

El consumidor medio es cada vez más exigente, tiene una preocupación mayor por la salud y quiere estar más informado sobre lo que come. El etiquetado de los alimentos debe responder a esta realidad pero sigue siendo un asunto en el que los consumidores expresan su insatisfacción. Aunque ha mejorado su percepción en los últimos meses con la aplicación del nuevo reglamento sobre etiquetado, según diversos estudios, entre un 35 y un 40% sigue pensando que el etiquetado de alimentos no responde a sus expectativas. Lo que más se solicita es información sobre in-

Más o menos

JOSÉ IGNACIO
Domingo
GERENTE ASOCIACIÓN
DE INDUSTRIAS
AGROALIMENTARIAS
DE ARAGÓN (AIAA)



A vueltas con el etiquetado

gredientes, información nutricional, fechas de consumo, origen del producto y alérgenos.

Por otro lado, aunque el número de normas se ha reducido en los últimos años, las empresas de alimentación tienen que aplicar todavía demasiadas en el etiquetado de sus productos y el volumen de información es difícil de condensar en un envase limitado de espacio. En algún momento las tecnologías de la información deberán ser aceptadas para aportar soluciones a este problema porque el etiquetado y sus controles tienen un coste para las empresas que hay que tener en cuenta.

Las tecnologías de la información deberán ser aceptadas para aportar soluciones

Todo lo anterior no es óbice para que las empresas alimentarias tengamos que seguir mejorando el etiquetado, pues es uno de los principales argumentos de venta de nuestros productos y no nos podemos permitir seguir defraudando a un 35% de consumidores. Pero en demasiadas ocasiones las pymes agroalimentarias nos encontramos con la inseguridad jurídica en la inter-

pretación de un determinado artículo por la autoridad administrativa, que cuando menos podría ser discutible, pero que en muchos casos suele acabar con una sanción administrativa.

Sería deseable ampliar el apoyo técnico de las administraciones para facilitar que las empresas pongan a la venta un producto con un etiquetado que aporte información de utilidad y comprensible al consumidor, que ayude en las ventas y evite problemas. Las empresas no merecen ser consideradas culpables, ya que para la inmensa mayoría su objetivo es informar con rigor sin confundir al consumidor. ≡

Empresas con crédito

PATROCINADO POR:



Ascensores de bajo consumo

Epic Power desarrolla un sistema para reducir la factura energética en los elevadores

R. BARCELÓ
eparagon@elperiodico.com
ZARAGOZA

Pocos conocen que España es el país con más ascensores de toda Europa, con prácticamente un millón de unidades frente a los 4,8 millones que hay en todo el viejo continente. La energía que liberan estos elevadores en su monótono día a día está detrás de la razón de ser de Epic Power, una *spin-off* (empresa de nueva creación surgida de proyectos de investigación de la Universidad de Zaragoza) que fue concebida para garantizar la menor pérdida de energía posible en estos procesos. De esta forma, el cliente —en estos momentos fabricantes de ascensores, aunque no descartan llegar al usuario final— puede reducir de forma notable su factura energética.

Hoy, esta joven empresa, nacida en el 2013 y que cuenta con hasta ocho socios, tiene la esperanza puesta en una línea de productos que permite que la potencia contratada se reduzca drásticamente, lo que genera ahorros considerables. Para ello, Epic Power ha desarrollado un sistema que almacena energía, muy poco a poco, en

baterías, de modo que la potencia que un ascensor precisa de la red en momentos puntuales (cuando el elevador transporta a cuatro o cinco personas) es mucho menor de lo habitual. «Con carga máxima harían falta unos cuatro kilowatios, pero con este sistema solo necesita 500 vatios», señala la máxima responsable de la empresa, Pilar Molina. Además, con esta nueva tecnología no es necesaria la instalación trifásica, cuyo coste medio ronda los 6.000 euros, ya que solo precisa la conexión a la red eléctrica mediante un simple enchufe.

El sistema permite que la potencia contratada se reduzca y se consigan elevados ahorros

Los cálculos apuntan a un descenso del 70% de la energía consumida por el motor del ascensor

Los mercados en los que la firma espera mayor penetración son Italia, Francia e Inglaterra

La combinación de estos dos factores (ahorro energético y de instalación) ha situado a Epic Power en la rampa de lanzamiento para la comercialización de estos equipos. Su mayor ventaja competitiva a día de hoy es que «este sistema se puede conectar a cualquier ascensor de cualquier fabricante», señala el socio y responsable comercial de la empresa, Luis Jiménez, que añade que en estos momentos solo una multinacional tiene algo parecido, pero solo para «sus propios ascensores». Además, cuenta con la ventaja de que si se va la corriente eléctrica, el ascensor



► El equipo de Epic Power, esta semana, en las instalaciones del Campus Río Ebro.

DEL PROYECTO A LA EMPRESA

INVESTIGACIÓN Y AHORRO

Esta empresa, que nació a raíz de un proyecto de investigación de la Universidad de Zaragoza ('startup'), está integrada por un total de ocho socios y fue concebida para garantizar la menor pérdida de energía posible en ascensores, principalmente en aquellos edificios que transportan gran volumen de personas (hospitales, oficinas y hoteles, entre otros).

puede funcionar de forma independiente, puesto que ha acumulado energía en las baterías, lo que les da autonomía.

Mercado potencial

En España hay en estos momentos unos 800.000 edificios sin ascensor, lo que habla del potencial de negocio que existe, si bien Molina y Jiménez reconocen que la cultura de la eficiencia energética está aún por detrás de la eficiencia económica, principalmente en España frente a otras culturas del norte de Europa. Otro de los puntos a favor de Epic Power es la progresiva recuperación del sector de la construcción, al que va ligada la instalación de ascensores.

Los cálculos que maneja Epic Power hablan de un descenso de hasta el 70% de la energía consumida por el motor del ascensor gracias a su almacenaje. A modo de ejemplo, funciona como el *kers* de la Fórmula 1, que recupera la energía de la frenada para liberarla en las largas rectas para los adelantamientos. Este volumen de ahorro, hace atractivo este sistema para edificios que

transportan gran volumen de personas (hospitales, oficinas, hoteles...), dice Molina.

La empresa, ubicada en una de las naveas del Campus Río Ebro de la Universidad de Zaragoza, ya está en contacto con grandes fabricantes y ha comenzado a comercializar el producto a pymes del sector. Los mercados europeos en los que la firma espera una mayor penetración son, en una primera fase, Italia, Inglaterra y Francia, para luego entrar en los países nórdicos y Alemania.

La hoja de ruta de Epic Power plantea «dos o tres años de desarrollo de productos para el sector del ascensor». A partir de ahí pretenden aplicar estos sistemas a otros campos (grúas, robots de la industria, máquinas herramienta...). Por ahora, ya están pensando en cambiar de ubicación y trasladarse, algo que se producirá «a finales de año», señala la CEO de Epic Power, que estos años se ha financiado gracias a las aportaciones de los socios, a las ventas, al segundo Premio del concurso IDEA y al apoyo de la DGA. ≡

NURIA SOLER