



DINOS LO
QUE PIENSAS

 cronica@lidersanantonio.cl

A veces el mejor invento fue un accidente

Cada 21 de abril, las Naciones Unidas nos invitan a reflexionar sobre el rol de la creatividad y la innovación como motores del desarrollo sostenible. No es una fecha para celebrar solo a los genios que cambiaron el mundo desde un laboratorio. Es, sobre todo, una oportunidad para reconocer que innovar es una actitud cotidiana: la disposición a mirar lo que no funciona y encontrar ahí algo valioso. Una oportunidad para preguntarse si lo que salió mal quizás salió bien de otra manera.

La historia del progreso está llena de errores que se convirtieron en categorías. Por ejemplo, el manjar, uno de los símbolos más arraigados de nuestra gastronomía, habría nacido por descuido en Argentina: alguien dejó hervir leche con azúcar demasiado tiempo y lo que parecía un error se transformó en una delicia irresistible. No hubo intención ni diseño. Sólo curiosidad. Algo similar ocurrió décadas después con el Manjarate de Soprole. El producto fue diseñado con una cobertura de chocolate densa y pareja sobre un mousse, pero un problema técnico en el envasado hacía que el chocolate precipitara hacia el centro, for-

mando la bolita que todos conocemos. Cuando la empresa logró corregir el defecto, los consumidores exigieron que volviera. El error se había convertido en el alma del producto y hoy, más de 35 años después, sigue siendo el postre refrigerado más querido del país.

A escala mundial, el patrón se repite con la misma lógica. Coca-Cola nació en 1885 cuando un asistente de farmacia mezcló accidentalmente agua carbonatada en lugar de agua normal con el jarabe medicinal que estaba preparando. El resultado encantó tanto que decidieron comercializarlo no como remedio para el dolor de cabeza, sino como bebida de fuente. Y en los laboratorios de 3M en 1968, Spencer Silver intentaba crear un adhesivo más fuerte y obtuvo exactamente lo contrario: uno débil, que se pegaba y despegaba fácilmente sin dejar residuos. Nadie supo qué hacer con ese fracaso durante años. Lo archivaron. Lo olvidaron casi. Hasta que su colega Art Fry, frustrado porque los papeles que usaba para marcar su libro de coro se caían constantemente, recordó aquel pegamento inútil y vio en él algo que nadie había visto antes. Así nació el Post-

it, hoy presente en más de 100 países.

¿Qué tienen en común estos casos? Ninguno siguió el camino planificado. Todos encontraron su valor real en un momento imprevisto. Y en todos ellos, alguien tuvo la disposición de no desechar lo inesperado, sino de preguntarse qué podía hacer con ello. Esto no significa que el fracaso sea bueno en sí mismo. Significa que la creatividad no siempre opera en línea recta. A veces avanza tropezando. La innovación no es sólo lanzar algo radicalmente nuevo al mundo; es también la capacidad de mejorar un proceso, cambiar la forma de relacionarse con los clientes o reinventar el propósito de algo que ya existía. Emprender significa apostar sabiendo que no todas las apuestas ganan, pero que incluso en las que no ganan puede haber algo que vale la pena rescatar.

El 21 de abril es una buena oportunidad para recordarlo.

Ariel Jeria
gerente general de
Rompecabeza