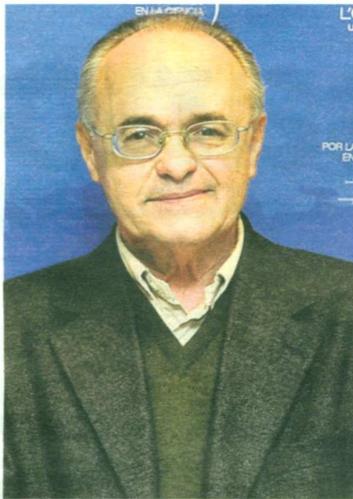


La ciencia, la academia y hasta el deporte también generan empresarios, con ideas frescas y ajenos a las carreras de negocios; su falta de *know how* y de apoyos les suele jugar en contra



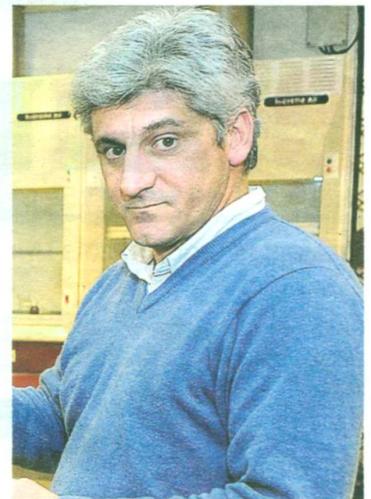
Álvaro Margolis, CEO de Evimed.



Rafael Guarga, director de Pentaler.



Adrián Berbia, director en Agarraideas.



Carlos Sanguinetti, de Universidad ORT.

De profesionales consumados a empresarios innovadores

EL MUNDO EMPRESARIAL dejó de ser exclusivo para contadores, economistas, licenciados en administración, expertos en publicidad y marketing o abogados. Aunque esos profesionales se mueven como pez en el agua porque ese es su hábitat natural, existe un perfil de empresario que proviene de ámbitos ajenos a los negocios. Si bien aun de manera incipiente, la ciencia, la academia y hasta el deporte también generan sus propios empresarios.

Una de las carreras que se ha vuelto un semillero de este nuevo perfil es Ingeniería. Rafael Guarga, exdecano de la Facultad de Ingeniería (1992-1998) y rector de la Universidad de la República (1998-2002), es director de la empresa Pentaler, que desarrolló a fines de la década de 1990 una tecnología de Sumidero Invertido Selectivo (SIS) Frost Protection, que permite controlar el daño que

las heladas producen sobre los cultivos y, además, reducir el efecto de la niebla, así como la propagación de polvo y olores generados por la minería y las fábricas, respectivamente.

El formato de empresa es lo que le ha permitido a Pentaler vender servicios, ya que no podía hacerlo desde la Universidad. Hoy se sostiene gracias a la exportación de sus equipos a 15 países. «Si no hubiera sido por el exterior ya estaríamos enterrados», agregó el empresario.

Pasar de la academia a los negocios no es la evolución previsible para un ingeniero, pero en estos

casos uno «se da cuenta de que si no hay un ámbito empresarial abierto en cuanto a apostar a la innovación, la única forma de no quedar quejándose es meterse uno en ese proyecto», afirmó Guarga.

Tampoco es la progresión esperable para un científico, indicó Carlos Sanguinetti, fundador de ATGen, firma productora de kits de diagnóstico para enfermedades genéticas humanas, que nació en 2001 en el seno de la Facultad de Ciencias y que en 2007 fue comprada por Laboratorio Celsius.

Aunque sus colegas tienden a valorar su trabajo en el campo de

la ciencia aplicada, «hay otro grupo de gente para la que soy un hereje», bromeó.

Asimismo, desde hace tres años trabaja como coordinador académico del departamento de Biotecnología de la Universidad ORT. Los estudiantes que cursan la licenciatura de esta especialidad se forman para ser emprendedores —el trabajo final de carrera combina una parte experimental con su plan de negocios—, a través de soluciones a los problemas que plantea la industria. Este año se recibirán los primeros 12 estudiantes, acotó Sanguinetti. Además, el departamento trabaja en investigación y desarrollo de soluciones para la industria.

Aunque tienen un gran conocimiento de su campo, los profesionales suelen enfrentar el desafío de plasmar una idea con potencial en una empresa sustentable. Es más, si algo distingue a estos

Los «sapos de otro pozo» que van a emprender recurren a incubadoras y asesoramiento para plasmar su idea en un proyecto sustentable

POR **DIEGO FERREIRA**

dferreira@elpais.com.uy

empresarios es que no sabían de negocios y tuvieron que aprender sobre la marcha.

«Hay aspectos que tienen que ver con el manejo de una empresa, los planes de negocios, el marketing y el trabajo internacional, en los que no tenemos idea de nada», admitió Álvaro Margolis, médico y CEO de Evimed, empresa que vende cursos educativos para doctores e instituciones de salud.

El profesional devenido en empresario, junto a su socio Antonio Pérez, ingeniero y docente en la Facultad de Ingeniería, presentaron su proyecto a la incubadora Ingenio en 2003, conscientes de las posibilidades de su emprendimiento pero también de que necesitaban asesoramiento.

«Esto es lo suficientemente complejo como para hacerlo a nivel universitario y, por otro lado, vimos la oportunidad que da Ingenio de crear eso que uno no sabe hacer», analizó Margolis.

Del mismo modo, el asesoramiento fue clave para el nacimiento de la empresa Agarraideas, especializada en vender publicidad para las agarraderas que van en los pasamanos de los ómnibus, que hasta ahora están instaladas en el 10% de la flota de Cutcsa y ya tiene clientes como Movistar y Limonetto (de Salus).

La cara más famosa detrás del emprendimiento es Adrián Berbia, ex arquero de Peñarol y actual golero de Juventud de Las Piedras.

Para Berbia, director de proyecto en Agarraideas, la iniciativa le permite no encasillarse en el fútbol, si bien sigue en actividad y está realizando el curso de entrenador. «Ninguno de los socios somos del palo de los negocios. Es algo nuevo que lo empezamos a ver como posibilidad», definió.

EL MUNDO COMO MERCADO

Algo que les preocupa a los científicos y académicos es el desarrollo y el acceso a recursos e ins-

trumentos que fomenten la creación de empresas que produzcan alto valor agregado.

Como excepción, aparece el fondo Orestes Fiandra, de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), que dispone de US\$ 6.000.000. Pentaler aspira a conseguir un monto de US\$ 250.000 para financiar proyectos pero para ello deberá fortalecer la parte comercial.

El dinero incide en los proyectos de otra forma. Muchos emprendedores son generalmente «*part-time*» porque al no recibir ingresos por su proyecto, deben dedicarse a otra cosa en paralelo, comentó Sanguinetti.

La exportación de servicios es clave para que estas empresas puedan sostenerse, indicó Margolis. En esa línea, Guarga concluyó «el mundo es un mercado pero no solo para las vacas, tiene que ser un mercado para ideas originales». ■