

Presente en España desde enero de 2010, BlaBlaCar es la mayor red social de viajes de larga distancia en coche compartido con presencia en 19 países y más de 20 millones de usuarios. Lejos de tratarse de una moda, explica el *country manager* en España y Portugal, Jaime Rodríguez de Santiago-Concha, “desde 2009 venimos

multiplicando entre dos y tres veces el número de usuarios cada año”. De hecho, España es el tercer país con mayor crecimiento de la plataforma, sólo por detrás de Francia y Alemania. Una muestra más de que, pese a las reticencias de algunos sectores, la economía colaborativa ha venido para quedarse.

Jaime Rodríguez, *country manager* de BlaBlaCar en España y Portugal

“Multiplicamos entre dos y tres veces nuestros usuarios cada año”

■ Nuria Díaz

— **BlaBlaCar lleva unos cinco años trabajando en España? ¿Cuál es el balance?**

— En España, desde que se lanzó a finales de 2009, BlaBlaCar ha logrado un crecimiento sostenido de entre 2 y 3 veces el número de usuarios cada año.

En estos cinco años, el fenómeno del consumo colaborativo y el propio de BlaBlaCar han adquirido un significado más amplio. Para muchos, la adopción de BlaBlaCar comenzó como forma de ahorro, pero la gente ha cambiado sus hábitos de vida y ha surgido una nueva forma de entender nuestra manera de consumir, de disfrutar del ocio y hasta de relacionarse. El ahorro es, por tanto, sólo el punto de partida. Los usuarios son conscientes de que existen otra serie de beneficios al utilizar la plataforma. Comenzando por la comodidad y la flexibilidad: uno puede desplazarse entre dos poblaciones cualesquiera y a la hora que quiera, siempre que haya alguien más que quiera compartir ese viaje. Siguiendo por la reducción del impacto ambiental, ya que compartir coche es una manera mucho más sostenible desde el punto de vista ecológico que viajar solo. Y claro, sin olvidar el vínculo social que establecen con personas nuevas en cada viaje, que es fundamental. Mucha gente prueba por el ahorro, pero repite por la experiencia.

— **¿Cuáles son las principales cifras económicas y cuáles las previsiones para este año?**

— Ahora mismo hay más de 20 millones de usuarios de BlaBlaCar en los 19 países en los que opera la plataforma. A nivel internacional, en el último año, BlaBlaCar ha abierto mercado en India, Serbia, Hungría, Croacia, Rumanía y, el mes pasado, en México. Queremos consolidar nuestra posición en estos nuevos, e interesantísimos, mercados. En muchos de ellos nuestra propuesta de valor es incluso diferente a la que tenemos en Europa: en India, por ejemplo, somos un complemento idóneo a un abarrotadísimo sistema ferroviario.

Este año queremos seguir creciendo a nivel nacional e internacional, como venimos haciendo, perfeccionando nuestra aplicación en los países en los que ya operamos, conociendo más historias de nuestra comunidad, que crece, y apostando por la innovación, que fortalece la confianza y fiabilidad dentro la Comunidad de usuarios.

Por último, en España, aspiramos a reforzar nuestra posición como la marca más reconocida del sector de la Economía Colaborativa, manteniendo el buen ritmo de crecimiento que hemos tenido hasta ahora. BlaBlaCar ha conseguido multiplicar entre 2 y 3 veces el número de usuarios cada año a nivel nacional.

— **¿Cómo funciona España en este tipo de negocio?**



“Hemos abierto mercado en India, Serbia, Hungría, Croacia, Rumanía y, el mes pasado, en México. Queremos consolidar nuestra posición en estos nuevos mercados”

“La principal diferencia con Uber es que en BlaBlaCar no existe ánimo de lucro por parte de los usuarios, sólo se comparten los gastos del viaje y no hay beneficio económico para el conductor”

— España es el tercer país con mayor crecimiento en los que se encuentra la plataforma, tras Francia y Alemania y el segundo en el que más rápido ha crecido el número de usuarios. Cada vez más españoles confían en la red social para contactar con personas con las que realizar trayectos de larga distancia compartiendo gastos, conversaciones, tiempo e historias. Además, el perfil del usuario español es cada vez más heterogéneo, el 58% son hombres y el 42% mujeres, con una media de edad que ha crecido llegan-

AL TIMÓN

Jaime Rodríguez de Santiago-Concha, Ingeniero Superior de Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid (UPM), acaba de ser nombrado nuevo

country manager de BlaBlaCar en España y Portugal, empresa en la que, tras ser director de Marketing, ocupaba desde septiembre la dirección de operaciones en el mercado español.

Desde el comienzo de su carrera profesional ha estado vinculado al ámbito emprendedor, donde ha trabajado en startups tecnológicas, como 6CERO y Zhilabs.

do a los 31 años, trabajadores, ejecutivos, estudiantes, jubilados...

Ha habido un cambio de mentalidad. Se han cambiado los esquemas sociales, ahora tener un coche no es un signo de distinción. Ha cobrado más peso la posibilidad de acceder a todos los recursos disponibles con inmediatez y pagando sólo por su uso desde un Smartphone.

Yo creo que nuestros usuarios saben que BlaBlaCar es un buen producto, una buena plataforma que apuesta por la innovación. Creo que nuestra comunidad de usuarios se siente ligada por un concepto, por una nueva forma de convivir y viajar.

— **¿Cuál es su competencia?**

— Existen otras plataformas de ‘coche compartido’. Somos una plata-

forma de internet, una red social que permite conectar a particulares que viajan hacia un mismo lugar y que quieren compartir coche y también los gastos del trayecto, que coexisten con medios de transporte sin serlo. Tal y como te decía, consideramos que es clave promover la Economía Colaborativa, que responde a un cambio de mentalidad sobre el consumo; a nuevos estilos de vida, más eficientes y sociales que nos ayudan a dinamizar la actividad económica y a reducir la huella de carbono.

— **Algunas páginas como Uber han tenido muchos problemas con otros colectivos y por la propia regulación. ¿Y ustedes?**

— El funcionamiento de BlaBlaCar es completamente diferente, somos plataformas muy distintas. La prin-

cipal diferencia es que en BlaBlaCar no existe ánimo de lucro por parte de los usuarios, sólo se comparten los gastos del viaje y no hay beneficio económico para el conductor. Además, los trayectos más frecuentes en BlaBlaCar y la media de kilómetros de un trayecto es de unos 300 kilómetros de distancia, es decir, estamos fuera de la ciudad.

Otra de las diferencias importantes es que los conductores que publican un viaje iban a hacerlo igualmente, independientemente que otros usuarios vayan o no con ellos, lo que hacen es ofrecer las plazas libres que le quedan a otras personas que vayan a ese mismo lugar, y así compartir parte de los gastos de ese trayecto. No se hace un viaje ex profeso.

Para nosotros, BlaBlaCar es un exponente puro de Economía Colaborativa: personas que se ponen en contacto para un mejor aprovechamiento de unos recursos que ya existen y que de otra manera quedarían infrutilizados u ociosos.

Hay nuevos operadores, una nueva economía, y la legislación de los países debe reflejar la realidad. Como te decía, en nuestro caso particular, estamos dentro de la ley, el uso de coche compartido está recogido en la legislación española. Los usuarios de BlaBlaCar cumplen con lo especificado en el artículo 101, apartado 1º, de la Ley 17/1987 de Ordenación de los Transportes Terrestres.

Esta actividad es completamente normal y sana en países que promueven y persiguen la innovación social con este tipo de servicios. La regulación ya existe para los conductores privados y nuestros usuarios cumplen con la legislación vigente.

De hecho, en países como Francia y Alemania el ‘coche compartido’ no sólo está regulado y definido en la ley, sino que los gobiernos estudian cómo promoverlo como forma de movilidad sostenible con medidas específicas como la creación de puntos de encuentro para usuarios, parkings de proximidad o la reducción del coste de peajes para quienes compartan coche.

— **¿Cree que la economía colaborativa lleva las de ganar?**

— Sin duda. La economía colaborativa ha venido para quedarse. Como te decía, se han cambiado los esquemas sociales e, incluso, económicos. El economista Jeremy Rifkin lo asegura en su libro “La sociedad de coste marginal cero”, en el que habla de que en un periodo corto de tiempo veremos cómo la economía colaborativa, que ha emergido con tanta fuerza, es la constatación de una nueva economía híbrida colaborativa.

En realidad, la Economía Colaborativa es un paso más en la digitalización de la Economía. Si lo pensamos, Internet es la herramienta perfecta para la colaboración y está llegando hasta el último rincón del planeta. ¿Cómo va a ser una moda? . Compartir es una práctica tan antigua como la humanidad; lo que ha cambiado es la forma de hacerlo. Todos alguna vez hemos compartido la ropa con familia y amigos o el coche con los compañeros de Universidad para ir al Campus. Ahora la tecnología nos conecta a todos en cualquier momento y desde cualquier parte, lo que permite un alcance de conectividad enorme de recursos ociosos y personas que están dispuestas a compartirlos y pagar por su uso. Estamos viviendo un cambio en la forma de entender la utilización de los recursos. Se está produciendo un cambio de hábitos de consumo en Europa y creemos que va más allá de ahorrar costes, se trata de una forma diferente de tener una experiencia social y única. En el caso de BlaBlaCar en la forma de viajar.