LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIOS: COCHES DE QUITA Y PON*

Elena Trujillo Villamor
Centro de Estudios de Consumo
Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de publicación: 11 de mayo de 2022

Desde hace varios años se han multiplicado las ofertas para el desplazamiento en vehículo particular más allá de la clásica compraventa de un vehículo o los alquileres tradicionales (rent a car) habitualmente utilizados en temporadas vacacionales. Incluso el renting parece haberse quedado anticuado.

Las ofertas han proliferado para abarcar el amplio abanico de demandas de los consumidores, desde la necesidad de realizar solo un trayecto de minutos, hasta la necesidad de poseer un vehículo durante años, pero sin que el usuario adquiera la propiedad.

Parece que los consumidores han cambiado sus prioridades y rehúsan disponer de un vehículo propio. En mayor medida, aquellos que viven en grandes ciudades como Madrid o Barcelona. Esto es debido a los costes que suponen la compraventa de un vehículo, no solo el precio del vehículo, sino todos los gastos asociados al mismo, desde el impuesto de circulación, como las correspondientes inspecciones que debe superar el vehículo, el mantenimiento, seguro, y un gasto que aparece en todos los medios de información a diario y que por tanto se hace más conocido por el usuario; el alto precio del combustible.

* Trabajo realizado en el marco del Contrato con referencia 2022-COB-10892 financiado con cargo al Proyecto Convenio de colaboración entre la UCLM y el Ilustre Colegio Notarial De Castilla-La Mancha (17 enero 2014) (OBSV) con referencia CONV140025, que dirige el Prof. Ángel Carrasco Perera; a la Ayuda para la financiación de actividades de investigación dirigidas a grupos de la UCLM Ref.: 2021-GRIN31309, denominado "Grupo de Investigación del Profesor Ángel Carrasco" (GIPAC) y a la Ayuda para la realización de proyectos de investigación científica y transferencia de tecnología, de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) para el Proyecto titulado "Protección de consumidores y riesgo de exclusión social en Castilla-La Mancha" (PCRECLM) con Ref.: SBPLY/19/180501/000333 dirigido por Ángel Carrasco Perera y Ana Isabel Mendoza Losana.

.

Este conjunto de gastos se ve impulsado con la falta de aparcamiento de las grandes ciudades, las zonas de circulación reducidas y la existencia de una gran oferta de transporte público que hace incluso mucho más rápido un trayecto que su comparativa en vehículo particular. Este cambio en el usuario que ya no parece querer comprar un vehículo, hace que las empresas se reinventen y oferten distintos métodos para sacar rendimiento a los vehículos de su flota.

El banco Santander no ha sido menos y ha creado una plataforma conocida como Wabi que funciona como un intermediario que pone en contacto a usuarios con una necesidad de vehículo durante un tiempo determinado con los concesionarios que quieran reinventar su modelo de negocio a través del alquiler de vehículos, obteniendo rédito de vehículos que no han sido adquiridos.

Pero surgen cuestiones en relación a la responsabilidad de estas plataformas como Wabi, ¿qué normativa regula estos servicios? ¿Se trata de un servicio de información o es una actividad de transporte? ¿Responde la plataforma ante una ejecución del servicio ofertado ineficiente? ¿Responde ante una pérdida o deterioro del equipaje?

Para ello, primero se debe entender los diferentes modelos de negocios que han proliferado gracias a las plataformas tecnológicas y al cambio del paradigma del consumidor que no quiere adquirir en propiedad un vehículo. Desde el carsharing, el rent a car tradicional, el renting hasta la opción híbrida escogida por el Santander conocida como Wabi.

1. Carsharing y renting: más allá del alquiler tradicional de vehículos y de la compraventa.

Un modelo que ya se encuentra instaurado en el modelo de negocio de los concesionarios es el renting. Este alquiler con opción a compra de vehículos permite que una persona disponga de un vehículo durante un tiempo, habitualmente se establece un periodo mínimo que suele pivotar entre los 24, 36 o 48 meses pagando una cuota determinada que incluye gastos relativos al mantenimiento del vehículo de forma mensual. Una vez termina el periodo de tiempo pactado entre las partes, el usuario tiene la opción de adquirir finalmente ese vehículo a través de la compraventa o poder cambiar a un nuevo coche con un nuevo contrato de renting.

El renting tiene un precio mensual que variará dependiendo del modelo de coche y el kilometraje que puede realizar el usuario y que puede ser pactado entre las partes. Esta cuota mensual cubre los gastos de seguro, mantenimiento del coche o la matriculación. Al contrario de un leasing, no se realiza desembolso inicial, sino que es un alquiler de un vehículo durante un tiempo medio.

Distinto del renting es el negocio de los carsharing[1]. Este modelo de negocio está destinado a una demanda de vehículo muy corta en el tiempo (incluso de minutos). En esta ocasión, se produce el alquiler de vehículos durante un corto periodo de tiempo que puede no llegar a un día y el precio se ajustará al tiempo utilizado, una vez que la persona abre el coche el contador se inicia. El precio puede depender de los minutos en los cuáles la persona está en posesión del vehículo de forma habitual, aunque dependiendo de la plataforma también puede influir el kilometraje realizado.

Este modelo de negocio no está destinado a una larga duración, de hecho, algunas aplicaciones de carsharing promocionan como novedad y servicio exclusivo la posibilidad de alquiler un vehículo por un mes, pero no es lo habitual. Las empresas más populares de carsharing satisfacen necesidades de minutos u horas. Este modelo de negocio se basa en el uso instrumental del vehículo cambiando así la idea tradicional de propiedad del coche. En el mundo de la economía esta forma de consumir es conocida como el consumo colaborativo[2] y las aplicaciones donde el usuario puede encontrar este tipo de servicios son conocidas como plataformas colaborativas. En estas plataformas el usuario puede encontrar servicios y bienes a su disposición y medida para un uso temporal y bajo el régimen de arrendamiento y no de propiedad[3].

El carsharing puede hacerse a través de dos métodos, puede ofrecer vehículos de una flota, como es el caso de las aplicaciones car2go, sharenow, zity o bluemove entre muchas otras. O puede poner a disposición del usuario vehículos de particulares en los tiempos en los cuáles no están siendo utilizados, es decir, un Airbnb de vehículos.

A pesar de que los carsharing parecen un alquiler de vehículos como los rent a car, tienen una clara diferencia; el tiempo de utilización del vehículo y la tarificación del servicio. Mientras que el clásico rent a car obliga al menos a días completo el alquiler del vehículo y que sus tarifas variarán por temporadas ya que son modelos de negocios destinados al

[1] También es distinto el modelo de negocio del Carspooling. Este método hace referencia a la aplicación de BlaBlaCar donde la persona no posee el vehículo en ningún momento, sino que aprovecha un viaje de otra persona para realizar el suyo compartiendo los costes.

[2] Definida por la Comisión en COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES: Una Agenda Europea para la economía colaborativa (2016): «A los efectos de la presente Comunicación, el término «economía colaborativa o participativa se refiere a modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares».

[3] Estas plataformas de consumo colaborativo se han visto impulsadas por el auge de internet y del uso de la tecnología. No solo se puede encontrar plataformas donde se oferten servicios relativos a la movilidad como vehículos, sino que también existen para alojamiento, Airbnb es el mayor ejemplo, para la adquisición de productos de segunda mano, Milanuncios es otro popular ejemplo o el gigante más grande y que mejor ejemplifica el auge del consumo colaborativo; Amazon.

uso vacacional, los carsharing están destinados para periodos de alquiler inferiores al día y sus tarifas no se verán influenciadas por las temporadas vacacionales.

Las aplicaciones de carsharing tienen diferencias entre ellas, como la gratuidad o no del alta en la aplicación, la oferta solo de vehículos eléctricos, los diferentes requisitos para acceder a su servicio, edad mínima de 18, 21 o 25 años, el establecimiento de franquicia, fianza, y por supuesto la tarifa por minuto o kilometraje ofertada[4]. Sin embargo, el modelo de negocio es el mismo, el usuario solo tendrá que comparar cuál de ellas se adecúa a sus necesidades y a su capacidad económica y todas son tan fáciles de suscribir como darse de alta en una aplicación móvil y elegir un vehículo.

El carsharing de vehículos privados ofrece a los propietarios de esos vehículos unos rendimientos extras. Al igual que ocurre con las aplicaciones de carsharing de vehículos corporativos, las aplicaciones de carsharing de vehículos privados establecen distintos criterios, como la exigencia de una edad mínima o un tiempo mínimo de carnet. Algunas aplicaciones de este tipo son SocialCar o Getaround. Es llamativo que en la aplicación SocialCar, al contrario de lo que sucede en el resto de aplicaciones de carsharing se exige no solo tener la licencia de conducir, sino que se exige no haber sido condenado por conducir bajo la influencia de estupefacientes o bebidas alcohólicas durante los últimos 3 años y no haber sido condenado por conducción peligrosa y/o haber conducido sin seguro y disponer de al menos 6 puntos.

Todas estas opciones quieren dar respuesta a las múltiples demandas de los consumidores que han cambiado sus prioridades y ya no ven como opción más eficaz adquirir en propiedad un vehículo.

2. Wabi: la opción híbrida escogida por el Banco Santander

A caballo entre el renting, el rent a car y el carsharing aparece Wabi, la plataforma creada por el banco Santander y lanzada al mercado en 2020 a través de la cual se puede suscribir el consumidor para adquirir un vehículo con carácter mensual. Es decir, no es un renting puro sino una suscripción, así lo denomina el propio Banco Santander. Tampoco es un carsharing ya que no se puede usar este servicio para un solo trayecto.

Los usuarios de Wabi disponen de un coche por meses, sin entrada ni permanencia, pagando una única cuota de suscripción mensual que lo incluye todo, inclusive el seguro a todo riesgo, aunque algunos modelos pueden tener franquicia. Sí se exige fianza, aunque su coste depende del modelo de vehículo al igual que la cuota de la suscripción.

[4] Por ejemplo, Zity y Cartogo ofrecen el servicio a 0,21 por minuto, Emov a 0,24 por minuto, Bluemove a 0,25 por minuto.

Ofrece entrega a domicilio o el usuario puede ir a recogerlo a un punto de entrega específico. El kilometraje está limitado a 1500km mensuales que pueden ampliarse con sobrecoste. La aplicación exige tener 25 años y mínimo 7 años de carnet. Los vehículos ofertados de los concesionarios que se suscriben a este servicio pueden ser nuevos, de ocasión o km0 sin superar los 4 años de antigüedad.

Una vez pasan los 30 días que dura el alquiler del vehículo se prorroga la suscripción de forma automática, teniendo que ser el consumidor quién cancele la misma si no quiere que la misma continúe. Así sucede con otro tipo de suscripciones en otras plataformas como Spotify, Amazon Prime o YouTube, por ejemplo. En este funcionamiento se puede observar claramente la diferencia con la suscripción de las aplicaciones de carsharing, donde solamente se paga si se utiliza un vehículo o el alta en aquellas que así lo dispongan. Una vez transcurre el tiempo mínimo del mes no habrá gastos de cancelación, siempre y cuando se cancele la suscripción con un mínimo de 6 días de antelación. En el caso de que el usuario no cumpla con el plazo mínimo de antelación no habrá penalización como concepto independiente, sino que se le cobrará la suscripción mensual que no se ha cancelado con la antelación marcada por la plataforma.

Es llamativo el modelo híbrido que ha escogido Wabi, ya que no se trata de un rent a car al uso ni de un carsharing, ¿por qué ha escogido el banco Santander esta modalidad? No se puede obviar que en los alquileres tradicionales rent a car o en los carsharing de trayectos de minutos no existe una opción o finalidad secundaria consistente en que el consumidor adquiera finalmente el vehículo en propiedad. Simplemente responde a la necesidad del usuario para realizar un único trayecto o para tener un vehículo un tiempo determinado.

El caso de Wabi no solo cumple con esa finalidad de satisfacer la necesidad temporal del consumidor, sino que al obligar a que sea un tiempo más largo (30 días) tiene la potencial opción de que el consumidor se "encariñe" con el coche y finalmente termine por adquirirlo. De hecho, la propia plataforma da la opción de hacerlo. De esta forma, Wabi abarca las dos cuotas de mercado, la de una mera necesidad de vehículo de forma temporal para realizar varios trayectos y de la posible compraventa tradicional. Ahí podría radicar el modelo híbrido escogido por la entidad financiera y el interés por parte de los concesionarios que no solo pueden ver ingresos mientras sus vehículos no son adquiridos en propiedad, sino que existe una posibilidad de que finalmente sean comprados.

3. Régimen de responsabilidad

La función de todas estas plataformas, dentro de la cual se integra la suscripción Wabi lanzada por la entidad financiera es poner en contacto a usuarios que tienen una necesidad de vehículo y que no pretenden una compraventa y a concesionarios o particulares que quieren obtener rendimientos de vehículos mientras estos no son adquiridos en propiedad

por otros usuarios. Estas plataformas ¿deben someterse a la Ley de ordenación de los transportes terrestres (LOTT)[5]? ¿O deben someterse a la Ley de la sociedad de servicios de la información (LSSI)[6]? Dependiendo de a qué regulación se sometan, así será su responsabilidad para con los consumidores.

Si se centra la atención en la plataforma Wabi, dirimir la actividad de esta plataforma es la forma de saber a qué regulación deberá someterse, ¿es un prestador de servicios de la información o su actividad no se puede entender sin la actividad global a la que presta información? ¿Wabi es un grupo empresarial que se dedica al sector del transporte o por el contrario es una entidad prestadora de servicios de la sociedad de la información? ¿Cuándo un prestador de servicios de la sociedad de información que almacena datos desempeña un papel activo o solo un papel técnico? ¿La plataforma colaborativa ofrece también el servicio subyacente?[7]

La Comisión en la Agenda Europea para el consumo colaborativo establece tres criterios:

> «Precio: ¿fija la plataforma colaborativa el precio final que debe pagar el usuario como beneficiario del servicio subyacente? El hecho de que la plataforma colaborativa solo recomiende un precio o de que el prestador de los servicios subyacentes sea libre de adaptar el precio fijado por una plataforma colaborativa, indica que puede que no se cumpla este criterio.
>
> Otras condiciones contractuales clave: ¿establece la plataforma colaborativa términos y condiciones distintos del precio que determinan la relación contractual entre el prestador de los servicios subyacentes y el usuario (por ejemplo, instrucciones obligatorias sobre la prestación del servicio subyacente, incluida cualquier obligación de prestar el servicio)?
>
> Propiedad de activos clave: ¿posee la plataforma activos clave para prestar el servicio subyacente?

Cuando se cumplen estos tres criterios, hay indicios claros de que la plataforma colaborativa ejerce una influencia o control significativos sobre el prestador del servicio subyacente, lo que puede indicar a su vez que debe considerarse que presta también el servicio subyacente (además de un servicio de la sociedad de la información)».

En el caso concreto de la plataforma de banco Santander Wabi, ¿ejerce una influencia decisiva sobre las condiciones de la prestación de los servicios de alquiler de vehículo a los que está vinculado su servicio de intermediación? ¿Wabi se dedica a los servicios del alquiler de vehículo o solo crea una lista de vehículos disponibles? ¿Es un negocio de

[5] BOE núm. 182, de 31 de julio de 1987.
[6] BOE núm. 166, de 12 de julio de 2002.
[7] GÓMEZ DÍAZ, M. A., "Reflexiones en torno a la responsabilidad de las plataformas electrónicas de economía colaborativa". *Revista de Estudios Europeos*, julio-diciembre 2017, número 70, págs. 27-68.

arrendamientos de vehículos o un servicio de intermediación propio de la sociedad de información?

Evidentemente, esta cuestión no es baladí, sino que es la piedra angular para poder decidir sobre el régimen de responsabilidad de Wabi y para delimitar bajo qué regulación opera su actividad[8].

De acuerdo a la definición y funcionalidad de esta plataforma, podría concluirse que Wabi es un mero intermediario que funciona como prestador de servicio de información y que no estipula el precio del alquiler de vehículos ni es la propietaria de los mismos, siendo los propios concesionarios quién se ofrecen a ofertar dentro de esta plataforma su flota de vehículos. Por lo que podría interpretarse que Wabi es un "tablón de anuncios" de coches que los concesionarios utilizan para exponer sus vehículos y por ende, Wabi funcionaría bajo las leyes de los prestadores de servicio de la información y sería un mero intermediario[9].

Sin embargo, existe una relación contractual entre Wabi y el consumidor, es decir, entre una entidad mercantil y un consumidor, por lo que esta relación debiera someterse a la normativa de consumo (TRLGDCU). No obstante, «en tanto en cuanto la plataforma colaborativa actúa como mera proveedora de servicios intermediarios, se encontrará, bajo determinadas condiciones, exenta de la responsabilidad de la información que almacena. Así lo dispone el artículo 16[10]de la LSSI»[11].

En definitiva, Wabi no respondería ante el consumidor, por ejemplo, por un deterioro del equipaje, ni siquiera sería responsable de publicitar una oferta de un vehículo que devenga incorrecta si no era conocida por la plataforma la ilicitud de la misma.

---

[8] Tal y como señale en el artículo "¿La actividad de airbnb es el arrendamiento de viviendas o solo es un intermediario en la transacción inmobiliaria? he ahí la cuestión". Disponible en: http://centrodeestudiosdeconsumo.com/

[9] NEVADO PIZARRO, R., "El régimen jurídico-administrativo del consumo colaborativo". En NEVADO PIZARRO, R., *Régimen jurídico del consumo colaborativo Rafael*, Aranzadi, 2018.

[10] «1. Los prestadores de un servicio de intermediación consistente en albergar datos proporcionados por el destinatario de este servicio no serán responsables por la información almacenada a petición del destinatario, siempre que:

a) No tengan conocimiento efectivo de que la actividad o la información almacenada es ilícita o de que lesiona bienes o derechos de un tercero susceptibles de indemnización, o
b) Si lo tienen, actúen con diligencia para retirar los datos o hacer imposible el acceso a ellos.

Se entenderá que el prestador de servicios tiene el conocimiento efectivo a que se refiere el párrafo a) cuando un órgano competente haya declarado la ilicitud de los datos, ordenado su retirada o que se imposibilite el acceso a los mismos, o se hubiera declarado la existencia de la lesión, y el prestador conociera la correspondiente resolución, sin perjuicio de los procedimientos de detección y retirada de contenidos que los prestadores apliquen en virtud de acuerdos voluntarios y de otros medios de conocimiento efectivo que pudieran establecerse».

[11] MARTÍN MORAL, M. F., "Economía colaborativa y protección del consumidor". *Revista de Estudios Europeos*, julio-diciembre 2017, número 70, págs. 185- 203.