

# “Si no hay datos, no hay toma de decisiones, y eso incluye el ámbito de la sostenibilidad”

**Sergio Brihuega** CEO de Sygris

**David Pérez Piñeiro** Vicepresidente de sostenibilidad y comunicación de Cabify

La movilidad del futuro será 100% descarbonizada o no será. Así de rotundo se muestra David Pérez Piñeiro en su conversación con Sergio Brihuega. Sus compañías tienen en común que son tecnológicas y tienen la sostenibilidad por bandera. Precisamente esa tecnología es el motor que permite crear soluciones con las que Cabify quiere transformar la forma en que nos movemos por la ciudad.



Sergio Brihuega y David Pérez Piñeiro

**Sergio Brihuega:** Cuando hablamos de marca España, probablemente Cabify es una de las primeras que nos vienen a la cabeza, uno de nuestros unicornios. ¿Cuáles fueron los mayores retos cuando llegaste?

**David Pérez Piñeiro:** Me incorporé hace cinco años para formalizar lo que ya se hacía, el propósito de cambiar la ciudad en cuanto a movilidad. Cabify nace en 2011 y los retos que me encontré eran muy complejos. Teníamos que empezar a diseñar una movilidad del futuro que o es 100% descarbonizada, con alternativas respetuosas con el medio ambiente, o probablemente no sea. Había que pasar de un propósito de compañía a un plan estratégico bien armado.

**S.B.:** Hace cuatro años contratasteis lonas publicitarias para contar que compensabais todas las emisiones de vuestros vehículos. ¿Cómo han influido las acciones que habéis realizado en la percepción que la gente tiene de vosotros?

**D.P.P.:** Efectivamente, adquirimos el compromiso de que el 100% de los viajes contratados por nuestra aplicación serían compensados. Y fue un compromiso real, a través de proyectos oficiales certificados y trasladando esa información con mucha transparencia al cliente. Fue una apuesta de negocio grande, porque no compensamos ni un mes ni dos meses ni una parte de las operaciones, sino la totalidad. Hemos visto una evolución muy grande en un cliente corporativo que tiene mucha sensibilidad hacia estos temas. En cuanto a los usuarios particulares, las nuevas generaciones

tienen una mayor percepción, y también hay sensibilidades diferentes dependiendo del país. Para nosotros significa mucho, porque estamos consiguiendo que nuestros competidores y otras alternativas de movilidad nos sigan en este camino.

**S.B.:** Para vosotros también es importante la seguridad y la formación de vuestros conductores. ¿Qué otros retos tenéis además del medio ambiente?

**D.P.P.:** La tecnología nos ha dado muchos avances en diversos ámbitos, como seguridad y calidad de servicio, que son los otros dos pilares. Como empresa española, nuestra internacionalización natural está en Latinoamérica. En ciudades grandes como Bogotá, México DF o Buenos Aires, nuestro servicio va creciendo en anillos concéntricos y a veces vamos a zonas muy alejadas, donde somos alternativas muy buenas de movilidad, donde la seguridad es básica. Hay una apuesta enorme por garantizar que sigue habiendo los máximos desarrollos tecnológicos, que al final son datos, información que nos llega con la que podemos tomar decisiones. También hay una parte de concienciación en temas de inclusión y género, porque no podemos pensar en alternativas de movilidad que dejen a colectivos fuera. Por ejemplo, somos la primera aplicación 100% accesible para personas ciegas, y estamos trabajando en una solución tecnológica sencilla para el envejecimiento de la población.

**S.B.:** Todo al final son iniciativas que mejoran la percepción del cliente.

DAVID PÉREZ PIÑEIRO

“Cuesta mucho entender cómo se pueden hacer avances significativos a una velocidad de crucero alta sin una base tecnológica”

“La persona dedicada a la sostenibilidad tiene que estar dentro de la estrategia, ser un decisor activo”

**D.P.P.:** Aunque tiene muchos riesgos ser muy transparente, creo que es la línea correcta, y al final, en un mundo donde tenemos mucha información, y no siempre la controlamos, preferimos contar las cosas tal y como son a que lo haga un tercero. Si parte de lo que le cobramos al cliente lo dedicamos a esos objetivos, queremos poder contárselo. Son retos globales muy complejos y lo que queremos es involucrarlo, que entienda que tiene una pequeña responsabilidad.

**S.B.:** ¿Por qué las empresas tecnológicas somos tan importantes en esta transformación sostenible?

**D.P.P.:** Si no hay datos, y eso incluye el ámbito de la sostenibilidad. Me cuesta mucho entender cómo podemos hacer avances significativos a una velocidad de crucero alta sin una base tecnológica. Por ejemplo, la información que tenemos nos permite optimizar las recogidas, y eso es tecnología pura. Si lo calculamos en emisiones, podemos ahorrar más de un millón de kilómetros al mes sólo con ese desarrollo tecnológico. Es bueno para el negocio y es bueno para la sostenibilidad.

**S.B.:** Nosotros llevamos mucho tiempo trabajando en sostenibilidad, pero hay mucha gente que se está incorporando a este mundo. ¿Qué consejos les darías?

**D.P.P.:** Si emprendes, la solución que propones tiene que ser sostenible. En cuanto al ámbito empresarial, hemos pasado muchos años discutiendo qué área tiene que gestionar la sostenibilidad, cuánto presupuesto hay que asignarle, y es bastante caduco; la persona que se dedique a la sostenibilidad en una compañía tiene que estar dentro de la estrategia, tiene que ser un decisor activo e incluso marcar los pasos a dar en los siguientes años.

**S.B.:** ¿Cuáles crees que serán los grandes retos que tendremos que afrontar en los próximos años?

**D.P.P.:** El mayor reto de la industria es la velocidad. Por un lado, dentro de la industria de la movilidad y el transporte, estamos viviendo un cambio tan radical en la forma en la que las personas se mueven, que el verdadero reto para estas empresas es saber si la velocidad con la que adoptan las exigencias de los ciudadanos es la correcta.

Por otro lado, a esto hay que sumarle que las reglas del juego también cambian muy deprisa: se suceden nuevas regulaciones, tanto de carácter nacional como supranacional, que suponen una exigencia real para las empresas.

**sygris**

sygris.com