



Nº 05 | Semestral | Julho | 2010 | 2,5 euros

Sustentabilidade *o Desafio do Futuro*

BES

ARTE & FINANÇA

/// ARTE CONTEMPORÂNEA /// CONTEMPORARY ART

OBRAS DA COLECÇÃO BESart _BESart COLLECTION

/// ENTRADA LIVRE // FREE ENTRANCE

// MORADA /// ADDRESS
Praça Marquês de Pombal
nº3, 1250-161 Lisboa

// TELEFONE /// PHONE
21 359 73 58

// EMAIL
besarte.financa@bes.pt

// HORÁRIO /// OPENING HOURS
Segunda a Sexta_9h às 21h
Monday to Friday_9 a.m to 9 p.m

Sustentabilidade, compromisso para o futuro

Sustainability, a
commitment for the future

SUSTENTABILIDADE é o tema transversal da COOL número 5, editada precisamente na altura em comemoramos o nosso 28º aniversário. Antes de mais, é uma atitude individual e responsável perante um futuro que a todos nós toca. Uma responsabilidade que ganha ainda maior dimensão nas empresas, que são a face mais visível deste compromisso à escala global.

No dia-a-dia da JORDÃO, estamos cientes de que o edifício da Sustentabilidade assenta em três pilares fundamentais: **Desenvolvimento Económico, Responsabilidade Social e Ambiente.**

Assim, temos não só presente a necessidade de gerar valor para os accionistas, mas também o benefício económico para todos os que aqui trabalham, que dedicam muitas horas da sua vida para que a JORDÃO tenha sempre um caminho de sucesso.

Em tudo o que fazemos no quotidiano, fomentamos a responsabilidade social activa, protegendo todos os que colaboram na empresa, com forte sentido ético. Não fazemos negócio a qualquer preço. Procuramos sempre fazer e inculcar nos nossos colaboradores princípios éticos e morais, que tenham eco na sua vida profissional e pessoal.

Tudo isto, tendo em consideração que a Protecção Ambiental tem que ser conseguida, na escolha dos materiais dos equipamentos e em todo o processo produtivo, em que é necessário encontrar meios para evitar desperdícios e poupar energia. A título de exemplo, a impressão da COOL é feita em papel certificado, com origem em florestas sustentadas.

Mesmo com todas as dificuldades do mercado, os nossos clientes podem contar sempre com a JORDÃO, uma empresa que cultiva a Sustentabilidade em todas as suas frentes. E dentro deste conceito, daremos sempre o suporte necessário para que consigam vencer todos os obstáculos que lhe surgem.

Resta-me agradecer a receptividade da COOL. Estamos abertos a sugestões de todos os que no lêem, reforçando desta forma o interesse da revista para todos os Stakeholders da JORDÃO.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT is the theme running through this issue of COOL, number 5, published at precisely the same time that we are celebrating our 28th anniversary. Above all sustainable development is about taking an individual and responsible attitude to the future which affects us all. It is a responsibility that is increasingly important for companies that represent the more visible face of this commitment on a global scale.

At JORDÃO on a day-to-day basis, we are aware that Sustainability rests on three fundamental pillars: **Economic Development, Social Responsibility and Environment.**

That's why it's not just about creating profits for our shareholders but also the economic benefits for all of the staff that work here, who dedicate many hours of their life so that JORDÃO can always be successful as a company.

In everything that we do on a daily basis, we actively foster social responsibility protecting all those who work for the company, instilling in them a strong sense of ethics. We don't do business at any price. We always aim to be ethical and moral in our dealings and impart those values to our employees. These values are mirrored in their professional and private lives.

All of this is done by taking into consideration that Environmental Protection has to be achieved by choosing the right materials for our equipment and throughout the entire production process, where it is vital to find ways of avoiding wastefulness and saving energy. As an example, COOL magazine is printed in certified paper, originated from sustainable forests.

Even with all the current market difficulties, our clients can always rely on JORDÃO, a firm that encourages Sustainability on all fronts. Within this concept we will always provide the necessary support so that we can win out against all obstacles that may arise.

That just leaves me to thank the way in which COOL has been received. We're always open to suggestions from all our readers, because we know that reinforces interest in the magazine for all JORDÃO stakeholders.



Isidro Lobo
Director-General da José Julio Jordão, Lda.

“O EDIFÍCIO DA
SUSTENTABILIDADE
ASSENTA EM TRÊS PILARES:
DESENVOLVIMENTO
ECONÓMICO,
RESPONSABILIDADE SOCIAL
E AMBIENTE”

“SUSTAINABILITY RESTS IN
THREE PILLARS: ECONOMIC
DEVELOPMENT, SOCIAL
RESPONSABILITY AND
ENVIRONMENT”

Sumário

Destaque
Conservação dos alimentos
Food preservation



PAGE
06-09



PAGE
10-13

Em stock
Passion, Lux, Délice e Prestige

PAGE
14-19



Destaque
Portugal com 100% de energia
renovável em 2035
Portugal 100% renewable by 2035

PAGE
20-23



Em foco
BCSD – Sucesso das empresas
depende do desenvolvimento
sustentável
BCSD – Company success depends
on sustainable development

Ficha Técnica



PAGE
24-25

Em foco
JORDÃO entre as
melhores empresas
para trabalhar

JORDÃO amongst
the best companies
to work for

PAGE
30-31



Residuals — where
there's muck there's
money

Em foco
Resíduos ganham
novo valor

PAGE
40-42



Lazer
à descoberta dos
Açores

Discovering the Azores

Cool n.º 5 - Julho de 2010

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 n.º3 Torre 2, 3º Piso
1600-100 Lisboa Tel.: 210 410 300
www.workmedia.pt

Estudo Gráfico: José Teixeira zteixeira@workmedia.pt

Fotografia: Jaime Machado, Francisco Machado

Tiragem: 2.500 exemplares

Periodicidade: Semestral

Impressão: Lidergraf - Artes gráficas SA
Estrada Nacional 13, Arvore
4480 Vila do Conde

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 7.500 pessoas vão ler os artigos publicados na 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



Certificado PEFC

Este produto tem origem em florestas com gestão florestal sustentável e fontes controladas

www.pefc.org

PEFC/13-31-011

JORDAO COOLING SYSTEMS®

Conservação dos alimentos

Food preservation

A CONSERVAÇÃO DOS ALIMENTOS TEM UMA HISTÓRIA TÃO ANTIGA QUANTO A DO HOMEM. ATÉ AO INÍCIO DO SÉCULO PASSADO, OS MÉTODOS DE PRESERVAÇÃO ERAM MUITO EMPÍRICOS E POUCO EVOLUÍRAM EM QUASE DOIS MILÉNIOS. FOI A INVENÇÃO DOS SISTEMAS DE FRIO QUE REVOLUCIONOU AS METODOLOGIAS DE CONSERVAÇÃO E, CONSEQUENTEMENTE, TODOS OS HÁBITOS DE CONSUMO. A TECNOLOGIA DA EMBALAGEM E OS ADITIVOS ALIMENTARES TORNARAM-SE O COROLÁRIO DA DURABILIDADE DOS ALIMENTOS, DESDE O INÍCIO DO CICLO PRODUTIVO ATÉ AO CONSUMO CASEIRO

PRESERVING FOODSTUFFS HAS A HISTORY THAT'S AS OLD AS MANKIND. UP UNTIL THE BEGINNING OF THE LAST CENTURY, PRESERVATION METHODS WERE VERY PRACTICAL AND HAD EVOLVED LITTLE OVER THE COURSE OF ALMOST 2,000 YEARS. IT WAS THE INVENTION OF REFRIGERATION SYSTEMS THAT REVOLUTIONISED FOOD CONSERVATION METHODS AND, AS A CONSEQUENCE, ALL FOOD CONSUMPTION HABITS. THE TECHNOLOGY OF PACKAGING AND THE DEVELOPMENT OF FOOD ADDITIVES WERE ALSO FACTORS OF CONSEQUENCE IN FOODSTUFF DURABILITY, FROM THE BEGINNING OF THE PRODUCTION PROCESS TO THEIR CONSUMPTION IN THE HOME

Na história da conservação dos alimentos sabe-se que há métodos muito antigos, mas associados a um conhecimento empírico: os procedimentos evoluíram, muito provavelmente, por tentativa e erro para se atingir o objectivo de conservação que é, essencialmente, impedir que um alimento se degrade, inibindo o desenvolvimento de microrganismos prejudiciais para a saúde humana (há que ter em conta que há um século, uma carne estragada provavelmente mata-va uma pessoa). E tais métodos diferem em função das diferenças climáticas e latitudes de cada povo.

Para além da secagem e armazenagem de cereais, o fabrico da cerveja é, talvez, o exemplo mais próximo dos nossos hábitos, e que surgiu como um dos mais antigos métodos de conservação, no caso, através da fermentação que inibe o desenvolvimento de microorga-





nismos. Este processo permitia o prolongamento da vida original do cereal, transformando-o num produto/alimento diferente que satisfazia simultaneamente necessidades nutricionais e de purificação da água.

A fumaça é também paradigmática de como os primeiros métodos de conservação estão muito ligados às necessidades de “armazenar” alimentos. Trata-se de um processo em que se deposita na superfície dos alimentos tratadas substâncias provenientes da combustão da madeira, muitos dos quais têm poder bactericida, em que normalmente o fumo está misturado com ar quente, o que também promove uma desidratação parcial do produto, aumentando a sua capacidade de resistir aos factores deterioradores. E porque é que o fumeiro nasce? Porque era a forma de preservar o porco, cuja matança se fazia provavelmente não mais do que uma vez por ano, e permitia aproveitar e conservar todas as partes do animal: surgem assim os enchidos ou o presunto.

História curiosa também é a do sushi, prato hoje popularizado pela culinária japonesa, que nasceu como um método de conservação de alimentos: crê-se que as suas origens remontam ao século IV a.C, no sudoeste asiático, em que o peixe salgado era envolvido numa porção de arroz cozido, cuja fermentação conservava o peixe. Meses depois, o arroz era descartado e o peixe consumido. A função do arroz era, pois, a de absorver a humidade, um dos mais vulgares métodos de conservação dos alimentos, ainda hoje utilizado, que é o de desidratar os alimentos.

Hoje, a industrialização dos métodos referidos, nomeadamente da fermentação e fumaça, nada mais é que a reprodução em larga escala dos métodos de conservação tradicionais. A grande revolução operada na história da conservação dos alimentos é a do frio, a nível industrial e caseiro, que marca o século XX com uma mudança profunda dos padrões de consumo, nomeadamente no que toca ao factor sazonalidade. A partir da revolução do frio, o ciclo de vida de um produto na cadeia alimentar passa a ser muito mais prolongado. De assinalar que existem genericamente quatro níveis de “frio” – ar

Preservando alimentos tem uma história que é tão antiga quanto a humanidade. Até ao início do século XX, os métodos de preservação eram muito práticos e tinham evoluído pouco ao longo de quase 2.000 anos. Foi a invenção dos sistemas de refrigeração que revolucionou os métodos de conservação e, como consequência, todos os hábitos de consumo alimentar. A tecnologia de embalagem e o desenvolvimento de aditivos alimentares foram também factores de consequência na durabilidade dos alimentos, desde o início do processo de produção até ao seu consumo em casa.

Na história da preservação de alimentos, métodos muito antigos são conhecidos, mas estão associados a considerações práticas: os procedimentos evoluíram, provavelmente, através de tentativa e erro para atingir um objectivo de conservação, isto é, essencialmente, evitar que os alimentos estraguem, impedir o desenvolvimento de micro-organismos prejudiciais à saúde humana (uma pessoa poderia ter morrido com carne podre um século atrás). Os métodos utilizados variaram de acordo com as diferenças climáticas e de latitude de cada povo.

Além da secagem e armazenamento de cereais, a cervejaria é talvez o exemplo mais próximo dos nossos hábitos que surgiu como um dos métodos de preservação mais antigos. Neste caso, através da fermentação que impede o desenvolvimento de micro-organismos. Este processo permitiu prolongar a vida útil do cereal, transformando-o num produto/alimento diferente para satisfazer necessidades nutricionais e também como método de purificação da água.

Curar por fumo é também um bom exemplo de como os primeiros métodos de preservação foram particularmente ligados à necessidade de “armazenar” alimentos. Este é um processo em que os alimentos tratados são revestidos com uma camada de substâncias provenientes da queima da madeira, muitas das quais têm propriedades antibacterianas, num processo em que o fumo é normalmente misturado com ar quente, o que também promove a secagem parcial do produto, aumentando a sua capacidade de resistir a factores que levam à deterioração. E porquê e como surgiu o curar por fumo? Porque era o método de preservar o porco, que a pessoa média só matava uma vez por ano, desta forma permitindo conservar todas as partes do animal: é assim que surgiram os enchidos e os presuntos.

O sushi também tem uma história interessante, um prato que hoje é muito popularizado pela culinária japonesa, que surgiu como um método de conservação de alimentos: acredita-se que as suas origens remontam ao século IV a.C, no sudoeste asiático, em que o peixe salgado era envolvido numa porção de arroz cozido, cuja fermentação conservava o peixe. Meses depois, o arroz era descartado e o peixe consumido. A função do arroz era, pois, a de absorver a humidade, um dos métodos mais comuns de conservação de alimentos, ainda hoje utilizado, que é o de desidratar os alimentos.

Hoje, a industrialização de tais métodos, nomeadamente da fermentação e curar, não é mais do que a reprodução em grande escala dos métodos tradicionais de conservação. A grande revolução desenvolvida na história da conservação e refrigeração, a nível industrial e doméstico, que afectou o século XX com uma profunda mudança nos padrões de consumo, particularmente em relação a factores sazonais. Desde a revolução da refrigeração em diante, o ciclo de vida de um produto na cadeia alimentar foi consideravelmente prolongado.

Deve ser notado que existem genericamente quatro níveis de resfriamento –



continuação ◆◆◆◆◆◆◆◆

condicionado (18°C/25°C), refrigeração (1°C/15°C), utilizada na conservação de produtos frescos, congelação (-18°C/-25°C), considerando a conservação de produtos congelados, e criogenia (-75°C), essencialmente com aplicação na Medicina. Na cadeia alimentar, são essencialmente considerados os dois níveis intermédios na conservação dos alimentos, salvaguardando a congelação rápida de um alimento fresco antes do processo de distribuição comercial, que é submetido a temperaturas de -30/-35°C, para posteriormente ser conservado nas temperaturas referidas, entre os -18°C e -25°C.

Crê-se que o primeiro equipamento industrial de refrigeração tenha sido construído por encomenda em 1856 pelo australiano James Harrison, para uma fábrica de cerveja. Já o primeiro frigorífico doméstico surgiu em 1913, baptizado como Domelre (Domestic Electric Refrigerator). A massificação do frigorífico doméstico só acontece após a segunda guerra mundial.

Conservação vs durabilidade dos alimentos

Indissociável da questão dos métodos de conservação é a evolução dos tratamentos prévios da embalagem do produto alimentar (que cria uma barreira entre o produto e o exterior, diminuindo a possibilidade de contaminação), que permite ter o alimento disponível para consumo durante mais tempo. Mesmo nos produtos ditos "tradicionais", como enchidos ou queijos, é possível melhorar os parâmetros de segurança, sem desvirtuar a sua componente sensorial.

Relativamente à embalagem, houve novos avanços científicos recentes que permitiram a criação de embalagens "activas" e "inteligentes", as quais prolongam o prazo de validade de um alimento ou reagem quando o alimento se encontra deteriorado (através de uma embalagem que muda de cor, por exemplo). Os novos materiais destas embalagens foram integrados na legislação que regula todos os materiais e objectos destinados a entrar em contacto com os alimentos. Poderão vir a ser introduzidas no mercado dois tipos de embalagens que agem de forma "inteligente" quando entram em contacto com os alimentos: ou informam sobre a qualidade (frescura) do produto ou embalagens que o conservam durante mais tempo, introduzindo alterações químicas favoráveis.

Ainda de referir os aditivos alimentares, os "famosos" conservantes, que são substâncias ou compostos que estão hoje legislados a nível comunitário e que têm um forte papel ao nível da conservação dos alimentos. Uma evolução notável na história da conservação dos alimentos que criou, contudo, um grande mito de consumo. Serão seguros? A legislação comunitária diz que sim. ■

air conditioning (18°C/25°C), refrigeration (1°C/15°C), used in conserving fresh produce, freezing (-18°C/-25°C), used for conserving frozen produce and Cryogenics (-75°C) which is essentially used in Medicine. In the food chain it is the two intermediate levels that are most important when it comes to conserving foodstuffs, ensuring the rapid freezing of fresh food before its retail distribution when it undergoes temperatures of -30/-35°C so that it can be later conserved within temperatures of between -18°C and -25°C.

It is believed that the first industrial refrigeration equipment was built to order in 1856 by the Australian James Harrison, for a brewery. Then the first domestic fridge came about in 1913 and was christened the Domelre (Domestic Electric Refrigerator). The mass production of the domestic fridge only happened after World War II.

Preservation versus Foodstuff Durability

Inseparable from the issue of preservation methods is the evolution of prior foodstuff product packaging treatments (which creates a barrier between the product and the outside world, reducing the possibility of contamination), which enables having the foodstuff available for consumption for longer periods. Even for so called "traditional" products, such as sausages and cheeses, it is possible to improve safety standards, without depreciating their taste, smell and visual qualities.

With regards to packaging, there have been new and recent scientific advances which have enabled the creation of "active and intelligent" packaging which has extended the shelf life of a foodstuff or has reacted when the foodstuff has deteriorated (through packaging that changes colour, for example).

The new materials used in this packaging are governed by legislation which regulates all the materials and objects destined to come into contact with the foodstuffs. Two types of packaging that act in an "intelligent" way when they come into contact with foodstuffs could be introduced onto the market: that give information about the quality of the product (freshness) or packaging that conserve them for more time, by introducing favourable chemical changes.

One should also mention foodstuff additives, the "famous" preservatives being substances or compounds that today are legislated at a European Community level and which play an important role in foodstuff conservation. These preservatives are a notable development in the history of foodstuff preservation that created, above all, a great consumer myth. Are they safe? EU legislation says they are. ■

Bacalhau: alimento milenar

O "ex-libris" dos pratos nacionais tem origens bastante curiosas: há registos da existência de fábricas para processamento do bacalhau na Islândia e na Noruega no século IX. Os Vikings são considerados os pioneiros na "descoberta" desta espécie, que era farta nos seus mares. Como não tinham sal, apenas secavam o peixe ao ar livre, até que perdesse quase a quinta parte de seu peso e endurecesse como uma tábua de madeira, para ser consumido aos pedaços nas longas viagens que faziam pelos oceanos.

Existem documentos que atribuem aos bascos o comércio do bacalhau. O sal, que entra na história da alimentação do Homem como um produto para conservar outros alimentos, era conhecido e existem indícios de que já no ano 1000 os bascos realizavam o comércio do bacalhau curado, salgado e depois seco nas rochas, ao ar livre, para que o peixe fosse melhor conservado, o que representou uma revolução na alimentação ocidental numa época em que os métodos de conservação dos alimentos eram muito precários. O método de salgar e secar o alimento, além de garantir a sua perfeita conservação mantinha todos os nutrientes e apurava o paladar. A carne do bacalhau ainda facilitava a sua conservação salgada e seca, devido ao baixíssimo teor de gordura e à alta concentração de proteínas.



Dried, Salted Cod Fish: a foodstuff that spans a millennium

The most famous Portuguese dish has quite strange origins: there are records of the existence of "factories" for codfish processing in Iceland and Norway in the IXth century. The Vikings are considered the pioneers in "discovering" this species that was abundant in their seas. Since they didn't have salt, they simply dried the fish out in the open air, even to the point that it lost almost a fifth of its weight and became as hard as a wooden board, and was eaten on the long journeys that they made across the oceans.

There are documents in existence that make reference to the Basques in the dried codfish trade. Salt, which enters the history of mankind's foodstuffs as a preservation product for other foods, was known and there are indications that right back in the year 1000 the Basques were undertaking a trade in cured codfish, salted and then dried out on the rocks in the open air, so that the fish would be better preserved, which represented a revolution in Western food at a time when foodstuff preservation methods were very precarious. The method of salting and drying out food, apart from ensuring its perfect conservation also maintained all of its nutrients and taste. Codfish flesh also facilitated its salted and dried state of conservation, due to its low fat content and high concentration of proteins.



Portugal 100% renovável em 2035

Portugal 100% renewable by 2035

PORTUGAL QUER LIDERAR A REVOLUÇÃO ENERGÉTICA, ASSEGURANDO A POSIÇÃO ENTRE OS CINCO LÍDERES EUROPEUS AO NÍVEL DOS OBJECTIVOS EM MATÉRIA DE ENERGIAS RENOVÁVEIS EM 2020. DURANTE A PRÓXIMA DÉCADA, O OBJECTIVO É CONSEGUIR 60% DE PRODUÇÃO DE ELECTRICIDADE A PARTIR DE FONTES RENOVÁVEIS

PORTUGAL AIMS TO LEAD THE ENERGY REVOLUTION, SAFEGUARDING ITS POSITION AMONGST THE FIVE EUROPEAN LEADERS IN TERMS OF RENEWABLE ENERGY GOALS IN 2020. OVER THE NEXT DECADE, ITS OBJECTIVE IS TO PRODUCE 60% OF ITS ELECTRICITY PRODUCTION FROM RENEWABLE ENERGY SOURCES

A estratégia nacional de energia no horizonte de 2020 prevê reduzir a dependência energética face ao exterior dos actuais 83% para 74%, com vista à progressiva independência do País em relação aos combustíveis fósseis. Para isso, Portugal compromete-se a reduzir o consumo de energia final em 20% e a apostar fortemente nas energias renováveis.

Um dos grandes objectivos da estratégia passa por consolidar o cluster energético no sector das chamadas energias "limpas", assegurando em 2020 um valor acrescentado bruto de 3,8 milhões de euros e criando mais 100 mil postos de trabalho a acrescer aos 35 mil já existentes no sector. O impacto no PIB passará de 0,8% para 1,7%. O plano é visto com bons olhos por António Sá da Costa, presidente da APREN (Associação Portuguesa das Energias Renováveis). "O Governo reafirma a aposta nas energias renováveis e vê-as como um pólo para ajudar a vencer a actual crise", declarou à revista Cool à margem de uma conferência sobre Energias Renováveis.

Para já, Portugal espera alcançar o objectivo a que se propôs em 2007 de produzir 45% de electricidade de origem renovável em 2010. O presidente da APREN está confiante na concretização da terceira meta mais ambiciosa estabelecida na Europa dos 27, até porque "houve um abrandamento do consumo e temos tido um bom ano hidrológico".

Para 2020, a meta portuguesa encontra-se nos 60%, mas António

Portugal's national energy strategy for 2020 aims to reduce foreign energy dependency from its current level of 83% down to 74%, with a view to making the country independent from fossil fuels. That's why Portugal has signed up to slashing end-of-line energy consumption by 20% and is investing heavily in renewable energy sources.

One of the strategy's main goals is to consolidate its energy cluster in the sector of so-called 'clean energies', netting by 2020 a gross added value of 3.8 million/billion Euros (não devia ser 3.8 mil milhões?) and creating over 100,000 jobs on top of the 35,000 jobs that already exist in this sector. The impact on Portugal's GDP would climb from 0.8% to 1.7%.

António Sá da Costa, the President of APREN (The Portuguese Renewable Energy Association) is for one extremely optimistic at the prospect. "The Government has reiterated its commitment to renewable energy and sees it as a key area in helping to deal with the current crisis," he told Cool magazine on the sidelines of a renewable energy conference.

For now, Portugal aims to reach the goal that it set out in 2007 of generating 45% of its electricity from renewable sources in 2010. The President of APREN is confident that Portugal can realise the third and most ambitious milestone set out by the EU's 27 Member States, because: "there has been a slow-down in consumption and we've had a good year in terms of rainfall."

continua 



Perfil António Sá da Costa

Engenheiro civil, doutorado pelo Massachusetts Institute of Technology na área dos Recursos Hídricos, António Sá da Costa conciliou no seu percurso profissional o ensino, no Instituto Superior Técnico, com a consultoria nas áreas de Hidráulica e Recursos Hídricos e Ambiente

Profile: António Sá da Costa, Civil Engineer, PhD in Hydro Resources from the Massachusetts Institute of Technology (MIT). António Sá da Costa has combined in his professional work teaching and training at Lisbon's Higher Technical Institute with consultancy in the Hydraulic and Hydro & Environmental Resources fields

Apesar da base da produção renovável nacional estar assente na combinação da energia eólica e energia hídrica, o segredo está em «tirar partido de todas as energias», refere Sá da Costa

Despite the basis for national renewable production being based in a combination of hydro and wind energy, the secret lies in "exploiting all energy sources", says Sá da Costa

Fontes de energias renováveis

Energia Hídrica

A produção de hidro-electricidade é feita principalmente através de centrais hidroeléctricas, que estão associadas a barragens de grande ou média capacidade. As centrais utilizam a energia da diferença de nível entre a albufeira e o rio, a jusante da central, que faz rodar as turbinas e os respectivos geradores, produzindo electricidade.

Com a construção de 8 novas barragens hidroeléctricas até 2020, Portugal quer aumentar a potência hídrica para 8600 MW.

Energia Eólica

Em zonas onde a velocidade média anual do vento é superior a 6 m/s (22 km/h), é possível instalar um parque eólico. Cada um destes complexos é constituído por uma ou mais torres equipadas com hélices – os aerogeradores – que ao rodarem com a força do vento, movimentam o gerador, produzindo electricidade.

O grande objectivo para a energia eólica passa por instalar 8500 MW de potência até 2020.

Energia Solar

Devido ao seu clima, Portugal possui excelentes condições para a produção desta energia e até 2020 deverá estar instalada uma potência de 1500 MW.

O aproveitamento da energia solar pode ser realizado através de painéis fotovoltaicos para a produção de energia eléctrica, ou através de colectores solares térmicos que aquecem água armazenada num depósito.

Biomassa, biogás e biocombustíveis

São designados por biomassa, os resíduos naturais e os resíduos resultantes da actividade humana (agricultura, floresta, indústria da madeira, resíduos sólidos urbanos). A biomassa pode ser usada directamente como combustível ou, através da sua biodegradação, produzir um gás combustível, designado por biogás. Os objectivos do Governo passam por dar prioridade à instalação efectiva da potência já atribuída de 250 MW.

Os biocombustíveis terão um contributo importante para que Portugal cumpra as suas metas de energias renováveis no consumo final do sector dos transportes.

Energia geotérmica

A energia geotérmica provém do calor da Terra e é um recurso que pode ser aproveitado em locais com actividade vulcânica, onde existam águas ou rochas a temperatura elevada, e em zonas onde seja possível atingir estratos magmáticos.

Além da forte aposta em energia geotérmica na Região Autónoma dos Açores, estão em curso projectos inovadores no território continental. Até 2020, pretende-se instalar 250 MW de potência.

Energia das Ondas

O potencial de energia das ondas aguarda avanços técnicos e tecnológicos, que permitam uma maior utilização. Um dos objectivos da estratégia nacional para esta energia visa atingir 250 MW de potência instalada até 2020.



A energia solar posiciona-se como a tecnologia com maior potencial de desenvolvimento durante a próxima década

Solar energy is set to become the energy technology with the greatest potential in the next decade

continuação 

Sá da Costa sobe a fasquia e acredita que as renováveis podem atingir mais de 80% da produção de electricidade e 100% em 2035. O presidente da APREN reconhece que “os custos são altos agora, mas no futuro os ganhos vão compensar. Temos de pensar a longo prazo”.

Apesar da base da produção renovável nacional estar fundamentalmente assente na combinação da energia eólica e energia hídrica, por serem as que apresentam maior maturidade, são mais competitivas e têm menores custos de investimento, o segredo está em “tirar partido de todas as energias”, revela Sá da Costa.

“Custos da electricidade fóssil não vão baixar”

No entanto, nem todos concordam com a aposta nas energias renováveis. Um grupo de personalidades assinou um manifesto que visa uma nova política energética menos assente nas energias renováveis especialmente por causa do sobrecusto que implicam. “Há sempre velhos do Restelo”, responde António Sá da Costa, assegurando que “algumas energias renováveis são mais caras agora mas os custos vão diminuir ao passo que o preço da electricidade fóssil não vai baixar”.

Algumas energias renováveis, especialmente a hídrica, têm também sido alvo de críticas por parte dos ecologistas que acusam o plano nacional de barragens de não respeitar as orientações de conservação de recursos hídricos e de biodiversidade. O presidente da APREN reconhece que “há sempre um preço a pagar por qualquer intervenção humana”, mas “neste caso o benefício excede largamente o custo”.

Além de algumas opiniões desfavoráveis, quais são as dificuldades para a produção de energia renovável? António Sá da Costa diz que “há ainda muito a fazer ao nível de agilização do processo de licenciamento ambiental, compatibilização com os PDMs e outros instrumentos de gestão territorial”. ■



For 2020 Portugal's milestone stands at 60% but António Sá Costa is prepared to push the boat out and believes that renewables could reach more than 80% of electricity production and 100% in 2035. The ARPEN president recognizes that "costs are high now" but that in the future the investment "will pay dividends." Despite the focus of national renewable production being fundamentally based on a combination of wind and hydroelectric energy, since they are the most competitive, have the least investment costs and greatest payback. The secret lies in "making the most of all energy sources", explains Sá da Costa.

"Electricity costs based on fossil fuel won't come down"

In the meantime, not everyone agrees in renewable energy investment. A group of well-known people have signed a manifesto calling for a new energy policy that is less based on renewable energies because of the costly overheads they imply. "There are always the Luddites", says António Sá da Costa, insisting that "some renewable energy sources that are costlier now will come down in price while the price of electricity generated from burning fossil fuel will not come down."

Some forms of renewable energy, especially hydroelectric, have also been the target of criticism by ecologists who accuse the national plan for dams of not respecting conservation guidelines for water resources and biodiversity. The ARPEN president accepts that "there's always a price to pay for any human involvement", but "in this case the benefits far outweigh the costs."

Apart from some unfavourable opinions, what are the difficulties for renewable energy production? António Sá Costa says that there is "still a lot to be done at the level of streamlining the environmental licensing process, making it compatible with national plans and other territorial management blueprints. ■

Sources of renewable energy

Hydroelectric

The production of hydroelectric energy is done mainly through hydroelectric power stations, which are associated with large and medium capacity dams. The power stations use the energy resulting from the difference in levels between the reservoir and the river, downstream from the station, which powers the turbines and respective generators, producing electricity.

With the production of 8 new hydroelectric dams by 2020, Portugal aims to increase its hydroelectric power to 8600 MW.

Wind Energy

In area where the average annual wind speed is greater than 6m/s (22 km/h), it is possible to set up a wind farm. Each of these complexes is made up of one or more towers fitted with propellers – the air-generators – which turn with the force of the wind, moving the generator, producing electricity.

The main goal for wind energy is to generate 8500 MW of power by 2020.

Solar Energy

Because of its climate, Portugal possesses excellent conditions for the production of this energy and by 2020 a power of 1500 MW should be installed.

The harnessing of solar power for electrical energy production can be done through photovoltaic solar panels or through solar thermal collectors that heat up water stored in a depository.

Biomass, biogas and biofuels

Biomass constitutes the natural remains and residuals which result from human activity (agriculture, forestry, wood industry, solid urban waste). Biomass can be used directly as fuel or, through its biodegradation, producing a combustible gas, called biogas. The government's goals are now giving priority to setting up plants exceeding the 250 MW already achieved.

Biofuels will have an important contribution to play in Portugal meeting its renewable energy goals in transport sector end consumption.

Geothermic Energy

Geothermic energy harnesses the Earth's heat and is a resource that can be exploited in areas of volcanic activity where there is high temperature water or rocks and in areas where it is possible reach magma strata.

Apart from strong investment in geothermic energy in the Autonomous Region of the Azores, innovative projects are underway on mainland Portugal. By 2020 it is intended to set up 250 MW of power.

Wave Energy

The potential for wave energy is awaiting technical and technological advances, which will enable it to be more widely used. One of the national strategy goals for this energy aims to reach 250 MW of installed power by 2020.



PASSION LUX

Vitrinas perfeitas para celebrar os seus produtos e destacar o seu negócio. Projectámos a nova gama para experiências e sabores tão delicados como os gelados e os chocolates, soluções que se juntam às tradicionais versões para pastelaria, padaria ou gastronomia. Depois, os detalhes ergonómicos que facilitam o acesso ao produto ou as portas de correr no acesso à exposição que poupam energia e asseguram a máxima higiene, são detalhes preciosos para o seu dia-a-dia e para a vida do seu equipamento.



Perfect display cases to praise your products and highlight your business.

PASSION LUX was design for delicate experiences and flavours such as ice-cream and chocolates, which joins with the traditional versions for pastry, bakery and gastronomy as well. Then, the ergonomic design ensures that the product on display is easily accessible, the sliding doors provide energy saving and also offer a unique hygiene solution, precious commodities in your everyday life.





DÉLICE

Contrastes sedutores que fazem a diferença.

Um desenho rigoroso pleno de tonalidades fortes e contrastes excitantes, graças ao seu plano de exposição elevado, as vitrinas *Délice* evidenciam da melhor forma os produtos expostos conferindo-lhes o papel principal do seu negócio. Estudada para os negócios de Pastelaria, Cafeteria, *Gourmet* ou para Refeições Ligeiras, a gama desdobra-se em vitrinas e caixas de saída modulares.

Tempting contrasts which make the difference.

A rigorous design full of strong tones and exciting contrasts, due to its high exhibition plan *Delice* cabinets stand out the best possible way your products, giving them the main role of your business. Studied for Pastry, Coffee Bar, *Gourmet* or Light Meal businesses, its range splits up in cabinets and support counters.

Em Stock





PRESTIGE

Desenhada para o retalho alimentar contemporâneo

O sistema é particularmente vocacionado para o negócio de charcutaria e gastronomia valorizando a exposição de fumados e queijos, mas também o serviço e venda de saladas e pratos confeccionados.

Designed for contemporary food retail

Prestige program aims particularly delicatessen and gastronomy service. It enhances the sale and service of salads, cooked meals, cheeses and cured products.

Sucesso das empresas depende do desenvolvimento sustentável

NOS ÚLTIMOS ANOS, O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL TORNOU-SE CLARAMENTE UMA PRIORIDADE PARA AS EMPRESAS. A AFIRMAÇÃO É DE LUÍS ROCHARTRE, SECRETÁRIO-GERAL DO BCSD PORTUGAL – CONSELHO EMPRESARIAL PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, QUE DIZ QUE NEM O IMPACTO DA CRISE ECONÓMICA E FINANCEIRA PREJUDICOU O INVESTIMENTO NA ECO-EFICIÊNCIA, INOVAÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

A crise não pode ser desculpa para as empresas relegarem para segundo plano a aposta na eco-eficiência, na inovação e na responsabilidade social e a verdade é que “apesar de tudo, a crise financeira não tem provocado o abandono destas novas práticas por parte de empresas e governos”, revela Luís Rochartre. Pelo contrário, “há quem defenda veementemente que a solução da crise pode ser encontrada na procura de soluções para os desafios ecológicos e económicos, criando novos postos de trabalho e mercados através do investimento em novas formas de energia, re-design ou modernização de edifícios e equipamentos, e gestão sustentável de florestas e outros ecossistemas – os famosos ‘pacotes verdes’ anti-crise desenvolvidos um pouco por todo o Mundo”.



Encontro de Delegados do BCSD - Portugal. O BCSD é uma associação sem fins lucrativos criada em Outubro de 2001, pela iniciativa das empresas Sonae, Cimpor e Soporcel e mais 33 empresas. A sua missão é transpor para o plano nacional os princípios orientadores do WBCSD - World Business Council for Sustainable Development, promovendo acções deeducaçoes e de formação para a divulgação dos princípios do Desenvolvimento Sustentável

The crisis cannot be used as an excuse for companies to place investments in eco-efficiency, innovation and social responsibility on the back burner and the truth is that “despite everything, it has not led to these new practices being abandoned by companies and governments” says Luís Rochartre. On the contrary, “there are those strongly arguing that the answers to the crisis can be found by looking for solutions to ecological and economic challenges, creating new jobs and markets through investment in new forms of energy, re-design, by modernizing buildings and equipment, in sustainable forestry development and other eco-systems – the famous anti-crisis ‘green packages’ developed here and there all over the world.” What measures can companies begin to adopt in order to follow sustainable principles? The BCSD General-Secretary tells Cool that “the first key question to consider in the implementation of sustainable development models has to do with internalizing concepts and put-

Company success depends on sustainable development



The meeting of BCSD delegates – Portugal. BCSD is a non-profit making association set up in October 2001, on the initiative of companies Sonae, Cimpor and Soporcel and an additional 33 companies. Its mission is to transpose the guiding principles of the WBCSD – World Business Council for Sustainable Development to the National Plan, promoting educational and training activities aimed at disseminating the principles of Sustainable Development

Que medidas podem as empresas começar por aplicar para seguirem os princípios da sustentabilidade? O secretário-geral do BCSD responde à Cool que “a primeira grande questão a considerar na implementação de modelos de desenvolvimento sustentável tem a ver com a internalização dos conceitos e a sua conversão em práticas, por outras palavras, as empresas devem primeiro entender os conceitos e de seguida identificar qual a relação com a performance da empresa, seja a curto ou a longo prazo, só depois devem passar à acção. Outra dificuldade é a não existência de nenhuma fórmula ou receita universal para a implementação da sustentabilidade, e muito menos de sistemas certificáveis que respondam plenamente aos desafios, o caminho é menos determinístico, mas pode ser, alternativamente, de maiores e melhores resultados para as empresas. Os casos de sucesso na implementação de políticas de sustentabilidade estão directamente ligados ao envolvimento pleno dos recursos humanos das empresas”.

IN RECENT YEARS, SUSTAINABLE DEVELOPMENT HAS CLEARLY BECOME A PRIORITY FOR COMPANIES. IT IS A BELIEF HELD BY THE GENERAL-SECRETARY OF BCSD PORTUGAL, LUÍS ROCHARTRE, WHO WORKS FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT ENTERPRISE COUNCIL. ROCHARTRE SAYS THAT THE IMPACT OF THE ECONOMIC AND FINANCIAL CRISIS HASN'T DAMAGED INVESTMENT IN ECO-EFFICIENCY, INNOVATION AND SOCIAL RESPONSIBILITY

ting them into practice, in other words companies first have to understand the concepts and then identify what these concepts are in relation to the company's performance, both in the short and long term. Only then should these practices be put into action. The other problem is the inexistence of any formula or across-the-board recipe to implement sustainability, let alone certifiable systems that fully meet such challenges. The way forward is less clear cut, but could lead to companies' enjoying their greatest results. Success stories in implementing sustainable policies are directly tied in with the full involvement of company human resources.”

In the meantime, “Company reactions to sustainability challenges



“Integrar a sustentabilidade nos processos empresariais é hoje um desafio que as empresas não podem ignorar: no futuro, só terão sucesso as que inovarem com o objectivo tradicional de crescer financeiramente, ao mesmo tempo que aumentam o seu impacto social e diminuem o seu impacto ambiental”, assegura Luís Rocharte, secretário-geral do BCSD - Portugal

“Integrating sustainability in company activities and procedures is a challenge today that companies cannot ignore: in the future only those companies that are prepared to innovate, alongside goals of traditional financial growth, will be successful. At the same time they will need to increase their social impact and reduce environmental footprints”, states Luís Rocharte, General-Secretary of the BCSD - Portugal

No entanto, "a resposta das empresas aos desafios da sustentabilidade ainda é muito diferenciada", diz Luís Rochartre. E especifica: "existe um pequeno grupo que já identificou a necessidade de responder positivamente e que integra essa resposta nas suas estratégias de negócio. Existe outro grupo de empresas que vai respondendo sobretudo em função do comportamento dos seus concorrentes, mas de uma forma menos sistemática e logo menos estratégica". O secretário-geral do BCSD acrescenta ainda que, se se analisar em número de empresas, "estamos a falar de uma representação muito diminuta do número total de empresas nacionais, mas se olharmos ao contributo para o PIB então já temos uma parcela significativa da economia nacional, correspondendo a um conjunto apreciável de grandes empresas".

BCSD ajuda empresas a seguir caminho da sustentabilidade

"Só nos últimos anos é que as empresas portuguesas começaram a tomar consciência das inúmeras oportunidades que advêm da sua contribuição para um mundo sustentável", afirma Luís Rochartre.

O BCSD quer demonstrar às empresas como os esforços em prol do desenvolvimento sustentável podem melhorar a sua competitividade, ajudando-as a concretizar as vantagens reais para o negócio, decorrentes da adopção dos princípios e das práticas do desenvolvimento sustentável. E, são cada vez mais as empresas interessadas em aderir ao BCSD, que conta actualmente com 130 membros, dos quais fazem parte algumas empresas onde JORDÃO está representada com os seus produtos, como a Cepsa, Galp, Lactogal, Sonae, Jerónimo Martins e Repsol. De acordo com o responsável, trata-se de "empresas líderes nos seus sectores que têm desempenhado um papel fundamental como membros activos da nossa organização, participando nas nossas iniciativas e com uma posição muito proactiva na sociedade".

Como associação sem fins lucrativos, a viabilidade financeira do BCSD é garantida pelas quotas dos associados. O volume de negócios em 2009 foi superior a 600 mil euros, o que permite levar a cabo acções para apoiar as empresas-membro no seu caminho de adopção do modelo da sustentabilidade.

Ao longo deste ano, o BCSD Portugal irá focar-se em três grandes temas: Alterações Climáticas, Ano Internacional sobre a Biodiversidade e Ano Europeu Contra a Pobreza e Exclusão Social.

Luís Rochartre acredita que o BCSD tem ainda "um desafio enorme pela frente, que implica uma grande mobilização de recursos e de organização, mas só conseguiremos alcançar um futuro sustentável se começarmos desde já a contribuir com as nossas opções pessoais, porque só a soma de todas as vontades conseguirá ultrapassar todas as barreiras". ■

are still somewhat mixed," says Luís Rochartre who more precisely adds: "there is a small group of companies that has already identified the need to respond positively and which integrate this solution in their business strategies. Then there is another group of companies that is developing these strategies in response to the behaviour of their competitors, but in a less systematic and therefore less strategic way."

The BCSD General-Secretary also adds that if this is analysed in terms of the number of companies, "we are talking about a very small representative number in terms of the total number of national companies, but if we look at the GDP contribution then we already have a significant chunk of the national economy, corresponding to a considerable number of large companies."

BCSD helps companies follow the path to sustainability

"It's only been in the past few years that Portuguese companies have begun to become aware of the countless opportunities that come from their contribution to a sustainable world," states Luís Rochartre. The BCSD aims to show companies how efforts around sustainable development can improve their competitiveness, helping them to find real benefits for their businesses by adopting the principles and practices of sustainable development. And the number of companies interested in joining the BCSD, which currently has 130 members, is increasing, some of which JORDÃO is represented with their products, such as Cepsa, Galp, Lactogal, Sonae, Jerónimo Martins and Repsol. According to Rochartre these companies are "leaders in their sectors and have performed a fundamental role as active members of our organization, taking part in our initiatives and being very proactive in society."

As this is a non-profit-making company, the BCSD's financial viability is secured from company contributions. Its turnover in 2009 exceeded 600,000 Euros, which has enabled it to see projects, aimed at helping member companies adopt sustainability models, through to completion.

Throughout this year, BCSD Portugal will focus on three key themes: Climate Change, International Biodiversity Year and the European year for Combating Poverty & Social Exclusion.

Luís Rochartre believes that BCSD still has "an enormous challenge ahead of it, which means really mobilizing the organization's resources, but we will only succeed in reaching a sustainable future if we start to contribute now with our own personal choices because it is only through the sum total of all our efforts that we will manage to overcome all the obstacles." ■



JORDÃO entre as melhores empresas para trabalhar

JORDÃO amongst the best companies to work for

Isidro Lobo, Director-Geral da JORDÃO a receber o prémio do Great Place to Work que coloca uma vez mais a JORDÃO entre as 30 melhores empresas para trabalhar, subindo dois lugares no ranking, face ao ano passado

Isidro Lobo, JORDÃO CEO receiving the Great Place to Work Award which once again puts JORDÃO amongst the 30 best companies to work for, having climbed two places in the ranking compared with last year

JÁ FOI DIVULGADA A LISTA DAS 30 MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR EM PORTUGAL E A JORDÃO OCUPA A 28.ª POSIÇÃO. ISIDRO LOBO, DIRECTOR GERAL DA JORDÃO, CONSIDERA QUE O LUGAR OBTIDO NA LISTA ELABORADA PELO GREAT PLACE TO WORK (GPTW) É A “DEMONSTRAÇÃO DE QUE OS COLABORADORES SE SENTEM BEM”. FUNDADORA DO GPTW EM PORTUGAL, SANDRINE LAGE ACREDITA QUE AS EMPRESAS VÃO APOSTAR CADA VEZ MAIS NAS ÁREAS DA SUSTENTABILIDADE E DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

THE LIST OF THE 30 BEST COMPANIES TO WORK FOR IN PORTUGAL HAS ALREADY BEEN PUBLISHED AND JORDÃO COMES OUT IN 28TH PLACE. ISIDRO LOBO, THE JORDÃO MANAGING DIRECTOR BELIEVES THAT THE POSITION THAT THE COMPANY HAS OBTAINED IN THE RANKING TABLE PRODUCED BY GREAT PLACE TO WORK (GPTW) “SHOWS THAT EMPLOYEES ARE HAPPY.” THE FOUNDER OF GPTW IN PORTUGAL, SANDRINE LAGE, BELIEVES THAT COMPANIES WILL INCREASINGLY INVEST IN SUSTAINABILITY AND SOCIAL WELFARE IN THE WORKPLACE



Também o estudo da revista Exame e da Heidrick & Struggles coloca a JORDÃO na 25ª posição no ranking das médias melhores empresas para trabalhar

Depois de em 2009 se ter classificado em 30.º lugar, a JCS garante mais uma vez a presença entre as melhores empresas para trabalhar e sobe dois lugares. Para Isidro Lobo "ficar no 28.º lugar na classificação geral e ser considerada a 7.ª Melhor Empresa na categoria de 100 a 250 Colaboradores, é algo que nos deve encher de regozijo e orgulho". E acrescenta que "este prémio é o reconhecimento de que a empresa se preocupa com todos aqueles que diariamente dão o seu melhor para o sucesso da JORDÃO mas também é a demonstração de que os colaboradores se sentem bem". As respostas dos trabalhadores sobre a empresa estão na base do estudo agora apresentado pelo GPTW. No total, 100 empresas foram avaliadas quanto à qualidade de três tipos de relações: entre os colaboradores e a administração; entre os colaboradores e o trabalho que desempenham/organização e entre colegas. O grande objectivo é medir o nível de confiança na organização.

O primeiro estudo do GPTW foi publicado em Portugal em 2000, sendo o pioneiro a nível europeu. "Em 2009, após a avaliação das práticas, acreditámos que o lançamento da iniciativa do Instituto tinha sido demasiado precoce", confessa Sandrine Lage. No entanto, este ano, a equipa ficou "agradavelmente surpresa com o aumento do nível de qualidade das práticas nas áreas da responsabilidade social empresarial e da sustentabilidade".

Os desafios das empresas portuguesas

Apesar da evolução registada, há ainda muito a fazer. De acordo com a responsável do GPTW, as práticas laborais implementadas ainda não podem ser comparadas a 100% com as de outros países europeus.

Quais são então os desafios que actualmente se colocam às empresas portuguesas? "Antes de mais, o entendimento do conceito, incorporando-o na sua gestão, no seu ADN, e não limitar a responsabilidade social ao marketing ou aos projectos sociais, ainda que extremamente legítimos", responde Sandrine Lage.

Contudo, reconhece que o impacto da crise económica é um obstáculo na implementação de melhores políticas que favoreçam o ambiente de trabalho dos colaboradores. "As melhores práticas fazem sentido se houver lucro e mediante o desempenho das equipas. Sem resultados, é uma missão impossível a longo prazo...", explica a fundadora do GPTW Portugal, mas lembra que "os colaboradores também têm de assumir a sua responsabilidade como profissionais. Se não gostam de trabalhar em determinada empresa, cabe-lhes a eles esforçarem-se para estudarem mais, tentarem aceder a mais formação e tornarem-se melhores profissionais. A empresa não é a única responsável por eles como profissionais".

Nos próximos anos, Sandrine Lage acredita que vai haver destaque dos talentos e uma maior aposta em sustentabilidade e responsabilidade social, mas também para o reconhecimento e valorização da autonomia e responsabilidade por parte dos colaboradores. E deixa um aviso: "vai terminar o período de garantir salário independentemente do desempenho". ■

After coming in at 30th position in 2009, JCS has once again secured its place amongst the best companies to work for and has moved two notches up the table. Isidro Lobo believes that "being in 28th position in the general classification and being considered the 7th Best Company in the 100 to 250 employee category is something that we should rejoice in and be proud of." He adds "this award is recognition that the company cares about its staff who give of their best on a daily basis to ensure JORDÃO's success but is also proof that its employees are happy."

Employees' replies about the company form the basis of the study now being presented by the GPTW. One hundred companies were evaluated in all, in terms of the quality of three relationship categories: between employees and the management; between employees and the work that they carry out/organization and between colleagues. The main goal is to gauge the level of confidence in the organization.

The first GPTW study was published in Portugal in 2000 and was a pioneer at a European level. "In 2009, after practice evaluation, we thought that the institute's launching of the initiative had been too soon", Sandrine Lage confesses. However, this year, the team "was pleasantly surprised at the increase in the level of quality of practices in company social responsibility and sustainability areas."

The challenges for Portuguese companies

Despite the recorded development, there's still a lot of work to be done. According to the GPTW head, the work practices that have been implemented still cannot be compared 100% to those practised by other European countries.

So what are the current challenges facing Portuguese companies? "First of all, an understanding of the concept, incorporating it into its management, into its DNA while not limiting social responsibility to just marketing and social projects, extremely important as they are," replies Sandrine Lage.

However, she recognizes that the impact of the economic crisis is an obstacle in implementing the best policies to improve the working environment of employees. "Best practices make sense if there are profits and are measured against employee performance. Without results that's a mission impossible in the long term," explains the GPTW Portugal founder, while recalling that "employees also have to accept their share of responsibility as professionals. If they don't like working for a particular company, it's down to them to make the effort to study more, to try and get access to further training and make themselves better professionals. The company is not the only one responsible for them as professionals."

In the next few years, Sandrine Lage believes that there will be a focus on talent and a greater drive for sustainability and social responsibility, as well as recognizing, emphasizing and valuing qualities in employees like initiative, responsibility and being self-starters. But she concludes by issuing a word of warning: "the time of guaranteed salaries independent of performance are over." ■

Studies from magazines Exame and Heidrick & Struggles have also placed JORDÃO in 25th place in their ranking of the best medium-sized companies to work for

A era do Eco-design

The era of Eco-design

“ACTO DE PROJECTAR, CRIAR E DESENVOLVER UM PENSAMENTO QUE ALIA CONSIDERAÇÕES AMBIENTAIS, ECONÓMICAS E SOCIAIS, NA CRIAÇÃO DE PROCESSOS E PRODUTOS”, ASSIM SE PODE DESCREVER O ECO-DESIGN. É AS SUAS VANTAGENS SÃO MUITAS, INCLUINDO O CONTRIBUTO PARA O DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA. PARA QUE O INVESTIMENTO ACONTEÇA, NA OPINIÃO DE ROBERTO CREMASCOLI, DIRECTOR ARTÍSTICO DO PROJECTO REMADE IN PORTUGAL, É FUNDAMENTAL MUDAR MENTALIDADES NO SECTOR INDUSTRIAL

“THE ACT OF PROJECTING, CREATING AND DEVELOPING AN IDEA THAT COMBINES ENVIRONMENTAL, ECONOMIC AND SOCIAL CONSIDERATIONS IN THE CREATION OF PROCESSES AND PRODUCTS,” IS THE DEFINITION OF ECO-DESIGN. THE ADVANTAGES ARE MULTI-FOLD INCLUDING THE CONTRIBUTION TOWARDS DEVELOPING THE ECONOMY. BUT IN THE OPINION OF ROBERTO CREMASCOLI, ARTISTIC DIRECTOR OF THE PROJECT ‘REMADE IN PORTUGAL’ THERE HAS TO BE A FUNDAMENTAL CHANGE IN ATTITUDE IN THE INDUSTRIAL SECTORS IN ORDER FOR CHANGE TO OCCUR

O Remade in Portugal incentiva ao desenvolvimento de produtos com 50% de matéria proveniente de reciclagem

Ainda são muito poucas as empresas portuguesas que valorizam este tipo de materiais e que apostam nestas novas tecnologias, apesar da implementação do eco-design resultar em inúmeras vantagens: redução do consumo de energia; utilização de energias renováveis; diminuição das emissões de CO2; desenvolvimento de novos conhecimentos tecnológicos; minimização do desperdício; poupança dos recursos naturais; sensibilização da população para os problemas reais da nossa sociedade e, assim, alteração dos comportamentos e hábitos de consumo; expansão do mercado de pro-

The number of Portuguese companies emphasizing and valuing these types of matters by investing in new technology, despite the possibility of reaping countless advantages from doing so, are few. But the advantages exist: cutting down on energy consumption; using renewable energy, reducing CO2 emissions; developing new technological knowhow; minimizing waste; saving natural resources; making people more aware of the current and real problems facing society and in so doing so, changing consumer behavioural habits; expanding the market to low environmental impact products and contributing

Remade in Portugal aims to provide incentives for the creation and development of projects which are made up materials where at least 50% of recycled sources



Rita Burmester

Exposição no Museu da Electricidade, em 2009

Lisbon Electricity Museum exhibition in 2009

duto de baixo impacto ambiental, contribuindo para o desenvolvimento da economia.

Roberto Cremascoli reconhece que "o investimento na adaptação da produção actual a uma outra que contemple a incorporação de resíduos (por exemplo) é, ainda, demasiado avultado", contudo acredita que "quando todo o sistema estiver optimizado, os resultados serão muito positivos".

O momento actual também não será o melhor para a aposta na inovação mas, na opinião do arquitecto italiano "é o momento ideal para lançar o alerta e pensar o futuro, criar estratégias que permitam relançar a economia e encontrar soluções sustentáveis". Uma situação que obriga a uma reflexão também sobre os nossos comportamentos de cidadãos activos e responsáveis", frisa Roberto Cremascoli, lembrando que "é fundamental tomar consciência dos nossos hábitos de consumo, alterá-los, minimizar o desperdício e antever o impacto das acções individuais e colectivas na sociedade. Desta forma, o eco-design ganha toda a pertinência e razão de existir, podendo ser encarado como uma forma de superar a crise e encontrar novos mercados".

O arquitecto afasta a ideia de que o eco-design poderá limitar a criatividade de um designer. Pelo contrário, "potencia, obriga-o a ir mais longe, a pesquisar, a procurar novas soluções, novos materiais, novas tecnologias. E, como ainda é uma corrente recente, permite libertar a criatividade, o sonho e a capacidade inventiva".

towards the development of the economy.

Robert Cremascoli recognizes that "investment in adapting current production to another method that uses waste matter (for example) is still too costly," however, he believes that "where the entire system has been fine-tuned, the results are excellent."

The present time also isn't the best for investing in innovation but, in the Italian architect's opinion, "it is the ideal moment to sound the alarm and think of the future, creating strategies that will kick-start the economy into finding sustainable solutions." It is a situation that also forces us to reflect upon our own behaviour as responsible and active citizens," adds Roberto Cremascoli, recalling that "it is vital that we are aware of our consumer habits and change them in order to cut down on waste and think about the impact of individual and collective actions in society beforehand. That's why eco-design is particularly pertinent and its reason to exist is gaining currency, enabling it to be seen as a way of overcoming the crisis and finding new markets."

The architect dismisses the idea that eco-design could limit a designer's creativity. On the contrary, "it empowers and forces us to go the extra mile, to research and find new solutions, new materials and new technology. And since this is still a recent movement, it enables creativity and the dream of inventive capacity to be released."

Remade in Portugal

Roberto Cremascoli heads Remade in Portugal, a project which aims to provide incentives for the creation and development of projects which are made up materials where at least 50% has come from recycled sources. This recycling is divided into two areas: pre and post consumption. Pre-consumption is understood as recycling waste

Exposição no Museu da Electricidade, em 2009

Lisbon Electricity Museum exhibition in 2009



Rita Burmester

continuação ▶▶▶▶▶▶▶▶

Remade in Portugal

Roberto Cremascoli está à frente do Remade in Portugal, projecto que procura incentivar à criação e desenvolvimento de produtos, cuja composição integre uma percentagem de, pelo menos, 50% de matéria proveniente de processos de reciclagem. Esta reciclagem divide-se em 2 campos: pré e pós-consumo. Por pré-consumo entende-se a reciclagem dos desperdícios da produção industrial que, normalmente, é assumida pela própria indústria; por pós-consumo entende-se a reciclagem das embalagens, resíduos e desperdícios domésticos que se recolhem dos ecopontos.

O Remade in Portugal "materializa-se em exposições periódicas que ocorrem tanto em território nacional como a um nível internacional com o objectivo de difundir a cultura do eco-design e do desenvolvimento sustentável", explica o director artístico.

No ano passado, a organização fechou um ciclo ao concluir o primeiro triénio do projecto. Ao longo de 3 anos, foram realizadas cerca de 28 exposições que foram visitadas por mais de 500 mil pessoas. O projecto contou com a colaboração de 43 criadores que realizaram 74 objectos de eco-design, 18 dos quais já em circuito comercial.

Em conjunto com o Centro Português de Design, a organização do Remade in Portugal criou um concurso de design destinado a profissionais e a empresas e deu apoio ao Concurso de Mobiliário com Materiais Reciclados da Caixa Geral de Depósitos, direccionado a estudantes. A organização está também ligada aos prémios de "Qualidade de Serviço em Águas e Resíduos" do IRAR (Instituto Regulador de Águas e Resíduos).

Roberto Cremascoli considera que «tem sido muito gratificante conduzir este projecto e poder contar com o apoio de todas as entidades associadas, em particular da Agência Portuguesa do Ambiente». Para 2010 estão previstas mais exposições, em Portugal e no estrangeiro e a grande aposta é a criação de uma loja Remade in Portugal. ■

from industrial production, the responsibility for which is normally taken on by industry itself; post-consumption is understood as recycling packaging, residual matter and domestic waste which is collected from eco-points.

Remade in Portugal "has been involved in temporary exhibitions that have taken place both nationally and internationally with the aim of spreading the culture surrounding eco-design and sustainable development," explains its artistic director.

Last year, the organization completed a cycle by finishing its first three-year project. For three years around 28 exhibitions were organized which were visited by more than 500,000 people. The project enjoyed the collaboration of 43 creative designers who made 74 eco-design objects, 18 of which are already being produced commercially.

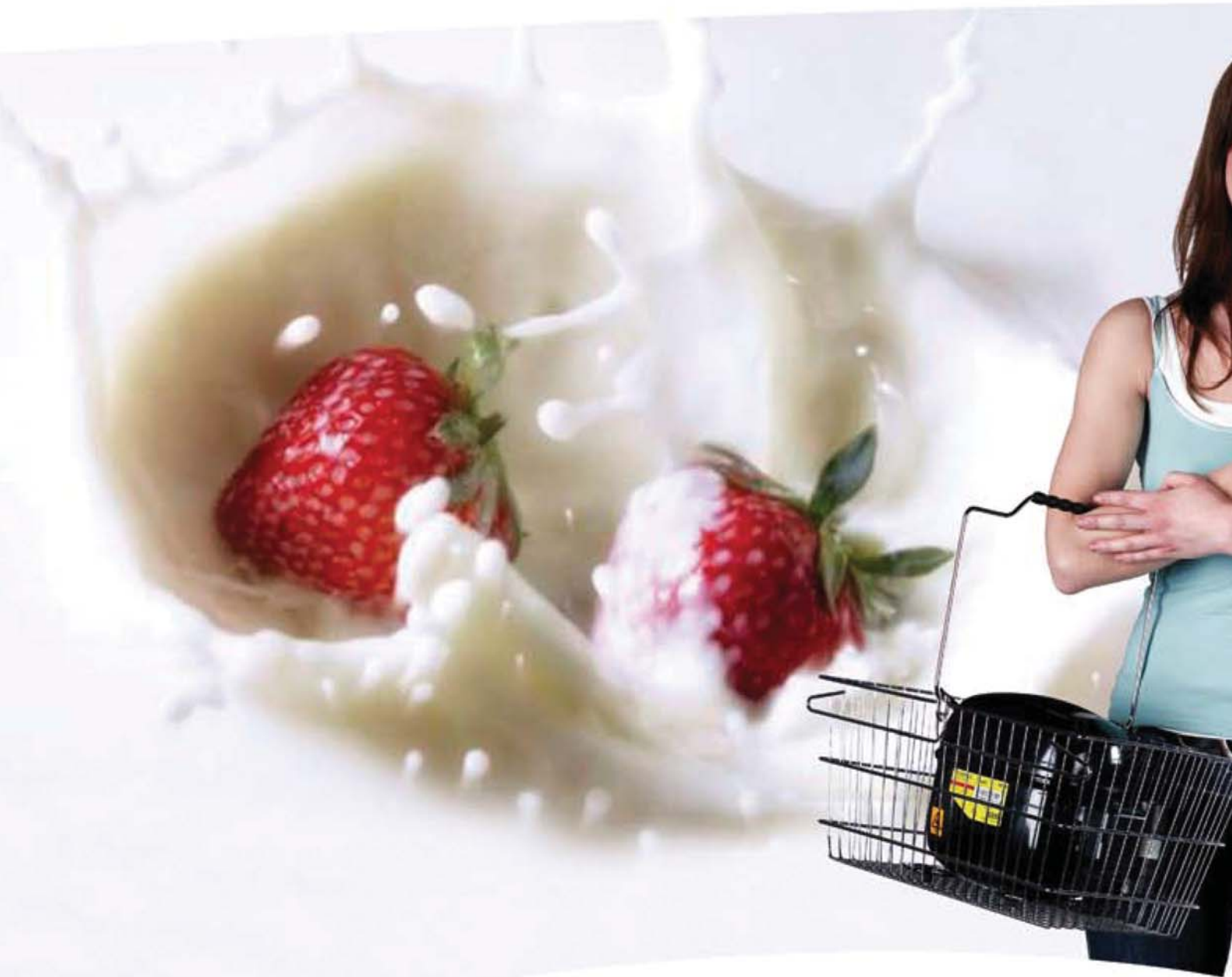
In tandem with the Portuguese Design Centre, the Remade in Portugal organization has set up a design competition aimed at professionals and companies and also lent a hand to Caixa Geral de Depósitos Competition for Furniture from Recycled Materials, which is aimed at students. The organization is also linked to the IRAR (Regulatory Institute for Water and Residuals) 'Service Quality in Water & Residuals' awards.

Roberto Cremascoli believes that it has been "very satisfying running this project and being able to count on the support of all the associated entities, in particular the Portuguese Environmental Agency." There are more exhibitions slated for 2010 in Portugal and abroad and the bit plan is to set up a Remade in Portugal shop. ■

Começa a ouvir-se cada vez mais em ecodesign será que é só uma moda ou veio para ficar? Roberto Cremascoli, director artístico do projecto Remade in Portugal, acredita que o ecodesign, "em breve, estará tão enraizado na nossa prática profissional que perderá o carácter de novidade. Contudo, será sempre um elemento diferenciador"

The term eco-design is being heard with ever increasing frequency. Could it just be a fad or is eco-design here to stay? Roberto Cremascoli, Artistic Director for the Remade in Portugal project believes that eco-design "will shortly be so deeply rooted in our professional practice that it will lose its novelty characteristics. In any case, it will always be the distinguishing factor"





parceiros para a vida!



Resíduos ganham novo valor

Residuals - where there's muck there's money

AS EMPRESAS ESTÃO CADA VEZ MAIS CONSCIENTES QUE MUITOS DOS RESÍDUOS PRODUZIDOS PODEM E DEVEM SER TRATADOS PARA QUE LHEM SEJAM RETIRADOS TODOS OS FACTORES NOCIVOS, À SAÚDE E AO AMBIENTE. JORGE ARAÚJO, DIRECTOR EXECUTIVO DO CENTRO PARA A VALORIZAÇÃO DE RESÍDUOS, DIZ À COOL QUE HÁ NÚMERO CRESCENTE DE EMPRESAS QUE PROCURAM A VALORIZAÇÃO DOS SEUS RESÍDUOS

COMPANIES ARE INCREASINGLY CONSCIOUS THAT MANY OF THE WASTE MATERIALS PRODUCED CAN AND SHOULD BE TREATED SO THAT ALL NOXIOUS SUBSTANCES CAN BE REMOVED, BOTH FOR THE SAKE OF HEALTH AND THE ENVIRONMENT. JORGE ARAÚJO, CEO OF THE WASTE RECYCLING & RECOVERY CENTRE, TELLS COOL THAT THERE ARE A GROWING NUMBER OF COMPANIES LOOKING TO MAKE MONEY OUT OF THEIR WASTE

O CVR está envolvido em 15 projectos, entre os quais: "VALMETAIS", com vista a desenvolver um processo para recuperar metais de valor a partir de lamas galvânicas; "RED-GENERA", com o objectivo de criar uma rede destinada a melhorar a gestão de resíduos na Euro-Região Galiza/Norte de Portugal e "PVC4GAS", com o propósito de desenvolver um processo de recuperação de energia e cloro a partir do PVC

CVR is involved in 15 projects, amongst which are 'VALMETAIS' with a view to developing a process to retrieve valuable metals from galvanic mud; 'RED-GENERA' aims to create a network for residual management improvement in the Euro-Regions of Galiza/North Portugal and 'PVC4GAS' whose role is to develop a chlorine and energy retrieval process from PVC



Há um aumento gradual da consciência ambiental e respeito pela saúde pública

Em 2002, a Universidade do Minho, a Associação Industrial do Minho, a Associação Portuguesa de Fundição e a Tecminho uniram-se para encontrar soluções mais vantajosas do ponto de vista ambiental e económico para os resíduos. Assim nasceu o Centro para a Valorização dos Resíduos (CVR). Oito anos depois, o balanço é muito positivo, afirma Jorge Araújo, director executivo do Centro: "em termos de actividade temos crescido muito, com um reforço gradual ao nível dos recursos humanos, de infra-estruturas e equipamentos de laboratório". Adianta ainda que "há um número crescente de empresas que nos procuram para desenvolver projectos que envolvam o aproveitamento dos seus resíduos, o que reflecte o aumento gradual da consciência ambiental e respeito pela saúde pública. Muitas das empresas já têm consciência que os resíduos são um factor de competitividade que têm de aproveitar, utilizando-o como elemento diferenciador da concorrência".

Alguns dos resíduos podem mesmo tornar-se úteis enquanto matérias-primas. O CVR está neste momento a desenvolver um projecto no âmbito da valorização de escórias da siderurgia na área da construção civil que tem tido "bons resultados em ensaios de bancada e piloto", revela Jorge Araújo e dá conta de uma outra iniciativa que visa "a incorporação de resíduos na fileira do cimento e dos cerâmicos".

CVR aposta na inovação

O CVR actua em duas grandes áreas que são a prestação de serviços de caracterizações ambientais em resíduos, solos, efluentes líquidos, emissões gasosas, ruído, iluminância e contaminantes do ambiente de trabalho e em investigação e desenvolvimento aplicado, a área "nobre" do Centro.

O CVR continuará a apostar na valorização de resíduos por incorporação na fileira da construção civil, nomeadamente em cerâmicos, em cimento e em betuminosos. Outras iniciativas passam pela valorização energética de resíduos. A área dos biocombustíveis, nomeadamente a optimização de produção de biodiesel a partir de óleos alimentares usados e gorduras animais são também apostas do CVR. Com o objectivo de ultrapassar os constrangimentos que tem pela sua natureza de Centro Tecnológico sem fins lucrativos, há dois anos foi criada a W2V, uma empresa destinada à implementação real de soluções técnicas na área da gestão eficiente e inovadora de resíduos.

Qual o principal desafio no que diz respeito à gestão de resíduos em Portugal? Jorge Araújo é peremptório: "deverá haver uma melhoria legislativa no sentido de simplificar alguns processos nomeadamente para a criação do Mercado Organizado de Resíduos. Por outro lado consciencializar os industriais e a opinião pública em geral de que os resíduos são matérias-primas que importa não desperdiçar, sobretudo num país carente de energia e de algumas dessas matérias-primas". ■

In 2002, Minho University, the Minho Industrial Association, the Portuguese Association of Fundição and Tecminho joined forces to find the most advantageous solutions from both an environmental and economic point of view for residual waste matter. Out of this was born the Waste Recycling & Recovery Centre (CVR). Eight years down the line the balance is extremely positive says Jorge Araújo, the Centre's CEO: "In activity terms we've grown a lot, with a gradual stepping up of human resources, infrastructure and laboratory equipment." He also adds that "there are a growing number of companies coming to us to develop projects involving the use of waste matter, which reflects a gradual increase in environmental consciousness and respect for public health. Many companies are already aware that waste materials are a factor in competitiveness which should be taken advantage of, using it as a differentiating element in competition."

Some residuals can actually be useful as raw materials. At the moment CVR is developing a project to do with recovering steel slag in the civil construction area which has had "good results in pilot studies and bench tests," says Jorge Araújo who also mentions another initiative which aims to "incorporate residual metal dross in cement and ceramics."

CVR invests in innovation

CVR operates in two large areas which are: providing environmental services with regards to residuals, soils, liquid effluents, gas emissions, noise, lighting and contaminants in the work environment and applied investigation and development – the Centre's specialization area.

CVR will continue to invest in recovering residuals for their use in civil construction, namely in ceramics, cement and bitumen products. Other initiatives seek to obtain value from residual energy in the biofuel area, namely boosting biodiesel production from used food oil sources while using animal fat is another CVR strategy.

With the aim of overcoming constraints which the Technology Centre has because of its nature as a non-profit making organization, a company called W2V was set up two years ago which seeks to implement real technical solutions for the efficient and innovative management of residuals.

What is the main challenge with regards to residual management in Portugal?

Jorge Araújo is adamant: "there should be improved legislation in the sense of simplifying some processes, namely in the creation of an Organized Residuals Market. On the other hand, it is important to make industry and public opinion in general aware that residuals are raw materials which shouldn't be wasted, particularly in a country so reliant on energy and some of these raw materials." ■

Environment consciousness and respect for public health gradually increases

Kramer e Bezemer

Kramer and Bezemer



Exposição em Amesterdão, Holanda, em 1983

Exhibition in Amsterdam, Holland, in 1983



Fábrica da Jordão quando Jan Kramer a visitou pela primeira vez em 1983

The Jordão factory at the time when Jan Kramer first visited it in 1983

A EMPRESA HOLANDESA DE DISTRIBUIÇÃO BEKOMA FOI FUNDADA EM OUTUBRO DE 1976 PELAS MÃOS DOS IRMÃOS JOOP E JAN KRAMER. POUCO TEMPO DEPOIS, A HISTÓRIA DA BEKOMA CRUZA-SE COM O PERCURSO DA JORDÃO E É INICIADA UMA PARCERIA QUE ATRAVESSARÁ DOIS SÉCULOS. A BEKOMA FOI O PRIMEIRO CLIENTE INTERNACIONAL DA JORDÃO E É SUA REPRESENTANTE HOLANDESA DESDE 1983

THE DUTCH DISTRIBUTION COMPANY BEKOMA WAS FOUNDED IN OCTOBER 1976 BY BROTHERS JOOP AND JAN KRAMER. A SHORT TIME AFTERWARDS, BEKOMA'S HISTORY CROSSED PATHS WITH JORDÃO COOLING SYSTEMS (JCS) AND BEGAN A PARTNERSHIP THAT HAS SPANNED TWO CENTURIES. BEKOMA WAS JCS'S FIRST INTERNATIONAL CLIENT AND HAS BEEN ITS DUTCH REPRESENTATIVE SINCE 1983

O contacto com a José Júlio Jordão surgiu quando os dois irmãos Kramer estudavam o mercado europeu em busca de novos produtores e fornecedores. Joop Kramer, responsável pela área financeira, e Jan Kramer, comercial e responsável pela parte técnica, decidiram deslocar-se a Portugal para conhecer a fábrica da JORDÃO.

Os primeiros negócios foram concretizados em 1983, quando os irmãos Kramer adquiriram as primeiras vitrinas à empresa portuguesa. Mais tarde, os holandeses sugeriram a produção de vitrinas em fibra de vidro. Após várias visitas à fábrica da JORDÃO foram produzidos os primeiros modelos. Foi também nesta altura que teve início a produção de bancadas com sistema de refrigeração ventilado. Mais recentemente, a Bekoma desenvolveu em conjunto com a JORDÃO uma bancada especial de saladas, o sistema perfeito para uma temperatura baixa adequada (4°C máximo) para a Delifrance Netherlands. A Sodexo Netherlands; a Universidade de Haia e Maastricht; a Telfort Netherland; a Sanoma e a estação Central de

Contact with José Júlio Jordão came about when the two Kramer brothers were studying the European market in search of new producers and suppliers. Joop Kramer, in charge of the company's financial area, and Jan Kramer, the commercial and technical area, decided to make a trip to Portugal to see the JORDÃO factory.

The first business deals were struck in 1983, when the Kramer brothers purchased their first display counters from the Portuguese company. Later, the Dutchmen suggested producing them in fibreglass. After various visits to the JORDÃO factory the first models were produced. It was also at this time that the first ventilated refrigeration units were produced.

More recently, Bekoma has developed special salad display counters in partnership with JORDÃO, the perfect system for optimum low temperatures (4°C maximum) for Delifrance, Netherlands. Sodexo Netherlands; the University of The Hague



Fotos da fábrica portuguesa, em 1983

Photos of the Portuguese factory in 1983

Bruxelas são algumas das empresas clientes da Bekoma que utilizam produtos da JORDÃO.

Depois do desenvolvimento de vários projectos, a união revelou-se um verdadeiro sucesso. Hoje são poucas as parcerias que se mantêm ano após ano, sobrevivendo a crises, diferentes opiniões ou novas estratégias. E, por isso, mais especial se torna a relação de já quase três décadas entre duas empresas. Jan Kramer tem uma explicação simples: na base da parceria entre a empresa portuguesa e a empresa holandesa está a abertura contínua a diferentes opiniões. "Dialogamos sempre muito, estudamos as várias alternativas sempre com grande abertura em relação às ideias dos outros, porque sabemos que só assim conseguimos as melhores soluções", afirma Jan Kramer.

O sucesso da aliança pode justificar-se também pela grande cumplicidade criada logo no início da relação "mais do que uma simples parceria de negócios, foram criados verdadeiros laços de amizade", realça Jan Kramer.

Muitas histórias ficaram guardadas na memória de Jan e Joop, hoje com 66 e 80 anos respectivamente. As primeiras visitas a Portugal são recordadas com especial carinho. Jan não esquece ainda hoje os jantares na casa do Sr. José Júlio Jordão, onde toda a família se reunia, incluindo as filhas de Isidro Lobo, Director-Geral da JORDÃO, na altura a mais nova com apenas 3 anos de idade. Os encon-

and Maastricht; Telfort Netherlands; Sanoma and Brussels Central Station are some of Bekoma's client companies using JORDÃO products.

After developing various projects, the partnership became a true success story. These days there are few partnerships that are maintained year after year, surviving crises, different opinions and new strategies. And it is for this reason that the relationship between the two companies, which has already survived for almost three decades, has become even more special. Jan Kramer has a simple explanation: at the basis of the partnership between the Portuguese and Dutch companies lies its continued openness to different opinions. "We always talk a lot and we always study the different alternatives with great frankness in relation to each others ideas, because we know that it's only by doing so that we can find the best solutions," states Jan Kramer. The success of the alliance can also be justified by the great complicity which was created from the very start of the relationship "more than just being a simple business partnership, true bonds of friendship were created," stresses Jan Kramer.

Jan and Joop recall many stories - today they are 66 and 80 years old respectively. Those first visits to Portugal are remembered with great fondness. Even today Jan hasn't forgotten the dinners at Mr. José Júlio Jordão's home which included his whole

continuação ▶▶▶▶▶▶▶▶



Jan Kramer, na altura em que iniciou os primeiros contactos com a JORDÃO. O holandês deseja que a parceria continue, "pois há tantas possibilidades que podemos seguir, tantos mercados para explorar por isso vamos trabalhar juntos mais 25 anos!"

Jan Kramer photographed at the time when he began his first contacts with JORDÃO. The Dutchman is anxious for the partnership to continue, "indeed, there are so many possibilities that we can follow, so many markets to explore which is why we're going to work together for another 25 years!"

tros meramente profissionais foram substituídos por momentos "muito especiais" que são recordados com saudade.

Jan Kramer lembra-se de, numa das suas visitas a Guimarães, ter ficado num hotel muito próximo da residência Sr. José Júlio Jordão. "Logo de manhã, o Sr. José Júlio Jordão foi-nos buscar para tomarmos juntos o pequeno-almoço, antes de seguirmos para a fábrica, onde Isidro Lobo estava já à nossa espera para realizarmos reuniões de negócios".

Estamos agora em 2010 e a parceria com a JORDÃO mantém-se. Diariamente são estabelecidos contactos onde as relações vão muito para além dos negócios. Jan Kramer considera-as verdadeiras relações de amizade que fortalecem com o passar dos anos. Rui Mendes, gestor de cliente, e Humberto Peixoto, responsável pelo Departamento de Serviços, são algumas das pessoas com quem os Kramer falam todos os dias. Jan Kramer aproveita para agradecer a



Primeiro protótipo de uma bancada com sistema de refrigeração ventilado

First prototype of a cabinet with a refrigeration ventilation system

family, including JORDÃO Managing Director Isidro Lobo's daughters, the youngest just three years old at the time. What had been merely professional meetings were replaced by "very special" moments that are fondly recalled.

Jan Kramer remembers one such visit to Guimarães when he was booked into a hotel very close to Mr José Júlio Jordão's residence. "Early in the morning, Mr. José Júlio Jordão went to collect us so that we could have breakfast together before going on to the factory where Isidro Lobo was already waiting for us so that we could begin our business meetings."

We are now in 2010 and the JORDÃO partnership maintains. Contacts are established daily where relations go far beyond just business. Jan Kramer believes these are true relationships based on friendship which over the years have gone from strength to strength. Rui Mendes, Client Manager and Humberto Peixoto, in charge of the Services Department, are some of the people who Kramer speaks to every day. Jan

A primeira vitrina líder na exposição de Amestendão, em 1986/87

The first leader in glass display cabinets at the Amsterdam Fair in 1986/87



Molde em madeira para produzir uma vitrina em fibra de vidro

A wooden mould to produce a display cabinet in fibreglass



Jan Kramer (à esquerda de casaco branco) e Jaap Bezemer (à direita de casaco escuro), no 25.º aniversário da JORDÃO

Jan Kramer (left in white jacket) and Jaap Bezemer (on the right in dark jacket), at 25th Anniversary of JORDÃO

disponibilidade de Emília Dias, que "revelou grande simpatia desde o início e sempre nos acompanhou nas nossas deslocações a Portugal".

"27 anos depois, ficámos mais velhos, já temos netos, mas continuamos a trabalhar. Espero que enquanto me sentir em condições, continuar a trabalhar a 100 por cento, talvez de forma diferente até porque o mundo mudou muito, continua em evolução e nós temos de nos adaptar também a essas mudanças. Há tantas possibilidades que podemos seguir, tantos mercados para explorar por isso vamos trabalhar juntos mais 25 anos!", auspicia Jan Kramer.

Jaap Bezemer

Jaap Bezemer é também representante holandês da JORDÃO. A parceria nasceu depois de Jaap Bezemer ter vindo a Portugal a convite de Jan e Joop Kramer. Amigo de longa data dos irmãos, Jaap Bezemer conheceu a fábrica da Jordão numa viagem de trabalho, que tinha como objectivo acertar pormenores sobre os produtos que iriam ser utilizados no mercado holandês.

Jaap Bezemer deslocou-se a Portugal com a missão de estudar outras possibilidades de produção e para prestar aconselhamento aos técnicos da empresa portuguesa. As visitas do holandês à JORDÃO repetiram-se várias vezes para que a linha de produtos fosse desenvolvida tal como tinha sido planeada e que hoje, com mais ou menos alterações, se mantém. Depois das várias viagens a Guimarães e do contacto com a empresa portuguesa, Jaap Bezemer acabou também ele por se tornar num representante da JORDÃO. Entretanto, Jaap Bezemer vendeu a sua própria empresa há já algum tempo ao irmão e reformou-se. No entanto a veia para vida empresarial mantém-se e sempre que pode vai dando uma ajuda nos negócios do seu filho. ■

Kramer would like to take the opportunity of thanking Emília Dias for her attentiveness, "who has been enormously kind since the beginning and always accompanied us on our trips to Portugal." "Twenty-seven years on and we're older and already have grandchildren, but continue working. I hope that while I still can, I'll continue working 100 per cent, perhaps in a different way because the world has changed a lot; it's constantly changing and we have to adapt too to these changes. There are so many possibilities that we can follow, so many markets to explore, that's why we'll work together for another 25 years!

Jaap Bezemer

Jaap Bezemer is also a Dutch representative for JORDÃO. The partnership was born after Jaap Bezemer had come to Portugal at the invitation of Jan and Joop Kramer. A longstanding friend of the two brothers, Jaap Bezemer visited the Jordão factory on a business trip the aim of which was to collect details about products that were going to be used in the Dutch market.

Jaap Bezemer made a trip to Portugal with a mission to study other production possibilities and provide advice to technical staff at the Portuguese company. The Dutchman's visits to JORDÃO were followed up various times so that the product line could be developed as planned and remains to this day with some alterations. After various trips to Guimarães and contact with the Portuguese company, Jaap Bezemer also ended up by becoming a representative for JORDÃO. In the meantime, Jaap Bezemer had already sold his own company to his brother some time back and retired. However his zest for company life maintains and whenever he can he lends a helping hand in his son's businesses. ■

A JORDÃO e a Bekoma desenvolveram vários projectos em conjunto. Para Jan Kramer o sucesso da aliança pode justificar-se pela grande cumplicidade criada logo no início da relação «mais do que uma simples parceria de negócios, foram criados verdadeiros laços de amizade»



JORDÃO and Bekoma have developed various projects together. Jan Kramer believes that the success of the alliance is down to the great spirit of cooperation created from the very start of the relationship which is "more than just a simple business partnership since true bonds of friendship were created."

Os 11 que estão na JORDÃO desde o primeiro dia

The 11 who have been with JORDÃO since the very beginning

NESTA EDIÇÃO SOBRE SUSTENTABILIDADE, SERIA EXTREMAMENTE DIFÍCIL RETRATAR NA COOL O PERFIL DE APENAS UM OU DOIS COLABORADORES ACTUAIS DA JORDÃO. PORQUE O “MAIOR ACTIVO DA EMPRESA SÃO AS PESSOAS”, COMO REFERE ISIDRO LOBO, DIRECTOR-GERAL, NADA MELHOR DO QUE RETRATAR OS 10 COLABORADORES, ALÉM DO PRÓPRIO, QUE ESTÃO NA JORDÃO DESDE O PRIMEIRO DIA. QUANDO SE PERGUNTA QUAL A SUA VISÃO DA EMPRESA, AS RESPOSTAS SÃO ESPONTÂNEAS E CONFIRMAM QUE A JORDÃO É, ANTES DE MAIS, UMA “FAMÍLIA” ONDE A MOTIVAÇÃO INDIVIDUAL E COLECTIVA CONSTROEM UMA CULTURA DE EMPRESA ÚNICA ONDE ASSENTA O EDIFÍCIO DA SUSTENTABILIDADE. O QUE SE TRADUZ NUMA GRANDE CONSISTÊNCIA E NA QUALIDADE DAS RELAÇÕES QUE ESTABELECE COM OS SEUS CLIENTES NO DIA-A-DIA

IN THIS ISSUE OF COOL WHICH IS FOCUSING ON SUSTAINABILITY, IT WOULD BE EXTREMELY DIFFICULT TO DESCRIBE THE PROFILES OF JUST ONE OR TWO OF JORDÃO'S CURRENT EMPLOYEES BECAUSE “A COMPANY'S GREATEST ASSET IS ITS WORKFORCE,” AS MANAGING DIRECTOR ISIDRO LOBO POINTS OUT. INSTEAD WHAT BETTER THAN TO DO A PROFILE OF 10 STAFF MEMBERS, APART FROM HIMSELF, WHO HAVE BEEN WITH JORDÃO SINCE THE VERY FIRST DAY. WHEN THEY ARE ASKED ABOUT THEIR VIEW OF THE COMPANY, THEIR REPLIES ARE SPONTANEOUS AND CONFIRM THAT JORDÃO IS, ABOVE ALL ELSE, A “FAMILY” WHERE INDIVIDUAL AND COLLECTIVE MOTIVATION HAVE BUILT UP A UNIQUE COMPANY CULTURE WHICH IS BASED ON A STRUCTURE OF SUSTAINABILITY. WHAT THIS MEANS IS THAT THERE IS GREAT CONSISTENCY IN THE QUALITY OF THE COMPANY'S RELATIONSHIPS THAT ARE ESTABLISHED WITH ITS CLIENTS ON A DAY-TO-DAY BASIS



Da esquerda para a direita e de cima para baixo: Abílio Gonçalves, Luís Gonçalves, Isidro Lobo, Manuel Castro, Fernando Antunes, Ezequiel Canário, Armando Peixoto, Armando Guimarães, Joaquim Sousa, Irene Campos e Fernanda Salgado

From left to right and top to bottom: Abílio Gonçalves, Luís Gonçalves, Isidro Lobo, Manuel Castro, Fernando Antunes, Ezequiel Canário, Armando Peixoto, Armando Guimarães, Joaquim Sousa, Irene Campos e Fernanda Salgado

O que é para si a JORDÃO e que visão tem da Sustentabilidade da empresa?

ABÍLIO GONÇALVES, Linha de Montagem

A Saudade do início e a evolução para o que é hoje. O crescimento que a empresa teve.

ARMANDO GUIMARÃES, Motorista

Uma vida. O interesse e a dedicação da Direcção-Geral, na pessoa do Eng.º Isidro Lobo, são uma grande motivação.

ARMANDO PEIXOTO, Direcção Financeira e Recursos Humanos

A JORDÃO é tudo: é uma vida. Realço a grande sensibilidade para as necessidades dos clientes.

EZEQUIEL CANÁRIO, Injecção de poliuretano

Uma família, que começou com apenas 24 pessoas. Na JORDÃO, o difícil vira fácil: é a forma como se encara o trabalho. Admiro o Sr. José Júlio Jordão e o Eng.º Isidro Lobo, pela sua gestão e a forma como souberam construir a equipa (com novos e velhos).

FERNANDA SALGADO, Limpeza

Sinto falta de quando éramos mais pequenos (mais família) e do Sr. José Júlio que, para além de patrão, era como um pai para mim. Somos modernos, estamos sempre a fazer produtos novos.

FERNANDO ANTUNES, Fabrico

É a minha empresa. A forma como é gerida e a proximidade na relação com os colaboradores, é o que me ocorre dizer logo.

IRENE CAMPOS, Administrativa Direcção de Qualidade e Ambiente

Uma família. A sustentabilidade é o sucesso, o bom-nome.

JOAQUIM SOUSA, Fabrico

Uma família. Os nossos produtos e o trabalho em equipa são o que mais destaco.

LUIS GONÇALVES, Inspector de Qualidade

É como a família (passo mais tempo aqui que em casa), sinto-me bem. O trabalho em equipa e a disponibilidade são os pontos fortes.

MANUEL CASTRO, Fabrico

A Gerência que tem sabido ao longo dos anos sustentar a empresa e fazê-la crescer. As boas ideias equilibram a actividade.

ISIDRO LOBO, Direcção-Geral

A alegria de fazer parte da "máquina Jordão", não interessando se a peça que represento é muito ou pouco importante. A sustentabilidade da empresa é um conjunto de factores – económicos, humanos e ambientais – que formam a alavanca que permite enfrentar todos os desafios. ■

What is JORDÃO to you and what vision do you have of the company's Sustainability?

ABÍLIO GONÇALVES, Assembly Line

The difference between the good old days at the beginning and how the company has changed to become what it is today. The growth that the company has gone through.

ARMANDO GUIMARÃES, Driver

Life. The interest and dedication shown by the Managing Director, in the person of Engineer Isidro Lobo, are a great motivation.

ARMANDO PEIXOTO, Financial Management and Human Resources

JORDÃO is everything: it's a life. I would stress the great sensitivity it has for its client's requirements.

EZEQUIEL CANÁRIO, Injected-Subsets

A family that began with just 24 people. At JORDÃO the difficult becomes easy: it's the way that work is done. I admire Mr. José Júlio Jordão and Eng. Isidro Lobo, for their management and the way that they knew how to build a team (with new and old).

FERNANDA SALGADO, Maintenance

I miss the times when we were younger (more of a family) and Mr. José Júlio who apart from being the boss was like a father figure to me. We're modern; we're always producing new products.

FERNANDO ANTUNES, Fabrication

It's my company. The way it's managed and the closeness in its relationships with the staff is what immediately springs to mind. You can say what's on your mind straight away.

IRENE CAMPOS, Ambient/Quality Direction Administrative

We're a family. Sustainability is its success, the good name.

JOAQUIM SOUSA, Fabrication

It's one big family. Our products and our teamwork really stand out for me.

LUÍS GONÇALVES, Quality Inspector

It's like a family (I spend more time here than at home), I'm happy. Working in a team and willingness are strong points.

MANUEL CASTRO, Fabrication

The management that has known throughout the years how to run the company and help it to grow. Good ideas have balanced our activity.

ISIDRO LOBO, Management

The joy of being part of the 'Jordão machine', when the importance of the position that you hold isn't the most important thing, rather it's your individual contribution as a team player that is. The company's sustainability is a whole range of factors – economic, human and environmental ones – all of which have spurred us on and enabled the company to meet any challenges. ■

Inovação e Sustentabilidade no encontro anual JORDÃO

Innovation and Sustainability in the annual JORDÃO meeting

A Quinta de São Luiz, em Coimbra, foi no passado dia 27 de Maio o palco da reunião anual de clientes da JORDÃO que, pela primeira vez, lançou um tema de fundo: Inovação e Sustentabilidade, os conceitos que atravessaram todo o dia do encontro que juntou cerca de 60 empresas nacionais. Ocasão para Isidro Lobo, Director-Geral da JORDÃO, partilhar com os parceiros os lugares obtidos no ranking do estudo promovido pela revista Exame / Heidrick & Struggles (25.º lugar) e pelo Great Place to Work (28.º), destacando o empenho e motivação de todos os colaboradores, que é um dos pilares fundamentais da sustentabilidade da JORDÃO. Sublinhou ainda o investimento nas relações com os clientes, e a procura contínua de respostas às suas necessidades, propondo soluções mais inovadoras, eficientes e amigas do Ambiente. Apostas conjuntas que se traduzem numa organização também saudável do ponto de vista económico.

Dentro deste espírito, foram apresentadas a E-LINE, nova gama de vitrinas compactas para os segmentos de cafetaria e restauração ligeira, e as novas decorações AMPHORA e STARRY, desenvolvidas pelo atelier Giombetti & Giombetti.

Por sugestão de clientes na reunião do ano passado, foram ainda apresentados exemplos de aplicação de equipamentos, tanto no alimentar como no Horeca, em cadeias e operadores independentes, que primaram pela diferenciação. "Casos Jordão" foi o pretexto para dar conta das soluções que surgiram no âmbito da inovação, que se distinguiram quer pelo conceito, quer pelo design, em que foram desenvolvidos equipamentos customizados para satisfazer necessidades específicas das lojas.

Exemplificando o conceito de Sustentabilidade como um valor real para as empresas, foram apresentadas também algumas práticas internas JORDÃO, que têm trazido um efectivo retorno económico à empresa, de que é exemplo a diminuição do consumo de água e energia por colaborador ou a redução de produção de resíduos.

A fechar o encontro, a música "I gotta feelin' ", dos Black Eyed Peas, foi o mote de energia e motivação para que os valores apresentados sejam o suporte de um crescimento sustentado para todos os parceiros e para a JORDÃO. ■

Coimbra's Quinta de São Luiz set the scene for the annual JORDÃO clients' meeting on May 27 which for the first time concentrated on the themes of Innovation and Sustainability. These concepts ran through the entire day's meeting which brought together around 60 national companies. It was an occasion for JORDÃO CEO Isidro Lobo to share with his partners the positions obtained in the rankings from the study promoted by the magazine Heidrick & Struggles (25th place) and Great Place to Work (28th), highlighting the efforts and motivation of all staff members and partners, which is one of JORDÃO's pillars of sustainability.

Isidro Lobo also stressed the importance of investing in client relationships and the continual search for answers in meeting its requirements, coming up with more innovative, efficient and environmentally friendly solutions in a set of pledges which translates into an organization which is also healthy from an economic point of view.

It was within this spirit that a new range of compact display cases, E-LINE was presented for the snack bar and cafeteria catering sectors as well as the new AMPHORA and STARRY décors developed by atelier Giombetti & Giombetti.

At the suggestion of clients from last year's meeting demonstrations on how equipment could be used were presented, particularly in the food sector as in Horeca, in independent chains and operators, which excel through differentiation. "The Jordão Cases" served as the pretext to tell everybody about the solutions that had arisen through innovation which were a cut above in terms of both concept and design and where Jordão had developed customized equipment to meet the specific needs of shops.

Holding up the sustainability concept as providing real value for companies, some internal Jordão practices were also presented, which have brought with them an effective economic return to the company, an example of which is staff reductions in water and energy consumption and a reduction in waste production.

The meeting was rounded off by the song 'I gotta feelin' by the Black Eyed Peas which seemed a fitting anthem in terms of energy and motivation so that the presented values will be supported by sustained growth for JORDÃO and all its partners. ■



JORDÃO no Pingo Doce Braga Parque

JORDÃO at Pingo Doce, Braga Parque



No maior Pingo Doce do País, com 6.400m², inaugurado em Março no Braga Park, a JORDÃO marca presença nas diversas secções do novo espaço. De entre as gamas seleccionadas, destaque para as vitrinas PASSION, os expositores verticais (murais) PRIMUS e MINI CASTELO e a gama self-service TECNO.

Os equipamentos JORDÃO estão presentes nas secções: Charcutaria, Garrafeira, Padaria, Cafeteria, Sanduiche-bar, Take Away e Restaurante; como que acompanhado o consumidor ao longo de todo o percurso dentro da loja. Para o efeito, foram desenvolvidas internamente um conjunto de soluções específicas em estreita colaboração com os nossos parceiros Famex e a Fibarco empresas responsáveis pela comercialização e instalação dos equipamentos. Os equipamentos seguem a imagem definida pelo cliente, num conceito inovador de loja como centro de alimentação e local de experiências, onde a Restauração, a Cafeteria e o Take Away têm uma presença de destaque. ■

Jordão's presence is felt in various sections of the new 6.400m² Pingo Doce supermarket – the largest in the country – which was opened at Braga Park in March. From among the ranges selected PASSION display cabinets stand out as do the PRIMUS and MINI CASTELO wall cases and TECNO self-service range.

Jordão equipment is being used in the following sections: Delicatessen, Bottles, Bakery, Cafeteria, Sandwich Bar, Take Away and Restaurant and so is in contact with the shopper throughout the entire store. On this project we developed a number of specific internal solutions together with our partners Famex and Fibarco which are companies that are responsible for the sale and installation of equipment. The equipment follows the vision set by the client for a store which has an innovative concept as a food retail centre and a place for sharing experiences, one where the Restaurant, Cafeteria and Take Away have presence which stands out. ■

Ambiente em Concurso de Desenhos Infantis

The Environment in Children's Drawing Competition

Na sua 11.ª edição, o Concurso Internacional de Desenhos Infantis sobre o Ambiente, promovido pela JQA Quality Assurance Organization e pela IQNet – The International Certification Network, e apoiado pela UNICEF, propôs como tema "Dádivas da Natureza". Com três categorias – 7-9 anos, 10-12 anos e 13-15 anos –, o concurso desafia crianças e adolescentes a mostrar em desenhos a forma como interpretam "as bênçãos e tesouros da Natureza", com a intenção de fomentar entre os mais novos o respeito e a valorização do Meio Ambiente. Para além de um prémio variável entre os 100 e 500 euros, os 48 vencedores a nível internacional recebem prémios especiais. Os resultados serão publicados no próximo mês de Agosto em www.apcer.pt (vencedores nacionais) e em <http://www.childrens-drawing.com>. ■

'Gifts from Nature' is the theme proposed for the 11th International Environmental Children's Drawing Contest promoted by the JQA Quality Assurance Organization and IQNet – The International Certification Network and supported by UNICEF. The contest has three categories: 7-9 years, 10-12 years and 13-15 years and challenges children and adolescents to show through drawing how they would interpret 'The Blessings and Treasures of Nature.' The contest aims to educate younger children to respect and value the natural environment. Apart from a prize which varies between 100 and 500 Euros, the 48 winners at an international level will receive special prizes. The results will be published in August on the site www.apcer.pt (national winners) and at <http://www.childrens-drawing.com>. ■

À descoberta dos Açores

Discovering the Azores



ATA - Associação de Turismo dos Açores

OS AÇORES SÃO UM PARAÍSO PARA QUEM PROCURA UMA VIAGEM INESQUECÍVEL, CHEIA DE AVENTURAS E ONDE O CONTACTO COM A NATUREZA ESTEJA SEMPRE PRESENTE. CADA UMA DAS NOVE ILHAS DO ARQUIPÉLAGO TEM ENCANTOS ÚNICOS E O IDEAL É VISITÁ-LAS SEM EXCEPÇÃO. NO ENTANTO, A PENSAR EM QUEM TEM POUCO TEMPO PARA REALIZAR O ROTEIRO COMPLETO, SUGERIMOS UM CIRCUITO DE TRÊS ILHAS: SÃO MIGUEL, PICO E FAIAL

Em São Miguel, começamos pela visita à famosa caldeira de 12Km de perímetro com duas lagoas geminadas, a Lagoa Verde e a Lagoa Azul. No interior da caldeira, encontra-se a povoação das Sete Cidades, com casas de arquitectura tradicional e verdes pastagens.

A viagem continua com uma visita ao Vale das Furnas, onde encontramos a Lagoa das Furnas e o Parque Terra Nostra que abarca um conjunto de lagos, árvores centenárias, flores exóticas e um lago-piscina

THE AZORES REPRESENT A PARADISE FOR ANYONE LOOKING FOR THE HOLIDAY OF A LIFETIME, ONE FULL OF ADVENTURE AND WHERE BEING IN CONSTANT CONTACT WITH NATURE IS GUARANTEED. EACH ONE OF THE ARCHIPELAGO'S NINE ISLANDS HAS ITS UNIQUE CHARMS AND THE BEST THING TO DO IS SEE THEM ALL. BUT FOR THOSE WHERE TIME IS A LUXURY, WE'D SUGGEST A TRIP AROUND THE THREE ISLANDS OF SÃO MIGUEL, PICO AND FAIAL

In São Miguel we start our visit at the famous 12 km volcanic crater or caldera with its two twin lakes: the Green Lake and the Blue Lake. Inside the crater the small town of Sete Cidades can be found with its traditional houses and green pastures.

Our journey continues on with a visit to the Vale de Furnas where the Furnas Lake and Terra Nostra Park are to be found and which include a number of lakes, centuries old forests, exotic flowers and



Futurismo

Os Açores são hoje um dos pontos do mundo preferidos pelos que desejam observar baleias e golfinhos

The Azores are today one of the world's best destinations for dolphin and whale watching. When visiting the island of Faial a visit to the Caldeira Velha crater and the Capelinhos Volcano are a must

de água termal. Também aqui se podem visitar as famosas Caldeiras das Furnas, uma área de manifestações vulcânicas diversas, de onde brotam géisers de água fervente e lamas medicinais.

As praias de São Miguel convidam a banhos num mar aquecido pelas correntes do Golfo ou à prática do surf e windsurf. Visite o Ilhéu de Vila Franca, a cratera de um antigo vulcão afundado. O seu interior é uma piscina natural de águas cristalinas, onde é possível mergulhar e observar uma grande variedade de espécies.

Na Caloura situam-se também quatro dos locais de mergulho com maior interesse – Baixa da Galera, Panela, Arcos do Hotel e Arcos da Caloura.

O whale-watching é uma das actividades que mais se tem desenvolvido no arquipélago. O mar dos Açores acolhe cerca de um terço das 81 espécies de cetáceos que existem no mundo. É do porto de Vila Franca do Campo e do porto de Ponta Delgada que modernas embarcações a motor partem para a observação de baleias, golfinhos, tartarugas e aves marinhas. É possível também nadar com golfinhos. Desde que as condições meteorológicas sejam favoráveis, realizam-se saídas de manhã e à tarde, ao longo de todo o ano.

Subida ao topo do Pico

Depois de alguns dias de actividade intensa em São Miguel, viajamos rumo à ilha do Pico. Nesta ilha encontra-se a mais alta montanha de Portugal, com 2.351 metros de altitude. A duração da subida e descida é de cerca de 4 h.

Nesta ilha há inúmeras piscinas naturais formadas por rochas vulcânicas. O mergulho é outra das actividades a não perder numa visita ao Pico. Os ilhéus Deitado e Em Pé, mesmo em frente à vila da Madalena, são resultado de antigas erupções vulcânicas e onde nidificam diversas aves marinhas. Este é também um local de mergulho com pequenas cavernas e fissuras onde é possível observar várias espécies como serpas, bicudas e trombetas.

a natural thermal volcanic spa lake. It is here that the famous volcanic hot springs or Caldeiras das Furnas can be visited which spout forth geysers of boiling water and medicinal mud.

São Miguel's beaches beckon bathers to a sea warmed by the Gulf Stream currents and which is the ideal place to practise a spot of surfing and windsurfing. One can visit the Vila Franca islet which was formed from the crater of an ancient sunken volcano. Its interior holds a natural pool of crystalline waters where one can go diving and watch a wide variety of marine species.

Also at Caloura four of the best and most interesting spots for diving are to be found – Baixa da Galera, Panela, Arcos do Hotel and Arcos da Caloura.

Whale spotting is another activity that has particularly developed on the archipelago. The ocean around the Azores is home to around one third of the 81 species of cetaceous marine mammals that exist in the world. Modern motored dinghies and boats set out from the ports of Vila Franca do Campo and Ponta Delgada to spot the whales, dolphins, turtles and marine birds and it's even possible to swim with the dolphins. When weather conditions permit excursions are operated in the mornings and afternoons throughout the year.

Climbing to the top of Pico

After some intense days of activity on São Miguel we head off towards the Island of Pico where Portugal's highest mountain is to be found at 2,351 metres altitude. It takes around four hours to go up and down the mountain. On this island there are countless natural pools formed from the volcanic rocks.

Diving is another must-do activity on a visit to Pico. The islets Deitado (literally 'Lying Down' and Em Pé (Standing Up) which are located right in front of Madalena village, are the result of ancient volcanic eruptions which provide nesting grounds for various mari-



ATA - Associação de Turismo dos Açores

No Faial, as visitas à Caldeira Velha e ao vulcão dos Capelinhos são obrigatórias

On Faial visits to the Caldeira Velha and the Capelinhos Volcano are a must

continua ◆◆◆◆◆◆◆◆

Mergulhar em Cachorro, permite explorar uma paisagem submarina formada por arcos originados pela lava e onde nadam tainhas, peixes-rei e castanhetas. Recomenda-se uma ida ao Banco Princesa Alice, a cerca de 3 horas de distância, onde terão a oportunidade de observar jamantas, espadins brancos, mantas e, até tubarões.

Depois do mergulho, sugerimos uma viagem ao interior do vulcão. A Gruta das Torres apresenta diversas formações geológicas: estalactites e estalagmites, bancadas laterais, paredes estriadas e lavas encordoadas.

Faial ou a "Ilha Azul"

É a ilha que mais hortênsias tem em todas as tonalidades de azul e que lhe veio dar o título de "Ilha Azul". Nesta ilha a única dificuldade dos mergulhadores é a escolha de observação da sua fauna marinha. Em torno do Monte da Guia é possível explorar as vertentes do cone vulcânico, admirar a variedade da paisagem submarina com as escoadas lávicas, os rochedos submersos, as fendas, os fundos de areia e as muitas espécies que vivem nas suas águas.

A visita à Caldeira Velha, uma cratera de 2 Km de diâmetro e 400 m de profundidade, é imperdível, até porque esta zona está classificada como reserva natural devido à grande variedade de exemplares da vegetação original da ilha.

Das principais zonas turísticas do Faial, está a Ponta dos Capelinhos, situada no extremo mais ocidental da ilha. A visita permite verificar os efeitos da erupção de 1957/58.

É da marina da Horta que partem os barcos de observação dos cetáceos que encontram muito alimento nas águas que rodeiam as ilhas do Faial, Pico e São Jorge. E se ainda tivermos tempo, por que não velejar até outra ilha! ■

Link útil:

www.visitazores.travel



A lagoa de Santiago, muito perto da lagoa das Sete Cidades
The Santiago Lake close to the Sete Cidades Lake



ATA - Associação de Turismo dos Açores



Jesús Martín/Clube Naval de Ponta Delgada

O fundo do mar do arquipélago, com centenas de espécies e de peixes e moluscos, a presença de grandes cetáceos e de golfinhos, é um verdadeiro aquário vivo para os praticantes de observação submarina

The seas surrounding the Azores archipelago are a veritable natural oceanarium with hundreds of species of fish and molluscs not to mention large whales and dolphins. Not to be missed for aquatic divers

ne birds. This is also the ideal spot for diving with small underwater caverns and fissures where one can observe various species like sawfish, long-beaked fish and trumpet fish.

Diving at Cachorro enables one to explore a submarine landscape formed by arches of lava which shelter mullet, pejerrey and sergeant major fish.

A trip to the Princess Alice Banks are recommended which takes about three hours to reach and where there is the opportunity of observing skate, white marlins, manta ray and even sharks.

After your dive, we suggest a trip to the volcano's interior where the Gruta das Torres (Tower Grottoes) display various geological formations: stalactites and stalagmites, latitudinal lava bands, ribbed walls and cords of lava.

Faial or the Blue Island

This island is a sea of hydrangeas in every shade of blue which has given the island its nickname 'The Blue Island.' On this island the only problem that divers will have is choosing a spot to watch the marine life. Around Monte da Guia one can explore the underwater slopes of the volcanic cone, admire the varied submarine landscape with its twisted ropes of lava, underwater cliffs, crevices, sand banks and the many species that live in these waters.

A visit to Caldeira Velha, a 2km wide and 400km deep crater is not to be missed since this area is classified as a Natural Reserve due to the great variety of plant life that is unique to the island.

Of Faial's main tourism areas one of the best is Ponta dos Capelinhos (Place of the Little Chapels) which is situated on the extreme western side of the island. A visit enables one to see the effects of the 1957/58 eruption.

And it is from Horta's marina that observation boats set out in search of the cetaceans (whales, dolphins and porpoises) that gather in the plankton rich waters that surround the islands of Faial, Pico and São Jorge. And if you've still got time why not sail off to another of the islands! ■

Useful Link:

www.visitazores.travel



10 anos de férias em família

Halcon Guimarães

Largo da República do Brasil, 310 - Guimarães
Telef. 253 421 490
Email: halcon936@halcon-viajes.es

halcon.pt

Energias Renováveis



A CAIXA É O 1.º BANCO PORTUGUÊS A PRODUZIR ENERGIA LIMPA.

Depois de, em 2008, ter inaugurado no seu Edifício Sede a maior Central Solar Térmica do País, a Caixa tem também actualmente 80 Agências que são unidades de microgeração de electricidade a partir de sistemas solares fotovoltaicos.

Estas Agências têm assim a capacidade de produzir, com base numa fonte de energia renovável, o equivalente a 10% do seu consumo de electricidade.

A aposta nas fontes de energia renováveis e na eficiência energética insere-se no Programa Caixa Carbono Zero 2010 mas também no compromisso da Caixa como empresa socialmente responsável e sustentável.

A Caixa reconhece o potencial de negócio na adopção de energias de fonte renovável porque geram retorno, constituindo uma prioridade mas também uma oportunidade. Tudo por uma factura mais leve para o Planeta.

Para que a sua empresa também entre no grupo dos produtores de energia limpa, a Caixa disponibiliza uma linha de financiamento para instalação de painéis fotovoltaicos.

Para mais informações, vá a uma Agência, a um Gabinete Caixa Empresas ou a www.cgd.pt/empresas.

Produzimos energia. Geramos retorno. O Planeta Agradece.

www.cgd.pt
tel. 707 24 24 77
8:00h às 22:00h / todos os dias do ano

 **Caixa Geral de Depósitos**