

Gente

Federico Fernández: "Panamá es un caldo en ebullición para el emprendimiento"

■ El venezolano es el encargado de desarrollar el GEM, un estudio que intenta contextualizar objetivamente la actividad emprendedora de Panamá

Luis Lorenzo
llorenzol@hvenezolanoes.com.pa

Federico Fernández es un titirón blanco del emprendimiento. A pesar de su disposición alegre, bonachona y educada, el venezolano esconde un brillo en sus ojos que es un instinto de casería para los negocios. ¿Cómo no hacerlo? Su primer trabajo, que realizó durante la crisis bancaria del 2000 en Venezuela, fue detectar negocios problemáticos, pero lo suficientemente prometedores para una banca de inversión interesada en darles la vuelta y rentabilizarlos.

Con este mismo instinto desarrolló, a través de la empresa Engeemity, unas láminas biofónicas que imitan la reproducción de microorganismos en el agua y permiten una mejor conservación de los alimentos, que le valió el primer lugar en la categoría "Negocio" de la décima edición del Concurso Ideas del Banco de Desarrollo de América Latina.

Su más reciente emprendimiento es Otepi Renovables, una firma de ingeniería especializada en energía solar. La gran aspiración de esta empresa, asentada en la Ciudad del Saber, es forrar todos los techos de Panamá con paneles solares.

No es una aspiración ecológica. El ADN de Fernández no tiene connotaciones verdes. Si bien, en cambio, una visión a futuro que entiende que las energías renovables son una apuesta segura, hasta tal punto que se espera que de aquí a 2040 la población mundial que haga uso de ellas pase de 4 % a 31 %.

Además, Panamá es un lugar propicio para llevar a cabo este tipo de iniciativas. Primero, el país cuenta con radiación de sol. Segundo, el precio de los equipos son cada vez más accesibles. Y tercero, las tarifas eléctricas en el país son altas -un promedio de 0,15 centavos el kWh- y prácticamente todo el mundo está interesado en buscar una solución que signifique un alivio financiero.



Federico Fernández tiene una amplia experiencia en emprendimiento. Foto: Luis Lorenzo

Así que, a través de un sistema, que se conoce como generación distribuida, Otepi Renovables instala paneles solares que se conectan en el tablero principal de energía, lo cual permite consumir primero lo que genere a través del sol y, en caso de necesitar un adicional, de la red eléctrica local.

No solo eso, ya que si se genera más energía de la que se utiliza, el marco legal del país permite vender el excedente al Estado, optimizando la inversión en el sistema y aborrandolo, por lo menos, 0,05 centavos por kWh.

En cinco años de trabajo Otepi Renovables lleva cuatro megavatios de proyectos en procesos, pero con la capacidad de Fernández, ese recurso literario hiperbólico de "forrar todos los techos de Panamá con paneles solares" pasará a ser, en un futuro, uno de corte realista.

El ecosistema del emprendimiento panameño

Fernández no solo emprende, sino que estudia, teoriza y promulga sobre el emprendimiento. A través del Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) lleva a cabo el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) panameño, un estudio que intenta definir y medir objetivamente la actividad emprendedora comparándola con 54 países.

A través de este estudio se puede asegurar, por ejemplo, que Panamá está sobre la línea de emprendimiento mundial (17 % de la población ha iniciado un nuevo negocio en el último año), inclusive sobre países como Estados Unidos (8 %), España (6 %) o Japón (3 %).

"Panamá es un caldo en ebullición para el emprendimiento, ya que este país tiene mucho por hacer", explica el venezolano. Las razones

detrás de este argumento son sencillas: aquí es relativamente fácil abrir un nuevo negocio, existen muchos nichos por explotar y el sistema es benevolente con los emprendedores.

El problema es que una cifra considerable de ese 17 % de la población está emprendiendo por las razones equivocadas. No es tanto porque deseen innovar, sino porque no tiene otra salida que acudir a la economía informal para poder subsistir.

Hay también una carencia de role models. "Así como en el mundo empresarial la gente quiere ser el próximo Stanley Motta, en el mundo del emprendimiento se tiene que buscar una figura que sirva como motivador para que la economía local empiece a tener más innovadores", argumenta el experto.

En ese sentido, ya empiezan a perfilarse algunas figuras como Stefy Cohen, quien con "Lunes con el pie derecho" se ha transformado en la cheerleader del emprendimiento panameño, o Mayer Mizrahi, quien con la aplicación de correo y mensajería de texto Criptext cuenta con una idea de negocio con escalabilidad y expectativas internacionales.

Pero hace falta más ambición, conciencia del mundo en el que vivimos y verdaderas ganas de innovar porque lo que se pretende es que Panamá tenga el equivalente a lo que fue Nokia para Finlandia: una empresa que representaba más para la economía del país que 14 mil 450 empresas finlandesas más pequeñas.

En pocas palabras...

Un lugar: mi casa.

Un plato: pabellón criollo.

Un libro: "Start-Up Nation" de Dan S. Kenner y Saul Singer.

Una película: "Toy Story" de Pixar.

Un artista: ABBA.

Una figura: Thomas Alva Edison.

Una máxima: "Predicar con el ejemplo".