

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

NUEVA MODALIDAD/ LA COMPAÑÍA MACSA HA DESARROLLADO UN APARATO PARA LA CODIFICACIÓN DE BIENES, LLAMADO 'ICON', QUE IGUALA EL PRECIO DE LOS SISTEMAS DE TINTA, FÁCILMENTE BORRABLES, DE MENOR RESOLUCIÓN Y POCO ECOLÓGICOS.

La producción 'made in Spain' democratiza el código secreto de los productos

ANÁLISIS por E. Arrieta

Coja una lata de un refresco y dele la vuelta. Verá una serie de números referentes al lote, la fecha de caducidad y, probablemente, la fecha de envasado. Se trata de una señal única que permite identificar cada producto y, en caso de un problema, conocer su origen y los posibles responsables.

La mayor parte de las marcas de codificación de productos se realiza mediante una máquina de impresión de tinta. Este sistema tiene una inversión inicial de unos 6.000 euros por máquina, más 2.000 euros anuales en consumibles, es decir, la tinta, disolventes, filtros y mantenimiento.

Como alternativa, existen codificadores láser, que no requieren de tinta, pero, hasta ahora, su coste en el mercado era de 16.000 euros, más un mantenimiento anual de entre 200 y 300 euros. Se tarda cuatro años en amortizar la inversión. Sólo el 5% de máquinas de identificación en el mundo son láser.

“Las ventajas del láser son evidentes. La tinta se puede borrar, no siempre se lee bien y, además, es muy contaminante y no se puede reciclar. Algunos consumibles contienen alcoholes de altas densidades, muy perjudiciales para el medio ambiente”, asegura Jordi Piñot, director general de la compañía española Macsa. “Las máquinas de tinta suelen ser, asimismo, delicadas y sufren múltiples averías, y son más lentas que las láser”, añade.

El proyecto

Macsa ha decidido poner punto y final a las barreras de entrada de la tecnología láser en el mercado. “La producción de estas máquinas se importaba de EEUU, lo que disparaba el precio. Si queríamos vender codificadoras láser a un precio de venta de entre 8.500 y 9.000 euros, era necesario convertirnos en productores”, relata Piñot.

El proyecto de desarrollo de esta tecnología ha necesitado más de tres



Imagen del equipo de codificación 'iCon', de la empresa española Macsa.



El mismo aparato, desde una perspectiva frontal.

años y una inversión de tres millones de euros, con el apoyo del Cdti.

El producto resultante de este proyecto se llama *iCon* y, de tener éxito, podría desmontar las bases de la ac-

Las farmacias deberán cambiar sus lectores de códigos de barras durante el próximo año

Macsa no ha iniciado aún el suministro de estos equipos pero ya tiene una cartera de pedidos

tual industria de aparatos de codificación. Macsa no ha iniciado aún el suministro de estos equipos, pero la cartera de pedidos está “asegurada para los próximos tres meses”, indica Piñot. La compañía, con una facturación de 18 millones de euros el año pasado y una plantilla de 100 personas, exporta ya a sesenta países del mundo.

Uno de los factores que podría resultar clave en la aceptación de *iCon* en el mercado es la próxima puesta en vigor de una ley, que obligará a que los medicamentos sustituyan los tradicionales códigos de barras por los llamados códigos en 2-D, que incluyen información como el número de

Antes y después

INFORMACIÓN

La codificación se realiza durante el proceso de embalaje, y señala datos como la fecha de caducidad, la hora de fabricación y los componentes.

SEGURIDAD

En caso de problema, los códigos permitirán saber qué elementos contiene el producto y qué personas se encargaron de su producción.

INVERSIÓN

Las máquinas de certificación cuestan 6.000 euros, más 2.000 euros anuales; el nuevo 'iCon' costará 9.000 euros, más 300 euros anuales.

lote y la fecha de caducidad. Esta normativa obligará a las farmacias a contar con lectores especiales. La máquina *iCon* puede programarse para realizar códigos de este tipo. Los productos médicos son, precisamente, de los que exigen más datos en sus identificaciones. “Algunos códigos desvelan, por ejemplo, la hora y minuto exactos de su fabricación, en qué línea de montaje se produjo y los componentes que tiene”, concluye Piñot.

Air France prueba emitir las tarjetas de embarque vía móvil

Expansión. Madrid

Los socios del programa de pasajeros Club Airport Premier (CAP) del Aeropuerto de Niza y del programa de viajeros frecuentes de Air France que vuelan entre Niza y París Orly han estrenado en pruebas, desde el pasado 16 de abril y hasta el próximo 30 de octubre, un nuevo dispositivo de embarque llamado *Pass & Fly*.

Este proyecto piloto simplificará el reconocimiento de los pasajeros, la asignación de los puntos CAP y el embarque en el avión mediante el uso de teléfonos móviles con tecnología NFC, una conexión inalámbrica de corto alcance basada en sistemas avanzados de identificación por radiofrecuencia (RFID).

El sistema NFC se integra en los terminales móviles para permitir la interacción entre aparatos electrónicos. Así, el pasajero puede identificarse y obtener una tarjeta de embarque digital con sólo pasar su teléfono móvil por un lector instalado en el aeropuerto. El aparato identifica inmediatamente al pasajero y carga la tarjeta de embarque digital en el teléfono.

El sistema funciona, incluso, cuando el terminal se encuentra apagado o sin batería.

Colaboración

Pass and Fly es un proyecto de I+D iniciado por el Aeropuerto de Nice Côte d'Azur y Air France, en colaboración con Amadeus e IER.

Amadeus ha desarrollado las aplicaciones informáticas, el sistema de control de salidas y los lectores instalados en el aeropuerto, mientras que IER ha construido y suministrado las terminales y lectores NFC. Air France, por su parte, ha puesto a disposición del proyecto las tarjetas de embarque electrónicas.



¿A que la marca sí es importante?

Medicamentos de marca, medicamentos de confianza.

En cada marca farmacéutica, hay un prestigio ganado. Una confianza. Una garantía.

Una identificación con sus atributos. Un largo trabajo de investigación, de innovación, de desarrollo.

Por eso cuando se elige un medicamento de marca, se elige mucho más que un medicamento.

farmindustria