

La receta chilena de School of Rock probará su éxito en el Reino Unido

Matías Puga, el chileno que trajo a Chile y a Latinoamérica la franquicia de la escuela de rock nacida en Filadelfia, está viviendo en Londres desde junio. Allí, junto a socios chilenos, como un ex Moneda, e ingleses, como el hijo de Robert Plant, pretende desarrollar la misma franquicia, en un plan a 10 años que considera al menos 30 escuelas en el Reino Unido. En el segundo semestre inaugura la primera, en Richmond.

Un reportaje de VÍCTOR COFRÉ



Partió hace justo 10 años, aniversario que será celebrado el viernes 14 de marzo. La primera ficha de School of Rock en Chile se inauguró en febrero de 2015 en Los Trapenses. Era un em-

prendimiento de cuatro socios chilenos que obtuvieron la franquicia para operar la marca en Chile y luego se extendió a toda Latinoamérica, exceptuando Brasil. Hoy suman 18 ubicaciones en siete países y tienen en proceso la apertura de otras siete. Total: 25. Pero desde 2024, los gestores chilenos emprenden otro desafío de marca mayor: operar otra máster franquicia, pero en todo Reino Unido.

Creada en 1998 por Paul Green en Filadelfia, Estados Unidos, la marca School of Rock trascendió planetariamente en 2003, con la película que protagonizó Jack Black como un profesor de música. El chileno Matías Puga Hamilton tuvo la idea. Entonces ejecutivo de Unilever, más tarde gerente de finanzas de la automotriz Derco, Puga (52 años, tres hijas) convenció a los estadounidenses de traer la franquicia a Chile. Lo hizo en 2015, con la sede de Los Trapenses. Dos años después, consiguió la máster franquicia para Latinoamérica, exceptuando Brasil. En ese emprendimiento lo acompañan su excompañero de ingeniería comercial de la Universidad Católica, Dieter Hauser, CEO del family office de los Solari Donaggio; el gerente general de Fabelba Inmobiliario, Ricardo Hepp; y su suegro, Juan de Dios Ortúzar. Luego se sumó Drago Eterovic como gerente general de la sociedad que usa la sigla de School of Rock, SOR Latam.

El grupo inversor original es dueño de School of Rock Chile, dueños de las sedes de Los Trapenses y Los Dominicos, el 51% de la sede en Bogotá, y un 20% de la sede de Polanco, en México. El resto se ha subfranqueado a socios locales, entre ellos, los mismos gestores. Eterovic, por ejemplo, está en Vitacura, y Puga, en La Reina.

La expansión vertiginosa ya los tiene con 18 sedes abiertas, la última en Chía, Colombia, donde este año tendrán cuatro en total, con la futura apertura de Medellín. En Chile llegarán a 10 con las próximas fichas en Chamiñero y Concepción; en Perú, la segunda, en Lima, a fines de marzo; en México abrirán la quinta; y en Argentina, la segunda, en Pilar, Buenos Aires. También tienen una en Asunción, Paraguay, y este año debutan en Montevideo, Uruguay. En estudio está un octavo mercado: Quito, Ecuador. En total, ya tienen más de 5 mil alumnos. School of Rock en el mundo tiene 380 escuelas y 77 mil alumnos en 23 países.

Drago Eterovic dice que en promedio sus escuelas tienen unos 350 alumnos y que con el modelo desarrollado, los franquiciados suelen alcanzar el *break even* rápidamente, con 150 estudiantes. "Sistemáticamente estamos llevando las escuelas a tener buenas rentabilidades", afirma. El 75% de sus alumnos son menores de edad que toman clases privadas y se unen en ensambles grupales, como una banda de rock.

El modelo de franquicia considera el pago inicial de US\$40 mil y en régimen, un 8% de las ventas. Cada escuela tiene en promedio

unos 300 metros cuadrados y entre 20 y 30 profesores. La facturación de cada sede va de US\$ 800 mil a US\$ 900 mil al año. La aritmética simple permite estimar una facturación superior a los US\$ 20 millones en sus actuales y próximas ubicaciones.

La matriz tiene a los chilenos como uno de sus gestores predilectos y dado su *track record*, les concedió en mayo de 2024 la opción de replicar el mismo exitoso modelo de negocios en el Reino Unido. Hasta allá llegó a mediados de 2024 a radicarse el gestor de todo, el chileno Matías Puga.

La receta SOR

En Inglaterra, Puga ya creó el vehículo para la máster franquicia: se llama Sorrock UK Limited. Esa sociedad está controlada en partes iguales por Puga & Ortúzar y por un nuevo vehículo, SOR Investment SpA, una suerte de fondo chileno al que sumó a varios inversionistas, reunidos en dos grupos: excompañeros de universidad, por un lado, y excolegas de Matías Puga en Derco, como el exgerente general Alfonso Márquez de la Plata, hoy director de empresas.

Puga pretende abrir la primera escuela en el suroeste de Londres, en Richmond, en septiembre; y la segunda en el noreste, en Highgate, a comienzos de 2026. El mayor desafío ha sido encontrar locales adecuados y conseguir permisos y autorizaciones. "Ha sido más difícil que en cualquier país sudamericano", cuenta sobre el factor *real estate* de la expansión. "Es tres veces más complejo que en otro país".

Pese a ello, ya definió las dos primeras locaciones y sumó a un grupo inversor local que encabezará un ambicioso plan a diez años para abrir al menos 30 locales en los Inglaterra, Escocia, Gales e Irlanda del Norte. Por contacto de Márquez de la Plata, Puga se unió a un chileno acaudado en Inglaterra: Mario Solari Ascui, quien ha trabajado en Moneda Asset, Fidelity International y Genesis Investment. Junto a Solari hay cuatro socios ingleses, otro banquero de inversiones, dos corredores de propiedades y un emprendedor que fundó una cervecera que vendió a Heineken, pero que tiene otra conexión con el negocio: es hijo del ex Led Zeppelin Robert Plant. Su nombre es Logan Plant. Con ellos, y otro empresario inglés que se sumará al grupo, Puga abrirá la primera escuela. Para ello ya creó SOR London, en cuyo registro oficial aparecen Puga y Solari como accionistas.

En un prolífico país que ha entregado al mundo bandas como The Beatles, Rolling Stones, Pink Floyd, Led Zeppelin, The Who o Iron Maiden, School of Rock es una novedad. "Es un concepto que no existe acá", cuenta Puga, quien espera que repetir la fórmula del éxito. "Estamos jugando con la misma receta, que es realmente generar como un ambiente *cool*", resume.

Puga enumera los ingredientes de esa receta: "Tener locales buenos, visibles, grandes, bonitos, con muy buen diseño, que lo hemos supermejorado comparado con la franquicia tradicional. Tener los mejores instrumentos, las mejores instalaciones: las guitarras, las baterías, son instrumentos de primera. Tener los mejores profesores, gente que esté en el escenario, que esté viviendo la música, que esté haciendo discos".