



Facultad de Ciencias Económicas

TESINA

“Administración de Alquiler Temporario  
de Autos de Propietarios Particulares”

Generación de Confianza y Seguridad

Caso: ATUA Car Rental

Ciudad de Buenos Aires, Argentina, 2021-2023

Alumno: MENDIONDO, Matías  
ID: 13-4113  
Carrera: Licenciatura en Administración (303)  
E-mail: [matimendiondo95@gmail.com](mailto:matimendiondo95@gmail.com)  
Turno: Mañana  
Tutor: Prof. Carlos J. Cuniolo (Legajo 30.060)

## ÍNDICE

ABSTRACT: .....	4
INTRODUCCIÓN: .....	4
PREGUNTA de INVESTIGACIÓN: .....	5
PLANTEAMIENTO del PROBLEMA: .....	6
OBJETIVOS: .....	6
OBJETIVO GENERAL:.....	6
OBJETIVOS ESPECÍFICOS: .....	6
JUSTIFICACIÓN: .....	6
MARCO TEÓRICO: .....	7
Alquiler de Autos Particulares: .....	9
Antecedentes Históricos: .....	7
Alquiler de Autos en Argentina: .....	9
Economía P2P: .....	9
Estrategia de Marketing:.....	12
Plan y Estrategia de Marketing: .....	13
Marketing Digital para Captación de nuevos Clientes: .....	14
Glosario: .....	19
Marco Contextual: .....	20
Acerca de ATUA Car Rental: .....	20
Breve Reseña Histórica:.....	23
Modelo de Negocio de ATUA: .....	23
METODOLOGÍA: .....	24
Diseño de la Investigación:.....	24
Población y Muestra:.....	24
Instrumentos de Recolección de Datos: .....	24
Cuestionario 1: Anfitriones: .....	25

Cuestionario 2: Arrendatarios: .....	26
Procedimiento de Recolección de Datos: .....	27
Análisis de Datos: .....	27
Interpretación de Resultados: .....	27
Limitaciones del Estudio: .....	27
Resultados: .....	28
Percepciones de los Anfitriones: .....	28
Respuestas al Cuestionario 1:.....	28
Análisis de las Respuestas: .....	31
Factores Clave para la Confianza y Seguridad de los Anfitriones: .....	34
Percepciones de los Arrendatarios:.....	35
Respuestas al Cuestionario 2: .....	35
Análisis de las Respuestas: .....	38
Factores Clave para la Confianza y Seguridad de los Arrendatarios: .....	40
CONCLUSIÓN: .....	42
LÍNEAS FUTURAS de INVESTIGACIÓN: .....	44
Recomendaciones: .....	45
BIBLIOGRAFÍA: .....	47
LIBROS: .....	47
ACCESOS ON LINE: .....	48

## **ABSTRACT:**

Se expuso sobre la evolución de las Economías Colaborativas y como el auge de las Plataformas P2P (*peer to peer*) han transformado la forma en que las personas acceden a Productos y Servicios y el Alquiler de Autos particulares no es una excepción.

Se analizó la Plataforma de la Empresa ATUA de Alquiler temporario de Vehículos Particulares y se buscó explorar la Confianza y Seguridad en la aplicación, como antesala para desarrollar una Estrategia de Marketing efectiva para la Captación de Clientes.

Se plantearon Encuestas para responder a los objetivos de Investigación, generándose una muestra no probabilística, considerando Anfitriones y Arrendatarios.

## **INTRODUCCIÓN:**

En los últimos años, se ha observado un crecimiento significativo en las Economías Colaborativas, impulsado por el avance de las Tecnologías Digitales y el surgimiento de Plataformas *peer-to-peer* (P2P). Esta tendencia ha revolucionado la forma en que las personas acceden a productos y servicios, brindándoles la oportunidad de compartir recursos de manera eficiente y asequible. En este contexto, el Alquiler de autos particulares ha ganado popularidad como una alternativa flexible y rentable al tradicional Alquiler de autos a través de Empresas especializadas.

La Empresa ATUA surge como un destacado actor que ha adoptado el Modelo de Negocio P2P en este nuevo escenario para captar Vehículos de alta gama y ofrecerlos en Alquiler temporario a través de su aplicación. Esta Plataforma ha identificado un nicho en el mercado al proporcionar Vehículos de alta gama para el Alquiler, permitiendo a los propietarios obtener ingresos mientras sus Vehículos no están en uso. Además, ATUA ha establecido una presencia física estratégica en ubicaciones clave, como los aeropuertos de Ezeiza y Brasilia, Mendoza, Bariloche y Tucumán, lo que le otorga una ventaja competitiva al estar presente en áreas de alta demanda.

Sin embargo, para asegurar un crecimiento sostenible y fortalecer su posición en el mercado, ATUA necesita aumentar la cantidad de Vehículos particulares disponibles en su aplicación. En este sentido, resulta esencial desarrollar una Estrategia de Marketing efectiva que permita atraer a más propietarios interesados en ofrecer sus Vehículos para el Alquiler temporario. Por lo tanto, el objetivo de este trabajo de investigación es explorar la percepción de confianza y seguridad en

la aplicación ATUA como Plataforma de Alquiler temporario de Vehículos particulares, con el fin de desarrollar una Estrategia de Marketing efectiva para aumentar la captación de Clientes.

Para lograr este objetivo general, se han establecido objetivos específicos. En primer lugar, se buscará describir la percepción de confianza de los propietarios de Vehículos particulares hacia la aplicación ATUA como Plataforma de Alquiler temporario. Esto permitirá comprender la confianza que los propietarios depositan en la Plataforma y en el proceso de Alquiler, identificando posibles barreras o preocupaciones que puedan limitar su participación. En segundo lugar, se indagará la percepción de seguridad de los arrendatarios de Vehículos particulares al utilizar la aplicación ATUA como Plataforma de Alquiler temporario, incluyendo aspectos como la protección de datos personales, la integridad de los Vehículos y la satisfacción de sus necesidades.

Además, se identificarán los factores clave que influyen en la confianza y seguridad percibidas por los Usuarios de la aplicación ATUA, tanto propietarios como arrendatarios de Vehículos particulares. Esto implica analizar elementos como la reputación de los propietarios, las políticas de seguro, la calidad del servicio y la atención al cliente, entre otros aspectos relevantes.

Para abordar el propósito del estudio, se analizará la percepción de los Usuarios de la aplicación ATUA en ambos lados de la estructura P2P, tanto propietarios de Vehículos que ofrecen sus autos en Alquiler como arrendatarios que utilizan la Plataforma para buscar y rentar Vehículos particulares. El análisis de los resultados obtenidos proporcionará información relevante sobre la percepción de confianza y seguridad en la aplicación ATUA, así como los factores que influyen en estas percepciones.

Con base en los hallazgos obtenidos, se desarrollará una Estrategia de Marketing efectiva que tenga en cuenta los aspectos identificados como clave para generar confianza y seguridad en los Usuarios de la aplicación. Esta Estrategia buscará aumentar la captación de Vehículos particulares en la Plataforma ATUA, fortaleciendo su posición en el mercado de Alquiler de autos y satisfaciendo las necesidades de sus Usuarios.

## **PREGUNTA de INVESTIGACIÓN:**

Por lo enunciado en forma precedente me surge el siguiente interrogante:

**¿Alquilando Autos de Propietarios Particulares, se debe generar Confianza y Seguridad en el Uso de la Aplicación utilizada para Influir más en el Usuario?**

## **PLANTEAMIENTO del PROBLEMA:**

La Empresa ATUA se dedica al Alquiler temporario de Vehículos particulares a través de una aplicación basada en un Modelo P2P. Aprovechando la existencia de numerosos Vehículos de alta gama en las grandes ciudades que no se utilizan de forma permanente, la Empresa busca que los propietarios generen ingresos adicionales mediante el Alquiler temporario de sus Vehículos. Sin embargo, estos sistemas P2P se basan en la confianza y la relación entre los Usuarios. El problema radica en cómo generar la confianza necesaria para que una persona decida poner un bien de alto valor a disposición de un completo desconocido.

De la misma manera, para que los potenciales arrendatarios efectivicen el Alquiler con un particular, la confianza y la seguridad son fundamentales. Este trabajo se centra en las percepciones acerca de la confianza y seguridad de anfitriones y arrendatarios de la aplicación ATUA, como instancia preliminar para el desarrollo de una Estrategia de Marketing efectiva para la captación de Clientes.

## **OBJETIVOS:**

### **OBJETIVO GENERAL:**

- Administración de Alquiler Temporario de Autos de Particulares en CABA

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Mostrar la Evolución Histórica de Alquiler Temporario de Autos de Particulares
- Analizar la Plataforma de la Empresa ATUA
- Relevar la Confianza y Seguridad de los Stake Holders
- Identificar los Factores Claves para Propietarios y Arrendatarios

## **JUSTIFICACIÓN:**

La relevancia de este estudio radica en la importancia de comprender la percepción de confianza y seguridad de los Clientes en el contexto del Alquiler de autos particulares a través de la aplicación ATUA. Estos aspectos son fundamentales para el éxito y la expansión de las

Plataformas de Alquiler P2P, ya que influyen en la decisión de los propietarios de Vehículos de utilizar la Plataforma y de recomendarla a otros Usuarios potenciales.

Al obtener información detallada sobre los factores que generan confianza y seguridad en los propietarios y arrendatarios de Vehículos particulares, se pueden identificar áreas de mejora y desarrollar Estrategias de Marketing efectivas para aumentar la captación de Clientes. Además, este estudio contribuirá al conocimiento existente sobre las Plataformas de Alquiler de autos entre particulares y permitirá a ATUA obtener una visión más completa de las necesidades y expectativas de sus Clientes, con información valiosa para mejorar su servicio.

Asimismo, los resultados de este estudio pueden ser relevantes para otras Empresas del sector que buscan mejorar sus propias Estrategias de Marketing y captación de Clientes. Al comprender los factores clave que influyen en la percepción de confianza y seguridad de los Clientes, estas Empresas pueden orientar sus Estrategias de Marketing para atraer a más propietarios y arrendatarios.

## **MARCO TEÓRICO:**

### **Alquiler de Autos Particulares:**

El Alquiler de autos particulares es un servicio que consiste en el Alquiler temporal de un vehículo por parte de un particular, a otro particular o a una Empresa, a cambio de una tarifa acordada previamente.

La operación se puede realizar a través de Plataformas Digitales y aplicaciones móviles, donde los propietarios pueden poner a disposición sus autos para que otros Usuarios los utilicen a cambio de una tarifa establecida. Este tipo de servicio proporciona una alternativa más flexible y económica a los tradicionales servicios de Alquiler de autos ofrecidos por Empresas especializadas.

### **Antecedentes Históricos:**

A lo largo de la historia, el automóvil ha experimentado una evolución significativa, y a medida que se popularizaba, surgieron las primeras compañías de Alquiler de autos. En 1896, en Hamburgo, Alemania, se estableció la primera compañía de Alquiler de autos, *Wucherpfenning*, que comenzó a alquilar Vehículos a Clientes exclusivos. En sus inicios, este servicio estaba

dirigido a personas de alto poder adquisitivo debido al elevado costo y la disponibilidad limitada de los automóviles. (Muñoz Rodríguez, 2022, p. 10)

Posteriormente, se expandió a América, y en 1916, Joe Saunders comenzó a rentar su propio automóvil Modelo T de Ford a vendedores que viajaban frecuentemente. Este emprendedor estadounidense revolucionó el Negocio de Alquiler de autos al crear un servicio más accesible para todos. Además, Saunders no solo estableció un Modelo de Negocio rentable, sino que también inventó el tacógrafo, un dispositivo utilizado para registrar datos relevantes sobre el uso del vehículo y medir las tarifas de los Clientes. (Giordanelli, 2022, párr. 5)

Más tarde, en 1946, el piloto Warren Avis abrió el primer local de Alquiler de automóviles en un aeropuerto, ya que en ese momento era difícil para los viajeros obtener Vehículos directamente en los aeropuertos. A partir de ese éxito, se fundaron y expandieron más Empresas de Alquiler de Vehículos a nivel internacional, y hoy en día la industria satisface una variedad de sectores, como el Empresarial, turístico y de entretenimiento. Además, la industria se ha adaptado a las nuevas tendencias Digitales, utilizando Estrategias de Marketing en Redes sociales para satisfacer las demandas de los Clientes en un mercado competitivo. (Muñoz Rodríguez, 2022, p. 10).

Joe Saunders revolucionó el Negocio al ofrecer tarifas más accesibles, cobrando 10 centavos por milla, lo que permitió que la clase media pudiera acceder a este servicio. Esta Estrategia amplió la base de Clientes y sentó las bases de la industria. Durante décadas, el Alquiler de autos se mantuvo como un sistema en el que las Empresas poseían flotas de Vehículos que ofrecían a los Clientes, principalmente a turistas, la posibilidad de acceder a ellos por el tiempo que necesitaran. Sin embargo, con los avances tecnológicos, surgió la oportunidad de que los individuos pudieran alquilar sus propios Vehículos y que varias personas participaran en esta práctica formando una comunidad. (Giordanelli, 2022, párr. 7-8)

El Alquiler de autos ha experimentado un crecimiento exponencial en todo el mundo, especialmente en la industria del turismo, facilitando la vida de muchas personas. La era Digital ha desempeñado un papel fundamental en este crecimiento al hacer que el Negocio sea más rentable y accesible. Ahora, no solo los viajeros se benefician de esta práctica, sino que también aquellos propietarios de Vehículos que los utilizan poco pueden generar ingresos adicionales sin complicaciones. (Giordanelli, 2022, párr. 9)

Así, el Alquiler de autos particulares surge como una alternativa a los servicios de Alquiler de automóviles tradicionales, en los que las grandes Empresas de Alquiler de Vehículos tenían el



monopolio del mercado. En la actualidad, la globalización ha generado la necesidad de mayor innovación en los diferentes sectores económicos, ya que los Clientes son más exigentes en sus procesos de compra y es más difícil para las marcas fidelizar a los Clientes. La industria de Alquiler de Vehículos se ha visto influenciada por estas tendencias y ha tenido que adaptarse a las nuevas tecnologías y canales de comunicación para mantenerse competitiva.

### **Alquiler de Autos en Argentina:**

De acuerdo con Bastiani (2020), en el mercado turístico argentino, el servicio de Alquiler de autos, conocido comúnmente como "*rent a car*", se está consolidando. La autora explica que, aunque a nivel mundial está más desarrollado, en nuestro país se encuentra en una etapa inicial y hay poca investigación sobre el tema. Entre los principales factores que explican esta situación, Bastiani (2020) destaca los costos asociados con el servicio y la falta de difusión sobre los beneficios que ofrece.

En Argentina, el Alquiler de autos particulares se ha vuelto cada vez más popular entre los viajeros y aquellos que necesitan desplazarse de manera rápida y cómoda por las principales ciudades. Según Julio Mormandi, Gerente Comercial de Budget Car, la franquicia experimentó un crecimiento del 20% en su flota de Vehículos hasta septiembre de 2008, y se esperaba un crecimiento aún mayor en el futuro. Estos datos indican que la demanda de Alquiler de autos está en aumento en el país. (Chiriboga Casanova, 2015, p. 34)

Por otro lado, en Argentina también se encuentra presente Localiza Rent a Car, una Empresa brasileña fundada en 1973 con una vasta experiencia en el sector. Inicialmente, comenzaron sus operaciones con solo 6 escarabajos usados, pero en la actualidad han expandido su presencia a lo largo de Latinoamérica y Europa. Cuentan con más de 300 oficinas y una flota de 43 mil Vehículos, lo que refleja su crecimiento y éxito en el mercado. (Chiriboga Casanova, 2015, p. 35)

De esta manera, aunque el servicio de Alquiler de autos en Argentina se encuentra en una etapa inicial de desarrollo, está ganando terreno en el mercado turístico. Los costos y la falta de difusión son los principales desafíos que enfrenta esta industria. Sin embargo, Empresas como Budget Car y Localiza Rent a Car han experimentado crecimientos significativos en sus flotas y han demostrado su capacidad para satisfacer la demanda de Alquiler de autos en el país.

### **ECONOMÍA P2P:**

Las Economías P2P nacen de la mano de la denominada revolución Digital. Dicha revolución ha transformado radicalmente el modo en que las personas interactúan. Posibilitó el crecimiento de

ciertos Negocios debido a la reducción de las barreras de entrada propias de los Mercados tradicionales. Y, ello generó una nueva forma de hacer Negocios y una nueva forma de interactuar con los mismos (Patiño Rodríguez, 2019).

Dentro de las economías colaborativas se encuentran tres tipos de Modelos, a saber:

- P2P (peer to peer) dentro de este Modelo de Negocios las Empresas proporcionan la infraestructura técnica que comparten o alquilan.
- B2C (business to consumer), las Empresas utilizan las nuevas posibilidades técnicas para que los Clientes puedan usar sus propios productos.
- B2B (business to business), en este Modelo, las Empresas prestan productos o servicios a otras Empresas. De esta manera, las Empresas se ahorran la compra costosa de equipos o la contratación de expertos.

Aslam y Shah (2017) definen a las economías P2P como la unión de sitios de Mercado virtuales que conectan a individuos que buscan intercambiar bienes y servicios por medio de una Plataforma Digital. Las economías P2P engloban a múltiples Usuarios que interactúan a través de una Plataforma Digital basada en internet en un sentido amplio y a lo largo de muchos sectores.

Becerra et al. (2020) definen a la economía P2P de la siguiente manera: “constituye un Modelo de Negocio relativamente reciente basado en una utilización más eficiente de recursos económicos infrautilizados-bienes y servicios- a través de Plataformas Digitales dotadas de ambientes sociales que incentivan la confianza y la colaboración.” (p.1). El eje se encuentra en la colaboración que se produce en Plataformas “Peer to Peer” cuya función es facilitar los intercambios de bienes y servicios entre proveedores y Clientes.

Por su parte, Dondena et al (2016) las define como Modelos de Negocios en los cuales las actividades se encuentran facilitadas por Plataformas on-line que crean un sitio de Mercado abierto para el uso temporal de bienes o servicios provistos por individuos privados. Y, la Comisión Europea (2016) destaca el uso de tecnologías de internet con el objeto de conectar individuos distribuidos y organizaciones para hacer mejor uso de bienes, cualificaciones, servicios, capital y espacio, compartiendo acceso y reduciendo la necesidad de propiedad.

Schor y Fitzmaurice (2015) destacan que los Negocios que representan de manera más amplia la economía P2P son los que facilitan transacciones al poner en

contacto individuos particulares y posibilitarles para que una parte comparta o temporalmente alquilar el uso de un activo infrautilizado a la otra. Este activo puede ser de muy diversa naturaleza, aunque han abundado fondos financieros, capital humano, trabajo y capital físico. (Patiño Rodríguez, 2019, p.49)

Bauwens (2014) define al P2P como economía de igual a igual y establece las siguientes características de estos procesos: comprenden un tercer modo de producción en donde el producto no es valor de cambio para un Mercado, sino valor de uso para una comunidad de Usuarios; están dirigidos por la propia comunidad de productores; hacen valor de uso libremente accesible sobre una base universal, mediante regímenes de propiedad común. Por su parte, Becerra et al. (2020) distingue dentro de los Sistemas P2P tres tipos de Sistemas de consumo colaborativo: los Sistemas de servicios o productos que permiten acceder a los bienes en vez de comprarlos; los Mercados de redistribución en los cuales se ofrecen a otros consumidores productos con vida útil que el consumidor ya no utiliza y los Negocios colaborativos que se dedican al intercambio de activos menos tangibles.

Esta aproximación incluye el aspecto colectivo y comunitario, así como la necesidad de confianza y participación para desarrollar la actividad, y extiende el ámbito de la economía colaborativa más allá de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), incluyendo los intercambios y la colaboración en el entorno local. No obstante, la economía colaborativa está esencialmente vinculada a la tecnología peer-to-peer (P2P) y business-to-peer (B2P) para su funcionamiento. (Díaz-Fonca et al., s.f., p.28)

En cuanto a la infraestructura necesaria, los Sistemas P2P requieren de una infraestructura tecnológica que permita la operatoria de procesos entre iguales y posibilite el acceso distribuido al capital fijo. Justamente, internet fue ideada para la participación de los Usuarios sin la necesidad de utilizar ejes centrales. Aunque no se halla en manos de sus participantes, Internet es controlada mediante un gobierno distribuido (Bauwens, 2014). De acuerdo con Becerra et al. (2020), el papel de las Empresas en la entrega de servicios depende de su Modelo de Negocio, pero, normalmente consiste en ofrecer la infraestructura técnica necesaria, como una app o una Plataforma. “En la mayoría de los casos se cuenta con más de un Sistema de información para gestionar tareas centrales.” (p.4)

Los Sistemas P2P acontecen en redes distribuidas. Son redes en las cuales los agentes autónomos pueden determinar sus comportamientos sin la intermediación de ejes centrales

obligatorios. Además, se caracterizan por la equipotencialidad. No hay una selección a priori para participar. Los proyectos están abiertos a todos a condición que posean las habilidades requeridas para contribuir a ellos. Por último, en los proyectos P2P, la comunicación no se desarrolla de arriba abajo, sino que la retroalimentación es sistémica e integrada al protocolo del Sistema cooperativo (Bauwens, 2014).

Los proyectos P2P se caracterizan por el holoptismo. El holoptismo es la capacidad y diseño implicados de los iguales para procesos que permiten a los participantes el libre acceso a toda la información sobre los otros participantes; no en términos de privacidad sino de su existencia y contribuciones (es decir, información horizontal) y acceso de los objetivos, métricas y documentación del proyecto en conjunto (es decir, su dimensión vertical). Esto puede contrastarse con el panopticismo característico de los proyectos jerárquicos: diseñados para reservar el conocimiento total para una elite, mientras que los participantes sólo tienen acceso según lo que necesiten saber. (Bauwens, 2014, p. 18)

En cuanto a los beneficios que aporta la economía colaborativa se pueden mencionar los siguientes: facilidad para conseguir información y contactar entre los agentes en una transacción; posibilidad de contacto entre los propios oferentes y los demandantes, posibilidad de acceso a la propiedad lo cual supone la capacidad para aliviar problemas sociales como el hiperconsumismo, la contaminación y la pobreza por medio de la reducción del coste de la coordinación económica dentro de las comunidades y reducción de los costes de transacción. (Díaz-Fonca et al., s.f.)

### **ESTRATEGIA de MARKETING:**

Con el objeto de identificar una Estrategia de Marketing adecuada para la captación de Vehículos particulares para el Alquiler dentro de la aplicación ATUA, es imprescindible establecer un plan que debe incluir un análisis de la situación y diferentes vías de acción a implementar. Por lo tanto, resulta de importancia establecer qué es una Estrategia, cuáles son las Estrategias de Marketing que suelen utilizarse y qué resultados se obtienen con las mismas. Así, es necesario conceptualizar el Marketing, el plan de Marketing y el plan estratégico, para luego, adentrarse en las Estrategias de Marketing Digital que son las más adecuadas para generar confianza en los Usuarios de Plataformas y otros entornos Digitalizados, lo que permitirá desarrollar una Estrategia para ATUA.

## **Plan y Estrategia de Marketing:**

De acuerdo con Ferrel y Hartline (2018), el proceso de planificación de Marketing se ejecuta en dos planos. Primero requiere de la coordinación de decisiones en la parte superior de la jerarquía corporativa. Las áreas jerárquicas deben tomar decisiones en cuestiones tales como la misión, la visión, las metas y la asignación de los recursos de la compañía a las unidades comerciales. Por su parte, las decisiones más específicas ocurren en el nivel inferior de la estructura. “Existen dos tipos de dirección: uno es que se desarrolla en los niveles más altos de la organización y es denominado dirección estratégica y todos los otros esfuerzos de dirección se pueden denominar dirección operacional.” (Álvarez Pinto, 2007, p. 68)

“La planeación estratégica se puede definir como el arte y ciencia de formular, implantar y evaluar decisiones interfuncionales que permitan a la organización llevar a cabo sus objetivos.” (González Brito, 2021, p. 35) Para Ruiz (2019) la planeación incluye el establecimiento de objetivos y las decisiones sobre las Estrategias y las tareas necesarias para alcanzar esos objetivos. Comprende una etapa previa de las demás funciones de dirección de una Empresa ya que resulta imposible organizar, gestionar y controlar con eficacia sin planes adecuados.

Tanto a nivel corporativo o en las áreas funcionales, el proceso de planificación comienza con un análisis de la situación. Dicho análisis se enfoca en los recursos, fortalezas, capacidades de la Empresa respecto a los problemas competitivos, del cliente y ambientales. Luego y teniendo en cuenta la misión y las metas de la organización, las organizaciones deben diseñar Estrategias eficaces y el área funcional deberá realizar el plan funcional.

“La Estrategia describe cómo se lograrán los objetivos generales, es decir, la dirección futura de los productos y Mercados de la organización.” (Álvarez Pinto, 2007, p. 70) Por su parte, el Marketing estratégico puede definirse como el proceso en el cual se diseñan planes de acción efectivos para alcanzar las metas.

(...) una decisión estratégica implica la selección del plan o planes estratégicos que permitan alcanzar las metas de manera eficaz y eficiente. La toma de decisiones (estratégica o táctica) es una parte del proceso de resolución de problemas, en esencia consta de tres aspectos: análisis estratégico, elección de la opción estratégica y la implementación estratégica. (Álvarez Pinto, 2007, p. 70)

El análisis estratégico apunta a comprender la posición estratégica de la Empresa, para lo cual es necesario responder las siguientes preguntas:

¿Qué cambios están teniendo lugar en el ambiente?

¿Cómo afectarán estos cambios a la organización y sus actividades?

¿Qué recursos tiene la organización para hacer frente a estos cambios? (Álvarez Pinto, 2007, p.70)

Luego de realizar el análisis estratégico, el siguiente paso comprende la elección de una opción estratégica que puede estar basada en aprovechar las fortalezas de la organización o en superar sus debilidades. Y la selección de una opción que permita aprovechar las oportunidades dentro del ambiente.

(...) no existe una única Estrategia válida para garantizar el éxito de las Empresas; por el contrario, hay un gran abanico de posibilidades y su elección depende de la posición Empresarial, así como de las características internas y externas con las que cuente y los objetivos que la organización desee alcanzar. Una Empresa podría utilizar diferentes Estrategias en función de diversos Negocios o productos presentes en un Mercado. (Florez Florez, 2016, p. 8)

Por último, la implementación de la Estrategia comprende la determinación de los recursos a utilizar, la estructura de la organización y las personas y Sistemas involucradas (Álvarez Pinto, 2007).

Uno de los planes funcionales es el denominado plan de Marketing. El plan de Marketing es un documento escrito que contiene un resumen de las actividades de Marketing de la organización, la implementación, la evaluación y el control de estas actividades.

(...) el plan sirve como guía básica para implementar la Estrategia de Marketing. Instruye a los empleados en cuanto a sus funciones y papeles para cumplir con el plan. También provee detalles respecto a la asignación de recursos e incluye las tareas específicas de Marketing, las responsabilidades de los individuos y la programación de todas las tareas. (Ferrel y Hartline, 2018, p. 30)

### **Marketing Digital para Captación de Nuevos Clientes:**

De acuerdo con Calero et al. (2020), el Marketing Digital comprende las aplicaciones tecnológicas Digitales dirigidas a lograr la rentabilidad y la retención de Clientes. Se trata de un conjunto de Estrategias comerciales que se desarrollan por medios Digitales que

permiten compartir información en tiempo real, llevar a cabo Estrategias publicitarias y permitir la identificación del impacto en los Usuarios.

Para Kotler y Armstrong (2012) el Marketing Digital son “esfuerzos por comercializar productos y servicios, y por establecer relaciones con los Clientes a través de internet.” (p.509). Y Sanagustín (2009) define al Marketing Digital de la siguiente manera:

Enfoque de Marketing de boca a oído que utiliza el desarrollo y evolución de la web a entornos y Sistemas más abiertos, libres, compartidos y multiconversación donde el usuario es productos de contenidos que facilitan la transmisión del mensaje como portales de videos, comunidades y Redes sociales, foros, blogs o sitios de promoción de noticias. (p.159)

Y, Selman (2017) afirma que el Marketing Digital consiste en todas las Estrategias de mercadeo que se implementan con el objetivo de que los nuevos Usuarios concreten su visita tomando una acción y realice diferentes formas de venta.

Tener una mayor presencia Digital permite obtener una mayor visibilidad ante los Usuarios o consumidores. Dentro de las características del Marketing Digital se destacan: la posibilidad de medición de resultados con mayor facilidad en comparación al Marketing tradicional; permite una comunicación más personal con los Usuarios; una mayor visibilidad de marca; es útil para la Captación de Clientes potenciales y para la fidelización de los Clientes actuales; por medio del uso de Redes sociales se puede crear una comunidad alrededor de la marca; permite un mayor alcance y posicionamiento; facilita la experimentación de diferentes tácticas para ir adecuando las Estrategias y optimizar los resultados, y, por último, requiere de una baja inversión lo cual genera que el Marketing Digital sea una herramienta accesible para las Empresas de todo tipo y tamaño (Condori, 2020).

Dentro del ámbito Digital, es importante que las Empresas tengan en cuenta la Estrategia y el tipo de contenido que es más adecuado. En principio, se deben definir los objetivos para luego seleccionar el canal que se utilizará y los formatos dentro del canal. Algunas de las Estrategias más conocidas son:

- **SEO (Search Engine Optimization):** Se refiere a la optimización de Motores de Búsqueda y el objetivo principal de esta Estrategia es posicionar una página web dentro de los motores de búsqueda como Google o Bing.

- **SEM (Search Engine Market):** Es el Marketing de Búsqueda paga y comprende dirigir el tráfico de una página web a través de medios pagos.
- **Inbound Marketing:** Consiste en conseguir que los Clientes potenciales de una determinada marca, puedan llegar a ella, conocerla, seguirla y fidelizarse.
- **Marketing de Contenidos:** Refiere a la publicación de material e información con contenido selecto y valioso, a fin de captar e incrementar la cantidad de Usuarios. Los contenidos pueden presentarse en formatos como: blogs, e-books, foros, imágenes, banners, videos, podcasts, webinars e infografías.
- **E-Mail Marketing:** Es una Estrategia que consiste en el envío de correos a los Clientes con el objeto de mejorar las relaciones con los mismos, fidelizarlos y hacer crecer las ventas.
- **Social Media Marketing:** Comprende la comunicación por medio de Redes sociales como Facebook, Instagram, Youtube, Tic Yok, Pinterest, LinkedIn.
- **Social Media Ads:** Es una herramienta por medio de la cual se muestran anuncios pagos y permite un aumento de la Visibilidad de los Productos a través de la segmentación.
- **Influencer Marketing:** Comprende la utilización de influencers para llegar a la audiencia objetivo por medio de la promoción de los productos de la Empresa en sus Redes sociales. Los influencers son personas que se dedican a llenar las redes con contenido y son seguidos por los Usuarios a los cuales les interesa el tema o contenido que publica. Cuando los seguidores de estos influencers coinciden en características específicas con el público objetivo de la Empresa se puede desarrollar una Estrategia de promoción de productos o servicios.
- **Mobile Marketing:** Comprende todas las Estrategias de Marketing diseñadas para la promoción de productos y servicios a través de teléfonos inteligentes y tablets.
- **Displays Ads:** Se trata de usar imágenes y textos combinados que aparecerán en distintos sitios web.
- **Growth Marketing:** Es una técnica que se usa con el propósito de atraer y mantener a los Usuarios y para determinar cuál de todos los Canales y Estrategias



resultan más beneficiosas para usar, por medio de mensajes personalizados que se adecuen a las necesidades de los Usuarios, como por ejemplo, los programas de fidelización, onboarding y los programas de referidos (Lozano-Torres et al., 2021).

Así como el Marketing tradicional tiene las cuatro P, el Marketing Digital se basa en las cuatro F: Flujo, Funcionalidad, Feedback y Fidelización. Fleming (2000) desarrolló esta teoría de las cuatro F que ilustran la forma de interactuar de las Empresas con los Clientes o Usuarios.

- **Flujo:** Refiere al estado mental en el cual se encuentra el usuario cuando va a ingresar a una web o la capacidad que tiene en el momento para dejarse atraer por la interactividad que le puede ofrecer la web durante su experiencia de visita.
- **Funcionalidad:** Las páginas web no sólo deben ser visiblemente atractivas sino que tienen que contar con información clara y necesaria para el usuario. Una vez que el usuario ingresó a la Plataforma, el objetivo es que se mantenga en la misma sin romper la conexión hasta que realice la operación por la cual ingresó a la Plataforma.
- **Feedback:** Comprende la comunicación constante con los Usuarios para identificar los puntos de mejora que se puedan aplicar a la Plataforma con base en las necesidades de los Usuarios.
- **Fidelización:** comprende una conexión a largo plazo con el usuario lo cual implica contar con Estrategias que permitan brindar temas de interés a los Usuarios.

Luego, Selman (2017) propuso las siguientes definiciones de las cuatro F: el flujo comprende la estructura del sitio web que debe ser diseñada de tal forma que permita al visitante sentirse atraído por la interactividad del sitio y le permita encontrar lo que requiere; funcionalidad comprende una navegación web intuitiva y de fácil uso para el visitante, logrando captar su atención y evitar que el usuario deje de navegar en la página por sentirse perdido; el feedback comprende la retroalimentación de los Usuarios con la Empresa con el objeto de conocer los puntos de mejora y, por último, la fidelización comprende la búsqueda de una relación duradera en el tiempo con el usuario por medio del ofrecimiento de contenido atractivo y de valor.

El Marketing Digital por medio de sus diversas Estrategias permite captar Clientes potenciales para transformarlos luego en consumidores definitivos. Rivero (2018) afirma que la Captación de Clientes consiste en la introducción de tácticas para que el número de Clientes aumente lo cual requiere conocer las necesidades de los Clientes, la oferta de la Empresa y el desarrollo de un servicio diferenciado. Regalado et al. (2011) afirma que la Captación de Clientes “consiste en desarrollar un proceso clave para establecer relaciones firmes y duraderas con las personas o las organizaciones que, directa o indirectamente pueden influir en el éxito de las actividades de la Empresa.” (p.16). Por su parte, Messen (2011) señala lo siguiente: “concieme a la atracción, desarrollo, mantenimiento y retención de relaciones con los Clientes. La creación de Clientes leales es el eje central de la Captación, para conseguirlo, las Empresas deben acrecentar los lazos con sus Clientes.” (p.31) Dicha Captación se interpreta como un proceso que posee diversas etapas: identificación de Clientes potenciales, clasificación de los Clientes potenciales; conversión de candidatos a Clientes de primera compra; conversión de Clientes de primera compra en Clientes reiterativos (Peralta Cotrina, 2022).

La primera de todas es la identificación de Clientes potenciales. En este caso, se trata de detectar a esas personas, organizaciones u Empresas que tienen la posibilidad de obtener un producto o servicio y consta de cuatro pasos o indicadores:

- **Investigación de Mercados:** Se orienta a la Investigación del Público objetivo.
- **Recolección de Sugerencias de Clientes Actuales:** Pedir información a los consumidores sobre el criterio que tienen sobre el producto o servicio.
- **Revisiones Regulares de Publicaciones:** da la posibilidad de contribuir a detectar consumidores potenciales.
- **Creación de Interés:** Por medio de la realización de anuncios en medios selectivos como las Redes sociales con el objeto de atraer a nuevos consumidores potenciales.

Cuando se logran detectar consumidores potenciales, se los clasifica en dos grupos teniendo en cuenta su Capacidad de Compra:

- **Candidatos a Clientes:** Se trata de aquellos potenciales Clientes que tiene interés en adquirir el producto o servicio, tiene la capacidad de poder adquirirlo y la potestad de realizar la compra.
- **Candidatos Desechados o en Pausa:** Se trata de candidatos que les atrae el producto o servicio pero no poseen la capacidad monetaria para realizar la adquisición.

Luego de seleccionar aquellos que candidatos a Clientes se pasa a la siguiente etapa que comprende la conversión de los candidatos a Clientes de primera compra.

En esta etapa el candidato entra en contacto con el producto o servicio y puede revisar y constatar o verificar la calidad del mismo. Un último paso es la conversión de los Clientes de primera compra en Clientes reiterativos. Para ello se utilizan Estrategias de fidelización de consumidores como brindar servicios postventa realizando un seguimiento del servicio después de la venta, efectuar encuestas de manera periódica para conocer el grado de satisfacción del consumidor o brindar un trato especial acercando al cliente descuentos por compra, atención personalizada o prestando atención a las inquietudes y formulando recomendaciones al respecto (Arenal Laza, 2016).

### **Glosario:**

- **Alquiler de Autos Particulares:** Servicio que consiste en el Alquiler temporal de un vehículo por parte de un particular a otro particular o a una Empresa, a cambio de una tarifa acordada previamente. Se puede realizar a través de Plataformas Digitales y aplicaciones móviles, ofreciendo una alternativa flexible y económica a los servicios de Alquiler tradicionales.
- **Costos del Servicio:** Gastos asociados con el Alquiler de autos, incluyendo el mantenimiento de la flota, seguro, combustible y otros gastos operativos.
- **Difusión:** Acción de dar a conocer y promocionar el servicio de Alquiler de autos a través de Estrategias de Marketing y comunicación. La difusión efectiva puede ayudar a aumentar la demanda y el conocimiento sobre los beneficios del servicio.
- **Economía P2P:** Economías Peer-to-Peer (de persona a persona) que surgen de la revolución Digital y permiten a las personas interactuar y realizar Negocios de forma

colaborativa. Se caracterizan por la reducción de barreras de entrada y la utilización de Plataformas Digitales para compartir o alquilar recursos.

- **Empresa de Alquiler de Autos:** Compañía especializada en ofrecer servicios de Alquiler de Vehículos a corto plazo. Posee una flota de Vehículos y proporciona acceso a los Usuarios, generalmente turistas o personas que necesitan desplazarse de manera temporal, a través de contratos y tarifas establecidas.
- **Flota de Vehículos:** Conjunto de Vehículos disponibles para el Alquiler en una Empresa de Alquiler de autos. La flota puede incluir una variedad de Modelos y tamaños de Vehículos para satisfacer las necesidades de los Clientes.
- **Modelos de Economías Colaborativas:** Dentro de las economías colaborativas, se encuentran tres Modelos principales: P2P (de persona a persona); B2C (de Negocio a consumidor); y B2B (de Negocio a Negocio).
- **Plataforma Digital:** Espacio en línea basado en internet que permite a los Usuarios interactuar, intercambiar bienes y servicios, y realizar transacciones en diversos sectores. Proporciona un ambiente social que fomenta la confianza y la colaboración.
- **Plataformas Tecnológicas:** Sistemas Digitales que permiten la conexión entre Usuarios y proveedores de servicios.
- **Revolución Digital:** Transformación radical en la forma en que las personas interactúan, impulsada por el avance tecnológico. Ha permitido el crecimiento de ciertos Negocios al reducir las barreras de entrada y ha generado nuevas formas de hacer Negocios e interactuar con ellos.

## **Marco Contextual:**

### **Acerca de ATUA Car Rental:**

**ATUA Car Rental:** Es una Empresa de Alquiler de autos entre particulares, que brinda a los Usuarios la oportunidad de generar ingresos con sus autos mientras no los utilizan. Por sus características, la Empresa se define como una rentadora de autos no convencional, y cuenta con un equipo de 29 personas distribuidas principalmente en Argentina (60%), Brasil (30%) y otros países de América Latina (10%). El equipo técnico responsable del desarrollo y mantenimiento de la aplicación representa el 30% del total de la plantilla.

La aplicación de ATUA se presenta como una Plataforma Digital de Alquiler de autos entre particulares y ha sido diseñada para brindar una experiencia cómoda y segura. Los Usuarios pueden acceder a una amplia gama de opciones de autos, con flexibilidad en los seguros y precios competitivos. Además, cuentan con beneficios como embarque rápido en aeropuertos y la posibilidad de recoger el auto en cualquier punto de la ciudad.

En América Latina, los precios de los autos y sus coberturas suelen ser elevados, y la oferta de autos de lujo para Alquiler es limitada. ATUA busca aprovechar esta oportunidad, permitiendo que propietarios de autos de lujo puedan monetizar sus activos subutilizados, generando beneficios económicos para ambas partes. A través de su Modelo P2P y su enfoque en los aeropuertos y ubicaciones estratégicas, ATUA ofrece una propuesta atractiva tanto para propietarios como para turistas en busca de un Alquiler de autos conveniente y confiable. La compañía se compromete a ofrecer un servicio de atención al cliente las 24 horas y servicios de remolque y asistencia en caso de emergencia. Por otro lado, la Empresa cuenta con la cobertura de Seguros Sura para garantizar la seguridad y tranquilidad tanto de los propietarios como de los arrendatarios.

La aplicación de ATUA, lanzada en agosto de 2021, tiene una doble finalidad. Por un lado, permite a los arrendatarios de autos realizar reservas y pagos con anticipación antes de recoger el vehículo en el punto designado (calle, centro comercial o aeropuerto).

Por otro lado, los propietarios de autos pueden informar su disponibilidad antes de dejar el auto en el punto de recogida. En este sentido, se posiciona como una Plataforma Digital disruptiva en el mercado de Alquiler de autos en América Latina.

Su Modelo de Negocio innovador, su enfoque en los aeropuertos y su compromiso con la seguridad y la comodidad de los Usuarios hacen de ATUA una opción atractiva tanto para propietarios de autos particulares como para turistas en busca de opciones de Alquiler confiables y convenientes.



**Figura 1.** Oficina de ATUA en San Carlos de Bariloche, Junio de 2021. Fuente: Facebook ATUA Car Rental (<https://www.facebook.com/photo/?fbid=322374399331720&set=ecnf.100064127221119>).

### **Breve Reseña Histórica:**

Matías Menciondo y Manuel Ponieman fundaron ATUA en el año 2020, durante los comienzos de la pandemia de COVID-19. ATUA es una Empresa joven inspirada en el Modelo Turo, pero adaptada a la realidad de América Latina. Desde su nacimiento, esta compañía se especializa en el Alquiler de autos particulares y cuenta con oficinas en los aeropuertos más importantes de Brasil y Argentina. Surgió como una solución innovadora en el mercado de Alquiler de autos en América Latina, aprovechando la creciente demanda de alternativas de transporte flexible y generando oportunidades de ingresos para los propietarios de autos particulares.

La aplicación de ATUA fue lanzada en agosto de 2021, ofreciendo un sistema *peer-to-peer* (P2P), que permite la interacción entre propietarios de autos que desean alquilarlos y turistas interesados en alquilar un auto en los aeropuertos o en ciudades importantes de la región.

En octubre de 2021, ATUA comenzó a operar en los aeropuertos de Brasilia, Bariloche, Mendoza, Tucumán y Ezeiza.

### **Modelo de Negocio de ATUA:**

El Modelo de Negocio de ATUA se basa en dos aspectos principales. Por un lado, los propietarios de autos dejan sus Vehículos en ubicaciones estratégicas de las ciudades, como centros comerciales o estacionamientos, para que puedan ser recogidos por aquellos que desean alquilarlos. Por otro lado, ATUA establece puntos de Alquiler en los principales aeropuertos de la región, ya que aproximadamente el 50% de los contratos de Alquiler se realizan en las cercanías de los aeropuertos.

ATUA ofrece un Modelo de Negocio *win-win* (ganar-ganar), tanto para los propietarios como para los turistas que alquilan los autos. Los propietarios tienen la oportunidad de generar ingresos adicionales alquilando sus autos, ya sea mientras están de viaje o cuando sus autos están inactivos en las calles. Por su parte, los turistas interesados en alquilar un auto a través de ATUA tienen acceso a una amplia oferta de Vehículos, seguros flexibles, precios competitivos, embarque rápido en aeropuertos y la posibilidad de recoger el auto en cualquier punto de la ciudad, con cancelación gratuita.

## **METODOLOGÍA:**

### **Diseño de la Investigación:**

Este estudio se valió de un diseño de investigación de caso de tipo exploratorio/descriptivo con un enfoque cualitativo predominante. La metodología elegida se fundamentó en la necesidad de explorar y describir la percepción de confianza y seguridad en la aplicación ATUA como Plataforma de Alquiler temporario de Vehículos particulares. Se implementó un enfoque no experimental y transversal, recopilando los datos en un período temporal específico, entre los meses de mayo y julio de 2023.

### **Población y Muestra:**

La población objetivo de este estudio fue la totalidad de Usuarios de la aplicación ATUA, tanto propietarios que ofrecen sus Vehículos en Alquiler como arrendatarios que utilizan la Plataforma para buscar y rentar Vehículos particulares. La muestra se seleccionó de manera no probabilística, utilizando un muestreo intencional basado en el criterio del investigador. Se buscó obtener la participación de Usuarios de la aplicación ATUA que representaran diferentes perspectivas y experiencias, considerando distintas edades, género y nivel socioeconómico. Para ello, se eligieron 5 (cinco) anfitriones y 5 (cinco) arrendatarios, formando una muestra total de 10 (diez) Usuarios.

### **Instrumentos de Recolección de Datos:**

Para la recolección de datos, se utilizaron encuestas. Las mismas se valieron del diseño de dos cuestionarios estructurados como instrumentos. Ambos cuestionarios incluyeron preguntas abiertas que permitieron obtener información cualitativa sobre la percepción de confianza y seguridad en la aplicación ATUA, así como los factores que influyen en estas percepciones. Se diseñaron preguntas específicas para abordar los objetivos del estudio y, al evitar las respuestas predefinidas, se buscó obtener respuestas detalladas y enriquecedoras.

A continuación se detallan las preguntas formuladas para cada uno de los cuestionarios: uno dirigido a propietarios de Vehículos particulares que alquilan sus autos mediante la app ATUA (anfitriones) y otro dirigido a quienes buscan autos para alquilar (arrendatarios).



## Cuestionario 1: Anfitriones

Agradecemos su participación en esta encuesta sobre el servicio de Alquiler temporario de Vehículos particulares de ATUA. Su colaboración nos ayudará a comprender su experiencia como usuario y brindarle la mejor experiencia posible al alquilar su vehículo a través de nuestra aplicación. Todas las respuestas que proporcione en esta encuesta serán tratadas de manera confidencial y la información recopilada se utilizará únicamente con fines de investigación.

Edad:

Género:

Nivel de estudios:

Ocupación:

1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando la aplicación ATUA para alquilar su vehículo particular?
2. ¿Qué factores lo llevaron a elegir ATUA como Plataforma para alquilar su vehículo?
3. ¿Qué tan seguro se siente al alquilar su vehículo a través de la aplicación ATUA?
4. ¿Cuáles son sus preocupaciones o barreras al alquilar su vehículo en la Plataforma ATUA?
5. ¿Cómo describiría su experiencia general al alquilar su vehículo a través de ATUA?
6. ¿Qué aspectos de la Plataforma ATUA contribuyen a generar confianza en el proceso de Alquiler?
7. ¿Qué medidas de seguridad considera importantes que se implementen en la aplicación ATUA para proteger su vehículo?
8. ¿Cómo evaluaría la comunicación y el soporte ofrecido por ATUA en caso de problemas o incidencias durante el Alquiler de su vehículo?
9. ¿Cuáles son los principales beneficios que ha obtenido al alquilar su vehículo a través de la aplicación ATUA?
10. ¿Recomendaría ATUA a otros propietarios de Vehículos interesados en alquilar sus autos? ¿Por qué?

## **Cuestionario 2: Arrendatarios:**

Agradecemos su participación en esta encuesta sobre el servicio de Alquiler temporario de Vehículos particulares de ATUA. Su colaboración nos ayudará a comprender su experiencia como usuario y brindarle la mejor experiencia posible al alquilar un vehículo particular a través de nuestra aplicación. Todas las respuestas que proporcione en esta encuesta serán tratadas de manera confidencial y la información recopilada se utilizará únicamente con fines de investigación.

Edad:

Género:

Nivel de Estudios:

Ocupación:

1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando la aplicación ATUA para alquilar Vehículos particulares?
2. ¿Qué factores le llevaron a elegir ATUA como Plataforma para buscar y rentar Vehículos?
3. ¿Qué tan seguro se siente al utilizar la aplicación ATUA para el Alquiler de Vehículos particulares?
4. ¿Cuáles son sus preocupaciones o barreras al utilizar la aplicación ATUA para el Alquiler de Vehículos?
5. ¿Cómo describiría su experiencia general al alquilar Vehículos a través de ATUA?
6. ¿Qué aspectos de la Plataforma ATUA contribuyen a generar confianza en el proceso de arrendamiento?
7. ¿Qué medidas de seguridad considera importantes que se implementen en la aplicación ATUA para proteger sus datos personales y garantizar la integridad de los Vehículos?
8. ¿Cómo evaluaría la comunicación y el soporte ofrecido por ATUA durante el proceso de Alquiler de Vehículos?
9. ¿Cuáles son los principales beneficios que ha obtenido al utilizar la aplicación ATUA para alquilar Vehículos?

10. ¿Recomendaría ATUA a otros interesados en buscar y rentar Vehículos particulares?  
¿Por qué?

### **Procedimiento de Recolección de Datos:**

Las encuestas se aplicaron a los Usuarios de la app ATUA de ambas partes del Modelo P2P, tanto propietarios de Vehículos que ofrecen sus autos en Alquiler como arrendatarios que utilizan la Plataforma para buscar y rentar Vehículos particulares. La aplicación de los cuestionarios se realizó de manera conveniente, de forma presencial en las oficinas de ATUA y a través de un formulario Digital enviado a Usuarios de la aplicación. Se garantizó la confidencialidad y el anonimato de los participantes, asegurando que los datos recopilados se utilizaran únicamente para fines de investigación.

### **Análisis de Datos:**

Los datos recopilados se analizaron utilizando técnicas cualitativas. Se realizó un análisis de contenido para identificar temas y categorías emergentes en las respuestas de los participantes. Se buscó comprender en profundidad la percepción de confianza y seguridad en la aplicación ATUA, así como los factores que influían en estas percepciones. Se utilizaron herramientas de análisis cualitativo para interpretar y describir los datos de manera significativa.

### **Interpretación de Resultados:**

Los resultados del análisis se interpretaron en función de los objetivos específicos del estudio. Se identificaron preferencias, se describieron las percepciones de los Usuarios y se destacaron los factores clave que influyeron en la confianza y seguridad percibidas. Se realizó una interpretación cualitativa de los hallazgos, proporcionando una comprensión profunda y contextualizada de los datos recopilados. Los resultados se presentaron de manera descriptiva y se vincularon directamente a la problemática en cuestión.

### **Limitaciones del Estudio:**

Al utilizar un enfoque cualitativo predominante, los resultados no se generalizarán y se aplicarán únicamente a la problemática específica abordada en este estudio. Por otro lado, la selección de muestras no probabilísticas y basadas en el criterio del investigador puede afectar la representatividad de la muestra. También se reconoce que la percepción de confianza y seguridad puede verse influenciada por factores individuales y contextuales. A pesar de estas limitaciones, este estudio proporcionará una comprensión detallada de la problemática y

contribuirá al desarrollo de Estrategias de Marketing efectivas para ATUA y otras Empresas del sector.

## Resultados:

### Percepciones de los Anfitriones:

#### Respuestas al Cuestionario 1:

La **Tabla 1** compila las respuestas obtenidas de la aplicación del Cuestionario 1, dirigido a anfitriones de ATUA. Para preservar la confidencialidad del estudio y resguardar la identidad de los 5 (cinco) casos participantes, se los ha denominado Usuario A, Usuario B, Usuario C, Usuario D y Usuario E.

CUESTIONARIO 1: ANFITRIONES					
Pregunta	Usuario A	Usuario B	Usuario C	Usuario D	Usuario E
<i>Edad</i>	32	45	27	52	39
<i>Género</i>	Masculino	Femenino	No binario	Masculino	Femenino
<i>Nivel de Estudios</i>	Universitario	Secundario	Universitario	Terciario	Universitario
<i>Ocupación</i>	Profesor	Ama de Casa	Emprendedor	Ejecutivo	Abogada
<i>1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando la aplicación ATUA para alquilar su vehículo particular?</i>	8 meses	1 año	2 años	6 meses	1 año
<i>2. ¿Qué factores lo llevaron a elegir ATUA como</i>	Generar ingresos adicionales de	Darle un buen uso a mi auto, generando un	Obtener un retorno económico	Alquilar un vehículo de alta gama cuando	Flexibilidad y conveniencia para generar

<i>Plataforma para alquilar su vehículo?</i>	manera sencilla y segura.	ingreso que no tenía.	significativo y confiar en el proceso de Alquiler.	no lo uso tan a menudo.	ingresos adicionales sin trámites complicados.
3. <i>¿Qué tan seguro se siente al alquilar su vehículo a través de la aplicación ATUA?</i>	Muy seguro.	Segura.	Segura, confío en las medidas de seguridad implementadas.	Me siento seguro gracias a las políticas y procedimientos de seguridad de ATUA.	Me siento seguro gracias a las garantías y políticas de protección de ATUA.
4. <i>¿Cuáles son sus preocupaciones o barreras al alquilar su vehículo en la Plataforma ATUA?</i>	Que rompan el vehículo.	El miedo lógico es que te lo rompan, pero la verdad es que no me pasó.	Me preocupaba la seguridad de mi vehículo y la posibilidad de daños.	Me preocupa la responsabilidad del arrendatario y la protección de mi vehículo.	Me preocupaba la confianza y seguridad del proceso de Alquiler.
5. <i>¿Cómo describiría su experiencia general al alquilar su vehículo a través de ATUA?</i>	Satisfactoria en rentabilidad y confianza.	Buena, sin sorpresas y con ingresos mejores de lo que esperaba.	Ha sido una experiencia positiva y rentable.	Hasta ahora, ha sido una experiencia satisfactoria y rentable.	Mi experiencia ha sido positiva y he obtenido beneficios económicos.
6. <i>¿Qué aspectos de la Plataforma ATUA contribuyen a generar confianza en el proceso de Alquiler?</i>	Facilidad de uso y seguridad.	Me da tranquilidad poder ir a las oficinas y comunicarme personalmente cuando lo	La reputación de ATUA y las opiniones de otros Usuarios.	Las medidas de seguridad implementadas y la atención al cliente.	Las garantías de protección y el soporte brindado por ATUA.

		necesito.			
<p>7. <i>¿Qué medidas de seguridad considera importantes que se implementen en la aplicación ATUA para proteger su vehículo?</i></p>	<p>Pedir toda la documentación por adelantado a los que vayan a alquilar, para evitar sorpresas desagradables.</p>	<p>Sería bueno que un representante pudiera acompañar a los anfitriones cuando entregan y reciben los autos. Soy una mujer sola y a veces me da un poco de miedo encontrarme con extraños.</p>	<p>Realizar verificaciones de antecedentes y referencias de quienes alquilan.</p>	<p>Implementar un sistema de seguro completo y realizar inspecciones antes y después de cada Alquiler.</p>	<p>Fortalecer la verificación de identidad de los arrendatarios y mejorar la protección contra daños y robos.</p>
<p>8. <i>¿Cómo evaluaría la comunicación y el soporte ofrecido por ATUA en caso de problemas o incidencias durante el Alquiler de su vehículo?</i></p>	<p>Muy buena, siempre responden.</p>	<p>Estoy muy conforme.</p>	<p>La app es intuitiva y el soporte de ATUA ha sido rápido y eficiente en resolver cualquier problema.</p>	<p>El equipo de soporte de ATUA ha sido receptivo y ha brindado soluciones rápidas.</p>	<p>He recibido un buen soporte y atención en caso de incidencias durante los Alquileres.</p>
<p>9. <i>¿Cuáles son los principales beneficios que ha obtenido al alquilar su vehículo a través de la</i></p>	<p>Flexibilidad y generar ingresos sin comprometer mucho tiempo o esfuerzo.</p>	<p>El beneficio económico.</p>	<p>Rentabilidad y la posibilidad de utilizar mi vehículo para obtener ingresos</p>	<p>Generar ingresos adicionales y aprovechar el tiempo en que no utilizo mi</p>	<p>Obtener ganancias adicionales y aprovechar al máximo el uso de mi</p>

<i>aplicación ATUA?</i>			adicionales.	vehículo.	vehículo.
10. <i>¿Recomendaría ATUA a otros propietarios de Vehículos interesados en alquilar sus autos? ¿Por qué?</i>	Sí, por buena experiencia personal.	No, he tenido algunas incidencias de seguridad y falta de respuesta de soporte.	Sí, porque me ha brindado una fuente de ingresos confiable y segura.	Sí, por la rentabilidad y la seguridad que ofrece ATUA.	Sí, porque he tenido una experiencia positiva y confío en la Plataforma ATUA.

**Tabla 1.** Respuestas al Cuestionario 1 (Anfitriones). Fuente: elaboración propia.

### **Análisis de las Respuestas:**

En el análisis de las respuestas, se buscó comprender en profundidad la percepción de confianza y seguridad de los anfitriones en la aplicación ATUA, así como los factores que influían en estas percepciones. En este sentido, se resumieron las respuestas a cada una de las preguntas para hallar puntos en común, identificar preferencias y describir las percepciones de los Usuarios que permitan destacar los factores clave que influyeron en la confianza y seguridad percibidas.

#### **Pregunta 1: ¿Cuánto tiempo lleva utilizando la aplicación ATUA para alquilar su vehículo particular?**

La mayoría de los encuestados utiliza la aplicación hace un año o menos, mientras que un caso la usa desde hace 2 años.

#### **Pregunta 2: ¿Qué factores lo llevaron a elegir ATUA como Plataforma para alquilar su vehículo?**

Los factores clave que llevaron a los participantes a elegir ATUA como Plataforma para alquilar sus Vehículos particulares incluyen la generación de ingresos adicionales de manera sencilla y segura, el aprovechamiento óptimo de sus Vehículos, la confianza en el proceso de Alquiler, la posibilidad de alquilar Vehículos de alta gama, y la flexibilidad y conveniencia en la generación de ingresos sin trámites complicados.

***Pregunta 3: ¿Qué tan seguro se siente al alquilar su vehículo a través de la aplicación ATUA?***

Los participantes generalmente expresaron sentirse seguros al alquilar sus Vehículos a través de la aplicación ATUA. La confianza se basa en las medidas de seguridad implementadas, las políticas y procedimientos de seguridad, así como las garantías y políticas de protección ofrecidas por la Plataforma. Estos resultados indican que ATUA ha logrado transmitir confianza y seguridad a sus Usuarios, lo que es esencial para el éxito y la adopción de la Plataforma en el Alquiler de Vehículos particulares.

***Pregunta 4: ¿Cuáles son sus preocupaciones o barreras al alquilar su vehículo en la Plataforma ATUA?***

Las preocupaciones y barreras identificadas al alquilar Vehículos a través de la Plataforma ATUA incluyen el temor a que el vehículo sufra daños, la seguridad del vehículo, la responsabilidad del arrendatario, la protección del vehículo y la confianza en el proceso de Alquiler. Estas preocupaciones son importantes para comprender las necesidades y preocupaciones de los propietarios y resaltar áreas clave en las que ATUA puede enfocarse para mejorar la confianza y seguridad percibidas por los Usuarios.

***Pregunta 5: ¿Cómo describiría su experiencia general al alquilar su vehículo a través de ATUA?***

Los participantes en general describieron su experiencia al alquilar su vehículo a través de ATUA como satisfactoria, rentable y positiva. Destacaron aspectos como la rentabilidad, la ausencia de sorpresas negativas y la obtención de beneficios económicos. Estos resultados refuerzan la idea de que ATUA ha logrado brindar una experiencia positiva y satisfactoria a los propietarios de Vehículos, lo que contribuye a generar confianza y promover el uso continuo de la Plataforma.

***Pregunta 6: ¿Qué aspectos de la Plataforma ATUA contribuyen a generar confianza en el proceso de Alquiler?***

Los casos encuestados identificaron varios aspectos de la Plataforma ATUA que contribuyen a generar confianza en el proceso de Alquiler. Estos incluyen la facilidad de uso y seguridad de la Plataforma, la posibilidad de comunicarse personalmente con el personal de ATUA en sus oficinas, la reputación y opiniones positivas de otros Usuarios, las medidas de seguridad implementadas, las garantías de protección y el soporte brindado por ATUA. Estos aspectos son



considerados por los Usuarios como factores clave que influyen en su percepción de confianza y seguridad al utilizar la aplicación para el Alquiler de Vehículos.

***Pregunta 7: ¿Qué medidas de seguridad considera importantes que se implementen en la aplicación ATUA para proteger su vehículo?***

Los participantes identificaron varias medidas de seguridad importantes que consideran relevantes para proteger sus Vehículos al utilizar la aplicación ATUA. Estas incluyen solicitar toda la documentación por adelantado, acompañamiento durante la entrega y recepción de los Vehículos, realizar verificaciones de antecedentes y referencias, implementar un sistema de seguro completo, realizar inspecciones minuciosas antes y después de cada Alquiler, fortalecer la verificación de identidad de los arrendatarios y mejorar la protección contra daños y robos.

***Pregunta 8: ¿Cómo evaluaría la comunicación y el soporte ofrecido por ATUA en caso de problemas o incidencias durante el Alquiler de su vehículo?***

Las respuestas de los participantes indican que la comunicación y el soporte ofrecido por ATUA en caso de problemas o incidencias durante el Alquiler de Vehículos han sido generalmente evaluados de manera positiva. Los participantes destacaron la prontitud en las respuestas, la eficiencia en la resolución de problemas, la receptividad del equipo de soporte y la atención brindada. Estos resultados sugieren que ATUA ha logrado generar confianza y satisfacción en términos de su capacidad de comunicación y asistencia durante el proceso de Alquiler de Vehículos.

***Pregunta 9: ¿Cuáles son los principales beneficios que ha obtenido al alquilar su vehículo a través de la aplicación ATUA?***

Las respuestas de los participantes reflejan una variedad de beneficios obtenidos al alquilar sus Vehículos a través de la aplicación ATUA. Estos beneficios incluyen flexibilidad, generación de ingresos adicionales, rentabilidad, aprovechamiento del tiempo de no uso del vehículo y la capacidad de aprovechar al máximo el uso del vehículo. Estos resultados sugieren que ATUA proporciona una oportunidad valiosa para los propietarios de Vehículos particulares de obtener beneficios económicos y optimizar el uso de sus activos de manera conveniente y rentable.

***Pregunta 10: ¿Recomendaría ATUA a otros propietarios de Vehículos interesados en alquilar sus autos? ¿Por qué?***

Las respuestas de los participantes reflejan una variedad de motivos para recomendar ATUA a otros propietarios de Vehículos interesados en alquilar sus autos. Estos motivos incluyen experiencias personales positivas, confianza en la Plataforma, rentabilidad, seguridad percibida y la confiabilidad de la fuente de ingresos proporcionada por ATUA. Estos resultados sugieren que ATUA ha sido capaz de generar satisfacción y confianza en algunos Usuarios, quienes se sienten motivados a compartir su experiencia positiva y recomendar la Plataforma a otros propietarios en busca de oportunidades de Alquiler de Vehículos.

### **Factores Clave para la Confianza y Seguridad de los Anfitriones:**

En suma, según los resultados obtenidos del cuestionario aplicado a los propietarios de Vehículos particulares, se observa una percepción positiva de confianza hacia la aplicación ATUA como Plataforma de Alquiler temporario. Los anfitriones han mencionado en sus respuestas diferentes factores que contribuyen a generar en ellos una percepción positiva de confianza y seguridad en el uso de la aplicación de ATUA, respaldando su elección de utilizarla para alquilar sus Vehículos particulares y recomendársela a otros propietarios interesados en el Alquiler de autos.

A partir de un análisis cualitativo que permitió interpretar y describir los datos de manera significativa, los resultados indican que los factores clave que influyen en la confianza y seguridad percibidas por los propietarios de Vehículos particulares hacia la aplicación ATUA como Plataforma de Alquiler temporario son:

- **Generación de Ingresos Adicionales de manera Sencilla y Segura:** Los anfitriones valoran la oportunidad de obtener ingresos adicionales mediante el Alquiler de sus Vehículos particulares a través de ATUA. Ven en la Plataforma una forma conveniente y segura de generar ganancias sin complicaciones.
- **Medidas de Seguridad Implementadas por ATUA:** Los anfitriones se sienten seguros al utilizar la Plataforma debido a las medidas de seguridad implementadas. Esto incluye políticas y procedimientos de seguridad, así como garantías y políticas de protección ofrecidas por ATUA. Estas medidas les brindan confianza en la protección de sus Vehículos y en la prevención de posibles incidencias.
- **Comunicación Eficiente y Soporte Brindado por ATUA:** Los anfitriones valoran la comunicación fluida y eficiente que mantienen con ATUA durante el proceso de Alquiler de Vehículos. La Plataforma proporciona un soporte adecuado en caso de problemas o

incidencias, lo cual genera confianza en que cualquier situación será atendida de manera oportuna y satisfactoria.

Si bien los resultados son más exhaustivos y diferentes puntos del análisis minucioso pueden ser utilizados para la elaboración de un plan y Estrategia de Marketing para la captación de Usuarios, se considera que los puntos anteriores resumen las respuestas más relevantes, a las que los anfitriones más se han referido.

### Percepciones de los Arrendatarios:

#### Respuestas al Cuestionario 2:

La Tabla 2 muestra las respuestas obtenidas de la aplicación del Cuestionario 2, dirigido a arrendatarios de ATUA. Para preservar la confidencialidad del estudio y resguardar la identidad de los 5 (cinco) casos participantes, se los ha denominado Usuario a, Usuario b, Usuario c, Usuario d y Usuario e.

CUESTIONARIO 2: ARRENDATARIOS					
Pregunta	Usuario a	Usuario b	Usuario c	Usuario d	Usuario e
<i>Edad</i>	28	35	42	24	39
<i>Género</i>	Femenino	Masculino	Femenino	-	Masculino
<i>Nivel de Estudios</i>	Universitario	Terciario	Universitario	Secundario	Universitario
<i>Ocupación</i>	Diseñadora Gráfica	Ingeniero	Médica	Estudiante	Abogado
<i>1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando la aplicación ATUA para alquilar Vehículos</i>	1 año	6 meses	2 años	1 año	8 meses

<i>particulares?</i>					
<i>2. ¿Qué factores le llevaron a elegir ATUA como Plataforma para buscar y rentar Vehículos?</i>	Variedad de Vehículos y precios competitivos.	Recomendación de amigos y buenas experiencias anteriores.	Fácil acceso a Vehículos de calidad y confianza en el proceso de Alquiler.	Flexibilidad en los horarios de entrega y devolución de Vehículos.	Conveniencia y disponibilidad de Vehículos en ubicaciones cercanas.
<i>3. ¿Qué tan seguro se siente al utilizar la aplicación ATUA para el Alquiler de Vehículos particulares?</i>	Muy seguro.	Seguro.	Bastante seguro, confío en las medidas de seguridad de ATUA.	Me siento seguro gracias a las verificaciones y garantías de ATUA.	Me siento seguro, pero siempre tomo precauciones adicionales.
<i>4. ¿Cuáles son sus preocupaciones o barreras al utilizar la aplicación ATUA para el Alquiler de Vehículos?</i>	Daños o accidentes en el vehículo alquilado.	Preocupación por la veracidad de la información y la calidad real de los Vehículos.	Disponibilidad de Vehículos en momentos de alta demanda.	Problemas con la devolución del depósito de seguridad.	Que el vehículo no esté en condiciones.
<i>5. ¿Cómo describiría su experiencia general al alquilar Vehículos a través de ATUA?</i>	Satisfactoria, he tenido buenas experiencias en general.	Buena, he encontrado Vehículos adecuados a mis necesidades.	Ha sido positiva y conveniente en varias ocasiones.	En su mayoría, he tenido buenas experiencias de Alquiler.	Mayormente positiva, aunque ha habido algunos contratiempos menores.

<p>6. <i>¿Qué aspectos de la Plataforma ATUA contribuyen a generar confianza en el proceso de arrendamiento?</i></p>	<p>La reputación y calificaciones de los propietarios de los Vehículos.</p>	<p>La transparencia en la información de los Vehículos y las políticas de seguro.</p>	<p>El sistema de evaluaciones y comentarios de otros arrendatarios.</p>	<p>La atención al cliente y el proceso de verificación de identidad de los propietarios.</p>	<p>Las medidas de seguridad y las garantías ofrecidas por ATUA.</p>
<p>7. <i>¿Qué medidas de seguridad considera importantes que se implementen en la aplicación ATUA para proteger sus datos personales y garantizar la integridad de los Vehículos?</i></p>	<p>Mayor protección de los datos personales y verificación de los arrendatarios.</p>	<p>Implementación de un sistema de seguimiento por GPS en los Vehículos.</p>	<p>Mayor control en la revisión y mantenimiento de los Vehículos.</p>	<p>Mejorar la seguridad en la entrega y devolución de los Vehículos.</p>	<p>Implementar medidas para evitar el mal uso de los Vehículos.</p>
<p>8. <i>¿Cómo evaluaría la comunicación y el soporte ofrecido por ATUA durante el proceso de Alquiler de Vehículos?</i></p>	<p>Buena, siempre han respondido mis consultas y requerimientos.</p>	<p>El soporte ha sido eficiente y me han brindado soluciones rápidas.</p>	<p>Han sido atentos y resolutivos ante mis consultas y problemas.</p>	<p>La comunicación y el soporte han sido satisfactorios en general.</p>	<p>Satisfactorio y oportuno.</p>
<p>9. <i>¿Cuáles son los principales beneficios que ha obtenido al utilizar la aplicación ATUA para</i></p>	<p>Flexibilidad y disponibilidad de Vehículos en diferentes ubicaciones.</p>	<p>Acceso a Vehículos de calidad y precios competitivos.</p>	<p>Oportunidad de probar diferentes Modelos de Vehículos sin compromisos</p>	<p>Conveniencia y ahorro de costos en comparación con el Alquiler</p>	<p>Flexibilidad, variedad de Vehículos y buenos precios.</p>

<i>alquilar Vehículos?</i>			a largo plazo.	tradicional.	
10. <i>¿Recomendaría ATUA a otros interesados en buscar y rentar Vehículos particulares? ¿Por qué?</i>	Sí, por las buenas experiencias que he vivido y la confianza que tengo en la Plataforma.	Sí, porque he encontrado Vehículos adecuados a mis necesidades y el proceso de Alquiler ha sido sencillo.	Sí, debido a la conveniencia y la seguridad que he experimentado o al utilizar ATUA.	Sí, por la rentabilidad y la seguridad que ofrece ATUA.	Sí, debido a la experiencia positiva y la confianza en la Plataforma.

Tabla 2. Respuestas al Cuestionario 2 (Arrendatarios). Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis de las Respuestas:**

En el análisis de las respuestas, se buscó comprender en profundidad la percepción de confianza y seguridad de los arrendatarios en la aplicación ATUA, así como los factores que influían en estas percepciones. En este sentido, se resumieron las respuestas a cada una de las preguntas para hallar puntos en común, identificar preferencias y describir las percepciones de los Usuarios que permitan destacar los factores clave que influyeron en la confianza y seguridad percibidas.

#### ***Pregunta 1: ¿Cuánto tiempo lleva utilizando la aplicación ATUA para alquilar Vehículos particulares?***

Los resultados indican que la mayoría de los arrendatarios encuestados tienen una experiencia de uso de aproximadamente un año, mientras que hay Usuarios que llevan utilizando la aplicación durante períodos más cortos, como seis meses o incluso ocho meses, así como uno que ha utilizado ATUA durante dos años.

#### ***Pregunta 2: ¿Qué factores le llevaron a elegir ATUA como Plataforma para buscar y rentar Vehículos?***

Los arrendatarios consideraron diversos factores al elegir ATUA, entre los que se destacan la variedad de Vehículos y precios competitivos, la recomendación y las experiencias positivas, el acceso a Vehículos de calidad, la confianza en el proceso de Alquiler, la flexibilidad en los

horarios y la conveniencia de la ubicación de los Vehículos. Estos factores son considerados como elementos clave que influyeron en la decisión de los Usuarios de utilizar la Plataforma ATUA para buscar y rentar Vehículos.

***Pregunta 3: ¿Qué tan seguro se siente al utilizar la aplicación ATUA para el Alquiler de Vehículos particulares?***

La mayoría de los arrendatarios encuestados se sienten seguros al utilizar la aplicación ATUA para el Alquiler de Vehículos particulares. La confianza se basa en las medidas de seguridad implementadas por la Plataforma, como las verificaciones, garantías y otras medidas de protección ofrecidas. Sin embargo, también se observa que algunos Usuarios adoptan precauciones adicionales para aumentar su sensación de seguridad. En general, la percepción de seguridad por parte de los arrendatarios respalda la confianza en ATUA como Plataforma de Alquiler de Vehículos particulares.

***Pregunta 4: ¿Cuáles son sus preocupaciones o barreras al utilizar la aplicación ATUA para el Alquiler de Vehículos?***

Los resultados revelan las preocupaciones y barreras que los arrendatarios identifican al utilizar la aplicación ATUA para el Alquiler de Vehículos particulares. Estas preocupaciones se relacionan principalmente con la seguridad y calidad del vehículo alquilado, así como con la disponibilidad y el proceso de devolución del depósito de seguridad. El análisis de estas preocupaciones y barreras puede ser útil para ATUA al identificar áreas de mejora y tomar medidas para abordar las inquietudes de los Usuarios y fortalecer la confianza en la Plataforma.

***Pregunta 5: ¿Cómo describiría su experiencia general al alquilar Vehículos a través de ATUA?***

Los resultados revelan que la experiencia general de los arrendatarios al alquilar Vehículos a través de ATUA es mayormente positiva y satisfactoria. Los participantes han encontrado Vehículos adecuados a sus necesidades, han experimentado conveniencia y han tenido buenas experiencias en general. Aunque algunos mencionaron contratiempos menores, la impresión general es favorable. Esta información es relevante para ATUA, ya que resalta la satisfacción de los arrendatarios y la importancia de mantener altos estándares de calidad y servicio para garantizar experiencias positivas en el Alquiler de Vehículos.

***Pregunta 6: ¿Qué aspectos de la Plataforma ATUA contribuyen a generar confianza en el proceso de arrendamiento?***

Diversos aspectos de la Plataforma ATUA contribuyen a generar confianza en el proceso de arrendamiento para los Usuarios. La reputación de los propietarios, la transparencia en la información, el sistema de evaluaciones, la atención al cliente, las medidas de seguridad y las garantías ofrecidas son elementos clave que influyen en la percepción de confianza de los arrendatarios.

***Pregunta 7: ¿Qué medidas de seguridad considera importantes que se implementen en la aplicación ATUA para proteger sus datos personales y garantizar la integridad de los Vehículos?***

Los resultados indican las medidas de seguridad consideradas importantes por los arrendatarios para proteger sus datos personales y garantizar la integridad de los Vehículos en la aplicación ATUA. La protección de datos, la verificación de arrendatarios, el seguimiento por GPS, el control en la revisión y mantenimiento de los Vehículos, la seguridad en la entrega y devolución, y la prevención del mal uso de los Vehículos son aspectos clave que influyen en la percepción de seguridad de los Usuarios.

***Pregunta 8: ¿Cómo evaluaría la comunicación y el soporte ofrecido por ATUA durante el proceso de Alquiler de Vehículos?***

Los resultados indican que la mayoría de los arrendatarios evaluaron positivamente la comunicación y el soporte ofrecido por ATUA durante el proceso de Alquiler de Vehículos. Los aspectos destacados incluyen la respuesta a consultas y requerimientos, la eficiencia y rapidez en la provisión de soluciones, la atención atenta y resolutiva, así como la satisfacción general con la comunicación y el soporte brindados. Estos hallazgos proporcionan información valiosa para ATUA, ya que permiten identificar áreas de fortaleza en su comunicación y soporte, y brindan la oportunidad de mejorar su servicio para garantizar la satisfacción y confianza de los arrendatarios.

***Pregunta 9: ¿Cuáles son los principales beneficios que ha obtenido al utilizar la aplicación ATUA para alquilar Vehículos?***

Los hallazgos indican que los arrendatarios perciben varios beneficios al utilizar la aplicación ATUA para alquilar Vehículos, incluyendo la flexibilidad y disponibilidad de Vehículos, el acceso a



Vehículos de calidad a precios competitivos, la oportunidad de probar diferentes Modelos de Vehículos sin compromisos a largo plazo, la conveniencia y el ahorro de costos en comparación con el Alquiler tradicional. Estos resultados resaltan los aspectos valorados por los arrendatarios y proporcionan información útil para ATUA en la mejora de su oferta y la comunicación de sus beneficios a los Usuarios.

***Pregunta 10: ¿Recomendaría ATUA a otros interesados en buscar y rentar Vehículos particulares? ¿Por qué?***

Los arrendatarios recomendarían ATUA a otros interesados en buscar y rentar Vehículos particulares debido a las buenas experiencias, la confianza en la Plataforma, la disponibilidad de Vehículos adecuados, el proceso de Alquiler sencillo, la conveniencia, la seguridad percibida, la rentabilidad y los beneficios económicos obtenidos. Estos resultados resaltan los aspectos valorados por los arrendatarios y proporcionan información útil para ATUA en la promoción de su Plataforma y la generación de recomendaciones positivas.

**Factores Clave para la Confianza y Seguridad de los Arrendatarios:**

En los resultados obtenidos del cuestionario aplicado a los Usuarios de la aplicación que alquilan Vehículos particulares en carácter de arrendatarios, se observa que tienen una percepción general de confianza y seguridad al utilizar la aplicación. La mayoría de los arrendatarios encuestados se sienten seguros al alquilar Vehículos a través de ATUA, respaldados por las medidas de seguridad implementadas por la Plataforma, como verificaciones y garantías. Aunque algunos Usuarios adoptan precauciones adicionales, en general confían en la Plataforma.

Sin embargo, existen preocupaciones relacionadas con la seguridad y calidad del vehículo, así como con la disponibilidad y el proceso de devolución del depósito de seguridad. A pesar de estas preocupaciones, la experiencia general de los arrendatarios al utilizar ATUA es mayormente positiva y satisfactoria, destacando la conveniencia y la buena calidad del servicio.

Los aspectos de la Plataforma que generan confianza en el proceso de arrendamiento incluyen la reputación de los propietarios, la transparencia en la información, el sistema de evaluaciones, la atención al cliente, las medidas de seguridad y las garantías ofrecidas. Los arrendatarios valoran medidas de seguridad como la protección de datos, la verificación de arrendatarios y el seguimiento por GPS. Además, evalúan positivamente la comunicación y el soporte ofrecido por ATUA durante el proceso de Alquiler de Vehículos.

En base a estas percepciones favorables, los arrendatarios recomendarían ATUA a otros interesados en buscar y rentar Vehículos particulares debido a las buenas experiencias, la confianza en la Plataforma, la disponibilidad de Vehículos adecuados, el proceso de Alquiler sencillo y los beneficios económicos obtenidos.

Luego del análisis detallado de las respuestas, se determina que los factores clave que influyen en la confianza y seguridad que los arrendatarios de Vehículos particulares perciben con respecto al uso de la aplicación ATUA son:

- **Reputación y Calificaciones de los Propietarios de los Vehículos:** Los Arrendatarios valoran la reputación y las calificaciones de los propietarios de los Vehículos como un factor que genera confianza en la Plataforma. La posibilidad de conocer la experiencia de otros arrendatarios con los propietarios proporciona un sentido de seguridad y confianza en la transacción.
- **Transparencia en la Información de los Vehículos y las Políticas de Seguro:** La transparencia en la información de los Vehículos, incluyendo detalles sobre su estado, características y políticas de seguro, es un factor clave para generar confianza en los arrendatarios. Tener acceso claro y completo a esta información les permite tomar decisiones informadas y confiar en la calidad y condiciones del vehículo.
- **Sistema de Evaluaciones y cCmentarios de otros Arrendatarios:** El sistema de evaluaciones y comentarios de otros arrendatarios es fundamental para generar confianza en la Plataforma. Los arrendatarios confían en las opiniones y experiencias compartidas por otros Usuarios, lo que les brinda una referencia adicional para tomar decisiones y aumenta su sensación de seguridad al alquilar Vehículos a través de ATUA.

## CONCLUSIÓN:

El presente Estudio de Administración de Alquiler Temporario de Autos de Propietarios Particulares se propuso explorar la Confianza y Seguridad en la aplicación ATUA como Plataforma, para el desarrollo de una Estrategia de Marketing efectiva, para la Captación de Clientes. A través de la recopilación de datos y el análisis de respuestas de propietarios y arrendatarios de Vehículos, se han obtenido resultados significativos que contribuyen a cumplir con los objetivos planteados.

Como se planteaba en el primer objetivo específico, en cuanto a la percepción de confianza y seguridad de los propietarios de Vehículos particulares, se ha encontrado una percepción positiva hacia la aplicación ATUA.

Por su parte, en relación al segundo objetivo específico, en relación a la percepción de confianza y seguridad de los arrendatarios de Vehículos particulares, se ha observado una percepción general de confianza en la aplicación ATUA. Aunque existen preocupaciones relacionadas con la seguridad y calidad del vehículo, así como con la disponibilidad y el proceso de devolución del depósito de seguridad, la experiencia general de los arrendatarios es mayormente positiva y satisfactoria.

En lo que manifiesta al tercer objetivo específico, que indicaba identificar los factores clave que influyen en la confianza y seguridad percibidas por los Usuarios de la aplicación ATUA en ambos grupos, se puede decir que para el primero de ellos planteado en el primer objetivo, los factores clave identificados son la generación de ingresos adicionales de manera sencilla y segura, las medidas de seguridad implementadas por ATUA, y la comunicación eficiente y el soporte brindado por la Plataforma. Estos factores son fundamentales para generar confianza en los propietarios, respaldando su elección de utilizar ATUA y recomendársela a otros propietarios interesados en el Alquiler de autos. Para el segundo grupo, los factores clave identificados incluyen la reputación y calificaciones de los propietarios, la transparencia en la información de los Vehículos y las políticas de seguro, y el sistema de evaluaciones y comentarios de otros arrendatarios.

En base a estos resultados, se recomienda desarrollar una Estrategia de Marketing efectiva para aumentar la captación de Clientes en ATUA. Dicha Estrategia debe enfocarse en destacar los factores clave que generan confianza y seguridad tanto en los propietarios como en los arrendatarios. Es fundamental resaltar la oportunidad de generación de ingresos adicionales para los propietarios, garantizando la seguridad y simplicidad del proceso. Además, se debe fortalecer la reputación de los propietarios y fomentar la transparencia en la información y el sistema de evaluaciones para generar confianza en los arrendatarios.

Es importante implementar una Estrategia de comunicación efectiva que destaque los aspectos positivos de ATUA, utilizando testimonios y experiencias de Usuarios satisfechos. Asimismo, se deben establecer alianzas estratégicas con Empresas y comunidades locales, y desarrollar programas de referencia y recompensas para fomentar la captación de nuevos anfitriones.

Para evaluar y optimizar continuamente la Estrategia de Marketing, se recomienda medir y analizar los resultados obtenidos, enfocándose en métricas clave como el número de nuevos anfitriones registrados y las tasas de retención de Usuarios. Esto permitirá realizar ajustes necesarios y asegurar el éxito de la Estrategia de captación de Clientes en ATUA.

El Estudio ha proporcionado información valiosa sobre los Factores Clave que influyen en la confianza y seguridad de los propietarios y arrendatarios de Vehículos en la aplicación ATUA. Mediante la implementación de una Estrategia de Marketing efectiva que aborde estos factores, ATUA podrá aumentar la captación de Clientes y consolidarse como una Plataforma confiable y conveniente para el Alquiler temporario de Vehículos particulares.

## **LÍNEAS FUTURAS de INVESTIGACIÓN:**

Respecto a la aplicación ATUA y su Plataforma de Alquiler Temporario de Vehículos Particulares se podrían realizar los siguientes Análisis:

- 1. Evaluación de la Satisfacción del Cliente:** Realizar estudios que analicen la satisfacción de los propietarios y arrendatarios de Vehículos en relación con la experiencia general de uso de la aplicación ATUA. Esto permitirá identificar áreas de mejora y fortalecer los aspectos que generan mayor satisfacción.
- 2. Calidad y Seguridad de los Vehículos:** Realizar investigaciones para evaluar la calidad y seguridad de los Vehículos disponibles en ATUA. Esto podría incluir inspecciones más detalladas de los Vehículos por parte de la Plataforma, así como la implementación de políticas más estrictas de verificación y mantenimiento de los Vehículos.
- 3. Políticas de Seguro:** Investigar en profundidad las políticas de seguro ofrecidas por ATUA y evaluar su efectividad y cobertura. Esto ayudaría a brindar mayor tranquilidad y confianza tanto a los propietarios como a los arrendatarios en caso de incidentes o daños durante el Alquiler.
- 4. Nuevas formas de Generación de Ingresos:** Investigar posibles oportunidades de expansión de los servicios ofrecidos por ATUA, como la incorporación de servicios de entrega de alimentos o paquetería. Esto permitiría a los propietarios de Vehículos tener más opciones para generar ingresos adicionales y atraer a un mayor número de Usuarios a la Plataforma.

5. **Plataformas de la Competencia:** Realizar comparativas entre ATUA y otras Plataformas de Alquiler de Vehículos para identificar fortalezas y oportunidades de mejora. Esto proporcionaría información valiosa para diferenciar y posicionar a ATUA de manera más efectiva en el mercado.
6. **Tecnologías Emergentes:** Explorar el uso de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y la conducción autónoma, en el contexto del Alquiler de Vehículos particulares. Esto permitiría analizar el impacto de estas tecnologías en la confianza y seguridad percibida por los Usuarios de ATUA y su potencial para mejorar la experiencia de Alquiler.

Entendiendo que estos Análisis podrían contribuir a fortalecer la Propuesta de Valor de ATUA, brindar una experiencia aún más segura y confiable a los Usuarios y ampliar su presencia en el mercado del Alquiler de Vehículos particulares.

### **Recomendaciones:**

También se podrían recomendar algunas Estrategias de Marketing con las que ATUA aumentaría la Captación de Clientes, ideadas a partir de los factores Clave de Confianza y Seguridad identificados en el Estudio:

- **Crear una campaña de Marketing para generar Ingresos Adicionales:** Destacar la oportunidad que ofrece ATUA a los propietarios de Vehículos particulares para obtener ingresos adicionales de manera sencilla y segura. Utilizar testimonios de anfitriones que han tenido éxito en la generación de ingresos a través de la Plataforma, resaltando los beneficios económicos y la conveniencia de alquilar sus Vehículos.
- **Realizar Alianzas Estratégicas con Empresas y Comunidades Locales:** Establecer colaboraciones con Empresas y comunidades locales para promocionar ATUA como una alternativa rentable y confiable para alquilar Vehículos. Ofrecer incentivos especiales a los empleados de Empresas asociadas y a los residentes de comunidades específicas para animarlos a convertirse en anfitriones en la Plataforma.
- **Implementar Programas de Referencia y Recompensas:** Desarrollar un programa de referencia que incentive a los anfitriones actuales a recomendar ATUA a otros propietarios de Vehículos particulares. Ofrecer recompensas, como descuentos en las tarifas de Alquiler o bonificaciones económicas, tanto para el anfitrión referente como para

el nuevo anfitrión. Esto ayudará a aumentar la captación de Clientes a través del boca a boca y aprovechar la red existente de anfitriones satisfechos.

- **Mejorar la Visibilidad y Reputación de los Anfitriones:** Destacar la reputación y las calificaciones positivas de los anfitriones en la Plataforma. Mostrar testimonios de arrendatarios satisfechos y resaltar la experiencia y confiabilidad de los anfitriones. Además, proporcionar herramientas y recursos a los anfitriones para mejorar la calidad y presentación de sus Vehículos, lo que contribuirá a generar confianza y atraer a más arrendatarios.
- **Aumentar la Información detallada de los Vehículos:** Mejorar la comunicación y la información proporcionada sobre los Vehículos en la Plataforma. Asegurarse de que los anfitriones brinden detalles precisos sobre el estado, características y políticas de seguro de sus Vehículos. Esto permitirá a los arrendatarios tomar decisiones informadas y sentirse más seguros al alquilar un vehículo a través de ATUA.
- **Potenciar el Sistema de Evaluaciones y Comentarios:** Promover el uso activo del sistema de evaluaciones y comentarios por parte de los arrendatarios. Incentivar a los arrendatarios a dejar evaluaciones detalladas y honestas después de cada Alquiler, y resaltar la importancia de estas evaluaciones en la elección de futuros arrendatarios. Establecer una cultura de retroalimentación positiva y transparente para fortalecer la confianza en la Plataforma.
- **Brindar un Soporte excepcional al Cliente:** Mejorar aún más la comunicación y el soporte ofrecido por ATUA durante el proceso de Alquiler de Vehículos. Garantizar una respuesta rápida y efectiva a consultas y problemas, proporcionar canales de comunicación adicionales como chat en vivo o asistencia telefónica, y capacitar al equipo de atención al cliente para resolver cualquier situación de manera satisfactoria. Esto generará confianza en los arrendatarios y los alentará a utilizar la Plataforma nuevamente y recomendarla a otros.
- **Realizar Campañas Publicitarias Segmentadas:** Dirigir campañas publicitarias específicas a segmentos de mercado clave, como viajeros frecuentes, estudiantes universitarios o profesionales que necesiten un vehículo por un tiempo limitado. Utilizar Estrategias de segmentación para mostrar los beneficios y ventajas de alquilar Vehículos a través de ATUA, adaptando los mensajes y los canales de publicidad a cada segmento.

- **Participar en Eventos y Ferias del Sector:** Estar presente en eventos y ferias relacionados con el Alquiler de Vehículos, tanto a nivel local como nacional. Esto brindará la oportunidad de establecer contactos con potenciales anfitriones y arrendatarios, demostrar la confiabilidad de la Plataforma y promover sus ventajas competitivas.
- **Medir y Analizar los Resultados:** Implementar un sistema de seguimiento y análisis de las Estrategias de Marketing utilizadas para captar Vehículos. Medir métricas clave como el número de nuevos anfitriones registrados, el aumento en las reservas de Alquiler y las tasas de retención de Usuarios. Utilizar estos datos para ajustar y optimizar continuamente la Estrategia de Marketing, enfocándose en las tácticas que generen los mejores resultados.

Al enfocarse en la generación de ingresos adicionales, la implementación de Medidas de Seguridad, la Mejora de la Comunicación y el Soporte, así como la Transparencia y el fortalecimiento de la Reputación de los Anfitriones, la Plataforma podría posicionarse como una opción atractiva y confiable tanto para los Propietarios de Vehículos particulares como para los Potenciales Arrendatarios.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

### **LIBROS:**

- Aslam, A. y Shah, A. (2017). Taxation and the Peer-to-Peer Economy. IMF Working Paper. WP/17/187
- Becerra, M. del C.; Zarate, P.; Romagno, M. y Pantano, J.C. (2020). Economía de Plataformas. Nuevos Modelos de Negocios y Tensiones Normativas. SID, Simposio Argentino de Informática y Derecho.
- Calero, I., Vilchez, J., & Zambrana, Y. (2020). Marketing Digital. Herramientas del Marketing Digital. [tesis de grado] Universidad Nacional autónoma de Nicaragua.
- Peralta Cotrina, S. (2022). El Marketing Digital y la Captación de Clientes en la Empresa estudios Luna-Chiclayo 2021. [Tesis de Grado] Universidad Señor de Sipán. Facultad de Ciencias Empresariales.

- Regalado, O., Alpaca, R., Baca, L., Gerónimo, M. (2011). EndoMarketing: Estrategias de relación con el cliente interno. Ed. ESAN. Perú.
- Rivero, J. (2018). Mercado B2B para compradores y proveedores. Marketing Digital.
- Ruiz, B. M. (2019). Planificación Estratégica en Unidades de Negocios. España.
- Sanagustín, E. (2009). Marketing. (1ra. Ed.) México: Eduardo Durán Valdivieso.
- Schor, J. B. y Fitzmaurice, C. J. (2015). "Collaborating and Connecting: The Emergence of the Sharing Economy." En Reisch, L. y Thøgersen, J., Cheltenham, UK: Edward Elgar (editores), Handbook on Research on Sustainable Consumption.
- Selman, H. (2017). Marketing Digital. E-book: Ibukku.
- Condori, E. (2020). Propuesta de Mejora de Marketing Digital para la Gestión de Calidad en los micros y pequeñas Empresas del sector comercio, Rubro Ferreterías. [Tesis de Grado] Universidad Católica los Ángeles Chimbote.
- Ferrel, O.C. y Hartline, M.D. (2018). Estrategia de Marketing. Cengage Learning.
- Fleming, P., (2000). Hablemos de Marketing Interactivo (2.ª ed). Esic Editorial.
- Kotler P. y Armstrong, G. (2012). Fundamentos del Marketing. (9na. Ed.). Pearson.
- Lozano-Torres, B.V.; Toro-Espinoza, M.F. y Calderón-Argoti, D.J. (2021). El Marketing Digital: herramientas y tendencias actuales. Dom.Cien. 7 (6), 907-921.
- Mesen, J. (2011). Mercadotecnia. Ed. Limusa. México.
- Díaz-Foncela, M.; Marcuello Servós, C. y Monreal Garrido, M. (s.f.). (2016): Economía Social y Economía Colaborativa: Encaje y Potencialidades. Revista economía industrial (402), 27-35.

## **ACCESOS ON LINE:**

- Álvarez Pinto, F.D. (2007). Planificación Estratégica de Marketing. Perspectivas. (20) 67-104.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331006.pdf>



- Arenal Laza, C. (2016). Organización de procesos de venta: UF0030 (1st ed.). Editorial Tutor Formación.  
<https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/44225?page=80>
- Bauwens, M. (2014). La economía política de la producción entre iguales. Hipertextos I (32), 15-29.  
[http://revistahipertextos.org/wp-content/uploads/2014/09/Hipertextos\\_no.2.15-29.pdf](http://revistahipertextos.org/wp-content/uploads/2014/09/Hipertextos_no.2.15-29.pdf)
- Bastiani, C. (2020). El servicio de Alquiler de auto y su vinculación con el turismo de reuniones en la ciudad de Bahía Blanca. [tesina] Universidad Nacional del Sur.  
<https://repositorioDigital.uns.edu.ar/handle/123456789/5698>
- Chiriboga Casanova, M. del R. (2015). Plan de Marketing para la Empresa de servicio de Alquiler de Vehículos Lichi Renta Car del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, año 2015 [tesis de grado]. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador.  
<http://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/3206>
- Comisión Europea (2016). An European agenda for the collaborative economy – supportive analysis.  
<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881>
- Dondena, CASE, IEB & PWC (2017). Literature review on taxation, entrepreneurship and collaborative economy. Directorate General Taxation and Customs Union, European Commission, Taxation Papers (70).  
[https://www.case-research.eu/files/?id\\_plik=5362](https://www.case-research.eu/files/?id_plik=5362)
- Florez Florez, J. (2016). Estrategias de Marketing. Eje 3.  
[https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3118/RP\\_eje3.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3118/RP_eje3.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Giordanelli, L. (15 de noviembre de 2022). Historia y ventajas del Alquiler de autos en el mundo. Rentto.  
<https://rentto.pe/historia-y-ventajas-del-Alquiler-de-autos-en-el-mundo/>

- González Brito, I. A. (2020). Estrategia de Marketing para la Captación de Clientes. Caso Trust Control, en la ciudad de Guayaquil, año 2021. [tesis de grado] Universidad Ecotec.  
<https://repositorio.ecotec.edu.ec/bitstream/123456789/201/1/GONZALEZ%20ISAAC.pdf>
- Muñoz Rodríguez, I. M. (2022). Estrategias de Marketing para G&M renting a car cantón La Libertad. [ensayo] Universidad Estatal Península de Santa Elena.  
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/7624>
- Patiño Rodríguez, D. (2019). Características de la economía P2P y reglas para diseñar su tributación. Depósito de Investigación Universidad de Sevilla.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/200977662.pdf>