

20 años Expansión

12 Expansión Sábado 22 octubre 2011

COMUNIDAD VALENCIANA

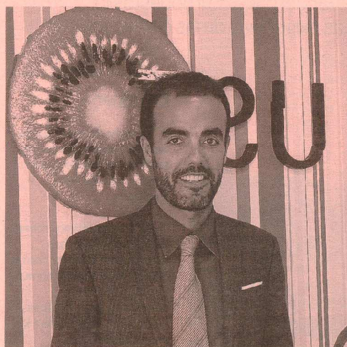
El dueño de Dorsia quiere ser el Amancio Ortega de las franquicias

GRUPO MULTIMARCA/ Prepara el lanzamiento en Estados Unidos de la cadena de clínicas y las tiendas Quick Gold. Va a franquiciar las academias Schoola y está 'cociendo' una franquicia de restauración.

J. Brines, Valencia

"Si de pequeño me preguntaban qué quería ser de mayor, yo decía: de mayor quiero ser rico y guapo". Son palabras de Manuel Fernández, el creador del grupo Otsu, que incluye las clínicas Dorsia y otras enseñanzas en sectores absolutamente dispares: la de abogados Le Morne Brabant, las tiendas de *compro oro* Quick Gold, las academias Schoola y la división de restauración Delifinder –que tiene cuatro franquicias de Lizarrán y un restaurante FresCo–. El grupo emplea ahora a 300 personas y factura en conjunto unos 40 millones de euros, pero está dispuesto a darle un giro y afirma que quiere convertirse en un referente mundial. Su modelo, no lo oculta: Amancio Ortega. Zara creció, pero hoy en día Inditex como grupo tiene otras enseñanzas, cada una en su segmento, y es un referente mundial.

Para seguir esa línea, está



Manuel Fernández, ante el logo de Otsu: un kiwi de color rosa.

reforzando la imagen de grupo Otsu como referente común y la de Dorsia como marca que insignia, ha unificado las oficinas centrales de las enseñanzas del grupo y va a implantar

en Estados Unidos el *campamento base* de su desarrollo internacional. Fernández se ha instalado fijo en Nueva York este mes, pero lleva dos años allí. Ha creado una sociedad de la mano de un socio local, que lanzará las clínicas Dorsia y Quick Gold en Estados Unidos. La intención es que desde ahí se genere una división internacional que pueda llegar a tener presencia en varios países. La responsable del desarrollo será su esposa, Cristina Sánchez, directora general de Dorsia en estos momentos.

Entretanto, cada una de sus divisiones se encuentra en su propio estadio. Dorsia tiene 23 clínicas y factura 17 millones. En 2009 sus ventas cayeron un 20%, pero en 2010 subieron el 33%, y este año prevé crecer un 18%. El año que viene espera rozar los 20 millones y abrir seis clínicas. ¿Cómo hacer que la gente gaste más en estética en este momento? Sánchez dice que se reorganizó la oferta y la

LAS ENSEÑAS DE OTSU

> Clínicas Dorsia	> Quick Gold	> Le Morne Brabant Abogados
Establecimientos En número.	Establecimientos En número.	Establecimientos En número.
2011 23	2011 20	2011 4
2012* 30	2012* 40	Previsión en 3 años 20
Facturación En millones de euros.	Facturación En millones de euros.	
2011 17	2011 10	
2012* 20	2012* 20	

Fuente: Otsu

Las academias que va a franquiciar eran dos Opening que Fernández tenía como franquiciado

Sobre su franquicia de restauración, sólo avanza que es un concepto que no va a tener restaurantes

marca, al lanzar el concepto "belleza responsable" y tratamientos multidisciplinarios, que incluyen no sólo cirugía y dietas, sino también psicólogos, *coach*, preparadores físicos y otros aspectos, bien con profesionales de la empresa o bien mediante acuerdos. Todo ello, incluido en un plan global. Por otra parte, las nuevas clínicas que se abren ahora están dirigidas por médicos. Según Sánchez, ya son el 40% de sus establecimientos.

Más proyectos

Otro proyecto en crecimiento es Quick Gold, las tiendas de *compro oro*. La primera se abrió en 2009 y ahora cuenta con once establecimientos, pero espera terminar el año con veinte puntos, y unas ventas de diez millones de euros en el conjunto. Rodrigo Fernández, hermano de Manuel, gestiona esta división que ha nacido buscando la oportunidad con la crisis, pero consideran que se puede consolidar bien. De hecho, se

va a lanzar en Estados Unidos, donde han visto que este negocio es conocido, pero está muy disgregado y poco profesionalizado.

La nueva marca en franquiciarse será Schoola. Ahora son dos academias de inglés, en Alicante y Valencia, herederas de dos franquicias Opening que Manuel Fernández tenía como franquiciado y que sobrevivieron a la crisis de su sector en la década pasada. Otsu está preparando el proyecto de franquicia, que se lanzará en la feria madrileña del sector, en mayo. Ofrece también clases a domicilio, de inglés y de repaso.

Y otro lanzamiento previsto será una nueva cadena en el campo de la restauración. Va a estar liderado por los hermanos Jorge y Daniel Sanz, que ahora dirigen la división Delifinder.

No han avanzado el concepto ni la marca. Sólo afirman que van a ser franquicias de restauración, pero sin restaurantes.

Filosofía: "Hacer felices" a los clientes y los empleados

Fernández, de 40 años, empezó hace quince con 500.000 pesetas poniendo una tienda de *compro oro* en Mallorca, y luego fue franquiciado de Opening. Con el cierre de la cadena él mantuvo sus academias de inglés, que ahora son Schoola. En 2002 creó las clínicas estéticas Dorsia, en 2004, le Morne y en 2009 Quick Gold. Su empresa es absolutamente familiar. Los dueños son él y su hermano

Jorge –vicepresidente–. Su esposa, Cristina Sánchez, es la directora general de Dorsia. Ellos forman el consejo de administración junto a otro hermano, Rodrigo, que dirige Quick Gold. La cuarta hermana, Laura, es la directora de ventas. Está desarrollando también un importante trabajo de cohesión del personal dentro de la compañía. En Otsu afirman que se han propuesto "hacer felices" a sus clientes/pacientes y también

a sus empleados. "El ser humano es un todo", afirma Cristina Sánchez. Una de sus acciones ha sido grabar un corto titulado *Fight the Fear*, en el que los directivos de Otsu son los buenos, y los malos son la Peste, el Fracaso, el Conformismo, el Miedo... También organizan viajes, fines de semana y otras actividades comunes con empleados para crear un ambiente en el que la filosofía empresarial de superación personal se traslade a la vida.