

POR JUAN PABLO SILVA



TELEPIZZA, PAPA JOHN'S Y MELT. TODAS ESAS MARCAS ESTÁN O ESTUVIERON RELACIONADAS CON MARLON HUERTA, PERIODISTA Y EMPRESARIO GASTRONÓMICO QUE HA SACADO BUENOS DIVIDENDOS DE ESTE TIPO DE COMIDA. LE VENDIÓ PAPA JOHN'S A DRAKE Y LUEGO MELT A JORGE YARUR; RESIDE HACE TRES AÑOS EN MIAMI, ADMITE QUE COME MUCHA PIZZA Y QUE TAMBIÉN HA EMPRENDIDO CON OTROS NEGOCIOS, ENTRE ELLOS, LA FRANQUICIA DE BICICLETAS PIVOT Y UNA TIENDA GOURMET. AHORA, ESTÁ ENFOCADO EN POTENCIAR SU ÚLTIMA CREACIÓN: UNDER PIZZA, QUE YA SE ESTÁ EXPANDIENDO POR TODO CHILE.



MARLON HUERTA: CON LAS MANOS EN LA MASA

Marlon Huerta comparte nombre con el actor estadounidense Marlon Brando e incluso, en algún momento, compartieron industria. El chileno de 50 años -periodista de la Universidad Andrés Bello y master en marketing en la UAI- tuvo su primer desafío laboral en la subsidiaria chilena de 20th Century Fox, en 1997, y dos años después se unió a Cinemark como marketing manager. En ese momento pensó que su carrera se iba a desarrollar en ese negocio. Era lo que él quería. Pero el techo de este mercado no era muy alto en Chile, dice.

A la pizza llegó de casualidad. Recibió el llamado de una head hunter que buscaba colaboradores para una empresa de comida rápida. No le dieron el nombre, como se estima en este tipo de búsquedas. Huerta postuló pensando que la empresa era McDonald's, pero en la última instancia del proceso, le dijeron que era la española Telepizza.

A pesar de que no conocía el rubro, el bijutería por tener algo propio venía de su juventud. En su época universitaria pasó tiempo en Canadá, y a la salida de la Universidad de McGill -donde estudió por unos meses- había un local de pizza administrado por dos hermanos. Huerta recuerda que éste pasaba lleno, atendía casi las 24 horas y vendían cerca de 400 pizzas diarias. En ese momento pensó que alguna vez podría incursionar en algo así, a baja escala. Nunca imaginó lo que a él le esperaba.

En 2005 entró a Telepizza, donde se convirtió en director comercial y de marketing. Era la cadena con más locales en el país y estuvo en la época de oro de esta empresa, que hace una semana pidió la reorganización judicial.

Cinco años después, junto a otros 16 empleados de Telepizza, salieron a buscar la franquicia de Papa John's en Chile. Fue él personalmente quien negoció con los norteamericanos. Logró recaudar US\$ 1 millón para el negocio, pero en Estados Unidos le pedían US\$ 3 millones. Recuerda Huerta que en esa época los dueños de Doggis y los representantes de Domino's Pizza en Chile buscaban quedarse con la marca.

Pero él se movió más rápido. Consiguió la inversión del fondo Emprendedor I -que pertenecía a Jaime Vargas, Sergio Benavente, Hernán Somerville, Juan Enrique Riveros,

Álvaro Clarke y Julio Bustamante- y con eso llegó al monto solicitado y se adjudicaron el negocio, pero sin el control de la sociedad.

Multipliqué el fondo por 14

Seis años después, en 2016, los socios mayoritarios de la firma pidieron sacar la pizza del horno y salieron a buscar un comprador. Con el pasar de los años era la franquicia más grande de Chile y -dice Huerta- de los 4 mil locales que la empresa tenía en el mundo, los 10 más rentables estaban en Chile: fueron reconocidos como los mejores franquiciadores de Papa John's en el mundo.

A Drake, fondo vinculado a Nicolás Ibáñez, se le abrió el apetito y le compró el negocio a Huerta. Según versiones de prensa, el monto de la operación habría sido cercano a los US\$ 30 millones.

El capital del fondo inicial se multiplicó por 14 veces en cinco años y Huerta cree que parte de las razones del éxito fue que se apostó por pizzas con ingredientes de calidad, se propusieron terminar con la trampa de los 2x1 y pusieron los mismos precios que tenía el mercado estadounidense.

Bajo el alero de Ibáñez, Huerta estuvo dos años y medio en la operación de Papa John's. En ese tiempo pasaron de 32 a 70 locales, y cuando se le acabó el acuerdo de no competencia quiso volver a la cocina. Sumó a Cristóbal Barros, ex gerente de administración y finanzas de Papa John's (bajo la propiedad de Drake), y creó el fondo privado Victoria I para desarrollar Melt Pizzas.

Con US\$ 14 millones invertidos -entre ellos Jorge Yarur Bascuñán, hijo del empresario Jorge Yarur Banna, y la familia Prieto- rápidamente se convirtió en el segundo operador más grande del país. En 2019 Melt se reestructuró bajo un nuevo fondo para acelerar su crecimiento, operación tras la cual Jorge Yarur aumentó su propiedad desde el 23% inicial hasta un 55%, esta vez por US\$ 40 millones.

Finalmente en 2021, el grupo Tarascona ligado a Jorge Yarur lanzó una oferta para consolidar la propiedad de Melt y Under Pizza, alcanzando el 94% de la propiedad, en tanto

que el 6% restante permaneció en manos del grupo ejecutivo.

En paralelo Huerta entró al mundo del venture capital: lideró la ronda semilla de la startup Justo y se convirtió en director del fondo de venture capital WeBoost.

Rodrigo Segal, CEO de Justo, recuerda como conoció a Huerta, le fue a vender su servicio como a muchos otros, estaban recién partiendo el negocio y "en la primera reunión le brillaron los ojos. Quiso entrar al tiro". Añade que la negociación de los términos fue durísima, "una pesadilla, pero una vez que te invierte cambia todo". Incluso, cuenta que llegada la pandemia Huerta salió a vender con ellos y cerró con grandes clientes, "es muy hábil comercialmente, es su gran fuerte, tiene muy buen ojo y sabe perfectamente cuándo apretar y cuándo soltar", asegura Segal.

A la cocina como operadores

Melt vende 5 millones de pizzas al año y tiene una tasa de crecimiento del 25%, afirman quienes conocen el negocio. A diferencia de cuando operaban Papa John's -en que debían pagar un royalty a los dueños-, Huerta confiesa que decidieron buscar un negocio donde ese royalty no existiera y donde se pudiera innovar.

En una entrevista de agosto del 2018 en el blog de Without, el estudio de branding londinense con el que trabajó para crear la marca, le preguntaron a Huerta por qué partió Melt Pizzas: "Después de vender la franquicia de Papa John's en Chile y abrir Papa John's en España para el mismo inversor, teníamos muchas ganas de volver al negocio de la pizza y probarnos esta vez como operadores de nuestra propia marca, una marca que iba a ser disruptiva e independiente en espíritu, y que adaptaría los principios generales de un negocio de reparto de pizza en cadena para alcanzar escala rápidamente y ser eficiente".

Con esa mentalidad, importando productos de otros países y las ganas de crecer, hoy Melt tiene 45 locales en todo Chile.

Under Pizza

La última apuesta de Huerta en el mundo de las pizzerías es Under Pizza, una marca de comida rápida, donde en ciertos horarios los productos están listos para llevar, con precios desde los \$ 5.990. No tienen delivery, muchos de los procesos están automatizados y sólo hay un tamaño.

Partieron en pandemia, están inaugurando su local número 20 -ya están en Santiago, Valparaíso, Viña del Mar y La Serena- y esperan este año cerrar con al menos 30. Cada sucursal, señala Huerta, requiere una inversión de al menos \$ 300 millones.

Este negocio fue incubado en Melt, y son actualmente compañías hermanas. Sin embargo, Huerta afirma que, si bien hay colaboración, la idea es que compitan entre sí, ya que están separando todos los negocios lo máximo posible.

Formador de equipos

Quienes lo conocen, describen a Huerta como alguien inquieto, agresivo para los negocios, que va a mil kilómetros por hora al momento de operar, "acabronado" e intenso. No viene de una familia de empresarios: su padre fue fotógrafo y su madre enfermera en Estados Unidos. Las redes se las ha hecho haciendo buenos negocios.

Una de las personas que trabajó con él en Drake fue Antonio Rostagno, CEO de Booz, cl. quien recuerda que una de sus mayores características es la capacidad para formar equipo: "Tiene un liderazgo poco convencional y opera bajo la confianza". Y destaca que al crear los equipos les da autonomía y libertad para trabajar.

Otros negocios

Hace tres años Huerta dejó Chile, tras dos robos sufridos en su casa y luego de que una serie de estafadores usaran su nombre para cometer delitos, incluso vía LinkedIn. Se radicó en Miami, pero ahora se está mudando a Carolina del Sur. En su tiempo libre juega básquetbol y le gusta la bicicleta, rubro en el que incluso incursionó.

El chileno admite que come mucha pizza, aunque no son las pizzas el único negocio que le ha dado números azules. Huerta consiguió la representación de las bicicletas Pivot y tras unos años de operación vendió la franquicia. Además, creó la tienda gourmet La Rotisserie, que también puso en venta.

Actualmente está en avanzadas negociaciones con un fondo de private equity en Nueva York para invertir en alimentación. Y adelanta: no se trata de pizzas. Aunque aún no pueden dar más detalles, es una cadena que recibirá una importante inyección de capital para expandirse por Estados Unidos. +

LAS MEJORES PIZZAS SEGÚN HUERTA

Ornella en Madrid
Bel Mondo en Madrid
Frank Pepe's en Connecticut
Sali's Pizza & Pasta en Connecticut
Anthony Francos en Nueva York