

# Aton: innovación, compromiso y fiabilidad en el tiempo

Entrevista a **Javier Barandica**, Country Manager España y Portugal



Javier Barandica, 44 años, es licenciado en CC.Empresariales y Master en Gestión Comercial y de Marketing por IDE-CESEM. Empezó su carrera profesional en Commodore, y durante los últimos 20 años ha estado ligado al sector de la movilidad, en empresas como Micronic, Norand e Intermecc. A principios del 2009 se incorporó al Grupo Aton. Desde septiembre de ese mismo año ejerce el puesto de Country Manager para España y Portugal.

[www.aton.eu](http://www.aton.eu)

**DATACollection:** Háblenos de Aton. ¿Cómo se creó la empresa? ¿Cuándo y cómo surge la filial ibérica?

**Javier Barandica:** Aton Iberia pertenece al Grupo ATON, multinacional de origen italiano líder en el mercado del "Enterprise Mobility" y tecnología RFID. Contamos con una experiencia de más de 20 años ofreciendo soluciones completas de movilidad. Atendemos a clientes de todo el mundo gracias a un experimentado equipo de 100 profesionales. Nos enorgullecemos de tener sistemas instalados en 30 países en los 5 continentes y capacidad de asistencia en 9 idiomas. Aton está presente en España desde el año 2006, tras la adquisición de una compañía dedicada a la movilidad y a la integración de sistemas, y en Portugal desde el 2008, tras la adquisición de la actividad comercial de otra empresa dedicada igualmente a la movilidad desde hacía 20 años.

**DC:** ¿Cuál es la misión de Aton Iberia?

**JB:** Nuestro principal foco de negocio es la "Enterprise Mobility" o Movilidad de la Empresa, que engloba desde el Acceso Móvil a los servicios distribuidos, la integración con sistemas Backend (CRM, ERP, WMS, DWH) y el soporte a usuarios móviles, tanto a nivel de hardware como de software. Consideramos el mercado de la movilidad en Iberia como un mercado maduro, y por lo tanto capaz de apreciar el valor añadido que aportamos con nuestra completa

oferta de servicios relacionados con este tipo de soluciones.

Para ello contamos con nuestra Plataforma de Movilidad AMP y desarrollos específicos para cada una de las actividades de autoventa o distribución (onRoad), preventa (onSales), gestión de tienda (onRetail), inspecciones o trabajo en campo (onWork). Aportamos soluciones para la automatización y control en la cadena de suministro, basado en nuestra solución de gestión de almacén (onLog) y nuestro middleware para RFID (onID). Los servicios de outsourcing tanto para asistencia completa a los usuarios como para la gestión de todo el sistema de movilidad complementan nuestra oferta. Dichas soluciones son el excelente resultado de la apuesta de Aton por una estrategia comprometida con la innovación tecnológica, y de su experiencia en diferentes sectores verticales de la industria.

**DC:** ¿Cuáles son los principales mercados a los que Aton se dirige?

**JB:** Especialmente a fabricantes y distribuidores de productos de gran consumo, como son los sectores de la alimentación y de las bebidas, la industria farmacéutica y el textil, además de la logís-



Giorgio De Nardi,  
fundador y  
Presidente de Aton

# key person

tica y el transporte. Recientemente se está haciendo especial foco en las compañías de Retail, en la industria del petróleo y gas, y la sanidad, con aplicaciones específicas según las características particulares de cada sector.

## **DC: ¿Qué valores les guían y qué parámetros definen su estrategia competitiva?**

**JB:** La pasión por la innovación, las relaciones de confianza y la fiabilidad en el tiempo definen nuestra forma de aproximarnos al cliente. Nuestra oferta asegura a nuestros clientes control y mejora de la eficiencia de la gestión de sus trabajadores móviles y la estandarización de los procesos de negocio. Todo ello repercute en un ROI más alto y en una gran satisfacción de los usuarios.

## **DC: A pesar de la crisis, 2009 ha sido un año excelente para Aton, con una facturación de más de 17 millones de euros y un aumento del 7,2% respecto a 2008. ¿Qué puede decirnos al respecto?**

**JB:** El lanzamiento de la Plataforma de Movilidad AMP, creada para el desarrollo e integración de aplicaciones de movilidad, confirmó la innovación como un elemento clave de la estrategia corporativa. En esta dirección se encuentran más proyectos que utilizan la tecnología RFID para asegurar la optimización de los procesos logísticos

"Es precisamente en momentos de crisis cuando está creciendo la presión para acelerar la innovación y el cambio", dice nuestro presidente, Giorgio De Nardi. "El análisis de nuestra posición, en relación con la rápida evolución de las necesidades de los clientes, nos llevó con valentía y creatividad a realizar sustanciales cambios en nuestra oferta de productos y servicios, en la forma de venderlos y en los canales de venta". El 2010 continuará con el estandarte de la innovación mediante la mejora de Aton Labs, el grupo de R & D de Aton que se formó con el objetivo de llevar a cabo investigaciones para el desarrollo de nuevas soluciones y servicios en colaboración con universidades y centros de investigación, y con la consultora Accenture que participa en la elaboración de prototipos.

"El lema para 2010 seguirá siendo "lo nuevo": el nuevo valor de las nuevas aplicaciones, de las nuevas tecnologías móviles. El conductor de nuestro negocio será la penetración implacable de la movilidad en todos los sectores de negocio", reafirma nuestro presidente.

## **DC: ¿Puede hablarnos de algunos de sus proyectos recientes de movilidad o RFID?**

**JB:** En cuanto a clientes de movilidad, podemos destacar al Grupo Luxottica, que comercializa gafas de marcas tan conocidas como Ray-Ban, Vogue, D&G, Prada, Bvlgari, Chanel, Versace, etc. Este proyecto es ejemplar por el alcance que tiene. Grupo Luxottica se

beneficia de la solución que aporta Aton en cuanto al Help Desk en 9 idiomas y el outsourcing de toda la gestión de la red de ventas, compuesta por unos 1.300 agentes, dispersos por todo el mundo.

Entre los proyectos RFID podríamos destacar la integración realizada para G&P Net, fabricante exclusivo de ropa de marcas conocidas como Geospirit, Peuterey o Dekker.. Aton inició un proyecto con G&P Net para trazar y controlar las prendas que se vendían a través de canal no autorizado, manteniendo su imagen de marca, compromiso con sus distribuidores y exclusividad con sus clientes. Tras el buen desarrollo y excelentes resultados del proyecto, y viendo las múltiples funcionalidades que le proporciona la tecnología RFID, ha ampliado su uso para monitorizar y optimizar la logística entre sus almacenes y tiendas, y para reducir los costes relativos a los errores de entrega en los puntos de venta.

Clesa, Parmalat, Dhul, Cacaolat, Nutricafes, Yoplait, Segafredo, JTI, Grupo Azcoyen o LIDL son algunos de nuestros clientes de referencia en Iberia.

## **DC: ¿Cuál cree que es el futuro de la tecnología RFID?**

**JB:** Hemos dejado atrás una fase de entusiasmo inicial en la que se publicitaban las grandes instalaciones como Metro o Walmart, y en las que las expectativas estaban muy por encima de lo que la práctica ha demostrado que se podía hacer. También hemos superado una segunda fase de desilusión, donde se desestimaba esta tecnología. Ahora estamos en una fase de adopción, donde empiezan a surgir proyectos donde la RFID satisface las necesidades reales de los clientes, que unido a las mejoras continuas en la tecnología (antenas NearField, mejoras en Tags, lectores fijos y móviles) los hacen viables. Estamos implementando la tecnología de una forma más racional, aprovechando sus verdaderos valores añadidos, pero sin generar falsas expectativas. Es por ello que Aton sigue apostando y potenciando nuestras soluciones en torno a nuestro middleware de RFID (onID) para ser un referente tanto en la gestión de los dispositivos hardware como en la integración de los datos en los diferentes sistemas de los clientes.

## **DC: Para concluir, ¿cuáles son los objetivos de futuro de Aton en Iberia?**

**JB:** Nuestros objetivos es convertir a Aton en Iberia en una referencia del sector, consolidándonos como proveedor de soluciones innovadoras de movilidad, aportando los servicios y soporte local necesarios para garantizar el éxito de los proyectos de nuestros clientes. Sacar el máximo provecho de las nuevas tecnologías e identificar los partners de negocio adecuados para que nuestras soluciones lleguen al máximo número posible de empresas.

