

Kippel⁰¹

EMPRESA

Cabify, de cero a cien en España: supera los 5 millones de euros en plena inmersión en el 'delivery'

Desde su fundación en 2011, la compañía ha multiplicado por 35 su facturación, hasta alcanzar 5,4 millones de euros en 2015. Un año después, Rakuten inyectó 120 millones de dólares en la plataforma de transporte.

27 MAR 2017 — 05:00

POR AMELIA PIJUÁN



De ser el centro de las críticas del sector del taxi a zambullirse en el mundo del *delivery*, **Cabify** no deja nada al azar en España. La compañía, que a mediados de 2016 recibió una inyección de 120 millones de dólares por parte del gigante nipón **Rakuten**, ha conseguido hacerse un hueco en las calles de su país de origen y superar la barrera de los cinco millones de ventas en 2015.

La competencia contra **Uber**, el conflicto con el monopolio del taxi y la codiciada liberalización de las VTC (licencias de arrendamiento de vehículo con conductor) han sido algunos de los factores que han marcado el rumbo de **Cabify** en los últimos años en España. No conforme con ello, la empresa (que se define a sí misma como un servicio de transporte) ha decidido ampliar sus horizontes y atacar de frente otros nichos como el del *delivery* con la implantación en Madrid de *Cabify Express*.

Con estos dos servicios, la compañía que fundó **Juan de Antonio** en 2011 ha evolucionado hasta convertirse en un intermediario tecnológico a la caza de la comodidad del consumidor, tanto para su

1/2

<https://www.kippel01.com/empresa/cabify-de-cero-a-cien-en-espana-supera-los-5-millones-de-euros-en-plena-inmersion-en-el-delivery.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

EMPRESA

transporte como para su ahorro de tiempo. En esta línea, el grupo ha plantado cara a **MyTaxi** (que se fusionó con **Hailo** en 2016) y poner a disposición de los taxistas tradicionales su *app* para tramitar carreras.

Cabify ha lanzado un nuevo servicio de entrega de paquetería exprés en Madrid

“Sumamos servicios a la par que lo demandan nuestros clientes”, señalaba **Oriol Sanleandro**, director general de **Cabify** en Barcelona, recientemente. Y ha sido esta diversificación de su negocio lo que ha llevado a la empresa a engordar tamaño en los últimos tres años y pasar de facturar 154.047 euros en 2012 a alcanzar los 5,4 millones de euros en 2015, según las últimas cuentas depositadas en el Registro Mercantil.

Si bien **Cabify** incrementó su cifra de negocio un 177% en 2015 en comparación con el año anterior, la compañía también incrementó sus pérdidas, que se elevaron hasta 1,35 millones de euros frente a los 401.806 euros de 2014. Pese a ello, desde la compañía aseguran que ya “son rentables en algunas ciudades”. Durante ese mismo periodo, la empresa cifró su endeudamiento en 3,8 millones de euros.

Cabify incrementó sus ventas pero registró unas pérdidas de 1,35 millones de euros en 2015

Los esfuerzos económicos más importantes que realizó **Cabify** a lo largo del año se correspondieron a los gastos en aplicaciones informáticas, que pasaron de 677.903 euros a 1,24 millones de euros y a su gasto de personal, que se duplicó hasta 1,04 millones de euros. En esta línea, el grupo contaba con un equipo de 38 personas a cierre de 2015, 16 más que en 2014.

Cabify echó a andar en 2011, pero no pisó el acelerador hasta 2014, primer año en el que cerró una ronda de financiación de ocho millones de euros liderada por **Kevin Laws** y **Seaya Ventures**. Esa inyección permitió a la compañía impulsar su servicio en Latinoamérica, región en la que la concesión de licencias para vehículos no cuenta con las mismas restricciones que en España. Hasta entonces, el grupo había cerrado una primera ronda de financiación de capital semilla de tres millones de euros en 2012.

A día de hoy, **Cabify** opera en doce países hispanoamericanos, entre los que, además de España, se encuentran México, Panamá, Chile, Perú o Colombia. Por otra parte, la empresa, con sede en las antiguas oficinas de El Mundo, tiene su matriz en Delaware (Estados Unidos) por motivos fiscales.

De momento, la compañía no tiene intención de desembarcar en los mercados europeos o estadounidense, debido a la gran concentración de competidores que operan en esas ciudades, pero no descarta continuar buscando financiación externa para seguir ganando tamaño.