

Entrevista a Javier Berros, responsable del Área de Innovación para IBM SPGIT (España, Portugal, Israel, Grecia y Turquía)

Por Elena Hernández



Según sus propias fuentes, IBM invertirá 250 millones de dólares en RFID, ¿podría decirnos en qué se focalizará toda esta inversión?

Básicamente en el desarrollo de soluciones para RFID en diferentes áreas, incluso en algunas, servicios específicos para RFID como, por ejemplo, la consultoría sobre cuestiones de privacidad. Soluciones para pymes, mediante el RFID Express, que es una solución empaquetada que posibilita que pequeñas empresas de cadenas de aprovisionamiento a las cuáles les exigen la identificación y la trazabilidad de los productos. También en nuevos productos como el anuncio de unas impresoras específicas para RFID que imprimen códigos de barras a la vez que simultáneamente codifican chips. Además, y dentro de este programa, los llamados Starter kits, que son unos kits específicos que facilitan la implantación de las soluciones de IBM. Estos Starter kits provienen de experiencias exitosas de implantaciones de IBM, que incluimos en el middleware.

Específicamente, lo que propone IBM para las soluciones RFID es un framework, orientado a facilitar la implantación de soluciones RFID. La función del framework es la de acercar una arquitectura, un middleware y unos desarrollos específicos con EPC para EPC Global, y obviamente, complementado con unas alianzas estratégicas con partners. Cuando hablamos de RFID, estamos hablando de un negocio de partners, de alianzas.



Tal y como parece, la tecnología RFID se ha englobado en IBM dentro del área wireless. ¿Qué estrategia ha definido su empresa para este departamento?

La visión que tiene IBM es que RFID está dentro de una estrategia de soluciones para la identificación de activos operacionales. Dentro de estas soluciones de gestión de activos, nos interesa monitorizar la trazabilidad y el seguimiento de activos, y es aquí dónde se enmarca RFID. Así, para este tipo de gestiones, IBM lo que propone es un framework que tiene una arquitectura y un middleware. El middleware de IBM para RFID está basado en productos existentes de IBM, productos de la familia WebSphere. Se trata de productos abiertos, estables, escalables, y que han sido muy probados. Esto es algo muy importante porque una arquitectura es algo crítico y muy importante en un proyecto de RFID. Existe una etapa en que IBM se basa en alianzas, lo que son los tags y los lectores. Estas capas de la solución están en continuo avance o desarrollo. Lo que es importante entonces es el tener una arquitectura que permita adaptarse a la "idiosincracia" de esta tecnología, una infraestructura que posibilite innovar en los procesos de negocio y fidelizar a nuestros clientes, este es nuestro objetivo.

La arquitectura permite poner una solución que sea escalable y proteger la inversión que se tiene que hacer en todas las áreas de negocio sin estar cambiando los procesos cada vez que cambie la tecnología. La arquitectura tiene muchas más funcionalidades, también separa la tecnología y el sistema de comunicación. RFID forma parte de la revolución digital, de la integración de la información en la red. Esto hay que hacerlo con cuidado. El mundo de RFID exige que la arquitectura responda a algo crítico que es la gestión de los datos que se obtienen. Estas tecnologías generan una enorme cantidad de datos, algo fundamental para alimentar nuestros sistemas de información. Lo que es crítico es el hacer filtrados y agregación de esos datos. Si no filtrásemos ni agregásemos esos datos, nuestras redes quedarían saturadas y nuestros sistemas de información serían incapaces de hacer un esfuerzo para decidir que datos se necesitan. La arquitectura de IBM propone una serie de niveles, que en IBM denominamos dominios. Existen una serie de dominios y cada uno tiene que hacer una gestión específica. Además, cada dominio tiene un componente, cada uno ejecuta un componente de la familia Websphere. Hay un primer dominio, por ejemplo, que permite hacer una serie de filtrados y de agregaciones, algunos filtrados son estándares y otros son configurables. Después, lo que también es fundamental es que los datos que llegan a un dominio, lleguen a un nivel que llamamos de integración, con todo tipo de aplicaciones, de bases de datos, sistemas adicionales, transaccionales, etc.

¿Cómo situará IBM a sus partners e integradores dentro de los temas RFID? ¿IBM ha realizado alianzas estratégicas con otros fabricantes?

El tema de las alianzas estratégicas es vital. A nivel mundial, tenemos con fabricantes de tags, de lectores y de software que se integra en nuestro middleware. Este es un negocio de alianzas y es una parte fundamental. Con ellos se desarrolla un ecosistema. Los partners trabajan con nosotros, en nuestros proyectos, investigamos conjuntamente y participan en este desarrollo.



Muchas consultoras y fabricantes han iniciado la creación de laboratorios para estudiar y mostrar la tecnología RFID. ¿IBM ha seguido o seguirá esta estrategia? ¿Dónde va a situarlos?

IBM lleva a cabo acciones de desarrollo y de investigación, tiene patentes. Además participa y forma parte de todo lo que son los estándares mundiales, es miembro de EPC Global. Tiene también unos laboratorios internacionales que se ocupan de la parte puramente de tecnología, y otros centros que llamamos laboratorios, la traducción exacta del inglés sería (*Industrial Solution Centers- ICS-*) “centros de soluciones industriales”. Lo que se hace en estos centros es la integración de la tecnología con las soluciones, con lo que demandan nuestros clientes. De estos ICS específicos para tecnología RFID hay tres en el mundo, de referencia mundial, uno en Japón, el otro en Estados Unidos y el tercero en Niza. Son centros espectaculares donde se hacen sesiones para clientes, analistas y profesionales especializados. Además, también trabajan para nuestros partners. No son sitios donde se muestra sólo tecnología, sino que se reproducen literalmente los espacios de los clientes, y éstos se identifican a sí mismos. Aquí en España no tenemos un ICS. Sí disponemos de la capacidad para mostrar tecnología, pero otra cosa es la tecnología ya integrada en entornos casi reales.

¿En qué consiste la solución para facilitar la implantación de RFID en la cadena de suministro que proporciona IBM dentro de sus servicios?

IBM ofrece un framework para RFID con arquitectura middleware y, fundamental, sus servicios tanto de consultoría como de infraestructura. La parte de infraestructura es crítica, porque sobre una tecnología estándar, se tiene que adaptar posteriormente a las necesidades de los entornos físicos de cada cliente. Así, es muy importante hacer un buen diseño de ubicación y de instalación, en definitiva, de toda la infraestructura, para asegurar el correcto funcionamiento de la red local y de los sistemas. Asimismo, interviene la importante tarea de la consultoría. De hecho, IBM siempre propone empezar con un análisis de negocio, para ver cuál es el área crítica de cada cliente y para poder ayudarlo a afrontar ese proceso, detectar que indicadores son los críticos para su mejora, y ver como la tecnología RFID le puede ayudar a mejorar esos índices. Este es el proceso. Así, el conocimiento de una industria es fundamental para saber mucho de infraestructura y de gestión de inventarios.

En lo que se refiere a la cadena de suministro, es uno de los sectores o de las áreas, tanto para retail, industria, como cadena de suministro logística, que se están siendo más activas en la aplicación de soluciones basadas en esta tecnología.

IBM dispone una línea de servicios sobre privacidad ¿En qué consiste?

Aquí hay que tener algo claro. Hasta ahora toda nuestra gestión se hacía con papeles, desde el momento en que se digitaliza una información, se tiene que reflexionar en lo siguiente: “está información que estoy manejando, que van a tener mis productos, que va a viajar por el aire, es sensible, ¿qué va a pasar si sale de mi organización?, si alguien accede”. Son informaciones que se van a ir acumulando en las unidades de almacenamiento. IBM que siempre ha tenido una política muy clara y orientada a todo lo que es seguridad y privacidad. Así, ha desarrollado un servicio específico que ayuda a las empresas a detectar cuál es la información que está siendo digitalizada, qué información es sensible y que protocolos, procedimientos, metodologías de controles de acceso, incluso encriptación o sistemas de chequeo se necesitan para asegurar

que esta información que una empresa considera sensible la ve sólo quién tiene que verla. Es una manera nueva de almacenar la información, de procesarla y de transmitirla.

¿Qué piensa sobre el ritmo de adopción de la tecnología dentro y fuera de nuestras fronteras?

Creemos que 2005 ha sido un año de inflexión. En este momento se habla ya de implantaciones. Aquí lo que es admirable es el ritmo al que están avanzando las tecnologías, en el sentido de la parte de tags, antenas, etc. Esto cada tres meses cambia, al inicio el precio era de aproximadamente un dólar, después cincuenta céntimos, y ahora ya se habla de 30 céntimos. El coste de los tags empieza a bajar, ya se empieza a hablar de tags sin chips, de tags hechos con plástico electrónico, con tinta electrónica, etc. Algunas cosas son a meses vistas y otras a un año vista. Pero uno de los grandes inhibidores de los que se hablaba, del precio de los tags, a base de tinta electrónica, lo encontraríamos por debajo de un céntimo. Lo que falta en RFID es la pieza de arquitectura, que el resto de la tecnología avance al ritmo que sea, y cuanto más rápido mejor. Hay que detectar qué proceso de negocio se quiere mejorar y ver si esta tecnología lo puede mejorar. RFID es una tecnología disruptiva, hay un antes y un después de RFID.

