

sus vendedores, quienes a su vez pagarían ayudantes informales como en los años 90, pero con *smartphones*, quienes darían el regalo. Ejerciendo su libertad de expresión, la AFP acompañaría al texto oficial del diálogo publicidad y medias verdades interesadas. Si un afiliado desea cambiarse ahora a cierta AFP rival, ¿será imparcial para "acompañarlo a realizarlo"?

Este diálogo crea costos administrativos masivos: hasta 12 millones de (intentos de) consultas cada dos años. Para bajar costo, lo mínimo sería limitar los diálogos a la fracción que sea parte del siguiente lote a licitar.

El Panel UDD pregunta mal sobre esta variante. Solo pide pronunciarse sobre "Que los cotizantes decidan activamente cada uno o dos años si siguen en su AFP o cambian a otra para mejorar la competencia". Pero este texto explota la ignorancia de encuestados que no saben que desde 1981 todos pueden decidir activamente siempre. Peor, omite informar al encuestado que si no decide activamente sería licitado, aunque podría reversar después.

**SALVADOR VALDÉS P.**

Senior fellow Escuela Negocios **UAI**

## Licitación de afiliados antiguos

Señor Director:

Mi destacado amigo Klaus Schmidt-Hebbel propone una variante a la licitación para afiliados antiguos de AFP que recomendó el Comité Técnico de la comisión de Trabajo del Senado. Agregaría "diálogos" antes de cada licitación.

En ellos, cada AFP intentaría convencer a sus afiliados de alto salario y densidad que se autoexcluyan del servicio de licitación, pero antes de conocer la comisión que cobraría la AFP vencedora (sin ver su aumento de sueldo líquido). Tampoco conocerían la identidad de la AFP que los serviría, así que ignorarían su desempeño pasado en rentabilidad y servicio. Quien se autoexcluya así lo haría desinformado.

Ojalá la Superintendencia impida que la AFP financie regalos a los cotizantes de alto salario o con APV, a cambio de que se autoexcluyan. Es difícil, ya que las AFP pueden pagar más a