

Gestión Empresarial

Cabify ofrece coches de lujo con chófer en viajes por la ciudad

La empresa presume de cumplir con la normativa en licencias de transporte

S. Tobar / L. Marín MADRID.

Moverse por la ciudad sin necesidad de pedir un taxi y en dos clics es posible gracias a Cabify. La *startup* creada en 2011 lanzó el pasado año su propuesta más económica, *Cabify Lite*, con la que ofrece un servicio de coche con conductor, a precios reducidos y con las ventajas de la llamada economía colaborativa.

Un año después de iniciar este servicio en las ciudades de Madrid y Valencia –en esta última bajo reserva previa–, la empresa ya ha comprobado el éxito del mismo. El 85 por ciento de los ingresos de Cabify en España proceden de esta modalidad, aunque el director general de la compañía en España, Juan Ignacio García-Braschi, no entra en detalles acerca de la facturación total.

La rentabilidad del negocio está en cada desplazamiento realizado, es decir, “del precio que paga el cliente, Cabify se queda con un porcentaje y el resto es para el conductor”, explica García-B, quien estima que esa comisión es de aproximadamente el 20 por ciento. Aunque también depende de la facturación de cada coche. Por ejemplo, hay vehículos que pueden llegar a ingresar entre 7.000 y 8.000 euros al mes con dos conductores, mientras que otros con un chófer alcanzan los 3.000 euros mensuales.

De momento, este servicio cuenta con 300 Mercedes clase Berlina de color oscuro que dan servicio a los usuarios, aunque la compañía espera incrementar la flota un 56 por ciento a lo largo de este año. El

precio medio de *Cabify Lite* se sitúa en 15 euros, siendo el coste mínimo de seis euros de lunes a viernes y de 10 euros en fin de semana, sin que se apliquen suplementos de ningún tipo.

Además, la empresa española que ofrece servicios de coche con conductor firmó un acuerdo con Campus Madrid para emprendedores de Google, con el fin de recompensar con descuentos a aquellos usuarios que viajan a y desde este edificio a partir de septiembre.

Lo que le diferencia de Uber

Aunque pueda parecer que Cabify y Uber –empresa suspendida en España– tengan el mismo funcionamiento, en la práctica no es así. Esta plataforma se contrata a través de una aplicación que geolocaliza al cliente y le manda un vehículo en aproximadamente unos 10 minutos. Por otro lado, sus conductores uniformados tienen licencia de Vehículos de Transporte con Conductor (VTC), mientras que el usuario



Aplicación móvil 'Cabify Lite'. EE

puede escoger entre distintos tipos de vehículos: berlinas ejecutivas, de lujo o monovolumen exclusivo. El pago se realiza de forma automática en la tarjeta o cuenta PayPal.

No obstante, son los servicios cor-

porativos son los que marcan la diferencia de la *startup*. “Nos diferencia de otras plataformas los traslados corporativos y de empresa”, indica el responsable en España.

Por otro lado, Cabify cuenta con más de 500 conductores que dan servicio a más de 100.000 usuarios en las ocho ciudades en las que está presente en España: A Coruña, Barcelona, Bilbao, Madrid, Málaga, Tenerife, Vitoria y Málaga.

La compañía crece a un ritmo del 20 por ciento a través de un ambicioso plan de expansión. Recientemente han aterrizado en las regiones mexicanas de Monterrey y Querétaro. Anteriormente ya tenían presencia en Santiago (Chile), Lima (Perú).

Un viaje de Cibeles al Aeropuerto de Barajas cuesta 22 euros

El nuevo servicio *Cabify Lite* permite a los usuarios de esta empresa desplazarse de forma más económica en itinerarios con precios cerrados. Así, un trayecto desde la plaza de Cibeles hasta la Terminal 4 del Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas cuesta 22 euros, cuando realizarlo en taxi supone un gasto de 30 euros con la tarifa oficial fijada para este sector por Ayuntamiento de Madrid. Este viaje, junto con los desplazamientos internos en la M-30, suponen el 30 por ciento del tráfico total de la compañía.

Madrid acoge un evento inspirado en el cambio educativo

El acto está organizado por la Fundación Promete

eE MADRID.

Bajo el título *La Educación del Ser*, este sábado se desarrollará en el Teatro Circo Price de Madrid un evento cuyo objetivo es la presentación de ideas inspiradoras para el cambio educativo. El acto está promovido por la Fundación Promete, en colaboración con El Ser Creativo.

El evento comenzará a las 9.30 horas y contará con la presencia del filósofo y escritor José Antonio Marina y del Premio Nacional de Educación en Inglaterra Richard Gerver, entre otros.

“*La Educación del Ser* pretende consensuar las bases del cambio desde un nuevo enfoque humanista”, explica el presidente de la Fundación Promete, Luis Cacho.

Un nuevo espacio

El presidente de El Ser Creativo, Joaquín Zulategui, recuerda que a partir de esta edición quieren convertir este evento en un nuevo espacio con significado y personalidad.

En este sentido, señala que “familias, comunidad educativa y agentes sociales y de cambio de toda España están convocados al que va a ser el foro para el cambio educativo que todos deseamos”.

También se podrá escuchar a expertos en diferentes materias que reflexionarán sobre los cambios y las necesidades del paradigma educativo actual. Junto a ellos, estarán presentes el líder de Maldita Nerea y patrono de Fundación Promete, Jorge Ruiz, y el Premio Mundial de Magia, Jorge Luengo, entre otros. La jornada concluirá con un *show* familiar.

La internacionalización de pymes se reduce en un 43%

A la mitad de estas empresas le preocupa la escasa demanda

eE MADRID.

A pesar de que la internacionalización de las pymes está a la orden del día, la expansión a mercados extranjeros se ha reducido un 43 por ciento en comparación con años

anteriores. De ahí que el informe de Zurich concluya que las pequeñas y medianas empresas apuesten por el mercado interior para vender sus productos. Estos datos se desprenden de un estudio del Grupo Zurich realizado a partir de una encuesta a más de 2.000 pymes de 15 países.

Asimismo, el 25 por ciento de este colectivo asegura no se verían perjudicados por perder a su proveedor principal, puesto que no de-

penden de uno únicamente. Sólo un 6 por ciento tendría que cerrar su empresa si se diera este mismo caso.

Riesgo de delitos informáticos

Aunque algunos indicadores hacen presagiar mejorías en la economía española, el 50 por ciento de las pymes del país siente preocupación por la escasa demanda de sus clientes, seguido de la alta competencia y caída de precios (45 por ciento).

Por otro lado, el robo de información a través de la red también supone un grave problema para el 30 por ciento de las pequeñas y medianas empresas. No obstante, el 25 por ciento de las empresas considera que su compañía es “demasiado insignificante” como para ser objeto de delincuentes informáticos. Un 19 por ciento opina que un ataque que consiga alterar su actividad es un gran riesgo.

A diferencia de lo que ocurre en

Europa, en Estados Unidos la preocupación por los delitos informáticos es más elevada, ya que consideran como una de las principales oportunidades de crecimiento la venta de sus productos o servicios a través de canales *online*.

Por otro lado, un 43 por ciento de las pymes afirma que la reducción de costes y gastos supone una oportunidad para ellas. A ello le sigue la creación de nuevos segmentos de clientes para su negocio.