

MITIGANDO RIESGOS EN ESTACIONAMIENTOS VEHICULARES DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS INCENTIVOS

TILSA ORÉ*

Resumen

Uno de los problemas con los que recurrentemente lidian los consumidores tiene que ver con los estacionamientos vehiculares, no solo porque escasean cada vez más, sino por la inseguridad presente tanto fuera (vías públicas) como dentro de estos espacios destinados al parqueo vehicular. Lamentablemente, en este mercado la información es imperfecta y asimétrica, por lo que las decisiones de los consumidores no son óptimas ni los resultados los más satisfactorios en materia de seguridad. Esto es importante, ya que estacionamientos inseguros podrían inhibir de manera directa o indirecta la frecuencia y continuidad de las transacciones comerciales realizadas por sus dueños.

El problema de inseguridad en los estacionamientos se explica en gran medida por la falta o inadecuada asignación de responsabilidades entre las partes (operador y consumidor) ante el riesgo de robo: una asignación ineficiente de riesgos influye en los incentivos que motivan la conducta de los agentes involucrados. En este artículo se analizan las situaciones generadas a partir de dos esquemas de incentivos identificados antes y después de la medida legal recientemente promulgada al respecto. Asimismo, se sugiere un esquema alternativo de riesgo compartido que ofrezca un escenario más adecuado para garantizar mayor seguridad en los estacionamientos vehiculares.

- ◆ Bachiller en Ciencias Sociales con mención en Economía por la Pontificia Universidad Católica del Perú, con grado de maestría en Economía Internacional y Cooperación Económica por la Universidad de Kyung Hee (Corea del Sur). Actualmente se desempeña como Economista Senior de la Gerencia de Estudios Económicos. E-mail: tore@indecopi.gob.pe; tilsa.ore@pucp.edu.pe.

Agradezco los valiosos comentarios y sugerencias de Gonzalo Ruiz, Director de la Escuela de la Competencia y Propiedad Intelectual del INDECOPI. El contenido de este artículo es de mi exclusiva responsabilidad y no compromete de manera alguna a la institución donde laboro.

I. Introducción

La tenencia de un vehículo brinda a los ciudadanos la facilidad de desplazamiento, muy importante sobre todo en extensas ciudades que, como Lima, se caracterizan por sus distanciados destinos. No obstante, la tranquilidad que trae consigo la movilidad vehicular es desafiada a menudo por la falta de seguridad en las calles y en los espacios donde estacionar. Existe pues un riesgo de robo y daño que se traduce luego en mayores costos, fuera de aquél que comporta la operación y mantenimiento natural en el que debe incurrir el dueño del vehículo (seguros, propinas a cuidadores, entre otros).

Durante el año 2009, según información provista por la Dirección de Investigación de Robos de Vehículos de la Policía Nacional (DIPROVE) (2010), se reportaron 13.787 robos de vehículos a nivel nacional, cifra 7% mayor que la registrada el año anterior; siendo los automóviles (34%) y las camionetas (24%) los tipos de vehículos más afectados. Cabe resaltar que en el departamento Lima se concentra el 62% del total nacional de robos denunciados de vehículos. (Lamentablemente, no se cuenta con estadísticas de denuncias de objetos robados de los carros ni de autopartes, ya que estos hurtos no son usualmente denunciados; aun así, se cree que su número es mayor que el de los vehículos.)

Asimismo, la DIPROVE reportó que el 59% de todos los robos fueron realizados en parqueos públicos, estacionamientos de centros comerciales y centros de recreo. El resto ocurrió en espacios públicos con violencia y a mano armada. Pese a que la tasa de recuperación de estos vehículos por la Policía Nacional del Perú (PNP) fue de 62%, menos de un tercio de los carros recuperados apareció parcialmente desmantelado; el resto mostró condiciones peores (destrucción, desmantelamiento total, entre otras).

Solo en la ciudad de Lima, durante los primeros siete meses de 2009 se registraron 37 robos de vehículos en 19 centros comerciales, y se ha identificado a Plaza Lima Sur, Metro de San Juan de Lurigancho y Molina Plaza como los puntos críticos de tales actividades delictivas.¹

¹ Peru.com (2010), artículo periodístico titulado “PNP: 37 vehículos fueron robados en 19 centros comerciales de la capital”. Disponible en: <<http://www.peru.com/noticias/portada20090731/47436/PNP-37-vehiculos-fueron-robados-en-19-centros-comerciales-de-la-capital>> (consulta: 12/5/2010).

¿Qué se entiende por servicio de estacionamiento vehicular y por qué es importante la seguridad en estos establecimientos? ¿Qué implicancias tiene la falta de seguridad sobre las transacciones comerciales? ¿Quién debería asumir los riesgos de robo y daño en estos lugares? ¿Qué medidas posibles existen para mitigar los riesgos de robo? Éstas son algunas de las preguntas que este artículo se propone resolver.

II. El servicio de estacionamiento vehicular

Se entiende por servicio de estacionamiento vehicular aquel por el cual se brinda un espacio físico debidamente acondicionado —de acuerdo con los requerimientos legales (dimensiones, equipamiento, entre otros)— para el parqueo vehicular. La transacción se realiza entre dos partes: el propietario u operador del estacionamiento y el usuario o consumidor del servicio.

En función de las características de la provisión del servicio, se pueden distinguir dos tipos de prestación:

- i) Servicio de estacionamiento como rubro principal del negocio: El servicio se brinda directamente a cambio de una contraprestación monetaria. Es el caso de empresas como Los Portales, que ofrecen el servicio de parqueo al usuario en playas de estacionamiento.
- ii) Servicio de estacionamiento como servicio adicional al giro principal del negocio: El servicio de estacionamiento es ofrecido de manera accesoria al servicio principal de la actividad comercial y es provisto, gratuitamente o por una contraprestación, por locales privados de comercio o de servicios abiertos al público masivo que tiene como fin principal la venta de otros bienes o servicios. Es el caso de los centros comerciales, restaurantes, hoteles, entre otros.

El servicio de parqueo o estacionamiento vehicular es con frecuencia prestado en espacios privados, pero también es brindado en la vía pública. En ciudades congestionadas como la nuestra, sin embargo, una de las ventajas del estacionamiento fuera de la vía pública —sobre todo en espacios privados— es que éste permite una menor congestión en las calles. En efecto, durante los años 60 y 70 del siglo pasado, países como el Reino Unido² promovieron el desarrollo de

² Webb, B.; B. Brown y K. Bennett (1992). “Preventing car crime in car parks”. Police Research Group. Crime Prevention Unit Series. Paper n.º 34. Home Office Police Department. Londres.

espacios de estacionamiento (fuera de la vía pública y del centro de la ciudad) y de centros comerciales (con la obligación de destinar áreas para estacionamientos) en zonas más alejadas, con el fin de descongestionar las calles del centro de Londres e incentivar el uso de otros medios de transporte, como los buses.

La ciudad de Lima no es ajena a estos problemas.³ En la actualidad, en muchos distritos de Lima se condiciona los permisos de funcionamiento de determinados locales destinados a la atención al público a que cuenten con un cierto número de espacios para estacionamientos vehiculares. El déficit de estacionamientos ya se ha hecho evidente en distritos como Miraflores, San Isidro y San Borja,⁴ por mencionar solo algunos; y en distritos como Lima Cercado, Jesús María y Lince, para suplir la demanda insatisfecha de estacionamientos persiste la práctica del parqueo vehicular en vías públicas pese a que en muchos casos éstas no son destinadas a tal fin (bermas, veredas, etcétera). Ello, sumado al importante crecimiento del parque automotor en Lima,⁵ viene generando un serio problema de congestión y caos vehicular en las calles, de modo que el esquema actual resulta ya poco sostenible.

Sin perjuicio del efecto “descongestionador” de los estacionamientos privados, éstos también constituyen espacios de almacenamiento y de implícito resguardo de un bien privado (el vehículo) durante un periodo de tiempo, en muchos casos a cambio de una contraprestación. De hecho, un factor que lleva a los conductores

Disponible en: <http://www.popcenter.org/problems/parking_garage_theft/PDFs/webb.pdf> (consulta: 11/5/2010).

³ Según los informes especiales publicados por Radio Programas del Perú, solo Miraflores requiere de estacionamientos que alberguen a 10.000 vehículos por lo menos. Informes especiales de Radio Programas del Perú: “¿Hacen falta estacionamientos en Lima?”, publicado el 25 de agosto de 2009 y disponible en: <<http://radio.rpp.com.pe/informesespeciales/%C2%BFhacen-falta-estacionamientos-en-lima/>>. Y “Lima necesita más estacionamientos”, publicado el 10 de noviembre de 2009 y disponible en: <<http://radio.rpp.com.pe/informesespeciales/lima-necesita-mas-estacionamientos/>>.

⁴ La Municipalidad de San Borja ha dispuesto, por Ordenanza, que las construcciones y edificaciones en áreas con déficit de estacionamientos deben proveer o destinar también espacios suficientes para estacionamientos vehiculares (véase Ordenanza Municipal 386-MSB de fecha 4 de diciembre de 2010, disponible en: <http://www.realhome7.com/ORDENANZA_386-MSB.pdf>).

⁵ Entre los años 2000 y 2008 el parque automotor de Lima y Callao pasó de 777 mil a 1,04 millones de unidades vehiculares, lo que significa una tasa anual promedio de crecimiento de 3,7%. Los automóviles y Station Wagon representan, en promedio, el 62% de todos los vehículos del parque automotor. Asimismo, solo Lima y Callao concentran alrededor del 63% de todo el parque automotor nacional (Fuente: OGPP-Oficina de estadística del MTC. Disponible en: <<http://www.mtc.gob.pe/estadisticas/index.html>>. Consulta: 12/5/2010).

a decidirse por un parqueo privado frente a uno en la vía pública está relacionado con la duración de la estadía y la asociación de mayor seguridad (o vigilancia de los vehículos) durante su permanencia dentro del perímetro de una playa de estacionamiento. Esto se manifiesta de manera más intensa en el caso de Lima debido a que, como en toda ciudad grande, la seguridad ciudadana es una preocupación importante para los vecinos.

Actualmente, en ciudades como Lima —donde los niveles de crimen e inseguridad son importantes—, la seguridad no es un factor adicional o accesorio en las transacciones comerciales, sino que resulta hasta necesario para asegurar la fluidez de aquéllas. Al enfrentar una demanda derivada de otras actividades comerciales (negocios, comercio, etcétera), la seguridad en el servicio de estacionamiento es también relevante para favorecer la continuidad de las diversas transacciones y actividades comerciales. Por eso, la provisión de un servicio de estacionamiento exige también la provisión de condiciones mínimas de seguridad.

En ese sentido, un usuario o consumidor del servicio tiene derecho a una prestación idónea. Aunque esto es más claro en el caso de operadores que venden el servicio y reciben un pago por él, no deja de ser cierto para el caso de proveedores que brindan el servicio como uno adicional, ya que proveerlo les permite obtener beneficios mayores en su línea de negocio.⁶ En efecto, el servicio de estacionamiento anexo brinda mayores ventajas a los establecimientos comerciales frente a sus rivales, asegurándoles mayor flujo de consumidores y, por tanto, mayores niveles de ventas. Los estacionamientos hacen más atractivos a los establecimientos comerciales, al brindar un mayor grado de comodidad y de confiabilidad a los clientes, en la medida en que garantizan la seguridad.

En general, en tanto los estacionamientos son muchas veces ofrecidos —y percibidos— como parte del servicio que recibe el consumidor al realizar sus actividades de consumo en el establecimiento elegido, la figura inicial de servicio adicional se diluye y surge en cambio como parte integrante de las facilidades que brinda el local; por tanto, ese local debiera cumplir con lo que se espera del servicio: seguridad y conveniencia.

⁶ Argumentos similares han servido de sustento para resolver casos de Protección al Consumidor en Chile, a través del Servicio Nacional del Consumidor (véase <<http://www.sernac.cl/leyes/detalle.php?id=2182>>, y <http://buscador.sernac.cl/search?q=cache:mGDNeuzjg1MJ:www.sernac.cl/consejos/detalle.php%3Fid%3D1828+estacionamiento&access=p&output=xm1_no_dtd&site=sernac_web&ie=UTF-8&client=default_frontend&proxystylesheet=default_frontend&oe=UTF-8>. Consulta: 9/5/2010).

III. Estacionamientos y medidas de seguridad

Las playas de estacionamiento pueden ser abiertas o cercadas, sobre la superficie o subterránea, con una o varias entradas, con o sin acceso peatonal, automatizadas o servidas por empleados. Sea cual fuera su diseño, deben cumplir con determinadas características establecidas por las municipalidades del distrito en el que se ubican, las mismas que debieran incluir requisitos de dimensiones, espacios destinados a discapacitados, medidas de prevención de accidentes y otras facilidades.

Webb *et al.* (1992), en un estudio realizado en el Reino Unido, encontró que tanto el diseño como la localización influyen en el riesgo o exposición a robos de carros y objetos dentro de ellos. Entre los resultados más resaltantes se destaca que los estacionamientos abiertos con servicio automatizado de “paga y estaciona” (“*pay & display*”)⁷ son los más vulnerables a riesgos de robo de carros y objetos dentro de ellos, sobre todo en los casos de periodos largos de estancia. Los robos de pertenencias (y autopartes) dentro de los vehículos resultaron mayores que los de vehículos, además de que su detección es más difícil dada la característica de portabilidad de los objetos: los ladrones pueden ser peatones externos o personas que, tomando el servicio, atentan contra la propiedad privada de otros.

Por otro lado, el estudio encuentra que si bien la presencia de gente o movimiento comercial cercano a los espacios de estacionamiento (tiendas, restaurantes, etcétera) puede disuadir la presencia de ladrones de autos, esto no reduce totalmente el riesgo (de cualquier tipo de robo). Además, para espacios privados, el que no haya un acceso de peatones a las instalaciones distinto de la puerta de ingreso/salida vehicular deviene en un factor clave que influye en un menor riesgo de robo, particularmente del vehículo completo. Para el caso del hurto de objetos dentro de los vehículos, no se logró identificar exactamente un factor mitigante de riesgos, pero se encontraron menores ocurrencias en aquellos estacionamientos con personal que controla la entrada y salida, que son de una sola planta y pequeños en dimensión o de varias plantas pero con vigilancia permanente (patrulla o atención al cliente en forma de lavado, asistencia mecánica, etcétera) sobre las instalaciones de las playas de estacionamiento.

⁷ Estacionamientos usuales en EE.UU. y países europeos, en los que existen dispositivos fijos frente al espacio para estacionar y que a cambio del pago de una tarifa establecida emiten un *ticket* de parqueo que permite al conductor aparcar en dicho espacio. El sistema es automatizado y requiere de un monitoreo efectivo del cumplimiento de reglas (Policía o Serenazgo) y de la honestidad de los usuarios. Este sistema es generalmente usado en espacios destinados a estacionamientos en vías públicas.

Así, los servicios de parqueo que cuentan con personal no solo para el control de *tickets* sino también para el servicio de asistencia al usuario y de vigilancia ofrecen menos riesgos de robos de vehículos y de autopartes u objetos dentro de los carros. Finalmente, otro hallazgo interesante del estudio es que en la mayoría de los casos de robo de pertenencias en vehículos estacionados, el forcejeo de éstos es la modalidad más reportada por las víctimas, destacándose el rompimiento de ventanas y la manipulación de las puertas como las técnicas más usadas (estas técnicas se reportaron entre un 60% y 90% de los casos estudiados).

Esto último es muy útil, pues muestra que el comportamiento del conductor diligente respecto de la seguridad de su vehículo tiene un impacto muy limitado; por el contrario, las medidas de prevención de los operadores son más significativas en la reducción del riesgo de robo: solo mantener personal trabajando en las playas puede ayudar a prevenir de manera importante robos de y a vehículos (aun en casos de poco campo visual, los ruidos sí pueden servir de alerta al personal del estacionamiento).

Entre algunas medidas que pueden tomarse en cuenta para reducir el riesgo de robo y mejorar la seguridad en el servicio de estacionamientos, se han identificado las siguientes:

- i) La implementación de circuitos cerrados de televisión (CCTV por sus siglas en inglés);
- ii) La contratación de personal de seguridad que patrulle constantemente la zona de estacionamientos;
- iii) La mejora de la iluminación de la playa;
- iv) El reforzamiento del perímetro con cercados más seguros; y,
- v) El uso de barreras en la entrada y acceso electrónico ⁸.

Tomando en cuenta lo anterior y los resultados del estudio de Webb *et al.* (1992), y a priori sería posible identificar muchas playas de estacionamiento en el Perú que encajarían en el requisito de menos vulnerables al robo, específicamente en referencia a aquellos estacionamientos de una sola entrada y salida, con poco o

⁸ Clarke, R. (2002). "Thefts of and from cars in parking facilities" Problem-Oriented Guides for Police Series No. 10, Office of Community Oriented Policing Services-US Department of Justice. Washington, D. C. Disponible en: <<http://www.cops.usdoj.gov/files/RIC/Publications/e11011355.pdf>>.

nulo acceso peatonal ajeno a los vehículos estacionados. No obstante, la realidad es otra, y muchos de esos estacionamientos en el caso de Lima son inseguros. Una explicación de ello puede ser encontrada en el problema de asignación de riesgo e informalidad de la actividad.

IV. Estacionamientos, riesgos y el problema del consumidor

En el caso de los servicios de estacionamiento existe un problema de información asimétrica que deviene en información incompleta para el consumidor, lo que conduce a estos a la toma de decisiones subóptimas: los conductores suelen desconocer toda la oferta de estacionamientos existente, además del nivel de confiabilidad y calidad del servicio de todos ellos. Esto ocurre muchas veces por desconocimiento de la zona a la que se dirigen, pero particularmente porque desconocen a cabalidad todos los niveles de riesgo asociados a cada estacionamiento, por lo que son poco capaces de juzgar cuál provee relativamente un ambiente de estacionamiento más o menos seguro^{9,10}. Asimismo, las opciones pueden limitarse a una sola: dada su ubicación estratégica, las playas de estacionamiento pueden ejercer cierto poder de mercado (el parque de estacionamiento de un centro de diversiones o de un centro comercial, por ejemplo).

Una medida para paliar el problema de la información incompleta que enfrenta el consumidor podría ser promover la mayor transparencia en esa información. Para este propósito, en Europa se han ensayado, con éxito, campañas de identificación de “estacionamientos más seguros”. A partir del cumplimiento de estándares mínimos, con estas campañas se calificaban acciones adicionales del operador para garantizar la seguridad en estos establecimientos.¹¹ Con esa información los consumidores serían más capaces de influir en el mercado a través de sus decisiones, y afectar a los establecimientos con la reputación o prestigio de sus estacionamientos. Ensayar esta medida en el Perú podría no ser mala idea, pero exigiría erradicar por lo menos gran parte de la informalidad en este mercado y mejorar los sistemas de supervisión de los establecimientos que actualmente se encuentran dispersos en función de su jurisdicción municipal.

⁹ Webb *et al.* (1992), *op. cit.*

¹⁰ Aun cuando los consumidores contaran con toda la información posible, las decisiones de los consumidores pueden no ser las económicamente óptimas, debido a la existencia de racionalidad limitada, un concepto que ha tomado mayor fuerza en los últimos años dado el desarrollo teórico en materia de *Behavioral Economics*.

¹¹ *Ibidem*.

Otra medida alternativa, que ataca directamente el problema de los bajos o nulos niveles de seguridad en los servicios de estacionamiento, tiene que ver con la asignación de riesgos, que están directamente asociados a los incentivos que enfrentan proveedores y consumidores. Así, una reasignación de riesgos influirá en los incentivos que conducen a conductas más convenientes para el buen funcionamiento del mercado y para la satisfacción del consumidor.

Ahora bien: esta asignación podría darse antes o después del evento a través de medidas legales *ex-ante* o de juicioso solución de controversias *ex post*, respectivamente. En el segundo caso, los costos de transacción de llegar a una solución serían altísimos, tanto en términos monetarios como de tiempo y comodidad; ello, multiplicado por el número de denuncias, podría hacer inviable y/o altamente costosa la resolución de estos casos. En el caso de las medidas legales, sin embargo, los costos de transacción involucrados en la asignación de riesgos y de responsabilidades son mucho menores, y las acciones para garantizar su cumplimiento podrían ser más efectivas. En efecto, determinando de manera anticipada las responsabilidades de las partes, no solo se disuade el oportunismo (ventaja que puede tomar uno de la situación del otro), sino que se brindan además fuertes incentivos para minimizar los riesgos de ocurrencia de robos (por parte de los agentes involucrados) y se toman medidas de prevención más adecuadas.

Hace poco, el Congreso de la República del Perú ha pretendido brindar una solución al problema a través de la regulación del servicio con la promulgación de la Ley 29461, Ley que Regula el Servicio de Estacionamiento Vehicular” (la Ley, de aquí en adelante). Este instrumento legal ha redefinido la asignación de riesgos entre operadores/propietarios de estacionamientos y usuarios, al identificar, además, como responsables de los riesgos a los que están en mayor capacidad para enfrentarlos y asumirlos a un menor costo, afectando con ello claramente los incentivos en las partes.

Hasta antes de noviembre de 2009 —cuando se publicó la Ley—, los usos y costumbres del mercado incentivaban la negligencia en temas de seguridad en el servicio en discusión. El riesgo de robo en estos casos los asumía enteramente el consumidor. Con frecuencia, en los *tickets* de estacionamiento los proveedores del servicio se exoneraban anticipadamente de responsabilidad alguna en caso de robo o daño de los vehículos.

Con la norma, sin embargo, el esquema es modificado diametralmente. Sin embargo, pese a sus intenciones de extender la protección al consumidor,

consideramos que no logra ser un instrumento que equilibre riesgos de manera adecuada entre las partes involucradas. Ello ocurre debido a que al asignar totalmente el riesgo de robo al proveedor, se favorece el surgimiento de problemas de riesgo moral por parte del consumidor. Si bien el proveedor está en mejor capacidad para asumir los riesgos (recuérdese que el impacto de las medidas de prevención de los estacionamientos es mucho mayor que el de los consumidores, que es de alcance limitado), es también cierto que existe un campo de responsabilidad atribuible al consumidor. A continuación se analiza la situación anterior y posterior a la medida, para luego plantear una tercera alternativa a manera de propuesta.

4.1 Situación inicial: El consumidor asume todo el riesgo

Con el esquema previo a la aprobación de la Ley 29461,¹² los proveedores del servicio de estacionamiento, si bien brindaban el servicio de parqueo a cambio o no de una contraprestación monetaria (o en la forma de consumo mínimo en el establecimiento comercial), estaban exentos de cualquier responsabilidad sobre el robo de los vehículos parqueados en sus espacios o de objetos dentro de ellos, o por lo menos así lo expresaban sus *tickets* o boletas.¹³ En este escenario queda claro que no existía incentivo alguno para que los proveedores del servicio se esfuercen en brindar un mínimo de seguridad. Ello se reflejaba en la falta de control sobre las playas de estacionamiento y sobre el personal que las operaba.

Cabe mencionar que un aspecto que favoreció este tipo de esquema ha sido la facilidad con la que se puede obtener una licencia de funcionamiento (en el caso de los formales), la laxitud de los requisitos impuestos y la casi nula inversión específica: es decir, la libre entrada y salida al/del mercado de servicios de estacionamiento. Tal facilidad ha contribuido a la expansión del negocio (en un contexto de demanda creciente), y ha permitido que el servicio sea brindado a cambio de una baja o nula tarifa, favoreciendo al consumidor en materia de precios.

Según los defensores de este sistema, el servicio de estacionamiento consiste únicamente en el alquiler de espacio. La seguridad y calidad del servicio son aspectos adicionales que serán brindados en la medida en que así lo determine el libre mercado. Siguiendo con este razonamiento, el consumidor demandará o no seguridad, pero eso es parte de otro servicio que puede ser o no brindado por el

¹² Ley publicada el 28 de noviembre de 2009 en el Diario *El Peruano*, y que entró en el 26 de febrero de 2010.

¹³ Los estacionamientos acostumbraban a brindar un servicio de parqueo, pero advirtiendo a

proveedor del estacionamiento. En todo caso, según esta posición, la elección del consumidor entre estacionarse en uno u otro establecimiento o en la vía pública, siempre será óptima, debido a que se sigue de una evaluación de riesgos de carácter racional.

No obstante, el razonamiento anterior se sustenta en el fuerte supuesto (y muchas veces irreal) de la existencia de información perfecta y simétrica en el mercado; que, como ya se ha explicado, es justamente la causante de un mercado imperfecto de servicios de estacionamiento.

En general, es previsible que con este esquema se dé una amplia oferta del servicio de parqueo a precios realmente bajos; no obstante, no se logra resolver el problema de la falta de seguridad. En tal sentido, los consumidores seguirán cargando con el riesgo y sus sobre costos, recibirán un servicio que no llena sus expectativas y, eventualmente, deberán hacerse cargo de los costos generados por robos.

Dado el poco incentivo ofrecido a los operadores para que mejoren el nivel de seguridad de sus establecimientos, el riesgo de robo permanecerá alto; frente a ello, los consumidores podrían decidir realizar transacciones inmediatas (que no requieran una estadía prolongada de parqueo) o simplemente limitar su movilización vehicular, lo que restringe sus posibilidades de consumo y afecta la dinámica comercial de algunos sectores económicos.

4.2 Situación posterior: El proveedor asume todo el riesgo

Con la Ley 29461 se traslada todo el riesgo al proveedor. En estas circunstancias, el escenario se modifica a favor del consumidor, quien podrá acceder al servicio de estacionamiento y de seguridad total (incluso en eventos probables de robo), dado que se crea una obligación de compensación. Con esas condiciones, el consumidor pierde totalmente los incentivos a ser diligente en sus decisiones de consumo.

El incentivo se distorsiona y entonces, dadas las obligaciones impuestas a los proveedores del servicio de estacionamiento, se abre el camino para el oportunismo: el consumidor estará motivado a hacer nada o muy poco por mantener las condiciones que minimicen los riesgos al robo.¹⁴ (Por ejemplo, estaría más propenso a dejar el carro sin alarmas, con puertas sin asegurar o con las ventanas abiertas.)

¹⁴ En un extremo, es posible imaginarse peores escenarios en los que el consumidor pueda estar

Por su parte, el efecto directo ocasionado por el lado de la oferta —dada la responsabilidad asignada— sería el incremento de sus costos operacionales (compra de seguros, mayores costos laborales, vigilancia permanente o tal vez excesiva, supervisión detallada de las condiciones del vehículo usuario, contratos de prestación muy largos). Así se elevarían a cierto nivel las barreras a la entrada al mercado, con lo que posiblemente muchos pequeños negocios saldrían del mercado, algunos pocos quedarían y luego estos mayores costos se trasladarían a los usuarios en la forma de precios más altos y quizá de engorrosos procedimientos en la provisión del servicio (asociados a la inspección inicial del vehículo que se va a estacionar).

Respecto de esto último, es posible argüir que lo engorroso de tales procesos y las demoras que ocasionen dependerán de la tecnología de supervisión empleada, la eficiencia de los mecanismos y el nivel de especialización: Una inspección manual puede causar más demoras que una realizada con un sistema de cámaras.

En este escenario, el consumidor es totalmente libre para parquear en cualquier estacionamiento privado, sin que esa decisión demande un análisis costo-beneficio que lo ayude a tomar la mejor opción o a adoptar las medidas de precaución mínimas. Dada la carga de seguridad imputada en su totalidad a los operadores, el costo operativo se incrementará y con él los precios de provisión del servicio.

4.3 Situación alternativa: Riesgo compartido

Del análisis realizado para los casos anteriores, queda claro que el riesgo total asignado a una de las partes puede llevar a resultados distintos de los esperados. Por un lado, se observa a proveedores negligentes del servicio y, de alguna manera, inactivos ante la necesidad de ofrecer mayor seguridad en el servicio brindado; y, por otro, a consumidores negligentes, menos atentos al cuidado de sus vehículos y pertenencias dentro de ellos y hasta oportunistas, que descuidan su función diligente al momento de tomar el servicio de estacionamiento. En el primer caso, el riesgo de robo es asignado a los consumidores, mientras que en el segundo es asumido por los productores, generándose el problema de riesgo moral en los consumidores.

incluso tentado de falsear situaciones con el fin de beneficiarse de las obligaciones de los operadores. No obstante, aunque existe la probabilidad de estas situaciones, en este artículo se asumirá que son muy escasas, por lo que no serán sujetas de un análisis detallado.

Desde una perspectiva económica de los incentivos, ambos problemas se solucionan con un esquema de riesgo compartido entre las partes: el proveedor del servicio y el consumidor. Si bien las medidas de prevención de los proveedores tienen mayor impacto en la reducción de riesgo, las acciones de los consumidores también influyen. En ambos casos, el riesgo de pérdida (si el robo en efecto se produce) existe, de modo que tanto el operador como el consumidor, al asumir parte de los costos, tendrán los incentivos para actuar de manera diligente y cuidadosa. Así se garantiza la provisión de un servicio seguro a consumidores y usuarios cuidadosos que tomarán otras medidas para minimizar el riesgo.

4.4 Vacíos por llenar o modificaciones a la norma

En concordancia con lo señalado en el punto anterior, la Ley 29461 debería incluir las limitaciones y alcances de su aplicación. Por ejemplo, podría considerarse que la cobertura se realizará ante robos y hurtos de objetos fijados al vehículo, de manera que el consumidor pueda ser más cuidadoso y diligente con sus objetos personales como carteras, *laptops*, entre otras. Asimismo, en la medida de lo posible, especificar las obligaciones tanto del proveedor como del consumidor.

Asociado a lo anterior y a manera de ejemplo, el reglamento de la norma en México¹⁵ especifica sus alcances, y define que las garantías se realizan sobre eventos dependiendo del tipo de establecimiento. Asimismo, se fijan una serie de obligaciones del proveedor del servicio, como llevar una lista estricta del personal, contar con *tickets* de servicio, la prohibición de brindar el acceso a terceros, informar respecto de la cobertura de garantías al consumidor, entre otras.

Se debe notar que si bien la Ley responsabiliza a los proveedores de eventos que atenten contra la integridad de los vehículos, la cobertura de los daños causados se

¹⁵ Los costos asociados a la toma de una póliza de seguro serían enfrentados siempre que ésta sea la mejor alternativa de seguridad para los proveedores del servicio estacionamientos. Así, al dejarse un espacio para la aplicación de diversos mecanismos de seguridad y vigilancia, se permite a los proveedores del servicio tomar la medida o alternativa más óptima para cada caso. A diferencia de países como México, la actual legislación no obliga a tomar determinada medida de seguridad: en México, al menos en el Distrito Federal, sí se responsabiliza a los proveedores de este servicio por los robos vehiculares generales y daños causados por personal del estacionamiento mientras brindan el servicio, para lo cual se les obliga a contar con una póliza de seguro o, en el caso de daños, a tener otros medios (talleres mecánicos particulares) mediante los cuales puedan asumir la responsabilidad ante dichos eventos (véase: <<http://www.setravi.df.gob.mx/transparencia/pdfs/rt131.pdf>>; también: <http://www.condusef.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=845&Itemid=157>. Consulta: 7/5/2010).

sujeta al análisis de medios probatorios. Para ello, la provisión de toda la información relevante al usuario es crucial. Si se informa previamente al consumidor sobre los alcances de las garantías (hurtos y robos), y, adicionalmente, se especifica que sus reclamos serán atendidos cuando se cuente con las pruebas necesarias (tenencia del *ticket* de estacionamiento y otras detalladas dentro del paquete de información al consumidor), los reclamos podrán ser mejor controlados.

Asimismo, dado que la Ley no sujeta el servicio a cierto nivel de seguridad, las empresas podrían aplicar estructuras tarifarias que les permitan brindar servicios diferenciados (por nivel de seguridad y cobertura) a precios diferenciados.

4.5 Costos operativos bajo un esquema de asignación de riesgos

El costo de proveer seguridad vehicular en el mercado peruano de estacionamientos variará de acuerdo con las características de los establecimientos (la localización es una característica relevante), lo que está asociado al nivel de riesgo que éstos enfrentan.

Así, distintos proveedores confrontan distintos niveles de riesgo y, por tanto, costos también diferentes. El costo de la provisión de un servicio idóneo, que garantice determinado nivel de seguridad, dependerá tanto del riesgo como de los mecanismos de supervisión e inspección empleados; y éstos pueden variar desde mecanismos manuales de supervisión hasta sistemas de cámaras de vigilancia y complejos sistemas electrónicos de supervisión.

También es importante recordar que una consecuencia probable de que el operador del servicio asuma parte del riesgo es la existencia de problemas operativos asociados a demoras logísticas por inspecciones iniciales del estado de los vehículos. Sin embargo, tal como ya se mencionó, la magnitud de las demoras dependerá del empleo de determinado tipo de mecanismos de supervisión y de la tecnología de operación de los establecimientos (manual o automatizado). Se esperaría que las dificultades operativas, si las hay, sean superadas en el mediano y largo plazo conforme se adquiere mayor especialización y se adoptan nuevos mecanismos más efectivos y menos costosos.

Como es de esperar, un incremento de los costos del servicio se traducirá en mayores precios, lo que no debe sorprendernos, ya que un servicio más seguro implica necesariamente mayores costos y, por ello, mayores precios; pero estos

incrementos en costos dependerán tanto de la tecnología de operación empleada como del riesgo enfrentado.

El efecto en los costos debe, sin embargo, ser analizado por separado según el tipo de servicio de estacionamiento. En primer lugar, destacan los establecimientos que ofrecen el servicio de estacionamiento como rubro principal de negocio y que ya brindan seguridad y vigilancia como parte inherente de su servicio. En este caso, si dichas playas de estacionamiento ya han venido invirtiendo en un servicio completo, entonces no se esperaría mayor incremento tarifario, puesto que estos establecimientos ya tienen internalizados los costos de supervisión y vigilancia. Caso distinto sería el de aquellos que no venían ofreciendo servicios de seguridad, en el que los costos necesariamente tendrán que incrementarse.

De igual modo en el caso de los establecimientos que ofrecen el servicio de estacionamiento como adicional. Aquí, los costos de supervisión y operación aumentarían, y los establecimientos podrían tercerizar el servicio a un agente especializado y más eficiente, o buscar los mecanismos más idóneos (en tiempo y costos) para brindar el servicio ofreciendo la debida seguridad a menor costo.

La solución a la que se llegue, finalmente, será aquella que menos costo signifique para el establecimiento (la adquisición de un seguro, la implementación de sistemas de seguridad electrónicos, la construcción de cercos). Asimismo, la forma de recuperar costos dependerá de la aplicación de tarifas óptimas, que posiblemente impliquen un costo extra por el servicio adicional pero que ofrezcan a cambio un determinado nivel de seguridad asociado a ese costo; se esperaría que a mayor precio, mayor seguridad y garantías.

En ese sentido, costos mayores traducidos en precios mayores por el servicio podrían no ser necesariamente “malos”, dado que el nuevo esquema del servicio de estacionamiento implicará la provisión de un servicio seguro, valorado así por usuarios que tienen disponibilidad de pago por ese atributo. El incremento de precios puede reflejar el sinceramiento de ellos o la internalización de costos que antes nadie asumía, pero el precio ahora incluirá también seguridad y vigilancia, elementos claves para que los consumidores paguen por ese servicio.

Así, si bien los consumidores se verían afectados por un eventual incremento de tarifas, también es cierto que resultarían beneficiados por una mayor garantía en la provisión de determinados niveles de seguridad y vigilancia en concordancia con el precio pagado por el servicio.

V. Conclusiones

El servicio de estacionamiento vehicular se define como aquel que provee un espacio (privado o público) para fines de parqueo vehicular a cambio (o no) de una contraprestación. Un aspecto de este mercado que es preciso resaltar tiene que ver con sus imperfecciones, resumidas claramente en la ausencia de información perfecta y la presencia de información asimétrica: el consumidor conoce muy poco de los niveles de seguridad de los estacionamientos, de los riesgos existentes, así como de la ubicación y condiciones contractuales de todos los estacionamientos, por lo que no podrá tomar decisiones óptimas.

Cabe mencionar que dado el alto nivel de inseguridad y crimen en ciudades grandes como Lima, la seguridad deja de ser un servicio accesorio para ser hasta necesario con el fin de asegurar un adecuado flujo de las transacciones comerciales. En ese contexto, en el caso de actividades que sirven de nexo importante para la realización de otras labores comerciales o económicas, como ocurre con la provisión de estacionamientos vehiculares (servicio brindado directamente o indirectamente), la provisión de seguridad constituye un elemento clave que, además, influirá en una mayor o menor actividad comercial o económica. De ahí que sea razonable pensar que el servicio de estacionamiento deba ser complementado con la provisión del servicio de seguridad vehicular, de tal manera que se ofrezcan ambos como uno solo.

El efecto de la inclusión de la seguridad dentro del servicio de estacionamientos es mayor en un contexto en el que el parque automotor ha crecido considerablemente, con sus consecuentes efectos en materia de congestión del tránsito. En tal sentido, es deseable que los estacionamientos privados (fuera de las vías públicas) sean lo suficientemente confiables para atraer más automóviles y descongestionar las vías.

Un problema detectado en el mercado de servicios de estacionamiento se asocia con la respuesta a la pregunta: ¿Sobre quién recaen los costos ante eventos de robo? La asignación compartida de riesgos es tal vez la mejor alternativa que ofrece un escenario balanceado con posibles efectos deseados. Solo como referencia, el estudio de Webb *et al.* (1992) encontró que las medidas de prevención ejercidas por los consumidores o usuarios tienen un impacto limitado en el riesgo de robo en estacionamientos; esto es así porque, de los robos reportados, una porción importante de vehículos mostraron haber sido forcejeados y mostraban puertas y ventanas rotas. De ahí que las acciones de los operadores de estacionamientos sí tendrían mayor impacto en los riesgos.

En contraste, un esquema que obligue a solo una de las partes a asumir todo el costo es contraproducente, en la medida en que la parte no afectada por el mandato no tendrá nunca los incentivos suficientes para presentar un comportamiento más diligente y responsable. En el caso de que la operadora no se haga responsable de nada, el servicio prestado no satisface del todo las expectativas de los consumidores; y en el caso contrario se genera un problema de riesgo moral en los consumidores.

Con un esquema de riesgo compartido, el que debe asumir cada contraparte es internalizado, lo que refuerza los incentivos a mejorar las condiciones de seguridad de los vehículos parqueados. Como resultado, se espera un mejor y más ordenado servicio de estacionamiento y una mayor satisfacción de los consumidores al recibir un servicio idóneo. Pese al intento de asegurar mayor protección a los consumidores, la medida legal (Ley 29461) no soluciona el problema; solo traslada totalmente la responsabilidad sobre el riesgo de una parte a otra, originando con ello posibles problemas de riesgo moral, ahora del lado del consumidor.

Si bien los precios por el servicio de estacionamiento aumentarían, el costo de la seguridad sería más transparente y se aseguraría la provisión de un servicio eficiente. Un incremento en el precio sería solo consecuencia de una mejor asignación de derechos y deberes respecto de un bien público que no era adecuadamente financiado y provisto: la seguridad. Pese a que los consumidores pagarían un precio mayor, se beneficiarían también con la provisión de determinados niveles de seguridad y vigilancia en concordancia con el precio pagado por el servicio.

Referencias

- ARMSTRONG, M. (2008). "Interactions between Competition and Consumer Policy". En *Competition Policy International*, volumen 4, número 1. Primavera 2008. Disponible en: <<http://else.econ.ucl.ac.uk/papers/uploaded/295.pdf>> (consulta: 22 de abril de 2010).
- ARBATSKAYA, M. K. MUKHOPADHAYA y E. RASMUSEN (2007). "The Parking Lot Problem". Working Paper. Disponible en: <<http://www.rasmusen.org/papers/parking-rasmusen.pdf>> (consulta: 9 de mayo de 2010).
- CLARKE, R. (2002). "Thefts of and from Cars in Parking Facilities". Problem-Oriented Guides for Police Series número 10. Office of Community Oriented Policing Services-US Department of Justice. Washington, D. C. Disponible en: <<http://www.cops.usdoj.gov/files/RIC/Publications/e11011355.pdf>> (consulta: 11 de mayo de 2010).
- WEBB, B.; B. BROWN y K. BENNETT (1992). "Preventing Car Crime in Car Parks". Police Research Group. Crime Prevention Unit Series. Paper n.º

34. Home Office Police Department. Londres. Disponible en: <http://www.popcenter.org/problems/parking_garage_theft/PDFs/webb.pdf> (consulta: 11 de mayo de 2010).

DIPROVE-PNP (2010). “Vehículos robados y recuperados”. Nota de prensa. Disponible en: <http://www.pnp.gob.pe/documentos/preliminar_2009/ROBO%20VEHICULOS/VEHÍCULOS%20ROBADOS%20Y%20RECUPERADOS.pdf> (consulta: 12 de mayo de 2010).

PERU.COM (2010). “PNP: 37 vehículos fueron robados en 19 centros comerciales de la capital”. Artículo periodístico publicado el 31 de julio de 2009 en el portal de Peru.com. Disponible en: <<http://www.peru.com/noticias/portada20090731/47436/PNP-37-vehiculos-fueron-robados-en-19-centros-comerciales-de-la-capital>> (consulta: 12 de mayo de 2010).