

Antonio Rojas, RFID Product & Project Manager Grupo Premo

Por Elena Hernández

Premo está abriendo nuevos mercados en RFID especialmente en la zona APAC (Asia-Pacífico). En países emergentes, como Corea y China, ya llevan varios años. La división RFID se está fortaleciendo dentro de la compañía, donde se están desarrollando nuevos productos y ampliando la gama de los actuales, además de nuevas tecnologías aplicadas

RFID Magazine - ¿Cómo definiría a Grupo Premo dentro del mercado de la RFID en España y en el resto del mundo? ¿Cuál es su principal foco de negocio en RFID? ¿En qué tipología de aplicaciones/proyectos se centran?

Antonio Rojas - La división de negocio RFID dentro de Grupo Premo en lo que a segmentación geográfica se refiere está prácticamente dirigida en un 90% al mercado global y dentro de éste al sector automoción.

La tipología de aplicaciones donde van a parar nuestros productos RFID son el sector de identificación animal (microbobinas para transpondedores que trabajan en 134kHz), microbobinas para transpondedores y antenas emisoras en la banda de 20kHz hasta 150kHz en entornos de automoción, para su uso en sistemas PKE y RKE y tags RFID en la banda de 13,56 y 868MHz para aplicaciones de trazabilidad, automatización, etc., en entornos especialmente severos.

RFID Magazine - En las últimas semanas se han anunciado algunos proyectos en los cuales se han utilizado los tags y la tecnología RFID de Premo. ¿Premo está abriendo nuevos mercados en la RFID? ¿Se está fortaleciendo la rama RFID de Premo?

A.R. - Premo está abriendo nuevos mercados en RFID especialmente en la zona APAC (Asia-Pacífico), en países emergentes, como Corea y China donde llevamos instalados más de 8 años.

La división RFID se está fortaleciendo dentro de la compañía, donde se están desarrollando nuevos productos y ampliando la gama de los actuales, y nuevas tecnologías aplicadas que proveen mejoras sustanciales tanto en parámetros eléctricos como mecánicos.

RFID Magazine - ¿Cuáles son las últimas novedades en productos RFID que han sacado al mercado?

A.R. - En la pasada feria de la Electrónica de Munich Premo estuvo presente con la edición del nuevo catálogo de productos donde se amplió y renovó más del 50% de las familias de producto. En concreto en RFID se presentó un nuevo diseño de transponder sobremoldeado (TOM1203), toda la familia de antenas emisoras para sistemas Keyless-go de aplicación en automoción (KGEA's, y KCA), pequeñas antenas emisoras (SEA-SMD), la familia de microbobinas para aplicación en audífonos (T-coils) y tags pasivos en alta frecuencia, 13,56MHz



(Premotag y Premotag-SMD) y ultraalta frecuencia (HF, Harsh-tag-150, Harsh-tag-150W y Harsh-tag-80).

RFID Magazine - Hace unas semanas también presentaron un nuevo kit de tags RFID desarrollados por el equipo de I+D de Premo. ¿Qué integra este kit? ¿Qué novedades ofrece?

A.R. - Este kit de antenas emisoras pretende ofrecer a los diseñadores que están involucrados en el desarrollo de sistemas de entrada/acceso pasivo (PKE) para vehículos, una gama de antenas emisoras en las 3 frecuencias típicas de uso en automoción, como son 20, 125 y 134kHz, al tiempo que se ofrecen diversos tamaños en función del rango de lectura deseado. Este kit ofrece una versatilidad total para que la decisión a la hora de escoger una antena apropiada se haga de forma más rápida y fiable.

El diseñador puede disponer de al menos 1 modelo de cada tipo de antena emisora (Bumper antena, door handler antena, interior antena, etc).

RFID magazine - ¿Cuál es la estrategia comercial que está siguiendo Premo en el mercado de la RFID?

A.R. - La estrategia comercial de los últimos años y en la actualidad es trabajar con los diseñadores de circuitos integrados para RFID, tales como NXP, Atmel, AMS, TI, GE, etc., desarrollando antenas y productos específicos para aumentar los rangos de lectura de los sistemas RFID, así como la integración de componentes discretos en antenas monolíticas, de forma que Premo se encuentra en los kits de demostración de estos fabricantes como proveedor recomendado para las antenas RFID (Tx, Rx).

RFID magazine - ¿Qué ha significado para la compañía la apertura del centro de producción PREMO Electronic Wuxi en China? ¿Les ha permitido abaratar la producción de componentes, por ejemplo, de los tags RFID?

A.R. - El centro de producción de Premo en Wuxi (China) ha supuesto en primer lugar la apertura hacia un nuevo mercado como es el asiático y en segundo lugar disponer de un centro de fabricación propia donde se han invertido importantes recursos en ingeniería, de hecho en Wuxi disponemos de un departamento de R&D tanto en RFID como en el resto de divisiones (EMC e inductivos). Esto nos permite poder abordar proyectos directamente en China con el soporte de la ingeniería en Málaga. La producción de tags pasivos RFID (UHF) se han transferido a nuestra planta de China y los de HF a nuestra planta de producción de Tánger.

RFID magazine - ¿Cuál es su opinión sobre el estado actual de evolución de la tecnología RFID en España? ¿Cómo cree que evolucionará?

A.R. - Premo lleva trabajando con esta tecnología desde hace más de 15 años, principalmente con los estándares de baja frecuencia (20kHz-150kHz), en sus diversas aplicaciones tanto en el sector de identificación animal como en el sector de automoción principalmente. Estos son nichos de mercado donde esta tecnología dispone de una madurez importante. Como decía al principio de la entrevista, el mercado de Premo en RFID es principalmente internacional: Reino Unido, Irlanda, Alemania, USA, Japón, Corea, China, etc.



Desde mi punto de vista, España es un país donde existen muchas oportunidades de negocio y en especial en la aplicación de tecnología RFID, donde se puede empezar a aplicar el estándar EPC, sin embargo, el despegue definitivo del RFID, aquí está aún por llegar.

La evolución en España (en lo que se refiere al estándar EPC) dependerá en gran medida de la visión que tengan las empresas más importantes para adoptar la RFID, no de forma aislada si no en colaboración con el resto de actores de la cadena de suministro. La tecnología existe, se ha demostrado eficiente en muchas experiencias piloto y ahora hay que implantarla y sobre todo modificar los procesos que permitan el manejo de los datos, es decir la visibilidad de la información desde los sistemas de gestión de las empresas.

Sobre Antonio Rojas

Desde febrero de 2008 es RFID Product & Project Manager (R&D) de Grupo Premo. Su actividad se focaliza en nuevos productos RFID, su control y gestión de desarrollo, además de dar soporte a los departamentos de Marketing y Ventas. Anteriormente había trabajado en AT4 Wireless, antiguamente Cetecom. Es Ingeniero Técnico en Electrónica por la Universidad de Málaga.

