

JORDAO COOLING SYSTEMS®



n° 02 | Semestral Janeiro | 2009 | 2,5 euros

Fontana Park
**European Hotel
Design Awards**



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@alsequros.com – Site: www.alsequros.com

Sustentabilidade

Sustainability

É com grande prazer que escrevo o segundo editorial da Revista COOL, uma vez que, traduz a boa receptividade que teve a primeira edição junto da “Comunidade JORDÃO”. Foram vários os incentivos que recebemos para continuar este projecto, que contribui para promover uma coesão emocional entre stakeholders.

Como tema central deste número escolhemos a FAMÍLIA, enquanto valor fulcral da sociedade.

“O sentido de família está sempre presente no nosso quotidiano, como referência de valor”, sublinhou o Dr. Bagão Félix no âmbito da entrega dos prémios “E+FR” – Empresas Mais Familiarmente Responsáveis -, organizada pela AESE e a Deloitte, à qual tive o privilégio de assistir. Porém, a família não é apenas a que deriva dos laços de sangue. Há muitas outras que se criam ao longo da vida. E, porque não, criar uma família preocupada com o bem-estar dos seus membros, no local de trabalho? Para tanto, procuraremos sempre desenvolver a responsabilidade no plano ético, familiar e social.

Por aí passa a sustentabilidade do nosso crescimento: preocupamo-nos com a família dos nossos colaboradores por entendermos que também são stakeholders e parte da grande família que é a empresa, tornando-a mais forte, apta e motivada na prossecução dos objectivos que entendemos comuns.

Citando o Dr. Bagão Félix, “em matéria familiar tenho todo o respeito pelas normas, mas acredito mais nos valores. Valorizo os recursos, mas elejo o exemplo. Escuto as opiniões mas não as confundo com princípios. Admiro o êxito individual, mas sou mais sensível à riqueza familiar.”

Desejo que, junto de nós, todos os leitores se sintam também como parte da grande Família JORDÃO.

It is with great pleasure to be writing the second editorial for COOL magazine, especially given the wonderful reception that the first issue got from our JORDÃO community. There were many reasons for continuing this project all of which contributed in fostering emotional togetherness amongst stakeholders. For this issue we have chosen the FAMILY as the central theme since it is of pivotal importance to society.

“The sense of family is always present in our day-to-day life as a reference marker”, stressed former Portuguese Finance Minister, Dr. Bagão Félix, in the prize presentation of the ‘E+FR’ Awards – Most Family Orientated Companies -, organized by AESE and Deloitte, to which I have had the privilege to attend.

However, family is not just about blood ties. There are many other kinds of family that are created throughout life. And why shouldn’t that also go for creating a family in the workplace that is concerned with the wellbeing of its members?

Therefore we will always look to develop a sense of responsibility in ethical, family and social terms.

For that’s where the sustainability of our growth lies: we worry about the welfare of our staff family because we understand that they too are stakeholders and make up that larger family which is our company, making it stronger, more capable, and motivated in pursuing our common goals.

Quoting Dr. Bagão Felix, “When it comes to family I have every respect for rules, but I have greater faith in values. I value resources, but prefer to set an example. I listen to opinions but don’t confuse them with principles. I admire individual success, but am much more attuned to the wealth of family.”

My hope is that, like us, all of our readers will also feel like part of one big JORDÃO family.



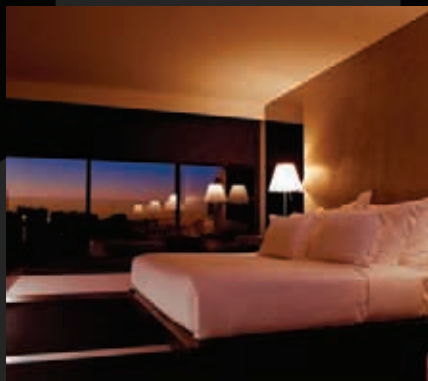
Director Geral - Isidro Lobo

“PREOCUPAMO-NOS
COM A FAMÍLIA DOS
NOSSOS COLABORADORES
POR ENTENDERMOS
QUE TAMBÉM SÃO
STAKEHOLDERS E PARTE
DA GRANDE FAMÍLIA QUE É
A EMPRESA”

“WE WORRY ABOUT
THE WELFARE OF OUR STAFF
BECAUSE WE UNDERSTAND
THAT THEY TOO ARE
STAKEHOLDERS AND MAKE
UP THAT LARGER FAMILY
WHICH IS OUR COMPANY”

Fontana Park Hotel
Para além
do Preto e Branco

Fontana Park Hotel
Beyond
Black & White



PAGE
06-10



PAGE
12-18

Em Stock
Soluções e
Equipamentos

In Stock
Solutions
and Equipments

PAGE
20-25



PAGE
26-29



Angola
CAN'2010 alavanca investimento

Angola
CAN'2010 gears-up for investment

Ficha Técnica



PAGE
34-37

Magnolia Café
Mima com cultura
e bem-estar

Magnolia Café
Spoil yourself with a spot
of pampering and culture

PAGE
38-39



Clients
Aveirotel studies, plans
and implements hotel
projects

Clients
Aveirotel estuda,
projecta e executa
projectos de hotelaria

PAGE
42-43



Lazer
Geopark Naturtejo,
600 milhões de anos
para descobrir

Leisure
Geopark Naturtejo,
600 million years
to discover

Cool nº 2 - Janeiro de 2009

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, Hugo Gamboa

Tiragem: 2000 exemplares

Periodicidade: Semestral

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 na Cool nº 2. 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

FONTANA PARK HOTEL

Para além do Preto e Branco

Beyond Black & White



Galardoado recentemente com o prémio de “Melhor Design de Interiores de Quartos e Casas de Banho”, nos European Hotel Design Awards, o Fontana Park Hotel, situado no Saldanha, bem no coração de Lisboa, veio dar à capital portuguesa “um refúgio Zen”, num ambiente a preto e branco.

Projectado pelo arquitecto Francisco Aires Mateus, onde o design de interiores esteve a cargo de Nini Andrade Silva, o Fontana Park, com 139 quartos e suites, promete dar que falar. Este, que foi o único hotel português a estar nomeado para os European Hotel Design Awards, concorreu a quatro categorias: Melhor Design de Interiores para

NOMEADO PARA QUATRO CATEGORIAS NOS EUROPEAN HOTEL DESIGN AWARDS, O FONTANA PARK HOTEL, RECEBEU O PRÉMIO DE “MELHOR DESIGN DE INTERIORES DE QUARTOS E CASAS DE BANHO”.

NOMINATED IN FOUR CATEGORIES IN THE EUROPEAN HOTEL DESIGN AWARDS, THE FONTANA PARK HOTEL STOLE THE PRIZE FOR ‘BEST BEDROOM AND BATHROOM INTERIOR DESIGN.’

Recently given the ‘Best Bedroom and Bathroom Award’ at the European Hotel Design Awards, the Fontana Park Hotel, located in Saldanha, right in the heart of Lisbon, offers the Portuguese capital a ‘Zen Refuge’ in a black and white environment.

A project by architect Francisco Aires Mateus with interior design by Nini Andrade Silva, the Fontana Park, with 139 rooms and suites, promises to be all that it’s cracked up to be. This was the only Portuguese hotel to be nominated in the European Hotel Design Awards where it competed in four categories: Best Bedroom and Bathroom Interior Design, Restaurants, Lounge and Bar, and Best



continuação ▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶



Quartos e Casas de Banho, Restaurantes, Lounge e Bar e Melhor Design Gráfico.

Na sua 11ª edição, os European Hotel Design Awards são considerados uma referência no sector dos hotéis de design europeus, reconhecendo assim o trabalho de arquitectos, designers e investidores, em 18 categorias diferentes, desde a arquitectura até à sustentabilidade ecológica dos projectos.

Com uma decoração elegante, onde o preto, branco e cinzento imperam, o mobiliário contemporâneo, de linhas simples, torna-o sóbrio e espaçoso, valorizando cada detalhe. A sua inspiração oriental convida o hóspede ao relaxe seja no Lounge ou no Bar ou mesmo no jardim interior, onde os bambus e uma cascata completam o cenário.

Nini Andrade Silva revelou recentemente, que o ponto de partida para a decoração do hotel baseou-se no próprio nome da unidade: Fontana Park. “Um parque urbano, sofisticado e com muita alma”.

A conhecida designer madeirense classificou o projecto, em jeito de brincadeira, de “Ninimalista”, com peças de design, com raízes centenárias transformadas em equipamentos. Os materiais naturais pretendem fazer referência à natureza, criando um ambiente confortável e diferente. Um espaço que conta com várias peças assinadas por designers de todo o mundo, como Milo Naval, Kenneth Cobonpue e Ann Pamintuan.

Percorrendo os sete pisos do hotel encontramos diversas categorias de quartos; 60 Fontana, 67 Superior, 9 Premium, 1 para clientes com

Graphic Design.

Now in its 11th year, the European Hotel Design Awards are considered a reference in the European design hotels sector, recognising the work of architects, designers and investors in 18 different categories, from architecture to the ecological sustainability of the projects.

With its elegant decoration, where black, white and grey predominate; the modern furniture and clean lines have lent it a roomy yet low-key feel while paying attention to each and every detail.

Its Eastern inspiration encourages the guest to relax be it in the Lounge or Bar or even the Indoor Garden where bamboos and a waterfall complete the picture.

Nini Andrade Silva recently revealed that the inspirational starting point for the hotel's decoration was based on its actual name: Fontana Park - “An urban and sophisticated park with much soul.”

The famous Madeira designer classified the project, in a joking sort of way, as being “Ninimalista”, with turn-of-the-20th century inspired designer pieces, with roots hundreds of years old, transformed into equipment. The natural materials are intended as a nodding reference to nature, making a different yet comfortable environment. The hotel has various pieces of furniture designed by designers from all over the world, such as Milo Naval, Kenneth Cobonpue and Ann Pamintuan.

On exploring the six floors of the hotel one finds various types of

A sua inspiração oriental convida o hóspede ao relaxe seja no Lounge ou no Bar...

Its Eastern inspiration encourages the guest to relax be it in the Lounge or Bar...

incapacidades motoras, 1 Suite Executiva e 1 Suite Fontana. Também aqui o preto e o branco assumem papel de destaque, com as suítes a disporem de banheiras Philippe Starck, com um sistema de cor regulável, conferindo a este espaço a cumplicidade única entre a cama e o banho. A existência de um pequeno terraço com um privilegiado cenário urbano convida a momentos de prazer.

Tendo completado um ano, no passado dia 26 de Dezembro, o Fontana Park Hotel, de quatro estrelas, dispõe ainda de dois restaurantes: o Saldanha Mar e o Bonsai.

Com abertura directa para a rua, o Saldanha Mar aposta sobretudo na cozinha portuguesa e mediterrânea e nos peixes grelhados. Neste espaço branco, onde a luz o invade, o Saldanha Mar está aberto diariamente para servir os pequenos-almoços, almoços e jantares. É aqui que o chef Agostinho selecciona os melhores pratos para os seus clientes.

No lado oposto encontra-se o Bonsai, que se estende num espaço escuro, intimista e que apresenta paladares nipónicos. Funcionando de terça-feira a domingo, aos jantares, o restaurante sob a vigilância do Chef Filipe promete sushi e sashimi na hora.

Com uma equipa jovem e dinâmica, cujas idades rondam os 30 anos, o Fontana Park apresenta-se aos seus hóspedes com uma postura informal, começando mesmo pelos uniformes utilizados, pretos e brancos, claro está. Aqui todos vestem a camisola pelo hotel, literalmente...

Para o Director Geral do hotel, Jorge Cosme, este é “o design hotel que a cidade aguardava... um hotel cosmopolita que traz a Lisboa um conceito e filosofia diferente. Trendy, com alma, essencialmente para lisboetas e portugueses em geral... não será somente um hotel para o público estrangeiro pois criamos e criaremos um ambiente animado

room; 60 Fontana, 67 Superior, 9 Premium, 1 for clients with mobility problems, 1 Executive Suite and 1 Fontana Suite. Here too, black and white stands out as the defining tone, with suites sporting baths by Philippe Starck, with a matching colour-coded adjustable scheme, giving the suites a sense of conformity and continuity between the bed and bath.

A small terrace offering a rare view over the city adds a relaxing and pleasurable finishing touch.

Having celebrated its first anniversary on December 26th, the four-star Fontana Park Hotel also boasts two restaurants: the Saldanha Mar and Bonsai.


Facing directly onto the street, the Saldanha Mar has opted above all for Portuguese and Mediterranean cuisine and grilled fish. This white, light-filled restaurant is open on a daily basis serving breakfast, lunch and dinner with its chef Agostinho selecting the best dishes for its customers.

On the hotel's opposite side is the Bonsai, a dark and intimate restaurant presenting Japanese flavours. Open from Tuesdays to Sundays for dinner, this restaurant under the guidance of Chef Filipe serves up mouth-watering sushi and sashimi to order.

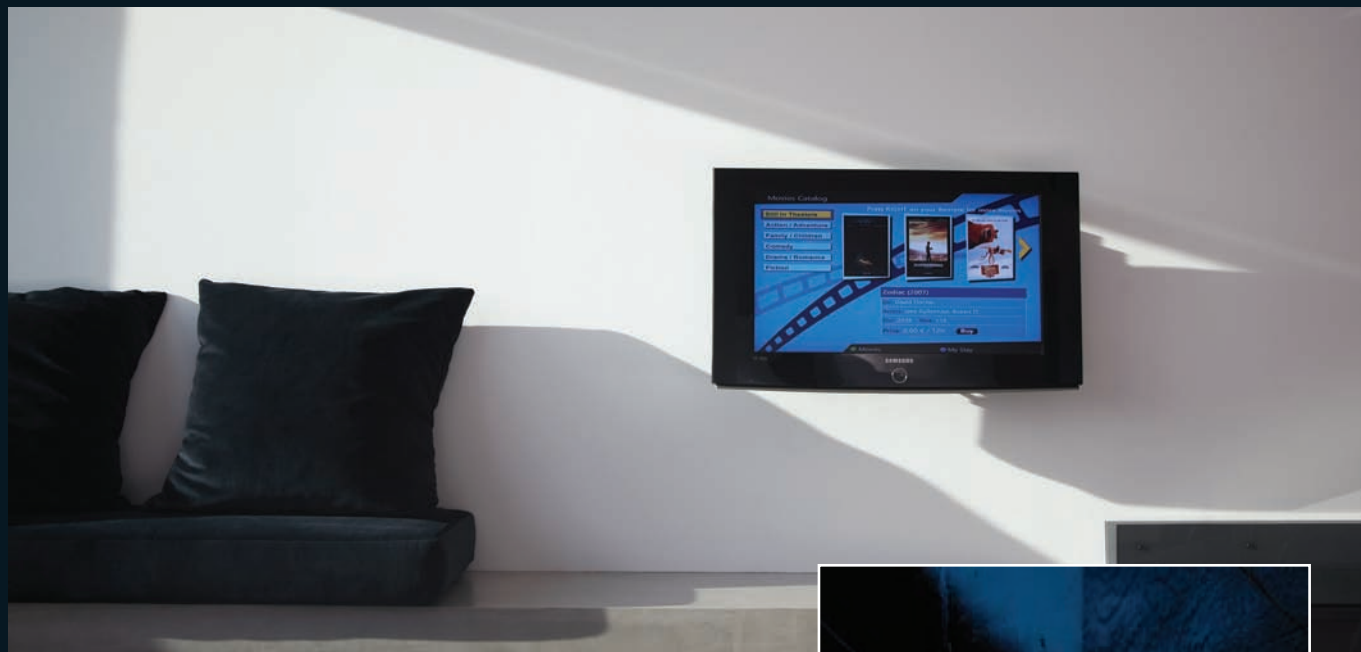
With its young and dynamic team, whose average age is 30, the Fontana Park offers its guests an informal style, down to the very uniforms themselves which are, of course, black and white. Here everyone is decked out in the hotel's livery – quite literally!

According to the hotel's Managing Director, Jorge Cosme, this is “the design hotel that the city has been waiting for...a cosmopolitan hotel that brings a different philosophical concept to Lisbon. A trendy hotel with soul, essentially for Lisboners and the Portuguese in general...it will not be, above all, a hotel just for a foreign public,



continua 

continuação 



e vivo através dos nossos espaços públicos... um hotel que convida a “estar”.

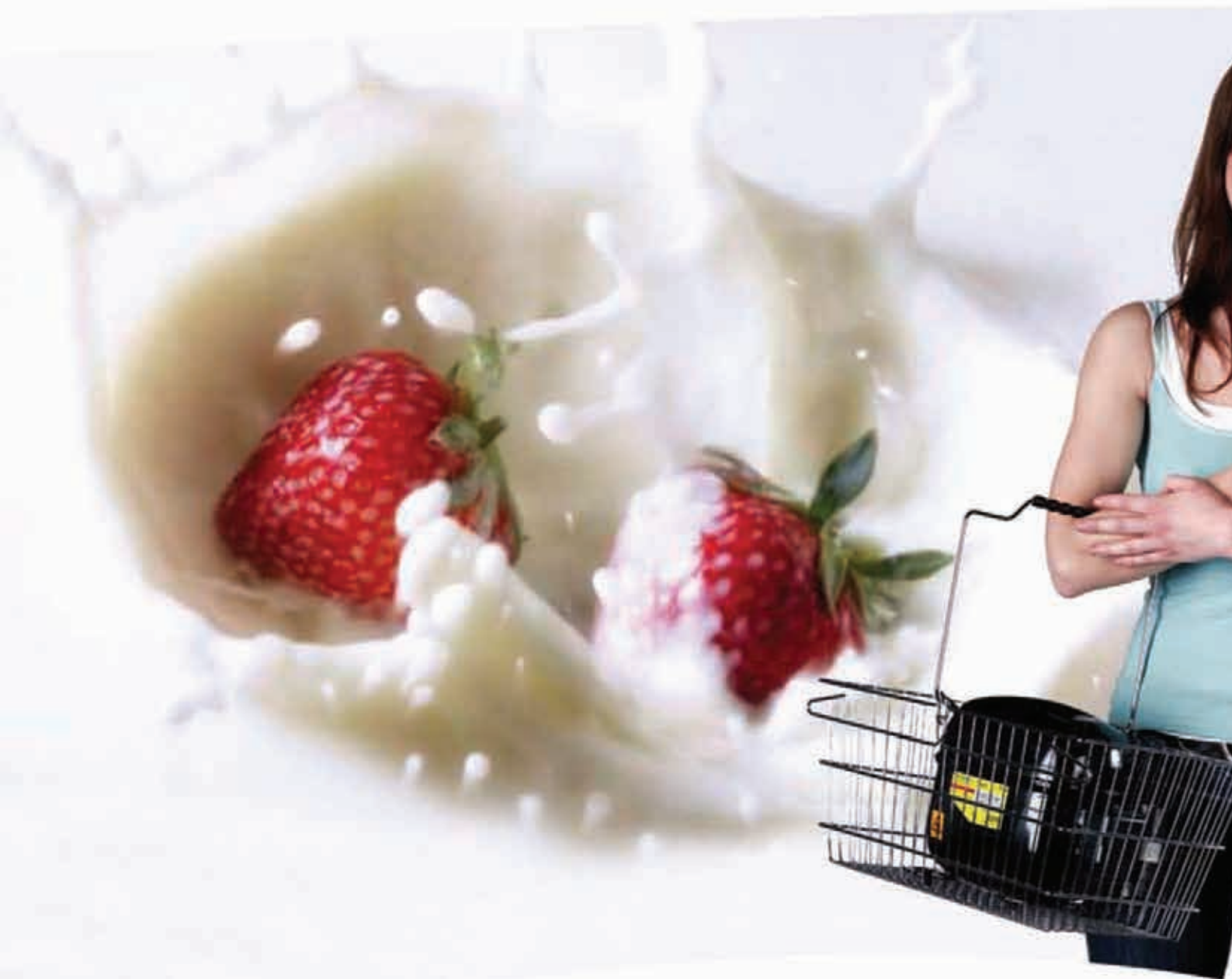
A aposta do Fontana Park Hotel passa ainda pelo segmento MI – Meetings & Industry, já que a unidade disponibiliza 9 salas de reuniões, que recebem até 400 pessoas. As salas são polivalentes, também em preto e que permitem mesmo, a apresentação de viaturas no seu interior.

Pensado para um público com uma faixa etária entre os 20 e os 40 anos, cosmopolita, com algum poder de compra e apreciadores de hotéis design, o Fontana Park Hotel, que pertence à cadeia Design Hotels tem ainda em mente novos projectos, que poderão passar pela construção de um Spa e piscina interiores, o aproveitamento do último piso do hotel para a criação de novos bares no terraço e ainda a colocação de uma cobertura no jardim interno para que possa ser utilizado também durante o Inverno. Projectos, que para já, não têm data marcada. ■

rather we have created and will create a lively and bustling atmosphere through the hotel’s reception rooms....a hotel that invites you to “feel at home.”

The Fontana Park Hotel investment also embraces the MI segment (Meetings and Industry), since the hotel has 9 meeting rooms available for up to 400 people. The rooms are multipurpose, also decked out in black, and can even actually host car unveilings inside! Conceived for a cosmopolitan and design hotel appreciating public aged between 20 and 40 with purchasing power, the Fontana Park Hotel, which belongs to the Design Hotels Chain, also has other projects in mind including a Spa and indoor pool while installing new bars leading onto a terrace on the hotel’s top floor as well as a covered indoor ‘winter garden.’ All projects which, as of now, have no defined date. ■





parceiros para a vida!





Bagão Félix, ex-ministro das Finanças e da Segurança Social e Raul Diniz, Professor na AESE foram os oradores

Former Finance and Social Security Minister Bagão Félix and Raul Diniz, Professor at AESE were the speakers

Família e Trabalho: a ligação perfeita

Family and Work: The Perfect Combination

ATENTA ÀS NECESSIDADES DOS SEUS COLABORADORES, A JORDAO COOLING SYSTEMS APLICA UMA POLÍTICA QUE A TORNA NUMA EMPRESA MAIS FAMILIARMENTE RESPONSÁVEL

ATTENTIVE TO THE NEEDS OF ITS EMPLOYEES, JORDAO COOLING SYSTEMS HAS APPLIED A POLICY THAT HAS MADE IT INTO A FAMILY RESPONSIBLE COMPANY

“Sobre a família já tudo foi dito, escrito e proclamado. Por quem nela deposita o magistério da esperança, e também por quem dela desdenha, desconfia e até prognostica o seu obituário. Não há político, sociólogo ou opinador que não nos pregue um bom ‘sermão’ a propósito da família”. Foi com estas palavras que António Bagão Félix iniciou a conferência que encerrou a cerimónia de entrega dos prémios às Empresas Mais Familiarmente Responsáveis, na AESE – Escola de Direcção e Negócios.

“When it comes to family it’s all been said, written and stated. As much as for those who put their hopes in the bedrock of family, and also those who disdain and distrust it and have even written its obituary. There hasn’t been a politician, sociologist or critic that hasn’t served up a good ‘sermon’ on the family.” It was with these words that former Finance and Social Security Minister António Bagão Félix began his speech at the ceremony for the presentation of awards for the most employee-orienta-

O ex-ministro das Finanças e da Segurança Social felicitou a AESE pelo programa E+FR, fazendo alusão às palavras proferidas pelo Prof. Raul Diniz, que o descreve como um programa que "procura sensibilizar o mundo empresarial em 'rega gota a gota' que é a mais adequada para terras áridas".

E foi sobre esta "introdução de regadio na cultura familiar das empresas", que Bagão Félix continuou o seu discurso, focando a importância da família, o desenvolvimento da cidadania empresarial, as mudanças na natureza e nas formas do trabalho e a conciliação dos tempos de vida na família e no trabalho.

Nesta, que foi a 4ª edição dos prémios E+FR, – uma iniciativa da AESE e da Deloitte – em que ganharam "ex-aequo", a TAP Portugal, a AXA e a HUF Portuguesa como as empresas que melhor promovem a conciliação da vida pessoal, familiar e profissional dos seus colaboradores, Bagão Félix sublinhou, que a "família é o mais precioso património da humanidade, um bem para todos e não um mal para alguns".

Recorde-se que para estes prémios são contactadas, por ano, cerca de 1000 empresas para o preenchimento de um questionário em que são avaliados itens, como políticas de flexibilidade, serviços de apoio à família, formação e desenvolvimento, iniciativas inovadoras, valores culturais da organização e responsabilidade familiar como tema de interesse corporativo.

ted companies - the Work & Family Balance Awards at the AESE School for Management and Business. Bagão Félix congratulated the AESE for its E + FR Programme, alluding to the metaphorical words spoken by Professor Raul Diniz who described it as a programme that sought "to create awareness within the business world 'drop by drop' which was the best thing for parched land."

And it was on this "introduction to family culture company irrigation" that Bagão Félix continued his speech, focusing on the importance of the family, the development of the company citizen, changes in the nature and methods of working and the balancing of one's time between family and work life.

He was addressing the fourth annual E+FR (Work & Family Balance Awards), an AESE and Deloitte initiative, in which past winners including TAP Portugal, AXA and HUF Portuguesa have all been highlighted as companies that best promoted the balance between the personal, family and professional life of its employees, Bagão Félix stressed that the family was "mankind's most perpetual legacy," something that was "good for all and not bad for some."

It's worth remembering that for these awards around 1000 companies are contacted each year to fill out a questionnaire before being evaluated in various categories such as flexibility



A plateia mostrou-se muito atenta à conferência
The auditorium revealed attention to the conference

continua

continuação 

Bagão Félix: "A família é o mais perene património da humanidade..."

Bagão Félix stressed that the family was "mankind's most perpetual legacy..."



Este estudo tem revelado que na maioria dos casos, esta estratégia empresarial procura conservar o potencial humano, potenciar o valor humano crítico da empresa, pacificar as relações laborais, aumentar a motivação e a produtividade dos seus colaboradores e, num horizonte mais vasto, a empresa encara-a como parte da sua responsabilidade social, tendo em vista uma sociedade mais justa, pacífica e potenciadora formadora de melhores recursos humanos.

Manter equipa motivada

Estas são, aliás, políticas seguidas pela JORDAO COOLING SYSTEMS, que marcou presença nesta cerimónia de entrega de prémios, através do seu director geral, Eng.º Isidro Lobo, para quem "propiciar um ambiente de trabalho 'amigável', no qual é possível conciliar a vida profissional com a pessoal/familiar", tem sempre o seu retorno para a empresa, uma vez que os colaboradores acabam por "recompensar" a mesma, "através de um maior envolvimento, entrega e dedicação e de uma atitude pró-activa na resolução dos problemas do dia-a-dia."

"O nosso maior retorno com este 'investimento' é, no fundo, mantermos uma equipa motivada e, portanto, mais eficaz, eficiente e produtiva", sublinha o dirigente da JCS, lembrando alguns exemplos aplicados pela empresa, nomeadamente o Seguro de Saúde para o colaborador e a família (cônjuge e descendentes), a distribuição anual, em Setembro,

policies, family support services, training and development, innovative initiatives, company cultural values and family responsibility, all being themes of corporate responsibility.

This study has shown that in the majority of cases such company strategies aim to maximise a company's human value, foster calm labour relations, raise the motivation and productivity of its employees and, at a wider level, the company sees it as part of its social responsibility, aiming to create a fairer, peaceful and educated society made up of the best human resources.

Keeping the team motivated

These are, by the way, policies followed by JORDAO COOLING SYSTEMS which was represented at the award presentation ceremony by its General Director, Engineer Isidro Lobo, for who "fostering a 'friendly' working environment where it is possible to balance one's professional life with personal/family life" has always paid dividends to the company, since employees end up by "repaying" the investment "by getting more involved, giving of their very best and their dedication as well as taking a proactive attitude in resolving day-to-day problems."

"Our biggest return on this 'investment' is, at the end of the day, our ability to maintain a motivated team and, therefore a more efficient, effective and productive one," adds the head of



O auditório da AESE encheu-se para a entrega dos prémios "E+FR"
The audience of the AESE fulfilled itself for the delivery of the "E+FR" awards



Fátima Carioca, Responsável AESE pela iniciativa "E+FR"

Fátima Carioca, Responsible AESE for the initiative "E+FR"

25€ em todos os salários, a partir do mês de Agosto passado". Uma medida que para "certas famílias assumiu contornos significativos...", remata.

Citando o editor da revista do "Notícias Sábado", sobre as boas práticas da IKEA: "pessoas satisfeitas trabalham melhor, com mais optimismo e vontade", o Director Geral da JORDAO COOLING SYSTEMS não tem dúvidas de que se este tipo de políticas fosse implantado em mais empresas haveria mais motivação por parte dos respectivos colaboradores das mesmas: "Por certo que, se à semelhança da IKEA, mais empresas seguissem esta política, isso acabaria por se reflectir numa maior competitividade da economia nacional."

Reajustar políticas sociais e redistributivas

E são políticas sociais deste foro, que Bagão Félix sustentou ser necessário, que "nos próximos decénios, se possa assistir ao reajustamento das políticas social e redistributiva, quer ao nível macro-

the cost of living, the company decided to raise salaries by 25 Euros for all staff as of last August", a measure which "for some families was quite a lifeline", he added.

Quoting the editor of 'Saturday News' magazine ('Noticias Sabado on the subject of IKEA's good practices: "people that are happy at work; work better and with more optimism and willingness." The General Director of JORDAO COOLING SYSTEMS has no doubt that if this type of policies were implemented in more companies then their respective employees would be more motivated: One thing's for certain, if like IKEA, more companies followed this policy, this would end up being reflected in the national economy through greater productivity."

Changing social policies and giving something back

It is policies of this ilk that Bagão Félix argues are necessary "in the coming decades that can help change the social political and

Hydra iT

TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO
E CONTEÚDOS, LDA

O QUE DE MELHOR A VIDA TEM !



Microsoft
Dynamics™

**PROCURAMOS O SUCESSO DA SUA ORGANIZAÇÃO OFERECENDO
NÃO APENAS A MELHOR TECNOLOGIA
MAS A MELHOR SOLUÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO.**

NAV-LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO

Soluções Integradas de Gestão para Empresas de Distribuição

NAV-ALIMENTAÇÃO

Soluções Integrada para a Gestão Alimentar

NAV-PRODUÇÃO

Soluções Integradas de Gestão e Planeamento de Produção

NAV-QPC

Soluções Integrada de Gestão de Qualidade

Web Design

Soluções Web e Aplicações Interactivas

Design Gráfico

Soluções Gráficas

Soluções Mobilidade

SFA - Apoio às Vendas

www.hydra.pt
info@hydra.pt

Braga
Av. Robert Smith
Centro de Serviços Domus, Qualidade nº 33
4715-249 Braga
Telf: +00 351 251 200 320
Fax: +00 351 251 200 320

Lisboa
Rua Castilho, nº 39 - 1.º P.
2º andar C
1250-088 Lisbon
Telf: +00 351 213 611 310
Fax: +00 351 213 611 310

Microsoft
GOLD CERTIFIED

Partner



DÉLICE

Devido ao seu plano de exposição elevado, as vitrinas Délice evidenciam da melhor forma os produtos expostos. Estudada para os negócios de Pastelaria, Cafeteria, Gourmet ou Refeições Ligeiras.

Due to its high exhibition plan, Délice cabinets stand out the best possible way your products. Studied for Pastry, Coffee Bar, Gourmet or Light Meal business, its range splits up in cabinets, glass corners and support counters.



Em Stock



SUPER LÍDER 2

Formas essenciais que se ajustam para personalizar segundo as suas necessidades. A Super Líder 2 é uma gama desenhada para responder às necessidades do retalho alimentar contemporâneo.



Essential features can be adjusted according to your specific desires.

Super Líder 2 is a product line designed to meet the needs of contemporary retail food markets.

Em Stock





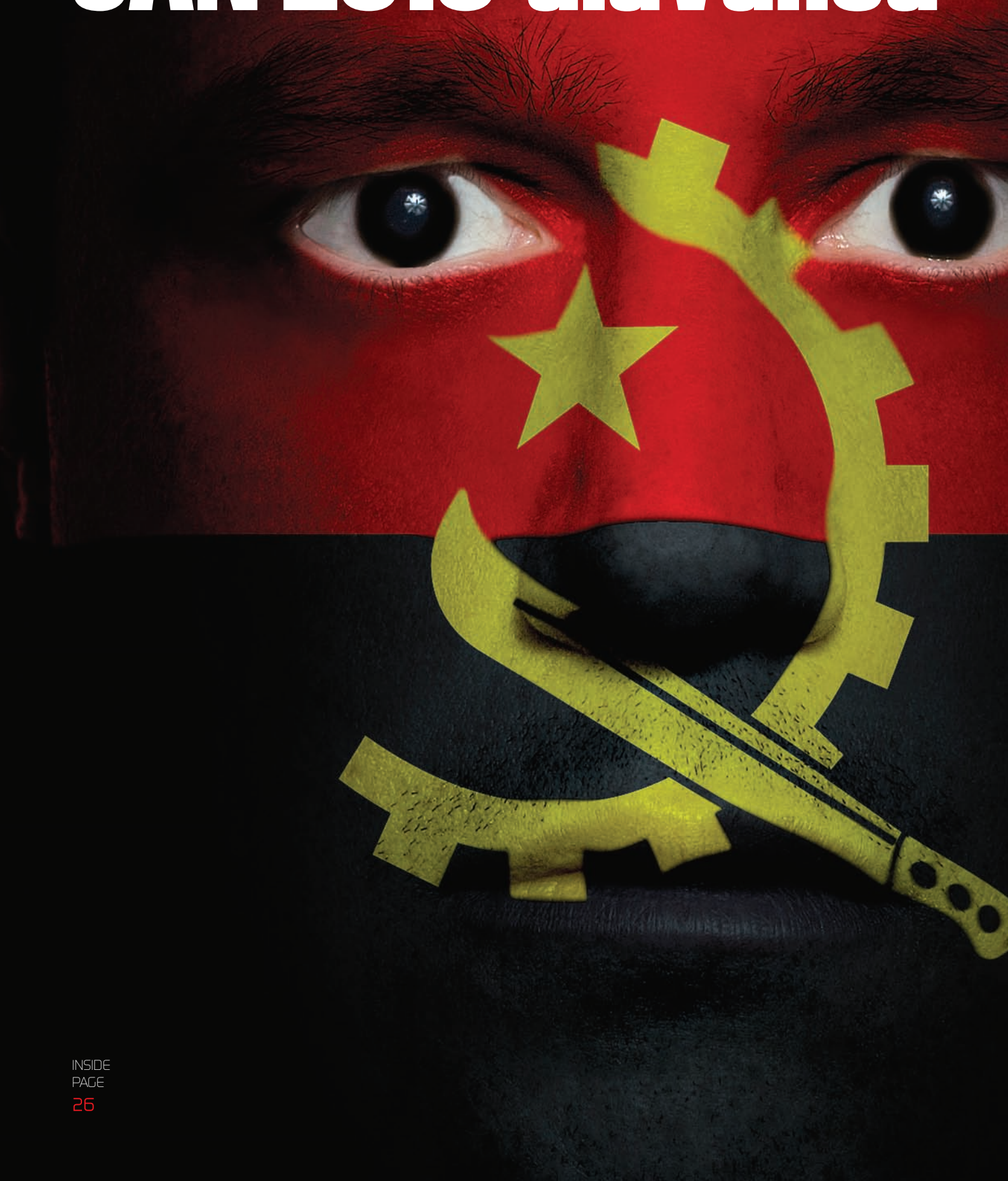
COLOMBUS

Aliando tecnologia e funcionalidade, esta é uma proposta para mostrar, preservar e cuidar dos produtos alimentares mais delicados. O Columbus é o novo expositor para Charcutaria, Talho e Supermercado da JCS.

Bringing together technology and functionality, this is the smartest solution to show, preserve and to take care of the most delicate alimentary stuffs

Columbus is the new serve-over from JCS for Delicatessen, Butcher and Supermarket trades.

CAN'2010 alavanca



investimento

CAN'2010 gears-up for investment

A REALIZAÇÃO DO CAMPEONATO AFRICANO DAS NAÇÕES E DO MUNDIAL DE FUTEBOL, EM 2010, VAI LEVAR À CONSTRUÇÃO DE MAIS 40 HOTÉIS NESTE PAÍS AFRICANO.


A viver dias de estabilidade política, militar e económica, Angola convida ao investimento estrangeiro, apresentando uma nova realidade sublinhada pelo lema “todos a trabalhar, para todos crescerem juntos amanhã”. Um amanhã, que deverá atrair mais turistas já em 2010, aquando da realização do Campeonato Africano das Nações – CAN.

Esta é, aliás, a alavanca que o país necessita para o desenvolvimento que é esperado nos próximos dois anos, principalmente no

THE 2010 WORLD CUP IN SOUTH AFRICA AND THE AFRICAN NATIONS CHAMPIONSHIPS WILL CREATE 40 NEW HOTELS IN ANGOLA.

Finally enjoying economic, military and political stability, Angola is opening its doors to foreign investment, presenting a new image and reality under the slogan “Hands to the Millstone today for Growth for all Tomorrow” - a tomorrow that should hopefully attract more tourists than in 2010 when the African Nations Championships (CAN) take place.

This, anyway, is the kick-start that the country needs for a development that is expected over the next two years, particularly in the

continua 

INSIDE
PAGE

27

continuação ▶▶▶▶▶▶▶▶

sector hoteleiro, que deverá alargar o número de camas em mais 2.500. Segundo notícias vindas a público, Angola deverá contar com o incremento de mais 40 hotéis, num investimento de 300 milhões de dólares. Uma construção que irá também permitir um maior equilíbrio de preços no mercado hoteleiro, favorecendo os cerca de 300 mil turistas que aquele país recebe anualmente.

Para já são quatro os estádios em construção para receber o CAN'2010, marcado para o mês de Janeiro: Luanda com capacidade para receber 50 mil espectadores, Benguela (35 mil), Huambo e Cabinda (20 mil cada um). Todas as infra-estruturas terão meios tecnológicos e informáticos para receber a presença de mais de mil jornalistas.

Um campeonato que servirá ainda de teste para o Mundial de Futebol de 2010, que será disputado na África do Sul, mas que promete levar até terras africanas muitos turistas, já que deverá ser criado um visto que permitirá aos visitantes percorrerem vários países naquele Continente.

Actualmente com mais de 100 mil turistas portugueses, Angola tem atraído cada vez mais visitantes para o local, principalmente de negócios, embora segundo o Director Nacional das Actividades Turísticas, Januário Marra, o turismo de lazer esteja a aumentar. O mesmo responsável relembra que em 2007 foram inaugurados cinco novos hotéis, que tiveram a participação de construtoras portuguesas, e foram ainda iniciadas outras construções hoteleiras, como por exemplo a cadeia TD Hotéis, o Grupo SANA – que está a construir um hotel em Luanda de cinco estrelas e um outro em Cabinda, de quatro estrelas.

hotel sector which should up the number of beds by more than 2,500. According to the latest published news, Angola should see an increase of 40 new hotels in an investment worth 300 million dollars. This construction programme should also lead to greater price stability in the hotel market to the benefit of around 300,000 tourists that Angola attracts on an annual basis.

Already four sports stadiums are under construction to host the CAN'2010 Championships slated for January: One in Luanda with a 50,000 spectator capacity, others in Benguela (35,000), Huambo and Cabinda (20,000 each). All of the stadiums will have the necessary technological infrastructure and commentary positions to cater for over 1,000 journalists.

These championships will also serve as a test-run for the World Football Championships in South Africa in 2010 which promises to attract many tourists to Africa for which a cross-border visa will be created enabling visitors to visit various African countries.

With more than 100,000 tourists presently visiting the country a year, Angola has been increasingly attracting more visitors, particularly in the business field, although according to the National Director of Tourism Activities, Januário Marra, leisure tourism is also on the increase.

Marra recalls that in 2007 five new hotels, which were built with the participation of Portuguese companies, were opened, while other hotel construction projects have also been begun by hotel chains such as TD Hotels and the SANA Group for example, the latter of which is building a new five-star hotel in Luanda and a four-star unit in Cabinda.





Aquele dirigente acredita que até 2010 Angola deverá receber meio milhão de turistas, confirmando que o turismo de negócios ocupa actualmente 80 por cento, seguido pelo turismo de lazer, que tem estado a “roubar percentagem ao turismo de negócios”. E porque saber receber estes turistas é fundamental, o Governo angolano tem realizado acções de formação nas diversas províncias, esperando em breve criar uma Escola Média Superior de Hotelaria e Turismo, em Luanda. ■

than is necessary for this destination.

Marra believes that in 2010 Angola should be welcoming half a million tourists, while business tourism presently makes up 80 per cent of the total, followed by leisure tourism which has been “eating into the business tourism pie.”

And because it knows that these tourists are vital for the economy, the Angolan government has been running training courses in various provinces, and hopes soon to set up a Hotel and Tourism Higher Education College in Luanda. ■



Mercado português aposta em Angola

Portuguese market invests in Angola

SÃO JÁ ALGUMAS, AS EMPRESAS NACIONAIS QUE ESTÃO A INVESTIR EM SOLO ANGOLANO. O FRIO COMERCIAL NÃO FOGE À REGRA.

THERE ARE ALREADY QUITE A FEW PORTUGUESE COMPANIES INVESTING IN ANGOLA AND COMMERCIAL REFRIGERATION IS NO EXCEPTION.



Nem só do investimento hoteleiro vive Angola, que o diga a H. Seabra Frio Industrial, empresa portuguesa que há 15 anos trabalha no mercado angolano. Uma aposta feita por altura da sua internacionalização e que acabou por resultar na criação, há dois anos e meio, da H. Seabra Angola com parceiros Angolanos, conforme nos explicou um dos seus administradores, Pedro Serrão.

"A certa altura o trabalho que estávamos a ter em Angola começou a ser de tal forma, que se justificou a criação de uma empresa de direito angolano", esclarece, acrescentando que neste momento a H. Seabra Angola "tem uma forte estrutura e conta com mais de 30 expatriados, um total de 98 colaboradores".

Angola doesn't just live off hotel investment according to H. Seabra Frio Industrial, a Portuguese company that has been operating in the Angolan market for 15 years. It began investing in Angola around the same time that it launched its internationalization strategy which two-and-a-half years ago resulted in the setting up of H. Seabra Angola with Angolan partners, as one of its directors, Pedro Serrão, explains to us.

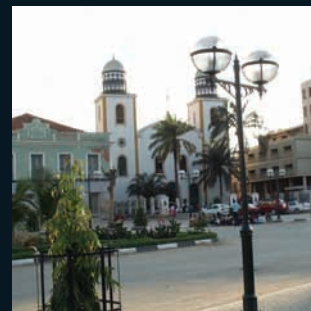
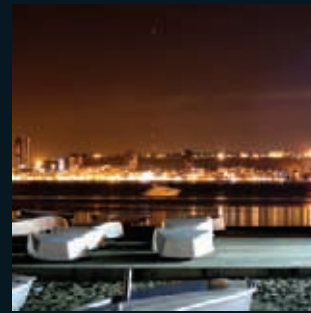
"We reached a point when the business we were doing in Angola began to be so substantial that it justified creating an Angolan company in its own right," he said, adding that now H. Seabra Angola "already has a strong company structure with a team of 30 ex-pats and 98 staff."

"Como a realidade do mercado angolano é diferente, temos uma série de equipamentos pesados que nos possibilitam estar independentes dos eventuais fornecedores e que nos permite trabalhar já em várias frentes", explica Pedro Serrão.

Actualmente a trabalharem nas localidades de Luanda, Malange, Lubango, Sumbe, N'Zeto, Sanza Pombo, Viana, Benguela, Lobito, Huambo e Quito, em cinquenta e quatro obras, aquele responsável reforça a necessidade de uma boa gestão de meios, humanos e materiais.

Os sectores do peixe, da carne, do gelo e distribuição alimentar são as apostas da empresa em mercado angolano. E é precisamente no sector da distribuição alimentar, que a H. Seabra, em parceria com a JORDAO COOLING SYSTEMS, enquanto um dos fornecedores preferenciais deste tipo de equipamentos, está a desenvolver um projecto de lojas de proximidade.

"Estamos a montar 30 supermercados em Luanda e iremos fazer mais 28 nas províncias circundantes, que fazem parte de um projecto ambicioso de 10 mil lojas naquele país", afirma Pedro Serrão, acrescentando que para além das lojas de proximidade, dos mercados abastecedores, "haverá ainda entrepostos logísticos, que também serão executados um pouco por todo o país". Implantada no mercado português desde Abril de 1999, a Animarket – Equipamentos para Distribuição Alimentar, Lda, tem vindo também, a investir em terras angolanas, realizando diversas instalações comerciais, principalmente nos últimos três anos, como explicou à "COOL", o Coordenador de Projecto, Miguel Antunes. A empresa, que recentemente foi certificada com o Sistema de Gestão de Qualidade, norma ISO 9001, apre-



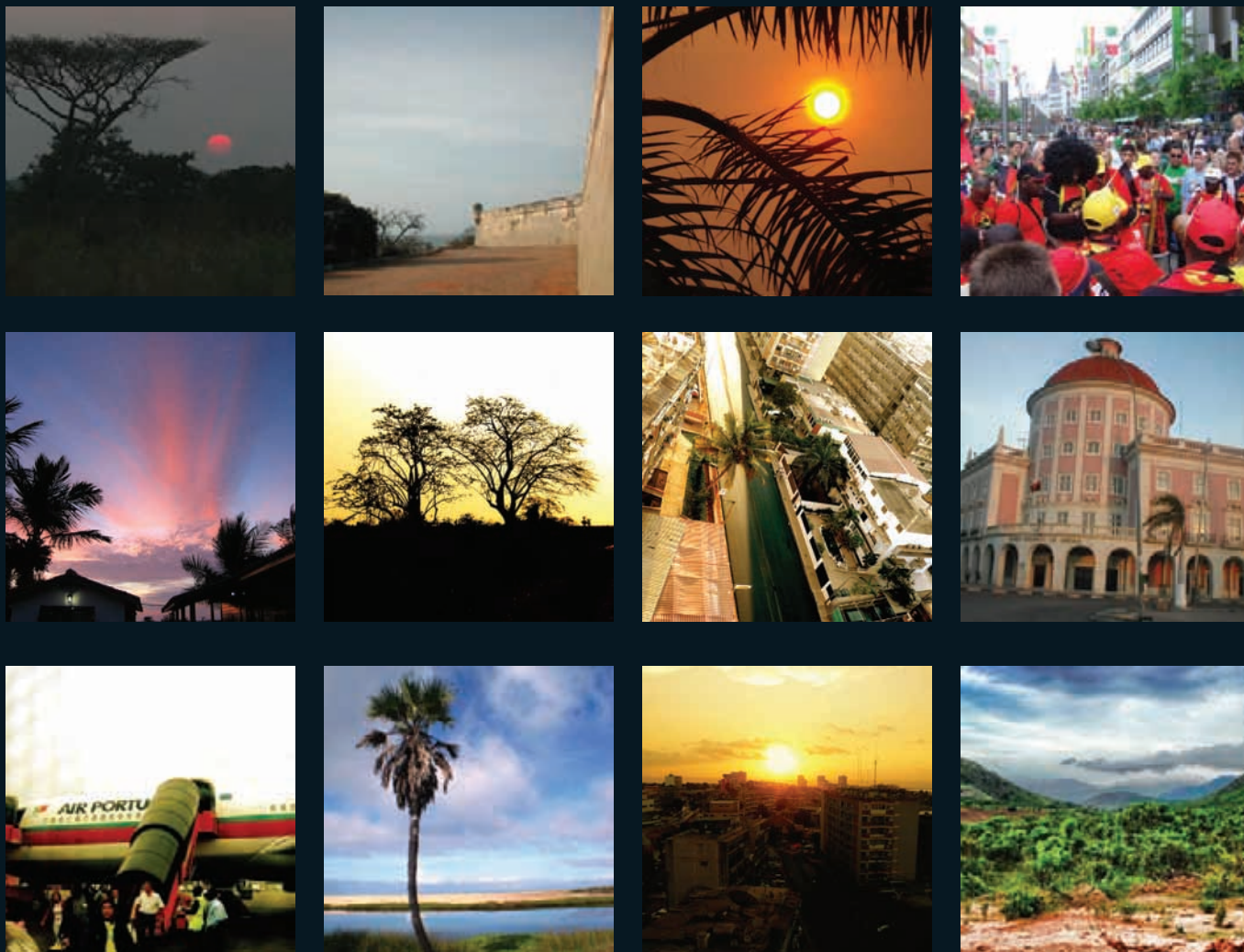
"Since the Angolan market is quite different from the Portuguese one, we have a range of heavy equipment that enables us to be independent from other future suppliers and allows us to conduct our business on various fronts," explains Pedro Serrão.

Presently the company's staff operates in places as far a field as Luanda, Malanga, Lubango, Sumbe, N'Zeto, Sanza Pombo, Viana, Benguela, Lobito, Huambo and Quito, on 54 projects which require good human resource and material management.

Fish, meat, ice and food distribution are the company's main investment activities in Angola and it is particularly in the food distribution sector that H.Seabra in partnership with JORDAO COOLING SYSTEMS – one of the most respected suppliers of this type of equipment – is developing supermarket projects in the area.

"We are fitting out 30 supermarkets in Luanda with cooling systems and will create a further 28 in the provinces roundabout, which form part of an ambitious 10,000 shop project in that country," says Pedro Serrão, adding that apart from supermarkets and shops in the vicinity of key towns and supply markets, "there will also be a logistical warehouse network set up here and there all over the country."

Animarket Ltd (Equipment for Food Distribution), which has been in the Portuguese market since April 1999, has also been investing in Angola, setting up various commercial premises, particularly in the last three years, as explained to COOL by Project Coordinator Miguel Antunes. The company, which was recently awarded the ISO 9001 Quality System Management standard, provides "attractive and functional equipment, combining aesthetic considerations with the technical demands of various types of premises." "We support infrastructure creation technical projects, coordinating and overseeing the projects, guaranteeing our clients a seamless service from start to finish." Miguel Antunes adds that

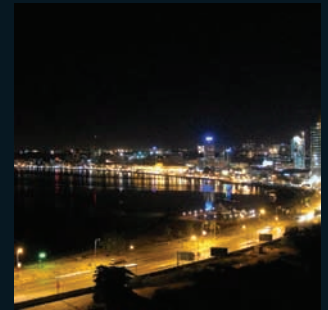


senta "soluções estéticas e funcionais, aliando a decoração às exigências técnicas de vários tipos de instalações", conforme refere o mesmo responsável, acrescentando: "Facultamos projectos técnicos para criação de infra-estruturas e coordenamos o decorrer da obra, garantindo ao nosso cliente um serviço chave na mão." No mercado angolano, como nos sublinhou Miguel Antunes, para além de Luanda, a Animarket tem realizado vários projectos em outras províncias, nomeadamente em Cabinda, Lubango e Lobito. Um mercado onde o volume de vendas da empresa, em 2008, foi de 1,5 milhões de Euros. "Há cerca de 2 anos que dispomos de assistência técnica em Luanda", refere o Coordenador de Projecto da Animarket, revelando ainda que no próximo mês de Fevereiro "a filial da nossa empresa em Luanda deverá estar a funcionar em pleno". Quanto

in the Angolan market, apart from Luanda, Animarket has undertaken various projects in other provinces, namely in Cabinda, Lubango and Lobito in a market where the company's sales volume in 2008 stood at around 1.5 million Euros. "We've been providing customer technical service backup for two years in Luanda," says the Animarket Project Coordinator, revealing that by this February 2009 "Our company's branch in Luanda should be completely up and running." With regards to its commercial relationship with JCS, Miguel Antunes makes clear that this link goes right back to the beginning of its existence: "JCS has been our preferred supplier whether in the national, Angolan or Cape Verde markets for cold cabinet equipment for patisseries, bars, mini-markets and commercial refrigeration equipment generally.

à relação comercial com a JCS, Miguel Antunes, esclarece que esta remonta ao início da sua existência: "Têm sido o nosso fornecedor de eleição, quer no mercado nacional quer em Cabo Verde e Angola, no que respeita a equipamento para pastelaria, bar, minimercados e equipamento de frio comercial de uma forma geral."

Ainda na área do frio comercial e a apostar em Angola está a Hiperfrio, empresa de projectos e instalações de refrigeração, que actua na área dos supermercados, subsidiária do Grupo Aquiram, e que recentemente adquiriu a participação do Grupo NG na Ritel-Frio Industrial. Em África, o Grupo Aquiram criou a Hiperfrio-Angola, em Outubro de 2007, ao abrigo das leis de investimento externo, segundo nos avançou o Director-Geral da Hiperfrio, Luís Quintas. Neste continente, a empresa encontra-se a trabalhar na área dos supermercados e do frio industrial, tendo ganho um concurso internacional para a área das Instalações de Pesca e que está já em execução. Ainda neste mês de Janeiro, a Hiperfrio-Angola irá iniciar as instalações industriais de um cliente angolano da Ritel. Segundo Luís Quintas, a Hiperfrio-Angola está a fazer propostas em todas as províncias angolanas e "contamos com a JORDAO COOLING SYSTEMS como parceiro preferencial". Num país onde a concorrência no sector do frio comercial começa já a ser alguma, todos os nossos entrevistados concordam que "há ainda muito mercado para investir", apesar de nem sempre as burocracias serem as mais fáceis de ultrapassar. ■



Hiperfrio - a refrigeration installation projects company - is another firm in the commercial refrigeration market investing in Angola, one that operates in the supermarket area and is a subsidiary of Aquiram Group as well as recently acquiring a stake in RitelFrio Industrial, part of the NG Group. In Africa the Aquiram Group created Hiperfrio-Angola in October 2007 under external investment laws, according to Luís Quintas, Director-General of Hiperfrio. In Africa the company is operating in the supermarket and industrial refrigeration sectors, having won an international competitive tendering bid contract in the Fish Warehousing sector with the project now under way. In January 2009 Hiperfrio-Angola is to begin setting up industrial premises for an Angolan client of Ritel. According to Luís Quintas, Hiperfrio-Angola is carrying out contracts in all of Angola's provinces and "we're working together with JORDAO COOLING SYSTEMS as our partner of choice." In a country where competition in the commercial refrigeration sector is really beginning to take off, all of those who we interviewed agreed that "there's still considerable room for investment in the market", even if the red tape on the ground isn't always that easy to deal with. ■

*contemporâneo e cosmopolita, orientado
para o conforto e bem-estar,
privilegiando produtos saudáveis
preparados ao momento para garantir
a sua frescura e qualidade”*

FICAM EM LISBOA, DESCREVEM-SE COMO
URBANO-COSMOPOLITAS E REINVENTAM-SE
DIA-A-DIA. SÃO OS MAGNOLIA CAFFÉ

THEY'RE IN LISBON, THEY ARE DESCRIBED AS
URBANELY COSMOPOLITAN AND THEY ARE CONSTANTLY
BEING REINVENTED ON A DAILY BASIS - THEY ARE
MAGNOLIA CAFFÉS.

Mimos, mimos e mais mimos. É assim que brinda os seus clientes, o Magnolia Caffé. Uma rede de seis espaços de cafetaria, com um conceito urbano e cosmopolita, que marca pelos pequenos grandes pormenores, que proporciona a quem os visita. Seja pelo café e chás que chegam directamente dos produtores, pelo chocolate quente, pelas saladas preparadas com produtos biológicos, pelos sumos de fruta naturais feitos no momento ou simplesmente pelo facto de poder encontrar um bom livro ou um momento musical, o Magnolia Caffé quer continuar

Spoilt, pampered and then some. That's how Magnolia Caffés treat their clients.

Magnolia is a chain of six urbane and cosmopolitan cafés whose great attention to the finer details sets them apart for their regulars from their competitors. That goes for the coffees and teas that come directly from the producers, for its hot chocolate, its salads prepared with biological and organic produce, freshly squeezed natural fruit juices or simply by the fact that you can always find a good book or CD, all of which go

Mima com cultura e bem-estar

Spoil yourself with a spot of pampering and culture

a marcar a diferença.

Quando há seis anos, Pedro e Elsa Pinto, proprietários desta rede, decidiram abrir o primeiro espaço no Campo Pequeno, quiseram transportar para Lisboa alguns conceitos que foram contactando pelos vários países por onde passaram. Para estes, a capital portuguesa já merecia um café que fosse diferente e sobretudo, que respeitasse as pessoas que por ali passassem.

A verdade é que a ideia vingou, e em Agosto do passado ano abriram

towards making Magnolia Caffés a brand with a difference.

When Pedro and Elsa Pinto, owners of the chain, decided to open up their first café in Campo Pequeno six years ago, they wanted to bring to Lisbon some of the concepts they'd encountered on their travels to other countries. They thought that the Portuguese capital deserved a café that was different and one which above all would respect the customers that dropped in.

In truth the idea was a winner and in August last year they opened

continua 

INSIDE
PAGE

35



Book crossing

TROCA DE LIVROS

DE LIVROS E EPISÓDIOS BESTMANS À TROCA POR OUTROS, PARA BENEFÍCIO DO STOCK DO "BOOK CROSSING", MARQUE O SEU CARRÃO DE LIVROS



Projectos, parcerias e novidades

Habitados a mimarem os seus clientes, os «Magnolias» - Campo Pequeno, Restauradores, Avenida de Roma, Saldanha, Oceanário e agora na Avenida Miguel Bombarda – estão firmemente ligados com a cultura. Como tal, são já algumas, as parcerias que têm nesta área, como são o caso do CCB – Centro Cultural de Belém, com a Gulbenkian ou mais recentemente com a Mandrake.

E se pensam os clientes que os mimos são só para eles, desenganem-se, pois todos os funcionários desta cadeia têm acesso gratuito, a alguns dos melhores espectáculos em cena no País.

Ainda neste âmbito há que frisar o novo projecto do Magnolia Caffé e que envolve os clientes de palmo e meio. É que na área onde estão colocados os livros – que podem ser consultados e até levados para casa, deixando outros para troca – começam também a crescer as histórias infantis. A pensar nos mais pequenos o Magnolia Caffé terá assim contadores de histórias para crianças até aos 10 anos de idade. Uma forma agradável de inculcar o hábito da leitura e ao mesmo tempo proporcionar uma hora de descanso aos pais que ali vão comer a sua refeição. A ideia alarga-se ainda a um clube de leitura.

Cultura, bem-estar, saúde são ideias que se complementam por ali e que levaram a mais parcerias, seja com a Holmes Place ou com a Plaza Clinic e que proporcionam aos clientes do Magnolia usufruírem de alguns descontos.

Os «Magnolias» prometem continuar a crescer em Lisboa até 2011, ano em que deverão totalizar as 14 unidades. Depois? Bom, depois a expansão será em terras espanholas, mais propriamente Madrid.

Por cá, a rede Magnolia Caffé, que recebe mensalmente cerca de 40 mil clientes por mês, promete continuar a reinventar-se dia após dia... ■

Projects, Partnerships and News

Accustomed to spoiling its customers, ‘Magnolia Caffé’ – Campo Pequeno, Restauradores, Avenida de Roma, Saldanha, Oceanário and now on Avenida Miguel Bombarda – are firmly linked to culture and as such has several partnerships in the arts area, such as with the CCB – Belém Cultural Centre, the Gulbenkian and more recently with Mandrake.

And if you think that pampering is only reserved for its customers then you’d be sorely mistaken since all of Magnolia’s staff get into these culture venues for free and get tickets to see some of the best shows, plays and concerts in the country.

Also in the same vein its worth mentioning Magnolia Caffé new project which involves its pint-sized customers. Here they will have an area set aside for books and children’s stories which can be read and even taken home in a book exchange scheme. And whilst on the subject of youngsters, Magnolia Caffé will launch a story-telling service for kids aged up to 10 years old in what promises to be a pleasant way of inculcating the reading habit in them at the same time as giving their parents an hour of rest and relaxation to enjoy some light refreshment. This idea has even been expanded into a book club. Culture, healthy eating, wellness and relaxation are ideas that all go hand in hand and which will bring more partnerships be they with Holmes Place or Plaza Clinic giving Magnolia customers the benefits of some discounts.

Magnolia Caffé look set to continue expanding in Lisbon until 2011 when the chain will boast a total of 14 outlets. And then what? Well, then the company is heading for expansion in Spain, more precisely in Madrid.

From hereon the Magnolia chain, which welcomes around 40,000 customers on a monthly basis, promises to continue to reinvent itself daily... ■

Escolhi JORDAO COLLING SYSTEMS porque...

I chose JORDAO COOLING SYSTEMS because...

A AVEIROTEL ESTUDA, PROJECTA E EXECUTA
PROJECTOS DE HOTELARIA.

AVEIROTEL STUDIES, PLANS AND IMPLEMENTS
HOTEL PROJECTS.



COOL - Há quanto tempo trabalha com a JORDAO COOLING SYSTEMS?

M.^a Antónia Sousa: A Aveirotel, é um dos primeiros clientes Jordão. O início da nossa relação comercial foi há 25 anos.

COOL - O que o levou a escolher este fornecedor?

M.^a Antónia Sousa: A aposta numa empresa jovem e dinâmica, e com grande capacidade de desenvolvimento tecnológico.

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

M.^a Antónia Sousa: É uma relação de confiança no parceiro de negócios. Sabemos que podemos contar com o seu apoio e acompanhamento, são um fornecedor presente e atento à realidade do nosso mercado. A sua atitude inovadora e sua presença junto da Aveirotel, estreitam a relação comercial que assenta no respeito e envolvimento mútuo nos negócios.

COOL - Quais as vossas perspectivas para o mercado do frio em Portugal?

M.^a Antónia Sousa: O mercado de frio em Portugal está em franco crescimento, pese embora a conjuntura actual, possa refrear um pouco o crescimento esperado. ■

COOL - How long have you been working with JORDAO COOLING SYSTEMS?

Maria Antónia Sousa: Aveirotel is one of JORDAO COOLING SYSTEMS first clients. Our business relationship stretches back 25 years.

COOL - What led you to choose this supplier?

Maria Antónia Sousa: We decided to go for a young and dynamic company, one which had considerable scope for technological development.

COOL - How has your relationship gone with JCS, since the beginning?

Maria Antónia Sousa: It's been a business partnership relationship built on trust. We know that we can rely on its support and follow up; it's a hands-on supplier which understands what our market is all about. Its innovative attitude with regards to Aveirotel has strengthened our close commercial relationship which is based on a mutual business respect.

COOL - What do you see in the future for the refrigeration market in Portugal?

Maria Antónia Sousa: The refrigeration market in Portugal is clearly growing but given the current difficult economic climate, expected growth could cool off somewhat. ■

Quem é o cliente?

A Aveirotel surgiu em 1982, no seio de um grupo de empresas ligadas à Hotelaria: o Grupo Miranda & Serra.

Sempre virada para o cliente, a ideia central da Aveirotel passa por assegurar serviços e disponibilizar soluções de alta qualidade e inovação, numa filosofia vanguardista, sempre um passo à frente do seu tempo na disponibilização de Soluções de Qualidade.

A Aveirotel envolve-se no estudo de projectos, que executa, apresentando soluções ao Canal Horeca para diferentes áreas, a exemplo de Cozinhas Industriais, Pastelarias, Cafetarias, Talhos, Supermercados, Bares, entre outros.



M.ª Antónia Sousa, Gerente da Aveirotel



Who is the client?

Aveirotel was formed in 1982 from within a group of companies linked to the hotel industry: The Miranda & Serra Group.

Always customer focused, Aveirotel's core idea is to provide services and create high quality and innovative solutions within an avant-garde philosophy which always aims to be one step ahead of its time in providing Quality Solutions.

Aveirotel is involved in project studies which present and carries out solutions for Canal Horeca in different areas, for example Industrial Kitchens, Patisseries, Cafeterias, Butchers, Supermarkets, Bars, amongst other things.

Trabalhar por amor à “camisola”

A labour of love in his Jordão shirt

Os 26 anos ao serviço da JORDAO COOLING SYSTEMS demonstram bem a dedicação prestada por Sidónio da Silva Sampaio a esta empresa. Nascido a 11 de Abril de 1942, em São Sebastião, em Guimarães, este filho da terra mantém-se ainda no activo, pese embora já tenha atingido a idade da reforma.

Casado há 31 anos com a Dona Gabriela Silva Araújo, Sidónio Sampaio está na empresa desde o seu arranque com apenas 25 elementos. Apesar de ter passado por vários sectores na empresa, foi na montagem de peças que dedicou a maior parte do seu tempo. Tempo esse, que sublinha dedicar “com alma e coração”.

Pai de um rapaz e avô da pequena Ana Luísa, a netinha de 14 meses que lhe enche a alma, Sidónio Sampaio recorda as gratificações atribuídas no Natal aquando o seu filho era ainda uma criança: “Já nessa altura o meu filho recebia sempre um carrinho, entregue pelo Sr. José Júlio Jordão, uma jóia de pessoa e um ser excepcional”.

Mas a prestação de Sidónio Sampaio não se fica por aqui, já que na sua hora de almoço faz ainda todo o serviço externo de bancos e correio. Uma função que lhe foi pedida há uns anos, e que responde com agrado diariamente.

“Todos os dias são uma alegria para mim quando venho trabalhar, trago a ‘camisola’ da Jordão”, explica o Sr. Sidónio, que tenta sempre dar o bom conselho aos funcionários mais novos que chegam à empresa. “Digo-lhes que se tiverem atenção ao trabalho e concretizarem tudo bem desde o início, que se manterão muito tempo nesta família.”

Tanto ou mais que ele próprio, que já recebeu um prémio pelas mãos do Eng.º Isidro Lobo, quando cumpriu 25 anos de carreira.

Descansar e passear com a neta são os desejos do futuro deste homem de paixões e lealdade. Paixões essas onde cabe o seu clube de futebol de eleição, o Vitória de Guimarães, de quem é sócio há 50 anos.

Sem certezas de quanto mais tempo permanecerá na JCS, Sidónio Sampaio garante que se sente bem na empresa, mas que um dia terá de sair. Para já deixa a todos os seus colegas votos “de muita saúde”. ■

Sidónio da Silva Sampaio’s 26 years of service to JORDAO COOLING SYSTEMS aptly demonstrates his dedication to the company. Born on April 11th 1942 in São Sebastião, Guimarães, this ‘local boy’ is still full of beans and working despite having reached retirement age.

Married for 31 years to Dona Gabriela Silva Araújo, Sidónio Sampaio has been with the firm since it was started up with just 25 staff. Despite having worked in various areas of the company, he dedicated the vast majority of career to parts assembly which, it should be stressed, he has been doing with “heart and soul.”

Father to a son and grandfather to his little 14 month old grand daughter Ana Luísa that is the apple of his eye, Sidónio Sampaio recalls the Christmas presents given by the company when his son was still a child: “At the time my son would always receive a toy car from Mr. José Júlio Jordão, a diamond of a person who was really exceptional.” But Sidónio Sampaio’s loyal services don’t end there since during his lunch hour he rushes out and does the banking and postal services, something he was asked to do some years ago and that he still does daily with a full heart.

“Every day is a joy for me when I come to work when I wear my Jordão company shirt,” explains Mr. Sidónio, who always tries to give some good advice to the new incoming members of staff. “I tell them that if they pay attention to their work and do a good job from the start, then they will enjoy a long period of time within this family.”

All the more reason that he himself should receive his long-service award from the hands of Isidro Lobo when he clocked up 25 years of service with the company.

To take it easy and spend time with his granddaughter are the hopes for the future for this impassioned and loyal man. Passions that include his favourite football club Vitória de Guimarães which he has been a member of for 50 years.

Without knowing for certain how much longer he’ll stay at JCS, Sidónio Sampaio insists that he feels fit as a fiddle at the company, but accepts that one day he’ll have to retire. Until that day comes all of his colleagues wish him “the very best of health.” ■



Sidónio Sampaio,
26 anos dedicados à Jordão

Sidónio Sampaio, 26 years
dedication to Jordão

600 milhões de anos para descobrir

600 million years to discover



CASTELLOS, ABUTRES, FÓSSEIS E MUITO, MUITO MAIS PARA VER E SENTIR NOS 365 DIAS DO ANO.

Reviver as histórias e emoções de 600 milhões de anos de evolução, descobrir lugares míticos, geossítios, castelos, igrejas e santuários, conviver com abutres, águias e cegonhas negras, entre muitas outras aventuras é o convite do Geopark Naturtejo da Meseta Meridional, o primeiro geoparque português inserido na Rede Europeia e Global da UNESCO.

Expoente máximo do Turismo de Natureza em Portugal, o Geopark Naturtejo, que abrange os municípios de Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Nisa, Oleiros, Proença-a-Nova e Vila Velha de Ródão reserva um sem número de surpresas a quem o visita.

Durante 365 dias, o parque, através da empresa de turismo Naturtejo, desafia a conhecer a região num programa alargado de rotas temáticas.

Fósseis, Abutres, Arte Rupestre, Gardunha, Aventura no Ar, Templários, Segredos do Vale Mourão, Em... Cantos de Nisa, são alguns temas dos programas, que incluem alojamento em unidades de qua-

CASTLES, VULTURES, AND LOTS BESIDES TO SEE AND EXPERIENCE 365 DAYS A YEAR.

Re-live the history and emotion of 600 million years of evolution, discover mythical and geological places, castles, churches and sanctuaries, be among the vultures, eagles and black storks, experience these and other adventures when you visit the Meridional Meseta Geopark Naturtejo Nature Park, Portugal's first geo-park to be included in UNESCO's European and Global nature park network.

The leading exponent of Nature Tourism in Portugal, Geopark Naturtejo, which covers the municipal authority areas of Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Nisa, Oleiros, Proença-a-Nova and Vila Velha de Ródão, offers an unlimited number of surprises for the visitor. For 365 days a year, the park, through tourist company Naturtejo, invites you to discover the region in a theme-packed programme of activities: Fossils, Vultures, Ancient Rock Art, Beech Martens, Air Adventures, Knights Templar, Secrets of Vale Mourão, and... Nisa Folksongs are just some of the programmes activities which include four-star hotel accommodation, accommodation in Pousadas de Portugal inns, Rural

tro estrelas, Pousadas de Portugal, Turismo Rural ou num alojamento local. Todas as rotas estão disponíveis em www.naturtejo.com, são acompanhadas por guias especializados e incluem actividades de animação e alojamento, informação sobre a região e a oferta de produtos tradicionais, em pacotes de 3 dias/ 2 noites.

A diversidade de aves é abundante no Geopark Naturtejo, daí que seja possível observar de perto algumas espécies, como a Águia Imperial Ibérica, o Abutre Negro, a Cegonha Negra, o Abutre do Egípto, Grifos, o Melro Azul.

Destaque ainda para a vasta lista de eventos programados por todo o Geopark, como as festividades das aldeias históricas, que decorrem em Monsanto e Idanha-a-Velha, a Raia Tejo, um fim-de-semana repleto de actividades radicais em Vila Velha de Ródão, o Boom Festival, - um evento alternativo de arte, cultura e música - a Bienal da Pedra, que reúne escultores de renome internacional, em Nisa, entre outros. Dífícil mesmo será escolher! ■

Tourism or in local guest house lodgings.

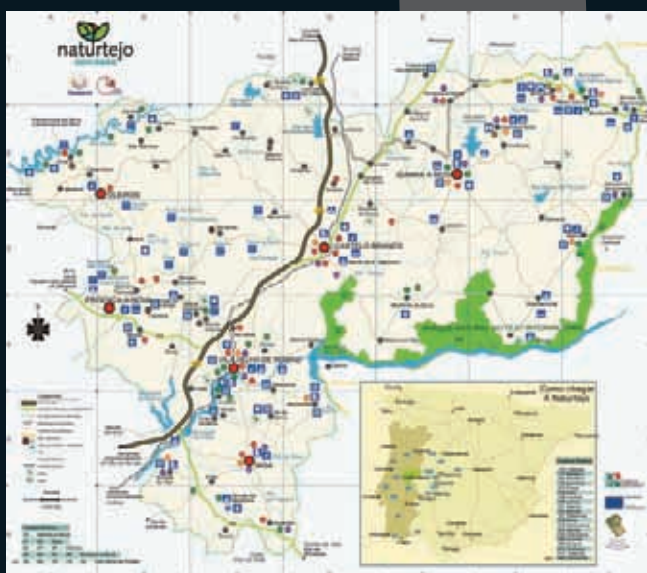
All the activity routes can be seen by visiting www.naturtejo.com and are accompanied by especially trained guides and include entertainment and accommodation, information about the region and its traditional products for sale, in a three-day, two-night package.

Birdlife diversity is abundant at Geopark Naturtejo from where you can observe some species at close hand, such as the Imperial Iberian Eagle, Black Vulture, Black Stork, Egyptian Vulture, Griffins, and the Blue Blackbird.

It's also worth highlighting the extensive list of events going on all over Geopark such as the Historic Village Festivities which take place in Monsanto and Idanha-a-Velha, and Raia Tejo, a weekend full of extreme sporting activities in Vila Velha de Ródão, and the Boom Festival - an alternative arts, culture and music festival - the Pedra Biennial where internationally renown sculptors meet up at Nisa, amongst other activities. With so much on offer it's difficult to choose! ■




O Grifo é uma das várias espécies que se pode observar
The Griffon is one of the many species that we can observe



Portas de Almourão
The Almourao Doors



Parque Icnológico de Penha Garcia
Icnologic Park Penha Garcia

continua 

PORQUE SOMOS TRANSPARENTES



707 200 201

halcon.pt