

Entrevista a Jan-Willem Reynaerts, responsable mundial de gestión de la línea de producto de RFID de NXP Identification.

Por Elena Hernández



**Jan-Willem
Reynaerts**

**Responsable
mundial de gestión
de la línea de
producto de RFID**



Reynaerts cuenta con más de 15 años de experiencia en la industria de los semiconductores. Entre sus responsabilidades se incluyen el desarrollo de estrategias para dirigir el desarrollo de la RFID en NXP.

La carrera de Jan-Willem Reynaerts empezó en 1982 en el Philips Research Laboratory y luego ocupó varios puestos en Philips focalizándose en la venta de producto y la gestión de marketing.

Antes de dirigir el negocio RFID, Reynaerts fue responsable de Philips Voltage Regulator Module Solutions Group, con sede en Portland, Oregon, Estados Unidos.

Cuenta con un BS en Ingeniería Electrónica de la Universidad Técnica de Eindhoven, Holanda y con una especialización en gestión de marketing del Institute for Career and Development en Holanda.

Está casado y tiene tres hijas. Actualmente vive y trabaja en Austria.



NXP nace de la empresa Philips Semiconductors, ¿Nos podría explicar brevemente la orientación de NXP en el mercado RFID? ¿Qué líneas de negocio tienen establecidas? ¿Cuáles son sus objetivos a medio y largo plazo?

Desde que hemos pasado a ser NXP, nuestra estrategia no ha cambiado. Continuamos estando muy centrados en el liderazgo dentro del mercado RFID. Y lo conseguimos estando altamente focalizados y desarrollando soluciones en todas las principales bandas de frecuencia RFID (LF, HF y UHF).

NXP tiene un grado de implantación elevado en soluciones para bibliotecas, gracias a acuerdos con grandes empresas para introducir sus chips, ¿A que es debido? ¿Qué grado de especialización necesita una solución para este sector? ¿Tiene unas necesidades concretas según la NISO (US National Information Standards Organization)? ¿Qué diferencias hay entre EEUU y Europa?

Nuestro principal objetivo ha sido durante muchos años el mercado de las bibliotecas. Tanto que hemos sido capaces de entender los requerimientos cada vez más exigentes y desarrollar productos que han demostrado ser muy efectivos para afrontar estos retos.

En Junio de 2007 NXP Semiconductors creó un centro de diseño de referencia (Referente Design Centre –RCD-)¿Qué objetivos tiene definidos?

El último desarrollo tecnológico en RFID es en el área de la UHF, que permite aplicaciones RFID de amplio rango, como gestión de cadena de suministro en entornos minoristas y otras aplicaciones logísticas. La UHF es una tecnología más compleja que la HF o la LF. Nos decidimos por la UHF con el objetivo de desarrollar los mejores posibles productos en UHF, necesitábamos entender realmente como nuestros clientes podrían experimentar utilizando la tecnología UHF. Para esto, necesitábamos recrear el entorno de aplicación real, que hicimos en el RDC. El objetivo es utilizarlo para aprender acerca de las características específicas de la tecnología UHF y utilizar este know-how para optimizar nuestros productos.

Dentro de la gama de chips RFID en UHF que ofrece el mercado, ¿que línea estratégica sigue NXP para diferenciarse de otros fabricantes? ¿Cuál es su orientación a futuro en el diseño de chips?

Con la intención de diferenciarnos, ofrecemos productos tanto con funcionalidades básicas (pero todavía según los estándares globales), así como productos en los que se añaden ciertas características. Ejemplos de esto son memorias de usuario adicionales, o características de EAS o de seguridad, que otra vez están dirigidas a prestar la máxima atención a los requerimientos (futuros) de nuestros clientes.



NXP tiene el chip de EPC Gen2 con mayor capacidad de memoria, ¿Considera que los chips Gen2 necesitan elevada memoria a costa del precio o se debe minimizar para bajar su precio?

La respuesta es que necesitamos ambas cosas, en línea con la respuesta comentada anteriormente.

Durante más de un año Impinj ha tenido el monopolio de los chips UHF Gen2, ¿ha dificultado esta situación la introducción de nuevas empresas al sector? ¿Cómo han acogido los nuevos productos empresas como UPM Raflatac?

Realmente no. Nos hemos encontrado con que los clientes están buscando constantemente los mejores productos que añadan el mayor valor para sus clientes. Nuestros nuevos productos de Gen2 han sido muy bien recibidos en el mercado, tanto en términos de funcionamiento como de coste.

Nos podría explicar brevemente la situación del mercado de chips en 2007 y como ve el 2008.

El mercado de chips RFID en 2007 mostró un menor crecimiento comparado con los años anteriores. Observamos un crecimiento más fuerte otra vez en este 2008 y en el futuro debido a las continuas mejoras en el rendimiento y coste de los productos lo que está provocando un incremento del interés en compañías que esperan descubrir cómo la RFID les puede proporcionar beneficio.

¿Que grandes diferencias ve entre los mercados de EEUU, Europa y Asia?

En la RFID, observamos más mercados establecidos y aplicaciones existentes en Asia y Europa. Con respecto a la cadena de suministro minorista, vemos que Estados Unidos toma el liderazgo, aunque también en Europa existen niveles de actividad crecientes.

