

Entrevista a Lluís Bueno de NextPoint Solutions



Lluís Bueno Pablo, Ingeniero en Telecomunicación por la Universidad Politécnica de Valencia y Máster en Creación y Desarrollo de Empresas. Trabajó en el Departamento de Comunicaciones de la UPV, como responsable de investigación y desarrollo del Grupo de Comunicaciones Móviles. Posteriormente, participó como colaborador en Motorola I+D en diversos proyectos internacionales que dieron lugar a la definición del estándar del sistema UMTS por parte del organismo 3GPP. Hasta el año 2005, perteneció a la empresa NiceCom Comunicaciones como director técnico. En la actualidad es responsable técnico y de negocio en la empresa NextPoint Solutions

Elena Hernández

RFID Magazine - NextPoint en sus inicios, en el año 2004, se orientó a soluciones para clientes finales y a otras empresas que pretendían dar soluciones pero que no disponían de los conocimientos adecuados. ¿Por qué finalmente se orientaron hacia el sector mayorista?

Luis Bueno - Ha llovido mucho desde entonces. En aquel momento, ni la tecnología RFID estaba suficientemente madura, ni las empresas preparadas para incorporar una tecnología tan emergente a sus soluciones. NextPoint tenía que actuar entonces como proveedor, integrador y hacer todo lo necesario para componer la solución RFID completa. Esto nos supuso una fuerte especialización en la tecnología, pero no en los diferentes sectores de aplicación; es difícil crear una buena solución para almacenes, para hospitales, para industrias, control de accesos o tiendas. Hoy es distinto. Nuestros integradores son muy buenos en sus soluciones o sus sectores, los conocen perfectamente, y con nuestros productos componen una solución RFID óptima. Nosotros nos centramos en lo que somos, expertos en RFID, y ellos en lo que les proporciona negocio.

RFID Magazine - ¿Cómo definiría la nueva imagen de NextPoint como mayorista especializado en productos y soluciones RFID?

L.B. - No pretendemos ser un mayorista al uso, moviendo cajas sin más. Las empresas que sólo buscan producto pueden encontrarlo muy fácilmente en Internet. Nuestra oferta es de negocio y compromiso para el integrador: productos, soporte y colaboración. Nuestra especialización en RFID nos permite conocer todas las tecnologías existentes y proponer siempre la óptima para cada aplicación. Nunca empezamos por el producto que vendemos, sino por la solución que el cliente necesita. No buscamos ser un mero proveedor, sino un partner real de los integradores RFID, preocupado por crear negocio, y donde nuestros productos son un factor diferencial. Estamos trabajando como mayorista desde hace ya más de 2 años, utilizando como herramienta principal nuestro catálogo de productos RFID, siempre adaptado y pensado para satisfacer todas las soluciones que demanda el mercado.

RFID Magazine - ¿Qué estructura ofrece NextPoint a sus clientes? Y, sobre todo, ¿qué servicios? ¿Cuál es la red actual de clientes o integradores RFID?

L.B. - Nuestra propia red de integradores es uno de nuestros grandes valores a día de hoy. Tenemos integradores distribuidos por toda España, Portugal e incluso Latinoamérica, trabajando en muy distintos mercados y aplicaciones con nuestros productos. Esto permite una valiosa realimentación entre ellos, ya que en NextPoint motivamos el intercambio de experiencias, desarrollos y conocimientos, que en muchas ocasiones se traducen en interesantes colaboraciones entre integradores que les permiten abordar proyectos más grandes o aprovechar desarrollos ya realizados por ellos para otros proyectos.

Esta creación de sinergias es algo implícito al trabajar con nosotros. Además de ayudar a nuestros integradores en la selección de productos, sobre todo en los primeros contactos con la tecnología RFID, les proporcionamos kits de iniciación y les apoyamos en visitas comerciales y demostraciones técnicas, siempre respetando la privacidad de los proyectos. Apostamos también fuerte por la formación en la tecnología y en nuevos productos que vamos incorporando, y sobre todo, por el soporte post-venta, en el desarrollo de la aplicación software, las primeras instalaciones y las posibles necesidades de mantenimiento que pudieran surgir. Y por supuesto, nuestro catálogo, con la más amplia variedad de productos RFID del mercado, y creciendo cada día.

RFID Magazine - Uno de los aspectos que los diferencia es el stock y la elevada gama de productos de la que disponen. ¿Cómo diseñan y estructuran estos dos factores tan importantes?

L.B. - Desde luego es una de nuestras tareas más duras cada día. Tratamos de mantener siempre la continuidad de nuestros productos y el compromiso de los fabricantes en ello, para garantizar las inversiones actuales de los clientes y los desarrollos de los integradores. Gracias a esto, y fundamentalmente a la estabilidad que está alcanzando el mercado RFID, podemos disponer de un stock mínimo de los productos más demandados. Tenemos más de 1.000 referencias distintas en catálogo, y en ocasiones ni los propios fabricantes disponen de stock, sino que producen bajo demanda. Es difícil, pero tratamos de anticiparnos a las necesidades de nuestros integradores para disponer siempre de un mínimo de stock para servir de forma rápida, tanto para venta como para demostraciones.

“No pretendemos ser un mayorista al uso, moviendo cajas sin más”, argumenta Luis Bueno, director técnico de NextPoint Solutions



Gestión de activos por RFID (izquierda) y trazabilidad de puertas de madera (derecha)

RFID Magazine - ¿Cómo consiguen que el integrador sea capaz de transmitir al cliente todo lo que ustedes saben? ¿Qué colaboración mantienen con su cliente para que obtenga el mayor potencial de venta? ¿Se crean acuerdos compartidos de marketing?

L.B. - Tenemos integradores que llevan trabajando con nosotros más de 2 años y que son capaces de transmitirlo mejor que nosotros. Con la experiencia que hemos ido adquiriendo y aún adquirimos con cada proyecto, hemos podido recopilar y organizar la oferta tecnológica de RFID en nuestro catálogo, con productos reales y probados. Los clientes apuestan por nuestra marca, y esto da fortaleza a nuestros integradores. Normalmente acompañamos a nuestros integradores en las primeras visitas a clientes, para orientarles sobre los puntos clave a considerar en cada aplicación para que posteriormente puedan realizar una propuesta técnica. Asimismo, la formación es fundamental para nosotros; en primeras instalaciones, desarrollos software o protocolos de comunicación. Tenemos un equipo técnico exclusivamente para eso, que es lo que hace mejores a nuestros productos, ya que reduce el tiempo de desarrollo y puesta en marcha, facilita las instalaciones y, sobre todo, maximiza el éxito en cada proyecto.

Tanto a nivel de producto como de marketing, trabajamos para mantener la competitividad de nuestros integradores. Disponemos de productos diferentes en catálogo, de muy alta calidad, para aplicaciones específicas como nuestro nuevo lector para carretillas NPR EasyTag Lite120 o nuestro tag UHF para lavanderías. Todo esto convierte en únicas las soluciones de nuestros integradores. También nos esforzamos en dar visibilidad a nuestros integradores, mediante nuestro boletín de noticias, donde incluimos los casos de éxito de sus implantaciones, y mediante actuaciones conjuntas, como seminarios, campañas o eventos.

RFID Magazine - ¿Cómo ven este 2008 en términos RFID? ¿Cuáles son sus objetivos a final de año?

L.B. - Siempre creciendo. En el primer trimestre de 2008 ya hemos superado la facturación total de 2007, por lo que nuestras expectativas son buenas. Estamos trabajando mucho y mejorando día a día, adquiriendo más experiencia y aprendiendo de nuestros errores. Si al final de 2008 nuestros integradores han creado negocio con RFID y siguen confiando en nosotros para nuevos proyectos en 2009, habremos conseguido nuestro objetivo.

RFID Magazine - ¿Nos podría explicar cómo plantean los proyectos? ¿Cuáles son los más usuales a nivel de sector o aplicación?

L.B. - NextPoint no trabaja directamente con clientes finales, por lo que los proyectos vienen siempre planteados por los integradores. En muchas ocasiones, clientes finales nos contactan, pero son nuestros integradores a los que los remitimos y los que les plantean la solución. En las primeras fases, analizamos el proyecto en conjunto con nuestro integrador, para definir entre los dos la solución tecnológica óptima y, a partir de ahí, los productos adecuados. Sin embargo, siempre planteamos estas fases como formativas, de modo que el propio integrador adquiere los conocimientos necesarios para plantear soluciones similares por sí mismo, aunque siempre aparecen necesidades no previstas, y por ello nuestra propuesta de formación es continua.

Debido a la gran diversidad de integradores, los sectores en que se mueven sus soluciones son muy variados: industria, logística, seguridad, alimentación, sanidad, retail, etc. Sin embargo, sí que hemos percibido que en los últimos meses hay una tendencia creciente hacia aplicaciones de control de procesos de bucle cerrado en las propias empresas y hacia el control de personas.

RFID Magazine - ¿Cuál es la situación más curiosa que ha vivido? ¿Cuál ha sido la problemática más dificultosa a la que se han enfrentado?

L.B. - Seguro que si preguntamos a cada una de las personas que componemos NextPoint obtenemos una respuesta distinta a esta pregunta. Hoy en día, las limitaciones de la tecnología son contadas, y casi todo se puede hacer, otra cosa es el coste que supone hacerlo. Recuerdo un proyecto en que debíamos monitorizar la temperatura de un elemento metálico que alcanzaba hasta 350°C. Podíamos hacerlo, pero el coste del tag nada tiene que ver con los 10 céntimos que solemos tener en mente. La problemática suele venir cuando el cliente quiere conjugar lo mejor de cada tecnología: leer 200 tags por segundo, a 5 metros de distancia, con un tamaño de tag de 20x20mm, adherido en elementos metálicos, con una capacidad de memoria de 256 Kb y que cueste menos de 10 céntimos de euro. En NextPoint siempre tratamos de llevar las soluciones hacia la viabilidad, tanto técnica como económica. Si hemos tenido que decir que no a un proyecto tras analizar su viabilidad, lo hemos dicho, y no en pocas ocasiones; y esto el integrador también lo agradece. Buscamos el negocio real de nuestros integradores, la recompensa a sus esfuerzos.

RFID Magazine - A nivel geográfico y bajo su punto de vista ¿Qué ubicaciones en España están más inmersas en proyectos RFID?

L.B. - Pese a estar ubicados en Valencia, trabajamos en proyectos distribuidos por todas las Comunidades Autónomas de España y en Portugal. El

mayor volumen se concentra en Cataluña, Madrid, Andalucía y el norte de España. Únicamente carecemos de proyectos relevantes en Extremadura. No conocemos la razón, pero de hecho es nuestro objetivo de este año: motivar también proyectos RFID con integradores de allí.

RFID Magazine - Mucha gente opina que “esto” de la RFID aún no es para España. ¿Qué se les podría decir a los empresarios españoles que piensan esto? ¿Estamos en la cola de la RFID?

L.B. - Existe confusión en la percepción del mercado de la RFID. Cuando se compara España con otros países, no hay que pensar únicamente en la aplicación de RFID en la logística y distribución. Evidentemente, en esta aplicación estamos a la cola, porque aquí las principales empresas como Mercadona o El Corte Inglés no han dado el paso y no han asumido el riesgo como sí lo han hecho Wal-Mart, Metro u otras.

Sin embargo, el pequeño empresario español, el que lucha y trabaja para mejorar su competitividad, sí apuesta por la tecnología y encuentra beneficios reales en ella. Control de procesos internos, control de accesos, residencias, lavanderías, industrias, alimentación, seguridad, control de activos, producción, etc. La RFID no es sólo la distribución. De hecho, en España es todo menos eso, hasta que las grandes empresas sigan los pasos de sus homónimas fuera. España está haciendo mucho y animaría a los empresarios españoles a que preguntaran. Nuestros integradores tienen mucho que contar.



Antena integrada en la carretilla (izquierda) y primer portal lector RFID para control de asistentes en UHF (derecha)