

Compás de espera por la legislación y la coyuntura

- [Noticias de Alimentación](#)

[Equipamiento Comercial](#)

17/11/2023

- E.C.

Desde que se aprobó el reglamento F-Gas se ha reducido notablemente el consumo de gases HFC. Sin embargo, en los últimos tiempos esta reducción se ha ralentizado. ¿A qué cree que se debe? Santiago Zorrilla Díaz, director comercial y de marketing de AHT Cooling Systems Iberia: principalmente, el motivo del aumento en su uso ha sido fruto de la bajada “puntual” de los precios de tales gases. En los inicios de la F-Gas, los precios de los gases fluorados sufrieron una subida drástica, lo que hizo replantearse muchas cosas. Actualmente, la distribución está en una fase de estudio y análisis sobre el tipo de sistema para sus establecimientos y con qué tipo de gases pueden contar para sus instalaciones, independientemente del coste “inicial” de estos gases HFC. En esta línea, las alternativas se reducen a instalación en CO₂, con el consiguiente temor por su complejidad (tanto en puesta en marcha como mantenimiento), por las altas presiones que soporta una instalación, sin dejar de mencionar la falta de personal cualificado existente, o instalación Waterloop (R290), una alternativa polivalente por su sencillez, flexibilidad y con un bajo coste tanto en la instalación como en su mantenimiento.



Gianluca Prevato, director general de Arneg España: el motivo principal de la reducción es una cuestión de coste.

Sergio Isabel Cruz, director de área de Europa el Sur de Carrier Refrigeración Comercial: en nuestro caso, nuestro mix de clientes lleva apostando muchos años por soluciones sin gases HFC.

Diego Ortega Comunian, director de marketing de Epta Iberia: la F-Gas es un reglamento diseñado para la reducción del consumo de gases HFC que por su propia concepción prevé reducciones escalonadas. Esto hace que haya años de referencia en los que se nota particularmente el efecto de la norma, como fueron los años 2018 y 2021. Por otra parte, no olvidemos que se trata de una norma que afecta de manera importante a la operativa del retail alimentario e implica inversiones considerables sobre sistemas y equipos con largos tiempos de amortización que, lógicamente, se intentan cumplir según el plan financiero de cada empresa. Asistiremos el año que viene a una nueva reducción, puesto que para 2024 está definido un nuevo escalón.

Alfonso Antoñanzas, director general de Exposición y Conservación de Alimentos (Exkal): el principal motivo es que llevamos muchos años sin cambios. Con la revisión de 2024, la reducción de cuotas de fabricación es tan importante que tendrá un fuerte impacto en el consumo.

Roberto J. Solsona Caballer, CEO de Frost-trol: hay todavía un elevado número de establecimientos con equipos operando con HFC que tendrán dificultades para realizar el mantenimiento de los muebles por la reducción y eliminación de estos gases. Las nuevas aperturas ya se decantan por tecnologías basadas en refrigerantes naturales, pero todavía son muchas las tiendas que han de reformarse para poder adecuarse a lo que marca la norma. Por otro lado, es necesario que las empresas instaladoras cuenten con un mayor número de



profesionales cualificados en sistemas de refrigeración con CO2 para hacer frente a la gran cantidad de proyectos tanto de aperturas como de reformas que se presentarán ante ellas en los próximos años.

Mario Saltor, Business, director de negocio de Horeca Global Solutions (grupo Eurofred): existe cierta incertidumbre en la industria, al menos hasta que se conozca el contenido exacto del nuevo reglamento. Lo cierto es que los nuevos gases exigen profesionales mejor preparados y estos escasean, especialmente en lo que respecta al CO2. Este puede ser uno de los motivos por los que el avance de los refrigerantes ecológicos se haya visto un poco ralentizado.

Víctor M. Roldán Arróniz, director de producto y marketing de Infrico: en el entorno de nuestra compañía el uso de instalaciones para HFC se ha reducido notablemente, por lo que no hemos tenido una ralentización de la bajada en el consumo de estos. La nueva normativa europea en relación con los gases, así como la subida del precio de la electricidad, del gas y las necesidades cada vez más importantes del retail para adaptarse rápidamente a los cambios del mercado hacen que los fabricantes tengamos que buscar nuevas soluciones. Hoy los clientes demandan productos que supongan un ahorro en términos energéticos y con un menor impacto medioambiental.

¿Qué repercusiones está teniendo en el mercado de frío comercial el entorno económico y sociopolítico?

Santiago Zorrilla Díaz (AHT): la situación política inestable en España, primero, no ayuda a la evolución del mercado, viéndose frenada la inversión extranjera. Por otro lado, el índice de confianza del consumidor, aunque algo volátil, lleva en el acumulado del año una tendencia a la baja, lo que ocasiona igualmente incertidumbre ante nuevas aperturas e inversiones. Existe una tendencia de la reducción en aperturas de grandes espacios comerciales (formato



profesionales cualificados en sistemas de refrigeración con CO2 para hacer frente a la gran cantidad de proyectos tanto de aperturas como de reformas que se presentarán ante ellas en los próximos años.

Mario Saltor, Business, director de negocio de Horeca Global Solutions (grupo Eurofred): existe cierta incertidumbre en la industria, al menos hasta que se conozca el contenido exacto del nuevo reglamento. Lo cierto es que los nuevos gases exigen profesionales mejor preparados y estos escasean, especialmente en lo que respecta al CO2. Este puede ser uno de los motivos por los que el avance de los refrigerantes ecológicos se haya visto un poco ralentizado.

Víctor M. Roldán Arróniz, director de producto y marketing de Infrico: en el entorno de nuestra compañía el uso de instalaciones para HFC se ha reducido notablemente, por lo que no hemos tenido una ralentización de la bajada en el consumo de estos. La nueva normativa europea en relación con los gases, así como la subida del precio de la electricidad, del gas y las necesidades cada vez más importantes del retail para adaptarse rápidamente a los cambios del mercado hacen que los fabricantes tengamos que buscar nuevas soluciones. Hoy los clientes demandan productos que supongan un ahorro en términos energéticos y con un menor impacto medioambiental.

¿Qué repercusiones está teniendo en el mercado de frío comercial el entorno económico y sociopolítico?

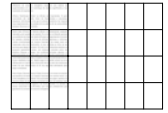
Santiago Zorrilla Díaz (AHT): la situación política inestable en España, primero, no ayuda a la evolución del mercado, viéndose frenada la inversión extranjera. Por otro lado, el índice de confianza del consumidor, aunque algo volátil, lleva en el acumulado del año una tendencia a la baja, lo que ocasiona igualmente incertidumbre ante nuevas aperturas e inversiones. Existe una tendencia de la reducción en aperturas de grandes espacios comerciales (formato



hipermercado) a favor de tiendas más pequeñas, de barrio (supermercados, tiendas de conveniencia...) producido por un cambio en los hábitos de consumo. El cliente va a hacer su compra, especialmente en producto fresco, de una manera rápida y, sobre todo, a diario. Los cambios que se van produciendo en las tiendas se centran en mejorar la experiencia de compra del usuario, reduciendo el consumo de energía al elevar la eficiencia de los equipos e instalaciones.

Sergio Isabel Cruz (Carrier): el contexto económico y sociopolítico ha ralentizado la ejecución de las reformas y puede crear un problema a medio plazo.

Diego Ortega Comunian (Epta): estamos en un momento de policrisis. Todavía saliendo del parón económico provocado por el Covid-19 afrontamos una crisis energética provocada por la guerra de Rusia y Ucrania, además de una crisis alimentaria siempre debida al mismo conflicto que, a su vez, nos ha llevado a una situación de fuerte incremento de los precios con una economía europea renqueante. Además, en poco tiempo, se ha incrementado de forma notable el coste del dinero y, por tanto, de las inversiones. En clave nacional debemos añadir a estas crisis un año de elecciones generales en el que está tomando mucho tiempo la formación de un nuevo Gobierno. Todos estos elementos indiscutiblemente afectan a la toma de decisiones: la inversión por parte de las empresas se ralentiza y en particular en la distribución alimentaria, que opera con márgenes muy ajustados. Tenemos por delante un horizonte turbio difícil de prever. Sin embargo, si miramos hacia atrás, en situaciones de crisis el sector ha reaccionado siempre mostrando su resiliencia. Desde Epta vemos ahora una nueva oportunidad de hacer valer las prestaciones "Best in class" de nuestros equipos que consiguen las mejores clasificaciones energéticas reduciendo sus consumos y contribuyendo a reducir los costes operativos de los usuarios finales que compiten en un mercado con márgenes muy contenidos. La



diferencia de consumo energético anual en una cadena de supermercados sin duda contribuye de manera significativa a los resultados de explotación.

Alfonso Antoñanzas (Exkal): los efectos son importantes. El gran crecimiento del mercado viene vía franquiciados y asociados, empresas individuales, a las que el entorno económico les impacta muy negativamente. Las subidas de los precios de los consumibles tampoco favorecen la inversión.

David Casu (Fricon): el entorno afecta a prácticamente cualquier mercado y, por supuesto, al nuestro. Por un lado, la inflación general y la subida de los tipos de interés dificultan la capacidad de inversión de nuestros clientes a la hora de afrontar aperturas o reformas, viendo incrementados de manera importante los costes, tanto de materiales como de financiación, lo que ralentiza el ritmo de las acciones que desean acometer. Por otro, la incertidumbre debida a la situación geopolítica actual, con tensiones enormes entre los distintos bloques y países, con conflictos armados abiertos, o, particularmente en nuestro país, con una situación prolongada de interinidad gubernamental, no ayuda a la toma de decisiones ante un futuro realmente incierto. Desde luego la situación actual no es la idónea para un crecimiento natural del mercado, pero me consta que todos los que intervenimos en él nos seguimos esforzando para seguir avanzando.

Mario Saltor, Busines (Horeca Global Solutions): sin duda la situación sociopolítica ha tenido un impacto importante en nuestro sector. La crisis energética y la inflación han provocado una mayor cautela a la hora de invertir en tecnología y actualizar equipos. Sin embargo, esto no es necesariamente negativo, de hecho, también ha llevado a buscar soluciones más eficientes, que incluyan prestaciones que garanticen el control del consumo energético.



Víctor M. Roldán Arróniz (Infrico): la repercusión principal de estar envueltos en este entorno económico y sociopolítico es la ralentización de las decisiones principales de inversión, por lo que el mercado se resiente de forma notable en todos los agentes involucrados en él.