS AND CREATION OF COMPANIES JORDÃO DISPLAY SYSTEMS (PESARO, ITALY) AND JORDÃO IBERICA (VIGO, SPAIN);
2005 - INTRODUCTION OF JAPANESE 5 S PHILOSOPHY: (ORGANISATION, ORDER, CLEANLINESS, REGULATION AND SELF-DISCIPLINE) AND START OF ENVIRONMENTAL CERTIFICATION PROCESS;
2006 - AWARDED 'GREAT PLACE TO WORK INSTITUTE AWARD' - OUT OF 25 BEST PORTUGUESE COMPANIES - RANKS 22ND.
2007 - AWARDED 'GREAT PLACE TO WORK INSTITUTE AWARD' - OUT OF 25 BEST PORTUGUESE COMPANIES - RANKS 18TH. EXPORT PRIZE AWARDED BY THE FRENCH-PORTUGUESE CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY.
2008 - BEST COMPANIES IN PORTUGAL TO WORK LIST - EXAME MAGAZINE AND HEIDRICK & STRUGGLES INTERNATIONAL CONSULTANTS - RANKS 15TH.

continua 

INSIDE
PAGE

15

continuação ▶▶▶▶▶▶▶▶

Três anos mais tarde, em 2005, a empresa tornou-se na primeira do sector a obter certificação na área da Gestão Ambiental.

Ainda neste caminho, a JORDAO COOLING SYSTEMS, ciente da necessidade de proceder a uma organização global para melhorar as condições de trabalho e a imagem da empresa, apostou na implementação da filosofia dos 5S.

Organização, Ordem, Limpeza, Normalização e Autodisciplina são os princípios que regem esta nova postura.

O reconhecimento do mercado tem sido outra das conquistas da empresa.

Desde 2006, a Jordão consta entre as 30 melhores empresas portuguesas pelo estudo do Instituto Great Place to Work (GPTW) e a revista Executive Digest, tendo sido distinguida este ano pela revista Exame como a 15ª melhor empresa para trabalhar em Portugal, de acordo com um estudo realizado pela consultora internacional Heidrick & Struggles.

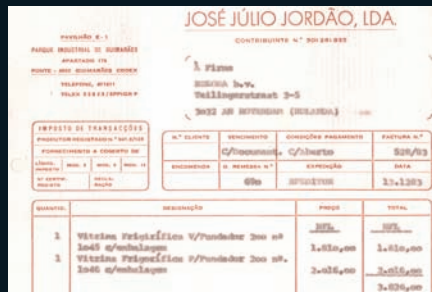
Three years later, in 2005, the company became the first in the sector to get certification in the Environmental Management area.

In the same direction, JORDAO COOLING SYSTEMS, conscious of the need to act as a global organization in improving working conditions and the company's image, invested in the implementation of Japanese 5S Philosophy.

Organisation, Order, Cleanliness, Standardization, Self-discipline are the principles governing this new attitude.

Market recognition has been another company victory.

Since 2006, Jordão has been among the 30 best Portuguese companies according to the Great Place to Work Institute (GPTW) and Executive Digest magazine, and this year was distinguished by Exam magazine as the 15th best Portuguese company to work for, according to a study carried out by international consultants Heidrick & Struggles.



Saída da primeira carga; Dez. 83 primeira factura de exportação; Produto inovador nos anos 90
 First order leaves the factory; Dec 83 First export invoice; Innovative/Cutting-edge 90s product.

A Jordão foi, entre 250 empresas inscritas, a única do segmento dos equipamentos para Hotelaria, Restauração e Retalho Alimentar a constar nesta lista e a primeira da Indústria Nacional.

A distinção, que avaliou entre outros parâmetros o grau de satisfação dos colaboradores através de inquérito em papel ou on-line, veio assim reforçar a actual assinatura da Jordão: "Parceiros para a Vida". ■

Jordão was, among 250 subscribed companies, the only one in the Hotel, Catering and Food Retail equipment sector to appear on the list and the first one in National Industry.

This distinction, which evaluated from among other parameters the degree of staff satisfaction through handouts and on-line questionnaire, has underlined Jordão's current slogan: 'Partners for Life.' ■



Comemorações dos 25 Anos com Isidro Lobo



José Júlio Jordão em 1996

UM NOME, UMA EMPRESA

A PAIXÃO PELO CLUBE DE FUTEBOL VITÓRIA DE GUIMARÃES E PELA FILATELIA, ONDE SE DESTACA UMA PREMIADA COLEÇÃO DE SELOS FRANCESES, SÃO ALGUNS DOS TRAÇOS RECORDADOS, E PORVENTURA MAIS DESCONHECIDOS, DA PERSONALIDADE DE JOSÉ JÚLIO JORDÃO.

JOSÉ JÚLIO JORDÃO REVELOU DESDE CEDO UM ESPÍRITO EMPREENDEDOR, CRIATIVO E INVENTIVO.

NASCEU EM GUIMARÃES, NA FREGUESIA DE URGESES, NO DIA 20 DE OUTUBRO DE 1929 E APÓS A CONCLUSÃO DOS ESTUDOS NO ANTIGO LICEU NACIONAL DE GUIMARÃES, ONDE TERMINOU O 4º ANO, JOSÉ JÚLIO JORDÃO COMEÇOU A TRABALHAR NA FIRMA BERNARDINO JORDÃO.

NA EMPRESA, PROPRIEDADE DO SEU AVÔ, FOI RESPONSÁVEL PELA LOJA DE ELECTRODOMÉSTICOS E PELA COORDENAÇÃO DAS LINHAS DE MONTAGEM AÉREAS (DE ALTA TENSÃO).

EM 1950, DEU INÍCIO À DIVISÃO DE REFRIGERAÇÃO DA BERNARDINO JORDÃO, TENDO CONSTITUÍDO, EM 1977, A EMPRESA JORDÃO - FÁBRICA PORTUGUESA DE FRIGORÍFICOS, NA QUAL FOI O PRINCIPAL DINAMIZADOR DURANTE OS ANOS SEGUINTE. O ANO DE 1982 SERIA UM PONTO DE VIRAGEM NA SUA VIDA, ALTURA EM QUE ENCAROU O DESAFIO DE CONSTITUIR A PRÓPRIA EMPRESA, A JOSÉ JÚLIO JORDÃO, LDA.

A SUA PERSONALIDADE E A GRANDE CAPACIDADE DE ESTIMULAR O ESPÍRITO DE GRUPO SÃO MAIS CARACTERÍSTICAS RECORDADAS DO FUNDADOR.

O FUNDADOR DA JORDÃO COOLING SYSTEMS DEIXOU-NOS EM DEZEMBRO DE 2006.

ONE NAME, ONE COMPANY

A PASSION FOR VITÓRIA DE GUIMARÃES FOOTBALL CLUB AND STAMP COLLECTING - HE HAD A FIRST-RATE FRENCH STAMP COLLECTION - ARE SOME OF THE MEMORABLE, YET LESSER WELL KNOWN FEATURES ABOUT JOSÉ JÚLIO JORDÃO.

FROM EARLY ON JOSÉ JÚLIO JORDÃO DISPLAYED AN ENTERPRISING, CREATIVE AND INVENTIVE SPIRIT.

HE WAS BORN IN GUIMARÃES, IN THE URGESES PART OF TOWN, ON OCTOBER 20, 1929, AND FINISHING HIS STUDIES

AT THE OLD GUIMARÃES NATIONAL LYCEUM, WHEN HE COMPLETED THE FOURTH GRADE, JOSÉ JÚLIO JORDÃO BEGAN WORKING

FOR THE FIRM BERNARDINO JORDÃO.

AT HIS GRANDFATHER'S COMPANY, HE WAS PUT IN CHARGE OF THE ELECTRICAL HOUSEHOLD APPLIANCES SHOP AND COORDINATED THE HIGH VOLTAGE AERIAL ASSEMBLY LINES.

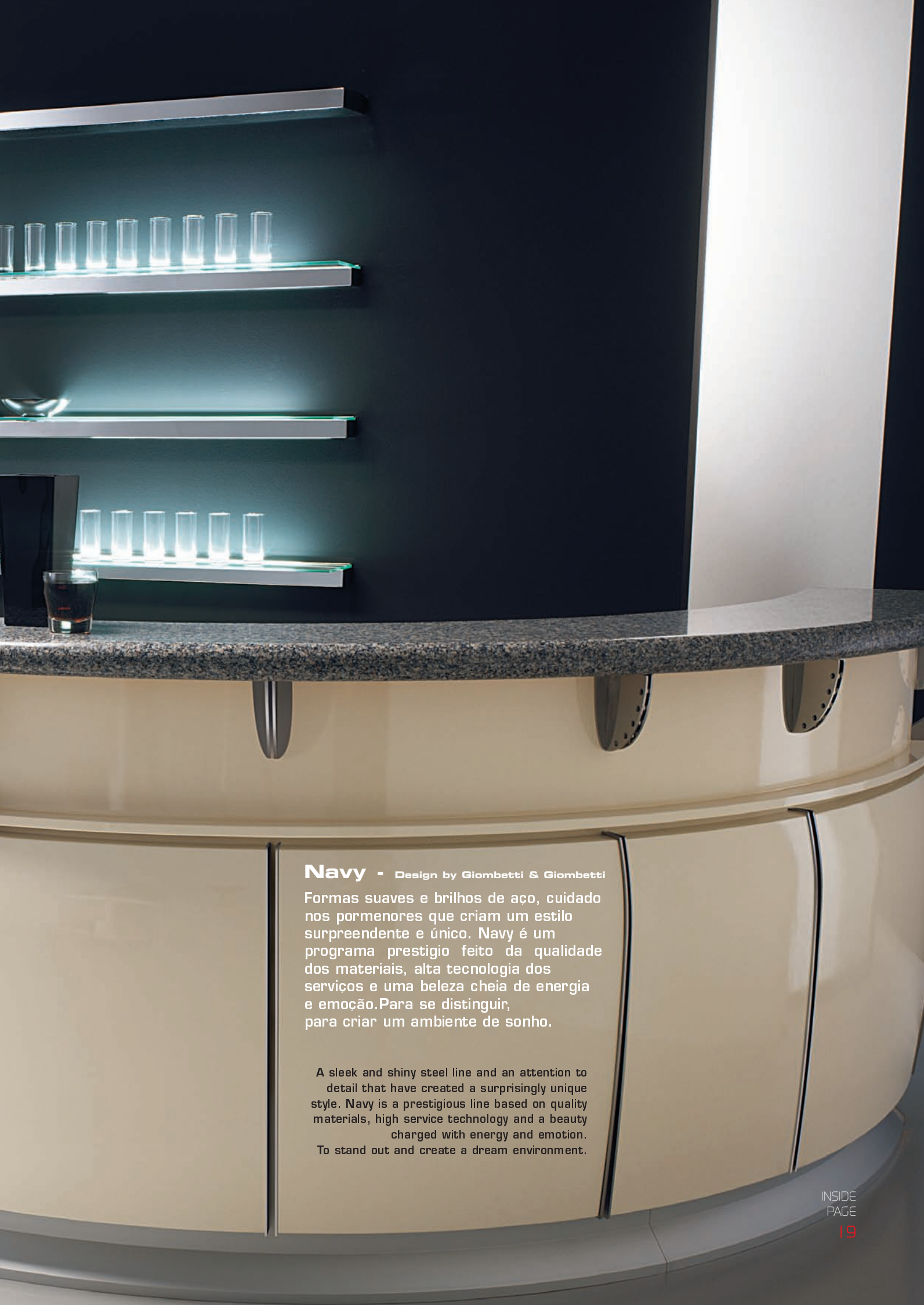
1950 SAW THE START OF THE BERNARDINO JORDÃO REFRIGERATION DIVISION, WHICH IN 1977 BECAME THE COMPANY JORDÃO - PORTUGUESE REFRIGERATOR FACTORY - AN INDUSTRY IN WHICH HE WAS THE DRIVING FORCE IN THE YEARS TO COME. 1982 WOULD BE A TURNING POINT IN HIS LIFE, THE PERIOD IN WHICH HE EMBRACED THE CHALLENGE OF BUILDING UP HIS OWN COMPANY

- JOSÉ JÚLIO JORDÃO, LDA. HIS PERSONALITY AND GREAT CAPACITY TO STIMULATE THE GROUP SPIRIT ARE OTHER

MEMORABLE CHARACTERISTICS OF ITS FOUNDER.

THE FOUNDER OF JORDÃO COOLING SYSTEMS PASSED AWAY IN DECEMBER 2006.





Navy - Design by Giombetti & Giombetti

Formas suaves e brilhos de aço, cuidado nos pormenores que criam um estilo surpreendente e único. Navy é um programa prestígio feito da qualidade dos materiais, alta tecnologia dos serviços e uma beleza cheia de energia e emoção. Para se distinguir, para criar um ambiente de sonho.

A sleek and shiny steel line and an attention to detail that have created a surprisingly unique style. Navy is a prestigious line based on quality materials, high service technology and a beauty charged with energy and emotion.

To stand out and create a dream environment.



Seguros & Créditos

..... CONTE CONNOSCO, PORQUE NÓS CONTAMOS CONSIGO



Agente Principal



Rua Camilo Castelo Branco, 97 -4810-435 GUIMARÃES
Tel: 253.557.291 – Fax: 253.557.292 – Tlm: 917.576.311
E-mail: geral@alseguros.com – Site: www.alseguros.com

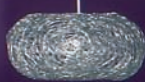
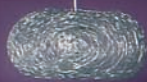


Prestige

O modelo Prestige é particularmente vocacionado para charcutaria. Valorizando a exposição em frio de carnes verdes, queijos e fumados.

The Prestige model is particularly aimed at the delicatessen. The perfect way to cold display raw meat, cheese and cured products.

Em Stock





Vision

Para os profissionais que pretendem realçar os seus produtos e estimular a compra por impulso, Vision alia uma ampla área de exposição às melhores condições de conservação. Distingue-se pelo facto de toda a área de exposição ser refrigerada e por uma excelente relação foot print / área de exposição

For professionals who aim to show off their products and encourage the impulse shopping, Vision brings together an ample display area with the best conditions of preservation. Notable is its entirely refrigerated display area and excellent foot print/display area rate.

Equipamentos: estética ou funcionalidade?

Equipment: aesthetics or functionality?

A JORDAO COOLING SYSTEMS FOI O PARCEIRO DE EQUIPAMENTO NO PROJECTO DE ARQUITECTURA DO RECÉM INAUGURADO ESPAÇO GOURMET NAS AMOREIRAS

JORDAO COOLING SYSTEMS WAS THE EQUIPMENT PARTNER SUPPLIER IN THE ARCHITECTURAL PROJECT OF THE RECENTLY INAUGURATED GOURMET OUTLET AT AMOREIRAS



A integração de equipamentos num projecto de arquitectura é uma das muitas questões a ter em conta na hora de decidir a concepção de um espaço, seja ele comercial ou não.

O que será mais importante, a estética ou a funcionalidade?

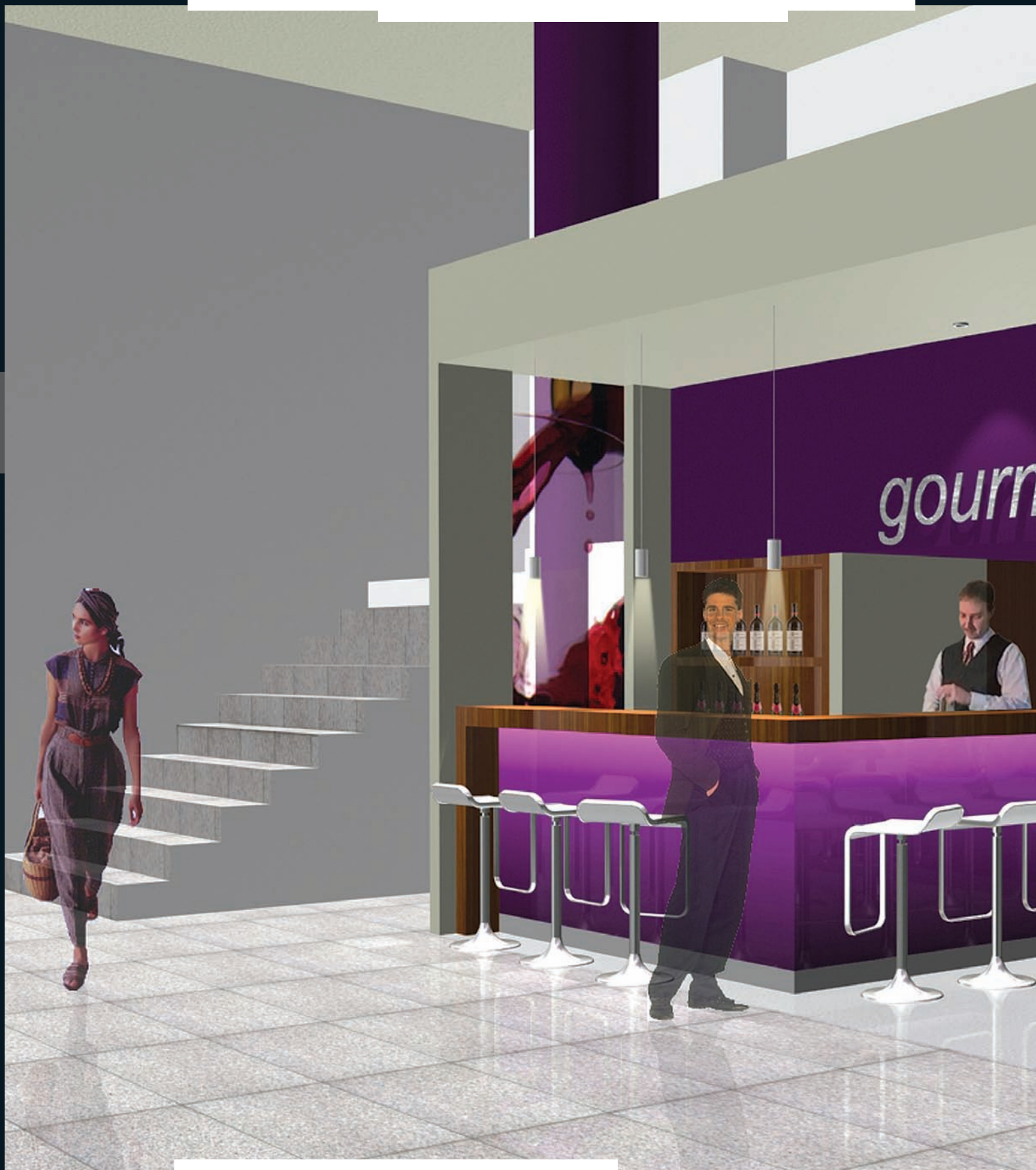
O Espaço Gourmet do grupo de distribuição Auchan, situado no Centro Comercial das Amoreiras, em Lisboa, é um dos exemplos mais recentes da presença dos equipamentos da JORDAO COOLING SYSTEMS num projecto de arquitectura.

Integrating equipment in an architectural project is one of the many issues to be taken into consideration when deciding an outlet concept, commercial or otherwise.


What's more important, aesthetics or functionality?

Auchan distribution group's Gourmet Outlet at Lisbon's Amoreiras Shopping Centre is one of the more recent examples featuring JORDAO COOLING SYSTEMS equipment within an architectural project.

A integração da JORDAO COOLING SYSTEMS
no projecto de arquitectura



integrating JORDÃO COOLING SYSTEMS
in the architectural project,

continua 

INSIDE
PAGE
25

Para que saiba... **Arquitetura**

continuação **▶▶▶▶▶▶▶▶**

Inaugurado no primeiro semestre do ano, o projecto tem a assinatura do atelier Palmer Grego Arquitectos.

"Procuramos sempre que os equipamentos tenham o mínimo de impacto. Procuramos sempre flexibilidade e adaptabilidade", diz Diogo Ferro Bastos, arquitecto responsável pelo projecto.

"O aspecto estético dos equipamentos é irrelevante no seu acabamento, que quer-se neutro na parte que fica visível. A sua funcionalidade é intrínseca à necessidade da sua existência", esclarece o profissional.

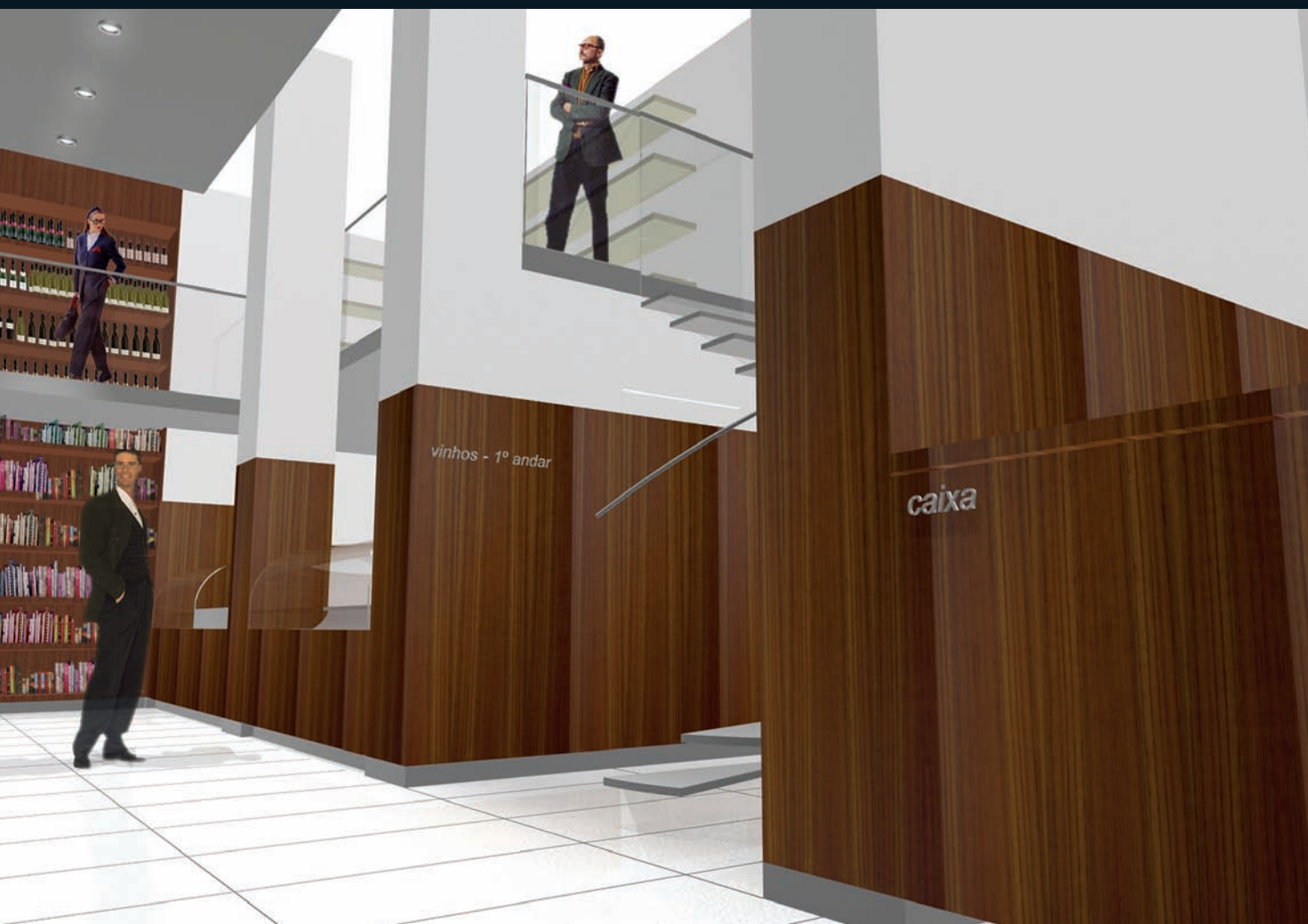
Diogo Ferro Bastos admite, porém, que quando este tipo de equipamentos consta num projecto, como por exemplo um espaço de um café, surgem mais condicionalismos.

Launched in the first quarter of the year, the project was developed by Palmer Grego Architects.

"We wanted the equipment to have a minimal impact and were looking for flexibility and adaptability," says Diogo Ferro Bastos, the architect in charge of the project.

"The aesthetical aspect of the equipment was irrelevant in the project's finishing touches, where the visible part had to be discreet. Its functionality was an integral part to its existence", adds the architect.

However Diogo Ferro Bastos admits that when this type of equipment forms part of a project, for example in a coffee bar, other factors come into play.



Assim, e nestes casos concretos, a necessidade de enquadrar os equipamentos com novas formas de utilização do espaço por parte do utilizador acaba por assumir o mesmo grau de importância do que outros elementos do projecto, como é o caso dos acabamentos e da iluminação do local. No projecto do Espaço Gourmet da Auchan, o arquitecto destaca "o bom apoio técnico" e "o trabalho exemplar" que obteve por parte

So, in these particular cases, the need to accommodate the equipment with new ways of spatial use by the user takes on the same degree of importance as the project's other elements, as is the case with the location's fixtures, fittings and lighting. In the Auchan Gourmet Outlet (Delicatessen/Shop), the architect highlights the "customer technical service" and "exemplary work" it got from JCS, but revealed some surpri-

A funcionalidade dos equipamentos é intrínseca à necessidade da sua existência



Equipment functionality is paramount to its existence.

da JCS, mas revela que existiram algumas surpresas, como foi o caso de um balcão que acabou por ser executado de maneira diferente. Esta surpresa refere-se ao facto de o carpinteiro encarregue da obra [Auchan / Architectos] executar o revestimento do balcão pressupondo que o equipamento era construído de uma forma quando na realidade é exactamente ao contrário.

Para Diogo Ferro Bastos, este ou outros projectos devem ser marcados por um "esforço de equipa" onde "ninguém se submete a ninguém".

"Existe uma ideia base para a criação de um espaço, e todos os colaboradores trabalham para encontrar soluções técnicas, financeiramente viáveis e coerentes com o conceito base" e isso acaba por determinar o sucesso de um projecto, conclui o arquitecto. ■

ses, as in the case of a counter that was done in a different way. This surprise lay in the fact that the carpenter charged with the work [Auchan/Architects] fitted out the counter presupposing that the equipment was made in one way when in fact it is exactly the opposite way.

For Diogo Ferro Bastos, this and other projects should be distinguished by a "team effort" where "no one is subject to anyone else."

"There is a fundamental idea when creating a shop, where all the staff should work together to find coherent and financially viable technical solutions from a basic concept" and it's this that determines the success of a project," the architect concludes. ■

Para que saiba...

Certificação ambiental

Certificação e Qualidade

Certification and Quality

MAIS DO QUE UMA QUESTÃO DE ESTRATÉGIA A
CERTIFICAÇÃO TORNOU-SE PARA A JORDÃO
UM REQUISITO PARA ESTABELEÇER
QUALQUER PARCERIA DE NEGÓCIO

O ano de 1993 marca o início da estratégia de certificação da JORDÃO COOLING SYSTEMS, um percurso de 15 anos vocacionado, numa primeira fase, na Qualidade de Serviço e, mais tarde, na área Ambiente. "Em 1993, a empresa sentiu necessidade de implementar um Sistema de Gestão da Qualidade, que permitisse uma melhor definição dos processos da organização, nomeadamente ao nível da produção, instala-

MORE THAN JUST A QUESTION OF STRATEGY
CERTIFICATION FOR JORDÃO HAS BECOME,
A PREREQUISITE IN SETTING UP BUSINESS
PARTNERSHIPS

1993 marks the beginning of JORDÃO COOLING SYSTEMS' certification strategy, a 15 year journey, in the first phase directed to Quality Service and later, Environment.

"In 1993 the company felt the need to implement a Quality Control System that would allow for a better definition of the organization's processes, namely at the levels of production, installation and after sales



ção e assistência pós-venda", recorda Cristiana Cunha, directora do departamento Qualidade e Ambiente.

Já em 2005, a empresa tornou-se na primeira do sector a obter certificação na área da Gestão Ambiental.

A JCS tem vindo a consolidar esta aposta durante os últimos anos, que crê ser "fundamental para a sobrevivência de uma organização, a satisfação dos seus clientes e o respeito pelo meio ambiente", salienta a responsável. Mais que uma questão estratégia ou um elemento diferenciador face à concorrência, a certificação tornou-se para a Jordão "um requisito no estabelecimento de parcerias de negócio" perante um mercado cada vez mais exigente onde as relações assentam na confiança no produto e no serviço prestado, de acordo com a directora.

"Ter um Sistema de Gestão Integrado de Qualidade e Ambiente implementado trouxe à empresa um conhecimento organizacional, que é fundamental para a sua actividade e sucesso", sustenta.


care," recalls Cristiana Cunha, Director of the Quality and Environment Department.

By 2005 the company had become the first in the sector to obtain certification in the Environmental Management area.

JCS has consolidated this pledge in recent years which believes "is fundamental for the organization's survival, the satisfaction of its customers and the welfare of those around it," adds Cristiana Cunha.

More than just a question of strategy or a characteristic setting it apart from the competition, certification for Jordão has become, according to the director, "a prerequisite in setting up business partnerships" in an ever-more demanding market where relationships are rooted in product confidence and service satisfaction.

"Having an Integrated Quality and Environmental Management System implemented has brought to the company an organizational know-how that is fundamental for its activity and success," she adds.

continua 

INSIDE
PAGE

29

Para que saiba... **Certificação ambiental**

continuação **▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶**

E isso acontece, segundo a responsável, porque o sistema permite à empresa, entre outros aspectos, conhecer melhor os mecanismos internos, conseguir uma optimização nos processos de decisão e desencadear um conhecimento transversal onde qualquer colaborador tem acesso à informação sobre os objectivos e o desempenho da empresa.

Formação entre prioridades

A par do investimento canalizado para a obtenção e manutenção da certificação nestas áreas de referência, a empresa tem investido na formação dos colaboradores.

"Dotar de competências os colaboradores, no que concerne as ferramentas da qualidade, visando sempre a melhoria contínua dos produtos e dos processos, é uma preocupação da Jordão", explica Cristiana Cunha. A formação também tem passado pela sensibilização para as boas práticas ambientais e pelo investimento na procura de soluções para os produtos, mais "amigas" do ambiente.

Na actividade diária da Jordão, têm sido levadas a cabo acções como a sensibilização para as práticas de redução do desperdício de energia eléctrica durante os períodos de pausa e a colocação de torneiras temporizadas nos balneários. A empresa promove ainda, e há vários anos, a sensibilização para a segregação dos resíduos dos materiais usados no processo fabríco (latas, madeiras, vidros e metais, entre outros) bem como dos resíduos dos consumíveis utilizados nos bares e nos escritórios.

And this is possible, according to the director, because the system allows the company, among other things, to better understand internal mechanisms, and obtain optimal results in decision-making processes and open up lateral know-how where any member of staff has access to information on company goals and performance.

Training among the priorities

On a par with investment channelled into getting and maintaining certification in particular areas, the company has invested in staff training.

"Providing our staff skills, with regards to quality instruments, with a few to constantly improving our products and processes, is important for Jordão," explains Cristiana Cunha.

Training has also encompassed a consciousness of what are good environmental practices and investment for finding solutions for "more environmentally friendly" products.

In Jordão's day-to-day activities campaigns have been carried out to fruition such as making staff conscious of reducing electrical energy expenditure during off-peak periods and installing time-controlled taps in the washrooms. The company has also promoted for some years now awareness for the need to separate out waste materials used in the manufacturing process (tin cans, wood, glass and metals among other things) as well as consumer rubbish from the bars and offices.

"These practises, already being carried out by the staff "have permitted considerable reduction in both water and electrical energy consumption" stresses the director.

Datas e Normas

- 1993 - Implementação da norma NP EN ISO 9002:1995 (Modelo de garantia da qualidade na produção, instalação e assistência após-venda)
- 1996 - Obtenção da certificação do Sistema de Gestão da Qualidade implementado, pela APCER, com o certificado n.º 96/CEP.370.
- 2000 - Revisão e aprovação de uma nova norma de referência para os Sistemas de Gestão da Qualidade, na vertente gestão por processos.
- 2002 - Adopção da certificação sob novo referencial, NP EN ISO 9001:2000 - Sistemas de Gestão da Qualidade.
- 2005 - Aposta na integração de um Sistema de Gestão Ambiental com o já existente Sistema de Gestão da Qualidade e requisição da certificação Ambiental pelo referencial NP EN ISO 14001:2004.

Dates and Norms

- 1993 - Implementation of standard NP EN ISO 9002: 1995 (Standard for production quality, installation and after-sales assistance guarantee.
- 1996 - Obtaining Quality Management System certification implemented by APCER, with certificate n° 96/CEP.370.
- 2000 - Revision and approval of a new reference standard for Quality Management Systems, in terms of processes management.
- 2002 - Certification adoption under the new reference NP EN ISO 9001:2000- Quality Management Systems.
- 2005 - Investing in the integration of an Environmental Management System with the already existing Quality Management System and obtaining Environmental certification through reference system NP EN ISO 14001:2004



Cristiana Cunha - Directora do departamento Qualidade e Ambiente



Estas práticas, já assumidas pelos trabalhadores, "permitiram reduzir significativamente, quer o consumo de água, quer de energia eléctrica", garante a responsável.

No campo dos produtos, Cristiana Cunha avança que a Jordão tem, neste momento, em curso um programa de testes, a realizar por uma entidade externa, que visa a optimização dos consumos energéticos.

No futuro, as boas práticas nas áreas da Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho e da Responsabilidade Social constam nas metas da Jordão.

"O capital humano é sem dúvida um dos factores mais importantes da estratégia da empresa e por isso, o compromisso da gestão na garantia de cada vez melhores condições de trabalho, é fundamental", assegura a responsável.

No âmbito da Responsabilidade Social, a Jordão tem apostado em iniciativas para a redução do consumo dos recursos naturais, por exemplo, e promovido o voluntariado.

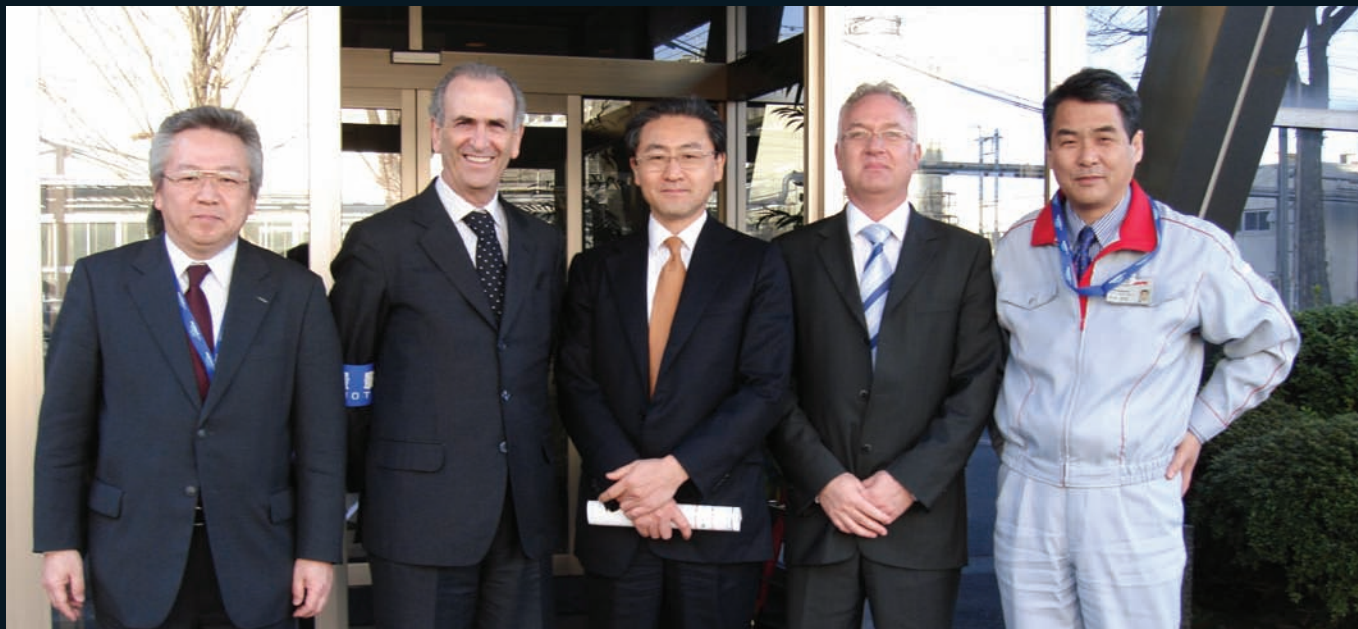
Apesar de encarar estas duas vertentes como "pilares no alcance do desenvolvimento sustentável de qualquer organização", a integração de sistemas de gestão nestas áreas e a sua certificação ainda não está planeada. ■

In the product field, Cristiana Cunha adds that Jordão has, at the moment, a test programme up and running, being carried out by an out-source company, which aims to make energy consumption more efficient. In future, good practises in Safety, Health and Hygiene at Work and Social Responsibility will also be a top priority for Jordão.

"Human resources are without a doubt one of the most important factors in the company's strategy and that's why management commitment into guaranteeing better working conditions is fundamental," the director assures.

In the Social Responsibility area, Jordão has invested in initiatives aimed at reducing, for example, natural resource consumption, which is promoted on a voluntary basis.

Despite considering these two directives as "pillars in the attainment of sustainable development for any organization", the integration of management systems in these areas and their certification has yet to be planned. ■



JCS na Sede da Sanyo no Japão

JCS in Japan at Sanyo's Headquarters

A parceria que veio do Oriente

The Eastern Partnership

A JORDAO COOLING SYSTEMS dá este Verão um importante passo na estratégia de internacionalização e de inovação dos seus produtos através de uma parceria inédita com a japonesa Sanyo, um dos grupos mais reconhecidos a nível mundial.

O desenvolvimento de equipamentos de refrigeração (armários e bancadas) de baixo consumo de energia, com uma redução de cerca de 30 por cento em relação aos modelos standard, para serem comercializados em toda a Europa é a meta a atingir pelas duas empresas.

O contacto com a JORDAO COOLING SYSTEMS foi encarado pelo grupo nipónico como um momento único para pôr em marcha uma estratégia de crescimento na Europa, uma vez que procurava um parceiro neste mercado para o desenvolvimento e fabricação dos referidos equipamentos de refrigeração. "Após os primeiros contactos, as duas organizações deram-se a conhecer uma à outra e definiram a forma como poderiam avançar nesta parceria", explica o director para a área Desenvolvimento do Produto, José Freitas.

A partir desse momento "praticamente todos os departamentos da empresa têm estado envolvidos neste projecto", realça o director, salientando que "o know-how" que a JCS e os seus profissionais absorveram deste contacto - que incluiu uma visita às instalações no Japão - foi "um dos factores mais relevantes desta parceria".

Aposta à conquista da notoriedade

A gama a desenvolver, onde está previsto que o nome da portuguesa Jordão figure lado a lado da marca japonesa, será composta por duas famílias de modelos: armários e bancadas.

JORDAO COOLING SYSTEMS made an important step this summer in its international and product innovation strategy through a brilliant partnership with Japanese company Sanyo, one of the most well-known groups worldwide.

The development of low energy consumption refrigerated appliances (upright and horizontal storage and cabinet units) offering up to 30 per cent energy reduction in relation to standard models, for Europe-wide sale is both companies' target.

Contact with JORDAO COOLING SYSTEMS was viewed by the Japanese group as the perfect moment to kick-start its European expansion strategy, since it was seeking a partner in this market for the development and manufacture of the abovementioned refrigeration appliances.

"After initial contacts, the two organizations got to know one another and define a way in which they could move forward in this partnership," explains José Freitas, Product Development Director.

From that moment on, "practically all of the company's departments have been involved in this project," explains the director, underscoring that the know-how that JCS and its professionals made from this contact - that included a site visit to Japan - was "one of the most relevant factors in this partnership."

Getting well known

The development scale, where it was anticipated that the name of the Portuguese company would stand alongside the Japanese brand, was to be made up of two model groups: built in and cabinet.

Em cada uma destas famílias existirão modelos a trabalhar em temperaturas positivas (+2° a + 5°C) e outros em temperaturas negativas (-21° a -15°C). Nos armários existirão modelos de uma e de duas portas e nas bancadas modelos de duas a quatro portas.

As novas gamas estarão disponíveis para toda a Europa, não estando prevista, neste momento, a entrada de novos mercados na rede de vendas da JCS, segundo José Freitas.

"O que poderá acontecer, é que alguns mercados possam incrementar as vendas, pela notoriedade conseguida com esta parceria", admite.

Para o responsável, a associação da empresa portuguesa a um grupo com a notoriedade da Sanyo irá incrementar, sem dúvidas, o reconhecimento do mercado.

"É óbvio que uma empresa com a notoriedade da Sanyo, aumenta a nossa notoriedade, pois a ideia é nos modelos colocar uma etiqueta 'Sanyo by Jordão'", destaca o director de desenvolvimento de produto.

Sobre metas de negócio, José Freitas afirma que a nova linha de produtos só vai representar "cerca de 10 por cento do volume total de facturação", mas admite que as perspectivas de crescimento da Jordão com esta parceria rondam os cinco por cento "num valor total de cerca de 21 milhões de euros".

No campo do investimento, e sem divulgar valores, o responsável revela que o custo das aquisições e das adaptações necessárias na JCS, como foi o caso de um novo conformador e da instalação de uma linha de montagem, "será diluído pela produção para a Sanyo".

Custo esse que também será compensado pela preparação de uma nova linha de armários, que a empresa conta apresentar brevemente.

"O aproveitamento da sinergia destas duas linhas, é um factor importante para a rentabilidade do investimento feito", conclui o director.



In each of these model groups would be those working in positive temperatures (+2 to +5 degrees C) and others in negative temperature ranges (-21 to -15 degrees C).

The upright models would come in one and two door variants while the horizontal fridges would have two to four doors.

The new ranges will be available Europe-wide, although entering new markets in the JCS sales network is not forecast for the time being, according to José Freitas.

"What could happen is that some markets could see increased sales through the notoriety achieved with this partnership," he admits.

For José Freitas the association of a Portuguese company with a famous group like Sanyo can, without doubt, only increase market recognition.

"It's obvious that a famous company like Sanyo increases our profile, in fact the idea is for our models to carry the label 'Sanyo by Jordão', says the Product Development Director.

On business models, José Freitas says that the new product line will only represent "around 10 per cent of the total turnover volume," but accepts that Jordão's perspectives for growth through this partnership will be around five per cent "of a 21 million Euros total turnover."

In the investment area, and without giving away numbers, the director reveals that the cost of acquisitions and necessary adaptations at JCS, such as with new machinery and assembly line, "will be diluted by producing for Sanyo."

The cost will also be offset by the preparation of a new range of storage fridges that the company hopes to unveil shortly.

"Making the most of the synergy between the two model groups is an important factor for the cost-effectiveness of the investment made," concludes the director.



Gama de armários com 30% de economia energética

model group offering up to 30 per cent energy reduction

Corpo exercitado... espírito de equipa reforçado

Re-enforcing team spirit



«UM DOS PRINCÍPIOS QUE TENTÁMOS
IMPLEMENTAR COM ESTE EVENTO FOI A INTERLIGAÇÃO
E O MELHORAMENTO DE RELAÇÕES ENTRE
OS DIVERSOS SECTORES DA EMPRESA»

A promoção da prática desportiva mas também o "exercício" do bom convívio e do espírito de equipa. Este tem sido o mote das competições de BTT promovidas desde 2006 junto dos trabalhadores da José Júlio Jordão.

Da inteira responsabilidade dos colaboradores, sendo assim eventos não oficiais da empresa, as provas, que este ano entraram na 4ª edição, têm conseguido promover "espírito de entreajuda e de equipa" entre os trabalhadores através "do convívio ao ar livre" e "da prática da modalidade desportiva", afirma Silvano Pereira, desenhador profissional (Pro-Engineer) do Departamento de Eng. Produto e dinamizador da competição. Da equipa que promove e dinamiza este evento também fazem parte o Luís Miguel Lopes (Dept. Compras) e pelo Pedro Rodrigues (desenhador tal como o Silvano).

ONE OF THE PRINCIPLES THAT WE TRIED TO INSTIL
WITH THIS EVENT, WAS THE INTERACTION AND
IMPROVEMENT OF RELATIONSHIP BETWEEN THE
VARIOUS SECTORS OF THE COMPANY."

'Promoting sporting activities to build team spirit and foster social interaction' - is the motto of the BTT (All-Terrain Biking) competitions that have been promoted since 2006 which involve José Júlio Jordão's workforce.

These non-official sporting events organized entirely by the employees this year have taken place for the fourth year running and succeeded in promoting "a team and friendly spirit of cooperation amongst the staff" through "open air social get-togethers" and "practising some kind of sport," says Silvano Pereira, a professional designer (Pro-Engineer) in the Engineering Product Department and a driving force behind the competition. Other team members who promote the event are Luís Miguel Lopes (Purchasing Department) and Pedro Rodrigues (like Silvano also a designer).



Este tipo de eventos proporciona o bem-estar e o fortalecimento de relações entre colaboradores

"Um dos princípios que tentámos implementar com este evento, foi a interligação e o melhoramento de relações entre os diversos sectores da empresa", reforça, admitindo que esse objectivo foi atingido.

"Acima de tudo, este tipo de eventos proporciona bem-estar e o fortalecimento de relações entre os colaboradores, dissipando assim alguns dos atritos que podem acontecer durante as semanas árduas de trabalho", realça. "Um dos momentos mais engraçados aconteceu na primeira edição, onde haviam alguns ciclistas menos preparados fisicamente e aproveitaram a boleia do carro vassoura para vencer uma das etapas de primeira categoria", recorda Silvano Pereira.

"Ainda no primeiro BTT, tivemos um participante que teve três furos, coisa nunca antes vista no mundo do ciclismo", lembra ainda.

Desde então, a prova tem tido duas edições por ano, em Abril e Setembro, e o número de participantes tem vindo a aumentar. ■

"One of the principles we tried to instil with this event was the interaction and improvement of relationships between the various sectors of the company," he says, adding that it achieved its goal.

"Above all, this type of event makes people feel good, strengthens relationships between staff members, and in this way diffuses some of the tension from the tough working week," he emphasises. "One of the best moments was during the first event, some of the cyclists were less than fit and hitched a ride on a road sweeper in order to win one of the hardest runs," recalls Silvano Pereira.

"Also in the first BTT, there was a participant that suffered three punctures - something unheard of in the cycling world", he remembers.

Since then, the competition has been held twice yearly, in April and September, with the number of participants increasing each time. ■

" percursos superados "

1ª Edição - Guimarães / Fafe / Guimarães - 50 quilómetros

2ª Edição - Guimarães / Fafe / Parque Industrial S. João de Ponte - 40 quilómetros

3ª Edição - S. João de Ponte / Briteiros / Taipas - 30 quilómetros

4ª Edição - S. João de Ponte / Barragem Queimadela (Fafe) / S. João de Ponte - 50 quilómetros

Going that extra mile


1ª Edição - Guimarães / Fafe / Guimarães - 50 quilómetros

2ª Edição - Guimarães / Fafe / Parque Industrial S. João de Ponte - 40 quilómetros

3ª Edição - S. João de Ponte / Briteiros / Taipas - 30 quilómetros

4ª Edição - S. João de Ponte / Barragem Queimadela (Fafe) / S. João de Ponte - 50 quilómetros

This type of event makes people feel good and strengthening relationships between staff members.

continua 

Escolhi Jordão Colling Systems porque... I chose Jordão Cooling Systems because...

A VALERA LIMITED É ESPECIALIZADA EM EQUIPAMENTOS DE REFRIGERAÇÃO E RESTAURAÇÃO. A JORDÃO É O SEU PARCEIRO Nº 1

VALERA LTD SPECIALISES IN CATERING AND REFRIGERATION EQUIPMENT. JORDÃO IS ITS NUMBER 1 PARTNER.



COOL - Há quanto tempo trabalha com a Jordão Cooling Systems?

Steve Benson: Há quatro anos.

COOL - O que o levou a escolher este fornecedor?

Steve Benson: A Valera Limited adquiriu uma empresa que já tinha relações comerciais com a Jordão.

COOL - Quais são para si as principais características da marca?

Steve Benson: Um bom design e uma boa qualidade, qualidades que estão aliadas a um preço muito competitivo e a uma postura sempre muito inovadora.

COOL - Como tem funcionado, desde a compra, a relação com a JCS?

Steve Benson: Durante os últimos 20 anos, tenho estabelecido relações empresariais com muitos fornecedores em todo o mundo e posso afirmar categoricamente que a Jordão é um dos melhores fornecedores, de sempre, com que tenho trabalhado. Temos fortes relações pessoais e de negócios e existe sempre disponibilidade, nunca há nenhum problema. Gostamos realmente de trabalhar com a Jordão e, é por isso, que eles se tornaram no nosso fornecedor número um.

COOL - How long have you been working with Jordão Cooling Systems?

Steve Benson: Four years.

COOL - What lead you to choose this supplier?

Steve Benson: Valera Ltd bought a company that already had commercial relations with Jordão.

COOL - What for you are the brand's main characteristics?

Steve Benson: Good design and good quality, qualities that are linked to a very competitive price and innovative attitude.

COOL - How would you define the relationship with JCS since the buyout?

Steve Benson: Over the past 20 years I have established business relationships with many suppliers worldwide and I can say without a shadow of doubt that Jordão is one of the best suppliers I've ever worked with. We've got a strong personal and business relationship, they're always there for us, and there have never been any problems. We really like working with Jordão and that's why they've become our Number 1 supplier.



Steve Benson, Director da Valera Ltd

Quem é o cliente?

A Valera Limited está presente no Reino Unido desde 1994, com escritórios em Londres e Lancashire.

Especializada na comercialização de equipamentos de refrigeração e de restauração, a Valera Limited tem ligações com empresas de vários continentes.

Japão, Estados Unidos, China, Itália, Portugal, França, Espanha, Grécia, Austrália, África do Sul e Reino Unido são mercados onde a Valera Limited marca presença.

As previsões de facturação da empresa para este ano apontam para os 13 milhões de libras (cerca de 16 milhões de euros). A Valera Ltd é distribuidor da JORDAO COOLING SYSTEMS no mercado inglês e responsável pela revenda dos equipamentos da empresa. A maioria das vendas (aos operadores: trade e horeca) e das instalações efectuadas no UK são efectuadas por instaladores e frigorifistas.



Who is the client?

Valera Ltd has been operating in the United Kingdom since 1994, with offices in London and Lancashire.

Specialising in selling refrigeration and catering equipment, Valera Ltd has links with companies on several continents in countries including Japan, the US, China, Italy, Portugal, France, Spain, Greece, Australia, South Africa, and the United Kingdom, all markets where Valera Ltd has a presence.

The company's projected turnover for this year points to 13 million pounds (around 16 million Euros). Valera Ltd is the distributor for JORDÃO COOLING SYSTEMS in the UK market and responsible for the company's appliance retailing. The majority of sales (to operators: trade, hotel and restaurants) and installations carried out in the UK are done by fridge fitters and technicians.

ALEXANDRINA JORDÃO, A FIGURA UNIFICADORA ENTRE A HERANÇA FAMILIAR E UM FUTURO DE INOVAÇÃO

ALEXANDRINA JORDÃO, IS THE UNIFYING FIGUREHEAD BETWEEN FAMILY INHERITANCE AND AN INNOVATIVE FUTURE

Passado, presente e futuro

Past, present and future

Guimarães, berço da nacionalidade portuguesa, foi também a cidade que viu nascer, a 15 de Maio de 1930, Maria Alexandrina Abreu Ribeiro Jordão, a actual presidente, sem funções executivas, da JORDÃO COOLING SYSTEMS.

O nome Jordão continua assim no quotidiano da empresa na pessoa de Alexandrina Jordão, viúva de José Júlio Jordão, que é vista pelos profissionais da JORDÃO COOLING SYSTEMS como uma figura unificadora e de ligação ao seu fundador.

Os jovens Alexandrina e José Júlio uniram destinos em 1951, ano em que casaram, e desde esse tempo sempre acompanhou o marido nas suas deslocações, tanto ao serviço da empresa como nas exposições filatélicas (um dos grandes hobbies do fundador da JCS).

Entre os gostos que partilhou com o marido está também a ligação ao clube de futebol da cidade, o Vitória de Guimarães.

Longe da actividade da empresa, a presidente elege, actualmente, como hobbies o gosto pelos trabalhos em malha e croché e os prazeres da culinária, onde o cozido à portuguesa é o seu prato preferido.

Nas suas preferências encontram-se ainda alguns clássicos do cinema norte-americano e da música portuguesa, como é o caso do filme "E Tudo o Vento Levou" e da canção de Francisco José "Olhos Castanhos".

Nascida no seio de uma família ligada aos linhos de Guimarães (uma das referências do artesanato da região), os Teixeira de Abreu, Alexandrina Jordão pertence ao tempo e a um grupo social em que as jovens depois de estudarem estavam predestinadas a casar, a serem mães e a gerir a casa, tendo concluído o curso geral de Comércio.

A progressão nos estudos é, aliás, o primeiro e único aspecto que refere quando questionada sobre as suas ambições e o que gostaria ter feito mais na vida.

Sobre o futuro, Alexandrina Jordão, 78 anos, é muito pragmática, admitindo já não ter muito tempo para mais projectos.

No entanto, continua a ter uma vida bastante activa, seja na ligação a Jordão, no apoio que dá aos Bombeiros de Guimarães ou no empenho de reunir diariamente a família à hora de almoço.

Guimarães, the birthplace of the Portuguese nation, was also the city where on May 15, 1930 the present non-Executive President of JORDÃO COOLING SYSTEMS, Maria Alexandrina Abreu Ribeiro Jordão, was born. The Jordão name continues in the company's daily life through Alexandrina Jordão, José Júlio Jordão's widow, who is seen by JORDÃO COOLING SYSTEMS professionals as a unifying figurehead and a link to its founder.

The young Alexandrina and José Júlio cemented their futures together in 1951, the year they got married, and from that time on she always accompanied her husband on trips, whether in the company's service or to philatelic exhibitions (one of the JCS founder's favourite hobbies).

Among the things she liked to share with her husband was an emotional link to the city's football club, Vitória de Guimarães.

Apart from company activities, the current President highlights, from among her hobbies, a liking for crochet and cooking, 'cozido à portuguesa' (boiled beef, pork, smoked sausages and vegetables) being her favourite dish.

She also loves classic American cinema, particularly the film 'Gone with the Wind' and likes the Francisco José song 'Olhos Castanhos' (Brown Eyes)

Born into a family with links to the Guimarães linen industry (one of the handicrafts the region is famous for) - the Teixeira de Abreu family - Alexandrina Jordão completed a general course in business at a time when young women, after their studies, were destined to marry, have children and be housewives.

Getting further in her studies is, however, the one single thing she refers to when asked about her ambitions and what else she would have liked to have achieved during her life.

On the future, Alexandrina Jordão, aged 78, is a realist, admitting that now she doesn't have a lot of time left for more projects.

However, she still leads a fairly active life, whether linked to Jordão, in the support she gives to Guimarães Fire Brigade, or getting the family around the dinner table at lunchtimes.



O espírito familiar
permanece na empresa
através de
Alexandrina Jordão

Alexandrina Jordão

Duas filhas foram o fruto de um casamento de mais de 50 anos, que no futuro será recordado pelos seus quatro netos.

No seu dia-a-dia, Alexandrina Jordão conta ainda com outra companhia: os seus pássaros.

Actualmente, tem um canário, um pintassilgo e uma caturra.

Como última curiosidade, Alexandrina Jordão recorda a ligação quase histórica entre a cidade de Guimarães e a sua família.

Há alguns anos, os turistas quando visitavam Guimarães, além de irem ao Castelo e ao Paço dos Duques, faziam mais duas paragens obrigatórias: a Casa dos Linhos (herança dos Teixeira de Abreu) e o Restaurante Jordão. ■

She had two daughters from a marriage lasting 50 years and four grandchildren.

In her daily life, Alexandrina Jordão is blessed with other company - her birds. She has a canary, a goldfinch, and a cockatiel parrot.

One last curiosity - Alexandrina Jordão recalls the almost historic link between Guimarães and her family.

Some years ago, tourists visiting Guimarães, apart from going to the castle and the Ducal Palace, made two other important stops: The Linen House (Casa dos Linhos) -the Teixeira de Abreu legacy and the Jordão Restaurant. ■

The family spirit
still lives on in the
company through
Alexandrina Jordão

À descoberta de São Vicente

Discovering São Vicente



A REGIÃO DE SÃO VICENTE FICA NO NORTE DA ILHA DA MADEIRA. É NO PATRIMÓNIO NATURAL E NAS ACTIVIDADES AO AR-LIVRE QUE A REGIÃO ENCONTRA A SUA MAIOR RIQUEZA.

SÃO VICENTE REGION IS LOCATED IN THE NORTH OF MADEIRA ISLAND. IT IS WITHIN ITS NATURAL HERITAGE AND OUTDOOR ACTIVITIES THAT THE REGION FINDS ITS GREATEST RICHNESS.

Falar de São Vicente é falar de uma comunhão perfeita entre o homem e a natureza. O concelho está localizado entre a serra e mar e é coberto em grande parte pela floresta Laurissilva. O grande atractivo deste concelho é o património natural que aqui se encontra. As inúmeras veredas e levadas que se podem encontrar neste Concelho constituem uma porta para um mundo natural e humanizado de incontestável valor.

Para provar o que neste texto escrevemos, convidamos a visitarem os seguintes espaços:

Percurso - Levada Fajã do Rodrigues

Distância total: 3,9 Km (+3,9 Km de regresso) / Altitude máxima: 580m / Tempo: 3h 30

Esta levada, traçada à altitude de 580 metros, nasce no leito da Ribeira do Inferno, que separa as terras do Seixal das de São Vicente, e serpen-

When we speak of São Vicente we speak of a perfect communion between man and nature. The municipality is located between the sea and the mountains and is covered mostly by the Laurissilva forest. The great attraction of this council is its natural heritage. The countless trails and "levadas" gathered in this municipality establish a door to the natural and humanised world of unquestionable value.

To experience this, we invite you for a walk around, visiting the following places:

Route - Levada Fajã do Rodrigues

Total distance: 3.9 Km (+3.9 Km return) / Maximum altitude: 580m / Time: 3h 30

This levada lies at an elevation of 580 metres and has its source in the bed of the Ribeira do Inferno stream, which separates the lands of Seixal

teia por enseadas e pequenos vales até ao sítio do Rosário, com o objectivo de irrigar os campos agrícolas de São Vicente.

A floresta exótica com que se deparará no início do trilho com pinheiros (*Pinus pinaster*) e eucaliptos (*Eucalyptus globulus*) antecede a densa vegetação característica da floresta natural Laurissilva Património Mundial Natural pela Unesco, desde Dezembro de 1999.

As quedas de água e as frequentes linhas de água permitem avistar diversas espécies de flora e fauna. Os túneis são uma constante ao longo da levada. Por entre as várias passagens entre os diversos e extensos túneis poderá apreciar as belas panorâmicas que a paisagem do vale de São Vicente proporcionam.

Poderá avistar alguns dos pássaros que povoam a zona confinante a este trilho, desde os Tentilhões (*Fringilla coelebs maderensis*), aos pequeninos passáros como o Bis-bis (*Rugulus ignicapillus maderensis*), que fazem pul-sar este ecossistema e o convidam ao prazer dos sons.

from those of São Vicente and winds across ridges and through small valleys up to Rosário, to be used for the irrigation of the farm fields.

The exotic forest which you encounter at the beginning of the trail, with maritime pines (*Pinus pinaster*) and eucalyptus (*Eucalyptus globulus*), precedes the dense vegetation characteristic of the native forest - the Laurissilva, World Nature Heritage of UNESCO since December 1999.

Waterfalls and frequent streams guarantee viewing various species of fauna and flora. Tunnels are common along this levada, and as you pass amongst the many, long tunnels, you will have a chance to appreciate the beautiful panoramic views of the São Vicente Valley landscape.

You may catch sight of some of the birds that inhabit the areas which border this trail, from Chaffinches (*Fringilla coelebs maderensis*), to the tiny birds such as the Firecrest (*Rugulus ignicapillus maderensis*), which give life to this ecosystem and please the ear with their songs.



Floresta Laurissilva


"O nosso Parque Jurássico". A expressão partiu de Susana Fontinha, a directora do Parque Natural da Madeira. A responsável faz uma apresentação entusiasmante sobre este parque: "A Madeira é detentora de uma biodiversidade peculiar, contemplando espécies exclusivas de flora e de fauna e ecossistemas naturais que são riquezas e testemunhos das nossas origens, conferindo autenticidade a esta Região Autónoma de Portugal".

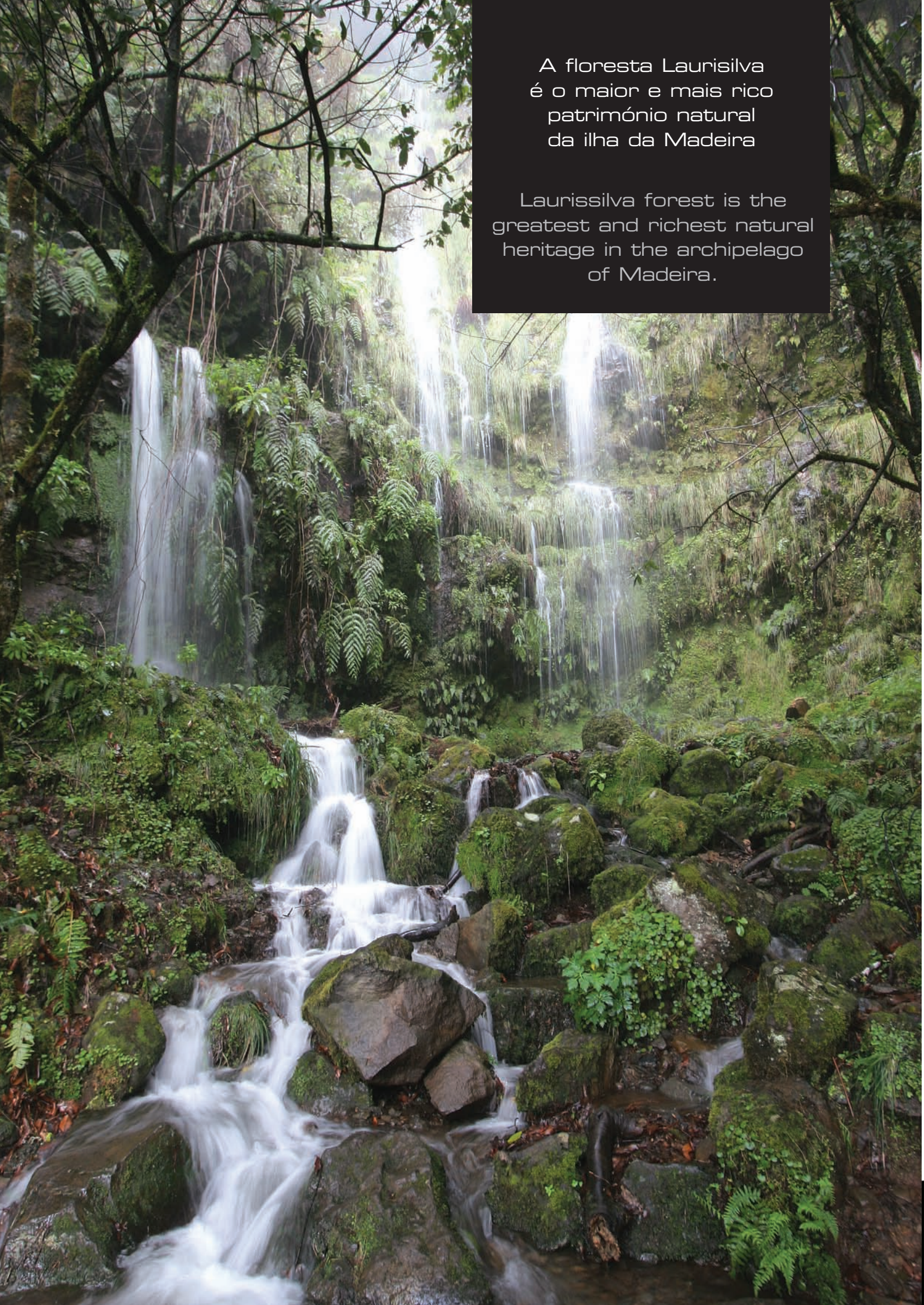
A origem da Laurissilva remonta ao período Miocénio e Pliocénio da época Terciária, há cerca de 20 milhões de anos. Nessa época, a área de distribuição desta Floresta cobria vastas zonas do sul da Europa e da bacia do Mediterrâneo. ■



Our own Jurassic Park". The formulation arose from Susana Fontinha, Madeira's Natural Park director, who enthusiastically presents us this park: "Madeira owns quite a unique biodiversity, containing exclusive flora and fauna species and natural ecosystems which are a relict and the evidence of our origins, conferring genuineness to this Autonomous Region of Portugal.

Laurissilva's origin dates back to the Miocene and Pliocene periods, from the Tertiary Era, 20 million years ago. At that time, the distribution area of this forest covered huge extensions in Southern Europe and in the Mediterranean Basin. ■

continua 

A vertical photograph of a lush forest. In the foreground, a stream flows over large, moss-covered rocks, creating a small waterfall. The water is white and frothy. The background is filled with dense green foliage, including ferns and other plants. Several more waterfalls are visible in the distance, cascading down a rocky slope. The overall scene is vibrant and natural.

A floresta Laurissilva
é o maior e mais rico
património natural
da ilha da Madeira

Laurissilva forest is the
greatest and richest natural
heritage in the archipelago
of Madeira.

Quando se exige qualidade...

só pode ser



damadeira

MADEIRAS | DERIVADOS

soluções globais na área da Distribuição de madeiras e derivados



A melhoria contínua na prestação de um serviço de qualidade que garanta a satisfação dos nossos clientes: assim crescemos sustentadamente.

Disponibilizamos um alargado portefólio de produtos (das melhores marcas), garantia de resposta para quem procura as mais inovadoras soluções em Madeiras e Derivados.

Portefólio de produtos

- Aglomerados
- Contraplacados
- Mdf
- Termolaminados
- Revestimentos (HPL; Madeira maciça)
- Painéis técnicos (OSB; Viroc; Paineis sandwich; vigas lameladas)
- Pavimentos (maciços; flutuantes; decks)
- Portas divisórias
- Cozinhas (portas e frentes; kits; ferragens)
- Acústicos
- Serviços (Corte, orlagem, furação, fresagem, maquinaria, secagem)

Grupo
MADEICÁVADO



Braga

Agrelo—Sequeira
4700-885 Braga
T. 707 202028
F. 707202029

Povoa de Varzim

Pq. Industrial de Laúndos, Lote 41
4750-311 Laúndos
T. 252625425
F. 252623424

Viana do Castelo

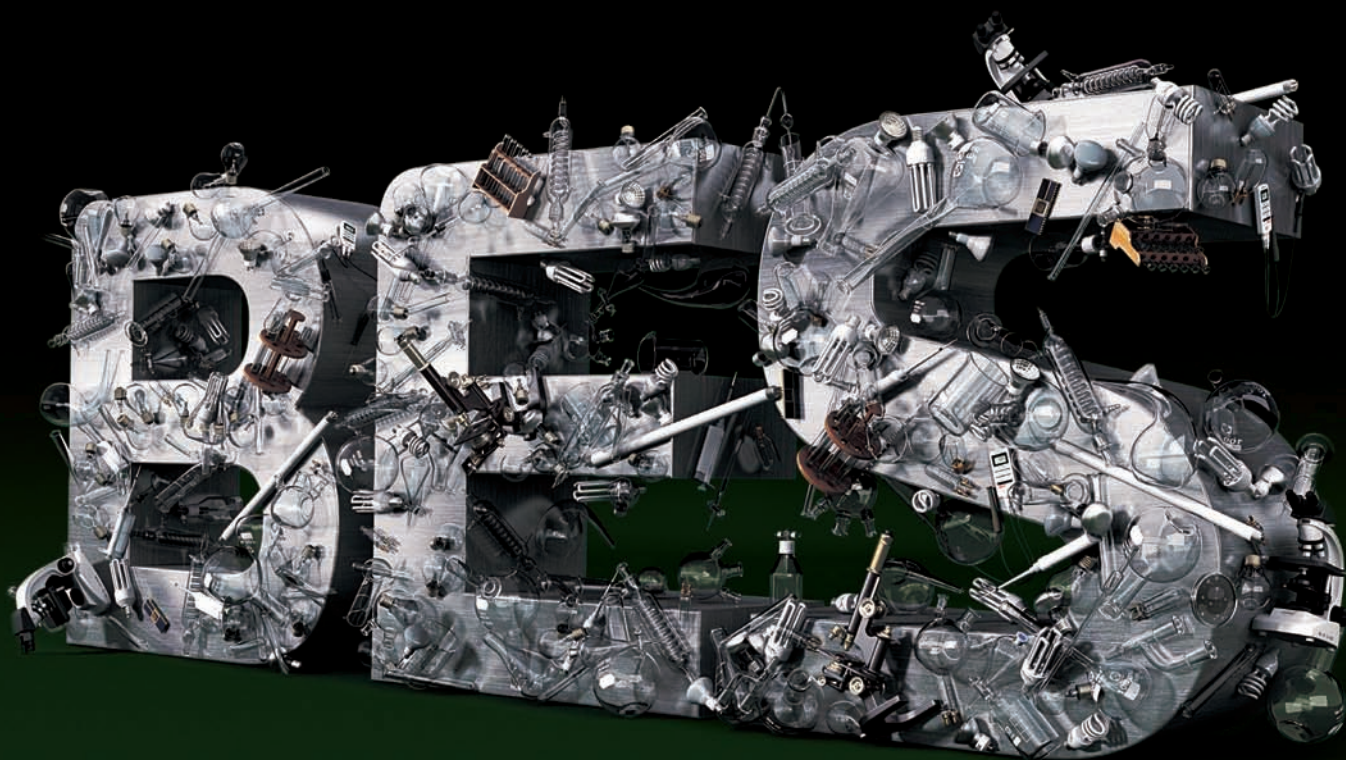
Rua Arriscado Queirós, 143, Lg. da Estação, Darque
4900-063 Viana do Castelo
T. 258332056
F. 258332052

Alenquer

Estrada Nacional 1
2580-243 Ota
T. 263749196
F. 263749532

info@damadeira.pt
www.damadeira.pt

CONCURSO NACIONAL DE INOVAÇÃO



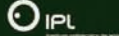
CANDIDATURAS ATÉ 31 DE JULHO DE 2008

Inscriva as suas ideias na 4ª edição do Concurso Nacional de Inovação BES - nos sectores Processos Industriais, Comércio e Serviços, Energia, Saúde e Agro-Indústria - e ganhe, além de prémios monetários, a visibilidade de que elas precisam.

O BES leva as suas ideias às empresas, para que elas deixem rapidamente de ser apenas projectos. Informações e inscrições em www.bes.pt/inovacao

BES CONCURSO NACIONAL DE
Inovação

BANCO ESPÍRITO SANTO FUNDACÃO ILIÃO PEREIRA SIEMENS



**BANCO
ESPIRITO
SANTO**

Quem sabe, sabe e as empresas que vão mais longe sabem