

BlaBlaCar, en España en tribunales y en México en auge

Mientras que en España la startup tiene un juicio pendiente, en México sigue evolucionando sin dudas sobre su legalidad

El metro de Ciudad de México tiene un vagón dedicado únicamente para mujeres y niños. Suele ser el primero de todos y separa a las usuarias de los acosos que pueden sufrir en el transporte público. En un vagón lleno de personas, donde respirar es un lujo, a más de uno se le puede bajar la mano hasta la falda de una chica con la excusa de que están muy apretados.

Lo cierto es que tipo de acosos sexuales son comunes en la capital y en todo el país. Muchas mujeres han sido víctimas de ello y toda medida que se adopte para evitarlos es poca.

BlaBlaCar ha llegado al millón de asientos publicados y más de 33 millones de kilómetros en México

La startup BlaBlaCar es consciente de los peligros que corren las mujeres en países como México y, en su página web, ofrecen a sus usuarias compartir coche solamente con personas del mismo sexo. El 30% de las personas que usan BlaBlaCar son mujeres y, a pesar de que el servicio no se usa por una mayoría de usuarias, sirvió como una de las estrategias para atraer al público mexicano.

Y funcionó. Desde que BlaBlaCar llegó a la República hace un año y medio, la startup cuenta con un millón de asientos publicados y más de 33 millones de kilómetros en mil ciudades diferentes.

Los usuarios no paran de crecer, pero la startup francesa sí identifica como un problema la falta de vehículos dados de alta en la aplicación en comparación con los usuarios registrados. A pesar de los retos existentes, BlaBlaCar se encuentra en etapa de crecimiento y se está posicionado cada día más como la manera más efectiva de viajar por la República.

Sin problemas desde México

En España la empresa afronta un juicio contra CONFEBÚS, la empresa de autobuses que les acusa de competencia desleal por ejercer como empresa de transporte sin tener las licencias pertinentes para ello.

Mientras tanto, en México, BlaBlaCar respira tranquilo "Afortunadamente, aquí no hemos tenido ningún problema. Si no se lleva a más de 9 pasajeros y no se hace negocio, no se necesita ningún permiso", afirma Alberto Padilla, director general de la startup en el país.

El posible negocio que los usuarios pueden hacer a través de BlaBlaCar es otra de las acusaciones de

Confebús contra la filial de la empresa en España. Sin embargo, Padilla explica que hay ciertos métodos para evitar que se den este tipo de casos, como la limitación automática del precio por viaje.

Por otro lado, la aplicación no permite al usuario realizar muchos viajes en un día, ya que eso podría significar que se está lucrando con cada trayecto. "Tenemos un equipo de mas 100 personas revisando constantemente los viajes y tratando de detectar si hay algún que quiere hacer negocio de esto. Si tenemos alguna sospecha, automáticamente lo bloqueamos", sostiene el director general.

Cómo luchar contra la inseguridad

Según los datos del Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública, entre enero y septiembre de 2016 se han cometido 2.212 robos en las carreteras mexicanas. En promedio, se cometen 8 asaltos diarios en las vías del país, un robo cada 3 horas.

A primera vista, viajar con un desconocido por las carreteras mexicanas no parece un plan muy seguro. La probabilidad de que el conductor pueda asaltar al usuario no parece tan descabellada. Sin embargo, el equipo de BlaBlaCar en México ha tomado todas las precauciones necesarias para evitar este tipo de situaciones.

A diferencia de otros países donde opera BlaBlaCar, en México es obligatorio conectar la cuenta de la aplicación con la de Facebook para tener mas información acerca del usuario. Además, es necesario validar una identificación oficial como una licencia o pasaporte. BlaBlaCar se encarga de verificar la información a través de una base de datos para poder identificar a la persona que quiera sacar un mal provecho del servicio.

Por otro lado, el equipo revisa que en las fotografías utilizadas en la aplicación se reconozca claramente la cara del conductor y, en el caso de que tenga malas calificaciones, hablan con los afectados y eliminan a la persona de la comunidad si es necesario.

Hasta la fecha, la startup no ha registrado ningún problema relevante con los usuarios mexicanos. "Los incidentes que tenemos son gente que no acude a sus citas y obtiene bajas calificaciones o pequeños percances en la carretera. No ha habido ningún asalto", enfatiza Alberto Padilla.

Estrategias según las distancias

Empezar BlaBlaCar en Italia, España, París o México son cosas completamente diferentes. Cada lugar tiene sus necesidades y necesita una estrategia diferente para lograr hacerse un hueco en el mercado. En el caso de México, el equipo necesitó hacer varios planes dirigidos a las diferentes partes de la República.

En México, la startup tiene que hablar con los medios locales de la región en la que quiera expandirse

La distancia entre Ciudad de México y Sonora es de unos 2.000 kilómetros; hasta Cancún son 1.600.

Con estas distancias, puede resultar difícil poder realizar una estrategia a nivel nacional que incluya una red de usuarios en toda la República.

"Ese fue nuestro mayor reto. La mayor dificultad que hemos tenido son las distancias y hemos tenido que hacer estrategias regionales. En España podemos trabajar con un medio de comunicación que tiene influencia en todo el país. En México tenemos que hablar con medios e influencias locales de cada región a la que queremos llegar".

El contenido de este comunicado fue publicado originalmente en la página web de Hipertextual

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Automovilismo](#) [E-Commerce](#) [Industria Automotriz](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>