

Feria

Coldkit presente en Hostelco

25 ANIVERSARIO
HOSTELCO

Barcelona 21 a 25 de Octubre
Pabellon 8 / Stand 215 Calle B

Entrevista

Entrevista con el nuevo Director Comercial de Coldkit en España: Ángel Chamizo

"El principal objetivo que nos hemos marcado es posicionar a la compañía en el lugar que le corresponde".

pág. 2

Iniciativas

Coldkit incorpora los nuevos marcos de 1 metro

Esta novedad permite un aprovechamiento máximo del espacio.

pág. 3

Novedad

Coldkit renueva su página web

Con el claro objetivo de reforzar su presencia en Internet, acercarse más a sus clientes y facilitar la comunicación con ellos, Coldkit renueva su página web.

pág. 3

Proyectos

Coldkit suministra las cámaras frigoríficas para la nueva Terminal del Aeropuerto de Madrid-Barajas

Coldkit, a través de su cliente MIGÁN, ha sido el responsable de suministrar más de una veintena de cámaras frigoríficas Matrix para muchos de los restaurantes y locales de la nueva Terminal.

pág. 4

Primeras palabras

Una empresa en continua evolución

La mejora de la comunicación sigue siendo una de nuestras prioridades. Con una nueva y atractiva página web que os invitamos a visitar (www.coldkit.com) y con la edición de este boletín completamos el esfuerzo en comunicación que emprendimos en 2005 con la renovación de nuestra imagen gráfica, la presentación de nuevos catálogos y la puesta en marcha de un completo plan de publicidad. En Coldkit estamos muy satisfechos con los resultados de estas iniciativas.

Ahora, con este boletín que editaremos periódicamente, pretendemos que los profesionales de los distintos sectores en los que trabajamos, que nuestros apreciados clientes y todos los que de una forma u otra trabajan con nuestra empresa, tengan una idea más clara de quiénes somos, de la calidad de nuestros colaboradores y de lo que hacemos. Una vez más, pretendemos estar más cerca de las pretensiones de los mercados y corresponder a sus expectativas.

Coldkit es hoy una empresa en transformación: reclutando nuevos colaboradores de elevada competencia y con una nueva energía, profesionalizando nuestras estructuras operacionales e invirtiendo en calidad y en modernas herramientas de trabajo.

Estamos muy orgullosos de ser hoy uno de los principales actores de este mercado. Todos los días, entregamos productos en todos los puntos de la Península Ibérica, estando presentes en muchísimas de las más prestigiosas inversiones de este país. Hace dos años suministramos cámaras para los Juegos Olímpicos de Atenas, el mismo año participamos en el incremento de la oferta hotelera portuguesa para el Europeo de Fútbol y más tarde en equipar la Ciudad Financiera del Banco Santander. El año pasado, equipamos decenas de estaciones de servicio, renovamos los Paradores de España y, entre tantas otras cosas, instalamos una importante cámara frigorífica en Pescanova y otra en Gelpexe, dos industriales pesos pesados de España y de Portugal. Finalmente suministramos cámaras Matrix para la nueva T4 del madrileño Aeropuerto de Barajas.

Además de la fuerte implantación en España y Portugal, nuestros productos, de calidad europea, están crecientemente presentes en Europa, América Latina, África y Asia. Informaciones y hechos que hemos querido compartir con todos en esta nueva etapa donde la atención y el servicio al cliente, también en comunicación, serán nuestro principal foco de atención.

Un saludo cordial,

Luis Borges
Director General



Ángel Chamizo nombrado nuevo Director Comercial de Coldkit para España

Ángel Chamizo, nuevo Director Comercial de Coldkit: "El principal objetivo que nos hemos marcado es posicionar a la compañía en el lugar que le corresponde: consolidar su liderazgo en el sector Horeca y adquirir mayor presencia en el sector Agroalimentario."



El nuevo Director Comercial de Coldkit, Ángel Chamizo, en su despacho de Madrid.

Así de rotundo se muestra Ángel Chamizo, con toda una vida en el sector comercial y una larga trayectoria dedicada específicamente al mercado Horeca, cuando se le pregunta por el desafío que para él representa asumir la Dirección Comercial de Coldkit. ¿Desafío? **"En dos palabras: crecer e innovar"**.

Desde el pasado mes de Abril, Ángel Chamizo se encuentra al frente de la Dirección Comercial de Coldkit. Llega para liderar un Departamento con amplias competencias en un mercado, el de la refrigeración, que tiene un gran potencial de crecimiento, tanto en España como en el exterior. Con una experiencia comercial de más de 15 años, éste es su segundo desembarco en Coldkit, ya que en una etapa anterior trabajó en la compañía durante siete años y por ello ha estado ligado directamente con el sector, por lo que, como él señala: **"Siempre estuve relacionado con el sector Horeca y Agroalimentario."**

¿Qué objetivos se ha marcado en esta nueva etapa en la Dirección Comercial de Coldkit?

Aunque la actividad de Coldkit está actualmente muy equilibrada, mantenemos firme nuestra apuesta de crecimiento y de introducción de nuevos productos en el sector HORECA, donde pretendemos claramente

convertirnos en una empresa líder en este mercado y seguir con la línea ascendente del 30% anual. Además está el objetivo de recuperar y potenciar las cifras en panel industrial.

Es esencial tener una presencia intensa en el mercado ¿cómo piensa abordar este asunto?

Una de las principales medidas que tomaremos al respecto, a corto o medio plazo, es la nueva incorporación de nuevos Delegados Comerciales en distintas zonas de interés por su potencial demostrado.

En cuanto a estrategia de marca ¿tiene alguna posición o idea nueva?

Coldkit es una marca reconocida y fuerte hoy en el mercado, pero le puedo adelantar que ampliaré incluso su gama de productos en puertas, estanterías, armarios con solución modular, etc.

¿Por su experiencia, cuál es la situación del mercado de la refrigeración en general y en particular para Coldkit?

Éste es un sector en crecimiento, principalmente en grandes instalaciones. Para Coldkit es un buen momento, no sólo en el mercado español, sino que en Europa nuestra meta es continuar con un progresivo crecimiento, siempre con la idea de colocarnos entre los primeros fabricantes europeos de cámaras modulares. Desde luego, es innegable que, por indicativos, el mercado luso acusa mayor recesión que el español en estos momentos, pero también existen mercados emergentes, como los del norte de África, por ejemplo.

¿Cuáles son las ventajas competitivas de Coldkit en el mercado?

En primer lugar, es una empresa creada para ofrecer el mejor servicio y relación calidad /precio del mercado, sin olvidar su compromiso con la Innovación, patente por ejemplo en MATRIX, nuestra cámara estrella. Otra gran ventaja es nuestra cultura internacional y nuestra dimensión mediana, lo que nos permiten enfrentarnos al futuro con tranquilidad y nos coloca en disposición de competir con los mejores fabricantes internacionales. Finalmente tenemos un posicionamiento comercial claro en el apoyo a la labor de nuestros distribuidores nacionales y de nuestros instaladores. Nuestra postura es siempre de respetar su posición de mercado y de facilitar su trabajo.

Nuevos colaboradores en Coldkit

Además de Ángel Chamizo, Coldkit da la bienvenida a otro gran profesional: se trata de **Rui Sanches**, que se incorpora como Director de la fábrica de Portugal; un ingeniero con una importante experiencia industrial. Anteriormente trabajaba en una fábrica de PSA-Citroen. Su objetivo será dinamizar los cerca de 100 colaboradores que Coldkit tiene en la actualidad, y apoyar los importantes proyectos de mejora de calidad y de nivel de respuesta de dicha fábrica.



Para el Departamento de Proyectos, y ante el creciente volumen de trabajo de la compañía, se incorpora un joven colaborador, **Sergio Hontoria**, con el que Coldkit reforzará su capacidad a la hora de elaborar presupuestos y diseños específicos.



Coldkit incorpora los nuevos marcos de 1 metro

A partir de ahora, todas las puertas de 700 y 800 mm de ancho de las cámaras Matrix de Coldkit utilizarán un único marco: de 1000 mm. Esta novedad está suponiendo una auténtica "revolución" a la hora de diseñar la cámara, pues permite un aprovechamiento máximo del espacio. Anteriormente los marcos utilizados para las puertas mayores (empleadas en zonas donde por ejemplo debían pasar "carritos" con la compra, carne, etc.) eran obligatoriamente de 1.200 mm. de ancho. Ahora, con esta nueva configuración es posible reestructurar totalmente el diseño y habilitar zonas para estanterías que antes quedaban inutilizadas. Inmediatamente después del lanzamiento de esta novedad, ECOFRI, S.L., uno de los distribuidores más activos de Coldkit, integrado en el grupo GSF, ubicado en Madrid y con una extensa área de influencia en la zona centro, ya ha solicitado la incorporación de los nuevos marcos para su próxima instalación. Oscar López, responsable de componentes frigoríficos de ECOFRI, confirma las ventajas de disponer de esta nueva medida para sus composiciones y explica que: **"el marco de un metro nos va a permitir multiplicar por dos o por tres las posibilidades a la hora de hacer cámaras y elaborar recintos completos"**. También insiste en la importancia del aprovechamiento del espacio al existir la posibilidad de instalar estanterías en un lateral y, al ser el módulo de un metro se puede ganar incluso 10 cm a cada lado, según la instalación. Por último, Oscar López recuerda: **"el cliente normalmente quiere pasos de 800 mm y busca instalaciones que sean cómodas, rápidas y limpias. Con el nuevo marco de 1 metro se facilitan mucho todas las maniobras dirigidas a satisfacer estas exigencias, al optimizarse al máximo el espacio disponible"**

Matrix integra nuevas Puertas y Portillones

Además de las ofertas de puertas con anchos a partir de 700 mm, Coldkit presenta un nuevo modelo de puerta y portillones de 620, con la misma forma redondeada típica de la Matrix, una exigencia de muchos clientes internacionales. Estas puertas vienen montadas en un marco de 2.030 x 800 mm.

Una Minibloc mejor equipada

Además de la exitosa Matrix, Coldkit reformuló la mini-cámara Minibloc para convertirla en un producto de entrega aún más rápida y sencilla de ofertar. Ahora, la Minibloc se presenta en 26 dimensiones optimizadas, tanto para frío positivo como negativo y resulta más competitiva que nunca. Las 26 configuraciones se han

presentado en un tarifa clara que incluye los diseños de los posibles modelos. Asimismo la Minibloc presenta la posibilidad de incluir una estantería predefinida y un grupo monobloc adaptado, ambos también a precios muy competitivos. Sencillez y competitividad se convierten así en sinónimos de Minibloc.

Importantes acuerdos firmados en Francia



Eurofour, un importante fabricante francés de equipamiento para la fabricación de pan, seleccionó las cámaras Coldkit para su oferta.

Purever France, empresa hermana francesa de Coldkit, que cuenta con un nuevo Centro de Distribución Matrix en Toulouse, acaba de firmar importantes contratos de distribución que suponen la garantía de su crecimiento en los próximos años. Entre ellos destacan: el acuerdo firmado con el principal distribuidor francés GFF, una empresa del Grupo Carrier, y otro alcanzado con el GIF, la principal central de compras de los instaladores franceses, que cuenta en la actualidad con más de 75 socios. Una prueba más de la calidad y competitividad de los productos ofrecidos por el holding.

Coldkit renueva su página web

Con el claro objetivo de reforzar su presencia en Internet, acercarse más a sus clientes y facilitar la comunicación con ellos, Coldkit renueva su página web (www.coldkit.es) que se inicia con su también recién estrenada imagen gráfica. Traducida a cinco idiomas: español, francés, inglés, portugués e italiano, y con un cuidado y dinámico diseño de bienvenida, la nueva Web suscita el interés desde el principio. Su producto estrella, la cámara modular Matrix, recibe al visitante y le ofrece la posibilidad de acceder con un solo "clic" a los detalles de sus principales características: modularidad, facilidad de montaje, diseño y opciones de composición. Además, desde el principio la web ofrece también información acerca de la empresa y del sector en forma de noticias corporativas y eventos de actualidad. Un menú horizontal en la parte inferior de la página guía al visitante por las distintas áreas de interés de la compañía, desde su propia identidad corporativa como parte del grupo Purever hasta completa información de productos y una muy útil área de descargas desde la que el usuario puede acceder a los distintos catálogos de producto. Con esta nueva imagen en Internet la compañía da, sin duda, un paso adelante en su estrategia de comunicación.



Una nueva gama de puertas industriales

Portiso, otra empresa de NG-Purever, holding al que también pertenece Coldkit, acaba de lanzar su nuevo catálogo presentando su completa gama de productos: novedosos modelos de puertas pivotantes y correderas, tanto en su versión comercial como industrial. Esta nueva gama, de atractivo diseño, ofrece adicionalmente una gran facilidad de montaje gracias a su marco de aluminio de fabricación exclusiva que sale premontado de fábrica. Portiso, que es ya uno de los principales fabricantes franceses de puertas aislantes, acaba de iniciar su actividad en España a través de la empresa Portiso Ibérica, comercialmente dirigida por Agustín García, un experimentado profesional del sector. Con gran satisfacción Coldkit integra actualmente esta nueva gama de puertas en sus proyectos industriales. Para más información entrar en www.coldkit.com o www.portiso.com.



Cámaras Matrix para la T4 de Barajas

Mucho se ha escrito ya sobre el funcionamiento de la nueva Terminal 4 del aeropuerto de Madrid-Barajas que capaz de dar servicio a unos 70.000 pasajeros diarios y acoger a un alto porcentaje de los 40.000 trabajadores del aeropuerto. La Nueva Área Terminal del Aeropuerto de Barajas y su edificio satélite, cuenta con dos nuevas plataformas de rodaje, zona de aparcamiento de aviones y una nueva torre de control. Se ha comenzado a operar en las cuatro pistas (las dos actuales y las dos nuevas), con lo que la capacidad del aeropuerto madrileño ha aumentado de forma significativa. El nuevo Barajas ya está haciendo frente asimismo a un gran volumen de pasajeros que entre la espera de la salida de su vuelo, quieren tomarse un respiro en la cafetería. Coldkit, a través de su cliente MIGÁN, ha sido el responsable de suministrar más de una veintena de cámaras frigoríficas Matrix para muchos de los restaurantes y locales de la nue-

va Terminal. MIGÁN fue capaz de trabajar a contrarreloj y con la incomodidad añadida de tener que hacer su labor simultáneamente con el resto de empresas constructoras de decoración de los locales. Trabajando duro, incluso los fines de semana, y sujetos a estrictos controles de seguridad de la T4, se logró con éxito alcanzar la fecha tope de entrega. Las cámaras Matrix instaladas son la nueva solución de Coldkit para el sector HORECA. Una cámara frigorífica ampliamente modular, muy versátil y de innovador diseño de líneas curvas. Permite realizar configuraciones a medida, que se integran a la perfección con el resto del equipamiento de los establecimientos ofreciendo una imagen moderna y prestando un servicio altamente eficaz. Una modularidad inédita de 20 en 20 cm., permite adaptarse a la perfección a las necesidades de cada cliente y a las limitaciones físicas de cada local. Esta modularidad tiene asimismo otra gran ventaja: ofrece un sencillo sistema de montaje (con el consiguiente ahorro en costes) y desmontaje, lo que permite en cualquier momento una fácil ampliación o traslado de la cámara a otro lugar.

En esta ocasión el proyecto supuso la instalación de más de 20 cámaras, Cámaras Matrix, con paneles de diferentes espesores, de 60 y 85 mm. La altura interior de la cámara también fue variable, según las exigencias de los clientes con lo que se sirvieron cámaras de 2,03, 2,23 y 2,43 metros de altura, a las que se incorporaron puertas pivotantes o correderas según la preferencia del cliente.

Terminal T4 del Aeropuerto de Barajas, Madrid



Actualidad

Horeca, un sector dinámico y estratégico

Según un informe de la Federación Española de Hostelería (FEHR), el volumen de negocio que genera el sector de la hostelería en España representa el 7% del PIB y alcanzó los 101.042 millones de euros en 2004. De esa cifra de facturación, el 61% correspondió a cafeterías y bares, el 18% a restaurantes, el 13% a hoteles y alojamientos y el 7% a servicios de catering y colectividades. Estas cifras son lo suficientemente importantes como para convertirlo en un sector económico estratégico, ya que con un censo de 346.000 empresas resulta también una importante fuente generadora de empleo. El mismo informe destaca que en ese año creció el número de restaurantes en un 0,7% y el de cafeterías en un 2,7% con respecto a 2003; por último, señala la necesidad de un esfuerzo por la tecnificación y la innovación para seguir creciendo y abordar con éxito los grandes retos que se plantean el sector en los próximos años.

La tendencia ha continuado positiva y el pasado año el sector hostelero siguió registrando crecimientos más que razonables en el conjunto de la economía. Dentro del sector HORECA, uno de los segmentos que más han crecido en 2005 es el del catering. Según un informe reciente de la consultora DBK, el sector ha experimentado

incrementos globales del 7,4%, alcanzando los 2.454 millones de euros; dentro del catering destacaron los crecimientos de los segmentos de colectividades y el de gama alta, ambos con incrementos del 8,3% respecto a 2004, mientras que el sector de catering para transporte aéreo registró un descenso del 3,2%.

En cuanto al mercado de la restauración, destaca el auge de la llamada "restauración en ruta", con crecimientos tanto en la facturación como en el número de establecimientos existentes. Dentro del sector de la restauración el de las áreas de transporte, ya sea en áreas de servicio de carreteras, ferrocarriles o aeropuertos, éste se ha convertido en uno de los negocios más atractivos, como demuestran sus cifras de facturación de 2005, que han alcanzado los 950 millones de euros entre los 3.200 establecimientos ubicados en áreas de transportes, lo que representa un crecimiento del 9% respecto del año anterior. El crecimiento registrado en aeropuertos destaca entre los otros segmentos de la restauración en ruta, al alcanzar porcentajes del 14% más que en 2004.

Las causas de este impulso para el sector hay que buscarlas sin duda en el incremento del número de viajeros, pero sobre todo en las inversiones realizadas en modernización y equipamiento y en la apertura de nuevos establecimientos en áreas de servicios, estaciones y aeropuertos.