

LA EMPRESA LANZÓ ESTA SEMANA MADECO LAB:

# La fórmula con que Madeco by Nexans busca innovar en la tradicional industria de los cables

**Se suele decir que la innovación, sobre todo en una compañía de 80 años,** requiere de un cambio cultural. En la compañía decidieron tomar el desafío: se hicieron asesorar por expertos y crearon una iniciativa para incluir espacios de innovación en las jornadas laborales. **MANUEL FERNÁNDEZ**

**I**nnovar en cualquier rubro es una tarea complicada. Más difícil es hacerlo en una industria como la de los cables, donde los clientes son muy sensibles a la variable precio. Y si la empresa que lo intenta tiene una tradición de 80 años, el desafío se vuelve titánico.

Lo tiene claro Camilo Elton, gerente general de Madeco by Nexans, quien ha buscado convertir la innovación en un sello de su gestión. Y en ese camino, llegó a la convicción de que si quería conseguirlo, debía generar un cambio cultural en la compañía.

Ese es el foco de Madeco Lab, un programa de innovación interna que se inspiró en su experiencia en el ChileMass Innovation Day 2023 en Boston y que su equipo diseñó con el apoyo de un grupo de expertos internos que incluye a Daniel Daccarett (EtM), Francisca Martín (ForoInnovación), Julián Herman (Boston Consulting Group), Pablo Ivelic (Echeverría Izquierdo)

**“No vemos esto como un proyecto, sino como un cambio para siempre dentro de la empresa”.**

**CAMILO ELTON**  
Gerente general de Madeco by Nexans.

y Lorenzo Gazmuri (ChileMass).

“Ellos nos están ayudando y desafiando, para no hacer las cosas mirándonos el ombligo. No vemos esto como un proyecto, sino como un cambio para siempre dentro de la empresa. Estamos cumpliendo 80 años y queremos con esto construir nuestros próximos 80 años, para lo cual necesitamos seguir siendo competitivos”, dice Elton durante la jornada de lanzamiento, que implicó la inducción de los 200 colaboradores de la compañía.

La iniciativa consiste en que la empresa detecta ciertos problemas de sus clientes e invita a sus colaboradores a resolverlos. Se abre entonces un período de tres semanas para que los que quieran participar, se inscriban en algún equipo. Y luego, tendrán seis meses para idear, diseñar y prototipar soluciones con metodologías de innovación. Eso implica que la compañía les permite dedicarle una determinada cantidad de horas semanales al proyecto, dentro de la jornada laboral.

## SACAR LOS CABLES DEL MURO

“Lo que queremos no son ideas, sino propuestas para incorporar en nuestro *pipeline* de desarrollos y lanzarlas al mercado”, explica Vanessa Antenucci, jefa de Marketing e Innovación de Madeco.

Para lograr el objetivo, Elton explica que planean tener una especie de “club de usuarios finales”, de la manera que prueben las propuestas desarrolladas para que evalúen cuánto les ayudan a resolver los problemas que la compañía ha detectado.

El proyecto va acompañado de la remodelación de un espacio de la empresa, ubicada en San Miguel. Una sala de reuniones se va a convertir en el espacio Madeco Lab, con ambientes para fomentar el intercambio de ideas y también para presentar las soluciones a los clientes. De hecho, planean abrir los muros y hacer que el cableado de la sala quede a la vista, de manera de poder ser más explícitos en sus demostraciones.

“Así como Intel ‘sacó’ los procesadores de la caja del computador y todos saben y les importa qué procesador hay adentro del equipo, y eso hace una diferencia, creemos que tenemos que ‘sacar los cables de los muros’, para que nuestros clientes aprecien los atributos de nuestros productos”, explica Antenucci.

El plan es que cada uno de estos procesos se repita cada seis meses, con la misma metodología.



**En diferentes turnos, los equipos** de la empresa se capacitaron esta semana para asimilar la propuesta de Madeco Lab.