



José Antonio Pérez, ayer durante su intervención en Kaleido en el Sun&Tech Meet Now, ante Manolo Castillo. NITO SALAS

«CoverManager funcionó cuando dejamos de correr y empezamos a escuchar»

José Antonio Pérez, CEO de una de las 'startups' más prometedoras, revela las claves de su éxito en el Sun&Tech Meet Now

NURIA TRIGUERO



MÁLAGA. A José Antonio Pérez le costó seis años «comiendo arroz blanco» –para ahorrar, no porque tuviera problemas gástricos– y dos empresas fallidas descubrir el camino hacia el éxito emprendedor. Y resulta que el camino no era otro que «dejar de correr y empezar a escuchar». «Te metes en el mundo 'startup' y parece que lo importante es tener la mejor idea. Pero no: hay que escuchar al mer-

cado y hacer lo que te dice. El 10% es idea, pero el 90% restante es ejecución», aseguraba ayer el fundador y CEO de CoverManager, una de las 'startups' españolas más prometedoras del momento, en un nuevo encuentro del ciclo Sun&Tech Meet Now, organizado por SUR en el restaurante Kaleido Port con el apoyo de la Diputación Provincial de Málaga y CaixaBank. En diálogo con el director de SUR, Manolo Castillo, y ante un selecto grupo de asistentes entre los que figuraban empresarios, inversores y hosteleros de la talla de José Carlos García, Pérez desgranó el camino seguido hasta llegar al pujante momento actual, en el que CoverManager aspira a ser el 'partner' de referencia para la digitalización de bares y restaurantes.

CoverManager, fundada en Sevilla hace siete años, tiene su pun-

to fuerte en la gestión de reservas y pedidos en restaurantes: cada mes, con su 'software' se gestionan 16 millones de reservas. Trabaja con 7.000 establecimientos en 25 países (entre los cuales hay más de cien restaurantes con estrella Michelin, desde Dani García al Celler de Can Roca o Diverxo) y es 'partner' de Instagram, Google, Facebook o Huawei. Prevé cerrar 2022 con ingresos de 14 millones de euros y tiene 150 empleados.

Próximo 'unicornio'

La firma, que está en las quinielas para ser el próximo 'unicornio' español, está en una fase de rápida expansión con dos focos principales, Europa y Latinoamérica (hace unas semanas compró una empresa en Alemania), tras recibir en mayo de este año una inyección de capital de 35 millo-

nes de euros de parte de un grupo de inversores nacionales liderados por Javier Gutiérrez (CEO del Grupo Dani García), Félix Ruiz (Tuenti, Auro, Playtomic y Jobandtalent) y Paco Ávila (fundador de Medac). La ampliación de capital valoró la compañía en unos 140 millones de euros. «No está mal para una empresa que montamos con 3.006 euros en el banco», bromeaba ayer José Antonio Pérez.

Cuando trascendió la ronda de financiación de CoverManager, llamó la atención la alta valoración de una empresa de tamaño aún reducido. Su fundador lo explicaba así: «Pienso que los inversores han valorado el tamaño del mercado en el que nos movemos. En Europa hay 500.000 restaurantes y en América Latina otros tantos. Nosotros trabajamos con unos 7.000; el camino a recorrer es

La firma fundada en Sevilla hace siete años tiene su punto fuerte en la gestión de reservas y pedidos en restaurantes

enorme. El restaurador por fin ha hecho el clic de la digitalización y a nosotros nos pilla en un momento perfecto: con un producto pulido, con un equipazo y recursos para crecer».

Pérez reveló los inicios de CoverManager: «Empezamos hace siete años ayudando a los restaurantes a eliminar los 'no shows' [así se denomina en hostelería a la no presentación de un cliente que ha reservado una mesa]. Lo hacíamos con dos soluciones: el envío de un email de reconfirmación en el que el cliente dice si va a asistir o no o la realización de un cargo por adelantado en la tarjeta». A partir de esa herramienta concreta, que le permitió empezar a conseguir clientes, CoverManager fue construyendo otras muchas, «siempre escuchando», insistía ayer Pérez. «En la primera etapa siempre te insisten en que hagas algo que sea escalable. Para nosotros, el objetivo era: vamos a construir algo con lo que ganemos al menos 5.000 euros al mes», confesaba.

«El producto ha evolucionado»

«El producto ha evolucionado de forma que ayuda al restaurante a mejorar su rentabilidad y a estar cerca de su cliente con mucha fidelización y marketing», explicaba el CEO de Covermanager, que abarca ahora las reservas hasta la gestión de pedidos en el restaurante e incluso la gestión de colas: el cliente se apunta a lista de espera, se va y cuando quedan cinco minutos para su turno, le avisan al móvil y le dan a elegir entre confirmar su asistencia, cancelarla o retrasarla.

Pérez ahondaba en una dificultad de las 'startups' en fase expansiva: la de gestionar el rápido crecimiento de plantilla y el cambio de roles del equipo originario. «Durante mucho tiempo hemos sido los mismos seis: menos es más. Ahora somos 150 y hemos tenido que pasar de hacer a hacer que otros hagan. No es fácil» afirmaba.

Fundación Unicaja y la Academia de Ciencias Sociales analizan en Málaga el futuro de la economía

SUR

MÁLAGA. Fundación Unicaja y la Academia de Ciencias Sociales y del Medio Ambiente de Andalucía organizaron ayer una jornada en Málaga en la que se analizó la situación actual de la econo-

mía española. El salón de actos Unicaja en la Acera de la Marina acogió este encuentro, en el que participaron expertos en la materia. La jornada se tituló 'Posibilidades y retos de la economía española en un marco incierto y complejo' y fue inaugurada por

el presidente de la Fundación Bancaria Unicaja, José Manuel Domínguez; la consejera de Economía, Hacienda y Fondos Europeos de la Junta de Andalucía, Carolina España, con una intervención telemática; el presidente de la Academia de Ciencias Sociales y del Medio Ambiente de Andalucía, Antonio Pascual; el presidente de la Sección de Economía de la Academia de Ciencias Sociales y del Medio Ambiente de Andalucía, Victorio Valle; y el director general de la Fundación Unicaja, Sergio Corral.



Valle, Domínguez, Pascual y Corral. SUR