

Entrevista a Daniel Rodríguez, director de Saident



Saident, pionera en la dedicación exclusiva a soluciones RFID (Radio Frequency Identification), se fundó en 2003 con el objetivo de especializarse en la consultoría, la integración y el desarrollo de soluciones avanzadas de identificación basadas en tecnología RFID implantando las primeras instalaciones en España en diferentes sectores (tan dispares como el de la joyería, el industrial y el residencial sanitario). Siendo pioneros en el uso del estándar EPC (Electronic Product Code), llevó a cabo la primera implantación a nivel nacional del estándar EPC en un entorno de producción real (KH Lloreda)

Elena Hernández

RFID Magazine - Sident es una empresa integradora dedicada al 100% a la RFID. ¿Qué orientación han establecido?

Daniel Rodríguez - Los sectores y niveles de aplicación de la tecnología RFID son muy amplios. Todo lo que nos rodea es susceptible de ser identificado o trazado a uno u otro nivel, por lo que desde la constitución de Sident nuestro foco siempre ha estado centrado en buscar soluciones concretas y viables, tanto económica como tecnológicamente a problemas concretos. Eso nos ha llevado desde el principio a focalizarnos en sectores en los que la aplicación de la RFID es útil, fiable y rentable desde el primer momento. Hemos ido entrando paulatinamente en ellos, a medida que los costes y las prestaciones de las soluciones propuestas han ido encajando con las necesidades y exigencias de cada sector. En este momento, estamos centrados en dar soluciones a diversos entornos como el sanitario, trazando personas y objetos o asegurando procesos. También hemos trabajado durante los últimos años en ofrecer soluciones a la logística, distribución y punto de venta de ópticas y joyerías, así como la generación de soluciones a la logística, exhibición y almacenaje de objetos de arte. Trabajamos también intensivamente en proyectos relacionados con el sector textil. Todas estas líneas de negocio y otras trabajadas en los casi cinco años de vida de Sident, dedicados 100% a la RFID, nos ha aportado una experiencia que nos ha permitido afrontar todo tipo de proyectos de identificación automática más allá de los mencionados.

RFID Magazine - Recientemente han alcanzado un acuerdo de inversión. ¿Cómo enfoca Sident este nuevo periodo empresarial? ¿Qué estrategia han definido para alcanzar los objetivos?

D.R. - Con mucho optimismo. Con la sensación del trabajo bien hecho y la responsabilidad de seguir apostando por esta tecnología e impulsando este mercado. Un mercado, el de la RFID, que ha dado y dará que hablar pero que no todo el mundo conoce suficientemente. Estamos en un periodo de transición en el que se estabilizan las grandes expectativas, y en algunos casos, las sobredimensionadas predicciones. Los sistemas cada vez son más fiables, los costes más razonables y el conocimiento de las prestaciones y las limitaciones de la RFID está más extendido. Hay más empresas proveedoras de la tecnología haciendo bien las cosas y los excelentes resultados de muchos de los pilotos y proyectos realizados desde ese conocimiento de la RFID, están impulsando otros más ambiciosos.

El objetivo de Sident no es otro que el que nos marcamos desde el primer día; el de seguir creciendo en el conocimiento y la capacidad de abarcar grandes retos relacionados con los sistemas avanzados de identificación.

RFID Magazine - ¿Qué cambios afrontarán a nivel estructural para llevar a cabo el nuevo plan?

D.R. - Recientemente, hemos incrementado los recursos dedicados a investigación y desarrollo y a la gestión de proyectos. También hemos ampliado las instalaciones de Sident doblándolas para poder responder a las exigencias del mercado.

El acuerdo de inversión también nos permite seguir trabajando muy estrechamente con nuestros partners y colaboradores, en la creación de nuevas soluciones de identificación y trazabilidad, y en la mejora de las existentes. Estamos trabajando en varias líneas de investigación para el desarrollo de nuevos productos, con el objetivo de cubrir necesidades concretas a carencias detectadas en algunos de los sectores a los que ofrecemos soluciones.

RFID Magazine - Recientemente han llevado a cabo la integración de Mapple RFID dentro de la estructura de Sident, ¿Cuál es el porqué de esta apuesta? ¿Qué valor aportará a la compañía?

D.R. - No se concibe un proyecto RFID, sea un proyecto de gran envergadura o uno de más, sin la necesidad de integrar los diferentes dispositivos (lectores, antenas, impresoras, indicadores luminosos, sensores, etc.) con algún software externo o interno a los lectores u otro elemento intermedio que filtre, ordene o simplemente capture los datos procedentes de todos esos diversos dispositivos para transmitirlos de forma ordenada y eficiente al ERP o herramienta de negocio en cada caso. Eso precisamente era el objetivo principal de Mapple RFID. La empresa con Edorta de Miguel a la cabeza, actual responsable del área comercial de Sident, estaba especializado en esta área, no siempre debidamente valorada en proyectos RFID, y que puede suponer la diferencia entre una buena solución y una notable, y viceversa.

Todo esto, unido al amplio conocimiento del mercado por parte de Edorta de Miguel, hace que la integración sea más que positiva y que en este caso, uno más uno resulte tres. Valoramos muy positivamente la incorporación de Edorta de Miguel al capital humano de Sident.

“Los sectores y niveles de aplicación de la tecnología RFID son muy amplios. Todo lo que nos rodea es susceptible de ser identificado o trazado a uno u otro nivel”, comenta Daniel Rodríguez de Sident



Implantación en Cooked in Barcelona

RFID Magazine - Sident fue pionera en la implementación RFID y EPC con el proyecto de KH Lloreda, al cual le han seguido otros interesantes proyectos. ¿Considera que la experiencia adquirida en estas implementaciones constituye uno de los puntos diferenciales de su empresa?

D.R. - Como en todo, cuando eres de los primeros en cualquier campo y no tienes referencias, los principios son duros, aunque en este caso, el superar esas dificultades se ha convertido en el principal motor de Sident. Si además cuentas en el camino con la voluntad de colaboración y superación de empresas como la que mencionas, KH Lloreda, todo se hace más fácil.

La mejor experiencia es la práctica, sin duda. Tal y como comentaba anteriormente, las múltiples experiencias en diversos sectores son uno de los principales activos de Sident y de su equipo.

RFID Magazine - De los llevados a cabo en el último año, ¿qué proyectos resaltaría? ¿Cuál de ellos destacaría ya sea por su complejidad o dificultad?

D.R. - Destacaría varios proyectos muy interesantes dentro del sector sanitario, que nos han exigido bastante a nivel tecnológico y que a buen seguro, serán bien recibidos a nivel público por las mejoras en la calidad que supondrán para los usuarios finales. Resaltaría también un proyecto para Cooked in Barcelona, una empresa catalana que comercializa su propia marca de ropa y a las que se dotó, conjuntamente con la empresa de software Praktics, de un sistema para la mejora de la experiencia de compra de los clientes en sus tiendas por medio de la instalación de probadores inteligentes y puntos

de información, para ofrecer información relativa a la prenda en la que está interesada el comprador. A modo de ejemplo, mientras el cliente se prueba la prenda, una pantalla le informa de si hay otras tallas de la misma en stock, otros colores, características del tejido, etc. Como complemento, unas antenas en las estanterías realizan un inventario en tiempo real de diversas zonas de la tienda. A modo más anecdótico, destacaría el desarrollo de una "puerta inteligente" desarrollada para una inmobiliaria, que dota a sus promociones de un sistema que recuerda, por medio de una voz, a los propietarios de las viviendas si se dejan un objeto importante al salir de casa como las llaves, el móvil o la cartera.

RFID Magazine - Gracias a la experiencia adquirida, ¿cuáles cree que son los aspectos más complejos y los desafíos principales de un proyecto RFID?

D.R. - Como en la implantación de cualquier tecnología, lo más importante es tener absoluto conocimiento de cuales son sus ventajas y limitaciones. Solo teniendo en cuenta esto último, muchos de los problemas más comunes ya no lo son tanto o tienen una solución más o menos compleja. Uno de los principales desafíos sigue siendo entender y hacer entender esas ventajas y limitaciones. A nivel tecnológico, la "excelencia" de un proyecto RFID radica sobre todo en la eficiencia y estabilidad de las soluciones así como en la fiabilidad de las lecturas y la rentabilidad del proyecto. Para ello, en algunos casos hay que asumir que en según qué entornos y tipología de objetos a identificar hay que sacrificar aspectos como la velocidad, la distancia de lectura o la masificación de objetos a identificar. En cualquier caso, los materiales y diseños de antenas de los tags así como de las de los lectores, han evolucionado notablemente y el desafío radica en seguir evolucionando hacia mejores prestaciones y mayor fiabilidad.

RFID Magazine - En los últimos tiempos se le ha dado todo el protagonismo a la tecnología RFID en sí, a su funcionamiento y potencial. ¿Es necesario orientar la comunicación a soluciones verticales para incrementar el despliegue de la tecnología? ¿En qué tipo sectores y aplicaciones trabaja e investiga Sident?

D.R. - Estoy totalmente de acuerdo, centrándonos en hablar de lectores, antenas, impresoras, etc., corremos el riesgo de perdernos en tecnicismos, estándares, frecuencias u otros parámetros técnicos. El mercado requiere de soluciones concretas con aportaciones precisas y beneficios perfectamente cuantificables, además a unos costes per-



fectamente muy delimitados y con un retorno de inversión claro. En ese sentido, Saident hace tiempo que decidió trabajar en diferentes líneas y focalizarse en sectores como los que he comentado anteriormente, en los que no sólo nos dedicamos a estudiar como la tecnología RFID puede aportar nuevas soluciones sino que, previamente, hemos tenido que trabajar en conocer profundamente el sector desde dentro para entender mejor sus necesidades. Con esa perspectiva, se es más eficaz comunicando las ventajas y beneficios ya que se mantiene un mensaje cercano al sector tratado, y lo más importante, se es más realista con las necesidades concretas de ese sector.

RFID Magazine - Para las compañías del sector es necesario e imprescindible dedicar recursos a la I+D debido a la constante evolución de la tecnología y a sus múltiples posibilidades. ¿Cómo plantea Saident la I+D y en qué líneas se centran actualmente?

D.R. - Absolutamente imprescindible y necesaria. Tenemos experiencia en integrar productos de las principales compañías proveedoras de tecnología RFID y eso nos permite evaluar las diferentes carencias no resueltas a nivel tecnológico. En este momento, estamos trabajando en diferentes líneas que van desde la creación de nuevos encapsulados de tags para entornos muy concretos, hasta la creación de nuevos productos como lectores con prestaciones y costes no cubiertos en el mercado, o el desarrollo de diferentes módulos de software middleware con la inteligencia artificial suficiente como para resolver eficazmente complejos montajes en los que confluyen diferentes tecnologías de identificación.

Algunos de los proyectos en los que estamos en fases muy avanzadas de desarrollo son el dispositi-



tivo dispensador de medicamentos, en monodosis para medicaciones crónicas, del que está en fase de desarrollo la segunda versión del dispositivo, y otro proyecto para el desarrollo de un lector UHF de campo próximo de bajo coste.

RFID Magazine - Normalmente, los potenciales clientes tendían a consultar a los integradores acerca de la RFID sin tener muy claro qué y cómo hacer en su empresa. ¿Todavía se da esta tendencia o, desde su punto de vista, está cambiando?

D.R. - La verdad es que aunque paulatinamente esto que comentas está cambiando, es cierto que todavía son muchas las empresas que preguntan por la RFID sin tener claro en que les puede ser útil realmente. No se concibe un proyecto RFID sin un buen desarrollo de plan de negocio asociado y eso es algo que pocos se plantean cuando se interesan por la RFID. Pero no descubro nada, esto es común a cualquier cambio tecnológico y a cualquier entorno. Nadie se plantearía tirar un tocadiscos reemplazándolo por un reproductor de CD sin tener en cuenta que los discos ya no serán compatibles, que los CD's requieren de estanterías diferentes, que las agujas ya no valen, etc. Pues en el caso la RFID debería ser igual, no se trata sólo de comprar lectores y etiquetas. De todas formas, la cosa está cambiando para bien y el público en general está más concienciado de las implicaciones de la aplicación de la tecnología RFID.

RFID Magazine - ¿Cómo prevé que va a evolucionar el mercado de la RFID en los próximos meses?

D.R. - Es muy difícil hacer predicciones y la experiencia nos aconseja prudencia en ese sentido, pero si me tengo que "mojar", de lo que sí estoy convencido es que el esperado "BOOM" de la RFID no existirá como tal y que en los próximos años la tecnología se irá introduciendo paulatinamente en el mercado, a medida que se vayan incorporando empresas y sectores a todos los niveles. En ese sentido, deberemos seguir trabajando en evolucionar las soluciones y las prestaciones de la tecnología.

A corto plazo, las soluciones concretas que ya resuelven problemáticas particulares a mercados verticales se irán extendiendo con más agilidad y llegarán a implantarse sin grandes estruendos. El uso de la RFID de forma global caerá por su propio peso tarde o temprano. En ese sentido, no hay vuelta atrás pero llegará de forma paulatina, planificada y racional.

“Es muy difícil hacer predicciones y la experiencia nos aconseja prudencia en la RFID”, argumenta el director de Saident