

Por Lina Vargas Vega

¡HOUSTON, TENEMOS UN NEGOCIO!

POR COSAS DEL DESTINO, EL COLOMBIANO CAMILO NOVA TERMINÓ VIVIENDO EN AUSTIN, TEXAS, EL HUB DE LA INDUSTRIA AEROESPACIAL. AHORA TRABAJA CON SPACEX Y BLUE ORIGIN, LAS EMPRESAS DE TURISMO ESPACIAL DE LOS HOMBRES MÁS RICOS DEL MUNDO, Y PLANEA LLEVAR SU FACTURACIÓN DE 1.2 MILLONES DE DÓLARES A 10 MILLONES PARA 2028.

En 1961, James E. Webb decidió que Houston, Texas sería la sede del Centro Espacial Johnson, sin saber que fundaría el *hub* de la industria. Hoy, el complejo opera los viajes al espacio de la NASA, adelanta investigaciones y recibe a más de 1.1 millones de curiosos que llegan al año a ver lanzamientos, las instalaciones y más de 400 artefactos espaciales que se exhiben en la zona abierta al público.

Houston se convirtió en el “paseo de la fama” del espacio, mientras que quienes estaban tras bambalinas tuvieron que buscar un lugar lejos del bullicio para trabajar... y Austin cumplía con los requisitos. Con aproximadamente 1 millón de habitantes, esa urbe texana se convirtió en el “Silicon Valley de la industria aeroespacial”. Incluso Elon Musk mudó los *headquarters* de Tesla allí y ahora se pasea muy tranquilamente por sus calles.

Precisamente ahí fue a parar un empresario colombiano que tuvo que reorganizar su vida después de la pandemia. Camilo Nova fundó Axiacore en 2007, en Bogotá. En ese momento ofrecía soluciones de programación en Python. Después empezó a proveer de software a públicos y privados; y, cuando todo iba viento en popa, la cuarentena le obligó a enviar a sus empleados a casa, cerrar para siempre su oficina y apostar todas sus cartas al trabajo remoto.



Empresario estratégico

Camilo Nova aprovechó su llegada a Austin para explorar la industria aeroespacial, pero no abandonó su crecimiento en Colombia, donde continúa ofreciendo soluciones de software para todas las industrias: trabaja con Bodytech, Crepes & Waffles y el Ministerio de las TIC, entre otros.

Cuando “cambió el chip” y se dio cuenta de que todo su equipo no debía estar reunido en un espacio de 80 metros cuadrados para que las cosas funcionaran, empezó a contratar talento de más lugares y terminó él mismo emigrando a Estados Unidos. Austin se

convirtió en su hogar. Rápidamente, la emoción por lo que hay fuera de este mundo lo invadió y aprovechó el momento de cambio de su compañía para preguntarse: “¿Qué tipo de empresa tenemos que ser para trabajar con la industria aeroespacial?”.

Sabía que tenía que aprovechar esa oportunidad. En el fondo, siempre supo que ése sería su destino. En su natal Paz del Río, en Boyacá, disfrutaba de la poca contaminación lumínica para contemplar la Vía Láctea y las estrellas; después, en su *alma máter*, la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, se interesó más por el espacio exterior al estudiar sobre su fundador, a quien describe como el “Elon colombiano de la época”. Tardes enteras en el Planetario de Bogotá lo terminaron de cautivar. Cuando llegó a Austin y se involucró con otros emprendedores, supo para dónde iba su empresa.

Hoy, Axiacore trabaja con SpaceX, fundada por el hombre más rico del mundo, cuyo patrimonio neto está estimado por FORBES en 247,100 millones de dólares (MDD); y con Blue Origin, de Jeff Bezos, el segundo en la lista FORBES al cierre de esta edición, con un valor de 214,900 MDD. Ambas pelean el futuro del turismo espacial con otro titán: Richard Branson, fundador de Virgin Galactic, que acumula una fortuna de 2,600 MDD.

La empresa del colombiano diseñó un software de Inteligencia Artificial (IA) que permite a los gigantes aeroespaciales medir el nivel de riesgo que un turista tendría en un viaje fuera del planeta, para ofrecer seguros de vida a la medida. El sistema realiza al viajero varias preguntas sobre su salud, hábitos y condición física, cruza los datos con información global y arroja un porcentaje de riesgo; terceros se encargan de proporcionar el seguro.

A Camilo le gustó la idea del trabajo remoto y sueña con proveer de herramientas de comunicación para equipos que tengan parte de su fuerza laboral en órbita, otro equipo en Texas y otros más en Singapur. Asegura que el futuro laboral será así y que se están preparando para ofrecer herramientas que funcionen aquí y en otros planetas, y también que sean seguras, ágiles y a la medida de cada empresa.

Axiacore facturó 1.2 MDD en 2023 y este año espera cerrar por los 2 MDD. Sin embargo, esta empresa (que tiene su sede tanto en Bogotá como en Austin) espera crecer a la par de la industria aeroespacial, por lo que tiene una proyección para 2028 que está cerca de los 10 MDD.

Y, si esta empresa lo hace bien, las proyecciones pueden ser mucho más prometedoras. El banco suizo de inversiones UBS estima que la industria del turismo espacial llegará a valer 23,000 MDD en 2030, aun teniendo en cuenta que es probable que, para ese año, todavía no haya ocurrido el boom de los viajes al espacio.

Si bien, para Musk, Bezos y Branson el negocio se convirtió casi en una obsesión personal, todavía la tecnología no está completamente perfeccionada para llevar a cabo un plan de negocios de carácter masivo. Los magnates han sido protagonistas de noticias sobre lanzamientos cancelados o fallidos, información que no genera la confianza suficiente.

El factor económico también retrasa el crecimiento de la industria: viajar

a la estación espacial con Blue Origin podría costar unos 28 MDD, Musk cobraría desde 50 MDD por sus servicios, que incluyen visitas a la Estación Espacial, un orbitaje redondo a la Tierra e, incluso, un viaje a la Luna y a Marte. Por su parte, Branson, un apasionado de la “democratización de servicios”, ofrece un vuelo orbital de 90 minutos por 450,000 MDD.

Con todo, el futuro nunca ha sido tan prometedor. La humanidad lleva décadas estudiando los viajes al espacio y, aunque el turismo nació como una necesidad para financiar los programas aeroespaciales de los gobiernos (el primer hombre que viajó al espacio sólo por diversión, pagando 20 MDD fue el empresario Dennis Tito, en 2001), la entrada de los hombres más ricos del mundo a este escenario le da una chispa importante a un negocio con un potencial millonario.

Camilo está confiado de que así será y asegura que él mismo viajará al espacio en algún momento, e incluso se atreve a soñar con que para sus hijos los cohetes serán tan comunes como para él los aviones. **1**

AL INFINITO Y MÁS ALLÁ

Las oportunidades de negocio fuera del planeta parecen ser infinitas, como el mismo universo; y, aunque muchas ideas no se pueden explotar aún, hay empresas que se preparan desde ahora para ser competitivas cuando el espacio exterior ya sea una vitrina comercial. Estas firmas son algunas de las más peculiares.

| | |
|------------------|---|
| ICON | Basada en Austin, Texas, esta compañía se dedica a la impresión 3D de edificaciones. Está experimentando con un material parecido al de la superficie lunar y espera llevar su construcción sostenible al satélite de la Tierra. |
| INTERLUNE | La minería del futuro. Esta empresa trabaja en la búsqueda de materiales raros, encontrados en satélites u otros planetas, para estudiarlos y aprovechar sus cualidades en nuestro mundo. |
| VARDA | Esta farmacéutica tendrá su sede en el espacio para aprovechar los beneficios de la gravedad cero y la microgravedad en experimentos científicos, con el fin de elaborar medicinas que no podrían ser fabricadas en condiciones terrestres. |