



BAJO LA LUPA

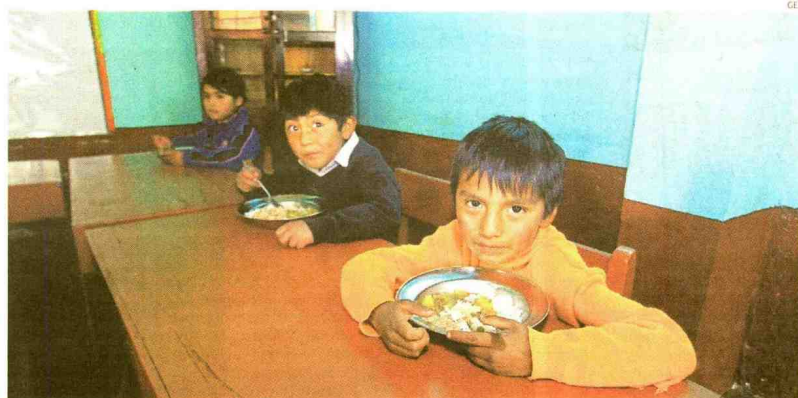
CARLOS GALLARDO TORRES

Gerente general del Instituto Peruano de Economía (IPE)



¿Qué más puede hacer el privado?

Ideas para alimentar el debate en la CADE. La reputación de las empresas y de ser empresarios está en juego.



No es necesario recordar los elevados costos en el desarrollo de los niños por no haber resuelto aún la anemia o la desnutrición.

Recientemente me preguntaron qué más podría hacer el sector privado para impulsar el cierre de brechas, especialmente en regiones. Antes escribí sobre cómo el privado debe acompañar este proceso participando más activamente de la sociedad civil, trabajando con autoridades a todo nivel, fortaleciendo relaciones con comunidades y sindicatos, y canalizando las voces de un Perú diverso.

En este artículo resumo tres ideas adicionales que pueden sumar al debate en el CADE Ejecutivos que comienza este martes.

1. Servicios por impuestos. El IPE publica cada año el índice de competitividad regional –INCORE. En este, Moquegua tiene el nivel más bajo de prevalencia de anemia, pero incluso en este caso es aún de un 29%. Otras 17 regiones superan el 40%; Cusco, el 50%; eso es inconcebible. El reto es grande y sobrepasa lo que el Estado puede hacer solo en el corto plazo. Lo es más

aún considerando que se trata de promedios regionales que, como conocemos, esconden casos más dramáticos a nivel distrital. ¿Qué hacer? El BID y la Cooperación Suiza (SECO) llevan algunos años documentando los resultados de la implementación de los bonos de impacto social en países como Colombia, México, Brasil y Chile. A través de estos, el privado acuerda con el público la provisión de un servicio, enmarcado en un plan con plazos y metas. Un tercero independiente verifica su cumplimiento y el público paga al privado el presupuesto ejecutado para la provisión del servicio solo en caso de que se cumpla con el plan. En el Perú, la ventaja es que contamos ya con el marco normativo de obras por impuestos. Bajo la misma lógica, se podría implementar servicios por impuestos para reducir, por ejemplo, la prevalencia de la anemia y la desnutrición crónica, y asegurar la vacunación a tiempo de los niños. El MEF lo acaba de anunciar como una medida de reactivación. No se trata de reemplazar al Estado, el rol de este es garantizar el servicio, no necesariamente proveerlo, para

eso se puede apoyar en el privado. Sin duda, esto no significa que dejemos de impulsar que el Estado desarrolle las capacidades que le permitan ejecutar mejor el rol que efectivamente le corresponde. Ideas como estas resultan urgentes frente al deterioro observado producto de la pandemia, la destrucción del Estado por dentro en el Gobierno de Castillo, la corrupción y el aumento de la pobreza. No es necesario recordar los elevados costos en el desarrollo de los niños por no haber resuelto aún problemas como los mencionados.

2. Información para mejores políticas públicas. Las industrias de telecomunicaciones, de provisión de servicios como electricidad, de billeteras móviles y otras aplicaciones digitales, cuentan con amplias bases de datos. En el mundo, existen varios casos documentados de cómo los privados han convertido estas bases en información que usa luego el Estado para un mejor diseño e implementación de políticas públicas. Así, sin poner en riesgo la protección de datos personales, por ejemplo, es posible predecir los niveles de pobreza por territorios a partir de la duración de las llamadas, hacia dónde se realizan, el número de contactos grabados en el celular, las transacciones que se realizan a través de billeteras móviles, entre otros. Algo más rápido y menos costoso que ejecutar censos. También se puede predecir la propagación de una enfermedad contagiosa o el tráfico vehicular a partir de los traslados que realizan los usuarios de celular. Queda de tarea, entonces, que las empresas de estas industrias en el Perú puedan organizarse, en alianza con el Estado, para estructurar sus bases y proveer información. Es ciencia de datos ejecutada por las empresas para impulsar un Estado más eficiente, mientras que se sigue impulsando que el Estado desarrolle las capacidades necesarias para ello.

“

Se podría implementar servicios por impuestos para reducir, por ejemplo, la prevalencia de la anemia y la desnutrición crónica”.

3. Atención al consumidor. Hoy en día, uno manda un mensaje previamente a la persona a quien va a llamar para preguntarle si es un buen momento para hacerlo, aunque la conozca, sea su amigo, incluso un familiar. Resulta entonces difícil de creer que aun sea una buena estrategia de ventas hacer llamadas a potenciales consumidores. Son llamadas de un desconocido, de manera inesperada y para ofrecer servicios que probablemente el consumidor no desea. No parece buena idea tampoco ser incapaces de sacar nuestros nombres de esas listas, o de hablar finalmente con una persona luego de interminables menús de opciones o respuestas automáticas. Tampoco parece razonable tener que invertir horas en llamadas para dar de baja un servicio o realizar un reclamo y que la empresa demandada no acuda a las audiencias en Indecopi. Queda de tarea cómo podemos migrar pronto a un modelo de autorregulación donde se cumpla un tantito más eso de que el cliente tiene la razón. La reputación de las empresas y de ser empresarios está en juego; las empresas líderes pueden trabajar juntas y guiar al resto.

Las opiniones vertidas en esta columna son de exclusiva responsabilidad del autor.