

Entrevista a Esteve Jané y Joan Xiol de Aifos Solutions



Aifos Solutions, integrador RFID en España como partner de canal de Alien Technology y ubicado en Barcelona, ha evolucionado significativamente al igual que la propia tecnología y sus soluciones. Sus dos fundadores, Esteve Jané y Joan Xiol crearon una empresa que se define como dinámica y joven. En la entrevista nos explican sus inicios, la actualidad de la empresa, así como sus planes futuros. Además, analizan el estado tecnológico y de las soluciones de mercado de la RFID

Elena Hernández

RFID Magazine - Con la base de dos emprendedores como ustedes, ¿Cómo se inició la idea de crear una empresa especializada en RFID? ¿Qué informaciones barajaron para considerar que era una opción idónea?

Esteve Jané - Con el objetivo de documentarnos estuvimos casi dos años acudiendo a visitar diversas empresas. Al final, nos decidimos a hacer algo, aunque realmente no teníamos muy claro el qué.

Joan Xiol - Queríamos ser emprendedores eso sí. De hecho, las cosas fueron de la siguiente manera: yo estaba acabando la carrera y trabajando fuera de Barcelona, concretamente en París, y vino a visitarme Esteve, con quién éramos amigos de la universidad. Me comentó que había visto una cosa en Internet o en una revista, no me acuerdo, y me empezó a hablar de la RFID. No teníamos ni idea de lo que era. Los dos habíamos estudiado telecomunicaciones y no habíamos oído hablar de esta tecnología. Lo estuvimos evaluando y nos pareció muy interesante. A raíz de esto, dijimos que podríamos montar algo pero ahí se quedó todo. Aunque luego, durante todo ese año, estuvimos siguiendo lo que se estaba haciendo en RFID sobretodo en Estados Unidos, donde se estaban empezando a hacer cosas. Al menos se hablaba mucho del tema, básicamente de Wal-Mart y de otras importantes.

E.J. - Joan me dijo que cuando volviera de Alcatel, empresa en la que trabajaba en París, me llamaría y pensé que bueno sí, ya volvería. Y volvió y me llamó.

J.X. - Cuando volví, le dije a Esteve que aquello que habíamos hablado ¿qué?. Como estábamos tan interesados y vimos que aquí había muy poco de RFID, decidimos hacer algo. ¿Por qué no llevar a cabo lo mismo aquí?, especializarnos en una tecnología que en Estados Unidos estaba funcionando.

E.J. - No fue algo inmediato. Cuando acudíamos a las empresas intentábamos observar sus necesidades, preguntándoles qué les podría interesar. Era como si fuéramos a vender pero en realidad lo que hacíamos era un ejercicio mental.

J.X. - En realidad, ver si tendría aceptación. Tuvimos buena respuesta y nos lanzamos a ello.

E.J. - Después, decidimos ponernos en contacto con Alien y nos estuvimos formando. Muchas cosas del mundo de los negocios se nos escapaban por nuestra formación de ingeniería. A continuación, creamos la empresa y empezamos nuestra actividad. Más adelante, Alien se puso en contacto

con nosotros para explicarnos cómo funcionaban. En Estados Unidos lo controlan todo pero en Europa y la India funcionan diferente. En cada país quieren que haya alguien que sepa como integrar la tecnología.

J.X. - El hecho de contactar con Alien también fue casualidad. Hablamos y visitamos a mucha gente pero un día charlando con Stephen Crocker de Alien, nos comentó que teníamos que ir a Londres a formarnos y dijimos que sí. Aquí es donde empezó la relación y fue a partir de aquí que después nos propusieron que fuéramos sus partners. De hecho, el partnership es su estrategia en Europa, una fuerte red de partners.

RFID Magazine - ¿Nos podrían explicar cómo fueron los inicios? Y, sobretodo, ¿cuál ha sido la evolución y el punto clave para la entrada de capital externo a la empresa?

E.J. - En principio, íbamos haciendo por nuestra cuenta. Subcontratamos el alquiler del software a parte y hacíamos la labor comercial a la vez que planificábamos como llevarlo. Así, tendríamos un proyecto que nos serviría para ir adquiriendo conocimiento del área. Fue a raíz de un concurso de emprendedores, en el que quedamos finalistas, en el cual te formaban en áreas de dirección de empresa y de cómo hacer un buen plan de empresa. Esto cambió nuestra concepción de crear una empresa. Si lo haces lo haces bien. Si no sabes de un área, tienes que quedarte con lo mejor de esa área y no tienes que preocuparte porque en el fondo es como un equipo de fútbol. Nos enseñó un poco como lo teníamos que hacer; la búsqueda de capital por un lado y definir un poco más el producto.

J.X. - Se trata de una iniciativa que todavía se lleva a cabo; el proyecto NETI del Instituto de Empresa de Madrid y Banexpyme de la Fundación Banesto. Quedamos finalistas y presentamos en Madrid nuestra idea de negocio con todo el plan desarrollado. Allí conocimos gente entre la cual había personas de La Caixa.

E.J. - Después nos volvimos a encontrar con La Caixa Capital Risc a raíz de que UK Trade and Investment de la embajada de Inglaterra aquí, nos había concedido también un premio para ir a Inglaterra a conocer empresas del sector. Realmente tampoco nos habíamos planteado la entrada de capital, fue un poco casualidad.

J.X. - Volviendo a la primera pregunta sobre cómo nos decidimos a emprender este proyecto empresarial, fue un poco porque nos presentamos a un

“No fue algo inmediato. Cuando acudíamos a las empresas intentábamos observar sus necesidades, preguntándoles que les podría interesar”, argumenta Esteve Jané de Aifos Solutions

concurso y luego nos seleccionaron entre más de 800 empresas de todo el mundo. Parecía que lo que estábamos proponiendo tenía aceptación porque nos estaban yendo bien las cosas. Después, un día decidimos sentarnos y hablar con la gente de La Caixa. La idea de La Caixa Capital Risc era una iniciativa relativamente nueva, hacía tres o cuatro años que estaba funcionando y está dirigida a proyectos tecnológicos innovadores, que tengan un potencial de crecimiento alto.

RFID Magazine - Con la incorporación de La Caixa Capital Risc, ¿cuáles son los principales objetivos de la empresa? ¿Cómo se ve una vez transcurridos los primeros meses?

E.J. - Por un lado, Alien Technology también se interesó por nosotros y, por otro lado, la estructura de la empresa cambió. Lo que antes hacíamos no tenía una estructura muy definida y esto era ya algo serio. Todo lo que teníamos pensado se solidificó y nos aportaba las herramientas adecuadas para servir bien a los clientes que acudieran a nosotros sin tensiones de caja y contando con el equipo idóneo para cada cosa. Esto lo hacía una realidad.

J.X. - Ellos saben que invierten en proyectos no en empresas consolidadas, esto sería otro fondo de capital de La Caixa pero no este. Al principio se trata de consolidar el proyecto, darle una estructura y ahora, que hace poco más de un año que estamos participados por La Caixa, la idea es que hay que ir creciendo, dar viabilidad y rendimiento a la empresa. Esto es lo que estamos haciendo: crecer. Estamos incorporando más personal y, a parte, nos aporta mucha tranquilidad a la hora de visitar a los clientes. El hecho de que La Caixa, como entidad, haya confiado en nuestro proyecto nos ha ayudado mucho.

RFID Magazine - ¿Cómo definirían el Aifos Solutions actual? ¿Han definido una estrategia de soluciones por sectores y/o aplicaciones o afrontan cualquier tipo de proyecto?

E.J. - En el fondo todo es muy nuevo. Creemos que se trata de ampliar experiencia y base en muchos sectores y, a parte, tenemos de denominador común: las instalaciones. En Aifos no nos representa que sea muy diferente una empresa por pertenecer a un sector o a otro. Estamos por debajo de la capa ERP o entre el paso del hardware con el ERP en el caso de que sea una empresa que ya lo posea.

J.X. - No nos cerramos a ningún sector. Todas son soluciones logísticas. Lo que puede ser un poco

más abstracto es nuestro software que es aquello que poseemos porque existe un factor común en todas las instalaciones.

E.J. - Sólo cambia la serie de interconexión de nuestro middleware con el software que tengan las empresas. Esto en el caso de que sea una empresa pequeña, que la capa de visualización del cliente tenga algún problema. Tenemos el middleware y entendemos que el cliente es el que sabe más acerca de su negocio. Acudimos y se realizan las adaptaciones que necesite y ya está. Creemos que también es el momento, las empresas grandes todavía no están por la RFID. Están por hacer otras inversiones y una inversión a más de un año vista que no se pueda justificar en los presupuestos, les supone un quebradero de cabeza; jugarse el puesto, cosa que la mayoría no están por perderlo, están por conservarlo.

J.X. - Sí que investigamos en otras líneas, en intentar innovar en aplicaciones. Ahora estamos trabajando en una aplicación para carreras. Innovar en tecnología sí, queremos hacer desarrollo propio pero esto requiere tiempo y cierta estructura.

E.J. - Hemos creado tags "raros", incluso tags activos con sensores que no existen en el mercado. El hecho de que no tengamos un laboratorio específico no significa que no hagamos nada. Si consideramos que lo podemos hacer lo hacemos, aunque de momento no tenemos un producto de hardware cerrado.

RFID Magazine - ¿Cuál es la estructura actual de AIFOS? ¿Cuáles son los objetivos de crecimiento para los próximos años? ¿Qué destacarían como punto fuerte?

E.J. - El punto fuerte es el hecho de tener un middleware propio y esto repercute en costes menores para el cliente y, a largo plazo, al ser partners de Alien, conservamos el know-how, no tenemos que "reinventar la rueda". Si nos viene un cliente que, por ejemplo, fabrica estructuras metálicas, llamamos a Alien y nos comentan que hay un partner en Brasil que ha llevado a cabo un proyecto parecido. Este nos pasa toda la información y a partir de aquí empezamos a trabajar. El cliente sabe que se le está aplicando lo mismo que se hizo en otro sitio. A parte de que Alien cuenta con todo el proceso de fabricación del tag, desde la fabricación del chip, la antena, hasta el inlay. Como mucho tenemos dos o tres convertidores de etiquetas que nos sirven muy bien. De cara al futuro te ahorras estos márgenes de pasos intermedios en la el-

"No nos cerramos a ningún sector. Todas son soluciones logísticas", argumenta Joan Xiol.

¿Quiere estar informado de los proyectos RFID más interesantes?



www.proyectosRFID.com

Acceda a la web para solicitar un ejemplar de este libro recopilatorio de proyectos RFID. Más de 128 páginas con casos de estudio al detalle, información para que usted sepa como otras empresas han implementado la tecnología para obtener beneficios. Proyectos a nivel nacional e internacional con fichas donde se describe la empresa, la necesidad, objetivos, solución, funcionamiento y beneficios con toda clase de imágenes y esquemas.

Si quiere estar realmente informado de lo que sucede alrededor de las implementaciones y pilotos RFID no puede dejar de entrar en la web y solicitar el libro **PROYECTOS RFID**.

Con la calidad de **RFID magazine**. Si quiere más información contacte: 933 968 698



Diferentes modelos de inlays de Alien Technology

boración del tag que creemos que es lo que frena a todo el mundo, porque es el coste variable del proyecto. Esto es el punto más fuerte junto con el middleware.

J.X. - Presumimos de ser una empresa dinámica, joven. Sí que hay una estructura muy diferenciada entre la parte más técnica y la menos técnica. En la parte técnica nos dedicamos al desarrollo de software y a las integraciones. También está la parte "menos técnica", que sería la consultoría de proyectos y la dirección. Por otro lado, a veces también colaboramos con la universidad en desarrollos puntuales o en algún proyecto. Ahora mismo estamos creciendo más por la parte técnica, vamos a incorporar dos informáticos más. Asimismo, reforzaremos la parte comercial con una persona específicamente dedicada a esta área.

E.J. - Seguramente también abriremos mercado en Madrid. Nuestra idea es tratar los proyectos de abajo a arriba. Intentamos que el que haya vendido el proyecto sea el que después responda al cliente. No creemos en los pre-venta que luego se desprecupan de todo.

RFID Magazine - ¿Cuál es la estructura actual de AIFOS? ¿Cómo han vivido en Aifos Solutions la evolución del mercado RFID en los últimos años? ¿Creen que se está yendo hacia el buen camino?

J.X. - Ha cambiado mucho. No sólo a nivel de precios, sino también a nivel técnico, con la Gen2, se han realizado muchas mejoras. Ahora se están

consiguiendo cosas que hace un par de años hubiéramos dicho que eran imposibles de hacer. Por ejemplo, en entornos metálicos y líquidos. No nos cerramos a nada, lo probamos para ver si funciona o no. No es decir sí a todo, hay cosas que no, pero si nos gusta poder evaluarlo antes de dar un no. A lo mejor estaremos varias semanas haciendo pruebas y decidiendo, pero si encontramos la manera, perfecto. Dentro del mundo de la RFID, todo el mundo se "suma al carro", es moda, y a veces hay algunas empresas que lo que hacen es desprestigiar la tecnología. Sí se va por buen camino. Ahora el cliente ya tiene un cierto conocimiento, antes les hablabas y no sabían nada. Lo tienen mucho más claro.

E.J. - Son conscientes que como agente sólo, también pueden ganar. Por mucho que a lo mejor sean distribuidores de ese material, el proyecto les soluciona una serie de aspectos que aunque no les lleguen directamente, les benefician.

J.X. - El "boom" absoluto no, no existe, pero la evolución es constante. Estancado no está porque si se hubiera estancado nosotros no tendríamos trabajo y sí lo tenemos.

RFID Magazine - ¿Muchos clientes muestran todavía desconfianza con la capacidad de las aplicaciones RFID? ¿Está cambiando esta tendencia?

E.J. - Antes de presentar un presupuesto acudimos al cliente y le mostramos lo que hay. A partir de aquí, hablamos y les presentamos los números.

Primero por nosotros mismos, no nos la vamos a jugar. No les diremos que les podemos leer al 100% y luego a medio proyecto que nos digan que no nos pagan. Ya habríamos consumido una serie de recursos tanto humanos como financieros que serán irrecuperables. Por otro lado, el mal nombre que te creas. Si el cliente comprueba que funciona se queda convencido. Eliminamos la desconfianza, estamos en el mismo equipo.

J.X. - Aunque también existe la figura del cliente que está viendo que funciona pero que no se lo acaba de creer. Hacemos la prueba, vemos que funciona y a partir de aquí empezamos las negociaciones.

RFID Magazine - Como ya se ha mencionado, Aifos es partner de Alien. ¿Qué ventajas comporta? ¿Se intercambian experiencias con otros partners?

E.J. - Internamente existe un foro de dudas en el cuál te van contestando. Esto es totalmente privado. También, cuando alguien cuenta con un producto nuevo lo comenta. Hacen fotografías, lo describen y lo reparten por todos los partners.

J.X. - Existe mucha comunicación interna. Es un sistema un poco americano pero va muy bien. Luego hay la figura de Stephen Crocker en Europa que se encarga de que siempre exista mucha comunicación entre los partners. También hay una newsletter con nuevas aplicaciones e informaciones. A parte, una vez al año, se celebra el encuentro mundial de partners de Alien en el cual se comparten experiencias.

E.J. - Otra ventaja de ser partner de Alien es que es una empresa que sólo se dedica a esto. Sólo hacen lectores de UHF y te mantienen al día de las actualizaciones. Además, si notificas cualquier problema te lo responden. Existe un cierto mantenimiento sobre el producto. A nosotros nos funciona muy bien.

RFID Magazine - ¿Cómo ven el mercado en un futuro próximo? ¿Podrían destacar alguna experiencia interesante?

J.X. - Ahora ya empieza la etapa en la cuál podemos replicar un proyecto que ya hemos llevado a cabo anteriormente. No tienes que empezar de 0. Es replicar la solución. Hay muchas experiencias interesantes y otras menos.

E.J. - De los proyectos que estamos trabajando ahora, dos son en entornos muy complicados y en todos conseguimos un 100% de lecturas, porque sino no hacemos nada. Puede ser que en alguno nos hayamos pasado semanas haciendo pruebas, sí, porque negarlo, pero siguen adelante. Por ahora no podemos decir nada más.

RFID Magazine - ¿Próximamente habrá más casos que pilotos? ¿Todavía se cuenta poco de lo que realmente se hace?

J.X. - Sí, pronto podremos explicar más cosas que no son pilotos, pilotos hemos hecho muchos, se trata de proyectos, aplicaciones reales. Estamos trabajando en uno muy interesante de una empresa de hierros que hace el inventario a nivel unitario con RFID.

E.J. -Para este proyecto, hemos creado una estructura para las carretillas elevadoras que es intercambiable entre diferentes carretillas. Se trata de poder realizar el inventario independientemente de la carretilla que se utilice.



Lector RFID AL-8800 de Alien Technology