

RFID, el mejor aliado de la pyme en tiempos difíciles

Por Lluís Bueno Pablo

Wal-Mart, Correos, Grupo Metro o Leche Pascual serán probablemente los nombres que le vengan a la cabeza cuando piense en empresas que utilizan la tecnología RFID. Pero ¿están realmente estas empresas obteniendo un retorno de su inversión? Procter & Gamble, tras varios años identificando sus mostradores promocionales con RFID, ha decidido recientemente terminar el proyecto; la mayoría de proveedores de Wal-Mart aún no han manifestado una reducción en costes por utilizar RFID; y de Leche Pascual, nunca más supe.

Si bien es cierto que RFID es una tecnología que reduce costes e incrementa el control, la idea de que es una tecnología para las grandes empresas y la logística es totalmente incierta. En NextPoint somos un mayorista exclusivo de RFID, y en 2008 hemos tenido un crecimiento de nuestra facturación del 200%, lo que se traduce en más de 100 proyectos basados en esta tecnología. De estos, la gran mayoría son para pequeñas y medianas empresas, y de muy diversos sectores. Nuestros integradores han desarrollado implantaciones de logística, pero también de control de procesos industriales, trazabilidad, seguridad o sanidad. En pequeñas empresas y resolviendo problemas del día a día, es donde realmente se obtiene un retorno de la inversión.

En ocasiones, muchas empresas que incluso conocen la tecnología, tienen el prejuicio de pensar que RFID es una tecnología cara, costosa de implantar y en fase experimental. ¡Nada más lejos de la realidad!: RFID es una tecnología madura, y de implantación sencilla para empresas dispuestas a adoptarla con sus bondades y limitaciones. ¿Y es cara? Lo que sé a ciencia cierta es que los beneficios siempre son superiores a la inversión. Hay proyectos de apenas 10.000 euros que aportan beneficios a las empresas desde el primer día. ¿Es esto caro?

Lo fundamental es basar la adopción de RFID en el modelo de negocio del usuario, y no dejarlo en un segundo plano a costa de adoptar modas o dejarse llevar por los estándares. EPC o WiFi son estándares universales que no siempre son el estándar que la empresa necesita. Ningún producto que no vaya a salir de la empresa necesita un código EPC, aunque es recomendable utilizarlo; y ningún sistema de localización tiene por qué estar basado en WiFi, es más, se recomienda utilizar sistemas que funcionen en otras bandas de frecuencia menos saturadas.

La adopción de RFID basada en EPC es el gran desafío para fabricantes, empresas de logística y distribuidores, pero sin duda será el gran paso para confirmar RFID como la tecnología de identificación por naturaleza. Sin embargo, las empresas deben primero mirar por sus propios intereses y buscar los beneficios internos, antes de pensar en RFID como la tecnología para la cadena de suministro a gran escala. Lo interesante no es que Wal-Mart ahorrara costes, tiempos y errores con RFID, sino si sus proveedores también se benefician de ello. Actualmente no es así, y las ventajas que Wal-Mart consigue no las consiguen sus proveedores: no comparten un mismo modelo de negocio e intercambio de información. Por esto, olvidémonos de si los tags valen 10 céntimos o 10 euros, de si se necesitarán 2 o 200 lectores o de si la implantación precisará de 4 semanas o 4 meses. La clave está en entender cómo la tecnología RFID puede ayudarnos a cada uno de nosotros en nuestros negocios, en nuestros problemas cotidianos, en nuestro trabajo diario.



Ahora, cuando la situación actual obliga a las empresas a reducir costes e incrementar el control de sus procesos, vale la pena detenerse a pensar y encontrar puntos de mejora en nuestros negocios, y para esto RFID es un gran aliado. Fábricas de muebles, industrias cárnicas, residencias de mayores, hospitales, bibliotecas, edificios públicos,... son muchos los sectores que fuera del concepto ideal de la logística pueden aprovecharse de los beneficios de RFID, beneficios que están totalmente probados y que sólo hay que estar dispuesto a adoptar. RFID siempre ha estado ahí y nuestras necesidades también. La situación actual es una oportunidad para pensar y para actuar, para avanzar como no lo hacemos cuando todo va bien y progresar por delante de lo que prefieren quedarse quietos. Al final, lo de menos será si la tecnología que nos ha ayudado a conseguirlo se llamaba RFID.

Sobre Lluís Bueno Pablo

Es Ingeniero en Telecomunicación y Master 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. En la actualidad es responsable técnico y de negocio en la empresa NextPoint Solutions, mayorista especializado en RFID con experiencia en más de 200 proyectos de todos los sectores y aplicaciones, en los que ha colaborado estrechamente con sus integradores.

