

“Regalos que no pediste”: La campaña navideña con la que Cabify trabaja por un legado ambiental sostenible

México, 15 de diciembre de 2021. La plataforma de multimovilidad, Cabify, lanza hoy su campaña de Navidad “**Regalos que no pediste**”, con la que busca aprovechar la temporada festiva para reforzar su mensaje de conciencia sobre movilidad sostenible y cambio climático. A través de esta acción, la compañía subraya **la importancia de construir desde ya una movilidad del futuro realmente sostenible** que proteja el **equilibrio medioambiental** como el **legado más importante** para las próximas generaciones.

El spot de Cabify muestra la decepción de un niño al recibir como regalo un mundo dominado por el auto privado, la mala calidad del aire o la congestión del tráfico. “Un cochecito, un niño... ¡El regalo perfecto! O, al menos, es lo que todos creemos. Las nuevas generaciones han cambiado sus prioridades y lo intentamos mostrar en esta campaña. Más allá de que seguimos creyendo que a todos los niños les gustan los cochecitos y a las niñas no, buscamos trasladar un mensaje más profundo. Las nuevas generaciones priorizan el cuidado de los lugares donde viven por encima de cualquier regalo”, según José López Ariñez, Director Creativo Global de Cabify.

Se trata de una visión generalizada tal y como comprobó recientemente la compañía de multimovilidad en el estudio “[Reimaginando las ciudades](#)”, donde analiza los grandes retos de la movilidad urbana de la mano de expertos internacionales y un sondeo de opinión a 5,000 personas de España y América Latina. En México es cada vez más necesario un cambio hacia la movilidad sostenible. Entre los resultados obtenidos por el estudio de Cabify, casi tres cuartos de la población en el país considera que hay mucho espacio ocupado por vehículos particulares y otro 56% considera que esos lugares deberían sustituirse por parques y áreas verdes; en contraste, 29% prefiere utilizar automóvil privado como medio de transporte preferido.

Entre las soluciones para un desplazamiento más sostenible se encuentra el mayor uso de bicicletas, movilidad compartida y plataformas tecnológicas de transporte, así como el cambio a vehículos híbridos o eléctricos, los cuales, de acuerdo con datos del [Registro Administrativo de la Industria Automotriz de Vehículos Ligeros del Instituto Nacional de Estadística y Geografía \(Inegi\)](#), durante enero a mayo de 2021, **registraron 18,799 vehículos** vendidos con este tipo de tecnologías, lo que **significó un aumento casi del doble**,

comparado con los primeros cinco meses de 2020, cuando se vendió un total de 9 mil 578 unidades.

oOo

Acerca de Cabify

Cabify es una plataforma de multimovilidad de personas y objetos que ofrece diversas alternativas para reducir desplazamientos urbanos en coches particulares, aprovechando la tecnología para hacer de las ciudades mejores lugares para vivir.

Y, todo ello, siendo una empresa sostenible económica, medioambiental y socialmente. Cabify, adherida al Pacto Mundial de la ONU, destaca por apostar por el talento y el ecosistema local, generando empleos de alto valor y declarando en cada país el 100% de su actividad. En 2018 se convirtió en la primera plataforma de su sector neutra en carbono, desde entonces compensa a nivel global sus emisiones y las de sus pasajeros, y cumple con un compromiso anual de reducción.

Cabify lleva 10 años transformando la manera de moverse por la ciudad, cuenta con más de 42 millones de usuarios registrados y han colaborado con la plataforma 1.200.000 conductores colaboradores y taxistas. Tras nacer en Madrid, la compañía se extendió, a los pocos meses, a América Latina y actualmente está presente en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Perú y Uruguay.