

Nicolás Moreno se formó en Argentina para abrir "La Pizzería de los Cracks"

Emprendedor con tres carreras se dedica a las pizzas: "Hay que dejar el ego de lado"

Luego de que un duro momento en su empresa familiar le tocó reinventarse, apostando con todo al sabor trasandino.

WILHELM KRAUSE

Lo de Nicolás Moreno no es algo menor. Tiene tres carreras: ingeniería en administración de empresas, ingeniería comercial e ingeniería civil industrial. También tiene un MBA en la Pontificia Universidad Católica de Chile, además de intercambios en Estados Unidos y Turquía, donde se interiorizó en innovación y emprendimiento. Después, obtuvo un segundo máster en marketing y transformación digital en el Incaea Business School. "Se me abrieron los ojos al mundo con cada viaje, conocí distintos modelos de negocio y pude capacitarme al más alto nivel"

Aunque no sacó todas las carreras al mismo tiempo, por un año sí lo hizo: concluía Comercial mientras empezaba Civil Industrial. "Fue igual traumático, porque estaba con catorce ramos, terminé yo creo que unas cinco veces en la clínica, pero jamás me desvié del foco de lo que tenía que lograr". Así, impulsó la empresa familiar del rubro de la construcción a manejar volúmenes por sobre los 50 millones de dólares entre 2016 y 2018. La crisis causada por la pandemia y el estallido social golpeó con fuerza al sector, llevando a la quiebra a gran parte de las constructoras y dejando a su negocio con operaciones acotadas.

A la hora de postular a nuevas oportunidades laborales esta sólida experiencia y su extenso currículum se convirtieron en una barrera más que en un respaldo. "Hubo momentos en que ninguna empresa me recibía porque estaba sobrecalificado. Llegué a etapas finales, pero mis pares temían que les hiciera sombra o que yo fuera a pedir un sueldo muy por encima, pero yo quería algo acorde a mercado para poder volver a empezar de cero".

Entonces tuvo que reinventarse. Descubrió la pizzería argentina junto a un amigo y viajó a Buenos Aires para estudiar un curso teórico-práctico sobre fermentación. "Me prepararon con las temperaturas, los tiempos y cómo trabajar la mozzarella. A partir de ahí, adapté todo con mi toque personal y me traje los moldes desde



Nicolás Moreno dice que entrega entre 1000 y 1200 pizzas al mes.

Argentina, lo más difícil de importar, pero que son los hacen la diferencia", relata (@la_pizzeria_de_los_cracks).

Ya en Chile, Moreno inició el negocio con un local dentro de un club de pádel en Chicureo y fue ampliando su alcance gracias al boca a boca. ¿El nombre? La Pizzería de los Cracks, que abrió el 4 de septiembre. "Partimos vendiendo diez pizzas al mes, luego pasamos a treinta, y después los jugadores de pádel empezaron a correr la voz. Así fue como llegamos a restaurantes, bares y cafés, a los que les entregó un formato precocido fácil de hornear".

Además, estableció su casa matriz en alianza con el restaurante La Cebra, donde la gente puede ir a degustar su pizza de estilo argentino: "Por ahora, prefiero crecer de forma gradual antes de arriesgarme con locales propios, sobre todo porque la demanda va en aumento, por eso no quiero decisiones apresuradas".

Su carta cuenta con 13 variedades, desde las más tradicionales argentinas -muzzarella, fugazza y la llamada muza jamón— hasta creaciones personales que incorporan carnes ahumadas o vegetales. "La napolitana con provolone es la que más me gusta, pero también hice versiones vegetarianas y con brisket. El secreto está en la masa aireada, que es mucho más crujiente y resiste cualquier ingrediente sin que se desarme", de-

talla. "te puedes demorar entre 12 a 18 horas por una línea de producción, es muy casero todo, muy casero, muy artesanal".

"Es muy poca la competencia. Si hay un universo de mil personas que tengan negocios de pizza, pero de momento tienes sólo una que hace la pizza argentina, y esa pizza es distinta a las demás, no es a la piedra, no es industrial y es sólo con ingredientes naturales".

No deja de ser loco dedicarse a las pizzas con tres carreras y dos másteres.

"Así es. O sea son las vueltas de la vida. Quizás es una pausa, pero me da una mirada mucho más integral respecto a lo que quiero lograr. En este momento como emprendedor, sí está dando que hablar este emprendimiento y sé donde lo quiero llevar. Quizás en cinco años más no va a ser sólo el emprendimiento de los pádel o de los restaurantes, quizás vamos a tener otro ángulo de crecimiento que sí pueda traer mayor reconocimiento por lo menos en la industria de la pizzería en Chile."

Usted dice que la pizza argentina, a pesar de ser bien rica, no es muy popular. ¿Por qué?

"Hay muchos emprendedores que también lo han intentado, pero tienen muchas barreras para el ingreso de los propios equipamientos para poder

hacerla, la fermentación, y tener la disciplina. O sea, una cosa es el equipamiento, pero una persona que esté dispuesta a trabajar 20 horas, siete días a la semana, es muy difícil. Yo me saco la mugre, a veces termino a las tres de la mañana. No es solamente tener una idea de negocio, sino que requiere también de mucha disciplina para poder cumplir para todos los clientes, porque hacer 50 pizzas diarias, entregar un volumen entre 1.000 a 1.200 al mes trabajando solo es muy difícil. Hay que dejar el ego de lado: de ser un gerente de una gran empresa, a estar lleno de harina amasando, entregando timbre a timbre todas las pizzas".

¿Y tú estás solo ahí o tienes alguien que te ayude en la cocina?

"Solo. Hay personas que me están ayudando en las mañanas o en las tardes, medio tiempo. Pero ya ahora, en marzo, parte un equipo de tres personas ya que me va a estar ayudando con todas las cosas, para yo dedicarme a lo mío, que son las ventas."

Usted me dice que estas pizzas rinden mucho.

"Exacto. Y a veces las mujeres con un trozo quedan bien. La masa es más aireada, más crujiente, pero no es pesada. O sea, muchos dicen: 'Oh, es muy dura la masa', pero después la prueban, mastican y dicen: 'Oye, pero qué esponjosa, qué rica'".