



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

P2P CAR SHARING: BARRERAS PARA SU ADOPCIÓN Y POSIBLES SOLUCIONES.

Clave: 201500731

MADRID | Abril 2020

Resumen

En este trabajo se hace un estudio acerca de la movilidad en España así como de barreras percibidas por las partes involucradas en el P2P *car sharing* y una investigación acerca de las mejores prácticas de las tres compañías de *car sharing* que operan a nivel nacional. Gracias a este estudio podemos ver qué características debe tener una compañía en este sector para tener éxito, así como posibles márgenes de mejora de las compañías estudiadas.

Abstract

In this work, it is carried out a study about mobility in Spain as well as the barriers perceived by the parties involved in P2P *car sharing* and an investigation about the best practices of the three *car sharing* companies that operate nationwide. Thanks to this study we can see what characteristics a company in this sector must have to be successful, as well as possible margins for improvement of the companies studied.

Tabla de contenido

1. Introducción.....	1
2. Movilidad	4
1.1. Formas tradicionales de movilidad	6
2.1.1. Transporte público.....	6
2.1.2. Coches y motos.....	8
2.1.3. Bicicletas	9
1.2. Nuevas formas de movilidad	10
1.2.1. Carpooling	11
1.2.2. <i>Car sharing</i>	12
i. Introducción al <i>car sharing</i> y datos relevantes	12
ii. Los diferentes modelos del <i>car sharing</i>	14
3. Motivos y barreras del <i>car sharing</i>	18
3.1. Motivos de participación	18
3.2. Barreras de adopción del negocio	19
3.2.1. Riesgos percibidos por los propietarios de los coches	20
3.2.2. Riesgos percibidos por los conductores.....	21
4. Método.....	24
4.1. Estudio de casos.....	24
4.2. Selección y definición de los casos.....	24
Getaround.....	25
Socialcar.....	26
Amovens	27
4.3. Lista de variables	28
4.4. Análisis e interpretación	35
5. Resultados.....	38

5.1.	Resultados relativos a la fase previa al alquiler.....	40
5.1.1.	Propietarios.....	40
5.1.2	Conductores.....	41
5.2	Resultados relativos al momento del alquiler.....	43
5.2.1	Propietarios.....	43
5.2.2	Conductores.....	45
5.3	Resultados relativos al momento posterior al alquiler.....	46
5.3.1	Propietarios.....	46
5.3.2	Conductores.....	47
6.	Conclusiones.....	48
7.	Bibliografía.....	52

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1: Crecimiento de la población de Madrid desde el año 2000	5
Ilustración 2: Medios más habituales de transporte en desplazamientos cotidianos en el año 2019	7
Ilustración 3: Evolución anual de la demanda en metro de Madrid desde 1996 hasta 2018	7
Ilustración 4: Incremento autobuses en servicio entre 2016 y 2018	8
Ilustración 5: Cuota del transporte nacional de viajeros de los años 2005 a 2017	9
Ilustración 6: Evolución de los usuarios durante el año 2018	10

1. Introducción

Estamos en un momento social de incertidumbre con respecto a los nuevos modelos de movilidad. Los problemas medioambientales que debemos afrontar a nivel global y que conciernen especialmente al sector de la movilidad, vienen principalmente derivados del crecimiento poblacional de las ciudades (Shaheen y Cohen, 2013). Además, hemos de afrontar en este sector otros problemas derivados de esta misma sobrepoblación en las zonas urbanas, como son las congestiones de las ciudades y sus entradas y los problemas de aparcamiento (Cohen y Kietzmann, 2014).

Para afrontar estos problemas, diversos autores apuestan por nuevos modelos de movilidad que ayuden a solventar estos problemas o que por lo menos contribuyan a disminuirlos (Glotz-Richter, 2016; Shaheen y Cohen, 2013). Estos nuevos modelos se basan en lo que se conoce como *Mobility as a Service* (MaaS), que podemos definir como un modelo de servitización de la movilidad en el que las necesidades de transporte se satisfacen a través de una interfaz y que suelen ser ofrecidas por un proveedor de servicios (Hietanen, 2014). Es decir que, en lugar de adquirir la propiedad de un vehículo, pagas a un proveedor del servicio de transporte, por el uso de un vehículo que ellos ponen a tu disposición. La movilidad como servicio incluye diferentes modelos, pero este trabajo se centra en el caso del *car sharing*. Se diferencian dos modelos: en el modelo B2C una compañía pone a disposición de los clientes una flota de vehículos para que se usen por un tiempo determinado y una de las características principales es que funciona a través de una plataforma (generalmente una aplicación para el móvil) que permite todas las diferentes funcionalidades con respecto a los coches de su propiedad (localización del vehículo, abrir y cerrar las puertas del vehículo, pago por el uso ejercido, etc.) El modelo P2P es una apuesta más innovadora de movilidad compartida en el que, son los propietarios de los vehículos los que alquilan por un tiempo determinado su propio vehículo a otras personas, usuarios también de este tipo de compañías, cerca de su área geográfica (Ballús-Armet et al., 2014). Generalmente, es una empresa, a la que llamamos *marketplace* o plataforma, la que pone en contacto a los propietarios y a los usuarios a través de su propia aplicación móvil o página web.

La disminución en el número de coches en propiedad, la reducción de horas al volante por conductor y con ello el número de coches en carretera (Cervero y Tsai, 2004) ya han

hecho que muchos autores apuesten por este modelo de movilidad, viendo además en el modelo posibles soluciones a los problemas mencionados anteriormente, (Ballús-Armet et al., 2014; Beria et al., 2017; Prieto et al., 2017; Wilhems et al., 2017a, 2017b; Heidenreich y Handrich, 2015; Heidenreich et al. 2016, Munzel et al., 2019; Dill et al., 2017). Se ha demostrado a su vez la efectividad del modelo en cuanto a los impactos positivos en el medioambiente que tiene el uso del *car sharing* (Briceno, et al, 2005) y también los impactos en la economía de las familias como resultado del uso del *car sharing* a través de una prueba real llevada a cabo en Noruega (Briceno et al, 2005)

A pesar de todos estos impactos positivos tanto a nivel social como económico, sigue este modelo sin tener éxito en España mas no se sabe si esto es debido a barreras que ya han sido estudiadas por especialistas en este ámbito (Shaheen and Cohen, 2013), por la falta de consideración de las mismas por los *marketplace*, por la falta de conocimiento del mercado por los clientes o por cualquier otra causa sin estudiar.

Es por esto mismo por lo que en el siguiente trabajo se va a realizar un estudio de las prácticas de las tres compañías más relevantes en el mercado a nivel nacional (Drivy, Amovens y SocialCar) y teniendo en cuenta el diseño de los diferentes modelos de negocio, identificar cómo se podrían abordar las barreras que no permiten la total adopción de este tipo de modelos en España.

Para ello se va a realizar en el desarrollo del trabajo un estudio en profundidad relacionado con el P2P *car sharing*, específicamente sobre las proposiciones de valor de los modelos de negocio de las tres compañías mencionadas anteriormente así como de las mejores prácticas de éstas, con el fin de llegar al mejor modelo de negocio del *car sharing* que contrarreste a su vez las barreras psicológicas y socioculturales que existen para la consolidación de este modelo de movilidad. Es importante anotar que durante el desarrollo de este trabajo, se hace uso de diferentes barbarismos que serán conceptualmente explicados. No se traduce en este trabajo dichos barbarismos debido a la especificidad de la materia y la dificultad en encontrar una definición exacta para los mismos.

La metodología que se va a usar para el estudio de las mejores prácticas es el estudio de casos (Eisenhardt, 1989). Gracias al análisis de los *marketplaces* existentes en España podremos identificar las prácticas que debería llevar a cabo una compañía para tener éxito en el sector del P2P *car sharing*.

El trabajo comenzará con la presentación de los diferentes modelos de movilidad que existen actualmente, aportando datos que demuestren la diversificación que está habiendo

y que va a seguir habiendo en este sector. Se presentarán tanto modelos tradicionales de movilidad como los más nuevos, entre los que encontramos, además de otros, los dos tipos de *car sharing* mencionados anteriormente y en los que más nos centraremos a lo largo del trabajo. A continuación, nos centraremos más específicamente en las barreras que existen entorno al *car sharing*, que hacen que todavía no sea un modelo de negocio adecuado en nuestra economía a pesar de sus claros beneficios tanto ecológicos como económicos. Una vez analizadas estas barreras veremos cómo una compañía podría superarlas y qué se podría hacer para posibilitar el crecimiento de este tipo de negocios en nuestro país.

Una vez se hayan asentado las bases de la movilidad y, sobre todo, del P2P *car sharing*, así como las posibles barreras que podemos encontrar y sus soluciones, pasaremos al estudio de casos teniendo como referencia a las tres compañías mencionadas anteriormente, identificando las mejores prácticas y las propuestas de valor de las mismas que, junto a las posibles soluciones a los frenos socioculturales y empresariales, hará que se pueda ver con más claridad cómo debe diseñarse el modelo de negocio de la plataforma en este sector.

Este trabajo, por un lado, nos permite identificar los problemas que hacen que en nuestro país no se instaure con éxito las compañías de *car sharing* y, por otro lado, nos permite dar una solución a los mismos. Estos modelos pueden ser una solución a los problemas de contaminación y de congestión que existen en las grandes ciudades de nuestro país, y revisando y rediseñando el modelo de negocio de P2P *car sharing*, se puede conseguir una mejora considerable con respecto a estos problemas que tanto dañan el futuro no solo de España, sino de todo el planeta.

2. Movilidad

Veremos en este punto las formas de movilidad que existen hoy en día, tanto las formas tradicionales que, aún siguen siendo una elección común entre los usuarios, como las nuevas formas de movilidad que pretenden complementar a las primeras para acabar sustituyéndolas por los beneficios ecológicos y sociales que implican, como veremos a continuación. Nos centraremos en el caso de Madrid puesto que podemos encontrar una gran variedad de formas de movilidad y que podríamos extrapolar al resto de las grandes ciudades de nuestro país.

Como hemos venido diciendo, Madrid lleva experimentando un crecimiento poblacional considerable que podemos justificar en muy diversas causas: la inmigración, la economía y la despoblación de las zonas rurales de España.

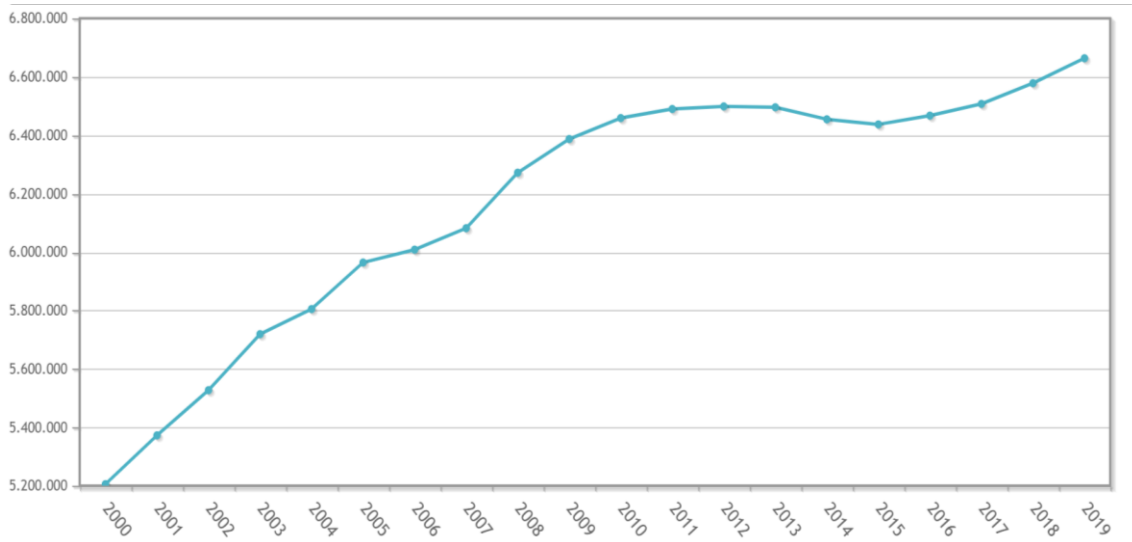
En los últimos años, hemos vivido un importante crecimiento poblacional derivado de la inmigración. Al contrario de lo que mucha gente opina, estos flujos migratorios son principalmente debidos a trabajos temporales, flujos migratorios de estudiantes procedentes de la UE y familiares de trabajadores. En el año 2017 los datos del INE reflejan un saldo migratorio de 164.600 personas representando un 28% del total del crecimiento poblacional.

En cuanto a las causas que vienen derivadas de la economía agrupamos todos aquellos factores poblacionales que se ven influenciados por los periodos de expansión económica. Dentro de estos, por tanto, podemos situar todos aquellos factores que se han podido ver mejorados por una inversión pública específica debido a ese momento favorable de la economía, como ocurre con el sector de la sanidad, relacionado íntimamente con los crecimientos o decrecimientos poblacionales en tanto que la tasa de natalidad incrementa y la de mortalidad tiende a disminuir. Por ejemplo, podemos comprobar que, durante la crisis de 2008, la población creció a un ritmo menor que en los años tanto anteriores a la crisis como en los años de recuperación económica.

Para terminar con esta agrupación de causas, encontramos datos sobre la despoblación de ciertas áreas de nuestro país a pesar del crecimiento de población total que encontramos en los registros oficiales. Estas áreas son la que los expertos han querido llamar “la España vacía” y se debe principalmente a que los habitantes de estas zonas se mueven a las

grandes ciudades de nuestro país para labrarse un futuro diferente debido a las pocas posibilidades laborales que existen en estas zonas (Pinilla y Sáez, 2017).

Ilustración 1: Crecimiento de la población de Madrid desde el año 2000



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), Diciembre 2019

Es debido a este crecimiento poblacional que podemos ver reflejado en la Ilustración 1, por lo que en Madrid se ha tenido que ir reorganizando, no solo el suelo de la ciudad y la organización de las infraestructuras que permitiera la construcción de nuevas viviendas, sino que también se han tenido que ir adaptando las formas de movilidad para que todos los ciudadanos puedan disfrutar de una movilidad cómoda, rápida y segura sin constituir un problema ni para el día a día de la gente ni para el medioambiente. De aquí por tanto que surgiera ya desde hace años tantos problemas derivados de la movilidad. Por un lado, no hay tanto espacio en las ciudades para poder estacionar el vehículo de todas estas personas; por otro, la contaminación a consecuencia de ello ha ido aumentando a escalas agigantadas (Glotz-Richter, 2016).

Además, esto que parece tan obvio, implica y está derivando en problemas de importancia significativa para el buen funcionamiento de la ciudad a nivel social y económico. Y como dijimos anteriormente, es debido a estos resultados poblacionales por lo que se hace necesaria la implementación de nuevas formas de movilidad que liberen las ciudades, con

el fin de conseguir más espacios de aparcamiento, menos atascos en carreteras principales y menos contaminación.

1.1. Formas tradicionales de movilidad

A partir de los datos poblacionales, vamos a analizar de qué manera han ido evolucionando los métodos de transporte tradicionales: transporte público, donde incluimos el metro y el autobús, el coche privado y las motocicletas, y por último las bicis.

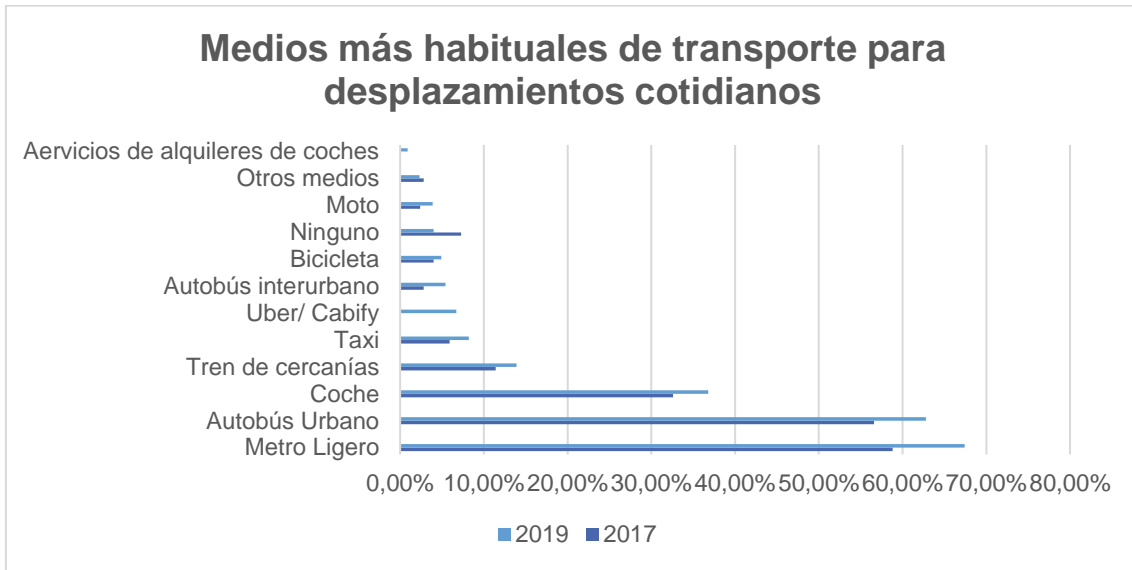
2.1.1. Transporte público

El transporte público en Madrid ha ido evolucionando a pasos agigantados debido al incremento en el número de usuarios y también debido a la importancia que se le ha ido dando a la ecología y al medioambiente desde el gobierno, especialmente desde la cumbre del clima de 2015 en París donde nace el Acuerdo de París en el que se incluyen mejoras tanto industriales como de movilidad para empezar a implementar a partir del año 2020 en todos los países firmantes, entre los cuales se encuentra España.

Desde la Comunidad de Madrid se empiezan a introducir medidas que incentivan el uso del transporte público, tanto los autobuses públicos como el metro y el metro ligero, introduciendo reducciones en los precios de los viajes, así como tarifas sociales para los grupos que más protección deben gozar (familias numerosas, personas con discapacidad, personas mayores de 65 años y personas desempleadas). Además, se han ampliado las líneas urbanas e interurbanas de buses, así como mejorando las líneas de metro debido a la evolución en su demanda.

Tanto es así que, como se puede comprobar en la encuesta de calidad de vida del ayuntamiento de Madrid, en su apartado de movilidad, vemos como el medio más usado de manera cotidiana es el metro o el metro ligero seguido del autobús urbano:

Ilustración 2: Medios más habituales de transporte en desplazamientos cotidianos en el año 2019



Fuente: Elaboración propia en el año 2020 con los datos aportados por el Ayuntamiento de Madrid a través de la Encuesta de calidad de vida y satisfacción con los servicios públicos del año 2019, en su apartado de Movilidad.

Ilustración 3: Evolución anual de la demanda en metro de Madrid desde 1996 hasta 2018



Fuente: Informe de la evolución anual de la demanda en el cierre de 2018 del Metro de Madrid

Ilustración 4: Incremento autobuses en servicio entre 2016 y 2018

2016		2017		2018	
Autobuses en servicio	%	Autobuses en servicio	%	Autobuses en servicio	%
513.351	1,26	530.164	3,28	542.882	7,09

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Informe de gestión del año 2018 realizado por la EMT de Madrid

Como podemos ver en Ilustración 3 e

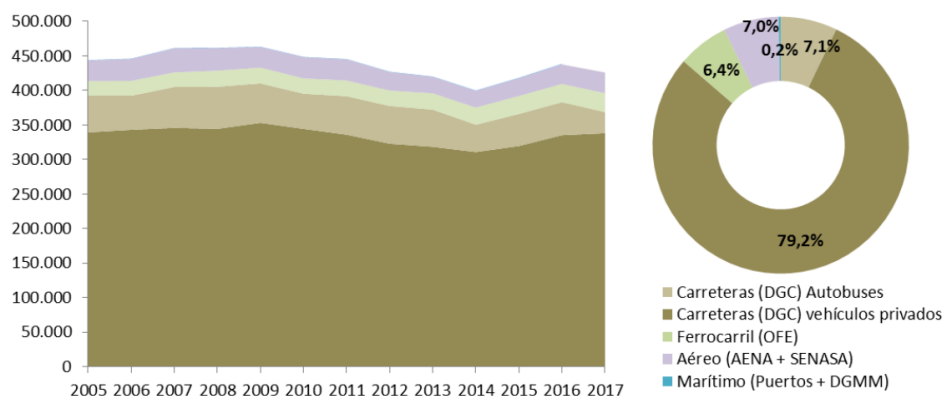
Ilustración 4, tanto el metro como el bus sigue siendo una opción de movilidad para la población madrileña y que cada año se usa con más frecuencia, habiendo crecido un 7,09 los autobuses en servicio en el periodo de 2015 a 2018 y llegando a algo más de 657 millones de viajeros en el metro de Madrid (EMPT Madrid, 2018).

2.1.2. Coches y motos

El vehículo privado sigue siendo de las primeras opciones para moverse en Madrid a pesar de las múltiples opciones limpias y sostenibles que tanto los servicios públicos como ahora privados, nos ofrecen.

Desde el ministerio de fomento, a través de su informe anual del observatorio del transporte, encontramos que el uso del vehículo privado por carreteras representa un 79,2% del total de métodos de transporte de viajeros como podemos observar en la Ilustración 5:

Ilustración 5: Cuota del transporte nacional de viajeros de los años 2005 a 2017



Fuente: Elaborado por el OTLE (Observatorio del Transporte y la Logística) en el año 2018, a iniciativa del Ministerio de Fomento de España.

Para poder entender el porqué de esta preferencia que tiene el 79,2% de la población española por el coche, es necesario conocer la historia de la movilidad y unirlo al contexto social actual, estudiando dentro de esto la mentalidad de las personas. El coche es percibido en todo el mundo como un medio de transporte cómodo y rápido que les produce una cierta seguridad y tranquilidad (Bardhi y Eckhardt, 2012) que otros medios de transporte no consiguen transmitir. El fuerte sentido de propiedad hace más difícil el cambio de mentalidad necesario para superar ciertos obstáculos que permitan avanzar a la historia de la movilidad y que nos ayudaría a solucionar esos problemas ecológicos y de planificación urbanística que hemos ido mencionando ya en diferentes ocasiones.

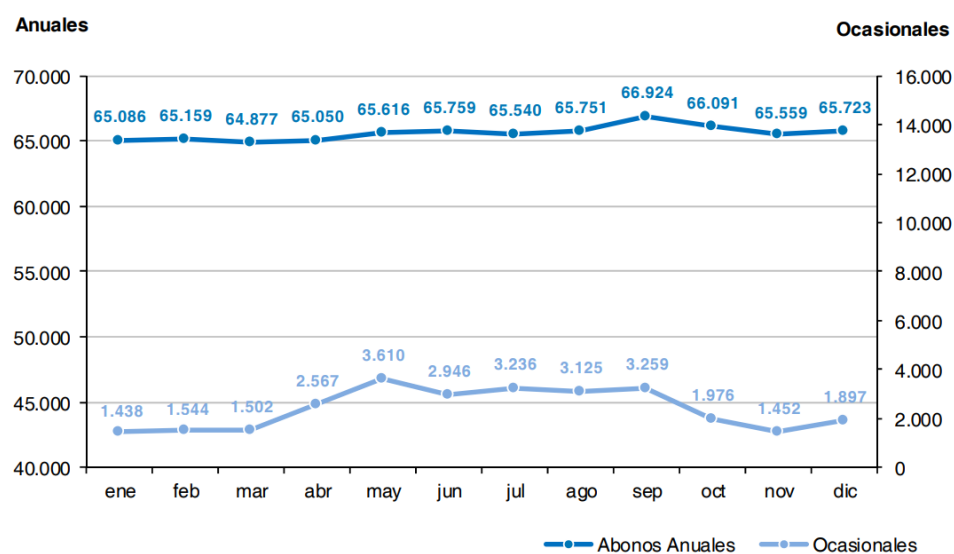
2.1.3. Bicicletas

Con el fin de realizar un análisis sobre el uso de las bicis, nos apoyaremos principalmente en los datos registrados por el ayuntamiento de Madrid sobre BiciMad, programa implementado en el año 2014, mediante el cual el ayuntamiento de Madrid pone a

disposición de la sociedad un número elevado de bicis totalmente eléctricas como una ayuda a la sostenibilidad y al desarrollo social. Se intenta desde el gobierno, por tanto, proporcionar un elemento alternativo de transporte que funcione de manera limpia y saludable para los usuarios y así fomentar el uso de la bici en la ciudad.

Desde el año 2016 BiciMad lo gestiona la EMT de Madrid de donde recogemos los siguientes datos sobre el uso de las mismas para el año 2018:

Ilustración 6: Evolución de los usuarios durante el año 2018



Fuente: Informe de la evolución anual de la demanda en el cierre de 2018 del Metro de Madrid

Vemos en la Ilustración 6 como durante el año 2018, últimos datos registrados, se incrementa el número de usuarios de las bicis que ofrecen desde el ayuntamiento de Madrid tanto para viajes ocasionales como en cuanto a aquellos usuarios que poseen abonos anuales. Sin embargo, el número de personas que hacen uso de las bicis no es comparable con el número de aquellos que disfrutaban de las formas tradicionales de movilidad estudiadas anteriormente. Podemos concluir con estos datos que esta es una alternativa saludable y limpia para el medio ambiente pero no es una alternativa que suele ser elegida entre los usuarios.

1.2. Nuevas formas de movilidad

1.2.1. Carpooling

Como hemos podido comprobar en el apartado anterior, una de las formas en la que los españoles prefieren moverse es a través del uso del vehículo privado. Por esta razón sumado al hecho de que el paradigma social en el que vivimos está intentando evolucionar en todos los sectores económicos hacia una vida sostenible en el que se tenga en cuenta el medioambiente y el futuro de nuestros descendientes, las nuevas formas de movilidad están teniendo mucho auge.

Los emprendedores interesados en el ámbito de la movilidad, se preguntaron muy acertadamente cómo poder adaptar esta evolución que la sociedad pide, sin dejar de tener en cuenta los intereses y las necesidades de los ciudadanos que aún prefieren moverse con un automóvil (Cohen, y Kietzmann, 2014).

Es de este contexto del que nace el concepto de *carpooling*. Se trata de una idea basada en la economía colaborativa. Al final lo que se pretende es que los usuarios compartan sus vehículos para los viajes que realizan, ya sea para ir a trabajar diariamente o para moverse por todo el país. De esta forma, una empresa a través de una plataforma digital, pone en contacto a una persona que realiza un determinado viaje a un lugar específico, ya sea de corta distancia o larga, con otra persona que desea realizar un viaje igual o similar.

La manera en la que funciona es la siguiente. A través de las plataformas digitales que las empresas ponen a disposición de los usuarios, el propietario del vehículo crea un viaje especificando las horas de salida y llegada aproximada, los espacios libres del vehículo y el precio al que lo oferta. Por su parte, los demás usuarios que necesitan desplazarse a un lugar en concreto con unos detalles de viaje específicos, buscan el destino a donde quieren desplazarse y les aparecerá todos aquellos viajes que coincidan con su destino. A partir de ahí simplemente se pondrá en contacto con aquel con el que coincida sus necesidades a través de los chats que la propia empresa facilita y concretarán las especificaciones del viaje.

Esta forma de movilidad tiene el objetivo de optimizar el uso que se da a los vehículos maximizando la ocupación del mismo, haciendo que las personas que se mueven a un destino común, viajen juntos aunque no se conozcan. Así, además, los propios usuarios acaban beneficiándose pues no gastan tanto dinero como lo harían si fueran solos (gasolina, seguro del coche, mantenimiento, etc.) y pueden beneficiarse por ejemplo de

los carriles de alta ocupación, no teniendo que aguantar las retenciones formadas en las zonas urbanas y a la vez contribuyendo a la reducción de las mismas (Dewan et al., 2007). Esta idea, surge ya en 1970 en Estados Unidos, de manera más simple pero con el mismo sentido de ser, a raíz de la crisis del petróleo que sufre el país durante estos años. A partir de ahí poco a poco ha ido evolucionando hasta que en nuestros días han surgido plataformas como BlaBlaCar con mucho éxito en Europa y América que son claros representantes de este tipo de movilidad compartida. Otras opciones parecidas a BlaBlaCar son Amovens o Viajamos Juntos.

1.2.2. *Car sharing*

i. Introducción al *car sharing* y datos relevantes

La economía compartida nos ha planteado una nueva visión en muchos sectores y ámbitos económicos, como en el sector de la movilidad. Es debido a esta nueva forma de entender el mercado y la sociedad que el *car sharing* ha tenido tanto éxito en nuestro país, aunque aún quede mucho trabajo por delante y el surgimiento de nuevos negocios basados en este tipo de modelos económicos.

El *car sharing* permite el desplazamiento de los usuarios en distancias cortas por un tiempo determinado. Y para entender del todo este tipo de movilidad es importante analizar los datos que ofrecen los estudios sobre el impacto de este modelo a nivel medioambiental, social y económico, así como primeramente demostrar las expectativas de crecimiento de este modelo, pues sin ello deja de tener sentido el trabajo.

Para entender la envergadura del *car sharing* vemos los datos relacionados a la expectativa de crecimiento del sector. Para ello, acudimos al informe de crecimiento del proyecto STARS impulsado por la Unión Europea, para que, apoyándonos en ella, podamos comprobar que, todos los encuestados esperan un “ligero crecimiento” en el número de usuarios del modelo P2P *car sharing* desde 2018 hasta los siguientes 5 años (Chicco y Diana, 2018).

Estas expectativas se agruparon, en el estudio mencionado, entorno a las siguientes motivaciones:

- Incremento de la población en las ciudades.

- Incremento de la popularidad de los servicios de *car sharing*.
- Incremento en los costes derivados de la propiedad de un vehículo y actitudes nuevas frente a la movilidad, especialmente las relacionadas con el concepto de usar el coche cuando lo necesitas en lugar de tener uno propio.
- Problemas de aparcamiento.
- Cada vez más gente está concienciada en cuanto a los problemas de contaminación del aire.

Es muy interesante ver la relación entre el *car sharing* y el transporte público, entendiendo los resultados como el número de viajeros que cambiarán su método de transporte desde el público a este nuevo modelo de movilidad. El resultado del estudio realizado por la Unión Europea en el año 2016, demuestra que el 55% de las personas consideran que no habrá viajeros que cambien su modelo habitual de transporte argumentando principalmente la complementariedad de los servicios. Sin embargo, el 14% considera que muchos de los usuarios del transporte público preferirán moverse en servicios relacionados con el *car sharing* (Chicco y Diana, 2018).

Dejando ya a un lado las expectativas de crecimiento, nos fijamos ahora en los impactos del *car sharing* en el medioambiente.

En 2010 se publica un estudio practicado a los usuarios de *car sharing* en Canadá y Estados Unidos en el que se concluye que este tipo de movilidad reduce las emisiones de *Greenhouse Gas (GHG)* en términos globales, diferenciando entre aquellos que sí eran usuarios del *car sharing* y que reducían la emisión este tipo de gases, y lo que no eran usuarios que conseguían aumentar la emisión de GHG. Además, otra importante conclusión de este estudio es que las familias que empezaron a usar el *car sharing* como forma de movilidad, redujeron el número de vehículos en propiedad (Martin, Shaheen, y Lidicker, 2010) afectando por tanto al número de coches en circulación y con ello a la contaminación del entorno.

En cuanto a los impactos económicos, podemos encontrar entre la bibliografía más relevante que, además de la rentabilidad del sector en los años sucesivos que hemos podido comprobar a través del estudio de crecimiento mencionado anteriormente de la UE (Andrea Chicco y Marco Diana, 2018), las familias van a notar en su economía los beneficios económicos que acarrear el uso del *car sharing* como método de transporte. Esto se puede ver reflejado en el estudio llevado a cabo en Noruega por Briceno (Briceno, Peters, Solli, y Hertwich, 2005). Existe bibliografía que establece lo contrario también

(Dill et al., 2017), por ello debemos poner en duda este beneficio, debiendo decir que ello dependerá de la situación y características de cada familia y del uso que se haga de los vehículos en el día a día.

ii. Los diferentes modelos del *car sharing*

Según los modelos de negocio y las características de las diferentes empresas de *car sharing* podemos distinguir tres modelos diferentes (Cohen y Kietzmann, 2014):

a. *Business-to-Consumer (B2C) Car sharing*

En estos casos la compañía adquiere una flota de vehículos que pone a disposición de los usuarios para su uso. Para ello, utilizan una plataforma digital en la que los vehículos están geolocalizados y de esta manera los usuarios podrán elegir el coche más cercano (Cohen y Kietzmann, 2014).

Con estos modelos de negocio, las empresas crean negocios sostenibles. Gracias a este modelo de negocio y la orientación que se le ha dado, las empresas consiguen que los usuarios usen los vehículos para recorridos cortos, haciendo que el coche pueda ser rentado por más de una persona al día y por tanto, generando mayores beneficios. Todos estos modelos están dirigidos a la agilidad y rápida movilidad de los usuarios, generando beneficios tanto para los usuarios como para las empresas.

Dentro de este tipo de modelos pueden ser a su vez categorizados en modelos de ida y vuelta y modelos de *free floating*.

En los modelos de ida y vuelta, el vehículo que se alquila debe ser devuelto en el mismo punto en que se alquiló. Esto limita bastante su uso pues al fin y al cabo lo que hace este tipo de modelos es limita el trayecto o la ruta del usuario, haciendo que éste tenga que desplazarse al punto donde recogió el coche cuando a lo mejor no es su destino final.

En los modelos conocidos como *free floating* el usuario puede dejar el coche en un sitio diferente al que lo alquiló, de tal manera que simplemente puede dejarlo en la calle cerca de su destino y en caso de necesitarlo de nuevo en un momento posterior podrá volver a alquilarlo o buscar y alquilar otro que esté cerca de su localización.

Este es el modelo que más éxito ha tenido dentro de los modelos B2C *car sharing* donde podemos encuadrar la empresa Car2Go, hoy en día conocida internacionalmente. Además, encontramos otras empresas conocidas como Emov, Clickcar y Ubeeko entre otras.

b. *Car sharing sin ánimo de lucro:*

Este tipo de modelo de *car sharing* surge a partir de los años sesenta de la década pasada, en la que las personas simplemente compartían sus vehículos como se comparte con el *car sharing*, sin ningún tipo de intención lucrativa.

c. *Peer-to-Peer (P2P) car sharing*

Nos centramos ahora en uno de los modelos del *car sharing* más innovadores y más interesantes de cara al desarrollo del trabajo, el modelo Peer-to-Peer (P2P). Este término así expresado procede del mundo de la informática, mediante el cual hacen referencia al momento en el que existe una red de ordenadores conectados entre sí intercambiando cualquier tipo de información, y por su similitud al modelo de *car sharing*, se decidió nombrarlo como P2P *car sharing*.

La clave de este tipo de modelo es que la empresa no interviene para poner a disposición de los usuarios sus vehículos, sino que opera como mera intermediaria para poner en contacto a propietarios de vehículos con gente que necesita un vehículo para moverse dentro de un tiempo específico.

Su forma de uso es bastante similar a los modelos explicados anteriormente. El usuario que necesita un vehículo busca uno a través de la página web o aplicación móvil que pone a disposición la empresa a la que podemos llamar *marketplace* y que, como hemos dicho, funciona como mera intermediaria. Una vez ha encontrado un coche que cumple sus necesidades y/o sus expectativas, el usuario puede “alquilar” dicho vehículo.

De la misma manera que alquilas una casa mediante Airbnb para pasar unos días en otro lugar y concretas con el propietario los detalles, en estos casos alquilarías un coche por un tiempo determinado y concretarías los detalles con el propietario del mismo. La diferencia con el resto de modelos, por tanto, radica en que ese vehículo que deseas

alquilar es propiedad de otro usuario. Es por esto por lo que hay que tener siempre presente el sentido de propiedad que más adelante se desarrollará, para entender estos negocios.

En cuanto a las ventajas de este modelo de negocio debemos mencionar y hacer hincapié en la sostenibilidad que nos ofrece pues las empresas, al no tener una flota de vehículos como tal, no ponen en circulación más vehículos, cuestión que se pretende evitar en el futuro por los problemas que genera, sino que intentan optimizar más los que ya hay en circulación. Además, en cuanto a lo económico, los gastos en los que deben incurrir los *marketplaces* con estos modelos de negocio se reducen bastante, debido precisamente a esa ausencia de vehículos propios que general uno de los mayores gastos para las compañías con un modelo P2C, pudiendo en estos casos, aprovechar ese margen en la inversión para dar otras garantías a los propietarios de los vehículos (estado del vehículo, limpieza, seguro, revisiones etc.) (Reguera Fernández, 2015).

Este es el modelo de negocio en el que nos vamos a centrar en el trabajo que aquí se presenta. tiene claras ventajas económicas y sociales y consigue resolver muchas de las incógnitas que desde siempre nos hemos planteado en este sector, como los problemas de espacio en las ciudades, los problemas medioambientales, los relacionados con el tráfico y las congestiones, etc. (Shaheen y Cohen, 2013)

Además, este modelo deja ver gracias a sus características, la posibilidad de que en el futuro se crezca con ello. En cuanto vayan avanzando los años y con ellos las tecnologías, un proyecto basado en este modelo, permitirá un avance significativo que podría llegar a transformar el sector de la movilidad.

Es relevante añadir la transformación que se está viendo ahora en determinadas compañías de *car sharing* que tienden a un modelo híbrido, por así decirlo, entre P2P y P2C, de tal manera que una misma empresa ofrecen diferentes tipos de servicio encuadrados al *car sharing*. Por poner un ejemplo que ayude a aclarar esta idea, una empresa que realiza esto es Amovens, la cual como ellos mismos argumentan, ofrecen una solución de movilidad de 360° integrando y combinando servicios de viajes compartidos, alquiler de coches entre particulares y servicios de renting para particulares. Empezaron en 2009 solo como una empresa que ofrecía servicios de viaje compartido y en 2016 incluyeron el resto de servicios. Además, Socialcar compañía que opera principalmente en España, ha agregado a sus servicios de alquiler entre particulares, la opción de que sea la compañía quien gestione el alquiler del vehículo propiedad del

usuario, debiendo estar al menos un mes bajo la gestión de Socialcar, así como debiendo pasar por una revisión mecánica previa. Este servicio lo llaman desde la empresa, “Aparca y Gana” y es una opción que está siendo valorada por los usuarios que pueden permitirse este servicio, generando unos ingresos mensuales garantizados. En este servicio, el 70% del beneficio total obtenido por el alquiler del vehículo, aun habiendo sido gestionados por la empresa, van directamente al propietario del vehículo, generando un plus de confianza al usuario.

3. Motivos y barreras del *car sharing*

3.1. Motivos de participación

En un primer momento se puede pensar que solo los motivos económicos llevan a los usuarios a participar en este tipo de modelos. Sin embargo, en el trabajo de Wilhems et al (2017b) se demuestra que no solo existe este motivo para que los usuarios vean en estos modelos, verdaderas razones por las que participarían en este negocio.

Además de los motivos puramente financieros, podemos encontrar que los usuarios participan en estos negocios por: intereses económicos de ahorro, razones relacionadas con la calidad de vida o el disfrute, motivos de enriquecimiento o ayudar a otros, y por último razones relacionadas con la sostenibilidad, el poder mejorar algo.

En el segundo estudio llevado a cabo por Wilhelm et al. (2017a) se analizan los diferentes tipos de usuarios que podemos encontrar según los motivos de participación en el negocio. Dependiendo de si hablamos de los participantes que son propietarios o conductores de los vehículos podemos distinguir diferentes tipos de usuarios.

Si nos fijamos en las motivaciones de los propietarios, Wilhelm et al. consiguen diferenciar según los motivos de participación de éstos, entre aquellos que son conscientes de los costes, es decir, aquellos cuyo objetivo es reducir los costes asociados a la propiedad de un vehículo; aquellos que identifica como gastadores, quienes prefieren conseguir un dinero extra por bienes hedónicos; y por último los que se identifican como los que comparten, que son aquellos que prefieren compartir experiencias con otras personas. Por su parte, si nos fijamos en las motivaciones de los usuarios, Wilhelm diferencia entre “presupuestadores”, cuyas miras se centran principalmente en el ahorro; “los amantes de la conveniencia”, cuyo objetivo se centra en el consumo de bienes o servicios baratos y cuya obtención es fácil; los usuarios “conscientes o preocupados por el status social”; y por último los que buscan la seguridad en todos sus ámbitos.

En otro estudio (Schaefers, 2013) en el que se lleva a cabo una serie de entrevistas a usuarios de una compañía en concreto del sector, que ya está en el mercado del P2P *car sharing* de forma activa, se demuestra y se consigue diferenciar las motivaciones de los usuarios, para después describir las implicaciones de éstas con el fin de que las compañías del sector puedan ampliar su número de usuarios. En este estudio se identifican como motivaciones las siguientes: búsqueda de valor, conveniencia, estilo de vida y motivos

ambientales; coincidiendo bastante con las descritas anteriormente y estudiadas por Wilhelm et al.

3.2. Barreras de adopción del negocio

Para poder hablar de barreras de participación en el negocio, es importante mencionar primero la barrera de la confianza. Es sin duda uno de los retos más difíciles de solventar en el sector del P2P *car sharing* y es actualmente la barrera principal que se encuentran todas las compañías, ya no solo en el sector de la movilidad, pero también en otros sectores de la economía compartida (Shaheen et al., 2012).

Una de las compañías de referencia en el mundo de la economía colaborativa es Airbnb, conocida ya internacionalmente. Esta misma también tuvo al principio que proponer mecanismos para superar la barrera de confianza entre usuarios. Al fin y al cabo, dejar tu casa a un desconocido no genera demasiada seguridad. Para poder superar esto, la compañía pensó que esta barrera se podría superar mediante un sistema de evaluación y feedback de los usuarios. De esta manera se podría ver la opinión de la persona que pone su casa en alquiler y la del que la alquila, pudiendo elegir el propietario de la casa si alquila o no la misma a un usuario en concreto, guiándose mediante dichos comentarios y las estrellas que han valorado los demás usuarios. También permitieron conectar la cuenta de Airbnb con otras redes sociales, con el objetivo de poder conocer un poco más a la otra persona (Ballús-Armet et al., 2014). Otra de las posibilidades que consideran algunos autores es crear un pequeño círculo cerrado de usuarios en el que la confianza ya exista con antelación (Beria et al., 2017). Todas estas propuestas, que Airbnb propuso para su negocio, sirven como medidas también en los negocios de P2P *car sharing* puesto que una de las barreras más grandes que han de afrontar este tipo de negocios es precisamente la confianza.

Otras barreras que pueden identificarse en el sector y que son las más mencionadas junto con la confianza son la seguridad y la responsabilidad (Ballús-Armet et al., 2014). Nos referimos al seguro y a la responsabilidad en el caso de haber accidentes. Se identifica en los usuarios un miedo en cuanto a la seguridad y responsabilidad relacionada con los riesgos financieros a la hora de que el usuario que haya alquilado el vehículo tenga un accidente. Esta barrera afecta tanto a los conductores como a los propietarios de los vehículos, pues los primeros temen verse afectados económicamente por las franquicias

de los seguros contratados por las *marketplaces*, y los segundos, temen poder ver su coche sin reparar a causa de los flecos sueltos de los seguros. Por esto, podemos ver la desconfianza que genera a los usuarios, tanto conductores como propietarios, los seguros contratados por las compañías y que deben asumir para poder hacer uso del servicio. Veremos cómo se puede solucionar esta barrera.

Hay determinados riesgos que vienen derivados simplemente del hecho de tener que compartir algo que es de tu propiedad. Para entender esto, es importante dividir los riesgos derivados de este hecho entre aquellos percibidos por los propietarios de los vehículos y por otro lado, los que perciben aquellos que alquilan el vehículo de otros.

3.2.1. Riesgos percibidos por los propietarios de los coches

Los propietarios de los vehículos principalmente temen que su coche no sea devuelto o que su coche sea dañado por un accidente y, aunque algunos estudios argumenten que esta barrera se afronta mediante los sistemas de seguro y responsabilidad que implementan las empresas del sector (Shaheen et al., 2012) esta barrera sigue sin ser resuelta por dichos sistemas en su totalidad. Los propietarios no solo ven el vehículo como un bien económicamente valorado en una cantidad sino que lo ven como un bien que les da seguridad psicológica, y por tanto no solo buscan que la compañía les proteja de cualquier accidente económicamente hablando, sino que buscan una tranquilidad emocional que encuentran en el control total de su vehículo, garantizando que el coche esté en donde tiene que estar para poder realizar sus tareas diarias y así poder desplazarse con tranquilidad. Esta barrera es de tal magnitud, que incluso los propietarios de los vehículos consideran que prefieren no ser parte de este tipo de negocios simplemente por el estrés que les generaría el hecho de no disponer de su vehículo para poder realizar sus tareas diarias a menos que tengan una situación económica grave que les hiciera buscar alternativas para ganar algo más de dinero.

El problema de la confianza en los propietarios genera barreras en tanto que les podría generar insatisfacción con el servicio si el coche es devuelto sucio, con el depósito de la gasolina por debajo de lo acordado (generalmente con menos gasolina que cuando se cogió el coche), porque se use el coche para propósitos criminales o ilegales que puedan generar problemas judiciales ulteriores, etc. (Amann, 2017).

Todos estos problemas se terminan asentando como barreras que deben afrontar los negocios del sector para poder aumentar su participación en el mercado y para poder ser concebidos en España como una alternativa real de la movilidad.

3.2.2. Riesgos percibidos por los conductores

Parece que los riesgos percibidos por los usuarios pueden ser más fácilmente solucionables que para los propietarios. Las barreras para los conductores son los que a continuación se señalan.

El hecho de que no haya suficientes coches disponibles para alquilar cuando sean necesario es una de las barreras más limitantes percibidos por los usuarios del P2P *car sharing*. La mitad de los encuestados en el estudio de Shaheen et al. (2012) expresaron sus preocupaciones respecto a la adecuación de la oferta de vehículos con respecto a la demanda, es decir que no hubiera tantos vehículos disponibles para alquilar, como personas deseando alquilar. Esto según el estudio citado de Shaheen et al. es principalmente debido a que, comparado con los medios habituales de alquiler de coches, la disponibilidad de los mismos en P2P *car sharing* depende del tiempo en el que el propietario proporciona acceso al vehículo. Debido a que este tiempo no va a ser nunca elección o elemento de negociación con el usuario, éste último pueden verse limitado en su uso del servicio. Además, al ser el vehículo un bien percibido por los usuarios como necesario para sus traslados diarios, esta barrera puede ser percibida de manera aún más negativa de lo que realmente es, siendo una limitación para la realización del resto de tareas que tuvieran programadas y para las que le es necesario el vehículo de *car sharing*, sin posibilidad de flexibilidad en el asunto.

Otra barrera identificada por Shaheen et al. es la preocupación de los usuarios derivada de las posibles responsabilidades que pudieran surgir en caso de generarse algún accidente. Al igual que les sucede a los propietarios, los conductores se preocupan también de que la compañía de seguro no les cubra por accidentes ocasionados con un coche que no es suyo, porque a pesar de que las compañías de P2P *car sharing* especifiquen en sus pólizas de seguro que esto está cubierto, temen la letra pequeña de las mismas pólizas, así como la falta de control sobre las determinadas cláusulas especificadas en las mismas. El problema de los seguros contratados por los *marketplaces*, es que cuentan con una determinada franquicia que hace que los

conductores se sientan inseguros al respecto. Derivado de esta falta de control y de la franquicia a la que se deben de acoger para poder hacer uso del servicio podrían tener que hacerse cargo económicamente tanto de los daños sufridos por los vehículos intervinientes en el accidente, como de los posibles daños en las personas que pudieran ser ocasionados a causa del mismo. Habrá que buscar una solución, bien de incremento de fiabilidad en las pólizas mediante nuevas negociaciones con las compañías de seguro, o bien una solución alternativa que permita a los usuarios confiar en la protección que ofrecen las compañías y los seguros colaboradores. Puede ser mediante, por ejemplo, el pago de una cantidad mayor por diferentes opciones de seguros a contratar, parecido al sistema de determinadas compañías aéreas.

Por otro lado, se identifican barreras que tienen relación con lo financiero. Los conductores temen que en realidad este tipo de servicios no les suponga ningún tipo de reducción en los gastos de movilidad, es decir, que en realidad la diferencia entre lo que gastarían con un coche propio y lo que supuestamente se ahorran al usar este servicio, no lo noten (Amann, 2017). Esta es una barrera que va a depender de cada usuario, pues no hacen el mismo uso del coche unos que otros. Sin embargo, determinados estudios apuntan a que estos servicios pueden llegar a ayudar a las familias en la reducción de costes, y ello es demostrable a través de una prueba real que fue llevada a cabo en 2005 con familias con diferentes características sociales y económicas (Briceno, Peters, Solli, y Hertwich, 2005). Aunque pueden surgir dudas al respecto, pues otros estudios apuntan lo contrario (Dill, et al. 2017). Más allá de esto, se podría hacer por parte de las compañías un test demostrativo mediante un sistema análogo al que tienen los bancos para la accesibilidad de los usuarios a sus sistemas de financiación. De esta manera mediante un número determinado de preguntas, el programa calcularía el ahorro total aproximado, según los datos aportados por cada usuario, de manera mensual o anual, facilitando al usuario al acceso a los cálculos y además frenando la barrera que les supone a los usuarios este hecho como demostró Amann en 2017.

Por último, hemos de anotar que los conductores también identifican barreras relacionadas con el supuesto obligatorio de compartir que es inherente a este tipo de modelos de negocio, al igual que los propietarios. Les preocupa el hecho de que el vehículo tenga algún defecto que no pueda ser percibido por la vista a la hora de alquilarlo y esto les pueda causar algún tipo de problema o daño físico. Determinadas compañías dentro del sector usan, como forma de resolución a los conflictos relacionados con los

daños que puedan sufrir los vehículos, un método simple de cuestionario. El usuario que alquila el coche deberá determinar si al recoger el vehículo sufría algún tipo de daño. De tal manera que dependiendo de si el conductor lo valora o no como daño, podrán determinar la culpabilidad del mismo según los registros de uso de los vehículos recogidos por la aplicación de la plataforma. Sin embargo, en caso de que el usuario, al recoger el coche reservado, no se dé cuenta de algún daño que ya tuviera el coche, tanto estético como funcional del vehículo, y no lo reporten en el momento de la recogida el mismo, pueden verse perjudicados por un acto totalmente involuntario por parte del usuario además de poder no ser el responsable del daño. Así, habría que incorporar alguna solución más eficaz y que no dependiera de los propios usuarios para poder hacer frente a esta barrera detectada por los usuarios.

4. Método

4.1. Estudio de casos

El estudio de caso es una estrategia de investigación cualitativa que se usa en diferentes ámbitos de estudio, desde la psicología y la educación, hasta la economía y la empresa. Este método, según Eisenhardt, se basa en una comparación continua tanto de datos como de conceptos teóricos y que comienza con la recopilación de dichos datos (Eisenhardt, 1989). Con esta metodología se persigue conocer más profundamente fenómenos actuales con el objetivo de generar una teoría, de verificar unas hipótesis o de descubrir una teoría. Es usualmente empleado cuando se quiere saber el por qué o el cómo de algo y cuando el contexto que rodea a ese algo es demasiado complejo como para que se trate en un estudio experimental o en una simple encuesta. En concreto, el estudio de casos ha sido ampliamente utilizado para el estudio de modelos de negocio (Hacklin, y Wallnöfer, 2012; Krombholz, et al., 2012).

Yin (1981) propuso para esta metodología, unos pasos a seguir que facilitan el camino a los resultados que se quieren obtener o a la comprobación de las hipótesis formuladas al inicio. Estos pasos son los que se han seguido para la realización del trabajo.

4.2. Selección y definición de los casos

La muestra que se eligió para la realización del estudio de caso fueron las tres únicas compañías que intervienen en el mercado de P2P *car sharing* en España: Getaround, Socialcar y Amovens.

Además de ser éstas las únicas tres compañías que ofrecen un servicio de alquiler entre particulares en España, como se puede deducir de los apartados redactados a continuación que tratan de reflejar a cada compañía, el modo en el que opera cada una de estas es diferente, debiendo pasar por diferentes fases y realizar diferentes actividades tanto los propietarios como los conductores. Por tanto, los casos elegidos son suficiente porque las empresas tienen diferentes modelos de negocio y articulan el *marketplace* de forma diferente. Más aún, cada compañía tiene una forma diferente de afrontar las barreras que este tipo de modelos presenta y habiendo realizado un estudio de casos hemos podido

deducir las mejores prácticas de estas compañías, y por tanto las características que debe tener el modelo de negocio de una empresa dedicada al P2P *car sharing* para tener éxito a nivel nacional.

Getaround

En 2009 nace la compañía de *car sharing* con el nombre de Drivy, de las manos de Sam Zaid, fundador y CEO de la compañía. Actualmente es la compañía que lidera el mercado internacionalmente, teniendo presencia en ocho países y un total de trescientas ciudades.

Después de conseguir un crecimiento exponencial en Estados Unidos, Drivy compra la plataforma de Getaround en el año 2019, fundada por Paulin Dementhon, quien actualmente es el CEO de Getaround en Europa. Drivy era la plataforma líder en el sector dentro de la Unión Europea y así su fundador es ahora el que lidera la compañía internacional en Europa. También adquiere en el mismo año Nabobil, su homóloga en los países nórdicos, lo que hace que pase a convertirse en lo que hoy conocemos como la compañía de *car sharing* más grande y exitosa a nivel mundial.

La compañía se financia de manera totalmente privada a través de un sistema de crowdsourcing con inversiones realizadas por los propios propietarios privados de la compañía, los fabricantes de equipos originales, también conocidos como OEMS y inversores privados que son propietarios de otros negocios y que quieren invertir en esta compañía.

Hoy en día y según el press kit de la compañía, tienen presencia en más de trescientas ciudades, contando con más de 5 millones de usuarios y setenta mil coches.

El funcionamiento de Getaround se hace a través de la aplicación móvil que la compañía pone a disposición a los clientes. A través de ésta, los usuarios que ya han sido previamente verificados y que cuentan con la tecnología de *Getaround Connect*, geolocalizan coches que se encuentren cerca de su posición, desbloquean el coche que alquilan a través de la app, sin tener por tanto que contactar de manera personal con el propietario del vehículo, y encontrarán las llaves del coche en el interior del mismo para poder arrancarlo. En caso de no tener dicho sistema, el conductor necesita enviar una solicitud al propietario para alquilar el vehículo previamente, quien podrá tanto denegar como aceptar el alquiler de su vehículo. Una vez se haya aceptado el alquiler por parte

del propietario, ambos deberán citarse en el lugar donde se encuentre el coche con el fin de comprobar el estado del coche, fase a la que la compañía denomina “*walkaround inspection*” y entregar las llaves del vehículo. Además, será el propietario quien deba verificar que el carnet de conducir se encuentre en vigor y que la tarjeta de crédito usada sea la correspondiente a la tarjeta con la que se va a realizar el pago.

Además de esto, Getaround usa un sistema de valoración de los conductores y de los propietarios para guiar a los usuarios en sus experiencias con los mismos.

Socialcar

Socialcar fue fundada en el año 2011 y fue la primera en operar en España como un negocio de alquiler de coches entre particulares. La fundadora de la compañía es Mar Alarcón, actual CEO de la misma, a quien le acompaña Francesc Queralt, cofundador de Socialcar y actual COO (*Chief Operating Officer*).

Actualmente, y según el press kit de la empresa, Socialcar está presente en 600 ciudades y poblaciones alrededor de todo el país y cuenta con más de 150.000 usuarios. Cuenta con las inversiones de los fundadores y propietarios de la compañía además de un apoyo fiel de inversores de primer nivel como Cabiedes & Partners.

Una de las principales características de Socialcar es su espíritu social, que vemos reflejado en el *modus operandi* del sistema de alquiler, además de las colaboraciones con instituciones sociales, como puedes ser BarcelonActua u *OUI share*, así como su reciente ayuda en la crisis del Covid- 19, haciendo llegar vehículos a los médicos para facilitar los desplazamientos.

La forma en la que se alquilan los vehículos es también simple, igual que la forma de Getaround, pero diferente a ésta última. Para que los conductores puedan alquilar el vehículo, deben crearse una cuenta en la web o aplicación de que la empresa ha puesto a disposición de los clientes, introducir la dirección donde quiere buscar el vehículo para alquilar además de las fechas que necesitaría el mismo. Una vez hecho lo anterior, deberá enviar una solicitud al propietario de alquiler, validar su tarjeta para el pago y esperar la confirmación del propietario. Una vez que el propietario haya confirmado el alquiler, se citarán con el fin de empezar el alquiler. Comprobará el conductor el estado del vehículo y firmará el contrato que según las condiciones de la compañía se debe rellenar previo

alquiler del vehículo. Una vez se finalice el alquiler, el conductor devolverá tanto las llaves como el coche, debiendo volver a revisar el vehículo ambas partes del contrato. Existe un sistema de valoración del conductor y del propietario mediante opiniones que realizan los mismos una vez ha finalizado el alquiler y que guía a los demás usuarios para sus experiencias con dicha persona.

Además de este sistema, Socialcar cuenta con lo que ellos llaman “Aparca y Gana”, que consiste en la gestión por parte de la empresa del vehículo de los propietarios. De esta forma, es la compañía la que guarda el coche en el parking y se ocupa de los alquileres del mismo. Es obligatorio que la estancia se al menos de un mes y que se pase una revisión mecánica al vehículo. Las ganancias mensuales totales derivadas del alquiler del vehículo que se consigan mediante el sistema Aparca y Gana serán distribuidas entre ambas partes, recibiendo el propietario el 70% y el 30% lo ingresará Socialcar. Este servicio solo se ofrece en Barcelona y en Madrid. En este caso se transforma de un modelo de negocio P2P a un sistema híbrido del modelo orientado y mezclado con características propias del B2C.

Amovens

Amovens fue fundada por Alberto Bajjali en el año 2009 en España. Dirigido principalmente a ofrecer servicios para empresas y universidades, hoy presta una solución de movilidad 360°, como cuentan en su página web. Cuentan con servicios de viajes compartidos, alquiler de coches entre particulares y renting para particulares. Fue en el año 2016 cuando empezaron a prestar servicios de alquiler de coches entre particulares. Desde ese año, han conseguido llegar a más de 10.000 propietarios que quieren aprovechar la aplicación para sufragar el mantenimiento de sus vehículos en los momentos en los que no los usan.

Nos vamos a centrar en el servicio de alquiler entre particulares, pues es el centro de nuestro trabajo. La compañía ha decidido que el propietario pueda elegir entre permitir el alquiler instantáneo, como no permitirlo. Es decir, habrá propietarios que deban aceptar las solicitudes de alquiler enviadas por los conductores y propietarios que permitan que cualquier conductor alquile el vehículo. Los conductores o conductores deberán validar sus documentos antes de su primer alquiler, enviando a la compañía su DNI e información para que éste la valide. Una vez el conductor haya elegido el coche de alquiler que

coincidan con las condiciones que le sean necesarias como conductor, y haya sido aceptado el alquiler en su caso, por el propietario, deberá recoger el coche en la localización que se facilita una vez se alquila el vehículo. Una vez el conductor llega a la localización donde se encuentra el coche, deberá revisar el vehículo con el fin de asegurar que no tenga daños. Por su parte, el propietario es quien debe comprobar la identidad de quien alquila el vehículo, su permiso de conducir, que tenga al menos 21 años y que el carnet de conducir se expidiera al menos hace dos años. Una vez finalice el alquiler, se debe rellenar a través de la app el contrato de alquiler y entregar el coche en las mismas condiciones, es decir, con el nivel de combustible con el que se recogió y sin nuevos daños. Todos los pagos se realizan de forma online y en solo 24 horas desde la finalización del alquiler el propietario recibe su dinero. No existe ni cargos extras ni depósitos o retenciones antes de que comience tu alquiler.

Al igual que en las otras compañías que conforman la muestra, Amovens también cuenta con un sistema de valoraciones con el fin de que los conductores y los propietarios puedan decidir si quieren o no alquilar su coche a esa persona.

4.3. Lista de variables

Con ayuda de la información recogida, que se detalla en el apartado siguiente, se trató de dar respuesta a las variables objeto de análisis en esta investigación y en las que nos hemos basado para definir las mejores prácticas de las compañías que operan en este sector a nivel nacional. Para ello, lo que se decidió realizar, es una tabla en Excel en la que se detalla de manera lógica y ordenada las variables.

Se propusieron las variables en función de las barreras estudiadas y de la información recogida sobre cada compañía, desde información relacionada con la funcionabilidad de la empresa, como opiniones e información financiera de la compañía. Resulta lógico pensar que la coordinación entre barreras y mejores prácticas debe de existir, puesto que mientras más barreras sea el *marketplace* capaz de afrontar en la prestación del servicio, mayor será la posibilidad de considerar la variable como una mejor práctica en el sector. Además, la consideración de las opiniones en cuanto a los fallos o errores de la compañía en su prestación del servicio, llevó a la determinación de algunas variables, puesto que la relevancia de la misma era importante para el desarrollo del mismo.

De la misma manera, se ha organizado las variables en la Tabla 1. Según la revisión realizada de las variables en el capítulo 3 de este trabajo, se propuso la organización de las variables en función de la fase de alquiler en la que se encuentre el problema. Las barreras pueden ser clasificadas de la misma manera, por lo que es lógico que la organización de las variables se realice de esta forma.

El primer momento, denominado PRE corresponde a todo aquello que afecta y que ocurre en el momento inmediatamente anterior al alquiler de facto del vehículo, es decir, hasta el momento en el que el conductor accede al vehículo. Posteriormente, nos encontramos en la fase que hemos denominado DURANTE, es decir todo aquello que tiene implicación directa mientras el vehículo es conducido por la persona que lo alquila. Finalmente, la última fase es la que hemos denominado POST, en referencia todas aquellas variables que afectan a los usuarios una vez se ha finalizado el alquiler de facto del vehículo, es decir, una vez el coche ha sido entregado por la parte que ha alquilado el vehículo.

Además, se decidió diferenciar entre los propietarios y los conductores, pues al igual que existen barreras diferentes para cada una de las partes porque tienen barreras diferentes; además, las prácticas y decisiones sobre la prestación del servicio de las compañías afectan de una manera diferente a los propietarios y a los conductores.

Tabla 1: Variables del estudio de casos

	PRE		DURANTE		POST	
	V1	V2	V1	V2	V1	V2
OWNER	Contrato de alquiler		Condiciones en caso de accidentes	Retrasos en la devolución del vehículo	Sistemas de valoración del conductor	Recepción del dinero de los alquileres
CONDUCTOR	Sistema de comprobación de identidad	Sistema de apertura del vehículo	Seguros: Accidentes ocasionados por el conductor		Devolución de las fianzas en caso de existir	

Las variables de la

Tabla 1: Variables del estudio de casos

Tabla 1 son las que a continuación se definen

Contrato de alquiler.

Cada una de las compañías tiene un sistema diferente para la elaboración del contrato de alquiler, necesario para que se pueda realizar el mismo, y que puede suponer una variación de seguridad para los propietarios del vehículo el contenido del mismo. Además, que se elabore de una manera o de otra, puede interceder en la comodidad del conductor, y por tanto en la satisfacción del servicio para el mismo.

De esta manera, cada compañía considera oportuno y más eficiente cada una de las maneras que existen para formalizar el contrato, ya sea a través de la aplicación móvil que el *marketplace* pone a disposición de los usuarios, bien debiendo rellenar el contrato de manera escrita antes de recoger el vehículo, o con posterioridad al alquiler en sí. Sea como fuere cómo se formaliza el contrato, es importante el análisis que se realiza al contenido de éstos para comprobar qué es lo que cubre o no dicho contrato al propietario, así como las garantías que ofrece al mismo, cuya confianza está más expuesta en estas situaciones.

Sistema de comprobación de identidad.

Esta variable hace referencia a la forma en la que las compañías verifican la información e identidad de la persona que alquila el vehículo. Esto es necesario para realizar el contrato de alquiler que posibilita el mismo, limitando la actividad de la compañía a unos parámetros legales que protegen a los usuarios.

Estos procesos, por un lado, ayudan tanto al propietario del vehículo como al conductor del mismo, a conocer quién es la persona que va a alquilar el coche o la persona propietaria del vehículo que va a ser alquilado. Esto influirá a la hora de tomar la decisión de alquiler. Además, es la manera mediante la cual el *marketplace* se asegura de que la persona que va a alquilar el vehículo dispone de permiso de conducir y garantiza que se cumplen las condiciones que establece cada compañía para poder acceder al servicio.

Como veremos más adelante, cada compañía dispone de un proceso diferente en este aspecto, debiendo realizar el usuario diferentes tareas para cada compañía y que influirán en las opiniones y valoraciones de los clientes sobre la empresa, así como adaptándose mejor el mercado a las necesidades de los clientes. Se puede decir por todo ello que, en

definitiva, esta variable funciona como garantía de seguridad al *marketplace* así como al propietario y conductor del vehículo.

Sistema de apertura del vehículo.

Esta variable analiza la forma en la que cada compañía permite al conductor que desea alquilar el vehículo, tener acceso al mismo. Cada una de las compañías de la muestra tienen diferentes formas de funcionar, en cuanto al sistema de apertura del vehículo se refiere. Esto va a influir en la calidad del servicio, en la comodidad para los usuarios y en la confianza de los mismos en el propio *marketplace*. Cada forma usada por las compañías permite afrontar las barreras que se han estudiado con anterioridad, pero algunas pueden ser percibidas de mejor manera que otras y es importante valorar esto para detectar las mejores prácticas de las compañías del sector.

Condiciones en caso de accidente del conductor.

Uno de los problemas más criticados del sector tanto por los usuarios, como para aquellos que aún no han contratado el servicio de las compañías estudiadas, tiene relación con los problemas propios de la conducción.

Las consecuencias que tiene un accidente para el propietario del vehículo es lo que más frena a éstos a entrar en el mercado. Por ello se ha considerado importante valorar esta variable entre los *marketplaces* nacionales, con el fin de saber cuál es el sistema que mejor funciona y consecuentemente el que permita romper dicha barrera, aumentando los potenciales clientes.

Esto a su vez depende de las condiciones ofrecidas por las aseguradoras, pero siempre se ha comparado en el estudio las condiciones reales de cada empresa sin llegar a pensar en lo que se podría llegar a conseguir a medida que el sector va cambiando la mentalidad y el funcionamiento de las empresas.

Así, esta variable ha sido estudiada en función principalmente de las condiciones generales de uso que dispone cada *marketplace* investigada, así como de las opiniones reales y de los casos y experiencias reales de los usuarios que han sufrido accidentes y que se han visto perjudicadas o no por haberlo sufrido en un coche de alquiler.

Retrasos en la devolución del vehículo.

Como vimos con anterioridad en el estudio de las barreras, uno de los riesgos percibidos por el propietario del vehículo, era el hecho de que el coche no le fuera devuelto para

cuando éste lo necesitará o simplemente en el horario y localización pactada. No solo por la pérdida del bien en el sentido más económico, sino por la seguridad que le proporciona a la persona un vehículo para la realización de las tareas de su día a día.

Por ello, ha sido de vital importancia, incluir esta variable en el estudio, mediante la cual, analizamos el comportamiento de las compañías frente a estos problemas que pueden surgir durante el tiempo de alquiler y qué garantías se les ofrece a los propietarios al respecto.

Seguros: Accidentes ocasionados por el conductor.

Si bien es cierto que los daños que se les puede llegar a ocasionar al vehículo es una preocupación y un riesgo que debe asumir el propietario, el conductor puede ser también objeto de preocupaciones al ocasionar un accidente con un coche del cual en realidad no es propietario.

Como vimos en el estudio de las barreras, uno trataba el hecho de la letra pequeña del contrato, y esto lo relacionaban principalmente con los posibles gastos que deberían hacer frente en caso de accidentes.

Por esto, analizamos en esta variable, lo que los seguros por accidente garantizan en cada caso al conductor del vehículo solo en caso de ocasionarlos, pues sería el seguro del otro vehículo quien haría frente de los costes si no es el conductor del vehículo objeto del contrato de alquiler entre particulares quien lo ocasionara.

Sistema de valoración del conductor.

Uno de los grandes logros de la economía colaborativa en muchos de los sectores económicos en los que se aplican los modelos productivos propios de este nuevo sistema, es el hecho de que se ha conseguido romper la desconfianza en lo desconocido, aunque aún quede mucho camino que recorrer en este sentido.

Ha sido gracias a los sistemas de valoración y las puntuaciones de los usuarios, lo que ha permitido confiar nuestros bienes más preciados, como puede ser una casa, o en nuestro caso, un coche, a gente que es desconocida para el propietario. Esto a su vez ha permitido romper, en cierto grado, los problemas derivados de la confianza que padecen todos los modelos de negocio similares al del P2P *car sharing*.

Aunque todas funcionan a través del mismo sistema, es importante valorarlo como una variable post uso de importante calado en el servicio, pudiéndose considerar ya como una de las mejores prácticas de las compañías de los modelos P2P *car sharing*.

Recepción del dinero de los alquileres.

Aunque no fuera visto como el mayor riesgo de los propietarios, sí es cierto que encontramos en esta variable un factor condicionante para que el propietario alquile su coche. Si los propietarios no reciben el dinero del alquiler, no existirán coches que puedan ser alquilados y por tanto no habrá cabida al negocio.

Es por esto que en esta variable estudiamos cómo, cuándo y en qué condiciones reciben el dinero del alquiler cada propietario, haciendo variar el grado de satisfacción de los mismos dependiendo de lo mismo.

Devolución de las fianzas en caso de existir.

Al igual que los propietarios se preocupan por recibir el dinero correspondiente a los alquileres, en caso de que existan fianzas, los conductores se preocupan porque éste sea devuelto.

Por ello analizamos en esta variable cómo, en qué forma y cuándo reciben los conductores el dinero correspondiente a su fianza, en caso de que la compañía realice algún tipo de ingreso previo como seguro a la devolución del vehículo, y cómo afecta esto a la satisfacción del usuario.

Fuentes y recogida de datos.

Ha sido de vital importancia, el haber elegido información adecuada y veraz para el desarrollo del estudio de caso. De esta manera he realizado un profundo estudio para la elección y recogida de los datos necesarios para realizar esta investigación con el fin de poder relacionarlos en parte, con las barreras estudiadas con anterioridad y que junto a ellas supondrán el mejor encaje empresarial que debe tener un *marketplace* en España.

Con el fin de garantizar que la información refleje de la mejor manera posible la realidad que viven los usuarios de las empresas que usan este modelo de negocio, tanto los conductores como los propietarios, se usaron diferentes fuentes de información.

La fuente principal fueron las páginas web de las que disponen cada una de las empresas que conforman la muestra. En ellas, en primer lugar, se localizaron los valores sociales de cada una y cómo ellos mismos se describen. Esta información fue importante puesto

que por ejemplo, Amovens no es únicamente una compañía de alquiler entre particulares y por tanto el modo de actuación varía, así como su focalización en el sector, lo que influirá en la percepción que tienen los clientes de la compañía. A su vez, en las páginas web, los *marketplaces* describen la forma en la que funcionan sus alquileres, es decir, cómo alquilar un vehículo. Esta información varía en función de la empresa que se trate, lo que permite por tanto, más rigurosidad y más eficiencia en nuestra investigación, pues podremos localizar las mejores prácticas con más variabilidad y diversidad, haciendo al estudio más rico en cuanto a variables se refiere.

Dentro de las páginas web, también podemos encontrar el press kit del *marketplace*, accediendo así a más datos relacionados con su progreso en el sector. Con el press kit accedes a información sobre el número de usuarios que dicen tener cada una de las empresas de la muestra, los países en los que operan y en general, información relacionada con el crecimiento de cada una desde su creación así como la del mercado en términos generales.

Con el fin de localizar información más estrechamente relacionada con lo legal, se ha hecho una revisión de las condiciones generales de uso que ofrece cada compañía en su página web. Aquí, se ha podido localizar información relevante relacionada con determinadas barreras que se presentaron en el capítulo tres de este trabajo, tanto para propietarios como para usuarios. Especialmente, se ha localizado información en relación con las condiciones que ofrecen los *marketplaces* en función del seguro y las soluciones que ofrece cada compañía en caso de accidentes, una de las principales barreras para ambas partes, conductores y propietarios. Hay que tener en cuenta que todo ello, va de la mano de las aseguradoras con las que colabora cada una de las compañías que integran la muestra, AXA y Allianz en los casos estudiados.

Para conseguir información más precisa al respecto, se contrastó a su vez con los artículos económicos que publican los periódicos de información económica en relación con las compañías, como pueden ser Expansión, La Vanguardia y El Economista, de los cuales se pueden obtener diferentes artículos sobre estas tres compañías.

Por otro lado, para contrastar la información que ofrecen las compañías y las establecidas legalmente por las mismas, he recurrido a la opinión de aquellos que usan estos servicios a través de la página web de Trustpilot, una página que recoge las opiniones de conductores de coches y plataformas de movilidad. En ellas, he podido localizar tanto ventajas y buenas prácticas de los *marketplaces*, información importante para asentar las

bases de una compañía y seguir progresando sobre ello. También he podido encontrar aquellos aspectos en los que deben mejorar las empresas por las experiencias que han vivido los usuarios, tanto los propietarios como los conductores, en el que en ambos casos existen aún aspectos importantes en el que el sector necesita avanzar. En parte por ello, se realiza este estudio.

4.4. Análisis e interpretación

No tenía sentido codificar de manera numérica las variables de estudio, ya que todas ellas son características o herramientas que tienen las empresas pero que usan en diferentes formas. Por esta razón, no se pudo hacer un análisis de contenido. Para llevar a cabo el análisis y la interpretación de las variables de estudio, en primer lugar se decidió realizar dos tablas más específicas, separando entre *owners* y *conductores* las variables, en base a la Tabla 1. En segundo lugar, se llevó a cabo la codificación cualitativa de cada variable. Con el objetivo de conseguir una mayor organización y claridad en la estructura del estudio, se realizó una primera tabla dedicada a los propietarios en la que se muestran los *marketplaces* y las variables cualitativas en sí para cada empresa de la muestra, y otra que muestra lo mismo pero para las variables que afectan a los *conductores*. Las variables siguen estando organizadas según las fases del alquiler a la que corresponda.

De lo anterior, se obtuvieron las variables que a continuación se explican:

Fase previa al alquiler.

Como se muestran en la Tabla 1, encontramos la variable “contrato de alquiler” por la parte de los propietarios y “sistema de comprobación de identidad” y “sistema de apertura del vehículo” por la parte de los conductores.

Cada compañía estudiada muestra prácticas diferentes para la variable “contrato de alquiler”, de tal manera que el mismo se cumplimenta de diferentes formas y en diferentes momentos por los propietarios del vehículo. Las prácticas al respecto se resumen en la cumplimentación en papel por ambas partes en el momento de la entrega de llaves, la cumplimentación online a través de la aplicación móvil que pone a disposición de sus usuarios el *marketplace* o un modelo especial de contrato para los propietarios que han introducido el sistema de *Getaround Connect* a sus alquileres. En cuanto a la variable “sistema de comprobación de identidad” que afecta a los conductores, fueron estudiadas

dos formas diferentes, practicadas en las tres compañías de la muestra. Un primer sistema de comprobación del documento de conducir y del documento de identidad mediante el envío por el conductor, de fotos de ambos documentos, tanto de la parte delantera como de la parte trasera, a través de la aplicación o por email. Estas fotografías de los documentos serán posteriormente verificadas por el departamento competente de cada *marketplace*. El segundo sistema, es llevado a cabo por el propietario del vehículo en el momento anterior a la entrega de llaves. La última variable estudiada de la fase previa al alquiler, es la del “sistema de apertura del vehículo” en la que se han podido estudiar dos sistemas, una primera tradicional en la que el propietario entrega las llaves al conductor y con las mismas, éste abre el vehículo, y un segundo sistema innovado por Getaround al que llaman “*Getaround Connect*” que permite al conductor abrir y cerrar el vehículo con la aplicación del móvil.

Durante el alquiler.

Las variables que se muestran en la Tabla 1 y que afectan al propietario son “condiciones en caso de accidentes” y “retrasos en la devolución del vehículo”. Para la primera se han estudiado las diferentes respuestas que dan los *marketplaces* a los conductores para los casos en los que el conductor tenga un accidente. Estos variarán en función del daño sufrido por el vehículo en el accidente. Lo veremos en más profundidad en los resultados del estudio. Y para la segunda variable mencionada, se han estudiado tres prácticas para el caso de que el conductor se retrase en la entrega del vehículo. Esto puede suponer la extensión del contrato de alquiler y la ejecución de determinadas consecuencias económicas para el conductor, la aplicabilidad de las normas relativas a las indemnizaciones y sanciones de la compañía y la posibilidad de contactar con el *marketplace* para poder dar una respuesta.

En cuanto a los conductores, se han estudiado las prácticas entorno a la variable “seguros: accidentes ocasionados por el conductor” en la cual se han encontrado diferentes condiciones para estos casos, relacionados con las aseguradoras colaboradoras de los *marketplaces*, que difieren en cuanto a franquicias, y procedimientos.

Fase posterior al alquiler.

Para esta fase se estudiaron dos variables que afectan a los propietarios, “sistema de valoración del conductor” y “recepción del dinero de los alquileres”. Para la primera, vemos que en las tres compañías es una pieza útil el sistema de valoración y que rige los

grados de confianza en los que se basa el conductor para la aceptación de los conductores como arrendadores de su vehículo. Des esta manera, todas las compañías llevan a cabo de un modo similar este sistema, aunque se difiere lo que se conoce como “super conductor” evaluación que da ciertos beneficios a los conductores y que veremos en profundidad en los resultados del estudio. En cuanto a la segunda variable que afecta a los propietarios, se puede encontrar la opción del pago mensual del total de los alquileres, el pago por transferencia a los tres días de la finalización del alquiler y el pago por tarjeta por parte del conductor al propietario mediante la app, previa reserva del dinero en la tarjeta con la que se paga.

En cuanto a las variables que afectan el conductor en la fase posterior del alquiler, se ha estudiado el sistema de devolución de las fianzas para el caso que exista esta opción en el *marketplace*. En qué plazos y cómo se devuelven las fianzas ha sido objeto de estudio en la investigación y sus resultados son estudiados en el próximo capítulo.

5. Resultados

De lo explicado en la parte metodológica, se obtuvieron las tablas que a continuación se presentan:

Tabla 2: Variables que afectan a los propietarios

	PRE	DURANTE		POST	
	Contrato de alquiler	Condiciones en caso de accidentes	Retrasos en la devolución del vehículo	Sistemas de valoración del conductor	Recepción del dinero de los alquileres
Getaround	Tres formatos de contrato: 1. Contrato en papel. 2. Contrato en digital. 3. Contrato para servicios con <i>Getaround Connect</i> .	Seguro que cubre los daños y asistencia en carretera 24/7 para la repatriación del vehículo.	Extensión del contrato de alquiler con consecuencias para el conductor.	Sistema de valoraciones por comentarios y reseñas.	Mediante transferencia bancaria, en un máximo de 3 días laborables después de la finalización del alquiler. También existe la opción de pago mensual.
Socialcar	En papel en el momento de entrega de llaves.	Seguro que cubre los daños y asistencia en carretera 24/7 para la repatriación del vehículo.	Política de indemnización y sanciones.	Sistema de valoraciones por comentarios y reseñas ("SuperPropietario")	El cobro se realiza mensualmente.
Amovens	Contrato de alquiler online o en papel en el momento de entrega de llaves.	Seguro que cubre los daños y asistencia en carretera 24/7 para la repatriación del vehículo.	Contacto con la compañía.	Sistema de valoraciones por comentarios y reseñas.	Pago directo del arrendatario al arrendador por tarjeta, reservando el dinero de la tarjeta una vez ha sido aceptado el alquiler.

Tabla 3: Variables que afectan a los conductores

	PRE		DURANTE	POST
	Sistema de comprobación de identidad	Sistema de apertura del vehículo	Seguros: Accidentes ocasionados por el conductor	Devolución de las fianzas en caso de existir
Getaround	Verificación por fotos de documentos originales de cada usuario.	Opción de apertura tradicional, con llaves, citándose con el propietario. Segunda opción vía <i>Getaround Connect</i> .	Podrás optar por tres categorías de alquiler (<i>Economy, Premium, Exclusive</i>) a la cual le corresponde una franquicia diferente	No existen fianzas.
Socialcar	Validación de documentos en el momento del alquiler por el propietario, previa validación de identidad en el registro en la app.	Mediante una forma tradicional, con llaves, previamente citándose con el propietario.	Diferentes franquicias dependiendo de si es accidentes con contrario o sin contrario.	Fianza que dependerá del tipo de vehículo que se alquila.
Amovens	Verificación por fotos de documentos originales de cada usuario.	Mediante una forma tradicional, con llaves, previamente citándose con el propietario.	Franquicia reducible si se es mayor de 23 años.	No existen fianzas.

5.1.Resultados relativos a la fase previa al alquiler.

5.1.1. Propietarios

La variable que se ha estudiado en la fase previa del alquiler en relación a los propietarios es el “contrato de alquiler”.

Todas las compañías que conforman la muestra proporcionan a los propietarios de los vehículos al menos una forma de cumplimentar el contrato de alquiler necesario para llevar a cabo el servicio. Sin él, es difícil poder justificar de manera legal la prestación del servicio y ambas partes quedarían desprotegidas en caso de que durante la conducción ocurriera cualquier problema.

Getaround proporciona tres maneras diferentes, a elegir por el propietario, de que el contrato sea cumplimentado. En primer lugar, facilita un formato para imprimir el contrato de alquiler, de tal manera que el propietario y el conductor lo rellenen en el momento de la entrega de llaves, si es esta la opción elegida por el propietario de llevar a cabo el alquiler del vehículo. En el contrato se ha de especificar tanto la información personal de las partes, como los daños que tiene el vehículo y la información propia del alquiler, como el periodo de duración del alquiler, lugar y hora de recogida y devolución del vehículo, número de personas que pueden conducir el vehículo, etc. Esta misma forma la recogen en sus condiciones Amovens y Socialcar que, promoviendo, esta última compañía, la interacción y la creación de relaciones sociales, intenta que sus prácticas reflejen esa filosofía. Tanto Amovens como Socialcar, además del formato en papel, facilitan la realización del contrato para ambas partes a través de la aplicación móvil. Una vez que el conductor ha sido aceptado por el propietario para alquilar el vehículo, ambos deben rellenar el contrato de manera sencilla en la aplicación. En Amovens, el contrato estará disponible tres horas antes de la hora establecida para el inicio del alquiler y se indicará su disponibilidad mediante un botón en verde en el que pone “rellenar contrato de alquiler”. Sin embargo, debe también rellenarlo y firmarlo el arrendatario por lo que este paso debe darse en el momento de la entrega de llaves. Para poder rellenarlo, se debe aportar fotos de los documentos del arrendatario y los datos del vehículo que te va indicando la propia aplicación, siendo el propietario quien debe verificar que los datos del arrendatario son correctos. En Getaround, por el contrario, proporciona un contrato completado para cada alquiler, debiendo únicamente las partes revisar que los datos son correctos y firmar el contrato una vez se encuentren en el coche y se vaya a producir la

entrega de llaves. En caso de que los datos sean erróneos, podrán modificarse desde la app.

Pese a que la filosofía de Socialcar es poner en contacto a las personas y crear entre estas relaciones sociales, el contrato de alquiler online facilita mucho el uso y la puesta en marcha del servicio, siendo tediosa la labor de rellenar el contrato en papel. Más allá de que puedas ofrecer este servicio según la preferencia del propietario, es bueno proponer la alternativa del contrato online. Además, si el contrato te viene facilitado por la compañía como hace Getaround, es aún incluso más sencillo y rápido.

Por último, Getaround, también ofrece un tipo de contrato específico para aquellos propietarios que usan el sistema Getaround Connect, mediante el cual no hay una entrega de llaves física, sino que una vez aceptado el alquiler, el conductor podrá abrir y cerrar el vehículo desde la aplicación. Para estos casos, es el conductor quien cumplimenta el contrato de alquiler y lo recibe por email el propietario. Además, los propietarios no han de revisar la documentación del conductor o los conductores, en caso de ser varios, pues lo hace directamente el equipo de Getaround.

5.1.2 Conductores

La primera variable de estudio en la fase previa al alquiler y que afecta a los conductores es el “sistema de comprobación de identidad”.

Getaround como ya se ha adelantado anteriormente, dispone de un sistema de verificación propia de documentos para aquellos alquileres que se llevan a cabo mediante el sistema de *Getaround Connect*. Los conductores deben enviar fotos de su documento de identidad y de su permiso de conducir mediante la app a la propia compañía, cuyo departamento competente se encargan de comprobar.

Para aquellos alquileres que no se realizan con dicho sistema, el sistema de verificación de documentos del conductor funciona similar en las tres compañías de la muestra. Cada compañía verifica los datos mediante el envío de fotos de los documentos, por parte del conductor, y hasta que éstos no se han verificado, no puedes empezar a alquilar un vehículo. Sin embargo, siempre es el propietario en última instancia quien debe verificar que el conductor o conductores han aportado en el contrato su número correcto de DNI, que cumple los requisitos que cada compañía exige para poder alquilar así como que cuenta con un carnet de conducir vigente y que el método de pago es el correcto. Todo

ello sin perjuicio de lo establecido sobre Getaround para los alquileres mediante el sistema de *Getaround Connect*.

En cuanto a las condiciones para poder alquilar y que deben revisar los propietarios del vehículo, Getaround permite elegir el nivel de alquiler que quieres llevar a cabo, y en función de esto, tendrás que cumplir ciertos requisitos para poder alquilar. Si alquila el conductor mediante una categoría *Economy*, éste deberá tener al menos 21 años y más de dos años de experiencia conduciendo. Si el nivel es *Comfort*, el conductor deberá tener al menos 25 años y más de dos años de experiencia de carnet. Y por último si alquila en nivel *Premium*, deberá tener más de 28 años y más de tres años de experiencia conduciendo. Todo esto deberá ser verificado por el propietario del vehículo. En Socialcar, todos los propietarios deben verificar en el momento de la entrega de llaves que el DNI facilitado es el del conductor, que tiene más de 21 años de edad y al menos un año de antigüedad conduciendo y que su método de pago es válido y correcto. Y por último en Amovens, el propietario deberá comprobar la identidad del arrendatario, su permiso de conducir, que tiene al menos 21 años y que el permiso fue expedido hace un mínimo de dos años.

Este tipo de verificación de los datos por el propietario, da confianza al propietario en cuanto al alquiler se refiere. Las empresas que dan esta opción como sistema de verificación de datos, pese a que éstas también lo hagan, refuerzan la barrera de la falta de confianza, permitiendo a los propietarios estar más seguros y generando en el mismo más garantías de seguridad.

En cuanto a la variable “sistema de apertura del vehículo”, Getaround es la única que innova al respecto, permitiendo a los conductores alquilar aquellos vehículo que disponen del sistema Getaround Connect, facilitando el alquiler y ayudando a que éste sea más cómodo y rápido. Ya en las empresas con un modelo B2C como Car2Go o Emov, usan este tipo de sistemas para facilitar el alquiler de los vehículos. Es positivo, ofrecer a los conductores la incorporación del sistema en sus vehículos siendo probable que sea más veces alquilado en un mismo día por la facilidad y agilidad que supone. Es de esta forma que los propios conductores, pueden mediante los filtros de búsqueda, encontrar un vehículo cercano disponible con este sistema para alquilar. El resto de compañías estudiadas no incorporan este sistema. Socialcar se deslinda de esta innovación por la filosofía comentada, por la que prefiere el contacto entre las partes y de ahí que la entrega de llaves sea la manera de alquilar el vehículo en este *marketplace*. Sin embargo,

Amovens no incorpora este sistema aunque no por el mismo motivo que Socialcar, siendo el motivo desconocido o no compartido.

5.2 Resultados relativos al momento del alquiler

5.2.1 Propietarios

Los resultados obtenidos en relación a la variable “condiciones en caso de accidentes”, son diferentes para cada compañía, aunque similares. Todas ellas dicen tener un seguro de accidentes que cubre tanto a conductores como propietarios y un seguro de asistencia en carretera 24/7. Sin embargo, dependiendo del accidente, el propietario puede verse más o menos perjudicado.

Para los casos en los que el accidente solo implique pequeños daños materiales al vehículo y hayan sido ocasionados por el conductor del otro vehículo, simplemente la aseguradora colaboradora, en las tres compañías, gestiona el traslado del vehículo al taller más cercano. Esto impide al propietario usar el vehículo mientras éste está en el taller, siendo esto ya un hándicap para los propietarios como se analizó en el capítulo 3.2.

Ninguna de las tres compañías es capaz de proponer una solución para ese pequeño hándicap, cuando en realidad es una de las barreras principales estudiadas: el quedarse sin el vehículo por cualquier motivo, limitando la libertad de movimiento al propietario en caso de no disponer de un segundo.

Además, el problema mayor viene cuando el accidente es tan grave que deja el coche en estado de siniestro total. El propietario pierde el vehículo, y en ninguna de las compañías se establece una solución al respecto de manera escrita, visible y clara.

En caso de que el accidente sea ocasionado por el conductor, veremos a ver posteriormente qué consecuencias tiene para el conductor con los resultados de la variable al respecto, pero en cuanto al propietario se refiere, se han encontrado resultados muy negativos de la compañía Getaround. En ocasiones, el vehículo se queda en el taller sin ser reparado por falta de asunción de la responsabilidad, llegando a estar parado el vehículo durante más de seis meses en el taller y por lo tanto seis meses que el propietario se ve perjudicado.

Esto es algo que las compañías deben resolver mediante por ejemplo algún sistema de prestación de un vehículo de sustitución o un sistema similar, pues las condiciones actuales de las compañías no son suficientes para garantizar tranquilidad ni seguridad a

los propietarios. Es una de las barreras estudiadas, de las que más limitación supone a los propietarios y es importante poder dar una solución.

Es a raíz de esto, además, por lo que en determinadas compañías se está proponiendo un sistema híbrido entre P2P y B2C, pudiendo resolver este problema por ejemplo, con la prestación al conductor de uno de los coches de la plataforma durante el tiempo en el que tarde el taller en arreglar el vehículo. Amovens por ejemplo, ofreciendo un servicio integral de movilidad, contando con vehículos para renting, para alquiler y alquiler entre particulares, podría solucionar esto de manera más rápida. De hecho, sobre esta compañía no se han encontrado quejas al respecto, siendo indeterminado el motivo, bien puede ser que no haya ocurrido nada similar a ningún propietario o que la compañía haya sabido solventar el problema con agilidad y satisfaciendo las necesidades del propietario.

En caso de accidente los propietarios deben ponerse en contacto con la compañía para trasladar la incidencia, y será el seguro quien los gestione, recayendo, en caso de que sea el conductor responsable del accidente, todos los gastos económicos sobre el conductor dependiendo de la franquicia del seguro contratado.

Ningún otro resultado alternativo se ha obtenido en relación a las soluciones que dan las compañías, de ahí que se reitere la necesidad de que lo hagan.

En cuanto a la variable “retrasos en la devolución del vehículo” tampoco se da una solución práctica para los propietarios en ninguna de las compañías, aunque sí una respuesta consecuente a los conductores.

Sería necesario que el propietario no se viera perjudicado al respecto en cuanto a libertad de movimiento se refiere, y que por tanto las compañías garantizaran un segundo vehículo disponible para estos. Los resultados obtenidos son para Getaround la obligatoria extensión del contrato de alquiler por parte del propietario, así como el cobro de lo correspondiente al tiempo de retraso de la devolución. Para el conductor habrá una sanción de 10 euros por cada hora de retraso no pudiendo ser reclamado si el conductor tiene más de 30 minutos de retraso. Si transcurridas 24 horas no se ha devuelto, Getaround solo recomienda reportar el vehículo como robado a la policía e informa a la compañía. En Socialcar simplemente se traslada a lo establecido en las normas de indemnizaciones y sanciones, debiendo por tanto el conductor atenerse al pago de 30 euros por día de retraso, o 5 euros por hora más el coste de la extensión del alquiler y del seguro por días.

Y en Amovens, por último, se deberá poner en contacto el propietario con la compañía sin especificar qué consecuencias existen al respecto ni qué soluciones da la compañía al propietario.

5.2.2 Conductores

En cuanto a la variable “seguros: accidentes ocasionados por el conductor” encontramos resultados que demuestran dificultades para las compañías de poder dar respuesta en estos casos. El problema encontrado es que las franquicias de los seguros son muy elevadas, y en caso de que sea el conductor el responsable del accidente, el dinero que deben pagar es muy elevado.

Como ocurre cuando se viaja en avión, en el que dependiendo del tipo de política de cancelación contrates el precio del billete será más elevado o menos, en Getaround ocurre lo mismo pero en relación al seguro del vehículo con el que quieres contratar el alquiler. Antes del pago, Getaround pese a que te ofrece un seguro a todo riesgo, también te da la opción de reducir la franquicia. Mientras más lo reduces, más elevado será el precio de reserva. La franquicia inicial es de 900 euros para la categoría Economy, 1.100 para la categoría Comfort y 1.700 para la categoría Exclusive, pudiendo reducirla a 250 euros en las dos primeras o 400 en la última, así como incluso a 0 euros en las tres categorías. En función de ello reservará el conductor el vehículo por un precio o por otro. El problema de esto es que reduciendo la franquicia acaba el usuario pagando lo mismo que lo que pagaría de media por el alquiler tradicional de un vehículo. Las compañías del sector deberían dar una solución a esto y presentar una ventaja competitiva que les diferencie de sus competidores. Para el caso de Socialcar la franquicia es de 900 euros sin contrario y 600 con contrario. La franquicia en este caso se puede eliminar contratando el pack tranquilidad por 35 euros al día, o reducirla en el momento anterior a la reserva. Por último, en el caso de Amovens, la franquicia es de 750 euros y puede reducirse a 300 euros, siempre que el arrendatario tenga al menos 23 años, debiendo pagar 5 euros por día.

La compañía aseguradora de Getaround y Amovens es Allianz mientras que la de Socialcar es Axa y como vemos tienen resultados diferentes todas ellas, por lo que podría ser una posibilidad la negociación con otras compañías o incluso las mismas de nuevas condiciones que favorezcan al conductor, de tal manera que el peso económico que deban soportar sea menor.

5.3 Resultados relativos al momento posterior al alquiler

5.3.1 Propietarios

La variable “sistema de valoración del conductor” ha dado resultados similares para cada una de las compañías de la muestra. Todas ellas usan el mismo sistema de valoración para los conductores. Una vez finalizado el alquiler, el propietario puede de manera voluntaria puntuar mediante un formato de estrellas al conductor, en base a su experiencia con dicho conductor durante el alquiler. Además, podrá dejar un comentario al respecto, pudiendo comentar lo positivo y lo negativo del alquiler con dicho conductor, resaltando virtudes o problemas. En Socialcar además, puede llegar un conductor a obtener un distintivo de “Superconductor” que les ayuda a destacar en la plataforma. Esto se consigue, completando el registro incluyendo una foto de perfil, realizando al menos seis alquileres y obteniendo una valoración media superior a 4 estrellas sobre 5. Mediante este distintivo, se facilita al propietario a hacer una selección más rápida para aceptar al conductor o no así como al conductor a ser aceptado con mayor rapidez para sus alquileres.

Estos sistemas de valoración se llevan a cabo en diferentes plataformas en el mundo de la economía colaborativa, y ha supuesto una ayuda para superar barreras relacionadas con la confianza. De esta manera, viendo las experiencias de otros propietarios con los conductores, puedes depositar tu confianza de una manera más contrastada y segura.

En cuanto a la variable “recepción del dinero de los alquileres” hemos encontrado dos principales formas con las que las compañías funcionan. Socialcar únicamente ofrece a los propietarios recibir de manera mensual lo correspondiente a los alquileres llevados a cabo. Incluso en la forma, “Aparca y Gana” explicada con anterioridad, se paga mensualmente a los propietarios. Por el contrario, Getaround, ofrece la posibilidad del cobro mensual por los alquileres pero también ofrece la posibilidad que tres días después de la finalización de cada alquiler, el propietario reciba el dinero correspondiente al mismo. Esto es útil pues dependerá de las necesidades económicas del propietario, puede sentirse mejor recompensado. Pese a esto, puede que los *marketplaces* se adapten mejor al pago mensual debido a la manera en la que se gestionan financieramente éstos, pudiendo reinvertir el dinero percibido en la empresa y posteriormente pagar a los propietarios lo correspondiente. Es una fórmula de financiación que comenzó usándola Airbnb y que actualmente usan varias plataformas dentro de la economía colaborativa. Amovens, diferenciándose de las otras dos compañías de la muestra, prefiere optar por

que el pago se haga directamente mediante la tarjeta elegida por el conductor como método de pago, reservando el *marketplace* el dinero del alquiler de la tarjeta del mismo.

5.3.2 Conductores

La variable “devolución de las fianzas en caso de existir” ha dado resultados relevantes en cuanto a la compañía Socialcar que es la única que presenta este método de garantía de pago. Socialcar retiene una cantidad determinada, dependiendo del tipo de vehículo que se alquila, antes de comenzar el alquiler, En las condiciones de uso, Socialcar establece que esta fianza será devuelta a los 14 días de la finalización del alquiler en el caso de que no se reporte ninguna incidencia por parte del propietario del vehículo. En caso de existir una incidencia, se retiene la fianza hasta su resolución. Sin embargo, es interesante el resultado de esta variable, pues se ha obtenido muchas quejas de los usuarios al respecto. Específicamente, hablamos de comentarios recientes, del año 2020 en los que se dice que pasados meses no se ha devuelto la fianza pese a las quejas telefónicas realizadas al respecto. También es interesante anotar que no se ven contestaciones por parte de la compañía a estos comentarios, mientras que en otros anteriores sí se ven. Puede significar esto una falta de liquidez en la compañía que puede provocar problemas grandes en materia financiera o simplemente un cumulo de incidencias sin resolver por las que no se han devuelto las fianzas. Sin embargo, son muchos los comentarios apuntando esto, por lo que parece tratarse más bien de lo primero.

6. Conclusiones

Tras haber analizado las barreras que existen para la adopción del negocio, siempre teniendo presente los riesgos percibidos por los propietarios y por los conductores, y junto con el estudio llevado a cabo sobre las prácticas de las tres compañías que operan a nivel nacional, podemos establecer diferentes conclusiones.

En primer lugar, se ha de notar la importancia que tiene la confianza en este sector. Si bien es cierto que hemos visto prácticas que llevan a cabo los tres *marketplaces* estudiados que aumentan la confianza entre el conductor y el propietario del vehículo, como los sistemas de valoración entre ambas partes, tanto por comentarios como por estrellas, vemos que no hay herramientas para mejorar la confianza entre las partes y el *marketplace*. Esto lo comprobamos mediante los riesgos estudiados, especialmente los riesgos percibidos por los conductores, y con los resultados a los que se han llegado para las variables relacionadas con accidentes de tráfico en la fase durante del proceso del alquiler. Si bien es cierto que cada *marketplace* colabora con una aseguradora que ofrece unas condiciones que a la vista son favorables para ambas partes del servicio, la falta de transparencia al respecto de las mismas compañías, estableciendo las diferentes franquicias en las condiciones de uso y no por ejemplo en el momento de compra del servicio, hace que se genere aún más distanciamientos entre conductores y propietarios y los *marketplaces*.

Por todo lo anterior, y siempre teniendo en cuenta la relevancia del factor confianza, en todo el proceso de la prestación del servicio, es recomendable valorar, o bien la negociación de nuevas condiciones de las aseguradoras, al fin y al cabo el mercado está cambiando, y éstas también van a tener que adaptar sus modelos de negocio, o bien la asunción de un mayor porcentaje de gastos en cuanto a seguros se refiere, intentando compensar los mismos en otros departamentos o conceptos en un determinado plazo de tiempo. Hemos visto que estos servicios, según lo venden las propias compañías estudiadas, se diferencian en el precio y siempre con respecto a los gastos que acarrea la propiedad de un vehículo. Si para frenar una de las barreras, se necesita elevar el precio, deja de tener este negocio su sentido de ser, por lo que la solución debe tener presente siempre estas dos últimas ideas.

Desde el punto de vista de la autora del trabajo, el eje central del servicio debe ponerse en el aumento del nivel de confianza de los usuarios, tanto propietarios como conductores, y los *marketplaces*, puesto que realmente la confianza entre conductor y propietario va a venir dado por uso del servicio. Por ello, la solución no puede fijarse pensando exclusivamente en el precio, sino en cuanto a la barrera que en mayor medida hace que esta confianza no se esté consiguiendo; las consecuencias económicas derivadas de los accidentes. Pese a que las compañías aseguren que las franquicias son accesibles a los usuarios, la gente sigue sin pararse a leer las condiciones de uso de un servicio antes de hacer uso del mismo y además tampoco se sienten seguros con las condiciones que existen, según los resultados obtenidos al respecto. Por ello, se sugieren diferentes propuestas.

Una primera opción es que la cantidad de la franquicia sea claramente visible en la aplicación en el mismo momento de la contratación, de tal manera que el usuario vea de manera más objetiva las consecuencias de un accidente y sea él mismo el que asume el riesgo. Otra opción es que el *marketplace* asuma un porcentaje mayor de coste en los seguros, de tal manera que se consiga reducir los gastos del conductor por el seguro al menos un 20%, distribuyendo el montante total asumido en otros conceptos. Es preferible, conseguir aumentar la confianza, ingresar menos por viaje pero conseguir potenciar el número total de viajes al día, a cobrar más por viaje pero reducir significativamente el número de viajes por esta falta de confianza en la compañía, cuando la confianza es el eje que mueve este negocio. Otra opción sería que mediante un sistema de *Big Data*, se evalúe a los conductores y a los propietarios, de tal manera que a mientras más usen la aplicación y más datos se recolecte de sus viajes, teniendo en cuenta accidentes o daños de los vehículos o cualquier otro tipo de problema, se considere una reducción progresiva en el precio del seguro. Esto puede ser una medida eficaz para poder reducir progresivamente los precios sin que tenga que asumir un alto porcentaje el *marketplace*. Por último podemos considerar como opción, el hecho de negociar una nueva forma de asegurar los viajes. Esta es una opción real pero depende de muchos factores fuera del total control del *marketplace*, especialmente son responsabilidad de las aseguradoras, de tal manera que es difícil discutirlo en este trabajo. Aunque sí es cierto que el mundo de la movilidad está cambiando y que las aseguradoras deberán hacer un esfuerzo para adaptarse a las nuevas realidades de movilidad, esta opción depende del trabajo de las aseguradora en un porcentaje demasiado elevado como para poder valorarlo en este trabajo.

Las barreras relacionadas con las devoluciones de los vehículos, relacionada con los resultados obtenidos en la fase posterior del alquiler, incluyen tanto las devoluciones tardías como las devoluciones de los vehículos en condiciones diferentes a las que se encuentra el vehículo en el momento del momento inicial del alquiler. A parte de las sanciones económicas que implica esto para el conductor, no se encuentra ninguna solución práctica para el conductor, puesto que el estado del coche sigue siendo el mismo pese a que se sancione al conductor. Es en este momento cuando debemos necesariamente hablar de un modelo híbrido de P2P y B2C car sharing. El hecho de que Amovens por ejemplo, pueda contar con una flota de vehículos propios que usa para los alquileres tradicionales o para su servicio de renting, puede generar fluctuaciones positivas para el servicio de alquiler entre particulares. Para el caso por ejemplo de que la devolución del vehículo no se efectúe a tiempo y el propietario lo necesite, se podría optar por que la compañía cuente con una flota de vehículos para que el propietario pueda contar con uno o para el caso de que su coche haya sufrido algún daño y su reparación conlleve días sin poder disponer de él. Esto podría ser una posible solución, aunque es obvio que implica un aumento de costes considerable. En caso de no poder disponer el marketplace de una flota por los gastos derivados de lo mismo, otra recomendación a considerar sería considerar posibles colaboraciones con empresas como Uber o Cabify, incluso con Taxi para que el propietario pueda seguir moviéndose para lo que necesite, limitando la disposición a un número de kilómetros, por ejemplo. En cuanto a la limpieza, sería lógico que el propietario recibiera parte del dinero de la sanción del conductor siempre que se haya probado dicha suciedad, de tal manera que pueda cubrir el gasto que llevaría la limpieza del mismo.

Por último, en cuanto a los riesgos percibidos por los conductores relacionados con la posible asunción de gastos por desperfectos del coche que no hayan sido causados por ellos, el sistema que llevan a cabo las tres compañías, parece que da resultados. Si bien es cierto que hay comentarios negativos al respecto, todos tienen que ver con el hecho de que fueron los conductores quienes fueron negligentes. Se debe hacer fotos del vehículo en la fase previa y en la fase posterior al alquiler, por lo que es difícil que se haga responsable al conductor cuando en el mismo contrato de alquiler aparecen las fotos. El problema viene derivado de que el conductor se olvide de hacer las fotos pero esto es algo que sucede en muy pocas ocasiones. Sin embargo, esto podría reducirse por ejemplo

mediante la imposibilidad de cerrar y firmar el contrato si no se han realizado las fotografías.

Por todo ello, sería recomendable además que los ayuntamientos fomentaran este tipo de negocios, llegando a considerar un entorno sostenible y posibilitando el crecimiento del *car sharing* en España. El apoyo institucional es fundamental, no solo para fomentar el desarrollo sino también para dar visibilidad al negocio, de tal manera que sin tener que invertir en publicidad, los ciudadanos puedan ir conociendo información de estos negocios.

Todas estas conclusiones y recomendaciones tienen el objetivo de poder desarrollar un negocio en este nicho de mercado en España, debido al convencimiento del potencial del mismo, como bien se ha demostrado durante el cuerpo del trabajo. La relación entre barreras y prácticas de los *marketplaces* es muy estrecha y, sin embargo, parece que los últimos no ponen suficiente hincapié en poner soluciones a dichas barreras. Si bien es cierto que este nicho es novedoso y relativamente joven, es el momento social, cultural y económico de dar un paso más en el desarrollo del mismo.

7. Bibliografía

Amann, V. (2017). *Consumer Acceptance, Barriers and Success Factors of Peer-to-Peer Car sharing in Perspective of Connected Car Services and Autonomous Vehicles* (Doctoral dissertation, WU Vienna University of Economics and Business)

Amovens: "En 10 años en España sólo el 20% de la población tendrá coche propio". (2020). Acceso el 22 Febrero 2020.

<https://www.eleconomista.es/tecnologia/noticias/8953236/02/18/Amovens-En-10-anos-en-Espana-solo-el-20-de-la-poblacion-tendra-coche-propio.html>

Athanasopoulou, A., De Reuver, M., Nikou, S., & Bouwman, H. (2019). What technology enabled services impact business models in the automotive industry? An exploratory study. *Futures*, 109, 73-83

Ballús-Armet, I., Shaheen, S. A., Clonts, K., Weinzimmer, D. 2014. Peer-to-peer *car sharing*: Exploring public perception and market characteristics in the San Francisco Bay area, California. *Transportation Research Record*, 2416(1), 27-36.

Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: The case of *car sharing*. *Journal of consumer research*, 39(4), 881-898.

Beria, P., Laurino, A., Maltese, I., Mariotti, I., Boscacci, F. 2017. Analysis of peer-to-peer *car sharing* potentialities. In *Electric Vehicle Sharing Services for Smarter Cities* (pp. 59-77). Springer, Cham.

Briceno, T., Peters, G., Solli, C., & Hertwich, E. (2005). Using life cycle approaches to evaluate sustainable consumption programs: car-sharing. *Industrial Ecology Programme*, Norwegian University of Science and Technology (NTNU), NO-7491 Trondheim, Norway.

Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization & Environment*, 27(3), 279-296.

Dewan, K. K., & Ahmad, I. (2007). Carpooling: a step to reduce congestion. *Engineering Letters*, 14(1), 61-66.

Dill, J., Mathez, A., McNeil, N., Howland, S., 2015. Who uses peer-to-peer *car sharing*? An early exploration. Paper Presented at the 94th Annual Meeting of the Transportation Research Board, Washington.

Dill, J., McNeil, N., & Howland, S. (2017). Peer-To-Peer *Car sharing*: Short-Term Effects on Travel Behavior in Portland, OR (No. TREC-RR-1144). Transportation Research and Education Center (TREC).

Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of management review*, 14(4), 532-550.

El servicio de Amovens está valorado como "Excelente" con 4,5 / 5 en Trustpilot. (2020). Acceso 20 Abril 2020. <https://es.trustpilot.com/review/amovens.com>

El servicio de Getaround está valorado como "Muy malo" con 1,3 / 5 en Trustpilot. (2020). Acceso 20 Abril 2020. <https://es.trustpilot.com/review/www.getaround.com>

El servicio de SocialCar está valorado como "Muy malo" con 1,4 / 5 en Trustpilot. (2020). Acceso 20 Abril 2020. <https://es.trustpilot.com/review/socialcar.com>

Gao, P., Kaas, H. W., Mohr, D., & Wee, D. (2016). Disruptive trends that will transform the auto industry. McKinsey & Company, 1, 1-9.

Getaround adquiere Drivy por 268 millones de euros. (2020). Acceso el 19 de Abril 2020. <https://www.expansion.com/catalunya/2019/04/24/5cc060b2e5fdea0b7d8b465f.html>

Giesecke, R., Surakka, T., & Hakonen, M. (2016, April). Conceptualising mobility as a service. In 2016 Eleventh International Conference on Ecological Vehicles and Renewable Energies (EVER) (pp. 1-11). IEEE.

Gómez Gómez, J. (2017). Análisis de la viabilidad en el diseño de un modelo de negocio colaborativo dirigido al transporte y la movilización compartidos (Master's thesis, Universidad EAFIT).

Goodall, W., Dovey, T., Bornstein, J., & Bonthron, B. (2017). The rise of mobility as a service. *Deloitte Rev*, 20, 112-129.

Hacklin, F., & Wallnöfer, M. (2012). The business model in the practice of strategic decision making: insights from a case study. *Management Decision*, Vol. 50 Iss 2 pp. 166 – 188.

Hampshire, R. C., Gaites, C. 2011. Peer-to-peer *car sharing*: Market analysis and potential growth. *Transportation Research Record*, 2217(1), 119-126.

Hampshire, R. C., Sinha, S. 2011. A simulation study of Peer-to-Peer *car sharing*. In 2011 IEEE Forum on Integrated and Sustainable Transportation Systems (pp. 159-163).

Heidenreich, S., Spieth, P. 2013. Why innovations fail—The case of passive and active innovation resistance. *International Journal of Innovation Management*, 17(05), 1350021.

- Karlsson, I. M., Sochor, J., & Strömberg, H. (2016). Developing the ‘Service’ in Mobility as a Service: experiences from a field trial of an innovative travel brokerage. *Transportation Research Procedia*, 14, 3265-3273.
- Krombholz, K., Merkl, D., & Weippl, E. (2012). Fake identities in social media: A case study on the sustainability of the facebook business model. *Journal of Service Science Research*, 4(2), 175-212.
- Martin, E., Shaheen, S. A., & Lidicker, J. (2010). Impact of *car sharing* on household vehicle holdings: Results from North American shared-use vehicle survey. *Transportation research record*, 2143(1), 150-158.
- Münzel, K., Piscicelli, L., Boon, W., & Frenken, K. (2019). Different business models—different conductores? Uncovering the motives and characteristics of business-to-consumer and peer-to-peer *car sharing* adopters in The Netherlands. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 73, 276-306.
- Novikova, O. (2017). The sharing economy and the future of personal mobility: New models based on *car sharing*. *Technology Innovation Management Review*, 7(8), 27–31.
- Pinilla, V., & Sáez, L. A. (2017). La despoblación rural en España: génesis de un problema y políticas innovadoras. *Informes CEDDAR*, 2.
- Prieto, M., Baltas, G., & Stan, V. (2017). *Car sharing* adoption intention in urban areas: What are the key sociodemographic conductores?. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 101, 218-227.
- Reguera Fernández, J. (2015). Siguiente estación, modelos económicos disruptivos: la economía colaborativa= Next station, disruptive economic models: sharing economy.
- Remane, G., Nickerson, R., Hanelt, A., Tesch, J. F., & Kolbe, L. M. (2016). A taxonomy of *car sharing* business models, 1, 1-18.
- Rodríguez, R., Svensson, G., & Perez, M. (2017). Modelo de negocios en la economía colaborativa: síntesis y sugerencias. *Esic Market Economics and Business Journal*, 48(2), 255274.
- Rosa S. (2020). El RACC entra en la economía colaborativa con el 6% de SocialCar. Acceso el 19 de Abril 2020. <https://www.lavanguardia.com/economia/20170221/42187505046/racc-economia-colaborativa-socialcar.html>

- Schaefer, T. 2013. Exploring *car sharing* usage motives: A hierarchical means-end chain analysis. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 47, 69-77.
- Shaheen, S. A., & Cohen, A. P. (2007). Growth in worldwide *car sharing*: An international comparison. *Transportation Research Record*, 1992(1), 81-89.
- Shaheen, S., Cohen, A., & Jaffee, M. (2018). *Innovative Mobility: Carsharing Outlook*. UC Berkeley: Institute of Transportation Studies at UC Berkeley. <http://dx.doi.org/10.7922/G2ZC811P> Retrieved from <https://escholarship.org/uc/item/1mw8n13h> .
- Sochor, J., Strömberg, H., & Karlsson, I. M. (2015). Implementing mobility as a service: challenges in integrating user, commercial, and societal perspectives. *Transportation research record*, 2536(1), 1-9.
- Uteng, T. P., Julsrud, T. E., George, C. 2019. The role of life events and context in type of car share uptake: Comparing conductors of peer-to-peer and cooperative programs in Oslo, Norway. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*.
- Wilhelms, M. P., Henkel, S., Falk, T. 2017b. To earn is not enough: A means-end analysis to uncover peer-providers' participation motives in peer-to-peer *car sharing*. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 38-47.
- Wilhelms, M. P., Merfeld, K., Henkel, S. 2017a. Yours, mine, and ours: A user-centric analysis of opportunities and challenges in peer-to-peer asset sharing. *Business Horizons*, 60(6), 771-781.
- Yin, R. K. (1981). The case study as a serious research strategy. *Knowledge*, 3(1), 97-114.