

# “Hemos adquirido 30 hectáreas para desarrollar un parque logístico en Callao”

También construirán una cantera en Ventanilla. En gastronomía lanzaron una nueva marca bajo el paraguas de La Vaca Loca y en el rubro hotelero tendrán tres nuevas sedes.

**VANESSA OCHOA FATTORINI**  
vanessa.ochoa@diariogestion.com.pe

Si bien su foco ha estado siempre en el rubro inmobiliario, el Grupo MAK también se diversifica. Cada año ingresa a nuevas líneas de negocio y este 2019 no es la excepción. Moisés Ackerman sabe que para hacer negocios lo que vale es la ventaja competitiva sobre los otros tal como lo hace en sus nuevas apuestas.

**En la división gastronómica ¿qué planes inmediatos tienen?**

La Catrina, el concepto de comida mexicana que abrimos hace un corto tiempo, va caminando bien, y eso nos respalda para la expansión con el nuevo concepto que abriremos en el Centro de Convenciones del Hipódromo del Jockey, que será YOY, un container park. Ahí vamos con tres locales. Uno es La Catrina, que será no solo de comida sino también de diversión. Los otros dos con La Vaca Loca.

**¿Con La Vaca Loca ya se vienen ampliaciones?**

Con la marca estamos en todas las plataformas, incluido el delivery y, como aumento de línea, estos dos locales en YOY se destinarán, uno para un formato más pequeño con lo más emblemático de la carta y el otro, una nueva marca con un concepto de sándwiches americanos bajo el paraguas de La Vaca Loca.

**¿Para cuándo lo tendrían listo?**

Lo estamos lanzando en abril y estos formatos nos llevarán a replicar el concepto en otras zonas. No es una comida al



MANUEL MELGAR

**Renta inmobiliaria.** El grupo Mak ha adquirido el Museo de la “U”, revela Ackerman

paso, pero si más rápido y menos formal, ya que vamos a un segmento A y con este nuevo concepto llegaremos a un B1. Hay mercado para crecer con La Vaca Loca en más líneas.

**¿En cuáles, por ejemplo?**

Producimos hace más de 20 años empanaditas bajo la marca Wong y que se comercializan en ese supermercado. Eso nos respalda para poder relanzarlo y empujar ese concepto pero con la marca La Vaca Loca.

**En la división hotelera, ¿qué desarrollos vienen?**

Con Solec, nuestra marca propia, ubicado en Chiclayo, estamos caminando muy bien, con una ocupación de 85%, superando al promedio de la zona que es 70%. Es un hotel de cuatro estrellas donde nos enfocamos e invertimos en servicio, y ya es tiempo de crecer en otras ciudades.

**¿A dónde llegarían?**

A partir del segundo semestre del año abriríamos en Piu-

## POTENCIAL

### La “U”: el club como foco de sus nuevos negocios

Acostumbrado a apostar por nuevos negocios, Moisés Ackerman pone al fútbol como pieza clave en dos de ellos. Uno los lleva a sumar en su estrategia a la marca Victorinox, con el lanzamiento de relojes del equipo crema. “Hemos juntado a la joyería Banhero, que son los representantes de Victorinox con la gente de la “U”, y nosotros hemos invertido en la fabricación de los relojes. Eso generará regalías, encontrando un nicho de negocio interesante, que significarán más recursos para el equipo”, explicó Ackerman.

Asimismo, comentó que han hecho una asociación entre La Vaca Loca con la “U” destinando el porcentaje de las ventas de un día para apoyar a la división de menores. Y la renta inmobiliaria también está en los planes. Así, han adquirido el Museo de la “U”, como parte del negocio de renta inmobiliaria. “Invertimos en ciertas cosas que consideramos como empresa, tienen la oportunidad de generar mercado, además que sabemos que los recursos para el club se generan más de estas actividades que de las tribunas”, dijo.

## HOJA DE VIDA

**Nombre completo.**

Moisés Ackerman Krikler.

**Profesión.**

Administrador de Empresas por la Universidad de Lima. Cuenta con más de 30 años de experiencia en el sector inmobiliario.

**Hobbies.**

Análisis estadísticos de deportes. Carrera de caballos.

ra, Talara y Cajamarca. Serán con formatos entre tres y cuatro estrellas, dependiendo que ciudad lo amerite. Ya estamos viendo las ubicaciones, y a partir de junio queremos empezar, por lo menos, con dos de ellas.

**¿Qué avance tiene su proyecto en San Rafael (Mendoza, Argentina)?**

Es un concepto de cabañas, que marcha bien ya que al margen del atractivo del vino está el turismo de aventura. En temporada alta la ocupación es del 100% y en baja arriba de un 65%. Es un desarrollo que se continuará en etapas. Contamos con 21 cabañas y el proyecto total es de 66. En abril arrancamos con seis más.

**¿En qué otras partes contemplan replicar el modelo hotelero?** Aquí vamos a desarrollar un colegio con una franquicia de Finlandia (Gestión 04.06.2018), pero también tenemos una lotización de 14 hectáreas. En ese espacio va el colegio y haremos viviendas, entrando a este rubro inmobiliario en Argentina.

**¿Cuándo entrará en operación el colegio?**

En el 2020, y es un modelo que vamos a replicar en otras ciudades de Argentina además de otros países una

vez que el proyecto camine.

**¿Aún planean ingresar al rubro de centros comerciales?**

Es un proyecto que por ahora hemos paralizado, porque nos vamos a enfocar a otros dos, que llegan a ser complementarios. El primero es una cantera en la zona del Callao, por las obras que vienen por la ampliación del aeropuerto. Se va a requerir piedras chancadas para la obra y el flete es costoso, por lo que conviene acercar el producto a la zona como ventaja competitiva frente a otros.

**¿Cuál será el otro negocio complementario?**

Hemos adquirido en la zona de Ventanilla 30 hectáreas para desarrollar un parque logístico. Aprovecharemos la piedra para su construcción.

**¿Para cuándo lo tendrían listo?**

Estamos terminando los papeles de autorizaciones para lanzarlo en el 2020. Vamos a enfocarnos en locales desde 5,000 metros cuadrados, estamos evaluando si ingresamos a los de 2,500 metros cuadrados porque cuando se lotiza demasiado chico el parque logístico pierde categoría y hay muchos clientes interesantes en la zona.

**¿Cuál es el objetivo con este proyecto?**

La diferencia es que vamos a hacer el primer grupo para venta de los espacios. Ningún grupo lo ha hecho antes y nuestra meta es concluir la venta del parque entre 24 y 36 meses, y estamos evaluando el dar financiamiento directo.

**¿Hay posibilidad de otras iniciativas?**

Este terreno lo adquirí a Paz Centenario y hay un vecino que tiene 20 hectáreas y estamos viendo si hacemos algo con él, pero en principio serán las 30 hectáreas.