



Durante la jornada se entregaron los diplomas a las nuevas empresas adheridas a la Estrategia. s.e.

## “Luchar contra el cambio climático no debe ser un obstáculo”

### Una jornada mostró el desarrollo de la Estrategia Aragonesa

J. ARNAL

**HUESCA.** - Ecoadeso S.L., de Fraga, y GECA (Gestoría Especializada en Calidad Ambiental), de Huesca se han adherido recientemente a la Estrategia Aragonesa contra el Cambio Climático después de cuantificar cómo con medidas que requieren una escasa inversión han reducido sus costes, consumo energético y emisiones contaminantes.

En el primer caso, han certificado las ventajas de incorporar una caldera de biomasa, destacó Miguel Ángel Araujo, responsable del departamento comercial, y la sustitución de los fluorescentes por bombillas de bajo consumo, además de concienciar a los trabajadores sobre cuestiones de reciclaje. Mientras, desde GECA, detalló Román Villacampa, desde el principio han aplicado once medidas de control como planes de movilidad de personal, compartiendo vehículos, para “intentar ser lo más eficientes posible y menos contaminantes con el medio”.

Ambos testimonios formaron parte de la jornada en la Cámara de Comercio sobre la Estrategia Aragonesa de Cambio Climático y Energías Limpias (EACCL), promovida por el Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón, en la que los asistentes conocieron este marco de actuación y la necesidad de actuar frente al cambio climático.

Durante la inauguración, intervinieron el presidente de la Cámara de Comercio, Manuel Rodríguez Chesa, y la directora general de Calidad Ambiental, Pilar Molinero. La Cámara, como recordó Rodríguez Chesa, tiene encomendada la secretaría técnica de la estrategia con el objetivo de dinamizar las adhesiones, apoyar a entidades y empresas en la elaboración de documentación y los planes de acción requeridos. También detalló las diferentes acciones que desde las cámaras aragonesas han acumulado “para el fomento del ahorro y la eficiencia energética en la empresa”, sumándose tanto a proyectos de ámbito

regional como el Plan Renove de Electrodomésticos como de ámbito europeo como Eco-eficiencia, Life o el de Promoción de la Eficiencia Energética en la Industria.

Molinero insistió en su intervención en que la lucha contra el cambio climático “no debe ser un obstáculo, sino que hay muchas herramientas que servirán de ayuda y redundarán en menores costes, dependencia energética y emisiones”. Ahora, indicó, las actuaciones de reducción deben concentrarse en el “sector difuso”, el transporte, la calefacción doméstica, edificios públicos, agricultura y ganadería.

Tras estas dos intervenciones, se reconoció el esfuerzo de las últimas entidades adheridas a la estrategia, además de las dos mencionadas, la misma Cámara de Comercio, Carbono El Grado y Neoelctra El Grado. A día de hoy son más de 260 las entidades que voluntariamente se han adherido a la Estrategia, un tercio de ellas en el último año. Además, 35 de ellas han implantado planes de acción.

Posteriormente, Guadalupe Zárate, asesora técnica de la Dirección General de Calidad Ambiental, explicó con detalle en qué consiste la Estrategia Aragonesa de Cambio Climático y Energías Limpias, partiendo desde el proceso de elaboración, que se contó con una elevada participación ciudadana e incorporaron más del 68 por ciento de las aportaciones y alegaciones, y detalló los diversos programas con los que cuenta. La adhesión a esta estrategia, apuntó, supone una “ventaja competitiva” y una “acción ejemplarizante”.

Tras las exposiciones de las empresas Ecoadeso, GECA y Desimpacto de Purines Altorricón, quienes explicaron sus respectivos planes de actuación, dos especialistas, Marta Anglada, de Cyclus Vitae Solutions, y Elvira Carles, de la Fundación Empresa y Clima, hablaron del concepto de ‘inteligencia ecológica’ aplicado a la empresa y de experiencias prácticas de identificación y cálculo de emisiones de dióxido de carbono en la empresa.

## Lectura virtual

El pasado 20 de setiembre tuvo lugar en España el lanzamiento de la segunda entrega de “La Trilogía del Siglo” titulado “El invierno del Mundo” del reconocido escritor Ken Follett.

La versión en español tiene el precio de 24 euros y la podemos encontrar en el formato de papel pudiéndolo comprar en las librerías tradicionales o a través de Internet, en este caso con los gastos de envío incluidos en el precio.

También lo podemos encontrar en versión electrónica para Tablet y Libro electrónico por unos 16 euros. Supone una reducción en el precio del 33%. En el caso del idioma inglés, esta reducción alcanza el 50%.

Visto desde fuera, parecería que el libro de papel tiene que tender a desaparecer porque su precio es mayor. Sin embargo, no estamos comparando el mismo tipo de producto, sino modelos de negocio distintos.

El mercado del libro en España está regulado tanto en su precio, como en los descuentos permitidos. La venta por comercio electrónico suele incluir en el precio de venta la distribución del libro por correo ordinario.

El mercado del libro electrónico se trata de un modelo de negocio distinto. Primero, porque es necesario que el usuario disponga de un dispositivo de lectura que tiene un precio entre 100 y 300 euros.

Segundo, porque es necesario que desde ese dispositivo podamos acceder a un distribuidor de contenidos que disponga de una oferta amplia de libros y sea de confianza para la transacción.

Tercero, porque cambia los hábitos de lectura que se tenían con el libro y posibilita un sistema relacional distinto en toda su cadena de valor. Así, que podríamos hablar mejor de lectura virtual en vez de libro electrónico.

El requerimiento de un dispositivo de lectura está posibilitando que se generen ecosistemas cerrados según sea la elección que hayamos considerado. Entre los más destacados nos encontramos Amazon y Apple.

Amazon comenzó siendo un comercio electrónico de libros y ha derivado en un comercio electrónico generalista y en una plataforma de lectura virtual a través de su dispositivo Kindle.

Apple comenzó con la venta de música a través de iTunes para el iPod y ha derivado en un comercio electrónico de contenidos multimedia fundamentalmente para su dispositivo iPad.

Ambas plataformas crean una relación con el cliente diferente según sea su segmentación buscando la fidelización. También es distinta la forma de obtener los ingresos.

El crecimiento de este nuevo modelo de negocio viene del éxito en determinados segmentos de mercado a los que se está aportando valor. Veamos dos segmentos, el de los “commuters” y el infantil.

Los “commuters” (quienes hacen largos traslados al trabajo en medios de transporte público) es uno de los nichos de mercado tanto del Kindle como del iPad porque permite un entrenamiento durante el trayecto.

Los niños (que habitualmente tienen que desplazarse a casa de los abuelos o durante el fin de semana) es otro nicho de mercado porque permite disponer de todos los libros de forma fácil y sin ocupar espacio.

En ambos casos, el Kindle es el más utilizado por su precio inferior, menor peso y tamaño y por la gran duración de las baterías que hace que no tengamos que preocuparnos en cargarlas. Su valor añadido es la usabilidad.

El iPad no cuenta con los anteriores parámetros de usabilidad, pero permite muchísimas más funciones que el Kindle en aplicaciones multimedia, comunicaciones y acceso a Internet.

Ambas plataformas son entornos cerrados (a diferencia de las Tablet con Android) que posibilitan una relación cercana y segura con el cliente utilizando sus canales propios. Apple, el iTunes y Amazon, la Kindle Store.

Esta relación de fidelización permite una adaptación de la fuente de ingresos basándose en la segmentación de los clientes, pudiendo adaptarse mejor a sus necesidades. No es lo mismo un usuario ocasional que uno extensivo.

En el caso de Amazon, al buscar una fidelización del usuario, vende el Kindle a un precio muy competitivo para que no sea una barrera de entrada al nuevo modelo de negocio de la lectura virtual.

DANIEL VALLÉS TURMO

CEEI Aragón

## Reducir costes con ahorro energético

D.A.

**HUESCA.** - La Cámara de Comercio de Huesca y el Clúster Biomasa & Energía CEB&E organizan el martes día 9 una jornada para explicar las oportunidades de negocio y de ahorro que ofrecen las biomásas. Posteriormente los asistentes tendrán oportunidad de mantener reuniones privadas con cada uno de los ponentes.

Cada día los costes energéticos de empresas e industria crecen hasta suponer una parte importante de los gastos constantes de una actividad. Esta situación y las ventajas que ofrecen las energías renovables para reducir costes en edificios residenciales, la industria y ganadería son una oportunidad para ahorrar la factura de una energía que cada día pagamos más cara.

Esta jornada, titulada “Las biomásas, oportunidad de negocio y ahorro energético”, está dirigida a empresarios, profesionales y emprendedores, grandes y medianos consumidores de energía térmica, inversores, propietarios de fincas forestales o con posibilidades de desarrollar cultivos energéticos, asociaciones y cooperativas agrícolas generadoras de biomásas residuales y demandantes de energía en general. Los profesionales, emprendedores e instaladores tendrán una oportunidad de conocer por parte de especialistas las oportunidades que representan las empresas de Servicios Energéticos (ESEs).

Los interesados en asistir pueden consultar los requisitos de participación e inscribirse en la web [www.camarahuesca.com/cursos](http://www.camarahuesca.com/cursos), o por correo electrónico en la dirección del Clúster CEB&E, [clusterbiomasayenergia@ecobiomasa.com](mailto:clusterbiomasayenergia@ecobiomasa.com).

### “Winter of the World” (Follett)

Librería tradicional

21,40 €

Tablet

11,60 €

Kindle Amazon

10,02 €