

EL CLIENTE COMO FUENTE DE INNOVACIÓN

Al momento de empezar con la innovación, un buen punto de partida para el desarrollo de nuevas alternativas para la empresa e industria es el cliente. Comenzar con su perspectiva, sus problemas, observando y cuestionando dónde y cómo podemos agregar valor a su cadena. Si bien no es el único método, puede resultar bastante efectivo.

Nicolaides Industrial, por medio de sus productos de Aislación ha logrado innovar estableciendo como centro al cliente y sus necesidades. Conversamos con Daniel Venegas (Ejecutivo Comercial) y Felipe Sandoval (Gerente Comercial) respecto a una nueva tecnología desarrollada especialmente para su cliente Constructora Austral S.A.



1. ¿Cómo fue que llegaron a desarrollar un producto especial para ellos?

R. Se dio en el marco de un nuevo entrante al mercado, la empresa Cinepolis de México compró en Chile las operaciones de Cine Hoyts, con lo cual importó toda su experiencia en construcción de salas de cine. En su país de origen, Cinepolis trabaja con un competidor nuestro que tenía desarrollado un producto especial para cielos acústicos. En Chile, Constructor Austral con quien venimos trabajando hace muchos años, nos pidió desarrollar este producto para poder validarlo con el mandante.

2. ¿Qué características tiene el producto?

R. Este producto es complejo de fabricar debido a que es de alta densidad (50 kg/m³), alto espesor (50 mm), tiene medidas especiales de cielo americano (2' x 4') y cuenta con un velo de vidrio de gramaje especial que lo hace más resistente mecánicamente y con una terminación más lisa.

3. ¿Cuántas iteraciones se necesitaron para llegar a la solución final y cuánto tiempo significó?

R. Se requirieron alrededor de 4 iteraciones, debido a que lo más importante era poder igualar espesor y densidad del producto requerido por el cliente, y nuestro proveedor tenía desarrollado un producto similar pero en menor espesor.



4. ¿Cómo fue la relación con el proveedor para poder desarrollar el producto?

R. En este caso fue un proceso rápido debido a que teníamos muy claro que el cliente venía con un importante plan de expansión a Chile por lo cual el consumo del producto sería importante.

Cabe destacar que en 3 años hemos puesto alrededor de 20.000 m² de este producto en el mercado chileno de cines.

5. ¿Han implementado este modelo en otras ocasiones?

R. Sí, en especial con Isover tenemos la posibilidad de desarrollar productos especiales para el mercado chileno. Sin ir más lejos, el producto más vendido de Aislación actualmente, llamado Acustiver P velo negro, es un desarrollo que realizamos con fabrica solo para el mercado nacional, y estamos permanentemente buscando nuevas soluciones para entregar a nuestros clientes.

6. ¿El producto ha sido requerido por otros clientes?

R. Si, lo hemos vendido en clientes acústicos para proyectos donde se requiere de mejor performance que el producto de línea no puede entregar

7. ¿El cliente inicial sigue demandando el producto?

R. Sí, el cliente sigue solicitando para todas las salas de Cine Hoyts, ya es un estándar en sus instalaciones.

"En los últimos años hemos observado el boom de la palabra **innovación**, palabra que cada día abarca más espacios. Sin embargo, la mayoría de las empresas y profesionales que se enfrentan a esta disyuntiva de "**hacer las cosas de forma distinta**" no saben por donde empezar, olvidándose del elemento esencial en el proceso: **El Cliente.**"



Daniel Venegas
Vendedor Comercial
Nicolaides Industrial



Felipe Sandoval
Gerente Comercial
Nicolaides Industrial