

Entrevista a Gerrit Wassink, RFID General Manager de Tyco ADT

Por Elena Hernández



GERRIT WASSINK

RFID General Manager
de Tyco ADT RFID



Breve biografía

Gerrit Wassink tiene más de 20 de experiencia en la industria de la cadena de suministro global. Ha trabajado en compañías como FedEx, TNT, Marconi y General Electric. Durante su estancia en Marconi, Gerrit estuvo involucrado con el desarrollo de soluciones RFID para incrementar la visibilidad de la cadena de suministro. Desde hace dos años, Gerrit trabaja en ADT para dirigir la unidad de negocio de RFID a nivel europeo. Gerrit tiene 47 años, está casado y tiene tres hijos.



En el RFID Networking Forum, celebrado recientemente, presentó junto a UPM y su compañero David Berglund una sesión sobre: “The Gen2 case-level tagging challenge”, ¿En qué se centró? ¿Qué intentó hacer ver a los asistentes?

La idea era probar a los participantes que la RFID UHF Gen 2 es adecuada para el seguimiento a nivel de artículo, como en los casos de cajas que contienen teléfonos móviles u otro tipo de ítems como ropa.

¿Cómo nos podría resumir rápidamente la relación de palabras RFID y ADT?

ADT es un proveedor de soluciones RFID end-to-end capaz de proporcionar soluciones a varias industrias alrededor de Europa.

ADT está muy involucrado en el piloto del retailer Tesco, ¿nos podría decir en qué puntos y hasta dónde está involucrado? ¿Qué nos podría decir sobre el proyecto piloto? ¿Se han empezado a especificar beneficios cuantitativos y cualitativos?

Nuestra empresa participa en el proyecto del retailer a nivel de capa física, es decir, en el hardware RFID, también en el middleware RFID, el despliegue, el trabajo de instalación, además de en el espacio de pruebas. En lo que se refiere a cuestiones acerca de los beneficios específicos a nivel cuantitativo y cualitativo, preferimos no opinar, se lo dejamos directamente a Tesco.

¿En qué otros proyectos, que se puedan comentar, está involucrado ADT?

Estamos participando en otros proyectos en el sector minorista por toda Europa, así como también estamos involucrados en proyectos RTI (returnable transport item), de equipajes en los aeropuertos y otra clase de iniciativas en la cadena de suministro para ítems de alto valor.

En su opinión, ¿cuál cree que son los dos o tres beneficios más importantes para la cadena de suministro de un retailer?

En primer lugar, una mejor visibilidad en la localización de las mercancías, en segundo, menos inventario en la cadena de suministro y, por último, un mejor servicio al cliente y reducción de costes para el cliente final.

Respecto a las opiniones abiertas acerca de si las bandas frecuenciales están en guerra o son complementarias. ¿Qué piensa? ¿Por qué?

Estamos al corriente del conflicto entre las frecuencias para RFID en algunos países europeos y la banda militar. Hemos sido informados que la banda militar estará disponible para RFID a finales de este año o a principios del que viene. De momento, podemos trabajar con licencias temporales.



Teniendo en cuenta su dilatada experiencia en RFID, pero sobretodo en pilotos. ¿Qué le diría a un alto ejecutivo de una empresa sobre la RFID en tres minutos?

Le explicaría que puede hacer la tecnología RFID para su empresa y como podría dinamizar sus procesos de negocio permitiendo a su compañía producir mejores resultados para sus accionistas.

Bajo su punto de vista, ¿cuáles son los pasos para iniciar un proyecto piloto? ¿Qué se debe obtener de él? ¿En qué punto iniciaría un piloto en una cadena de suministro, en el centro de distribución, en el punto de venta o en la fabricación?

Primero cabría analizar si existe un caso de negocio (business case). Después, habría que hacer una encuesta de sitio y proyectar los procesos actuales, además de fijar un tiempo para el piloto. En cuarto lugar, empezariamos en la cadena de suministro.

Últimamente se está hablando mucho de RFID a nivel de ítem, sobretodo en la industria textil y farmacéutica. ¿Cree que pueden ser sectores que dinamicen la RFID?

Con los actuales productos de Gen 2 que se están introduciendo en el mercado, la posibilidad de hacer el seguimiento de las mercancías, como por ejemplo, ropa o productos farmacéuticos a nivel de ítem, ha mejorado de forma espectacular. Por lo tanto, ADT está profundamente involucrado en algunos proyectos a nivel de ítem.

¿Qué diferencias ve o piensa que hay entre EEUU y EU en la RFID? ¿Cree que la banda de frecuencias establecida en Europa es suficiente o debe modificarse? ¿Por qué?

Creo que Estados Unidos se encuentra en una mejor posición para implementar tecnología RFID desde que existen menos restricciones, además de muchos más canales, en concreto 50, de los que tiene Europa, un total de 10.

En un artículo suyo en la revista Packaging Professional da elevada importancia a los estándares, ¿Es en la RFID el punto más importante para su desarrollo? ¿Cuál cree que es la situación actual? ¿Qué opina de la publicación de la ISO 18000 6C?

El hecho de disponer de buenos estándares es importante desde que la tecnología RFID opera en una red abierta donde tenemos que ser capaces de leer tags Gen 2 de todo el mundo con lectores RFID de diferentes fabricantes.



¿Podría atreverse a decirnos que nos depara el futuro de la RFID?

En un futuro cercano tendremos grandes roll-outs en el área de RFID especialmente cuando la tecnología esté más madura y se resuelvan aspectos como las dificultades actuales en el funcionamiento simultáneo de varios lectores operando al mismo tiempo en DC.

¿Cuál es su valoración de este año 2006 respecto a la RFID?

Este año se ha introducido la Gen 2 lo cual significa un paso más allá muy importante. Para el próximo 2007, espero grandes roll-outs en el sector minorista.

Para terminar, ¿Cómo ve el mercado español? ¿Qué estrategia sigue ADT?

Vemos que el mercado español está creciendo rápidamente y nosotros vamos a incrementar nuestros esfuerzos en RFID expandiendo el equipo de responsables de negocio RFID cualificados así como el de personal de soporte.

