

Coldkit Informa

2/2007

Ferias

Coldkit presente en

Polagra-Tech 2007



17 al 20 de Septiembre
Poznan, Polonia

World Food Ukraine 2007



30 de Octubre / 2 de Noviembre
Kiev, Ucrania

Horeq 2007



24 / 27 Noviembre
IFEMA, Madrid

Nombramientos

Alejandro Mínguez, Director de Marketing y Grandes Cuentas de Coldkit

Alejandro Mínguez es el nuevo Director de Marketing y Grandes Cuentas de Coldkit y último gran fichaje de la compañía.

pág. 2

Sector

Segunda campaña informativa sobre el Anisakis

AESAN lanzó la segunda campaña de prevención de las enfermedades del anisakis.

Abatidores de temperatura: la aportación de Coldkit

pág. 3

Producto

Salas limpias: Coldkit en el "Hospital del futuro" de Siemens en NORMEDICA

Coldkit estuvo presente con su material para salas limpias en la feria Normédica.

pág. 4

ColdKit

Editorial

Una actividad que no cesa

A pesar del recién terminado verano, en Coldkit seguimos inmersos en una actividad incesante y en permanente estado de evolución. Gracias a la confianza de nuestros clientes, nuestras ventas en España crecieron en el primer semestre un 45% en comparación con 2006. Un logro que se extiende a otros países, donde crece nuestra vocación internacional, al estar presentes ya en 20 países de todo el mundo. Cosechamos grandes éxitos en mercados tradicionales, como España y Portugal, al tiempo que reforzamos nuestra presencia en otros más recientes, como Francia y Reino Unido, donde doblamos ventas.

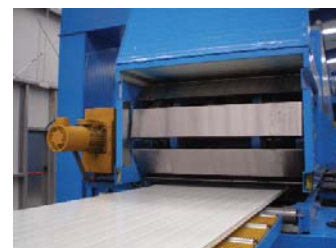


Seguimos abriendo nuevos frentes comerciales. En ello trabaja nuestro nuevo Director de Marketing, al que presentamos en estas líneas, que apuesta claramente por el refuerzo de nuestra imagen con todas las herramientas a su alcance. Como llevar nuestros productos a los más importantes eventos profesionales, como el SHA de Vigo o Normédica en Oporto, dos ferias celebradas hace escasos meses y en las que Coldkit ha obtenido unos resultados más que satisfactorios; y abrir nuevas vías de negocio, tanto en el

mercado de salas limpias como en el de refrigeración. En la actualidad nos preparamos para asistir a las ferias de Polonia y de Ucrania, y también apoyaremos a algunos clientes en su participación en Horeq.

Recién lanzada, sigue triunfando la mini cámara Isark y, ante la necesidad de prevenir el anisakis, en SHA ha llamado intensamente la atención nuestra nueva gama de abatidores de temperatura, así como las nuevas cámaras refrigeradas de conservación de residuos. Coldkit está desarrollando una importante labor de I+D, que aportará a nuestros clientes y distribuidores nuevos productos competitivos y funcionales.

Por último, queremos compartir también nuestra satisfacción por nuestra participación en la nueva fábrica de paneles en continuo PAP - Paneles Aislantes Peninsulares, que se encuentra ya plenamente operativa, habiendo obtenido para nuestro panel la certificación B-s2, d0 de reacción al fuego. La integración de esta amplia gama de productos en nuestra oferta comercial es una tremenda oportunidad que no despreciaremos. Para ser una empresa líder y de futuro, estamos comprometidos en nuevas inversiones para nuestro plan de expansión, que incluirá modernas herramientas y nuevas medidas para mejorar nuestra capacidad de respuesta. Seguimos trabajando



Un saludo cordial,

Luis Borges
Director General

Alejandro Mínguez es el nuevo Director de Marketing y Grandes Cuentas de Coldkit y último gran fichaje de la compañía. Este profesional, que atesora una amplia y completa experiencia en el campo del marketing, desembarca en la empresa asumiendo varios retos, entre los que figura hacer crecer y consolidar la marca Coldkit más allá de nuestras fronteras, intensificando la presencia internacional de la firma.

Durante los últimos ocho años Alejandro Mínguez se ha especializado en la organización de eventos, el lanzamiento y gerencia de tiendas on-line, las relaciones tanto institucionales como con medios de comunicación, la identificación de nichos de mercado para el mejor posicionamiento de productos, el desarrollo de nuevos canales de distribución y la

Alejandro Mínguez, Director de Marketing y Grandes Cuentas de Coldkit

creación y desarrollo de líneas de merchandising.

En Coldkit Alejandro Mínguez ya está trabajando en todos los frentes y aplicando las estrategias de marketing necesarias para potenciar la imagen de la compañía y favorecer el crecimiento de las ventas. Entre sus planes inmediatos, figuran, como él mismo ha destacado, el incremento y mejora de la comunicación, tanto externa como interna de la organización, la elaboración de distintos análisis de mercado y el refuerzo de la publicidad y de las relaciones públicas. Y, por supuesto, el incremento del trabajo en estrecha colaboración con instaladores y distribuidores, auténticas piezas clave en el proceso de crecimiento de la compañía.

También de la mano de este profesional se intensificarán las campañas de marketing directo destinadas a conocer la opinión, necesidades e ideas de los clientes finales, sin olvidar la presencia permanente en las ferias nacionales e internacionales más importantes y el patrocinio de actividades específicas del sector HORECA y Agroalimentario, sectores en los que Coldkit debe ser el primer referente, en lo que a cámaras, puertas y paneles industriales se refiere.

Con la incorporación de Alejandro Mínguez a la compañía, Coldkit apuesta por la innovación en la comunicación, la agilidad y el dinamismo a la hora de potenciar la imagen de la empresa y mejorar, en consecuencia, su cuenta de resultados.

DESPEDIDAS

Desde aquí queremos dar un cariñoso adiós a nuestro compañero Luis Rebelo, Responsable del Departamento de Ingeniería e I+D que ha fallecido recientemente.

Ferías

Coldkit acude a SHA y sigue apostando por la innovación



El interés de Coldkit no sólo se centra en abrir fronteras sino también en consolidar los mercados locales de los países en los que ya está presente. La asistencia a ferias y eventos forma parte de esta estrategia de consolidación de la comercialización.

En ese contexto, Coldkit estuvo presente en la cuarta edición del Salón de Hostelería y Alimentación del Atlántico, SHA 2007, celebrado en Vigo el pasado mes de mayo y que convocó a las más importantes firmas del sector recibiendo la visita de más de 9.000 profesionales de la hostelería.

Coldkit montó su stand en el área destinada a Equipamiento para la Hostelería, Restauración y Colectividades, donde la

marca destacó por su oferta de cámaras frigoríficas de última generación. Además del cierre de operaciones "in situ" Coldkit logró un elevado número de peticiones de información, se concertaron numerosas visitas de distribuidores e instaladores en la zona y surgieron también nuevas oportunidades de negocio, tanto en territorio español como en Portugal y Angola, entre otros.

La cámara **Isark**, que goza de una enorme aceptación en el mercado, fue protagonista absoluto del evento.

Isark es una minicámara desmontable que incorpora equipo de frío y está diseñada para asociar estética y calidad, facilidad de transporte y montaje, precio económico y bajo consumo energético, además de tener un fácil mantenimiento.



Alejandro Mínguez, Director de Marketing con Gonzalo Rei del restaurante El Mercadito

Nuevas cámaras de conservación de residuos

Parte de los equipos que se llevaron a SHA se vendieron allí mismo, resultado del éxito de algunos de sus últimos lanzamientos. Es el caso de los **Contenedores Refrigerados de Residuos**, diseñados para albergar uno o dos contenedores de basura estándar.

Estas cámaras garantizan las mejores condiciones sanitarias y de seguridad ante la proliferación de bacterias, ya que además del equipo frigorífico incorporado son perfectamente estancas.

Altamente funcionales y de sencillo manejo y mantenimiento, estos contenedores tienen además un atractivo diseño, con acabados interiores y exteriores en acero inoxidable, lo que les convierte en aptos para un amplio abanico de usos, desde cocinas profesionales a comercios de todo tipo.



Segunda campaña informativa sobre el Anisakis

El pasado mes de julio, el ministerio de Sanidad y Consumo, a través de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) lanzó la segunda campaña de prevención de las enfermedades del anisakis, en la que se distribuyeron 50.000 carteles y 200.000 trípticos informativos en puntos de venta, restaurantes y establecimientos de comida. Al parecer, y según declaraciones de las propias asociaciones de hosteleros, el Real Decreto para la prevención de la parasitosis por anisakis, que entró en vigor en diciembre pasado, no había calado suficientemente entre los establecimientos de restauración, debido principalmente a la falta de información.

Por esa razón, y por ser el verano y las altas temperaturas una época más propicia para las intoxicaciones alimentarias, la AESAN emprendió las actuaciones necesarias



para reforzar y facilitar la difusión de la información que dicha regulación impone.

La campaña, cuyo lema fue: "Comer pescado es seguro y saludable. El anisakis es muy fácil de evitar" se desarrolló en colaboración con las asociaciones de distribución comercial de productos alimenticios ANGED y ASEDAS, la Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescados (FEDEPESCA), la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR), Cámaras de Comercio e Industria y las cadenas de restauración rápida (FEHRCAREM) y la federación que reúne los caterings y restauración social (FEADRS).

Estas asociaciones, través de sus plataformas logísticas, repartieron el material divulgativo de la campaña en supermercados, hipermercados y pequeñas pescaderías, así como en restaurantes.

Abatidores de temperatura: la aportación de Coldkit



Hay que recordar que la principal medida contenida en esta norma es la obligatoriedad de que los establecimientos (bares, restaurantes, cafeterías, hoteles, hospitales, colegios, residencias, comedores de empresas, empresas de catering y similares) congelen previamente (o compren congelado) el pescado que vaya a ser consumido crudo o poco hecho, al menos durante 24 horas y a -20° . Además

deben informar de ello de manera visible en sus establecimientos, de acuerdo con los requisitos fijados en la normativa comunitaria a través del Reglamento CE 853/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, y del Reglamento CE 2074/2005 de la Comisión.

especial la textura, una de las principales causas de rechazo que suscitó la norma entre buena parte de los restauradores.

Son ya muchos los establecimientos que de ellos ya han podido comprobar que con la técnica de abatimiento rápido y congelación posterior el pescado mantiene intactas todas sus cualidades, tanto nutricionales como organolépticas: textura, olor, color, sabor y aspecto.

La nueva gama "C" de abatidores de Coldkit está compuesta por 4 modelos diferentes, distintos en potencia y capacidad para satisfacer las necesidades de distintos sectores. Así, existen de 3, 5, 10 y 14 bandejas y múltiples posibilidades de equipamiento. Todos los equipos llevan incorporado: panel de control de manejo sencillo e información completa, acabados interiores redondeados que facilitan su limpieza y sonda TAC que controla la temperatura.

Algunos modelos incluyen otras funciones complementarias, como sistema de esterilización mediante rayos ultravioleta y también accesorios opcionales, como impresora portátil, carritos, bandejas, etc.



Para ayudar a todos los operadores económicos afectados a cumplir con la normativa vigente, Coldkit ha lanzado al mercado su gama "C" de abatidores de temperatura, en diferentes modelos y para cubrir distintas necesidades. Los abatidores representan el sistema más adecuado para dar cumplimiento a la ley sin que por ello se vean afectadas las cualidades del pescado, y en



Salas limpias:

Coldkit en el "Hospital del futuro" de Siemens en NORMEDICA



Coldkit estuvo presente con su material para salas limpias en la feria Normédica, que se celebró el pasado mes de mayo en EXPONOR, la Feria Internacional de Oporto, la principal y más antigua institución

ferial de Portugal. Con motivo de Normédica, Siemens Medical Solutions (MED) lideró un proyecto denominado "Hospital del Futuro" que aglutinó a un conjunto de empresas que aportaron soluciones para cada una de las necesidades del mismo. El objetivo del proyecto era mostrar una unidad hospitalaria futurista, aunque ya posible hoy en día, para lo que se realizó un ejercicio simulado en un espacio de 250 metros cuadrados. La estructura clínica montada constaba de: recepción, sala de espera, despacho de consulta, un bloque operatorio, un área de imaginología y una habitación, todos ellos dotados con los más avanzados sistemas de información y tecnologías de ayuda al diagnóstico.

Coldkit contribuyó a este proyecto con paredes, techos, puertas, acabados y perfiles sanitarios. La solución aportada por la empresa fue totalmente vanguardista, tanto por tipos de equipamientos hospitalarios como por los perfectos acabados de paredes, techos y puertas, lo que proporcionó al conjunto de la instalación un aspecto moderno, además de muy lim-



pio y estéril. Con esta colaboración en la simulación "Hospital del Futuro" de Siemens, Coldkit ha dejado patente su compromiso con las salas limpias y áreas controladas. Además, los buenos resultados obtenidos en este proyecto han servido para marcar el inicio de una colaboración estrecha entre Siemens y Coldkit para el suministro de material de salas limpias y su integración en hospitales de última generación. Esta relación se materializará a través de Iberconcept, una empresa de productos hospitalarios muy bien posicionada en el mercado ibérico con la que existe un acuerdo para la construcción en Portugal de al menos dos hospitales dotados de la más avanzada tecnología, tanto en equipos como en instalaciones

Crece la presencia de Coldkit en centros de innovación, salas limpias y laboratorios

En materia de salas limpias, Coldkit está desarrollando en la actualidad nuevos productos y soluciones para incrementar su actual gama con el objetivo de ampliar su participación en el mercado. En ésta como en otras áreas, la intención decidida de la compañía es crecer en el mercado mediante mejoras significativas tanto en el ámbito de servicio como en el de producto, lo que ha empezado ya a dar sus frutos.

Un buen ejemplo de ello es el de CEEIA (Centro para a Excelencia e Inovação na Indústria Automóvel) que ha elegido los productos de Coldkit para equipar sus modernas instalaciones, en realidad laboratorios dedicados a la investigación y la experimentación,

depositando su confianza en la apuesta de Coldkit por las salas limpias de última generación.

CEIIA es la empresa que ha desarrollado la construcción del primer deportivo de fabricación portuguesa, el Vinci GT, en una apuesta por la dinamización de la industria nacional portuguesa a través de la innovación y el lanzamiento de nuevos productos.

Por la relevancia de los proyectos realizados para ellos, también son dignos de mención otros clientes de salas limpias de Coldkit. En laboratorios farmacéuticos destacan GlaxoSmithKline, Labesfal y Orbi; en otros laboratorios, CAPEL Cosmetics, DRO Bio System, especializado en el diseño, producción y análisis de biomoléculas e Indusen, laboratorio dedicado a productos dietéticos; así como el operador global farmacéutico Farmasierra, el Hospital General Universitario de Valencia y la embotelladora de agua mineral de Madrid Valtorre.



Distribuidores en todo el ámbito nacional